



Sakarya İletişim

Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi

Sakarya University Faculty of Communication Academic Journal

Haziran 2023/ June 2023 - Cilt 3 / Volume 3 - Sayı 1 / Number 1 - e-ISSN: 2791-6464



Sakarya İletişim

Hakemli Dergi | Cilt 3 | Sayı 1 | Yaz 2023 | e-ISSN: 2791-6464

Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi

Sakarya University
Faculty of Communication
Academic Journal

Tarandığımız Kaynaklar:

INDEX COPERNICUS
INTERNATIONAL

ASOS
indeks





© Hakemli Dergi | Cilt 3 | Sayı 1 | Yaz 2023 | e-ISSN: 2791-6464

Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi (SAÜ İletişim) hakemli bir dergidir. Yılda iki kez, bahar (Haziran) ve güz (Aralık) döneminde yayımlanan derginin dili Türkçe ve İngilizce'dir. Dergide yayımlanan yazıların sorumluluğu yazarına aittir. Yazılardan kaynak gösterilerek alıntı yapılabilir.

Sau İletişim Journal is a refereed print journal published in Turkish and English twice a year by the Faculty of Communication of Sakarya University. All views expressed in this journal are those of authors and do not necessarily represent the views of, and should not be attributed to the Faculty of Communication of Sakarya University.

İmtiyaz Sahibi /Owner and Executive Editor

Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi adına, Rektör

On behalf of the Faculty of Communication of Sakarya University,
Rector

Prof. Dr. Hamza Al

Editör / Editor

Doç. Dr. Serhat Yetimova
Doç. Dr. Rahman Dağ

Editör Yardımcıları / Assistants Editor

Arş. Gör. Can Bora Gelberi
Arş. Gör. Dr. Doğuşcan Göker

İngilizce Dil Editörü / English Language Editor

Dr. M. Fatih Adıgüzel

Tasarım / Design

Arş. Gör. Hüdaver Altıntuğlu
Arş. Gör. Muhammet Oğuz Han Şimşek

Yayın Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. Ahmet Eskicumalı Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Enderhan Karakoç Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Şükrü Sim İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Yusuf Adıgüzel Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Mustafa Aslan Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Ekmel Geçer Sağlık Bilimleri Üniversitesi

Danışma Kurulu / Advisory Board

Prof. Dr. Ahmet Kalender Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Aytekin Can Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Aytekin İşman Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Battal Odabaş Giresun Üniversitesi
Prof. Dr. Cenk Demirkıran İzmir Katip Çelebi Üni.
Prof. Dr. Ergün Yıldırım Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Hamza Çakır Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Halil İbrahim Gürcan Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Melih Zafer Arıcan Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Yusuf Devran Marmara Üniversitesi

Danışma Kurulu / Advisory Board

Prof. Dr. Zakir Avşar Ankara Hacı Bayram Veli
Üniversitesi

Doç. Dr. Ali Murat Kırık Marmara Üniversitesi

Doç. Dr. Mustafa Bostancı Sakarya Üniversitesi

Prof. Dr. Badrul Khan

President, McWeadon Education, United States

Prof. Dr. Amirul Mukminin

Universitas Jambi, Indonesia

Prof. Dr. Elaine Maimon

Advisor, American Council on Education

Prof. Dr. Robert Doyle

Faculty of Arts and Sciences, Harvard University, USA

Associate Professor Shu-Hsiang (Ava) Chen

Business School, Shantou University, Guangdong
Province, Çin

Associate Professor Eugene G. Kowch

University of Calgary, Canada

Adres / Address

Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi, Esentepe
Kampüsü, Serdivan / Sakarya
<https://iletisimdergi.sakarya.edu.tr/>

Bu sayıya gönderilmiş ve yayımlanmış/yayımlanmamış
makaleler için değerli katkılarını esirgemeyen değerli bilim
insanlarımıza teşekkürlerimizi sunuyoruz.

We would like to thank the valueable scientists for their
precious time and contributions in evaluating the published and
unpublished articles that were sent for this issue

İçindekiler

MAKALELER /ARTICLES

1 - 26 Kültür Endüstrisine “Yedinci Kıta”dan Bakmak

Looking At The Cultural Industry From “The Seventh Continent” / Ömer Yavuz
ÖZASLAN, Gönül CENGİZ

27 - 55 Kültürlerarası İletişimde Festival Etkisi: LaTurchia Festivali

Festival Effect On Intercultural Communicatiob: La Turchia Festival / Osman
ADAY

56 - 75 Mitolojik İplerle Dans Etmek: Çeçen Dansının Sembolizmini

Çözümlemek

Dancing Through Mythological Threads: Unraveling the Symbolism of
Chechen Dance / Maysa BAKEER

Kültür Endüstrisine “Yedinci Kıta”dan Bakmak Looking At The Cultural Industry From “The Seventh Continent”

Ömer Yavuz Özarslan¹ ORCID: 0000-0002-0211-3960,
Gönül Cengiz^{2*} ORCID:0000-0001-6685-5376

¹ Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, Türkiye, o.ozarslan24@gmail.com

² Gaziantep Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Gaziantep, Türkiye, gonulcengiz88@gmail.com

Article Info/
Makale Bilgisi

Received/Geliş:
28.10.2022

Accepted/Kabul:
21.12.2022

*Corresponding
Author

*Sorumlu Yazar

Öz: Özünde kapitalist üretim ilişkilerini barındıran tüketim toplumlarında, kültür endüstrisi vasıtasıyla bireyler, sürekli olarak tüketime sevk edilmektedirler. Metalaşma, yeniden üretim, planlı yaşama, sisteme uyum gösterme, toplumsallaşmaktan kaçınma gibi kavramlar genel argümanlardır. Bütün bunların yanı sıra kültür endüstrisi, eğlence üzerine kurulu bir yapıya sahiptir. Bu bağlamda Michael Haneke'nin yönetmenliğini yapmış olduğu “Yedinci kıta (The Seventh Continent)” filmi ele alınarak Theodor W. Adorno'nun kültür endüstrisi kavramı özelinde incelenmiştir. Kültür endüstrisi bilinçli azınlıklar tarafından yönetilmekte ve bayağılaşmış yapısı içerisindeki bireyleri ne denli duygusuzlaştıklarını ve tek tipleştiklerini, üretim ve yeniden üretim ilkesi ile nasıl arzuların tatmin edildiğini, pornografik yapısı içerisinde nasıl iffet tasladığını “Yedinci Kıta” filmi kapsamında okunması amaçlanmaktadır.

Bu doğrultuda çalışma nesnesi olarak seçilen film, olay örgüsü ve kurgulanış biçimi ile karakterlerin içinde yaşadıkları sisteme karşı yabancılaştıklarını ve sahte tatminler tarafından oyalandıklarını gözler önüne sermektedir. Metnin sıralanış biçimini, sonuca nasıl ulaşılacağını veya seçilen nesnenin “görsel veya işitsel” okuyucusunda nasıl bir etki yarattığını vurgulayan metinsel içerik analizi yönteminden yararlanılarak, “Yedinci Kıta” filmi, kültür endüstrisi kavramı çerçevesinde incelenmiştir. Filmin analizinden elde edilen sonuçlara göre kültür endüstrisi içerisinde bireyler kendi ürettikleri şeylerin esiri haline gelmektedirler. Sistem ile tam bir uyum içerisinde varlıklarını sürdürmektedirler. Bireylerin bu düzen içerisinde yaşadıkları temel sorunun ‘anlamanın kaybolması’ olduğu da gösterilmektedir.

Anahtar kelimeler: Kültür Endüstrisi, Michael Haneke, Theodor W. Adorno, Yedinci Kıta, İçerik Analizi

Cite this article/
Atıf:

Özarslan, Ö.Y. &
Cengiz, G. (2023).
Kültür endüstrisine
“Yedinci Kıtadan”
bakmak. *Sakarya İletişim
Dergisi*. 3 (1), 1-26.



SAKARYA
ÜNİVERSİTESİ

Sakarya İletişim

3 (1) (2023) 1-26.

e-ISSN: 2791-6464

Research Article/ Araştırma Makalesi



Kültür Endüstrisine “Yedinci Kıta”dan Bakmak Looking At The Cultural Industry From “The Seventh Continent”

Ömer Yavuz Özaslan¹ ORCID: 0000-0002-0211-3960,
Gönül Cengiz^{2*} ORCID:0000-0001-6685-5376

¹ Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, Türkiye, o.ozaslan24@gmail.com

² Gaziantep Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Gaziantep, Türkiye, gonulcengiz88@gmail.com

Article Info/ Makale Bilgisi

Received/Geliş:
28.10.2022

Accepted/Kabul:
21.12.2022

*Corresponding
Author

*Sorumlu Yazar

Abstract:

In consumer societies, which have capitalist production relations in their essence, individuals are constantly driven to consumption through the culture industry. Concepts such as commodification, reproduction, planned living, adaptation to the system, and avoidance of socialization are their general arguments. In addition to all these, the culture industry has a structure based on entertainment. In this context, the film “The Seventh Continent” directed by Michael Haneke has been handled and examined in terms of Theodor W. Adorno’s concept of culture industry. The culture industry is managed by conscious minorities and it is aimed to read within the scope of the movie “The Seventh Continent” how the individuals in their vulgarized structure become callous and standardized, how their desires are satisfied with the principle of production and reproduction, and how they are chaste in its pornographic structure.

In this direction, the chosen film reveals that the characters are alienated from the system they live in and that they are distracted by false satisfactions with its plot and fictional style. Using the textual content analysis method, which emphasizes the way the text is arranged, how to reach the result or how the selected object has an effect on the “visual or auditory” reader; the film “The Seventh Continent” has been examined within the framework of the concept of the culture industry. According to the results obtained from the analysis of the film, individuals in the culture industry become the slaves of what they produce. They continue to exist in full harmony with the system. It is also shown that the main problem that individuals experience in this order is the loss of meaning.

Keywords: Culture Industry, Michael Haneke, Theodor W. Adorno, The Seventh Continent, Content Analysis.

Cite this article/ Atıf:

Özarslan, Ö.Y. &
Cengiz, G. (2023).
Kültür endüstrisine “Yedinci
Kıtadan” bakmak.
*Sakarya İletişim
Dergisi*. 3 (1), 1-26.



Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

Extended Abstract

With the dominant mindset of capitalism, the phenomenon of consumption has created a cultural ground and societies have been shaped accordingly. The culture of consumption and the culture industry, which progresses in tandem with the increase in mass production, encourages societies to consume as individuals and aims to establish complete domination. The phenomenon of the family is eroded and collapsed by the system within the culture industry.

Individuals who are far from thinking, who have become captives of the commodities they produce, attribute supernatural power to the objects they produce. The object produced in this context becomes 'thingized'. The most prominent features of this situation are given by the media and people are made prisoners of things. In this context, what the culture industry does is to create a unidirectional thought practice through meaninglessness. In this way, individuals who are compatible with the system are created and do not go beyond the established plan. The individual is given the illusion of freedom within the system.

Cinema, which finds its place in daily life, influences individuals. At this point, the audience identifies with what is close to them in the movie they watch. The pleasure for false needs in the face of the object produced with the support of mass culture continues to feed the culture industry and increases its inclusiveness.

The structure of mass culture shaped within the culture industry is presented as a natural process in the context of the movie "The Seventh Continent", which was chosen as an example for the study. In the movie, the characters' emotionless, robotic movements and speeches are the representations of people in the culture industry. As a matter of fact, when we look at the characters through the human stereotype planned and desired by the culture industry, we observe the presence of emotions such as alienation, loneliness and asociality. The individuals that the culture industry wants to create are not only contented with a visual presentation in the movie. Within the framework of the dialogues written, it is seen that the individual is alienated from the system he lives in and his own self by making him a subject.

This family, which fits into the universe of consumption desired by the culture industry, symbolizes modern western society. The clothes, records, televisions seen inside their house are not a need, but rather products bought after a need, that is, excess consumption. The consumption here is used to show how far the created consumer society has progressed and to what extent the excess of consumption has reached. In this direction, it is concluded that individuals adapt to the system in the face of the false needs produced.

This family, as seen through the eyes of director Haneke, is experiencing a prolonged catharsis as if they have realized that they have lost their sense of self and that they have disappeared in this established order.

By approaching the movie with the semiotic method, the signifiers under the roof of the culture industry were analyzed. All the sub-headings mentioned in the phenomenon of consumption become a visual narrative with this movie and provide the audience with the opportunity to think. The concepts within the phenomenon of culture industry, as defined by Adorno and Horkheimer, are clarified. The Seventh Continent, which makes a clear reference to the culture industry, is almost a criticism against the industry. In this context, the impact of the culture industry on the individual is shown, symbolizing individuals who are in complete harmony with the system. How individuals who lose their sense of belonging within the culture industry, which has a monopolistic understanding, are excommunicated by the system is also included in the film narrative. Concepts such as commodification, reproduction, planned living, adapting to the system and avoiding socialization gain meaning on the Seventh Continent. Within the culture industry, individuals become prisoners of the things they produce. They exist in complete harmony with the system. It is also shown through the characters that the most fundamental problem that individuals experience within this order is the 'loss of meaning'. The importance of advertisements in the culture industry is also given meaning not by the fact that the advertisements revolving around the characters present the real, but by the fact that they present a dream world.

Giriş

Tüketim olgusu, insanoğlunun yaşamı boyunca var olan ve sürekli gelişim gösteren bir kavramdır. Birçok yazar tarafından değer görmüş bir konu niteliğindedir. Bu yazarların bir kısmı tüketim kavramının olumsuz yanlarına değinirken bir kısmı ise bu konuda pozitif bir yaklaşım sergilemişlerdir. 1947 yılına gelindiğinde ise ilk olarak 'kültür endüstrisi' kavramı Aydınlanmanın Diyalektiği kitabında kullanılmıştır. Bu kavram Horkheimer ve Adorno tarafından açıklanmıştır.

1980'li yıllarda endüstrileşmenin gelişim göstermesi ve kapitalizmin hâkim düşünce yapısı olmasıyla birlikte tüketim olgusu, bir kültürel zemin oluşturmuş ve toplumlar buna göre şekillenmiştir. Kültür endüstrisi, kitle kültürü ve popüler kültür kavramlarının ötesinde ve daha kapsayıcıdır.

Kapitalizmin tekelci yapıda olması, onun kitle kültürüne yüklediği zorlayıcı ve sınırlandırıcı düşüncenin görünür biçimini oluşturmaktadır. Popüler kültürün üretimi ise standartlaştırma kavramı içerisinde gelişim göstermektedir. Bu gelişim içerisinde sunulacak olan materyaller kültür endüstrisinin tekelci anlayıştaki yapıları aracılığıyla

güçlendirilmektedir (Slater, 1998, ss. 234-235). Bu noktada Adorno'ya (2007, s. 19) göre kültür; bilinçsizce kapitalist üretim ilişkisinin içerisinde dahil olmuş ve meta üretimi noktasında sanayileşmiştir.

Tam bir kapsayıcılıkla, bütüncül bir yaklaşım sergilenmekte, üretim ve dağıtım aşamalarında bütün bireyler kitlesel olarak talep edilmektedir (Marcuse, 1990, s. 9). Kitlesel üretimin artmasıyla eş güdümlü olarak ilerleyen tüketim kültürü ve kültür endüstrisi, toplumları bireyler halinde tüketime sevk etmekte ve tam bir tahakküm kurmayı amaçlamaktadır. Yaratılan doyumsuzluk hissi ve bunun yanında yalancı ihtiyaçlarla süslenmiş bir endüstri haline gelen tüketim olgusu kendi içerisinde gelişim göstermeye devam etmektedir.

Kapitalist toplumlardaki merkezi olgu, müsait bir yapı içerisinde, toplumsal bir müessese olan ailenin yıpratılarak çöküşe uğratılması ve bağlantı kurulan işleyişin anlamsız ve vahşice kültür endüstrisine bırakılmasını istemektedir (Kılıççelik, 2000, ss. 207-208). Tüketimde yaşanan değişiklikler ile düşünce pratikleri dönüşüme uğramış ve sadece haz alma duygusuyla değil, kişilerin alacakları ürünler aracılığıyla toplumsal bir statü elde etme, daha fazla görünür olabilme veya sosyal sınıflarınca kabul görme istediğinden meydana gelmektedir. Böylelikle ürünler, 'şeyler' sadece tüketim nesnesi olarak değil, temsil ettikleri anlamlar ile de sembolik bir ifade aracı olarak görülmektedirler.

1. Kültür Endüstrisi ve Tüketim Evreni

Kültür endüstrisine göre kitle kültürü, kapitalizmin baskısıyla özgünlüğünü yitirmesi üzerine, fert olarak insanların bireyselliğine saldırmaktadır. Bireyleri pasifleştiren kitle kültürü, onların boş zamanlarına saldırarak tüketim evreni içerisinde almayı amaçlamaktadır. Bocoock, (2009, s. 13 akt. Özkul & Yılmaz Uçak, 2020, s. 599) tüketimin giderek artan bir arzu olduğuna dikkat çekerek, tüketimin bir kimlik oluşturma işlevinden de bahsetmektedir. Bu kimliğin oluşumu sırasında, toplumsal ve kültürel öğretilerin öneminden bahsetmekte, bilinç dışında var olan veya taşınan isteklerinde önemini olduğunu dile getirmektedir.

Kültür endüstrisi, modern sanayi toplumlarının homojenleşmiş ve akılcı varlığı sayesinde, dünyanın stabil ve düzgün bir şekilde ilerleyişine katkı sağlamaktadır. Bu doğrultuda kültür endüstrisi sahte tatminler yaratır ve aldatıcıdır (Lunn, 1995, s. 201). Birey, boş zamanlarının sürekli olarak doldurulabilmesi adına manipüle edilmektedir. Yaratılan sahte ihtiyaçlar ve onların sahte tatminleri ile birey, kapitalizmin tekeli anlayışı içerisinde yoğrulmaktadır. Horkheimer ve Adorno'ya (2014, s. 205) göre sorgulama kabiliyeti elinden alınan birey, kültür endüstrisinin üretim ilişkilerindeki standartlaşmayı kabul etmesiyle, sistem içerisinde bir yanılısma haline gelmektedir.

Bireyin sorgusuz sualsiz bir şekilde kültür endüstrisiyle özdeşim kurması halinde bahsedilen durum gerçekleşmektedir.

Kültür endüstrisinin eğlence üzerine kurulu yapısı, insanları düşünmekten alıkoymayı amaçlamaktadır. Düşünmeyen bireylerin, yaşadığı sistem içerisinde anlam aramaktan vazgeçmesi hedeflenmektedir. Bu durum anlamın kaybolmasına yol açmaktadır. Adorno'ya (2007, s. 21) göre eğlence, insanları düşünmekten alıkoymakta ve yaşadığı şeyin doğasının yok oluşunun söz konusu olmadığını, her zaman alternatiflerin olduğu yanılması oluşturmaktadır. Bu nedenle kültür endüstrisi, gerçek hazlar sunmamaktadır. Kültürel malların, endüstri tarafından özgün yapısındaki uyuma göre sunulmadığı, aksine piyasa içerisindeki değerine göre yönetildiği vurgulanmaktadır. Kültür endüstrisinin kâr gütmeye amacı, direkt olarak kültürel oluşumlara devredilmektedir (Adorno, 2003, ss. 76-84). Bu bağlamda üretilen ürünler birer kültür metası haline gelmektedir. Bu metaların aldatıcılığının bilinmesi hiçbir şey ifade etmemektedir. Bu durumun görsel ve işitsel medya aracılığı ile yapılması sadece onun başarısını ortaya koymakta ve oluşturulan kitle kültürü sade ve yalın tutulmaktadır.

Kültür endüstrisi, toplumu parçalayarak bireysel aklın kitleleşmesini amaçlamaktadır. Sistemin tam anlamıyla akılcı olarak yaklaşması, ona her adımı planlama şartını sunmaktadır. Bu nedenle bireyler teker teker onlar için planlanmış hayatın içerisine alınmaktadır. Sonuç olarak bireyin varlığını sürdürebilmesi adına uyumlu olması beklenmektedir. Bu durum ise ona bilinçli azınlıklar tarafından dayatılmakta ve genel çerçevede bir kültür oluşturulmaktadır (Horkheimer, 1998, s. 122). Sistem içerisinde bireyin varlığını sürdürebilmesi sistem içerisindeki uyumu ile örtüşmektedir. Birey uyum sağlamadığı takdirde sistem için bir önemi kalmamaktadır. Bu durumun sebebi ise yaratılan bu kültür endüstrisinin sürekliliği ve kendisini yenilemesinden kaynaklanmaktadır. Bireyler atomize edildiği için sınıf bilinci yok edilmiş ve kültür endüstrisinin kendisini nasıl koruduğu gösterilmektedir.

Düşünmekten uzak, kendi ürettiği metaların esiri haline gelmiş atomize edilen bireyler, kendi ürettikleri nesnelere doğaüstü bir güç atfetmektedir. Bu kapsamda üretilen nesne ise 'şeyleşmektedir'. Bu durumun en belirgin özellikleri medya tarafından verilmekte ve insanlar şeylerin tutsağı haline getirilmektedir. Bu bağlamda kültür endüstrisinin yaptığı şey anlamsızlaştırma ile tek yönlü bir düşünce pratiği oluşturmaktır. Böylelikle sisteme uyumlu bireyler yaratılarak kurulan planın dışına çıkılmamaktadır. Birey, bulunduğu sistem içerisinde bir özgürlük yanılması sokulmaktadır. Bu noktada Adorno (2007, s. 75), insanların tüm ihtiyaçlarının kültür endüstrisi tarafından karşılanacağı yanılgısının oluşturulduğunu dile getirmektedir. Atomize edilmiş bireylerin kültür endüstrisi tarafından nesne konumuna getirildiği vurgulanmaktadır. Bu konuma getirilen bireyin sürekli olarak tüketim olgusu içerisinde hareket

etmesi amaçlanmaktadır. Bu durum endüstriyel kültürün ortaya koyduğu bir düşünce pratiğidir. Featherstone'nin (2005, s. 38, akt. Özdemir, 2012, s. 14) düşüncesine göre kültür endüstrisinin boş zamanlarla olan ilintisi, kapitalist üretim ilişkisi içerisinde gerçekleşmektedir. Egemen olan düşünce pratiği üretimin sürekliliğini talep etmektedir. Bu kapsamda kültür kavramı, kendi değerini üretim süreci ve piyasanın düşünce pratiklerinin karşısında yenik düştükçe kültür, mübadele değeri karşısında boyunduruk altına girmektedir. Bu durumun karşısında kitlesel olarak atomize edilen bireyler, üretilen metaların manipülesine uğramaktadır.

Konumunu sağlamlaştıran kültür endüstrisi, tüketicinin ihtiyaçlarını belirlemekte ve onların gereksinimlerini yönetebilmektedir. Bu gereksinimleri kontrol altına alabilmekte, yanıltabilmekte, yönlendirebilmekte veya üretebilmektedir. İsteddiği takdirde ise eğlenceyi tam anlamıyla geri çekebilmektedir. Kültür endüstrisi işleyeceği konuları rastgele seçmesiyle de tanımlanabilmektedir (Horkheimer & Adorno, 2014, s. 192). Tam bir tahakküm kuran kültür endüstrisi içerisinde birey, pasifize edilerek kontrol altında tutulmaktadır. Ona sunulanların dışında bir seçeneği bulunmamakta ve bu durum bireyi, kendi ürettiği şeylerin esiri haline getirmektedir.

Adorno'ya (Adorno, 2007, s. 23) göre reklam, kültür endüstrisindeki zaferini tüketici üzerinde kurduğu yanılsamadan almaktadır. Sahte olduğu idrak edilmesine karşın, kontrol edilemeyen bir dürtü ile kültür metalarının alınıp kullanılması sağlanmıştır. Bu bağlamda Adorno, kitle kültürünü, "makyajsız ve süssüz" olarak adlandırmaktadır. Reklamlar, etkileme gücü yanında siyasi bir olgu olarak da görülmektedir. Reklamın sunduğu şeylerin sınırlı olması onun gücünü etkilemez çünkü ulaşma alanının bir sınırı bulunmamaktadır. İnsanlar, reklamın ele geçirme gücü karşısında kendisini müdafaa edememektedir (Berger, 1972, ss. 150-153). Reklamların, kültür endüstrisi içerisindeki önemi onun temelde gerçek olanı sunmasından değil, bir düş alemi sunmasından kaynaklanmaktadır. Bireyler üzerinde tahakküm kurmak isteyen kültür endüstrisi için reklamlar önemli bir yer tutmaktadır. Kültür endüstrisi içerisinde, reklamın önemli bir yerinin olması kültür endüstrisinin içerisinde olan tüm bireylere karşı öngördüğü şeyler, metanın mevcut olmasından kaynaklanmaktadır. Birey sisteme ayak uydurmalıdır, aksi taktirde tekelleşen sistem içerisinde eritilmektedir. Üretilmiş olan karşısında seçim yapan birey kendisine yakın olanı seçmek ve hazırlanmış göstergeler temel alınarak sisteme entegre olmak zorunda bırakılmaktadır.

Kültür endüstrisinin ideolojik olarak yok olabilmesi için, vaat ettiği şeylerin azalması ve yaşama değer katmak için sunabildiklerinin minimize olması ile gerçekleşebilmektedir (Horkheimer & Adorno, 2014, s. 196). Kendi içkinliği ile kültür endüstrisinin sadece bireyleri atomize ederek sahte tatminler ile oyalamak olmadığı görülmektedir. Tüm bireylerin, endüstrinin birer nesnesi olarak hayatlarına devam etmesi noktasın-

da kültür endüstrisi, bağdaştırıcı bir tutum sergilemektedir. Bu bağlamda gündelik yaşamdan uzaklaşmayı vaat eden sistem, bireylere sunduğu sınırlı seçeneklerle mutlu olmasını beklenmektedir.

2. Kültür Endüstrisi ve Yabancılaşma Kavramı

Modern toplumlarda görülen ve ilk olarak Marx tarafından tanımlanan yabancılaşma kavramı; bireylerin sosyal ve kültürel alanlarda kurulan ilişkilerde ve ortama uyum sağlamakta görülen güçlük olarak tanımlanabilmektedir. Bu durum karşısında birey, çevresine uyum gösterememekte ve kontrolü kaybederek yalnızlaşma süreci içerisine dâhil olmaktadır. Yaşanan durum karşısında birey kendini herhangi bir topluma veya kuruma ait hissetmemektedir (Akkaya, 2018, s. 597). Birey yabancılaşmayla birlikte, yaşadığı toplum içerisindeki aidiyet duygusunu yitirerek toplumsal bağlarını koparmaktadır. Birey kendi özgürlüğünü yitirerek yaratılan kültür endüstrisinin öznese haline gelmektedir. Endüstri içerisinde pasif konuma getirilen bireylerin düşünce pratikleri, görsel ve işitsel tüm medya organları tarafından kontrol altında tutularak yönlendirilmektedirler.

Tüketimin sembolik veya göstergesel anlamlarının bulunduğu düşüncesinde olan Baudrillard'a (2007, akt. Bulut & Gülcan, 2018, s. 691) göre tüketim nesnelere birey üzerinde yarattığı yabancılaşma, kültür endüstrisi ve eğlence kavramları ile örtüşmektedir. Kültür endüstrisinin, tüketime olan teşviki karşısında yabancılaşma kavramı da kendi içerisinde kırılma yaşamaktadır. Endüstrinin amacı, modern yaşam içerisindeki yalnızlığı ele geçirmektir. Birey ise bu durum karşısında endüstrinin aldattığı tarafına yani eğlence çağrısına cevap vermektedir. Bireyler böylelikle tüketim alanlarında aktif rol oynamakta ve çoğalarak topluma yayılmaktadır. Tüketim olgusunun gelişim göstermesi ile tüketimde farklılıklar yaşanmış ve kültür endüstrisinin teşvikleri ile ihtiyaçların ötesinde sembolik tüketim süreci başlamıştır. Marcuse'a (1990, s. 10) göre, bireye karşı dayatılan şeyin, birey tarafından özdeşleştirilmesi ve dayatılan şeyle bağlantı kurup tatmin seviyesine ulaşması, yabancılaşma olarak adlandırılmaktadır. Tüketim süreci içerisindeki bireyler, satın alma kararını ürünlerin markalarına ve bu markaların temsil ettikleri anlamlara göre yapmaktadırlar. Sosyal ve kültürel çevrelerinin düşüncelerine göre şekil almakta ve tercihlerinde değişiklikler yaşamaktadır.

Kültür endüstrisinin, ekonomik erkler tarafından kontrol altında tutulması ve yönlendirilmesi, toplumun bütünselliğinden yararlanılarak, kitlesel aklın yönlendirilebileceği gerçekliğini ortaya koymaktadır. Sistemin sürekli olarak yenilenmesine ihtiyaç duyan kültür endüstrisi içerisinde bireyler, kendi benliklerine karşı yabancılaştırılırken, bireylerin endüstriye karşı yabancılaşmaması hedeflenmektedir. Bireyden istenen, sistem ile tam bir uyumdur. Endüstri, bireyin kendisini, kol gücünü ve aklını satın almakta ve kapitalist ilerleyişini böylelikle idame ettirmektedir.

3. Kültür Endüstrisinde Sinemanın Yeri

Kültür endüstrisinin bu denli kapsayıcı ve kontrollü ilerleyişinin nedeni, onun kültürel ve sanatsal alandaki hızından kaynaklanmaktadır. Özellikle de sinema sanatıyla olan bağı onun sahte tatminler oluşturmasında, kapitalist üretim metalarını doğal göstermesinde kaynak oluşturmasından beslenmektedir. Bu bağlamda kapitalist üretim ve dağıtım ağlarının aktif olarak kullanıldığı ileri toplumlarda kültür endüstrisi sinema sanatıyla özel olarak ilgilenmektedir. Kültür ve sanat ürünleriyle iç içe geçen kültür endüstrisi bu ürünleri birer meta haline dönüştürmektedir.

Eleştirel teori düşünürleri, toplumu yönlendirme ve manipüle etme aracı olarak gördükleri basın yayın organlarından, radyo ve sinema için üst yapıdaki hâkim ideolojiye hizmet ettiklerini ve onları kolladıkları yönünde fikir birliğine varmaktadır (Kılıççelik, 2000, s. 222). Kitle kültürü yaratımında önemli bir rol oynayan basın yayın organlarının, istenilen değerleri iletme noktasındaki başarısı göz ardı edilmemektedir. Kültür endüstrisi, kitle kültürü aracılığıyla sadece hâkim ideolojiyi yaymakla yetinmeyip, bireylerin tercihlerini şekillendirerek onları kontrol altında tutma noktasında da başarı göstermektedir.

Kültür endüstrisinin bu denli kapsayıcılığı ve dünya üzerinde yaygın olmasının yanında, yönlendirme gücünün artarak devam etmesinin sebebi bir sanat olarak değil, radyo, televizyon ve sinemanın ticari bir endüstri olarak varlığını sürdürmesidir (Kılıççelik, 2000, s. 231). Bu bağlamda sinema, radyo ve televizyon bir sanat olmaktan çok kültür endüstrisinin bir kolu olarak ticaret haline dönüşmüştür. Diğer taraftan, görsel ve işitsel sektörlerin temel işleyişi, yaratılan veya üretilen şeyleri legal konuma getirerek pazarlaması ve bir ideolojinin sunulmasına aracılık etmesidir.

Kültür endüstrisi üretilen ve tüketilenler arasında bir bağ kurmaz, onun için bireylerin ihtiyaçlarının ne olduğunun bir önemi bulunmamaktadır. Sadece endüstri içerisinde var olan tekellerin, bireylere sunduğu yalancı ihtiyaçlar üzerinden kendisine pazar alanı oluşturmaktadır (Öngen, 2018, s. 9).

Gündelik hayat içerisinde kendisine yer bulan sinema, bireyleri etki altına almaktadır. Bu noktada izleyici, izlemiş olduğu film içerisinde kendine yakın olanla bağ kurarak özdeşleşmektedir. Horkheimer: "Sinema kendisini bir sanat dalıymış gibi gösterme gerekliliği hissetmez, kendisini herhangi bir ticari kar güden endüstri kolu olarak adlandırır." der (Şahin, 2021, s. 355).

Adorno'ya (2007, s. 55, akt. Koluvaçık, 2017, ss. 149-150) göre kavrayıcı söylemler içerisinde herkesi kucaklayacakmış hissi yaratan kültür endüstrisi, aslından ürettiği metayı değişik formlarda ve farklı fiyat politikalarıyla insanlara dikte ettirme yolunu tercih etmiştir. Dolayısıyla sinema sanatı içerisinde bireyler, aynı karakterler veya aynı

sonları izleyeceği filmlere rağbet göstermektedir. Bu bağlamda bireyler film içerisinde sürekli tekrara maruz bırakıldıkları için standartlaşmakta ve anlamı yitirme noktasında yalnızlaştırılmaktadırlar. Filmi izledikten sonra düşünmek zorunda bırakılmazlar veya farklı bir son hayal edemezler. Bu noktada izleyici pasifize edilmektedir. Gülenç'e (2015, s. 173) göre tek tipleştirilmenin amacı, düzenleyici toplumun ilkelerini oluşturmaktır. Yaşamsal bütün aktivitelerin benzerliği, insanların her ihtiyacının ve eylemlerinin standart bir ilke etrafından örgütlenmesiyle oluşmaktadır. Bu standartlaşma ölçülebilen, hesaplanabilen ve aynılaştırma ilkesi içerisinde teknik bir akıl tarafından gerçekleştirilmektedir.

Kapitalist üretim ilişkileri içerisinde kültür endüstrisi, üretilen şeylerin kullanıcılarını atomize etmekte ve onları kategorize etmektedir. Bu durum sinema filmleri için de yapılmaktadır. Tekelci üretim anlayışı içerisinde, üretilen şeyler en ince ayrıntısına kadar düşünülmekte ve istenilen etkiden sapma olasılığı bulunmamaktadır (Poyraz & Özalp, 2017, s. 375). Bu kapsamda üretilen her mal veya hizmet sembolik birer anlam taşımanın dışında, bireylerin anlamlı bütünü oluşturabilmeleri adına farklı mal veya hizmetlerin talep edilmesi ve bu talebin karşılanması adına bir zemin oluşturmaktadır. Bu durum, sinema sektörü için de aynı işlemekte ve tüketimin devamlılığını sağlamaktadır. Kültür endüstrisinin yegâne hedefi sürekli olarak tüketimin devamlılığı olduğu için saplantılı bir süreklilik amaçlamaktadır. Bu durum insanları birbirinden ayırtmaktan ve onları birbirinin kopyaları haline getirmektedir.

Kültür endüstrisinin sürekli olarak kendini yenilemesi gerekmektedir. Bu yenileme kendisini sanatta da göstermek zorunda ve bu durumu olumlayıp eğlenceli bir halde sunmak zorundadır. Bu yenilemenin amacı, sürekli olarak sunduğu sanatın onaylanması ve kabul gördüğünün teyidi için gereklidir. Böylelikle yaratılan düzen korunmaktadır. Rutli'ye (2011, s. 198) göre, film izleyicisinin izlediği şey, toplum üzerinde kurulmak istenen düzenin bir parçasını temsil etmektedir. Bu noktada doyuma ulaşana kadar, her ne tabu haline getirilecekse o ve türevleri gösterilmektedir. Böylelikle izlenen şeyin gerçek sanat yapıtı ile bir alakası kalmamıştır. Çünkü, kültür endüstrisi kimin üzerinde tahakküm kurmak istiyorsa ve neyi yasaklıyorsa onu izleyicisinin gözüne sokarcasına tekrarlamakta ve dikta ettirene kadar ima etmeye devam etmektedir.

Sinema film endüstrisi içerisinde üretilen birçok film kültür endüstrisinin hegemonyası altında şekillenmektedir. Bu bağlamda zaten sistem içerisinde ona sunulanlar arasında tercih yapmak zorunda bırakılan bireyler en haz aldıkları ya da mutlu olabilecekleri seçenekler arasından tercih yapmaktadır. Bu tercihler belirli bir kültürün ve aydınlanmanın sonucunda gerçekleşmektedir (Öngen, 2018).

Kültür endüstrisinin değişmeyen koşullarından biri, bireyleri istedikleri şeylerle bir

araya getirmektir. Bu kavuşmanın gerçekleşmesiyle bireyin sahte bir doyuma ulaşması amaçlanmaktadır. Kültür endüstrisinin kurbanları hiç durmadan manipüle edilmekte ve istenilen prototipe dönüştürülerek kapitalist üretim ilişkileri korunmaktadır. Kitle kültürünün desteği ile üretilen nesne karşısında yalancı ihtiyaçlara duyulan haz, kültür endüstrisini beslemeye devam etmekte ve onun kapsayıcılığını arttırmaktadır.

4. Yedinci Kıta (The Seventh Continent) Filmine Genel Bakış





Yönetmenliğini, Michael Haneke'nin yaptığı, senaryosunu Michael Haneke ve Johanna Teicht'in yazdığı, 1989 yapımı film, 1 saat 44 dakikadır. Yapımcılığını Veit Heiduschka'nın üstlendiği filmin başrollerinde, Dieter Berner, Birgit Doll ve Leni Tanzer yer almaktadır. Filmin temel çıkış noktasını oluşturan ailenin Georg ve Anna karakterlerinin sıradan ve sabit yaşantılarını ortaya koymaktadır. İçlerinde yaşadıkları büyük patlamalardan ise en çok çocukları Eva nasibini alır. Yaşadıkları düzen içerisinde, kendilerine yer bulamayan karakterler, içinde yaşadıkları sistemin bir parçası olmak yerine intihar ederler. Michael Haneke'nin, ilk uzun metrajlı filmi olarak bilinen Yedinci Kıta, kent üçlemesi olarak bilinen filmlerinin ilk bölümüdür.


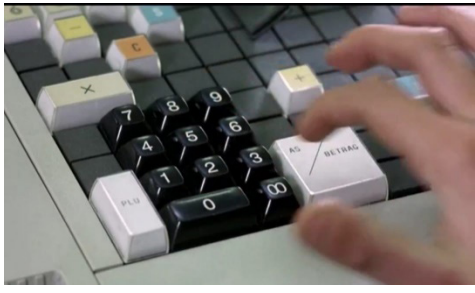

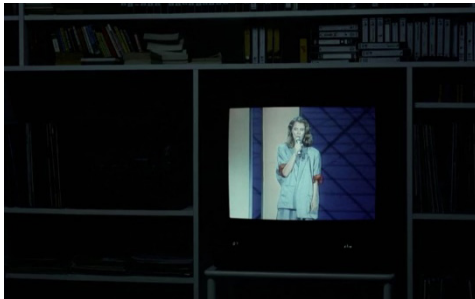

5. Yedinci Kıta Filminin Analizi

Film, birçok açıdan Haneke anlatısının ağır olarak kullandığı toplumun en küçük yapı taşı olan bir aileyi konu almaktadır. Kültür endüstrisi içerisinde şekillenen kitle kültürünün yapısı film içerisinde doğal bir süreç olarak sunulmaktadır. Bu kapsamda film, kültür endüstrisi kavramı çerçevesinde okunabilmektedir. Stabil bir yaşantı süren Anna, Eva ve Georg'un gün içerisinde yaptığı aktiviteler birbirini tekrarlamaktadır. Yaratılan bu evren içerisinde bireylerin atomize edilmiş halleri Haneke'nin oyuncu yönetimindeki ustalığı sayesinde anlam kazanmaktadır. Karakterlerin donuk yapısının yanında ustaca tercih edilen mekân kullanımı bireylerin yaşadıkları sistem içerisinde nasıl anlam kargaşası içerisine girdiklerini göstermektedir.

Film içerisinde, karakterlerin hissiz, duygulardan uzak, robotik hareketleri ve konuşmaları, kültür endüstrisi içerisindeki insanların temsilleri niteliğindedir. Nitekim kültür endüstrisinin planladığı ve olmasını istediği insan stereotipi üzerinden, karakterlere bakıldığında yabancılaşma, yalnızlık ve asosyallik gibi duyguların varlığı gözlemlenmektedir. Kültür endüstrisinin yaratmak istediği bireyler film içerisinde sadece görsel bir sunumla yetinmemektedir. Yazılan diyaloglar çerçevesinde de bireyi özne konumuna getirerek yaşadığı sisteme ve kendi benliğine karşı yabancılaştığı görülmektedir.

Tablo 1: Filmin görsel anlatısı

Sahne	Görsel İçerik	Uzam	Sahne İçeriği
02:55		Mekanik Araç Yıkama Sistemi/ Dış	Anna, Eva ve Georg Araç Yıkama Sistemi İçerisinde İlerlemektedir.
04:10		Reklam Afişi/Dış	Reklam Afişi.
04:29		Yatak odası, Komodin Üzerindeki Çalar Saat./İç	Anna ve Georg'u Uyanırdıran Çalar Saat Ve Oda Lambası.
09:16		Açık Otopark/Dış	Georg'un İş Yerinin Açık Otoparkı.

17:19		Market İçi Re- yon/İç	Anna, Market Alışve- rişinde Reyonları Gez- mekte.
18:42		Market, Yazar Kasa/İç	Market Yazar Kasası.
19:06		Market, Yazar Kasa/İç	Yazar Kasadan Çıkan Fiş.
31:04		Evin Sa- lonu, Te- leviz-yon Ünitesi /İç	Anna, Georg ve Erkek Kardeşi İle Eurovision Şarkı Yarışmasını İzler.
43:37		Okul, Spor Sa- lonu/İç	Eva'nın Spor Dersinde, Arkadaşlarıyla Engeli- den Atlaması.

58:48		Market, Şarküteri Reyonu/ İç	Anna'nın Son Yemekle- ri İçin, Şarküteri Rey- nundan Yaptığı Alışve- riş. Şarküteri Ürünleri.
01:02:25		Hırda- vat-çı, Raf/İç	Georg'un Balyoz Se- çimi.
01:02:31		Hırda- vat-çı, Raf/İç	Georg'un Makas Se- çimi.
01:17:51		Evin Giyinme Odası/İç	Anna'nın Raflarda Bu- lunan Elbiseleri Parça- laması.

01:21:08		Evin Salonu/İç	Anna'nın Rafta Bulunan Plakları Parçalaması.
01:31:20		Evin Banyosu/İç	Anna ve Georg'un Paralarını Klozete Atmaları.
01:46:04		Evin Yatak Odası/İç	Anna, Eva ve Georg'un Yatakta Yatan Ölü Bedenleri ve Yayını Kesilmiş, Karıncalanan Televizyon.
01:46:21		Evin Yatak Odası/İç	Karıncalanan Televizyon.

Kültür endüstrisinin ilk hedefinin aile yapısı olması, seçilen konu ve filmin anlatısı özelinde bütünlük sağlamaktadır. Otomobil içerisinde, mekanik bir araç yıkama sisteminde ilerleyen Anna, Eva ve Georg'un, (02:55), uzun tutulan sahne içerisinde diyalogsuz gösterilmeleri, kitle kültürü içerisindeki bireyin nasıl asimile edilerek etkisizleştirildiklerini göstererek filmin devamı hakkında ön izleme yapma imkânı oluşturmaktadır.

Filmin başında olduğu gibi alışveriş sahnelerinde de yönetmen, oyuncuların yüzünü göstermek yerine sahne içerisindeki ürünleri, markaları ve nesnelere göstermektedir. Bu kadraj tercihleri, yönetmenin odak noktası hakkında izleyene bilgi vermektedir. Yönetmenin kadraj içerisinde (17:19), (58:48), oyuncularından çok ürünlere yer vermesi tüketim çılgınlığının sadece bu aile ile sınırlı tutulmadığını, ailenin burada bir temsil olduğu fikrini yansıtmaktadır. Bu temsil içerisinde özelden genele gidecek şekilde insanların gündelik hayatları içerisinde tüketimin ne kadar etkin bir hale geldiği vurgulanmaktadır. Film içerisinde görünen fabrika, makine ve elektronik sistemler gibi bazı mekân ve cihazlar üzerinden oyuncuların robotik hareketleri anlam kazanmakta ve benzerlik göstermektedir.

Filmin ritminde yaşanan farklılıklar kültür endüstrisinin kapitalist düşüncesi çerçevesinde değişiklik göstermektedir. Filmin durağan ilerleyen akışı tüketimin gerçekleşeceği mekânlarda artış göstermekte ve filmin ritminde ani değişiklikler görülmektedir. Yapılan bu kurgusal değişim tüketim evreni içerisinde oldukça hızlı bir şekilde değişmekte, adeta kültür endüstrinin tüketimden beklediği hıza vurgu yapmaktadır. Sürekli olarak empoze edilmeye çalışılan bu tüketim çılgınlığı sistemin sürekliliğine gönderme yapmaktadır.

Aracın mekanizma içerisinde çıkmasıyla “Avustralya’ya hoş geldiniz” (04:10), afişi tüm çerçeveyi kaplamaktadır. Kültür endüstrisinin eğlence üzerine kurulu yapısına atıfta bulunmaktadır. Filmin isminin Yedinci Kıta oluşu bu yerin gerçek varlığı ile özdeşim kurulmasına imkân tanımaktadır. Milyarlarca plastik atığın bulunduğu bu yer ile filmde mükemmel bir plajın gösterildiği afiş arasındaki farka gönderme yapılmaktadır. Kültür endüstrisinin sistematik ve planlı yapısı içerisinde kitlelere sunduğu şey de tam olarak bu sahne içerisinde vurgulanmaktadır. Oluşturulan kitle kültürü, tüketilmesi istenen metallerin nasıl algılanması gerektiğinin ve insanları nasıl manipüle ettiğinin delili niteliğindedir. Bu bağlamda insanların boş zamanlarına saldıran sistem, onları düşünmekten alıkoymakta ve eğlence vaadiyle sunduğu ürünler ile onları oyalamaktadır.

Toplumsal veya sosyolojik olarak bireyin içerisinde bulunduğu ortam ya da zamandan uzaklaşması, birbirleriyle iletişimden kaçınmalarına sebep olan yabancılaşmayla, film ile bütünlük sağlayan diğer bir kavram olarak karşılaşılmaktadır. Sistemin, hâkim ideolojik düşüncenin ve yaratılan endüstriyel kültürün yanı sıra kitle kültürünün gerekliliğini yerine getiren bireylerin kendine, emeğine, ihtiyaçlarına ve önceliklerine karşı yabancılaşması Anna ve Georg’un yaşamlarını özetleyen terimler olarak film içerisindeki yerini almıştır.

Film içerisindeki zaman kullanımı da kültür endüstrisinin beklentileri doğrultusunda

yaşayan karakterlerle ilişkilendirilebilir. Afiş sahnesinin hemen devamında karakterler saat 06.00'da (04:29), kalkarak günlük rutinini gerçekleştirir ve işe giderler. Karakterler zamanlarını yaşamaktan daha çok tüketmektedir. Zamanı gelen ve gerçek değerini yitirerek birer meta haline gelen unsurları, eşyaları, duyguları yahut ürünleri harcayarak bir tüketim döngüsü halinde zamanı kullanmaktadırlar.

Filmin bir sahnesinde Anna karakteri, çocuğuna "Kör olduğun fikrine nasıl kapıldın? Deli Misin?" sorusunu yöneltilmektedir. Çocuk körmüş gibi davrandığını kabul ettiğinde ise annesi, çocuğa tokat atmaktadır. Aslında film içerisindeki çoğu karakter, kendi benliğine karşı kör taklidi yapmaktadır. Onları bu taklide iten ise kültür endüstrisinin kitlesel olarak yaratmaya çalıştığı tek tip birey çılgınlığıdır. Film içerisindeki karakterler, endüstrinin bir parçası haline dönüşmesine rağmen, tüketildiklerini görmezden gelerek yaşamaktadırlar.

Kitle kültürü içerisindeki bireylerin tüketime olan yatkınlığı, üretilen metalar üzerinde sınırlı değildir. Bireyler bu asimilasyon karşısında kendi öz benliklerini de tüketmektedirler. Bu nedenden dolayı görülen ruhsal şiddet ve tokat sahnesi gibi fiziksel şiddetler, tüketim toplumlarının bir sonucu olarak ilişkilendirilebilir.

İstedikleri her şeye sahip olabilmeye duyduğu, karakterlerin kendilerini yalnız hissetmelerine neden olmaktadır. Filmin ortalarında anne ve çocuğun arasında geçen sohbet de bu duruma örnek gösterilebilmektedir. Sahne içerisinde anne, çocuğuna "Kendini bazen yalnız hissediyor musun?" sorusunu sormaktadır. Bu durum aslında az önce bahsedilen tüketimin hat safhada tutulduğu kültür endüstrisi içerisinde görülen yalnızlık durumuyla ilişkilendirilebilir. Çünkü anne de diğer karakterler gibi yalnızlık çekmektedir ama film boyunca bu yalnızlık sorusuna hiçbir karakter net bir şekilde cevap verememektedir. Çünkü oluşturulan tüketim sistemi içerisinde istedikleri her şeye erişebilmekte ve kullanabilmektedirler. Bu durum ise film boyunca onları bir anlamsızlığa ve duygusuzluğa yöneltilmektedir. Bu yüzden film içerisinde sevgi ve mutluluk hislerinin tadılabileceği bir sahne görülmemektedir.

Kültür endüstrisinin, istediği tüketim evrenine uyan bu aile modern batı toplumunu simgelemektedir. Evlerinin içerisinde görülen kıyafetler, plaklar, televizyonlar bir ihtiyaç değil aksine ihtiyaç sonrası alınmış ürünler yani tüketim fazlalığıdır. Buradaki tüketim, yaratılmış olan tüketim toplumunun ne denli ilerlediğini ve tüketimin aşırılığını göstermek için kullanılmıştır. Bu doğrultuda üretilen yalancı ihtiyaçlar karşısında bireylerin sisteme ayak uydurdukları sonucu doğmaktadır.

Kapitalist üretim ilişkileri içerisinde gelişen ve kitle kültürü aracılığı ile kendisine zemin hazırlayan kültür endüstrisi, sürekli olarak üretmeyi ve bu ürünlerin tüketil-

mesini amaçlamaktadır. Üretilen nesnelere pazar içerisinde hızlı bir şekilde dolaşıma sokulmakta ve insanlar üzerinde kurulan algı sayesinde tüketilmesi hedeflenmektedir. Film içerisindeki marketlerde arda ardına dizilmiş, tüketilmeyi bekleyen yığınların gösterilmesi, kültür endüstrisi kavramı içerisinde değer kazanmaktadır. Marketlerin yanı sıra sürekli olarak (18:42), (19:06), para, kasa, fiş, hesap makinesi, sayaç gibi aygıtların tüketim toplumlarında sıkça kullanılır olması da anlam bütünlüğünün eseridir.

Kitlesel olarak üretilen metalar karşısında manipüle edilen birey, bir karmaşanın içerisinde düşmektedir. Bu karmaşa, kendilerine yabancılaşan aile bireylerinden, Georg'un balyoz seçimi sırasında sunulmaktadır. Karakterler, hayatlarındaki boşlukları ve anlamsızlıkları tamamlamak için tüketim halinde oldukları ürünlerden kurtulma çabasına girmektedirler. Lakin bu çabayı gösterirken sahip oldukları kültür metalarını parçalamak için bile yeni malzeme ve ekipmanlar alarak (01:02:25), (01:02:31), kendilerini sistematik olarak dizayn edilmiş tüketim döngüsü içerisinde bulurlar.

Kültür endüstrisi içerisinde üretilen kültür metaları değerini yitirerek nesnel bir taklide dönüşen nesneyi ifade etmektedir. Bu durum filmi temel alarak yorumladığı takdirde tüketilmeyi bekleyen nesnelere değerinin yok olması ve sıradanlaşarak yabancılaşmanın farklı bir boyuta taşınmasıyla tükettikleri birçok nesneye karşı yabancılaştıkları gözlemlenmektedir. Film içerisinde tüketilen bir başka şey ise ataerkil toplum düzenidir. Anna'nın film içerisinde modern batılı topluma uygun bir şekilde çalışıp maddi özgürlüğünü kazanmasının yanı sıra, ataerkil toplum düzeninin kadın kimliğine olan tüketimi gözükmektedir. Ev işlerinden, yemek yapmaya, çocukla ilgilenmekten, cinsel bir dürtü olarak kocası ile ilgilenmeye kadar sistemin ondan istediği gibi davranmaktadır.

Tüketim alışkanlıkları içerisinde sıkışan bireyin, benliğine karşı yozlaştığına dikkat çekilmektedir. Öyle ki bu yozlaşma sonucunda oturmuş bir hayatın, yaşanılabilir bir durum olmadığı farkındalığı oluşmaktadır. Endüstri içerisinde ve belirli bir ideoloji altında tüketilenin insanın bizzat kendisi olduğu da ailenin intiharı ile anlaşılabilir. Bu bağlamda filmin sonu ile sisteme uyum göstermeyen bireye karşı kültür endüstrisinin tavrı örtüşmektedir. Tüketilen nesnenin aslında insan olduğu, kurulan sistem içerisinde duyguların da tüketildiği ve Maslow'un yaşam hiyerarşisi içerisinde bulunan fizyolojik, güvenlik, sevgi, ait olma, saygınlık ve kendini gerçekleştirme gibi insani ihtiyaçların dahi tüketildiği görülebilmektedir.

Film içerisinde karşımıza çıkan diğer bir kavram ise sembolik tüketim kavramıdır. Modern toplum içerisinde var olma çabası, bireyin kendi bulunduğu sosyal sınıfın gereksinimlerini tamamlayarak, bireyi sembolik tüketime yönlendirmektedir. Günümüz toplumları uzun yıllardır üretmenin çok ötesinde tüketmeyi benimseyen ve tüketimi

evrensel düzeyde gerçekleştirmeyi hedefleyen bir sistem içerisinde. Bu durumu filmin son yarım saati içerisinde görmek mümkündür. Bu alışkanlıkların hepsinden arınmak isteyen aile, o ana kadar yapmış olduğu bütün sembolik tüketim materyallerini parçalayarak kendini büyük bir ideolojinin içerisinde saf dışı kılmayı hedeflemiştir. Bunu gerçekleştirirken (01:17:51), (01:21:08), arabalarını satmaları, televizyonu parçalamaları, plakları kırmaları, elbiselerini yok etmeleri ve en önemlisi ise bu sembolik tüketim çığırına yol açan, zemin hazırlayan parayı klozete atarak yapmaktadırlar.

Arabayı satarken bir hurdalıkta oldukları ise ikinci bir detayı göstermektedir. Tüketimin hat safhaya ulaştığı etrafta bulunan araba yığınları tarafından metaforlaştırılmış ve tüketimin ihtiyaçlar ötesine geçerek sembolik bir hal aldığı da biz seyircilere aktarılmıştır. Film içerisinde karakterler bütün bu sisteme başkaldırı olarak intihar etme hazırlığı içerisine girdikleri anda bile üst sınıf bir kahvaltı sofrası ile buluşmaları ve eve sipariş almaları da buradaki sembolik tüketime örnek olmaktadır.

Belirli bir üst akıl tarafından tasarlanan, sunulan, pazarlanan ve ihtiyaçlar listesine sokulan metalar ile muhtaç duruma gelmemiz kaçınılmaz olmuştur. Bu durum ise yeni olanın, asıl ihtiyaç olduğu duygusunu doğurmaktadır. Bu süreç içerisinde ihtiyaçların ötesinde olan tüketim, karşımıza değişim değeri kavramını çıkarmaktadır. Georg ve Eva'nın satmış oldukları araba asıl olan ulaşım ihtiyacının üzerinde bir değere sahiptir. Filmin bir gazete haberinden esinlenerek çekilmesi olayın geçmiş olduğu 1989 yılı hakkında bilgi sahibi olma avantajını sunarken, satılan arabanın (09:16), dönemin en iyi markası olan Ford'un yeni ürettiği bir araba olması ile değişim değerini açıklamaktadır.

Evin dışına, sadece tüketim yapmak veya işlerine gitmek için çıktıkları görülen bu aile için yabancılaşma terimi ailenin net bir tanımı olarak yer alır. Çünkü bu insanlar, yaşadıkları toplumdan uzaklaşarak sadece sorumluluklarını yerine getirerek, monotonlaşan bir hayat sürmektedirler. Georg'un her gün aynı şekilde ve aynı sırayla ayakkabısını bağlaması, Anna'nın her gece Eva'ya dua ettirmesi ve ışığın kapanması gerektiğini anlatması, her gün aynı saatte çalan alarminin gözükmesi, araba yıkanırken izlenen diyalogsuz sabit sahneler ile Haneke, yarattığı karakterlerin robotlaşan bireyler olduğunu göstermektedir. Bu durumu net bir şekilde gösterdikten sonra yaşanan kırılma ve arınma çabası ile bu yabancılaşmadan kurtulmanın yolu ise kendilerinden vazgeçmek olduğu gösterilmiştir.

Film içerisinde kültür endüstrisinin tüm çabaları ve işleyişini birebir gösteren Haneke bu durumu film içerisine muazzam bir şekilde yerleştirmiş ve buna karşı bir başkaldırı sergilemiştir. Baskın ideoloji tarafından sistematik bir düzen içerisinde yaşayan aileyi pasifleştirmiş ve tüketime olan yatkınlıklarını arttırmıştır. Filmde, kapitalist düzen içe-

risinde varlığını sürdüren aile etkisiz hale getirilerek sistemin insanı olmaları beklenmiştir. Böylelikle gösteri tartışılmaz bir hal almıştır. Fakat film buna bir tepki olarak, başkaldırıcıyı izleyicisine sunmaktadır. Bir yandan ise bu başkaldırıcı esnasında sistem tarafından dolaşıma sokulan kültür metaları yok edilmiş ve sistemin pasifleştirdiği insan, kontrolü ele alarak intihar etmiştir. Bu noktada sembolik tüketim örneği olarak gösterilen mükemmel veda yemeğinde sınıfsal bir üstünlük gözükürken bir yandan ise endüstrinin eğlence olarak sunduğu algı, arzulara yönelik yapılan tüketimin temsili olmaktadır.

Film içerisinde ailecek ve Anna'nın erkek kardeşi ile izlenen (31:04), televizyon programı Eurovision şarkı yarışmasıdır. İnsanların ve ülkelerin her konuda yarış içerisinde olması bu durumun maddi bir getirisi olmasından kaynaklanmaktadır. Maddi bir getirinin yanı sıra sadece nesnelere değil sahip olunan her şeyin kültür endüstrisi için tüketim nesnesi olarak görüldüğü gerçeği ortaya çıkmaktadır. Bu sahnede izlenen şeyin (müziğin birleştiriciliği) değil evrensel bir değer olan müziğin de tüketilmesidir. Sanatçıların, beste ve güftelerinin önemini kaybettiği, siyasal bir gerçekliğin içerisinde bulunan Eurovision şarkı yarışmasını kazanan ülkenin kendi reklamını yapması ve turist çekebilmesi için kurulan bir platform olarak görülmesine neden olmaktadır. Böylelikle tüketim kavramı hayatın birçok yerine nüfuz ederek birçok şeyi meta haline dönüştürmektedir. Buradaki yarış hali bize aynı zamanda kitle kültürü içerisindeki şiddet kavramının altında yatan sınıfsal çatışma halini somut bir şekilde sunmaktadır.

Eurovision kültürünün yanı sıra film içerisindeki karakterlerin sanata olan bakışlarına ve sanat anlayışlarına da yakinen bakmak gerekmektedir. Çünkü kültür endüstrisi, sanatı işlevini yitirerek tüketilmesi için bir araç haline dönüştürmeyi amaçlamaktadır. Kültür endüstrisi içerisinde yaşamını süren bireyler, sanatçının işlemiş olduğu konudan ziyade, sanatçının toplumsal statüdeki yeriyle veya onun popülerliğiyle daha yakın bir şekilde ilgilenmektedirler. Film içerisinde az da olsa görülen tablolar bu durum hakkında ipuçları vermektedir.

Film içerisinde emekli olması beklenen Georg'un, yöneticisinin ona olan öfke dolu bakışları ve emekli olduktan sonraki mahcup tavırları ile sosyal alanda kurulan statü farklılığının endüstriyel kurbanları ve bencilleşen kötülerini yaratmasındaki başarısından kaynaklanmaktadır. Bir diğer açıdan bütün bu hegemonyaya başkaldırıcı içerisinde kitlesel şiddet kavramı, televizyon, diğer medya unsurları ve refah düzeyine bağlı olarak sözlü veya yazılı kaynaklarla dayatılmaktadır.

Son sahnede, karakterin duvardan kaldırdığı esnada görülen tablolar, karakterlerin içinde buldukları atmosferi anlatır niteliktedir. Lakin kullanım amacına bakıldığında, dekoratif bir öğe olarak yerleştirildikleri görülmektedir. Bu durum karakterlerin,

sanatın veya hayatın içinde olmadıklarını, sanat içerisinde de bir tüketim halinde olduklarını göstermektedir. Tablolar da gözükken gökyüzü, doğa ve ağaç gibi görüntüler karakterlerin insani duygularını yansıtmaktadır.

Bu sahnenin hemen devamında kıyafetlerin kesildiği görülmektedir. Kıyafetler neredeyse film boyunca tekdüze ve renksizdir. Film evreni içerisinde seçilen kostüm, saç, makyaj ve dekorlar pastel tonlarda kullanılmaktadır. Bu durum ise kültür endüstrisinin yarattığı sıradanlaşmaya ve tek tip bireyler yaratımına bir örnek olarak gösterilebilir. Endüstriyel kültürün içerisinde üretilen nesnelere yapısal bakımdan birbirlerine benzemektedir fakat satış esnasında sanki kişiye özelmış onun için üretilmiş gibi sunulmaktadır.

Film içerisinde değinilen diğer bir konu ise kitleleşme kavramıdır. Metaforik olarak film içerisinde eserleri veya ürünleri çoğaltmak, kitlesel olarak tüketmek verilmektedir. Burada toplum olarak benzerlikler ve tüketim alışkanlığındaki sıradanlık filmin izleyicisine sunulmuştur. Eva'nın spor dersi esnasında bir engelin üzerinden hocanın komutu ve yardımıyla arkadaşları ile yüzleri gözükmeden atlamaları (43:37), bu durumu özetlemektedir. Bu sahnede amaç tüketimin kitlesel bir boyuta ulaştığının ve toplumları etkili bir biçimde bütünleştirdiğinin vurgusudur. Yüzleri gözükmeyen bu öğrencilerin gelecekte sistematik olarak yaratılan bu kitle kültürüne dahil olacakları bir metafor olarak verilirken yüzlerinin gözükmemesi durumu ise bu bireylerin yaratılan sistem içerisindeki bir çarklı olduklarının sonucudur.

Kültür endüstrisi içerisinde reklamlar üzerinden toplumda bir algı yaratılmakta ve üretilen kültür metalarının bir an önce tüketilmesi için görsel ve işitsel medyanın gücünden yararlanılmaktadır. Filmin üçüncü bölümü içerisinde arabayla yolda ilerleyen aile bireyleri billboard reklamları, afiş ve buna benzer birçok reklama maruz bırakılmaktadır. Bu sahneler aracılığıyla kültür endüstrisinin, insanı tüketime teşvik edecek unsur ve araçların ne denli aktif kullanıldığını göstermektedir. Kültür endüstrisi, gündelik hayatın içerisinde insanlara sunduğu birçok gösterge ile ihtiyaçların ötesinde bireyleri tüketime yönlendirmektedir. Bu yaklaşım film anlatısı içerisinde de reklam ve göstergeler üzerinden aktarılmaktadır.

Yine son sahnelerde gerçekleşen karakterin, annesi ve babasına yazmış olduğu mektubun seslendirildiği an içerisinde yönetmen alışveriş ve tüketim görüntüleri kullanmıştır. Mektup içerisinde de belirtildiği gibi karakter ve ailesi, hayatları adına önemli kararlar almışlardır. Film içerisindeki bu tarz büyük kararlar bile görüntü tercihlerinden yola çıkarak insanların sürekli tüketim halinde olduklarını izleyene aktarmaktadır. Karakterlerin hayati kararları arasında bile, tüketimin vazgeçilmez bir unsur olduğu vurgulanmaktadır.

Ayrıca filmin genel havası içerisinde, soğuk ve karanlık tonlarda renkler kullanılırken alışveriş sahnesi gibi karakterlerin, tüketim içerisinde oldukları sahnelerde daha canlı ve renkli görüntüler tercih edilmiştir. Aslında bu durum yine yönetmen Michael Haneke'nin, karakterlerinin durumlarını yansıtırken verdiği ipuçları arasında gösterilebilir. Karakterlerin, alışveriş gibi tüketim dışı sahnelerin genelinde soğuk renklerde kalması, onların hoşnutsuzluğunu ve soğukluğunu izleyene yansıtmaktadır. Alışveriş ve tüketim içerisinde oldukları sahnelerde ise daha renkli görüntü unsurlarının kullanılması ise film içerisindeki karakterlerin daha memnun ve rahat duygular içerisinde olduklarını göstermektedir.

Haneke'nin gözünden izlenen bu aile kendi benliklerinin kaybolduğunu ve kurulan bu düzen içerisinde yok olduklarının farkına varmışçasına uzun soluklu bir katarsis yaşamaktadırlar. Burada izlenen arınma yöntemi ise hayatlarında var olan bütün bu tüketim alışkanlıklarından oluşan ihtiyaç fazlası ürünlerden kurtulmaktır. Giysiler, plaklar, gıda ürünleri, depolama araçları ve en mühimi olan ise bütün bu tüketimi sağlayan ana unsuru yok etmektedirler, yani parayı (01:31:20).

Dikkat edilmesi gereken en büyük nokta çarpıcı bir şekilde sonlanan bu ailenin ölümüdür. Bireyin, yaratılan bu endüstri içerisinde kendisine yabancılaşması ve her anlamda insana dair bütün özelliklerin tüketildiği anlaşılmaktadır. Yönetmen bu durumdan kaçmanın tek bir yolu olduğunu hazin bir şekilde aktarırken tüketim olgusu içerisinde var olan kitle kültürü ve tüketim kültürünün hayata ne denli işlediğini de göstermektedir. Karıncalanan televizyon görüntüsü ile biten bu film aslında izlenen ailenin, alt bir metin olarak kendi filmlerinin de bittiğini göstermektedir (01:46:04), (01:46:21).

Sonuç

Gittikçe endüstrileşen dünya içerisinde tüketim hali de günden güne insanlar arasındaki etkileşim ile artmaktadır. Endüstri, insanı sadece tüketen ve çalışan bir nesne olarak sınırlamaktadır. Bundan mütevellit Yedinci Kıta filmi, tüketim etkilerini, izleyicisine daha iyi sunabilmek adına bir aile yapısından yola çıkmaktadır. Film içerisinde aktarılan tüketim durumu satın almanın ötesinde insanı boşluğa iten bir tüketimin varlığına işaret etmektedir. Çünkü kültür endüstrisiyle birlikte artık insanlar statü ve mevki adına tüketmekte veya harcamaktadırlar. Baudrillard'ın tüketim kültürü kavramı tanımında belirttiği gibi tüketim kültüründe, tüketilen nesnelerin birer araç olarak görüldüğü, statü veya prestij sağlamak adına tüketilen nesnenin anlamında kurgusal bir değişiklik yaşanmıştır. Tüketilen nesnenin sahibi olabilmenin yolu ise tekrara düşen tüketim alışkanlığındaki tekdüzeliktir (Kınay, 2014, s. 103). Genel olarak tüketim toplumundaki insanlar, aldıkları her ürünü yahut hizmeti bir statü olarak görmektedirler.

Adorno'ya göre, "Bireyselliğin kültür endüstrisinde bir yanılısma haline gelmesi, yalnızca üretim tarzının standartlaşmış olmasından kaynaklanmaz. Bireyselliğe, ancak bireyin genel olanla kayıtsız şartsız özdeşleştiğine ilişkin bir kuşku kalmazsa göz yumulur" (2007, s. 91). Film içerisindeki karakterlerin ruhsal sorunları ve ani duygusal değişiklikleri aslında kültür endüstrisinin bir sonucu şeklinde filmde işlenmektedir. Çünkü insanlar, bir duygu veya haz olmadan tükettikçe kendilerine, hatta ailelerine dahi yabancılaşmaktadırlar. Film, bu duygu körelmesinin, insanların birbirlerine ve kendilerine karşı yabancılaşma durumlarını da karakterlerin birbirleri arasındaki diyaloglar ve hareketler üzerinden izleyicisine aktarmaktadır.

Tüketim olgusu içerisinde değinilen bütün alt başlıklar bu film ile görsel bir anlatı haline gelerek izleyicisine düşünme imkânı sağlamaktadır. Adorno ve Horkheimer'ın tanımını yaptıkları, kültür endüstrisi olgusu içerisindeki kavramlar netlik kazanmaktadır. Kültür endüstrisine net bir gönderme yapan Yedinci Kıta filmi, adeta endüstriye karşı bir eleştiri niteliği taşımaktadır. Bu bağlamda kültür endüstrisinin birey üzerindeki etkisi gösterilerek, sistem ile tam bir uyum içerisindeki bireyler sembolize edilmektedir. Tekelci anlayışa sahip olan kültür endüstrisi içerisinde, aidiyet duygusunu yitiren bireylerin sistem tarafından nasıl aforoz edildikleri de film anlatısı içerisinde yerini almaktadır.

Metalaşma, yeniden üretim, planlı yaşama, sisteme uyum gösterme, toplumsallaşmaktan kaçınma gibi kavramlar Yedinci Kıta üzerinde anlam kazanmaktadır. Bu çerçeveden bakıldığında sinema filmleri içerisinde eleştirel bir taraf benimseyen bu film, aynı zamanda endüstriyel bir sektör haline gelen sinema sektörü içerisinde de farklı bir bakış açısı yaratmaktadır. İzleyicisini, destekçi olarak gören kültür endüstrisi, bireyin destekçi tavrını sistemin bir parçası niteliğinde görmektedir (Horkheimer & Adorno, 2014, s. 164).

Bütün bunların yanı sıra kültür endüstrisinin, eğlence üzerine kurulu bir yapısı karakterlerin iç dünyasının nasıl şekillendiğini ve alışkanlıklarının nasıl oluştuğunu da aktarmaktadır. Kültür endüstrisinin bilinçli azınlıklar tarafından yönetildiği ve bayağılaşmış yapısı içerisindeki bireyleri ne denli duygusuzlaştıklarını ve tek tipleştiklerini Anna, Eva ve Georg'un yaşantısıyla örneklendiren Haneke'nin başarısı gözler önüne serilmektedir. Kültür endüstrisi içerisinde bireyler kendi ürettikleri şeylerin esiri haline gelmektedirler. Sistem ile tam bir uyum içerisinde varlıklarını sürdürmektedirler. Bireylerin bu düzen içerisinde yaşadıkları en temel sorunun 'anlamın kaybolması' olduğu da karakterler üzerinden gösterilmektedir. Reklamların, kültür endüstrisi içerisindeki önemi de yine karakterler etrafında dönen reklamların gerçek olanı sunmasından değil, bir düş alemi sunması ile anlam kazanmaktadır.

Tüm bu veriler ekseninde yönetmen Michael Haneke, kendine has anlatı tarzıyla sinematografik açıdan, kültür endüstrisi kavramına dair metinsel bir okuma yapılabilmesine imkân sağlamaktadır. Hikâyesini gerekli dekor, renk, kamera açıları ve oyunculuk gibi öğeler üzerinden başarılı bir şekilde izleyicisine aktarmaktadır.

MAKALE BİLGİ FORMU

Yazar(lar)ın Katkıları: Yazar çalışmaya %50, %50 katkı sunmuştur.

Çıkar Çatışması Bildirimi: Yazar tarafından potansiyel çıkar çatışması bildirilmemiştir.

Destek/Destekleyen Kuruluşlar: Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kar amacı gütmeyen sektörden hibe alınmamıştır.

Etik Onay ve Katılımcı Rızası: “Kültür Endüstrisine “Yedinci Kıtadan” Bakmak” başlıklı çalışma etik kurul onayı gerektirmemektedir. Yazım sürecinde bilimsel, etik ve alıntı kurallarına uyulduğu, toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmadığı yazar tarafından beyan edilmiştir.

Kaynakça

- Adorno, T. W. (2003). Kültür endüstrisini yeniden düşünürken. *Cogito Dergisi*. 76-84.
- Adorno, T. W. (2007). *Kültür endüstrisi kültür yönetimi* (12 baskı.). Tüzel, M., Ülner, N. & Gen, E. (Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Akkaya, Ü. H. (2018). Kültür endüstrisi, popüler kültür ve yabancılaşma bağlamında medya din ilişkisi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 11(59), 590-606.
- Berger, J. (1972). *Görme biçimleri*. Selman, Y. (Çev.) İstanbul : Metis Yayınları.
- Bulut, Y., & Gülcan, B. (2018). Kültürel yabancılaşmaya bağlı otantiklik arayışına türk dünyası turizmi cepheden bakış. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 7(4), 687-702.
- Gülenç, K. (2015). *Frankfurt Okulu eleştiri, toplum ve bilim*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Haneke, M. (Yöneten). (1989). *Yedinci Kıta* [Sinema Filmi].
- Horkheimer, M. (1998). *Akıl tutulması*. Koçak, O. (Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Horkheimer, M. & Adorno, T. W. (2014). *Aydınlanmanın diyalektiği*. Ülner, N. & Karadoğan, E. Ö. (Çev.). İstanbul: Kabalcı Yayıncılık.
- Kılıççelik, S. (2000). *Frankfurt Okulu*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Kınay, Ö. (2014). Tüketim olgusunun sinemada kullanımı:fight club filminin incelenmesi. *The Turkish Online Journal of Design, Art And Communication*, 4(2), 92-104.
- Koluçak, İ. (2017). Eleştirel teorisyenlerin kültür endüstrisi kavramı çerçevesinde sanata sinemaya yaklaşımları. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 2(3), 135-156.
- Lunn, E. (1995). *Marksizm ve modernizm*. İstanbul: Alan Yayın.
- Marcuse, H. (1990). *Tek boyutlu insan*. Yardımlı, A. (Çev.) İstanbul: İdea Yayınları.
- Öngen, O. (2018). Kültür endüstrisinde oyunculuğun ekonomi politikğine eleştirel bir bakış. *Konservatoryum*. 5(1), 1-18.
- Özdemir, Ü. A. (2012). Taylorizmden kapitalist endüstriyel üretim sürecine küreselleşme bağlamında reklam. *Marmara İletişim Dergisi* (19), 8-39.
- Özkul, M. & Yılmaz Uçak, E. (2020). Tüketim toplumunda meta-marka bağımlılığının görünümü. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*. 11(27), 596-613.
- Poyraz, E. & Özalp, H. (2017). Kültür endüstrisi ve tüketim bağlamında“Örnek Aile” filminin bir analizi. *Intermedia International E-Journal*, 3 (5), 371-386.

Rutli, E. E. (2011). Max Horkheimer ve Theodor Adorno'da eleştirel teori ve "kültür endüstrisi" kavramı. (Yayımlanmış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Slater, P. (1998). *Frankfurt Okulu* . Özden, A. (Çev.) İstanbul : Kabalcı Yayınevi.

Şahin, A. (2021). Kültür endüstrisi bağlamında sinema ve Amerikan sineması. *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*. 11 (2), 349-364.

Kültürlerarası İletişimde Festival Etkisi: *La Turchia Festivali*¹ Festival Effect On Intercultural Communicatiob: *La Turchia Festival*

Osman Aday 1* ORCID: 0000-0002-1333-4355

¹ Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Konya, Türkiye, osmanaday@gmail.com

Article Info/
Makale Bilgisi

Received/Geliş:
28.11.2022

Accepted/Kabul:
19.06.2023

*Corresponding
Author

*Sorumlu Yazar

Öz: Kültür kavramı, evrensel sürecin bir yapı taşı olarak karşımıza çıkmaktadır. İlk öğrenme olgusunun gerçekleşme anından itibaren, bireyin tüm yaşantısını içine alan bir süreç olarak bilinmektedir. Kültürel olguların anlamlandırılması ve net bir şekilde anlaşılması için araştırma yapılırken çok yönlü bakış açısıyla, rasyonalist bir yorum gerektiren bir durum olgusu oluşmaktadır. Küreselleşen dünyada etkileşimin, iletişim ile bir paralel olarak varlığını sürdürdüğü ve kültürel sentezler üzerinde de etkileşimin iletişim olgusunun çevresinde geliştiği bilinmektedir. Küreselleşme beraberinde kültürlerin içerisindeki dinamiği de aktif hale getiren, kültürel farklılaşmalara sebep olan aktif bir kavram olarak yeni dünyada yerini almaktadır. Bu çalışma, küreselleşmenin bir parametresi olarak iletişim olgusuyla beraber kültürlerarası iletişim ve etkileşim üzerine inşa edilmiştir. İtalya'nın kuzeyinde küçük bir Türk kasabası olan Moena'da, üç asrı aşkın bir süredir düzenlenen La Turchia isimli Türk Festivali'ni konu alan çalışma, festivalin İtalya ve Türkiye arasında kültürel bir köprü kurduğu iddiasını nitel parametrelere dayanarak doküman analizinin imkanlarıyla ortaya koymaya çalışmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kültür, İletişim, Kültürlerarası İletişim, Festival, La Turchia

Cite this article/
Atıf:

Aday, O. (2023).
Kültürlerarası
iletişimde festival
etkisi: La Turchia
festivali. *Sakarya
İletişim Dergisi*. 3
(1), 27-55.

¹Bu çalışma 2021 yılında Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalında tamamlanan "Kültürlerarası İletişim: "La Turchia" Festivali Örnekleme" adlı doktora tezinden üretilmiştir.



SAKARYA
ÜNİVERSİTESİ

Sakarya İletişim

3 (1) (2023) 27-55.

e-ISSN: 2791-6464

Research Article/ Araştırma Makalesi



Kültürlerarası İletişimde Festival Etkisi: *La Turchia Festivali*¹ Festival Effect On Intercultural Communicatiob: *La Turchia Festival*

Osman Aday 1* ORCID: 0000-0002-1333-4355

¹ Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Konya, Türkiye, osmanaday@gmail.com

Article Info/
Makale Bilgisi

Received/Geliş:
28.11.2022

Accepted/Kabul:
19.06.2023

*Corresponding
Author

*Sorumlu Yazar

Abstract: The concept of culture appears as a building block of the universal process. From the moment of the realization of the first learning phenomenon, it is known as a process that includes the whole life of the individual. In order to make sense of cultural phenomena and to understand them clearly, a situation phenomenon that requires a rationalist interpretation should be formed from a multifaceted point of view when conducting research. It is known that interaction in the globalizing world continues to exist in parallel with communication and that interaction on cultural syntheses develops around the phenomenon of communication. Globalization takes its place in the new world as an active concept that activates the dynamics within cultures and causes cultural differentiation. This study is built on intercultural communication and interaction with the phenomenon of communication as a parameter of globalization. Focusing on the Turkish Festival La Turchia, which has been held for more than three centuries in Moena, a small Turkish town in the north of Italy, the study has tried to reveal the claim that the festival establishes a cultural bridge between Italy and Turkey with the possibilities of document analysis based on qualitative parameters.

Keywords: Culture, Communication, Intercultural Communication, Festival, La Turchia

Cite this article/
Atıf:

Aday, O. (2023).
Kültürlerarası
iletişimde festival
etkisi: La Turchia
festivali. *Sakarya
İletişim Dergisi*. 3
(1), 27-55.

¹Bu çalışma 2021 yılında Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalında tamamlanan "Kültürlerarası İletişim: "La Turchia" Festivali Örneklemini" adlı doktora tezinden üretilmiştir.



Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

Extended Abstract

The concept of culture appears as a building block of the universal process. From the moment of the realization of the first learning phenomenon, it is known as a process that includes the whole life of the individual. In order to make sense of cultural phenomena and to understand them clearly, a situation phenomenon that requires a rationalist interpretation should be formed from a multifaceted point of view when conducting research. It is known that interaction in the globalizing world continues to exist in parallel with communication and that interaction on cultural syntheses develops around the phenomenon of communication. Globalization takes its place in the new world as an active concept that activates the dynamics within cultures and causes cultural differentiation.

With the rapid development of technology, the rapidly globalizing world has brought many innovations with it. The facilitation of communication and the increase in communication in accordance with this have caused many nations on Earth to be easily aware of each other. Due to the incessant development of technology and the spread of internet technology to the most remote corners of the world, the transfer of cultural codes has become easier and it has become possible to access information about the cultural field quickly in many ways. This is informed; It has provided an opportunity for societies to get to know different cultures by leaving their own cultures. Nations, which were previously not only aware of cultures other than their own cultural values, have reached the point of this awareness, acquiring knowledge and acculturation of the cultures of different societies by taking advantage of the fact that communication has become more easily accessible with the development of technology. Societies have not only become aware of different cultures, but also begun to be influenced by different cultures, consciously or unconsciously. The unique cultural structure of societies in the geographies where they live has undergone various transformations over time. In many ways, it is necessary to think about the concept of culture together with social phenomena, and it is necessary to accept that it has roots that permeate many areas such as production, consumption, politics and economy. The technological transformations based on the Internet and the new forms of education, work and consumption that have taken place in parallel with them have brought social life to a new dimension and have led to the necessity of rethinking cultural practices according to today's conditions. Transformations based on internet technology, especially in mass media, have facilitated the transfer of information and thus the relations of cultural codes between individuals and societies have become visible. At this point; As a result of this situation, the concept of intercultural communication has begun to form. Today, intercultural communication has gone beyond simply receiving news between societies and has

brought with it the necessity of being influenced by the cultures of different societies and living together. In the process of transmission of today's cultural codes, where mass movements such as migration and exchange do not need to exist, the internet undoubtedly constitutes the most important structure.

The transformation of research areas that perform intensive interactions by communication technologies into a non-interactive structure has expanded the research areas of various cultural relations of social science studies. Youtube, the largest digital platform today, is undoubtedly one of the biggest tools for transferring culture. Individuals act with the motivation to share the celebrations and joyful moments they have realized in the past. For this reason, the video content that can be a source for the festival *La Turchia* was accessed from the Youtube platform.

This study is built on intercultural communication and interaction with the phenomenon of communication as a parameter of globalization. Focusing on the Turkish Festival *La Turchia*, which has been held for more than three centuries in Moena, a small Turkish town in the north of Italy, the study has tried to reveal the claim that the festival establishes a cultural bridge between Italy and Turkey with the possibilities of document analysis based on qualitative parameters.

Giriş

Sosyal bir varlık olarak insan, gündelik yaşamında çeşitli kültürel bileşkeler ile karşılaşır. Bir çocuğun doğumundan başlayan ve kültürel kodları anlamlandırmasıyla süren kültürel yapıları keşif süreci, aile, okul, iş yaşamı gibi çeşitli toplumsallaşma alanları ile şekillenir. Bu nedenle kültürün birey yaşamına dâhil olması, ilk öğrenmenin gerçekleştiği süreçten itibaren tüm yaşamını kapsamaktadır. Gündelik yaşamın her alanına nüfuz eden kültürel kodların anlamlandırılması, araştırmacıların kültür kavramına çok boyutlu bakmasını gerektirmektedir. Bireyin sosyal yaşama adaptasyonu ve toplumsal kabulünde en önemli olgulardan biri olan kültür, görüldüğünden daha kapsamlı bir yapıdadır ve bireyin tüm yaşamına etki ettiğini söylemek mümkündür.

Bireyler arası kültürel kodların aktarımının da dahil olduğu tüm sosyal ilişkiler, iletişime ilişkin bir yapı barındırmaktadır. Özellikle bireylerin doğdukları andan itibaren çevreleri ile kurdukları etkileşimler ve tüm iletişim biçimlerinde birçok yönden kültürel aktarımlar mevcuttur. Dolayısıyla kültürel aktarımların en önemli taşıyıcısı konumunda olan bireyler arası iletişim süreci, günümüzde yeni iletişim biçimlerinin tanımlanmasıyla önem kazanmıştır. Geçmişte bireysel ilişkilere dayanan iletişim süreci günümüzde bireysel olarak gerçekleşmeyen, yüz yüze herhangi bir etkileşim barındırmayan bir sürece dönüşmüştür. Dolayısıyla kültür kavramının da bu nedenle çerçevesi

ve araştırma alanı genişlemiş, bireysel inşaya dayanan yapıdan dijital alana taşınan bir dönüşüme geçirmiştir. Birçok yönden avantaj ve dezavantaj barındıran bu durumda kültürel aktarım biçimlerinin birçok yön kazandığı bir gerçektir.

Bireylerin içerik tüketicisi oldukları yapıdan içerik üreticisi olmasını sağlayan Web 2.0 teknolojisi aracılığıyla gerçekleşen dönüşümde kültür, kamuya açık bir nitelik kazanmıştır. Tüketim biçimlerine ek olarak bireylerin yaşamlarına ilişkin paylaşımlar gerçekleştirmesi, kültürel kodların yayılımını ve iç içe geçen bir yapı halini almasını hızlandırmıştır. Geçmişte enformasyonun yalnızca kitle iletişim araçlarının geleneksel formları aracılığıyla edinildiği yapının ötesinde günümüzde enformasyonun edinilebileceği birçok alan bulunmaktadır. Dolayısıyla kültür çalışmaları için kaynaklık edebilecek alanların sınırları genişlemiş, etkileşimin geçmişteki yadsınamaz önemi azalmıştır. Kültürel kodların aktarımındaki etkileşimsiz olanaklar, kültür kavramı üzerine çalışmanın etkileşimsiz yapıya taşınabilmesine olanak sağlamıştır. Dolayısıyla geçmişte yalnızca bireysel olarak deneyimlenerek aktarılan kültür, günümüzde birçok araç yoluyla aktarılabilen, bilgi verici içerikler dünyanın en ücra köşelerine ulaştırılabilmektedir. Kültürel kodların bireyler ve toplumlar arası aktarımında etkileşim önem kazanmaktadır. Bu nedenle bir kültüre dahil olan bir diğer kültürel kodun, uzun yıllara yayılan etkileşimler yoluyla gerçekleştiğini kabul etmek önemlidir.

Bir toplumun kültürel kodlarının yapılanmasında birçok değişken önemli rol oynamaktadır. Özellikle coğrafi yapının, yeme içme biçimlerinin, sosyal yaşamın, demografik özelliklerin bir ülkenin küresel konumu ile yakından ilişkisi bulunmaktadır. Bu doğrultuda kendine has bir kültürel yapıya sahip olan İtalya, çeşitli yönleriyle dünyanın önemli bir kültür aktarım merkezi olma niteliği taşımaktadır. İtalya'nın dünya geneline yayılma başarısı gösterdiği ünlü markalar, yeme içme alışkanlıkları, moda tercihleri gibi unsurlar kültürel kodları yayabilmelerinde önemli başarı sergilediklerini göstermektedir. Dünya geneline yayabildikleri birçok kültürel kod olsa da İtalya çeşitli kültürlerin etkisiyle zaman zaman karşılaşabilmektedir. Kültürel yayılımın net biçimde görülebileceği örneklerden birini, kuşkusuz köklü Türk kültürü ve köklü İtalyan kültürünün kaynaşmasını sağlayan Moena Türk festivali oluşturmaktadır.

Toplumların yaşamlarında sosyal etkileşime yönelik alanlar her zaman önem taşımıştır. Sosyal bir varlık olan insanın toplumsal etkileşimlerinde ritüeller, ayinler, yaslar, düğünler her zaman yer etmiştir. Toplumların üzüntülü veya sevinçli oldukları durumlarda toplanma, birbirleri ile temas kurma istekleri günümüzde hala yok olmamıştır. Bu nedenle toplumların hafızalarında önemli yer tutan olaylar çeşitli törenler ile birlikteliğe dayalı olarak gerçekleştirilmektedir. Bu görüşler doğrultusunda dünya geneline Akdeniz kültürünü ve tüketim ürünlerini yayılma başarısı gösteren İtal-

ya’da gerçekleşen Moena festivali, bir toplanma ve kutlama ritüeli olarak çalışmanın örneklemini oluşturmuştur. Türkler tarafından kutlanan ve Türk kültürünün dünyanın en baskın kültürlerinden biri olan İtalyan kültürüne nasıl nüfuz ettiği tartışmalarına konu olan bu festivalin en önemli özelliği, 300 yılı aşkın bir süredir devam ediyor olmasıdır ve bu görüşler doğrultusunda biçimlenen çalışmada Türk kültürü ve İtalyan kültürünün kaynaşması araştırılmıştır.

1. Kültür Kavramı

Kültür tanımı, yıllardır birçok kişi ve kuruluş tarafından yeni kavramlar ve tanımlar yaratılarak literatüre katkı sağlamaktadır. Kültür kelimesini kullanan her disiplin kendi içinde ve kendine göre yeni bir tanım yapmaktadır. Birçok disiplinle iç içe olan kültür kavramı birçok farklı tanıma sahiptir.

Kültür kavramı, tek bir tanıma sahip olmayan, evrensel çeşitliliğe sahip bir kelime olarak tarihe geçmektedir. Sebebi ise, birden fazla anlamının bulunmasıdır. Bu yüzden tek bir cümle ile kültürü ifade etmek oldukça zordur. Birçok antropolog ve sosyal bilimci, kültür kavramı üzerinde oldukça çalışmış fakat tanım konusunda mutabık kalamamıştır. Zaman zaman sinema, bale veya tiyatro anlamlarına gelmektedir. Kültürün daha fazla anlaşılabilmesi ise sembollerin daha iyi anlaşılması ve çözümlenmesi gerekmektedir (Bahar, 2009, s. 54). Medeniyet toplumun gerilemesinin bir ifadesi haline gelir, çünkü teknoloji ve kitlesel üretim bireyi ve toplumu bireysellikten ve maneviyattan mahrum bırakır. Durum 20. Yüzyılın sonunda değişir, kültürel başarılar teknolojiye bağımlı hale gelir, teknoloji kültüre yeni değerli ve anlamsal içerik, çeşitlilik verir ve toplumda talep yaratır. Teknolojik fırsatlar, İnternet iletişimi kültürü kitleye dönüştürür ve içeriğini karmaşıklarlaştırır, yeni iletişim türlerine yol açar (Nikolaevna, 2020, s. 1). Yeni değişen Dünya düzeni ile birlikte iletişim de kendi içerisinde farklılaşma sürecine girmiştir.

Sözcük anlamı olarak kültür sözcüğü Latince bir kelime olan “Colere” sözcüğünden türetilmiştir. “Colere”; ekin, sipariş, bakım anlamına gelmektedir (Kartarı, 2001, s. 14). Cultura kelimesi, ilk olarak Fransız yazar François Marie Arouet yani mahlasıyla Voltaire tarafından insan aklının oluşumu, gelişimi ve geliştirilmesiyle bir bütün halinde düşünülmüş ve geliştirilmiş ve kullanılmaktadır. Kelime ilk olarak Alman diline nüfuz etmiş ve 1793 yılında Alman Dili sözlüğüne “Cultur” olarak geçmiş ve daha sonra gelişimini devam ettirerek bugünkü halini alarak tüm dillerde yerini bulmuştur (Soydaş, 2010, s. 31). Kültür kelimesinin, geçmişteki tarihsel serüveni uzun yıllara dayanmaktadır.

Kültür kavramını öğrenilmiş davranışlar ile bağdaştıran yaklaşımlara zemin hazırlayan bu tabir, bireylerin belirli bir şekilde davranmalarının sebebini, doğdukları kültür-

le bağdaştırarak yetiştirme tarzlarını ön plana çıkarmaktadır. Farklı bir söylem ile kültür, bireyler tarafından paylaşılan ifadeler olarak “ neyin doğru, neyin yanlış, neyin iyi, neyin kötü “ olduğunu belirleyen ve bütün bireylerin kendilerine özgü özellikler içinde belirli bir evrensel sistemde yer aldığı bir kavram olarak dile getirilebilir (Güney, 2007, s. 201). Kültür, öğrenilmiş davranışlar ile bir bütün halinde bulunmaktadır.

Şekil 1: Kültür Ağacı.



Kaynak: (Comminit, 2005)

Kültür ağaç modelinin görüntüsü itibari ile öncelikle kökler kalıplaşmış yazılı olmayan, ama varlığına herkesin inanıp o temele dayandığı değiştirilemeyen değerler, beklentiler ve normları ifade ettiğini, yapraklar ise her kültürün kendine özgü yaşantılarından ipuçları verdiğini görülmektedir. Görüntünün tamamı düşünüldüğünde ise, köklerin birçok kültürde değişme uğramayan sabit durumları ifade ettiğini, dalların ise kültürden kültüre farklılık gösterdiğini ve zamanla değişime uğrayabileceğini düşünebilir (Comminit, 2005). Kültürün kendine özgü nitelikleri, sabit olarak değişmeden dururken, dallarını ifade eden farklılıklar sürekli belirli durumlara göre değişmektedir.

1.1. Kültürlerarası İletişim

Kültür kelimesinin gelişimine baktıktan sonra, insan ile ilgili olan bu kavramı anlayabilmek için, insanın doğasına daha yakından bakmak gerekmektedir. Felsefi olarak insan doğasına yönelik birçok görüş ortaya atılarak birçok söz söylenmektedir. Bu görüşlerden en önemlilerinden bir tanesi ise insanın doğası gereği sosyal bir varlık olduğu düşüncesidir.

Kültürlerarası iletişim bağlamında ilk çalışma, antropolog Edward Twitchell Hall'ın 1950'li yıllarda gerçekleştirdiği çalışmalar kabul edilmektedir (Akt. Rogers, 1999, s. 68). Hall'ın 1959 tarihli "The Silent Language" Türkçesiyle "Sessiz Dil" isimli eseri kül-

türlerarası iletişimin ilk eseridir (Kartarı, 2001, ss. 30-31). Edward Twitchell Hall “Ses-siz Dil” isimli eserinin ardından dünya üzerinde kültürlerarası iletişim yaygınlaşmaya başlamıştır.

Kültürlerarası iletişim, küresel barışın sorunlarından biridir. Farklı kültürler, gruplar arasındaki iletişim ve anlayış olanaklarını açıklar. Etkili kültürlerarası iletişimin temel amacı kendini tanımlama süreci ve yapılandırılmış şekilde kendini ifade etmesi gereken uygun değer sistemleri oluşturmaktır. Bir veya birden fazla kültürlerde anlama probleminin yanı sıra, insanlar arasındaki yabancılaşmanın üstesinden gelme, iletim ve değerler ile anlamların asimilasyon olasılığı sorunu da önem kazanmaktadır. Modern bilimde iletişim ya bilgi aktarma ve alma süreci olarak ya da diğer insanları anlama süreci olarak tanımlanmaktadır. Kültürlerarası iletişim farkı kültürlerden insanların iletişim sürecinde birbirini doğru anlamasıdır (Nikolaevna, 2020, s. 1). İletişim, evrensel olarak bireylerin birbirini, toplumu, kültürü anlaması olarak bilinmektedir.

Gordon’a göre sosyolojik olarak göç, bireylerin ve grupların sayısına bakılmaksızın siyasal veya sembolik bir sınırı olmadan bir başka yerleşim yerlerine ve toplumlara doğru hareketini içermektedir (Marshall, 1999, s. 685). Kültürlerarası iletişim de en fazla göçler aracılığıyla, farklı toplumların birbirleriyle etkileşiminden oluşmaktadır.

Antik Yunan düşüncesinin en büyük filozoflarından biri olan Platon’a göre insan, farklı ihtiyaçları itibarıyla kendine yetemeyen, bu sebepten dolayı başkalarına muhtaç olan, sosyal ya da sosyalleşebilen bir varlıktır (Cevizci, 2015, s. 20). Platon toplumun ya da devletin kuruluşunda en önemli rolü bu sosyallik sonucu iş bölümü ve ihtisaslaşmanın meydana getireceğini savunmaktadır. Platon’un öğrencisi olan Aristoteles’te yine insanı sosyal bir varlık olarak tanımlamaktadır. Ayrıca “Zoon Politika” görüşüyle yani insanı politik bir hayvan olarak ele alarak devlet anlayışının içinde, sosyal yönüne vurgu yapmaktadır (Yeşilçayır, 2014, ss. 62-64). Bahsi geçen filozofların dışında birçok başka filozof da insanın sosyal bir varlık olduğunu vurgulayarak kendi tanımlarını ortaya koymaktadırlar.

Küreselleşme ile daha küçük bir hâl alan dünyanın, oluşan iç göçler beraber kendi içinde çeşitlenen halkın karşı karşıya kaldığı bir durum veya başka bir bakış açısına göre, bir problem haline gelen “farklı kültürlerden insanlarla sağlıklı bir iletişim kurabilme” durumu kültürlerarası iletişim kavramını ortaya çıkarmaktadır (Korkmaz, 2014, s. 19). Değişen Dünya düzeni birlikte artık sınırlar ortadan kalkmış böylece kültürlerarası iletişim kavramı doğmuştur. Kültürlerarası iletişim değişen dünyada gerçekleşmektedir.

İletişim sürecini etkileyen faktörler arasında:

- Kentleşme, küreselleşme ve bu sürecin devamı, küreselleşme, kitle iletişim araçlarının değişmesi ve internet, kimlik süreçlerinin çeşitliliği ve değişkenliği, yeni kimlik biçimlerinin ortaya çıkışı, öz kimlik seçme olasılığı;
- Kitle fenomeni olarak göç, ulusal devletlerin işlevinin, durumunun ve rolünün değişmesi,
- Üretim ve emeğin değişimi, freelance; emeğin yeni türü olarak ortaya çıkması ve precariat; yeni ekonomik sınıf oluşması,
- Büyük veri tabanlarının oluşumu, yapay zekanın, “akıllı” şehirler, arabalar ve teknolojilerin ortaya çıkmasıdır (Nikolaevna, 2020, s. 1).

Kültürlerarası iletişim temel anlamda, gündelik yaşamın ve toplumsal hayatın farklı alanlarında farklı kültürlere mensup insanlar arasındaki etkileşimi konu almaktadır (Sarı, 2004, s. 1). Kültürlerarası iletişimin temel amacı, kültürel farklılıklara sahip bireyler arasındaki etkileşim sürecini eksiksiz olarak algılamak, açıklamak ve benzer etkileşim aşamalarının olası sonuçlarına ilişkin öngörüler hazırlayarak etkili bir şekilde iletişim yolları oluşturmaktır (Kartarı, 2013, s. 4). Şeklinde kültürlerarası iletişim tanımlanmaktadır.

Kültürlerarası iletişim, küresel barışın temellerinden biridir. Farklı kültürler, gruplar arasındaki iletişimin anlaşılmasına olanak sağlamaktadır. Etkili bir Kültürlerarası iletişimin amacı, kendini anlama ve yapılandırılmış şekilde kendini ifade etmesine imkân sağlayan değerler sisteminin oluşturulmasından geçmektedir. Bir veya birden fazla kültürde anlamsal zorluk probleminin yansısı, bireyler arasındaki yabancılaşmanın, iletişimle anlamların farklılaşma ihtimali ve sonucunu da ortaya çıkarmaktadır. Modern bilimde iletişim, bilgi aktarma, bilgi alma veya diğer bireyleri anlama süreci olarak tanımlanmaktadır. Kültürlerarası iletişim, farklı kültürel değerlere sahip bireylerin birbirini doğru anlamasıdır (Klyagin-Peremibeda, 2020, s. 120). Sağlıklı, düzgün iletişim kurabilen toplumlar, kültürel olarak birbirini anlayan toplumlar olarak yeni bir anlam kazanmaktadır.

Tarihi, sosyal, ekonomik, dini, kültürel ve kalıp yargılar gibi nitelendirilen öğeler kültürler arası iletişimi etkilemektedir. Kalıp yargılar kültürlerarası iletişimin en önemli belirleyicilerindendir. Kalıp yargılar, kültür hakkında geçmişinin ne olduğu tam olarak belli olmayan ve kaynağı bilinmeyen basmakalıp genellemeler, düşünceler olarak kabul görmektedir. Bu durum kültürlerarası iletişimi olumsuz veya olumlu olarak etkileyebilmektedir (Bakan-Canöz, 2017, ss. 91-92). Toplumda var olan tabular, kültürlerarası iletişimi olumsuz etkilemektedir.

Kültürlerarası iletişim problemi 20. yüzyılın başında dikkat çekmeye başlamıştır. Bu zamanda; sadece Hristiyan ve Avrupa kültürünün ilerleme ve hümanizm gereksinimle-

rini karşılayan Avrupa odaklı kültür değişimi yaşanmaktadır. Aynı anda toplumun yeni bir yapısı oluşmaktadır. Artık dünya sanayileşme, kentleşme sonucunda hem değerler hem de yaşam tarzını değiştirmektedir. Bir yandan dünya makineleşmekte ve kitle haline gelmekte, diğer yandan ise kapalı bir toplum yapısı olmaktan çıkmakta ve artık farklı sınıflar ve toplum kesimleri arasında çatışmalar başlamaktadır. Sadece farklı dil gruplarının temsilcileri arasında değil, aynı zamanda bir kültürün içinde anlaşılma yoluna girme sorunu ortaya çıkmaktadır. Örneğin; Bernard Shaw'un bir oyununda Eliza Dolittle ve Profesör Higgins aynı dilde konuşmakta fakat birbirlerini anlamamaktadır çünkü İngiliz toplumunun farklı sınıflarına ve farklı kültürel katmanlarına mensuplardır (Nikolaevna, 2020, s. 1).

İtalya'nın Kuzeyindeki Moena Köyü'nde, Osmanlı Yeniçerisinin oraya yerleşmesi sonucunda, bir kültürlerarası iletişim başlamaktadır. Bugün 300 yılı aşkın süredir *La Turchia* festivalinin düzenlenmesi hala devam etmekte olan kültürlerarası iletişime bir örnektir.

1.2. Festival Kavramı

Yapılacağı dönem, çevre, yer ve alan, katılımcıların sayısı veya gerekli olan niteliklerin, özel bir önem çerçevesinde programlanarak düzenlenen sanat gösterilerine, etkinliklere festival denir (Sözlük, 2020, s. 1). Festival, bireylerin yaşadıkları çevredeki doyum düzeylerine uygun olarak planlanan, üretilen içeriklerin ayrıca sıra dışı, olağanın dışında istek ve arzulara cevap veren, doyum noktasına ulaştıran etkinliklere verilen isimdir.

Dönem, yapılan çevre, tema, katılımcı sayısı vb. özellikler belirli bir programla belirtilen ve amacı olan sanat, bilim, kültür, ekonomik etkinlik, ürün, belirli bir konu çerçevesinde belirlenen aralıklar veya tek bir sefere mahsus olarak tekrarlanan gösteri ve organizasyonlara festival adı verilmektedir (Atak, 2009, s. 37).

Türkçe sözlükte temel anlamıyla bu ifade kullanılan festival kavramı farklı kaynaklara bakıldığında ise; Festival, etkinlikleri belirli bir amaç etrafında planlanıp, düzenlenen bireylerin uzun süre kültürel değerlerini göz önünde bulundurarak geçmişten bugüne kadar süre gelen süreçte yapılan sosyal bir etkinliklere verilen bir isimdir (Congcong, 2014, s. 53). Kültürel değerler çerçevesinde belirli bir konu etrafında planlanan, bireyleri birleştiren kendine özgü özellikler taşıyan belirli gün ve zamanlarda tekrarlanan etkinliktir (Lyck, 2012, s. 11).

Sabit veya gezgin olarak belirli bir konu çerçevesinde geleneksel, nesillerdir süregelen her türlü kutlama, bir araya gelme ve bunların çerçevesinde kurulan genelleştirilmiş organizasyon olarak açıklanabilir (Congcong, 2014, s. 53). Bir festival planlanırken es-

nek bir şekilde tasarlanır ve farklı görüşlerin sunulmasına imkân verir. Bunun sebebi ise değişik fikirlerin, ilgi çekiciliğin talep yaratmasına imkân sunmak ve bu durumu anlamlandırarak daha tatmin edici fikirler ile değişime gidilerek farklı bir sosyal etki-leşim oluşturmaktır (Lyck, 2012, s. 12).

Bir festival, planlama aşamasında esnek bir şekilde değişime açık olarak tasarlandığında devamlılığı kendi içindeki dinamik ve değişimleri yol gösterici olarak kabul ederek, planlanacak olan etkinliklerin devamlılığını sağlama ve etkinlikleri belirli bir ritüelden dışarı çıkararak, beklentilere karşılık vermesine yol açabilecek yeni etkinlikler oluşturulmasına zemin hazırlamaktadır.

Birçok festival öncesinde bilinmeyen bir tema olarak başlar. Daha sonra farklı bir yeni fikir bir festivale dönüştüğünde, ulaşım imkânları çerçevesinde önemli bir yönetme, pazarlama olgusu içerir. Konsepti, bireylerin festivale katılmasını sağlayacak şekilde ilgi çekici kılmak gerekir. Yönetenin amacı, etkinliğin başarılı bir şekilde yol almasını sağlayacak inovasyon, yani ilgi çekici pazarlama yöntemleri kullanarak yönetmenlik yapmaktır (Lyck, 2012, s. 12).

Festival yönetmenin, festivalin kendine özgü dinamiğini elde etme amacı olmalı ve buna göre planlama yapılmalıdır. Festivalin sürekliliğini arttırarak devam etmenin yolu, yönetme tabularından daha çok kendi içinde dinamiğe ses vermek ve bu doğrultuda adımlar atarak yol almaktır. Etkinlikler ancak bu şekilde monotonluktan kurtularak, farklılaşma yolunda devamlılığı sağlayabilmektedir.

1.2.1. Tarihsel Süreçte Festivaller

Tarih'te ilk kentleşme, M.Ö. 3500 yıllarında var olmaya başladı ve bu kentler daha çok sulak arazilerin yani verimli toprakların olduğu yerlerde görülmeye başlamıştır. Tarım arazilerinin verimli olduğu bu topraklar bugün Pakistan'da bulunan İndüs'te, Fırat ile Dicle nehirleri içerisinde kalan Irak ve Nil nehrinin kaynak yarattığı Mısır topraklarında oluşan şehirlerdi (Demir, 2019, s. 16). İlk yerleşmelere bakıldığında, dönemin getirdiği şartlar doğrultusunda daha çok temel ihtiyaçlar göz önüne alınarak yaşam alanları seçildiği ve daha verimli, sulak arazilerin bulunduğu bölgelerde ilk yerleşik hayata geçişin olduğu bilinmektedir.

Tüm sanat etkinliklerindeki gibi festival etkinliklerinin de oluşumunun temelinde dinsel sebepler bulunmaktadır. İlkel çağlarda yaşayan insanların dinsel inançlarına bakıldığında, her yıl belirli zamanda düzenlenen törenlerden dolayı toplumların dinsel inançlarını tekrar etmesi, geleneksel hale gelerek sonraki kuşaklara aktarılması sağlanmaktadır. Böylece toplumdaki bireyler ile topluluklar, ölümler, yaşayanlar ve tanrı

arasında güçlü bağlar kurulması sağlanmaktadır. Bu tarz geleneklerin, festivale dönüşmesi ise Eski Yunan Uygarlığına kadar dayanmaktadır (Henderson, 2002, s. 447).

Kendine özgü bir medeniyet olan Mısır, dünyada ilk olarak şehirleşmenin görülme-ye başladığı yerlerdendir. Eski Mısır Medeniyet'inde de toplum sınıflardan oluşmaktaydı. En başta Firavun daha sonra ise asker, rahip, kâtip ve memurlardan oluşan bir hiyerarşi söz konusuydu, bu kişiler toplumda ayrıcalıklıydılar. Hiyerarşinin sonlarında ise işçi, köle, sanatçı ve zanaatkârlarla toplumun çoğunluğunu oluşturan çiftçiler yer almaktadır (Brier, 1999, ss. 80-87). Yani alt sınıfı oluşturan köylülerin üretimi, üst sınıf tarafından kullanılmaktadır. Bu ticari durumdan elde edilen her türlü gelir ve hammadde kaynakları başta bulunan Firavun tarafından kontrol edilmektedir. Tamamen Firavunun istekleri doğrultusunda kullanılan bütün gelirlere alt sınıfın ulaşması oldukça zordur (Freeman, 2005, ss. 62-66). O dönemde Mısır'da, paradan daha çok temel ihtiyaçların giderilmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca tatil veya dinlenmeye belirli bir zaman ayrılmamaktadır (Brier, 1999, ss. 75-76). Eski Mısır'da yapılacak olan her organizasyon için ayrı bir takvim kullanılmaktadır. Halk yaşamının bazı kısımlarının aya, bazı kısımlarının mevsimlere göre düzenlenmesine özen göstermiş, günlük yaşantı ve aktivitelerini düzenleyen şematik bir takvim kullanmıştır (Neugebauer, 1942, ss. 396-403). Eski Mısır Medeniyetine bakıldığında, alınan kararların tamamen ihtiyaçlar doğrultusunda olduğu görülmektedir. Ayrıca kullanılan takvimler bile ihtiyaçlara göre toplumun daha kolay organize olabilmeleri adına düzenlenmiştir.

Çoklu kültürel kimlik, nesillerdir süregelen tek biçimliliğin değil, toplumların dahil olduğu kültürel olgularının içinde bulunduğu dinamik ve değişimlerle yeniden şekillenerek oluşan kolektif yani çoklu kültürel kimliktir (Smith, 1994, s. 49). Festivaller birlikte yerel kalkınma, toplumsal liderlik ve teşvikle topluma katkı sağlayarak turizmin gelişmesine yardımcı olmaktadır (Wang, 2009, s. 13).

Çok kültürlü yapılar ortaya çıkmaya, ekonomik alanda değişimler oluşmaya başladıktan sonra festival, şenlik, bayram içeriklerinde değişimler olmaya başlamıştır. Farklı geleneklerin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır.

Müslümanlık, Hristiyanlık, Musevilik ve Budizm gibi farklı dinlerin olduğu bütün toplumlarda ritüel hale getirilip, bugüne kadar devam eden inanç kökenli birçok etkinlik yani festival düzenlenmektedir. Bu festivaller, toplumların ekonomik olarak ilerlemesinde, ayrıca dışarıdan benimsetilen değişimlerin bir parçası olarak toplulukların simgesel ve kültürel olarak değişimlerine sebep olmaktadır (Henderson, 2002, s. 449).

Ticaret, din, sağlık vb. etkenlerin etkisi ve ayrıca maceraperestlerin turizm hareketliliğiyle gelişen turizm, bugünkü çağdaş seviyesine Endüstri Devrimi ile ulaşmaktadır.

Endüstri Devrimi'nin ile çok fazla alanda değişimler yaşanmıştır. Zamanla beraber turizmin de gelişimine katkı sağlayan bu etmenler şu şekilde sıralanabilmektedir (Kozak vd., 2014, s. 29):

Toplum yapısı tam olarak bir değişim içine girmiş; makineli tarımla beraber sanayiye üretim alanlarında doğan işgücü ihtiyacıyla beraber kırsaldan kent yaşamına göç başlamıştır. Yeni keşif çalışmaları ile yeni teknik buluşlar ortaya çıkması; ayrıca matbaanın gelişim göstermesiyle eserlerin çoğaltılması imkânını yaramaktadır. Farklı sömürge alanlarının ortaya çıkması, yeni alanlarda bulunan zenginlerin Batı Avrupa ülkelerine ulaşmasına sebep olmaktadır. Ayrıca festivallerin yapılmasındaki içerik genişledikçe ekonomik ve toplumsal açıdan da değişimin önü açılmıştır. Farkında olmadan dini temellere dayanan bu kutlamalara, farklı bir yöne doğru gitmiştir. Turizm sektöründe bugün ulaşılan gelişme düzeyi, Endüstri Devrimi ile artış kazanarak çağdaş turizmin doğmasına sebep olmuştur. Turizmin gelişmesine sebep olan etkenler (Kozak vd., 2014, s. 31):

- Boş zaman kavramının oluşması,
- Teknolojik gelişmelerin artış göstermesi,
- Kent yaşamına geçiş,
- Nüfusun artması,
- Yaşam süresinin artması,
- Ücretli tatil kavramının doğması,
- Sosyal güvenlik olgusunun oluşması,
- Seyahat özgürlüğü kavramı oluşmaktadır.

Devrimler ile ortaya çıkan bu etkenler sayesinde turizm gelişmektedir. Bu etkenlerden doğan zamanlarda ve standartlarda bireyler farklı bir arayış içine girmektedir. Böylelikle turizm sektörü sürekli olarak bir gelişim gösterme çabası içine girmektedir.

2. Moena

Moena, İtalya'nın kuzey bölgesinde, Avusturya sınırına yakın bir bölgede bulunmaktadır. Ayrıca Moena köyünde, dünyaca ünlü kayak merkezleri bulunmaktadır. Alp dağlarının yakınlarında bulunan Moena köyü, turizm açısından zengin bir yerleşim yeridir. Milano'ya uzaklığı 305 kilometre olan Moena, İtalya'nın başkenti Roma'ya 666 kilo-

metre uzaklıktadır.

2011 yılının Ekim ayında, Ortadoğu Stratejik Araştırmalar Merkezi (ORSAM) raporlarında Moena yer almaktadır. ORSAM raporunda, Moena küçük bir kasaba olarak geçmektedir. Ayrıca “Moena; İtalya’nın kuzeyinde bulunan Tarento iline bağlı küçük bir kasabadır. Ünlü Dolomit sıra dağlarının arasında saklı kalmıştır” (Seloğlu, 2012, s. 83) şeklinde kaleme alınmaktadır. Moena köyünün haritada görünümü şu şekildedir:

Moena Köyündeki önemli yerler:

- San Vigilio Kilisesi
- San Valfongo Kilisesi
- Passo San Pellegrino Kayak Merkezi
- TeatroNavalge Tiyatrosu
- AlpeLusia Kayak Merkezi
- Mostra La GranVeraMoena Müzesi (www.gezilecekyerler.com, 2018, s. 1).

2011 yılında ortaya çıkan araştırmalara göre, “Retler” ve “Etrüskler” ile etnik ve dil bilimsel olarak Kafkasya ve Türk haklarının bağlantılı olduğu görülmektedir. Maristan’lı ünlü dil bilimci Gyula Németh’in, 896 yılında Roma’nın eski ili Pannonya’nın istila edilmesinin ardından o bölgeye yerleşen ve 1100 yıl kadar o bölgede kalan 10 kabileden biri olan Başkir, yani Türkçe konuşan oymaklar vardır. Ayrıca Moena ile Kafkasya’nın bağlı olduğu, Trento ilinin arasında büyük bir tarihi ilişki bulunmaktadır. Rus dil bilimci Nikolay Yakovleviç Marr’ın kuramına göre; Kafkasya Halkları, baskıların haricinde Hint-Avrupa sömürgeciliğinden kaçmak için Alp dağlarının yüksek ve engebeli yapısından korunmuştur. Bu şekilde belki de Moena halkı; içgüdüsel olarak kendi “Retik” kökenlerini, yeniçeri askerinin köye gelişi ile atalarından gelme akrabalığı yenilemişlerdir (www.orsam.org.tr, 2018, s. 1).

Moena Köyü’nün, “Rione Turchia” yani Türk Bölgesi olarak anılması yaklaşık olarak 1689 yılına dayanmaktadır. Osmanlı Devleti’nin ikinci Viyana kuşatmasının ardından, bir Osmanlı askeri İtalya’nın kuzeyinde bulunan Moena köyüne sığınmıştır. Yaralı durumda olan Yeniçeri, Moena halkı tarafından tedavi görmüş, tedavisinin bitmesinin ardından Moena Köyü’nden bir kız ile evlenmiştir. Köy halkı tarafından “El Turco” adını alan yeniçeri, Dükaliğin köylüden istemekte olduğu haksız ve ağır vergilere karşı köylülerin kendilerini koruyabilmesi için onlara nasıl savaşılması gerektiğini öğretmiş ve ayaklandırmıştır. El Turco adını alan yeniçeri ve Türk adetleri, Moena Köyü halkı ta-

rafından çok sevilmiştir. Yeniçeri askerinin ölümünün ardından, Türk gelenekleri bölgede yaşamaya devam etmiş ve ardından her yıl *La Turchia* Festivali adıyla bir festival düzenlenmeye başlamıştır. Bu festival ise 300 yılı aşkın bir süredir devam etmektedir (Sabah, 2007).

2.1. *La Turchia* Festivali

Moena Köyü'nde her yıl ağustos ayında; yeniçeri, sultan, harem kadınları kıyafetleri giyen insanlarla sokaklar dolup taşmakta, hareketlenmekte ve büyük bir festival düzenlenmektedir. Turistler ve Moena'lı kadınlar; uçları yukarı doğru kıvrılmış pabuçları, şalvarları ve başörtüleriyle, erkekler ise; vezir ve sultan kıyafetleriyle, kılıçlarla bu festivale renk katmaktadır. Moena evlerinden, Türk bayrakları dalgalandırılarak "Rione Turchia" (Türk Bölgesi) görünümü sağlanmaktadır. Festival boyunca Moena'nın belediye başkanı dahil herkes, Türk giysileriyle dolaşmaktadır. İstanbul'un dar sokaklarını andıran Moena sokaklarında, Türk bir bireyi andıran sarıklı ve sakallı bir heykel ve heykelin altında hilali barındıran bir çeşme yer almaktadır. Festival sırasında topluluğun en yaşlısı sultan olmakta ve El Turco'yu temsil etmektedir (Temizsoylu, 2015, ss. 71-72).

Moena halkı, kız istemeye giderken sembolik bir başlık parası vermektedir. Türk örf ve adetlerini son derece benimseyen halk bu durumu, "Töre" olarak adlandırmaktadır. Köy dışına gelin giden kızlara, "Alabastia" denilen tören düzenlenmektedir. Tören esnasında gelinin dışarıya çıkabilmesi için sultanların izin vermesi gerekmektedir. Köyün yaşça büyükleri sultan, diğerleri ise Türk kültürüne özgün giysiler giymektedir. Moena Belediyesi Başkanı Riccardo Franceschetti:

"El Turco'ya dayanan geçmişimize ilişkin kesin bir şey söyleyemeyiz, çünkü bu konuda yapılmış bilimsel bir çalışma yok. Dedelerimizin babalarımıza anlattığı El Turco efsanesini bizler de çocuklarımıza inançla aktarıyoruz. Bu festival bizim için çok önemlidir. Türkler gelip buradaki küçük Türkiye'yi görmeli. Kabul etmeliyiz ki aramızda çok güçlü bir bağ var. Bu festivalle bu bağı güçlendirmek istiyoruz. Böylece birbirimizi daha çok ziyaret edebiliriz. Bu festival aramızda yeni bağlar kurabilir. Bu tür birlikliklerle kültürel etkileşime gidebilir, tecrübe değişimi yapabilir. Bu platform üzerinden adet ve örflerimizde senteze gidebiliriz" (Sabah, 2007).

Sözleriyle Türk kültürüne ne kadar sıcak baktıklarını ifade edip, bu festivalin uzun yıllar devam edeceğinin altını çizmektedir.

İtalya'nın kuzeyinde, Avusturya sınırına yakın Tarento bölgesinde Alp Dağları'nın eteğindeki Moena köyü, popüler bir kayak merkezidir. Asıl geçim kaynağı turizme bağlı

olan Moena, Türk Festivali ile daha çok tanınmaktadır. Festival zamanı, bütün köy Türk Bayraklarıyla süslenmektedir. Moena köyünün sokakları baştan sona kırmızı beyaz renkleriyle donatılırken, festival katılımcıları da Türk bayraklı giysilerle Moena sokaklarında dolaşmaktadır. Türk yürüyüşü ile başlamakta olan festivale gelen sanatçılar eserlerini köyde sergilemektedir (www.hanedancity.com, 2018, s. 1).

300 yılı aşkın süredir devam eden "El Turco" festivaline, son yıllarda Türk yetkililer tarafından da destek verilmektedir. Festivale, Türkiye'den Turizm Bakanlığı yetkilileri katılıp çeşitli hediyeler ikram etmektedir. Ayrıca festivale 2017 yılında, Türkiye'den mehter takımı da katılmıştır (www.haberler.com, 2018, s. 1).

2.2. La Turchia Festivalinin Sosyal Etkileri

Festivaller düzenlenirken yalnızca ekonomik etki, hedef ve amaçları daha çok ön planda görünse bile, görünmeyen etkileri arasında sosyal anlamda etkilerinin olduğu da bilinmektedir.

Bölgesel festivalleri düzenleyen organizatörlerin, etkinliğin düzenleneceği topluma uygun olarak değerleri, dürüstlüğü, sorumluluğu, yalınlığı kullanması büyük önem taşımaktadır. Sevgi, inanç, işbirliği ve saygı, festivallerin yürütülmesinde büyük önem taşımaktadır. Büyük ölçüde katmanlı demografik özellikleri bulunan bir toplumda her bir topluluk, çeşitliliğe ve hoşgörüyü verilen değerlerle ilgilenmektedir. Bireyler, kendileri için önemli olan ve ilgi çekici konular üzerine düşünmektedir. Her dört toplumdan biri aynı durumlara farklı bir bakış açısı getirmektedir (Derrett, 2003, s. 53). Festivallerin toplum üzerindeki etkisi düşünüldüğünde, yapılacak olan festivallerin bireylerin ilgisini çekecek nitelikte olması gerekmektedir.

Değişime uğramayan veya durağan olan hiçbir kültürel yapı ve sosyal çevre bulunmamaktadır. Kültürel yenilenme iki şekilde meydana gelmektedir: Toplumda bulunan iç hareketlilikte bulunan farklılaşmanın sonucu olarak ortaya çıkan iç değişim ve ekonomik, politik çevre ve kültürel etkilerle ortaya çıkmakta olan dış değişim şeklindedir.

İç değişiklikler yaratıcılık, gelişme ve yenilik içermekte iken tüketim merkezli ve teknolojik olarak karışık toplumlarda az, gelişmiş olan toplumlarda ise daha fazla görülmektedir. Dışsal değişim; modernizasyon, batılılaşma ve dışsal baskı, turizmden dolayı ortaya çıkmakta olan kültürel değişimle alakalıdır. Toplumların dış etkilere karşı bir direnç sistemi bulunmamaktadır. Turizm, farklılaşmanın önünü açmakta, yapılmakta olduğu coğrafyanın yapı taşlarını değiştirme olanağına sahip konumda bulunmaktadır. Ayrıca etkili olan güç modern yapının gücü olarak kalmaktadır. Gerçekleştiği coğrafya ve turist ilişkilerinin ne yönlü bir değişime uğradığı önem taşımaktadır. İlişkilerin ya-

pısı, gelen turist ve coğrafya üzerinde yaşamakta olan bireylerin ekonomik imkanlarına göre değişime uğramaktadır (Berber, 2003, s. 211). Kültürel yapılar içerisinde bulunan dinamik, sürekli olarak birçok olgu ve olaydan etkilenerek kendini yenilemektedir. Festivallerin yapıldıkları topluma, etkileri de oldukça fazladır. Her etkinlik beraberinde değişimi de birlikte getirmektedir.

2.3. *La Turchia* Festivalinin Toplum Kişiliğine Etkisi

Etkinliklerin, toplumda yaşamakta olan bireylere etkisini düşünürken, bireylerin ruhsal özellikleri de göz ardı edilmemektedir. Bunlar:

- Toplumun geçmişi yani tarihi,
- Kullanılan dil, dilin evrimi, dilin üretme özelliği ve bilimde kullanılması,
- Din olgusu, din olgusunun toplumsal değişime bakışı, din olarak hoşgörü ve genel anlamda hoşgörü, dinin genel olarak değişime olan bakış açısı,
- Anayasal düzen, evrensel düzen ile hukuk ilkelerini çakışması durumu,
- Toplumun örgütlenme düzeyi ve örgütlenme hareketliliği,
- Eğitim kurumlarının, genel standartlara uygunluğu,
- Sağlık durumları ve temizlik alışkanlığı,
- Boş vakitlerini değerlendirme,
- Ritüel kapsamına giren hususlar ve toplumdaki konumları, egemenlik alanları,
- Değer ve ahlak kavramları, düşünce geriliği konuları, tam bağlılık konuları, genel değer ve ahlak yargıları ile çakışmasıdır (Berber, 1983, s. 98).

Yukarıda değinilen hususlara bakıldığında, bireyler anlık olarak değil de geçmişteki köklü tarihleri ve kültürel yapıları ele alınarak değerlendirilmeli ve festival, etkinlik, düzenlenecek her türlü organizasyonun bireylerin kişiliklerinin hangi noktalarına temas ettiği öncelikle göz önüne alınmalıdır. Toplumun tarihi geçmişi, dili, dini, anayasal düzeni, toplumdaki örgütlenme hususları, eğitim durumları, sağlık imkânları, boş vakit değerlendirmeleri, gelenek ve göreneklere ve ahlak kavramlarının tamamı bir bütün olarak ele alınarak toplumda yaratacağı etkileri göz önüne alınarak hareket edilmelidir. Bu bilgilere sahip olmadan planlanması yapılacak olan her etkinliğin bireylerin istek, arzu ve beklentilerini karşılamayacak nitelikte olması öngörülmektedir.

Sosyal rejim, değerler sistemi içinde bulunan kişileri güdülenme yardımı olmadan denetleyememektedir. Genel olarak değerler sisteminin bir tarafı bireylerin kişilikleri ile içselleşme yoluna giderken, diğer yandan ise sistemde bulunmakta olan diğer kişiler tarafından kabul edilmiş kıstaslarla, hareketli halde içselleştirilmekte olan yönelimlerini durgunlaştırmak ve değişik ihtiyaçlara özgün yaklaşım üretmeye yönelmektedir. Bu kavramlar hem kendi değer yargılarına hem de başkalarının hareketlerine kıstaslar uyguladığından birbirleriyle bağlılık içerisindedir. Fakat üretim ilişkisini, sosyal sınıfların yükseliş ve alçalışlarına imkân tanıyan, şu anda var olan ilişkisi, etkilemekte olan bir faktör olduğundan dolayı turizm için içine girdiğinde durum tamamen farklı bir yöne doğru gitmektedir. Turizm sosyal yapıda bazı değişikliklere yol açmaktadır. Turizmin, "sosyal bir bağlılık" olduğu düşünüldüğünde, sosyal sınıf, toplumsal konu, birleştirme ve bütünleştirme ayrıca yenileme hareketi olarak düşünüldüğünde, sosyal değer ve çalışma değerlerinin arasındaki fark ortaya çıkmaktadır. Bu seyahat hareketliliği, kültürel anlamda zenginleşme, dinlenme ve kentleşmekte olan sanayi toplumunun çalışmakta olan kitlelerine çevre değiştirici ve çalışma güçlerinde pozitif anlamda bir hareketlilik yarattığından dolayı sosyal ihtiyaçlara cevap vermekte olan bir konumda bulunmaktadır. Tepkisel bir durum söz konusudur çünkü kişiler kendi özgür kararları ile seçim yapmaktadır (Berber, 2003, s. 210). Toplum üzerinde meydana gelmekte olan her değişiklik beraberinde bireylerin de kendi kişiliklerinde değişimlere yol açmaktadır. Festivallerin yaratmış olduğu, özgürlükçü ve eğlenceli ortamlar bireylerin çevreleriyle etkileşime daha kolay girmesini ve bunun bir sonucu olarak bireylere kişilikleri üzerinde farklılaşma, olay ve durumlara değişik açıdan bakabilme ve yorumlayabilme yetisi kazandırmaktadır. Festivallerde kurulmakta olan ilişkiler sayesinde, bireyler farklı kültürel düzeydeki insanlarla bir araya gelerek sürekli bir fikir alışverişi halinde bulunmaktadır.

Festivallerin kültürel farklılaşma açısından farklı yönleri bulunmaktadır. Festivaller, bireylerin aidiyet duygusunu geliştirmekte ayrıca belirli özelliklerini ve normlarını açmasına sebep olabilecek belirli sorumluklar edindirmektedir. Yerel kültürel özellikleri, zengin aktivite ve renkli yaşamla kültürel olarak çeşitlendirmektedir. Yerel performanslar festivallerde dikkat çekici konuma gelirse, bu başarı ile yeni bir ilham oluşturacaktır. Bu durum olumlu izlenimler oluşturarak diğer sanat formlarıyla yaratıcı bir etkileşim içinde bulunmasına sebep olmaktadır. Bazı festivaller, halkın eğitimi konusunda da bir etki sahiptir. Genç bireylerin kültür-sanat faaliyetlerine olan ilgisini ortaya çıkartarak yavaş yavaş ortak değerlerin yaygınlaşmasını ve ilerleyen zamanda etkinliklere katılım potansiyellerini arttırmaktadır (Wang, 2009, ss. 20-21).

Festivallerin düzenlenmesiyle birlikte, toplumda yaşamakta olan bireylerin sosyal ilişkiler içine girmesi bireylerin kişilik yapılarında da birtakım değişiklikler meydana

na getirmektedir. Ortaya çıkmakta olan farklılaşma ortamları yani festivaller sayesinde toplumda dinamik olarak bir sosyal etkileşim meydana gelmektedir. Edinilen bu tecrübeler neticesinde bazı değerlerin gün yüzüne çıkmasına imkân verilerek, kişisel özelliklerin fark edilmesine imkân sağlamaktadır. Böylece toplumda yaşamakta olan bireylerin kişilik yapısına etki etmektedir.

2.4. La Turchia Festivallerin Toplumun Ekonomik Durumuna Etkisi

Turizm, gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülke için önemli bir ekonomik faaliyet konumunda bulunmaktadır. Ekonomik büyüme ve gelişme açısından önemli kaynaklardan biri olarak görülmektedir (Bahar, 2013, s. 5). Turizmin alt kollarından birisi olan festivaller ise, lokal olarak bölgenin kalkınmasına genel olarak da ülke ekonomisine katkı sağlamaktadır.

Turizmin, ekonomiye olan katkıları farklı sebeplerle sektör aracılığıyla ortaya atılmaktadır. Turizmin ekonomik olarak öneminin vurgulamak, iş dünyası, kamu arasında daha fazla öneme sahip olduğunun farkına vararak davranmak, turizm için alınacak yeni kararlar ve politikalar alınması, radikal açıdan ekonomiye büyük katkı sağlamaktadır. Turizme önem verilmesi, destek olunması sektör için oldukça önemli olarak görünmektedir. Turizme hükümet, işletmeler ve toplum tarafından verilen önemin artmasıyla birlikte, turizmin getirdiği ekonomik yarar ve maliyetler bölgede bulunan herkese bir şekilde ulaşmaktadır. Ekonomik olarak yapılan etki analizlerine bakıldığında ise; bu ekonomik hareketliliğin karşılıklı olarak bağımlılık, gerçekçi tahmin ve turizmin rolü ayrıca önemi konusunda önemli noktalarla çözümler bulunmasını sağlamaktadır (Stynes, 2000, s. 1). Turizmin getirdiği ekonomik hareketlilik, ülke ekonomisi için önemli bir yer teşkil etmekte olduğundan dolayı ülkeler turizmin bütün alanlarına çok fazla önem vermektedir.

Festivaller, toplum üzerinde yatırım, istihdam ve yaşam standartını yükseltmek gibi ekonomik bir etkiye sahiptir. Festivallerde ev sahipliği kavramı, ekonomik açıdan para akışının gerçekleşmesi olarak adlandırılabilir. Festivaller, ev sahipliği yapan toplumlar için turizmin gelişmesinde büyük katkı sağlamaktadır. Festivaller düzenlenirken elde edilen gelirler, örneğin giriş ücretleri topluma doğrudan ekonomik olarak katkı sağlamaktadır. Yani toplumlar başarılı festivallere ev sahipliği yaparak yerel halkın hayat düzeyini büyük oranda iyileştirmektedir (Wang, 2009, ss. 17-18). Festivaller düzenlendiği topluma doğrudan, ülke ekonomisine ise dolaylı olarak katkı sağlamaktadır. Ayrıca düzenlenmekte olan bu etkinlikler sayesinde ülkeler tüm dünyada kendi reklamlarını yapmaktadır.

Turizmin farklı ekonomik etkileri bulunmaktadır. Turizm ile satış, kâr, vergi vb. gelir-

lerde olumlu anlamda artışlar yaşanmaktadır. Birincil etkileri turizm sektöründe konaklama, restoran, ulaşım, eğlence ve perakende ticaret oluşturmaktadır. İkincil etkisi ise, turizm faaliyetlerinden dolayı bölgede iş gücüne duyulan ihtiyaç oluşturmaktadır (Stynes, 2000, s. 4). Turizm ile doğan iş gücünden oluşan ekonomik hareketlilik nakit akışının sürekli bir dinamik içinde olmasına sebep olmaktadır. Festivaller ekonomik olarak katkı sağlamakla birlikte kültürel anlamda da farklılıklar yaratmaktadır.

2.5. *La Turchia* Festivalinin Kültürel Etkileri

Festivaller toplumlar üzerinde geniş bir etki alanına sahiptir. Bu tabloda genel etki alanları verilmektedir. Festivalin; topluma, görüntü ve kimliğe ayrıca turizme etkisi bulunmaktadır. Festival düzenlenen toplumun kimlik ve değerlerini içinde barındıran festival turizmi oluşturmakta ayrıca topluluklara da etki etmektedir. Sürekli iç içe bir etkileşim içinde bulunan festival, yenilikleri ve toplumsal değerleri bir arada harmanlayarak hem turizm açısından hem de kültürel iletişim açısından önemli bir kavram olarak düşünülmektedir.

Şekil 2: Festivalin Etki Alanları (Allen vd., 2000, s. 121).



Pazarlama alanında, özellikle iş sektörünün turizm alt kümesini oluşturmakta aynı zamanda imaj ve kimliği benimsediği için hedef pazarlama mesajlarını barındırmaktadır. Böylece, temel değerlerini temsil eden bir “marka”, hem toplum hem de turizm sektörünün kullanabileceği bir materyal konumunda bulunmaktadır. Festivaller ve etkinlikler, bir toplum için kümeli bir etkiye sahip değildir. Aynı zamanda toplum kimliğinde olumlu ve olumsuz imaj etkisi yaratmaktadır (Derrett, 2003, s. 53). Festivaller, toplum üzerinde farklı etkilere sahiptir.

Şekil 3: Festivallerin Etki Alanları (Allen vd., 2000, s. 121).



Birincil kuvvetler sürekli yeni etkinlikler üretirken, toplulukların kimlikleri ve değerleri sabit kalmaktadır. Yani manzara değişmekte, yerleşme modelleri gelişmekte ve ziyaretçi sekmenleri değişmektedir. Ayrıca toplulukların faaliyetlerini sergiledikleri dış alanlar düzenli olarak iç ve dış ortamlardan etkilenmektedir. Siyasi, kültürel, sosyal, ekonomik, teknolojik açıdan toplumdaki bireyler belirli özelliklere sahip ailelerin ve alt kültür gruplarının demografik ve psikografik faktörlerle şekillenmiş birer üyesi olarak görülmektedir. Hedef pazarlama için kültür turizmi, topluluk ve yer duygusu aslında bir metalaşması olarak görülmektedir (Derrett, 2003, s. 53).

Festival, topluluk ve turizm arasında kültürel turizmi, topluluk ve görüntü ile kimlik arasında topluluk kültürel gelişimi, turizm ve görüntü kimlik arasında hedef pazarlama olarak sürekli bir etkileşim içindedir. Topluluk ve turizm arasında; kültürel turizmin doğmasına ve gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Kültürel turizm, bireylerin farklı kültürler ile etkileşime geçerek kültürel farklılıkları tanımalarına ayrıca buldukları coğrafyadan daha farklı kültürel değerleri tanıma ve aşına olma konusunda imkân sağlamaktadır. Turizm ile görüntü ve kimliğin ortak noktası olan hedef pazarlamanın, festivallerin yapıldığı topluma ekonomik olarak katkıları bilinmektedir. Festivallerin ekonomik olarak bu katkısı düşünüldüğünde hedef pazarlamanın ön planda olması kaçınılmazdır. Hedef kitlenin istek ve arzuları, beklentileri hedef pazarlama aşamasında büyük önem taşımaktadır. Festivallerde, topluluk ile görüntü ve kimliğin kaçınılmaz, yadsınamaz sonucu toplulukların kültürel gelişimleri bu tarz etkinliklerde büyük bir sonuç oluşturmaktadır. Toplumlar, buldukları bölgelerden çıkararak ulusal değerleri ile farklı bir değişime girmektedir. Festivaller, kültürel olarak toplumları farklı kültürlerle etkileşim içine sokarak gelişmelerine olanak sağlamaktadır.

Tablolardan da anlaşıldığı gibi, festivallerin toplum üzerinde birçok etkisi bulunmak-

tadır. Bu etkiler festivallerin yalnızca birer eğlence etkinliğinden daha çok kültürlerin etkileşim içine girerek farklı kültürel değerleri öğrenmesine, ülkelerin ekonomilerine ayrıca katkıda bulunmasına ve toplumların sosyal yaşantılarına etkilerinin olduğunu göstermektedir. Yani festivaller bir eğlenceden daha çok kültürel etkileşime, iletişime, ekonomik gelişmeye, turizmin de gelişmesine katkı sağlamaktadır.

2.6. La Turchia Festivalinin Festivallerin Kültürlerarası Etkileşimi

Bazı uluslararası festivaller ve etkinlikler, çok kültürlü iletişim için bir platform sağlamaktadır. Bireyler farklı kültürlere ve geçmişe sahip olsalar dahi aynı ortamda uzun süre iletişim kurmaktadır. Bu durumda iletişim kurarak, fikir alışverişinde bulunurlar ve bu durum gelecekte iş birliği yapmaya kadar gitmektedir. Bu kültürlerarası iletişim sayesinde uluslararası iş birliği ve fikir alışverişi yaşanmakta, farklı kültürel geleneklere sahip bireyler etkileşim içinde bulunmaktadır (Wang, 2009, s. 20-21). Farklı gelenek, görenek, kültürlere sahip bireylerin bir araya gelerek aynı ortamda bulunmaları, zaman içinde farklı gelenek, görenek ve kültüre sahip olduklarından dolayı farkına varmadan etkilenmeyi mümkün kılarak kültürlerarası bir etkileşim ortamı yaratmaktadır.

Seyahat kavramı hem kültürel hem de turizm kalkınmasının önemli bileşenlerinden- dir. Seyahat kavramının, dünya genelinde bu iki olgu çerçevesinde değerlendirilmesi gerekmektedir. Kültür ve turizm; ekonomik, sosyal refah, bireyin özgürlük ve haklarının örnek teşkil ettiği, bireyin gelişiminin ayrılmaz bir parçası olarak seyahat ve kültürel farklılaşmayla zenginleştirmektedir (Picard ve Robinson, 2006, s. 15). Seyahat kavramı, bireylerin anlatılanlardan çok deneyimleyerek kendilerinin farklı kültürler hakkında bilgi edinmesine yol açmaktadır. Bu deneyimler sayesinde her bireyin farklı bir bakış açısıyla kültüre yaklaşması ve farklı anlamlar çıkarması dolayısıyla kültürlerin birbirinden etkilenmesi konusunda da bir kaynak oluşturmaktadır.

Turizm sektörünün, tüm dünya toplumları arasında bulunan kültürel farklılıkların anlaşılması ayrıca bazı kültürlerin zaman geçtikçe birbirinden etkilenmesiyle başladığı düşünülmektedir. Fakat kitle iletişim araçlarının gelişim göstermesinin yanı sıra hayat tarzları konusunda en doğruyu bilgiyi edinme imkânının, o kültürlere yapılmakta olan ziyaretlerle gerçekleşeceği bilinmektedir. Kültürler yalnızca çevresel faktörleri göz önünde bulundurularak bir bütün olarak değerlendirilmektedir. Örneğin, bir Uzakdoğu kültürünü değerleriyle birlikte bir Asya coğrafyasına taşımak ve orada benzer şekilde bir hayat sürmesini beklemek doğru değildir. Ya da bir Asya kültürünü, bir Uzakdoğu ülkesinde yaşatmak mümkün olmamaktadır. Bu kültürleri bir araya getirebilmenin en güzel yolu ziyaretçi ya da turist hareketliliğinin gerçekleşmesidir. Bundan dolayı farklı kültürel özelliklere sahip yerleri ziyaret etmek ya da orada yaşamak bireylerin

turizme katılmasını etkileyen birinci etken olarak kendini göstermektedir (Kozak vd., 2014, s. 87). Dünya üzerinde kültür çeşitliliği çok fazla olarak bilinmektedir. Bu çeşitlilik doğal olarak çoğunlukta olan kültürlerin diğer kültürler üzerinde etki yaratmasına imkân sağlamaktadır. Turizm sektörü sayesinde sürekli bir hareketlilik içerisinde olan bu kültürler sayesinde kültürel etkiler karşılıklı olarak oluşmaktadır.

17. yüzyılın sonları ve 20. Yüzyıla kadar olan süreçte merak, eğitim ve sosyal düzelmeye tabanlı var olan seyahat kavramı yerini eğlence, sosyal elit hayat gibi gelişmiş dünya düzeninde, kitlelerin yaygın faaliyetlerde bulunmasına sebep olan bir kavram olarak şekillenmektedir (Picard ve Robinson, 2006, s. 8). Gelişen teknoloji ile değişen dünyada artık eğlence anlayışları da yeni bir oluşumla bireylerin karşısına çıkmaktadır. Ulusal mesafelerin azaldığı bu dönemde, ulaşılabilirlik artmıştır. Doğal olarak bireyler artık daha bilinçli ve planlı bir şekilde hareket etmektedirler.

Turizmin gerçekleştiği alan, ülkenin bütününden daha küçük ve ülkenin içinde bulunan birçok şehirden büyük, bireylerin beyninde belirli bir izlenime sahip, markalaşmış ulusal bir alandır. Ayrıca önemli çekiciliklere, çekim merkezlerine, festival, karnaval vb. organizasyonlara, bölge içinde kurulan iyi ulaşım sistemleri, gelişim düzeyi, ülke düzeyinde gelişmiş bir ulaşım ağı potansiyelini amaçlamaktadır (Kozak, 2013, s. 117). Etkinlikler düzenlenirken oluşturulacak her türlü imkân; bireylerin ilgisini çekerek, festivallere olan ilgiyi de arttırmaktadır. Daha fazla ulaşılabilirlik sağlamak ise festivallerin odak noktası olmasına katkı sağlamaktadır.

Turizm, önemli kültürel kaynaklara sahip ekonomik kalkınma biçimi olarak tanımlanmaktadır. Fakat ekonomik güce bağlı olsa da birey ve toplumun erişebildiği bir etkinliktir. Turizmin, toplumların birbirlerini, geçmişlerini deneyimleyerek duygusal ve ruhsal anlamda anlayış alışverişi olarak özgürleştirici bir kavram olan iletişimle iç içedir (Picard ve Robinson, 2006, s. 23). Bireyler, kendisini ifade edebilen, anlaşılacak istenen sürekli bir etkileşim içerisinde bulunan toplumun yapıtaşı konumundadır. Bireylerin, etkinlikler veya organizasyonlara ilgisini çekebilmek ancak onları ifade eden şeylerin karşı taraf tarafından iyi bir şekilde analiz edilerek, bireylere birer ürün olarak sunulmasıyla gerçekleşmektedir. Böylece karşı tarafın da istek, arzu ve beklentilerine cevap vererek, tercih sebebi olarak organizasyonların ilgi çekmesi sağlanmaktadır.

SONUÇ

İnsanlık tarihinin başlangıcından günümüze bireyler ve toplumlar arası iletişim en önemli pratiklerinden biri olmuştur. Birçok yönden iletişim kavramı çeşitli çalışmalar ile ele alınmış ve bu doğrultuda bilimsel yeni bulguları insanlığın hizmetine sunmuştur. Her ne kadar iletişim ve kültürel çalışmaların köklü tarihe sahip olduğu bilinse de

iki kavram oldukça dinamik ve değişken bir yapıya sahiptir. Bireylerin topluluk halini alan yaşayışlarında çeşitli kültürel öğelerin baskın hale gelmeye başlaması, çeşitli kültürel öğelerin giderek yok olması insanlık tarihi ile özdeştir. Bu nedenle iletişim ile kültür kavramlarını birbirlerini besleyen ve değişken kavramlar olarak ele almak gerekmektedir. Toplumsal yaşamın en önemli uzuvlarından biri olan iletişim kurma becerisi, insanlığın soyunu devam ettirebilmesinin unsurlarından biri olmuştur. İletişim ve bireysel ilişkilerin toplumsal bir hal almasıyla beraber kültürel nitelikler de toplumlar arası önem kazanmıştır. Yazılı olmayan kurallar bütünü olan kültürel birimler, toplumların tarihi, ekonomik yapısı, çeşitli toplumlar ile etkileşimleri gibi birçok bulguyu bilim insanlarına sağlayabilmektedir. Bu nedenle bir toplumun yaşayış biçimindeki kültürel niteliklere odaklanmak, aynı zamanda görünmeyen etkileşimleri de çalışmaya dahil etmek anlamına gelmektedir. Tez çalışması bu temel dayanaklar üzerine oturtulmuş ve kültürel etkileşimlere odaklanmanın toplumsal etkileşimleri yansıtabileceği fikri ile hareket edilmiştir.

Toplulukların birbirleriyle etkileşim kurma biçimleri dünyanın birçok yerinde farklı şekillerde görünür olmaktadır. Örneğın Afrika'da iki kabile arasındaki etkileşim ve kültürel aktarım farklıyken gelişmiş ülkelerin birbirleri ile kurdukları iletişim ve etkileşim biçimleri farklılık taşımaktadır. Dolayısıyla kültürel iletişimin sınırları belirlenip akademik çalışmalar üretilirken ülkelerin arasındaki tarihsel ilişki biçimlerinin de gözden geçirilmesi gerekmektedir. Tez çalışmasının örneklemini oluşturan *La Turchia Festivali* Türk-İtalyan geçmişini en net yansıtan örneklerden biri olmasının yanında kültürel iletişimin boyutlarını 21. yüzyılda net biçimde yansıtmaktadır. Her yıl ağustos ayında düzenlenen ve yoğun bir katılımı gerçekleştirilen *La Turchia festivali* günümüzde kültürel iletişimin güçlü boyutunu dünyaya göstermektedir. Kuşkusuz bu ve benzer kültürel iletişim modellerinin gerçekleştirilmesi için iki ülke arasında yoğun bir etkileşim sürecinin olması gerekmektedir. İtalya ve Türkiye'nin köklü geçmişi nedeniyle iki ülke arasındaki etkileşim durmaksızın devam etmiştir. Kimi zaman ekonomik kimi zaman sosyal ve siyasal sebeplerden dolayı yaşanan göçler de kültürlerin bir ülkeden diğere aktarılmasına aracı olarak yeni bir yapıyı ortaya çıkartmıştır. İtalya'da gerçekleştirilen *La Turchia festivalinin* kökenleri Osmanlı Askeri olan Balaban Hasan'ın Moena'ya yerleşmesine dayanmakta ve kültürel iletişimin yeni bir boyutunu gözler önüne sermektedir.

Kültürel aktarım ve iletişim biçimlerinin açıklanması için tez çalışması iki ülkenin festivali oluşturan köklü geçmişine odaklanmıştır. İtalyan ekonomisi ve Türkiye ekonomisi, demografik ve sosyal yaşantı, kültürel yapıları gibi birçok parametre birbirleri ile ilişkisel olarak yorumlanmıştır. Bu yorumlamalar sonucunda kültürel etkileşim meydana geldiği ve bu nedenle *La Turchia festivaline* zemin hazırlayan sebepler açıklayıcı

biçimde aktarılmıştır. İki ülkenin ekonomik, sosyal, kültürel, demografik yapılarının karşılaştırılması sonucunda ortaya çıkan veriler yorumlanmış ve festivalin kökenlerine bu karşılaştırmalı yaklaşımlar aracılığıyla ışık tutulmuştur. Türkiye'nin kültürel yapısı ve İtalyan kültürünün benzer noktaları ortaya konulmuş ve bu bilgiler ışığında festivalin kültürel iletişim açısından değerlendirilmesine odaklanılmıştır.

İtalya'da her yıl ağustos ayında gerçekleştirilen *La Turchia* Festivali'nin ilk göze çarpan özelliği tamamen Türk yaşayış biçimine ve Türk kültürüne ait öğelerin festival alanında görülmesidir. 300 yılı aşkın bir süredir devam eden festival Türkiye ve İtalya arasındaki tarihsel, kültürel ve ekonomik geçmişinin bir yansıması niteliğindedir. Bireyler topluluk halini alan yaşamlarında çeşitli önemli olayları kutlamak, yas tutmak gibi sebeplerle bir araya gelmektedir. Bu nedenle festival kavramı düşünülürken aynı zamanda bir topluluk için en önemli anlardan birinin tezahürü olduğunu unutmamak gerekmektedir. Bu doğrultuda İtalya'nın Moena şehrinde yaşayan bireyler için *La Turchia* Festivali bir anma töreni anlamına gelmekte ve bu görüşülen kişilerin beyanlarıyla da desteklenmektedir. Bu veriler ışığında, Moena Köyü'nde yaşayan İtalyan halkın her yıl düzenlediği bu festivalin kültürlerarası iletişim bağlamında İtalyan halkı üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu ve Türk ve İtalyan kültürleri arasındaki iletişimin oluşmasında ve gelişmesinde önemli bir dinamik olarak görünürlük kazandığına yönelik öngörüler doğrulanmıştır.

Toplulukların birlikte gerçekleştirdikleri ve kültürel yaşayış biçimini net olarak yansıtan festival gibi organizasyonların incelenmesi, bilimsel açıdan birçok bulguyu ortaya çıkartmaktadır. Örneğin *La Turchia* Festivali'ne katılan halkın giyiniş biçimleri, festivaldeki müzikler, yemekler, festival alanındaki Türk imgeleri gibi birçok öğenin kültürel aktarım ve iletişim biçimini yansıttığı göze çarpmaktadır. Festival alanını donatan Türk bayrakları, kıyafetler, padişah temsili gibi birçok öğe, Türk kültürünü doğrudan yansıtarak festivalin kendine has yapısını göz önüne sermektedir. Türkiye'den çeşitli sebeplerle yurt dışına göç eden gurbetçilerin de festivale yoğun katılımı sebebiyle kültürel iletişimi daimî kılan bir yapıya da sahip olmuştur. Bu bulgu, *La Turchia* Festivali sayesinde, İtalyan Kültürü içerisinde geleneksel Türk imgelerinin kullanıldığı öngörüsünü doğrulamaktadır.

MAKALE BİLGİ FORMU

Yazar(lar)ın Katkıları: Yazar çalışmaya %100 katkı sunmuştur.

Çıkar Çatışması Bildirimi: Yazar tarafından potansiyel çıkar çatışması bildirilmemiştir.

Destek/Destekleyen Kuruluşlar: Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kar amacı gütmeyen sektörden hibe alınmamıştır.

Etik Onay ve Katılımcı Rızası: “Kültürlerarası iletişiminde festival etkisi: La Turchia festivali” başlıklı çalışma etik kurul onayı gerektirmemektedir. Yazım sürecinde bilimsel, etik ve alıntı kurallarına uyulduğu, toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmadığı yazar tarafından beyan edilmiştir.

Kaynakça

- Allen J, Harris R., Jago Leo K. ve Veal A. J. (2000). *Events beyond 2000: setting the agenda* (1. Baskı). Sidney: School of Leisure, Sport and Tourism University of Technology Yayınları.
- Atak, O. (2009). Türk turizminin tanıtımında festivallerin yeri ve önemi: Antalya örneği. (Yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul: Türkiye.
- Bahar, H. İ. (2009). *Sosyoloji*. Ankara: Karınca Yayınları.
- Bahar, O., Kozak, M. (2013). *Turizm ekonomisi* (1. Baskı). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Bakan, Berber Ş. (2003). Sosyal değişme katalizörü olarak turizm ve etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (9), 207-211.
- Brier, B., Hobbs, A. H. (1999). *Daily life of the ancient Egyptians*. New York: Greenwood Yayınları.
- Cevizci, A. (2015). *Felsefe tarihi* (7. Baskı). İstanbul: Say Yayınları.
- Congcong, T. (2014). The study of festival tourism development of shanghai, *International Journal of Business and Social Science*, 5 (4), 52-58.
- Demir, S. (2019). *Coğrafi Açıdan Türkiye’de Festivaller*. (Yüksek lisans tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi. Isparta: Türkiye.
- Derrett, R. (2003). Making sense of how festivals demonstrate a community’s sense of place. *Event Management*, 8(1), 49-58.
- Freeman, C. (2005). *Mısır, Yunan ve Roma antik akdeniz uygarlıkları*. Angı S. K. (Çev.). Ankara: Dost Yayınları.
- Güney, S. (2007). *Örgüt kültürü* (2. Baskı). Ankara: Nobel Yayınları.
- Henderson, J. C. (2003). Managing tourism and islam in peninsular Malaysia. *Tourism Management*, Singapur 24(4), 447-456.
- İzgi, Ö. (2000), *Çin Elçisi Wang Yen-te’nin uygur seyahatnamesi*, Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Kartarı, A. (2001). *Farklılıklarla yaşamak: kültürlerarası iletişim*. Ankara: Ürün Yayınları.
- Kaşgarlı M. (1941), *Divanü Lügat-İt-Türk tercümesi III*. Atalay, B. (Çev.). Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Klyagin S. V. Y., Peremibeda P. A. (2020). Non-political resources of the political: on dynamic models in the methodology of studying and implementing intercultural communication. *ВЛACTЬ Dergisi*, (1) 119-124.
- Koca, S. (2002), Eski Türklerde bayram ve festivaller. Güzel, H.C., Çiçek, K., Koca, S.

(Ed).

Türkler (3), Ankara: Yeni Türkiye Yayınları.

Korkmaz, E. K. (2014). Sosyal yapılandırmacı öğrenme ortamı tasarımının, öğrencilerin kültürlerarası duyarlılığına ve etnik merkezliliğine etkisi. (Doktora tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul: Türkiye.

Kozak, M., Akoğlan, M., Kozak, N. (2014). *Genel turizm ilkeler kavramlar*. Ankara: De-ıay Yayıncılık.

Lyck, L.L., Long, P., Grige, A.X. (2012). Tourism, festivals and cultural events in times of crisis, *Frederiksberg Bogtrykkeri*, Denmark, 11-12.

Marshall, G. (1999). Sosyoloji sözlüğü. Osman Akınhay, Kömürcü D. (Çev.), Ankara: Bi-ılim ve Sanat Yayınları.

Neugebauer, O. (1942), The origin of the egyptian calender, *Journal of Near Eastern Studies*, 1 (4), 396-403.

Nikolaevna S. T. (2020). Модели Межкультурной Коммуникации, Власть

Ocak, D. (2006), XVI. yüzyıl Osmanlı şenliklerinin siyasal boyutları ve gündelik hayata etkileri. (Yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi, Ankara: Türkiye.

Bakan, Ö., Canöz, K. (2017). Kültürlerarası iletişim bağlamında Türk üniversite öğrencilerinin Japonlara yönelik kalıp yargıları. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (37), 91-107.

Picard, D., Robinson, M. (2006). *Festivals, tourism and social change: Remaking worlds, channel view publications*, Clevedon: England.

Rogers, E. M. (1999). Georg Simmel's concept of the stranger and intercultural communication research, *Communication Theory Dergisi*, 9 (1), 58-74.

Sarı, E. (2004). Kültürlerarası iletişim: temeller, gelişimler, yaklaşımlar. *Folklor/Edebiyat Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi Dergisi*, 10 (39), 1-31.

Seloğlu, A. (2012). İtalya'daki türkolojik bulgular: Moena'da Türk kültürüne dair izler. *Gazi Üniversitesi Türkçe Araştırmaları Akademik Öğrenci Dergisi*, 2 (2), 82-87.

Seregina, T. N. (2020). Kültürlerarası iletişim modelleri. *Yetki*, 28 (1), 119-124. <https://doi.org/10.3171/vlast.v28i1.7062>

Smith, A. D. (1994). *Milli kimlik*. Şener, B. S. (Çev.), İstanbul: İletişim Yayıncılık, 48-50.

Soydaş U. A. (2010). *Kültürlerarası iletişim farklı kültürel ortamlarda çalışma ve iletişim*. İstanbul: Parşömen Yayınları.

Stynes, D. (2000). Economic impacts of tourism. <https://msu.edu/course/prr/840/econimpact/pdf/ecimpvol1.pdf>

Temizsoylu, G. (2015). İtalya'da bir Türk köyü: Moena. *Bütün Dünya Dergisi*, (3), 71-74.

Wang, Y. (2009). The impact of festivals and events on cityimage: a case analysis of ningbo international fashion festival, (Yüksek lisans tezi), Erasmus 112 University, Rotterdam.

Yeşilçayır, C. (2014). Toplum kültürünün kurum kültürüne yansımaları. *Mavi Atlas Gümüşhane Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, Bahar Sayı: 3(2), 62-72.

Sabah. (2007, Ocak 20). *İtalya'daki Türk köyünden davet var*. Eylül 9, 2018 tarihinde Sabah: <http://arsiv.sabah.com.tr/2007/01/20/cp/gnc110-20070107-102.html> adresinden alındı

Comminet. (2005, Ağustos 12). *Cultural Indicator Tree Model*. Ağustos 20, 2018 tarihinde Comminet: <https://www.comminet.com/digital-health/content/cultural-indicator-tree-model> adresinden alındı

Gezilecek Yerler. (2018, Şubat 20). *Avrupa'nın ortasında ilginç bir köy! Herkes Türk gibi yaşıyor....* Ağustos 1, 2018 tarihinde Gezilecek Yerler: <https://gezilecekyerler.com/avrupanın-ortasinda-iliginc-bir-koy-herkes-turk-gibi-yasiyor/> adresinden alındı

Haberler.com. (2017, Ağustos 20). *İtalya'da Yüzlerce Yıldır Süren Türk Festivali Sona Erdi*. Ağustos 2, 2018 tarihinde Haberler.com: <https://www.haberler.com/guncel/italya-da-yuzlerce-yildir-suren-turk-festivali-9950980-haberi/> adresinden alındı

HanedanCity. (2018, Mart 12). *İtalya'nın Moena Köyünde Düzenlenen Türk Festivali*. Eylül 9, 2018 tarihinde HanedanCity: www.hanedancity.com/index.php/2018/03/12/italyanin-moena-koyunde-duzenlenen-turk-festivali adresinden alındı

Visintainer, E. (2011, Ekim 14). *İtalya'da Unutulmuş Türk Varlığı: Moena Türkleri*. Ağustos 13, 2018 tarihinde ORSAM: <https://www.orsam.org.tr/tr/italya-da-unutulmus-turk-varligi-moena-turkleri> adresinden alındı

Kurumu, T. D. (2015). *Festival*. Kasım 22, 2020 tarihinde Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlükleri: <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı

Mitolojik İplerle Dans Etmek: Çeçen Dansının Sembolizmini Çözümlemek

Dancing Through Mythological Threads: Unraveling the Symbolism of Chechen Dance

Maysa BAKEER 1* ORCID: 0009-0002-8414-1320

¹maysabakeer91@gmail.com

Article Info/
Makale Bilgisi

Received/Geliş:
30.05.2023

Accepted/Kabul:
20.06.2023

*Corresponding
Author

*Sorumlu Yazar

Öz: Mitolojinin, özellikle geleneksel danslar alanında, Çeçen kültürel uygulamaları ve ritüellerine dâhil edilmesi önemli bir yere sahiptir. Mit ve hikâye anlatıcılığına dalarak, Çeçen dansı derinlik ve takdir hissi kazanır.

Bu araştırmanın amacı, Artemis ve Apollo figürlerine odaklanarak, Çeçen geleneksel dansları ile Yunan mitolojisi arasındaki kültürel bağlantıları keşfetmek ve açıklığa kavuşturmak. Bu araştırma, ikincil veri kaynaklarına dayanan nitel bir yaklaşım kullanmaktadır. Analizin temel yöntemi içerik analizidir, bu da Çeçen geleneksel dansı, dans hareketleri ve Çeçen amblemi / armasının sembolizmi ile ilgili metinler (mitolojik ve Çeçen Marşı) ve görsel materyalleri sistematik olarak incelemeyi ve yorumlamayı içerir. Bu makale, mitoloji, dans ve kültürel kimlik arasındaki ilişkinin Çeçen geleneklerinde nasıl iç içe geçtiğini daha iyi anlamayı hedeflemektedir ve böylece bu eşsiz kültürel mirasın daha geniş bir takdir ve korunmasına katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Araştırma bulguları, Çeçen kültürel semboller ile Yunan mitolojisi arasındaki bağlantıyı ortaya koymaktadır. Çeçen arması ve marşı, Apollo ve Artemis'in doğumuna ve Zeus ile Leto'nun Delos'ta sağladığı koruyucu güçlere benzerlikler taşımaktadır. Bu araştırma, mitolojinin Çeçen kimliğine entegrasyonunu vurgulayarak, kültürel dokuda dişi ve erkek enerjileri arasındaki uyumu ön plana çıkarmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yunan mitolojisi, Çeçen dansı, Geleneksel oyunlar, Sembolizm, Çeçen kültürü

Cite this article/
Atıf:

Bakeer, M. (2023). Mitolojik İplerle Dans Etmek: Çeçen Dansının Sembolizmini Çözümlemek, *Sakarya İletişim Dergisi*, 3(1), 56-75.



SAKARYA
UNIVERSİTESİ



Mitolojik İplerle Dans Etmek: Çeçen Dansının Sembolizmini Çözümlemek

Dancing Through Mythological Threads: Unraveling the Symbolism of Chechen Dance

Maysa BAKEER 1* ORCID: 0009-0002-8414-1320

¹maysabakeer91@gmail.com

Article Info/
Makale Bilgisi

Received/Geliş:
30.05.2023

Accepted/Kabul:
20.06.2023

*Corresponding
Author

*Sorumlu Yazar

Abstract: The incorporation of mythology into Chechen cultural practices and rituals, particularly in the realm of traditional dances, holds significant importance. By delving into the realms of myth and storytelling, Chechen dance gains a heightened sense of depth and appreciation.

The aim of this research is to explore and elucidate the cultural connections between Chechen traditional dances and Greek mythology, focusing on the figures of Artemis and Apollo. This research utilizes a qualitative approach, relying on secondary data sources. The primary method of analysis is content analysis, which involves systematically examining and interpreting texts (mythological and Chechen Anthem), and visual materials related to Chechen traditional dance, dance movements and symbolism of Chechen emblem/arm of Coats). This paper seeks to deepen the understanding of how mythology, dance, and cultural identity intertwine in Chechen tradition, thereby contributing to a broader appreciation and preservation of this unique cultural heritage. The research findings reveal the interconnectedness between Chechen cultural symbolism and Greek mythology. The Chechen emblem and anthem draw parallels to the birth of Apollo and Artemis and the protective forces of Zeus and Leto in Delos. The exploration highlights the integration of mythology in Chechen identity, emphasizing the harmony between feminine and masculine energies in their cultural tapestry.

Keywords: Greek mythology, Chechen dance, Traditional dances, Symbolism, Chechen culture

Cite this article/
Atıf:

Bakeer, M. (2023).
Mitolojik İplerle
Dans Etmek: Çeçen
Dansının Sembolizmini
Çözümlemek, *Sakarya
İletişim Dergisi*,
3(1), 56-75.



Introduction

We were born at night when the she-wolf whelped,
In the morning, to lion's deafening roar, they named us
In eagles' nests our mothers nursed us,
To tame wild stallions on steep rocks our fathers taught us (Berman, 2008).

Dişi kurdun doğurduğu gece doğduk,
Sabah aslanın sağır edici kükremesiyle adımızı verdiler
Kartal yuvalarında annelerimiz bizi emzirdi,
Sarp kayalıklarda vahşi aygırları evcilleştirmeyi babalarımız öğretti bize (Berman, 2008).

The Chechens call themselves “Nokhchii” (plural of “Nokhchi” or “Nokhcho”). The Chechens refer to themselves as “Nokhchiin qam” (the “Chechen People”) and their nation as “Nokhchichoe,” “Nokhchiin mokhk,” or “Daimokhk” (the “Fatherland”). A number of these names are derived from the ethnonym and toponym of the Nokhch-mekhkakhoi, a sizable Chechen tribe that calls Ichkeria, southeast Chechnya, home. (Jaimoukha, 2005).

The region of vainakhs which was previously referred to as checheno-Ingushetia. during the soviet union can be found in the north-eastern area of caucasus, during this time a merged republic of chechnya, and ingushetia was established as an autonomous region within soviet Russia. The regions original inhabitants were the chechens or nokhch and the ingush or galga as they preferred to be called. They are referred to as the Vainakh/Vaynakh group, signifying their unity as a people. Chechens constitute the biggest demographic cluster of the northern caucasus region Vaynakhs belong to the ancient native population of the caucasus region (Jaimoukha, 2005).

Evidently, archaeological findings suggest that dancing dates back to the upper palaeolithic period, predating both poetry and music. Since ancient times dancing has been a constant presence throughout the span of human life, from birth until death. The days work commenced with a customary dance performance, early humans performed a dance mimicking the act of hunting before embarking on an actual hunt, believing it would bring them good fortune. Initially the practice of cultivating land was accompanied by ceremonial dances during specific times of the year which was subsequently followed by musical performances (Il'iaSov, 2009).

The past occurrences and emotions of individuals were conveyed through the performance of the dance and pantomime, the original form of dancing emerged from mimicking animals and natural phenomena through pantomiming. Despite the fact that

dance and pantomime are now separate forms of performance, art pantomime continues to play a crucial role in dancing, particularly traditional dancing. The combination of dance music and poetry did not emerge until later, when the aesthetic purpose of dance took precedence over its previous association with magical rituals (Miziev I.M, 1970)

1. Methodology

Qualitative research involves obtaining and analyzing non-numerical data, such as text, video, or sound, to better understand thoughts, conclusions, or experiences. It can be used to uncover minute, intricate details about a situation or to spark new conceptualizations. The humanities and social sciences frequently use subjective research in fields like human studies, humanism, instruction, the health sciences, history (Tekinarslan, 2008). Due to the fact that all observations, interpretations, and analyses are conducted via the qualitative researcher's own personal lens, they frequently view themselves as "instruments" in the research process.

1.1. Aim and the Significance of the Research

The study recognizes the immense significance of integrating mythology into Chechen cultural practices and rituals, particularly within traditional dances. By immersing into the realms of myth and storytelling, Chechen dance acquires a heightened sense of depth and admiration. The aim of this research is to explore and elucidate the cultural connections between Chechen traditional dances and Greek mythology, with a particular focus on the figures of Artemis and Apollo.

Each of the research approaches involve using one or more data collection methods. These are some of the most common qualitative methods:

- Observations: recording what you have seen, heard, or encountered in detailed field notes.
- Interviews: personally asking people questions in one-on-one conversations.
- Focus groups: asking questions and generating discussion among a group of people.
- Surveys: distributing questionnaires with open-ended questions.
- Secondary research: collecting existing data in the form of texts, images, audio or video recordings, etc. (Tekinarslan, 2008)

A study procedure known as secondary research makes use of data that has as of now been assembled. In other words, secondary research is any investigate that employments information that has already been collected. On the other hand, primary research alludes to any kind of investigate merely conduct on your claim (George, 2023)

Quantitative or qualitative methods can be utilized in secondary research. It as often as possible makes use of data obtained from peer-reviewed articles that have been published, meta-analyses, or private or public databases and datasets (Peloquin, DiMaio, Bierer, & Barnes, 2020).

Types of secondary research:

- Statistical analysis
- Literature reviews
- Case studies
- Content analysis

1.2. Types of Secondary Research: Content Analysis

Scope of Research: The research will focus specifically on the cultural connections between Chechen traditional dances and Greek mythology, with emphasis on the figures of Artemis and Apollo. It will explore the incorporation of mythology in Chechen dance and its impact on symbolism and cultural identity. The research will primarily utilize qualitative methods and rely on secondary data sources, such as mythological texts, the Chechen Anthem, and visual materials related to Chechen traditional dance and the symbolism of the Chechen emblem.

Sampling: The sampling for this research will involve selecting relevant secondary data sources, such as scholarly articles, books, and documented accounts of Chechen traditional dances. The content analysis will be conducted on these selected sources to gain insights into the cultural connections and symbolism in Chechen dance.

A study method known as content analysis allows researchers to draw conclusions about the settings in which texts (or other important material) were used. As a technique, content analysis entails particular steps. It can be learned and is independent of the researcher's personal authority. As a research technique, content analysis offers fresh perspectives, deepens one's comprehension of specific phenomena, or inspires practical action. A scientific tool is content analysis. One might say that content analysis has developed into a variety of research techniques that promise to draw con-

clusions from a wide range of linguistic, visual, symbolic, and communicative data. Beyond content analysis's initial journalistic roots, several methodological concerns have been clarified throughout the past century as the approach has spread into many fields. Content analysis is currently expanding exponentially after briefly stagnating in the 1970s, partly due to the extensive use of computers for all types of text processing (Shelley & Krippendorff, 1984).

Although Altheide promoted content analysis as a method, it does not discourage quantification and instead fosters the emergence of content analysis narratives from textual readings. The focus of this method is on events, settings, styles, pictures, meanings, and nuances that are presumptively identifiable by the human players or speakers involved. It is effective with both categories and narrative descriptions (Hsieh & Shannon, 2005).

Content analysis rests on the assumption that texts are a rich data source with great potential to reveal valuable information about particular phenomena (Kondracki, Wellman, & Amundson, 2002). It is the process of considering both the participant and context when sorting text into groups of related categories to identify similarities and differences, patterns, and associations, both on the surface and implied within (Graneheim, Lindgren, & Lundman, 2017).

The method is considered high-yield in educational research because it is versatile and can be applied in both qualitative and quantitative studies (Shelley & Krippendorff, 1984). Though it is crucial to note that content analysis can be used to analyze visual and auditory artifacts such as; an image, music or written or transcribed information (Kleinheksel, Rockich-Winston, Tawfik, & Wyatt, 2019).

For our purposes content analysis will be conducted, which involves systematically examining and interpreting texts (mythological and Chechen Anthem), and visual materials related to Chechen traditional dance, dance movements and symbolism of Chechen emblem/arm of Coats).

Chechen dance has its roots in ancient times, Chechnya has yielded Bronze cult figurines dating back to the 3rd millennium B.C. depicting dancers highlighting the fact that dancing is one of the most ancient forms of art around 20000 years ago. In France's Lascaux cave an illustration of a magician was discovered participating in a deer dance and etched onto the wall dancing and pantomime both had their origins in the mystical ceremony. Ancient structures display ritual dance movements along with stylized human figures on their slabs to illustrate a concept metal sculptures depicting men walking silently on their toes has yielded several discoveries one of which includes

chechen men performing dances on their tiptoes (Abkhaz World, 2023; Il'iaSov, 2009).

Originally Caucasian dance served as a religious activity that involved performing lively movements, as a way to imitate and appease the spiritual entities of nature over time while still maintaining some of its religious undertones it became a festive form of expression. Nowadays dance has transformed into a recreational activity that lacks any spiritual connotation (Jaimoukha, 2005).

Iliasov Exclaims that the hunting rites are the name of folk dance movements, such as; Cha bolar which means “bear walk “ Ka bolar as ir means “ram wak” and Sai bolar and it means” Deer Walk. The Chechens revere those animals as sacred creatures (Il'iaSov, 2009) This shouldn't come as a surprise to anyone since Chechens have sacred animals that are also sacred to Greek deities. Greek mythology's most well-known character, Artemis, has a close relationship with the moon. One of her many guises is frequently portrayed as the goddess of the moon. She is connected to the night sky and the lunar cycle through the crescent moon. Being the identical twin of the sun god Apollo (Williams, 2022). Deers and Bears played a role in a prominent cult to Artemis at Brauron (Theoi, n.d.). According Suidas s.v. Arktos e Brauroniois (trans. Suda On Line) (Byzantine Greek lexicon C10th A.D.) : “Women playing the bear used to celebrate a festival for Artemis [at Brauron] . . . The reason was that a wild she-bear [sacred to Artemis] used to come to the deme of Phlaidoi and spend time there; and she became tamed and was brought up with the humans (Theoi, n.d./a).

2. Theoretical Perspective; The Twins Artemis and Apollo

Zeus tried to keep his affair with Leto a secret, but Hera was not fooled. She sent her giant snake, Python, after poor Leto, who ran until she collapsed. The South Wind then lifted her over to the island of Ortygia. Here, Artemis was born. She grew up instantly and helped Leto across to the island of Delos where she gave birth to Apollo and Artemis (Williams, 2022).

One of the most significant and well-known gods in greek mythology is Apollo. Apollo is the child of titaness, leto and Zeus (Day, 2007). The ruler of the godsday among his numerous realms and characteristics, he is frequently referred to be the god of the sun. The importance of Apollo's relationship to the sun is evident throughout his mythology and iconography.

This position as the solar deity highlights his connection to the sun and its sustaining properties, light, music, poetry, prophecy, healing and archery are just a few of the fields that apollo is linked to. He is frequently portrayed as a young attractive deity

who exudes majesty and grace. Apollo was the first god tasked with guarding flocks and herds because he was originally a herdsman. Swan wolf and raven are Apollo's sacred animals (Greek-Gods, 2021).

Pausanias tells a fascinating tale about Apollo's relationship with wolves and a treasure-theft incident in the Delphic Apollo's sanctuary. The narrative claims that the Delphians themselves presented a bronze wolf as a gift. According to legend, a thief stole priceless items from the god and hid himself and the looted gold in the thickest section of the Mount Parnassus forest. The thief was slain by a wolf while he was sleeping and the animal then returned to the city howling, the villagers followed the wolf and found the sacred gold after realizing the mystical significance of the occurrences. Because of this they came to believe that the wolf was Apollo's heavenly messenger (Raph Häussler, 2016).

Artemis the moon goddess, is in charge of the tides night and darkness. She is thought to be in charge of the moon's motion and impact on earth. This lunar symbolism strengthens her affinity for the wild for hunting and for nocturnal animals. Apollo adopted the traits of Helios the sun god, while Artemis adopted those of Selene the moon goddess. Artemis's connection to the moon emphasizes her strength as a woman, her mystique and her function as a defender and steward of the natural world. The cyclical phases of the moon also coincide with Artemis's affinity for transitions and transformations representing both her dynamic character and the passage of time (Theoi, n.d.).

2.1. Types of Dances

Ancient dances have preserved some elements of the old legends and myths. Many old Vainakh melodies have been diligently preserved including "Dance of Old Men" "Dances of Young Men" and "Dances of the Maidens" (Jaimoukha, 2005).

Folkloric dances are a reflection of the national spirit, the customs and traditions of the Vainakh. According to Jamokha who discusses them in his book, to stop men from fighting for instance a woman threw her handkerchief to the ground, both men and women perform elegant beautiful motions in traditional dance yet only the former engages in fiery dancing. A male touching his female dance partner was forbidden the vibrant *nokhchi* or the pan-caucasian Chechen dance, "dance of the daggers" which exhibits a highlander's deft dagger-handling abilities and dance of the *dzhigit* are examples of traditional dances as well.

The most famous dance for Vainakh is the *Khalxar*, known as *Lezginka* a dance where two natural forces meet to create a magical phenomenon (Il'iaSov, 2009). Explains the

dance in his book “The pair dance of a man and a woman has a ritual nature. Scholars track it down to Chechen cosmogonic ideas — mainly sun worship. The Chechen myth on the origin of sun, Moon and the stars. the Khalkhar will be our main dance to analyse where Apollo and Artemis are present in this kind of dance.

2.2. Khalkhar

- Eclipse Enchantment: The Saga of Solar and Lunar Dance

The Khalxar, the renowned Waynakh dance, takes center stage as we delve into its enchanting rhythm, where the cosmic forces of Apollo and Artemis converge. It is a dance that unveils the mystical union of two natural powers, weaving a tapestry of wonder. In the realm of Chechen cosmogonic beliefs, this captivating dance ritual finds its roots, revering the sun as its focal point—the genesis of the Sun, Moon, and the stars. It is perhaps the only dance that has no vocal introduction and is performed either by a couple or by one male dancer, enacting mainly real-life stories and military feats (Jaimoukha, 2005).

In a tale veiled by destiny, a skilled blacksmith found love in the form of a fair maiden, unaware of their shared blood. When her rejection echoed through their hearts, he embarked on a desperate quest, clutching a golden firebrand. Alas, at the sight of him, the maiden fled, setting in motion a pursuit that led them both to an untimely end. Yet, from the remnants of their fiery passion, a celestial spectacle emerged. The golden torch’s sparkles transformed into stars. the radiant shining remained from the sister, and the firebrand remained from the blacksmith. They were transformed into the Sun and Moon. And the Sun has yet to catch up with the Moon. forever entwined in their cosmic dance (Minaeva, 1971).

In order to recreate suns path in pursuit of moon, the male dancer circles around the woman. The solar symbols found on buckles from the 6th and 5th centuries B.C. are reminiscent of Chechen dancing movements, they feature a broken line for the ground or the sea. Winged disks on either side, for the rising and setting sun, and a third winged disk in the center with the highest-raised wings for the sun at its zenith (Usmanov, 1999).

The mans arms are extended out in a cruciform formation to represent the sun rising and setting. The swastika which represents the movement of the sun is repeated by his bent arm with the hand pushed to his breast and his other arm spread to the side, the figure represents the sun at its zenith tiptoeing with arms raised over his head to represent a moon eclipse he holds his partners waist without actually touching her to

depict lunar eclipse.

- The Labyrinth’s Journey of Transformation, the Eternal Cycle of Renewal, and the Dance of Purification

An intriguing and plausible version of Chechen pair dancing has been put forth by Khasiev. He traces the khelkhar dance back to mythological ceremonies. He asserts that the dance has ties to the Labyrinth myth, which dates back to the pre-Thesean period. Theseus arrives in Creton aimed to kill the monster Minotaur, a half man and half bull (Garcia, 2016). Ardian aids him before he enters the labyrinth with a sword and red threaded ball to tie it on the beginning of the gate, Theseus achieves his quest by killing Minotaur, and gets out of the labyrinth (Cartwright, 2016). The khelkhar has required movements that follow a labyrinthine pattern, as befits a ritual (Minorsky,1963).

Based on what Usmanov and Khasiev the table shows the introduction of the dance.

Table1. Labyrinth dance introduction.

By khasiev	By Usmanov
Formation: Square or rectangle created by seated girls and boys	Approach: Duo entering floor circle from opposite directions
Toastmasters: Girls’ and boys’ toastmasters in opposite corners	Motion: Clockwise movement with the man following his partner
Dance Start: Initiated by a girl and a boy	Untwisting the Spiral: Gradual unwinding from center to periphery
Movement: Diagonal motion towards each other, forming decreasing circles	Role Reversal: Man staying behind partner and following her lead
Inscribing the Labyrinth: Intricate pattern within the rectangle	Return to Groups: Dancers going back to respective groups
Three Semantic Parts: Introduction, Khelkhar Proper, and Denouement	Pause: Standing before respective groups for a period of time

Source: Created by the Author.

The Dance of the Labyrinth progresses in the order of introduction, *Khelkhar Proper*, and *Denouement*, while the *Intro of the Dance Variant* focuses on approaching the center in a spiraling motion, untwisting the spiral, and returning to respective groups for a pause before proceeding.

The second act of the dance;

Proceeding with *Khasiv's* explanation, where depicts the dance as a story with a plot and characters (*Archway publishing, n.d*) the beginning has been summarized in table 1.

In the Labyrinth, as Theseus enters, the boy and girl approach each other, aligning their left shoulders instead of facing each other directly. The boy then undergoes a transformative movement, turning 180 degrees while lifting his right arm vertically and rising onto his tiptoes. This moment signifies his transition from a human to a divine being. Simultaneously, the girl moves in a semicircle in front of the boy, starting with her right shoulder, while the boy follows her, also turning 180 degrees. From this point forward, the Labyrinth's unfolding takes on the opposite direction. Instead of returning to their initial positions, the dancers proceed towards the toastmasters, with the girl going to the boys' side and the boy going to the girls'.

In the introduction, Theseus enters the Labyrinth. Neither the boy nor the girl lift their arms before their encounter in its centre. They meet not face to face but left shoulder to each other. The boy turns 180 degrees, left shoulder first and, standing on his tiptoes, lifts his stretched right arm vertically as it slides up along his body. At that instant, he is no longer human but a divine being. Meanwhile, the girl slides in his front in a semicircle, right shoulder first, as the tiptoeing boy, his arm upward, follows her, turning 180 degrees. From that instant on, the Labyrinth begins unfolding in the opposite direction. After that, the dancers do not return to the points where the dance started but go to the toastmasters — the girl to the boys' and the boy to the girls.'

3. Finding

Among the most popular Chechen emblems is the labyrinth. It can be found on medieval construction slabs and Koban pottery. One of its fundamental meanings is purification throughout the initiation process. It's possible that boys and girls first performed the labyrinthine pair dance as they transitioned from childhood to maturity (*Il'iaSov, 2009*).

The Cretan cycle's significance in Theseus' life and the narratives of his youthful exploits may be seen as the necessary conditions for giving him an archetypal heroic

history. The most obvious purpose of these embellishments was to elevate Theseus to the status of a demigod by linking him to the celestial hero Herakles (Shervashidze, 1989). Theseus' life is typically broken down into three stages: his youthful exploits on the route from Troezen to Athens; the Cretan cycle; additional adult exploits; and his reign as king of Athens.

We could find a parallel explanation through examining the emblem which is used on Chechen/Īchkeria flag. The wolf of the coat of arms symbolizes freedom and power. The 9 stars represent the Chechen tribes (tuxum). The flag was adopted by Dzhokhar Dudayev, Aslan Maskhadov and other successors and it's a very representative Chechnya flag.

Figure 1. Coat of Arms.



Source: (Waynakh, n.d.).

Figure 1. the wolf is depicted within a circle and is surrounded by national motifs. The circle represents unity and wholeness, symbolizing the collective identity of the Chechen people. The inclusion of national motifs further emphasizes the cultural significance and pride associated with the emblem. One distinctive feature of the Chechen emblem is the presence of nine stars with nine corners positioned within the circle. These stars symbolize the Chechen tribes, known as “tuxums” in Chechen language. Each star represents a specific tribe, highlighting the diverse yet interconnected nature of the Chechen community (“Flag, Emblem and Anthem – Waynakh Online,” 2020).

In the following paragraph the presentation of Greek gods and Goddess will be presented;

The dance, the movement of the sun and moon began when Artemis and Apollo were born. Leto was the daughter of Phoebe and Coeus, she was gifted with beauty, and was loved by Zeus but Hera was filled with wrath and anger because of her jealousy.

Leto therefore sought a refugee in a place where Zeus found for her. And the Name of that place was Delos there was the birth of Artemis and Apollo (Berens, 2011). The pictures in figure 2 represents Delos today with it remains as a witness.

Figure 2. Delos Today.



Source: (Kolasa-Sikiaridi, 2023).

We were born at night when the she-wolf whelped,
In the morning, to lion's deafening roar, they named us
In eagles' nests our mothers nursed us,
To tame wild stallions on steep rocks our fathers taught us (Berman, 2008).

Here, it is possible to establish a connection in a sense. We can assume that 'we were born on the night the she-wolf gave birth,' represents Leto, symbolizing the she-wolf. Apollo represents the male wolf. When you look at the Chechen flag, you can see a noble wolf looking at you. The full moon shape just above the wolf represents his sister Artemis. If we look at the continuation of the anthem, it says, 'they named us with the deafening roar of the lion in the morning.' This refers to the lions that Zeus left to protect them in Delos, where Leto gave birth to them. As they mention Zeus as the 'eagle of Zeus,' we understand that the animal representing Zeus is an eagle. In the third line, when it says, 'in the eagle's nests, our mothers nursed us,' it again refers to Delos. In the part that says, 'our fathers taught us to tame wild stallions on steep rocks,' there might not be a direct comparison. It emphasizes that within the beauties of Delos, there are also malevolent forces. The shape just below the wolf on the flag represents the labyrinth (Theoi, n.d. /b).

As we embark on the journey of life, we find ourselves accompanied by a diverse array of individuals who shape our experiences. Along the winding paths of our existence,

we encounter contrasting elements, like the interplay between light and darkness, and the captivating dynamic of Apollo and Artemis. These powerful entities, with their unique strengths, work in harmony to maintain the delicate balance that sustains our world. In the tapestry of life, the feminine and masculine forces intertwine, forming a seamless circle of unity and synergy. Together, they weave a narrative of interconnect-edness and the eternal dance of life's grand tapestry. Further researches are needed to investigate and add insights to the meanings of the emblem and the anathem. For instance the symbolism of the stars in Chechen emblem and how they are connected to Greek mythology. For a comparison we could add the story of Apollo and Artemis's birth, The goddess of delivery, Eileithyia, was then coerced by Hera to extend Leto's labor for a painful nine days. Leto eventually gave birth to twins: Artemis and Apollo, who was her identical twin. Thus, fully grown and wielding a golden sword, the famous Greek god Apollo descended into the earth. The island around him sprung into life, teeming with luxuriant vegetation, fragrant flowers, and lovely sounds (The collector, n.d.).

4. Limitations and discussion

The research has certain limitations that need to be acknowledged. One limitation is the reliance on existing literature and visual materials as the primary sources of information. This means that the research is constrained by the availability and quality of these sources. Additionally, since no primary data collection or human subjects are involved, there may be limitations in capturing firsthand experiences, perspectives, and contemporary insights related to Chechen traditional dances and their mythological connections. The research is also limited to the specific scope of exploring the cultural connections between Chechen traditional dances and Greek mythology, focusing on the figures of Artemis and Apollo. Therefore, other mythological influences or cultural aspects may not be fully captured within this research. It is important to recognize these limitations as they shape the depth and breadth of the findings and may influence the generalizability of the research outcomes.

The study explored the cultural connections between Chechen traditional dances and Greek mythology, specifically focusing on the figures of Artemis and Apollo. Through qualitative analysis of secondary data using content analysis, we gained insights into how mythology, dance, and cultural identity intertwine in Chechen tradition.

The presentation of Greek gods and goddesses, particularly Artemis and Apollo, emphasized their connection to the dance and movement of the sun and moon. This mirrors the delicate balance observed in Chechen traditional dances, where contrasting elements merge to create unity and synergy. These findings deepen our understanding

of the intricate interplay between mythology, dance, and cultural identity in Chechen tradition.

Moving forward, there are several avenues for future research and analysis. Firstly, conducting primary data collection methods, such as interviews or participant observation, would provide a more nuanced understanding of the cultural connections between Chechen traditional dances and Greek mythology. This would offer personal perspectives and insights from individuals involved in the dance traditions.

Additionally, expanding the exploration to include other mythological figures and their parallels in Chechen culture would provide a more comprehensive understanding of the interplay between mythology and dance in Chechen tradition. Comparisons with different mythological traditions or exploring regional variations within Chechen dance practices could also be fruitful areas of investigation.

Furthermore, studying the impact of modern influences on Chechen traditional dances, such as globalization and contemporary cultural shifts, would contribute to understanding how these dances continue to evolve and maintain their cultural significance in the present day.

By conducting further research and analysis, we can continue to shed light on the intricate connections between mythology, dance, and cultural identity in Chechen tradition. This would contribute to a deeper appreciation and preservation of this unique cultural heritage, ensuring its continued relevance and significance for future generations.

Conclusion

Storytelling has played a pivotal role in conveying the mythology and cultural significance behind various forms of dance. Chechen dancing holds deep mythological roots, and storytelling serves as a vital medium for conveying its cultural significance and symbolic depth. By incorporating storytelling and mythology, Chechen dance establishes a deeper connection while fostering a greater understanding and appreciation for the art form and the cultural traditions it represents.

Chechen dancing holds deep mythological roots, and storytelling serves as a vital medium for conveying its cultural significance and symbolic depth. By exploring the role of storytelling in relation to the mythology behind Chechen dance, this research paper highlights the preservation and transmission of mythological significance, values, and traditions, including the circular form, the presence of one pair, and the symbolic movements. The animal comparisons in Chechen male dance further enhance the understanding of the dance's representation of strength, agility, and grace.

The Anthem and the Emblem on the Chechen Flag and its mythological associations emphasizes that mythology subconsciously embeds the idea of wolves in the collective minds of the Chechen people, which is reflected in the emblem on the Chechen flag. This paves the way for further exploration of the emblem's mythological connections and its components, such as the Moon, the wolf, and the Nine stars.

In his work, Jordan Peterson explores how mythological narratives and symbols serve as archetypes that reflect fundamental aspects of human experience and psychology. He suggests that mythology provides a framework through which individuals can understand and navigate the complexities of life, including the realms of meaning, identity, and the struggle between order and chaos.

We can see parallels in how the myths and symbols associated with the dance form carry profound psychological and cultural significance for the Chechen people. The mythology embedded in Chechen dancing offers a narrative structure that allows individuals to explore and express their collective identity, beliefs, and values.

The symbolism of the sun and moon, as well as the movements and gestures within the dance, can be seen as archetypal representations of fundamental cosmic and human forces. These symbols resonate with the dancers and the audience, evoking a sense of connection to the larger natural and spiritual order. The dance becomes a vehicle for individuals to embody and engage with these archetypal forces, thereby forging a deeper connection with their cultural heritage and the broader human experience.

Jordan Peterson often highlights the transformative power of mythology and its ability to provide individuals with a sense of purpose and direction. In the context of Chechen dancing, the engagement with mythological elements and symbols can be seen as a transformative act. By participating in the dance, individuals not only express their cultural identity but also undergo a personal journey of self-discovery and growth, connecting with the timeless themes of the sun, moon, and the interplay between light and darkness (Peterson, 1999).

The symbolism behind the story of the dance, gives higher meaning of life, hero, legend, nature those concepts would teach us to pursue a greater message. Myths help us to become a better version of who we are for ourselves and others.

MAKALE BİLGİ FORMU

Yazar(lar)ın Katkıları: Yazar çalışmaya %100 katkı sunmuştur.

Çıkar Çatışması Bildirimi: Yazar tarafından potansiyel çıkar çatışması bildirilmemiştir.

Destek/Destekleyen Kuruluşlar: Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kar amacı gütmeyen sektörden hibe alınmamıştır.

Etik Onay ve Katılımcı Rızası: “Mitolojik iplerle dans etmek: Çeçen dansının sembolizmini çözümlmek” başlıklı çalışma etik kurul onayı gerektirmemektedir. Yazım sürecinde bilimsel, etik ve alıntı kurallarına uyulduğu, toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmadığı yazar tarafından beyan edilmiştir.

References

- Abkhaz World. (2023b, January 13). The vainakhs: the chechen and ingush, by george anchabadze. abkhaz world | *History, Culture & Politics of Abkhazia*. Retrieved from <https://abkhazworld.com/aw/publications/e-library/2107-the-vainakhs-the-chechen-and-ingush-by-george-anchabadze>.
- Archway publishing. (n.d.). The five essential elements of a great story. Retrieved from <https://www.archwaypublishing.com/en/resources/5-essential-elements-of-a-great-story>.
- Aristoteles. (1937). Aristotle: The Parts of Animals. The Movement of Animals and The Progression of Animals, Peck, A.L. & Forster, E. S. (Trans.). London: Loeb Classical Library
- Berens, E. M. (2011). The Myths and legends of ancient greece and rome (21). AUK Classics. Retrieved from https://www.ibiblio.org/ml/libri/b/BerensEM_MythsLegends_s.pdf
- Berman, M. (2008). *The shamanic themes in chechen folktales*. Cambridge Scholars Publishing. Retrieved from <https://www.cambridgescholars.com/resources/pdfs/978-1-4438-0011-2-sample.pdf>.
- Bhandari, P. (2023). What is qualitative research? | methods & examples. Scribbr. Retrieved from <https://www.scribbr.com/methodology/qualitative-research/>
- Cartwright, M. (2016.). Theseus. Retrieved from <https://www.worldhistory.org/Theseus/>.
- Day, M. (2007). *100 characters from classical mythology: discover the fascinating stories of the greek and roman deities*. B.E.S. Publishing. <https://doi.org/10.1604/9780764160066>.
- Garcia, B. (2016, December 1). *Minotaur*. Retrieved from <https://www.worldhistory.org/Minotaur/>
- George, T. (2023). What is secondary research? | definition, types, & examples. Scribbr. Retrieved from <https://www.scribbr.com/methodology/secondary-research/>.
- Graneheim, U. H., Lindgren, B. M., & Lundman, B. (2017). Methodological challenges in qualitative content analysis: A discussion paper. *Nurse Education Today*, (56), 29–34. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2017.06.002>.
- Greek-Gods. (2021, March 12). Greek God Apollo. Retrieved from <https://www.greek-gods.info/greek-gods/apollo/>
- Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative con-

tent analysis. *qualitative health research*, 15(9), 1277–1288. <https://doi.org/10.1177/1049732305276687>.

Il'iaSov, L. (2009). The diversity of the chechen culture: from historical roots to the present. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000186004>

Jaimoukha, A. (2005, January 13). *The chechens: a handbook*. <https://doi.org/10.1604/9780415323284>.

Khasiev, S.M. (1994). *Chechentsev drevnyaya zemlya [Ancient Land of the Chechens]*. Fin-land: Seda-S Art Publishers, Labrinth.

Kleinheksel, A. J., Rockich-Winston, N., Tawfik, H., & Wyatt, T. R. (2019). Demystifying content analysis. *American Journal of Pharmaceutical Education*, 84(1), 7113. <https://doi.org/10.5688/ajpe7113>

Kolasa-Sikiaridi, K. (2023, May 28). The Greek Island of Delos: Where mythology and history come alive. *GreekReporter.com*; *GreekReporter*. <https://greekreporter.com/2023/05/28/greek-island-delos/>.

Kondracki, N. L., Wellman, N. S., & Amundson, D. R. (2002). Content analysis: review of methods and their applications in nutrition education. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 34(4), 224–230. [https://doi.org/10.1016/s1499-4046\(06\)60097-3](https://doi.org/10.1016/s1499-4046(06)60097-3).

Minaeva, T. M. (1971). Minaeva к истории алан верхнего прикубанья по археологическим данным [the history of the Alans of the Upper Kuban region according to archaeological data] . Stavropol: Book; Publishing house . Retrieved from https://vk.com/doc1318581_486665861?hash=osWhg7ObuEergd7z7sOIH-0BX-WAqqEDxDABEcIQsAs1P.

Miziev I.M, И. М. (1970). Medieval towers and crypts of Balkaria and Karachay. Retrieved from <https://dzurdzuki.com/download/miziev-i-m-srednevekovye-bashni-i-sklepy-balkarii-i-karachaya-xiii-xviii-vv-1970/>.

Minorsky V.F. (1963) *Istoriya Shirvana i Derbenda X-XI vekov [History of Shirvan and Darband of the X -XI centuries]*.

Peloquin, D., DiMaio, M., Bierer, B., & Barnes, M. (2020). Disruptive and avoidable: GDPR challenges to secondary research uses of data. *European Journal of Human Genetics*, 28(6), 697–705. <https://doi.org/10.1038/s41431-020-0596-x>

Peterson, J. B. (1999). *Maps of meaning: the architecture of belief*. Routledge. <https://doi.org/10.1604/9780415922210>.

Raph Häussler (2016) *Wolf & Mythology*, (last updated 2021), retrieved from <https://ralphhaussler.weebly.com/wolf-mythology-greek.html>

Shervashidze, V. M. (1989). A mighty maze! but not without a plan : cosmological in-terpretations of the labyrinth. *unsworks.unsw.edu.au*. <https://doi.org/10.26190/un-sworks/1071>.

Shelley, M., & Krippendorff, K. (1984). Content analysis: an introduction to its meth-odology. *Journal of the American Statistical Association*, 79(385), 240. <https://doi.org/10.2307/2288384>

The collector (n.d.). What are the best stories about the greek God Apollo? Retrieved from <https://www.thecollector.com/best-stories-about-greek-god-apollo/>

Theoi. (n.d.). Greek goddess of hunting & wild animals. Retrieved from <https://www.theoi.com/Olympios/Artemis.html>

Theoi. (n.d./a).Greek mythology. Retrieved from <https://www.theoi.com/Olympios/ArtemisTreasures.html#Animals>.

Theoi (n.d./b). Eagle of Zeus (Aetos Dios). Retrieved from <https://www.theoi.com/Ther/AetosDios.html>

Usmanov, L. (1999). The chechen nation: a portrait of ethical features. Retrived from <http://www.truth-and-justice.info/chechnat.html>.

Waynakh. (n.d.). Flag, emblem and anthem. *Waynakh*. Retrieved from <https://www.waynakh.com/eng/chechnya/flag-emblem-and-anthem/>

Williams. (2022, June 3). Apollo and Artemis: *The Divine Twins with Opposing Aims*. Retrieved May 27, 2023, from <https://www.thecollector.com/apollo-and-arte-mis-greek-mythology/>