

MEDYADA (BASIN) EĞLENCEYLE SUNULAN İDEOLOJİ Anadolu'da Vakit Gazetesinin Bulmacası Üzerine Bir Analiz

Onur DURSUN*

Öz

Medya organizasyonları ve basın kuruluşları toplumsal yapıda enformasyonun dolaşımını sağlamakla birlikte çeşitli düşüncelerin ve ideolojilerin üretimini de gerçekleştirmektedir. Genel olarak günümüz kitle iletişim araçları/teknolojileri aracılığıyla kurgulanan haber, film, çeşitli televizyon ve radyo programları, bilgisayar oyunları ve gazeteler tarafından oluşturulan içeriklerin hemen hemen hepsi topluma ideoloji aktarmaktadır. Son zamanlarda ise gazetelerde yayınlanan boş zaman etkinliği olarak nitelendirilen bulmacaların da ideoloji ürettiği gözlemlenmektedir. Bu çalışmada, genel olarak basının, ideoloji üretiminde eğlence araçlarını nasıl ve ne yönde kullandığı üzerinde durulacaktır. İdeoloji kavramı açıklandıktan sonra, basının ideoloji üretimine değinilecektir. Eğlencenin kültürel bir endüstriye dönüşümü bağlamında, kitle kültürü, popüler kültür ve kültür endüstrisi kavramları üzerinde durulacaktır. Ayrıca eğlence kültürünün içeriğini oluşturan, müzik, sinema ve dizi filmleri, bilgisayar ve atari oyunları, gazetelerin metinsel ve görsel içeriklerinde ideolojik kurgulara değinilecektir.

Çalışmanın analizini Anadolu'da Vakit gazetesinin Cumartesi günleri yayınlanan çengel bulmacasının bir aylık süreci oluşturmaktadır. Ayrıca çeşitli tarihlerde yayınlanan bulmacalarının içerikleri nicel ve nitel/göstergesel anlamda analiz edilerek, ideolojinin bulmacalarla nasıl üretildiği tespit edilecektir. Öte yandan bulmacaların toplumlar ve mikro ölçekte insanlar üzerindeki etkisine değinilecektir.

Anahtar sözcükler: Medyada ideoloji üretimi, bulmaca, kültür endüstrisi.

Abstract: The Ideology Disguised As Entertainment By The Media: An Analysis of a Puzzle Published by Anadolu'da Vakit Newspaper.

The media organizations and press constitutions provide the production of various ideas and ideologies besides their provision to information cycle in social structure. In general, almost all concepts of news, movies, various television and radio programmes, computer games and newspapers that are designed by means of today's mass media/technologies have fell into a form of spreading idea to society. Recently, it has been observed that also the puzzles published at newspapers and which are called leisure entertainment has became means of producing ideology. In this study, it will be stated how and why the press uses these kinds of entertainment means in the process of ideology production. The ideology concept will be defined and afterwards the ideology production process of press will be explained. Mass culture, popular culture and cultural industry concepts will be emphasized regarding the transformation of entertainment to an industry. Moreover, the ideological constructs will be referred in the textual and visual concepts of music, cinema and serials, computer and atari games and

* Uzman, Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği, Hitit Üniversitesi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Doktora Öğrencisi. onurdursun@hitit.edu.tr.

newspapers those compose the content of entertainment culture. The analysis of the study consists of a monthly process of Anadolu'da Vakit newspaper's cross word puzzle published on every Saturday. Also, contents of some other cross word puzzle's that are published in various periods are analyzed, in terms of quantitative and qualitative/ semiological and how an ideology is produced with puzzles. On the other hand, the effects of puzzles on societies and on people in terms of micro level will be mentioned.

Key words: *Ideology production in media, puzzle, cultural industry.*

GİRİŞ

Kitle iletişim araçları toplumsal yapı içerisinde düşüncelerin belirgin bir şekilde sunulduğu en etkili ideoloji üretim araçları arasında yer almaktadır. Toplumların gelişim süreçlerine paralel olarak gelişen yeni iletişim türleri ve kitle iletişim araçları, aynı zamanda toplumsal yapıların düşünsel anlamda dönüşüm sürecine girmesinde büyük rol oynamıştır. Zaman zaman ülkenin her yönden milli bütünlüğünü koruyucu görev üstlenen kitle iletişim araçları/basın kuruluşları, bazı dönemlerde olaylara hakemlik yaparak toplumsal dengeleri gözetlemek yerine toplumun belirli bir düşünce etrafında toplanmasına neden olmuş ve toplumun anayasal düzenini bozacak yayınlar dahi yapmışlardır. 17. yüzyılın ilk çeyreğinde ortaya çıkan gazeteler, tarihsel süreç içerisinde, gelişimini, siyasal odaklar ve ekonomik güçler çerçevesinde şekillendirerek günümüzdeki ideoloji üretim araçları konumuna ulaşmışlardır.

Gazetelerde düşüncelerin tartışmasız ve en belirgin şekilde üretildiği öğelerin başında; haber metinleri, köşe yazıları ve çizgiroman/ çizgibant/karikatürler gelmektedir. Bunların yanı sıra fotoğraf kullanımı ve sayfa tasarımlarıyla da düşünsel içerikler üretilmekte ve topluma aktarılmaktadır. Günümüz Türkiye'sinin modern gazetelerinde eğlenceye yönelik yayınlanan bulmacaların da söz konusu gazetelerin düşünsel yapılarını topluma

iletme aracıya dönüştürülmeye başlandığı gözlemlenmektedir.

Çalışmada, öncelikli olarak ideoloji kavramı üzerinde durulacaktır. Basında ideolojik yaklaşımların oluşumu irdelenerek, medya organizasyonlarının veya basın kuruluşlarının ideolojiyi aktarmak için ne gibi öğeleri araçsallaştırdığına değinilecektir. Popüler kültür aracılığıyla halka aktarılan ve ideolojik içeriğe sahip müzik ve eğlence endüstrisi, sinema ve dizi filmleri, bilgisayar ve atari oyunları ile hedef kitleye ideoloji aktarımının nasıl gerçekleştirildiği üzerinde durulacaktır.

Çalışmanın analiz kısmını oluşturan bulmacalarla ilgili kuramsal bilgiler verilerek, bulmacaların gündelik yaşamdaki rolü ve önemi ele alınacaktır. Öte yandan bulmacaların, basın yoluyla popüler kültür niteliğine nasıl büründürüldüğü ve amacından saptırıldığı irdelenecektir. Ayrıca gazetelerin bulmacaları, ideoloji üretim aracı haline getirdikleriyle ilgili bilgiler verilerek, bulmacalarda ideoloji sunumunun hangi yollarla gerçekleştiği tespit edilecektir.

İdeoloji

Toplumsal yapı içerisinde kontrol ve mücadele ile ilgili fikir kümelerinden oluşan ideoloji, değerlerden, kavramlardan, düşüncelerden ve sembol sistemlerinden şekillenerek mevcut düzeni meşrulaştırarak egemen

yapıların genel olarak nasıl çalıştığını hatırlatır (Erdoğan, Alemdar, 2007: 277). İdeoloji, temelde bireysel düşünceyle başlayan ve ailenin, grubun, sınıfın, topluluğun, toplumun ve en genel anlamda ulusun, belirli bir sistem içerisinde kendisini tanımladığı veya çeşitli sistem/sistemlere karşı direniş göstermesine dayanak oluşturduğu soyut ve somut şekillerde kendisini gösteren bir araçtır veya söz konusu yapı tarafından araçsallaştırılmış bir düşünce/inanç/dogma ya da tutumdur.

İdeolojinin, tarihin çeşitli dönemlerinde farklı düşünürler tarafından farklı tanımları yapılmıştır. İdeoloji kavramını, ilk kez Fransa'da Napolyon'un kurduğu Ulusal Enstitünün üyesi ve Devrimin partizanlarından Antoine Destutt de Tracy kullanmıştır. İdeoloji kavramının, ideologlar tarafından kullanılmasını ilk yıllarda olumlu bulan Napolyon, bu ideologların Ulusal Enstitüye üye olmasını da olumlu karşılamıştır. Fakat kendi egemenliğini pekiştirme sürecine giren Napolyon, kentsoylusu bu ideologların çalışmalarını 'metafizikçilik olarak' nitelendirmiş, 20 Aralık 1812 yılında Devlet Konseyi toplantısında yapmış olduğu konuşmasında, ideologları Fransa'nın talihsizliği olarak nitelendirmiş ve hain olduklarını söylemiştir. Napolyon, 1789 Devrimi'nde verdiği demokratik vaatleri unutturmak için Devlet Konseyi'nde; 'Fransa'yı kurtarmak için ideolojilerin değil, insan kalbinin bilinmesini ve tarihin öğrencelerinin (derslerinin) göz önünde tutulmasını' savunmuştur (Oskay, 1980, 201-202). Böylelikle ideoloji kavramı zaman içerisinde meydana gelen toplumsal ve yapısal değişikliklerle olumsuz olarak kullanılmaya başlanmıştır.

Alman düşünür Marks'ta 'yanlış bilinç' olarak tanım bulan ideoloji, kültür bilimci Raymond Williams tarafından geniş bir

duygu yapısı içerisinde yer alan düşünceler ağı olarak ifade edilmiştir (Sholle, 2005: 263). İdeolojinin bir dünya görüşü olduğunu ya da 'sınıf bakışı' olarak soyutlanabilecek eklemiş anlamlar, inançlar ve değerler sisteminden kaynağını aldığı vurgulayan (Akt: Aslan, 2004: 11) Williams, ideolojiyi, 1) belirli bir sınıfın veya grubun inançlar sistemi, 2) doğru veya bilimsel bilgiyle çelişebilecek aldatıcı inanç ya da yanlış bilinç veya fikir 3) anlam ve fikir üretiminin genel süreci olarak üç madde altında toplamıştır (Fiske, 2003: 212). İdeoloji, bireyler hakkındaki farazileri güçlendiren ve üreten çeşitli söylemleri bütün haline getiren inançlardan türemiş bir sistemdir (Paek&Shah, 2003: 227). İdeolojiyle ilgili çeşitli yaklaşımları değerlendirdiği "Discourse Semantics and Ideology Söylem Anlambilim ve İdeoloji" başlıklı makalesinde T. Van Dijk ise ideolojiyi yedi farklı başlık altında ele almıştır. V. Dijk, ideolojilerin, 1) bilişsel veya 2) sosyal/toplumsal olduğunu, 3) sosyobilişsel olarak birlikte iç içe bulunduğunu, 4) 'doğru' veya 'yanlış' şeklinde değerlendirilemeyeceğini, 5) karmaşıklığın çok çeşitli derecelerine sahip olabildiğini, 6) ideolojiler bağlamsal olarak çeşitli hareketlerin, siyasal, inanç ve amaçlarının açık ifadesi olabileceğini ve 7) genel veya özel nitelik taşıdıklarını aktarmaktadır (Van Dijk, 1995: 244-246). Terry Eagleton ise birçok düşünür tarafından yapılan ideoloji tanımlarının eksik yönlerine dikkat çekerek, ideolojinin çok boyutlu, geniş anlamlar taşıdığını ve kendisini çeşitli şekillerde gösterebileceğini vurgulamıştır (Eagleton, 1996). Eagleton'a göre ideoloji, sınıflı toplumlarda insanların üstlendiği rolleri, yaşama tarzlarını ve insanları toplumsal işlevlerine bağlayan ve böylece toplumsal yapının doğru bilgisinin öğrenilmesini engelleyen değerleri, düşünceleri ve imgeleri belirtir (Eagleton, n.d: 28).

John Fiske, genel olarak ideoloji kuramlarının; her tür iletişimin ve tüm anlamların toplumsal-siyasal formlarının varlığından ve bunların toplumsal bağlamları göz önünde tutulmadan anlaşılamayacağından söz ettiğini vurgulamaktadır. Bu işleyiş ise mevcut statükoyu korur, çünkü toplumsal yapı içerisinde siyasal iktidarı ellerinde tutanlar yalnızca metaların değil yanı sıra 'fikirlerin ve anlamların da üretimini ve dağıtımını kontrol ederler'. Ekonomik sistemler bu iktidarların isteklerine uygun şekilde sistematikleştirilmiş ve bu sistematikten türeyen ideolojinin de bu sınıfların çıkarlarını her yönden korumayı üstlenmiştir. Bütün ideoloji kuramları, ideolojinin sınıf hakimiyetlerini sürdürmeye çalıştığı konusunda hemfikirdir; farklılıklar ise hakimiyetlerin sürdürülme biçimlerinde görülmektedir (Fiske, 2003: 226).

Frankfurt Okulu düşünürlerinden Adorno da ideolojinin, iktidarın bulunmadığı ortamlarda veya iktidarın baskısının dolayımı ve az oranda bulunduğu ortamlarda söz konusu olabileceğini vurgulayarak, toplumda iktidarın eğiliminin, yöneliminin, yönlendirmesinin fazla olmasının o toplumda ideolojinin varlığını kabullenmeyi güçleştireceğini savunur ve bu durumun nedenini de ideolojinin var olduğu yerlerde iktidarların daha az kaba davranışlar sergileyebileceğine bağlamaktadır (Jay, 2001: 159-160).

Basın ve İdeoloji

Halkın toplumsal enformasyona ulaşmasında basının yadsınamayacak etkide rolü bulunmaktadır. Siyasilerin, ekonomik çevrelerin, sivil toplum kuruluşlarının, devletin üst düzey kurum ve kuruluşlarının vb. toplumsal yapı içerisinde bulunan özel veya tüzel bütün kişilerin, iletilerini halka veya çeşitli mercilere ilettikleri araçların başında

kitle iletişim sistemleri gelmektedir. Fakat bütün kitle iletişim sistemleri olayları halka olduğu gibi aktarmaktan ziyade kendi kurumsal yapılarına uygunlaştırarak ifade etmektedirler. Diğer bir söylemle, medya kuruluşlarının bir olayı haber olarak üretmelerinde kullanmış oldukları dil, dilsel hareketler sonucu üretmiş oldukları söylemler aynı doğrultuda değildir.

Haber yapılırken, gazetecinin gerçekliğe ilişkin hangi öğeleri ne tür kaygılar sonucu haber metnini oluşturmak için alıkoyacağı veya haber dışı bırakacağı, haberini oluşturmasında önemli bir seçim sürecidir (Dursun, 2005: 72). Haber üretim sürecinde seçimin yanı sıra, haber metinlerinde kullanılan, dil, gramer, anlatsal özellikler, haberle kurulan gerçekliği sorunlaştırmaktadır (Dursun, 2005: 72). Çiler Dursun, haberin yapılaşmış dilinin ve toplumsal yapıda varolan ve süregiden sınıfsal, cinsiyetçi, ırkçı vb. her türlü iktidar ve egemenlik ilişkilerinin yeniden üretilmesinden sorumsuz ya da bağımsız değerlendirilemeyeceğini ve haberin; dilin bütün yapısının cinsiyetçi, sınıfçı, ırkçı bütün eşitsizlik ilişkilerini apaçık görünür kılan ve dahası yeniden üreten bir metin olduğunu vurgulamaktadır (Dursun, 2005: 72).

Gerçekliğin, dil ya da dil benzeri biçiminde yapılaşmış bir sistemde ve onun dolayımıyla kurgulandığını ileri süren 'öznel motifli ideoloji kavrayışı yaklaşımı'nda, dilin, dil dışındaki olgusal gerçekliği olduğu şekliyle aktaran bir araç niteliği taşımadığı, aksine gerçekliğin dilsel anlaşmalar doğrultusunda dilsel yapıda ve dil aracılığıyla üretildiği kabul edilmektedir (Çam, 2006: 219). Özetle, dilin gerçekliği aktarmadığı, gerçekliği yeniden kurguladığı savunulmaktadır (Çam, 2006: 219). Haber metinlerinin çözümlenmesinde kullanılan söylem analizi yöntemini

ortaya koyan ve bu konu üzerinde birçok çalışma yapan Hollandalı düşünür Teun Van Dijk, haber metinlerinin ve sunumlarının ideoloji yüklü oldukları üzerinde durur. Fransız post-yapısalcı düşünür Michel Foucault 1970'li yıllardan sonra bilimsel çalışmalarda ideoloji kelimesinden ziyade, söylem sözcüğünü kullanmayı tercih eder ve bu iki kavramın içerik açısından aynı anlama geldiğini savunur (Rigel, 2001). *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları* (1994) kitabının yazarı L. Althusser de medyayı, devletin ideolojik aygıtı olarak değerlendirir. Althusser(1994)'e göre, siyasal iktidarın düşüncelerinin halka aktarılmasında ve benimsetilmesinde medyanın yadsınamayacak derecede rolü bulunmaktadır. Diğer bir düşünür A. Gramsci ise siyasal iktidarın toplumsal yapıda 'hegemonya' kurduğunu ve bu hegemonyasını devam ettirebilmek ve korumak içinse halkın sürekli 'rızasını almak' zorunda olduğunu vurgular. Gramsci'nin 'rıza alma' yöntemleri arasında kitle iletişim araçlarının büyük yeri olduğunu ve medyayı, devletin rıza alma' aracı olarak değerlendirdiğini söylemek olanaklıdır.

Gazetelerde ideoloji sadece metinler aracılığıyla üretilmemektedir. İdeoloji üretimi veya herhangi bir düşüncenin benimsetilmesinde fotoğrafların etkisi, metinlerin etkisinden daha fazla olduğu ileri sürülmektedir. Bu konuyla ilgili çalışmalarda bulunan çeşitli göstergebilimciler, fotoğrafın etkisi üzerinde durmaktadır. Göstergebilimcilerden F. d. Saussure, gösterilen, gösterenin işaret ettiği nesnel zihinsel kodlar, ortak kültürü paylaşan ve ortak dili konuşan bireylerce aynı şekilde algılanacağını belirtir (Fiske, 2003: 67). Göstergebilimci C.S. Peirce ise 'görüntüsel gösterge' kavramından söz eder ve fotoğrafı bu alanda tanımlar (Fiske, 2003: 70). Bu doğrultuda düşünüldüğünde G. Burton'ın (1995: 40-41), gazetelerde sunulan

haber ve fotoğraflar üzerinde 'gösterilen' ve 'gösteren' ilişkisi kurduğu dikkat çekmektedir. Bu ilişkide, başlık 'gösterilen', fotoğraf ise 'gösteren' olarak tanımlanır ve bu unsurların birlikteliğiyle zihinde bir bütünlük sağlanmaktadır. Söz konusu gösteren, gösterdiği şeyi, gösterilen aracılığıyla destekleyerek zihindeki mevcut gösterenle ilgili kodları hareket ettirir. (Burton, 1995: 40-41).

İdeolojik Araç Olarak Eğlence Araçları ve Uygulamaları

Gündelik yaşamda ideolojilerin sunulduğu birçok yöntem bulunmaktadır. İdeolojilerin ne şekilde ve nasıl sunulduğunu günümüzde kestirebilmek neredeyse olanaksızlaşmıştır. Kişi, bazen bilinçli bazen de bilinçsiz olarak sürekli ideolojik eylemlerde ve söylemlerde bulunmakta veya kendisini ideolojik eylemli-söylemli ortamların içerisinde bulmaktadır. Toplumsal yapıda, giyim tarzından beslenme alışkanlığına, yürümeden uyuma tarzına, yıkanma şeklienden selamlaşmaya ve oyunlara kadar birçok ideolojik gösterge bulunmaktadır. Ki bunların çoğu kaynağını çeşitli inanç sistemlerinden, dogmalardan ve kültürel öğelerden almaktadır. İdeolojinin insanları, toplumsal rolleri kabullenmeye yönlendirdiğini söyleyen İ. Erdoğan ve K. Alemdar, ideolojilerin; sembollerin ve kültürel uygulamaların içerisine işlendiğini söylemektedir (Erdoğan&Alemdar, 2002: 277).

'Modernleşme/modernizm' kavramlarının başlangıcını oluşturan 18. yüzyıl, beraberinde sanayileşmeyi de getirmiştir. Toplumsal yapıda birçok değişikliklere neden olan sanayileşme, toplumları, tarım toplumundan sanayi toplumuna doğru hareket ettirmiştir. Sanayi toplumlarının oluşması bütün alanlarda olduğu gibi kültürel alanlarda da mevcut kalıpları yıkarak yerlerine yenilerini üretmiştir. 19. yüzyılda toplumlarda

sanayi olgusu iyice yoğunlaşmaya başlamıştır. 19. yüzyılın ikinci yarısı ve 20. yüzyılın ilk yarısında sanayideki gelişmeler iletişim alanında da gelişmelere neden olarak bu alana, telgraf, telefon, radyo, televizyon, bilgisayar vb. gibi yeni iletişim teknolojileri kazandırmıştır. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler, iletişim bilimleri alanında yeni ve çok sayıda çalışmaların yapılmasını bir nevi zorunlu kılmıştır. Bu dönemin -20.yüzyıl- sosyal bilimler açısından en büyük özelliklerinden birisi ise kültürel çalışmaların ve kültürel tartışmaların gerçekleştirilmesidir. Toplumların maddi anlamda gelişimleri, kültürel alanlarda yeni oluşumlara yol açtığı, dönemin tartışmaları arasındadır. Kitle kültürü, popüler kültür, geleneksel kültür incelemelerinin ve tartışmalarının gerçekleştiği bu dönemde, kitle iletişim araçlarının içerikleri ve üretimi, kültürel bağlamda irdelenerek, içeriklerinin ideoloji yüklü olduğu savunuları yoğun bir şekilde gündeme taşınmaya başlamıştır. Diğer taraftan eğlence sektörünü oluşturan, müzik, sinema, çeşitli teknolojik araçların da içerikleri ideolojik bağlamda irdelenmesi söz konusu olmuştur. 1930'lu yıllarda başlayan bu tartışmalar Eleştirel Akım olarak bilinen Frankfurt Okulu'nun kurucularından olan Adorno ve Horkheimer tarafından irdelenmiştir. Adorno ve Horkheimer, her türlü eğlence aracının amaçlı olarak tüketim kültürünü arttırmaya yönelik tasarlandığını savunarak, ilk çalışmalarında kullandıkları 'kitle kültürü' ve 'popüler kültür' kavramlarını bırakarak, 'kültür endüstrisi' kavramını kullanmayı tercih etmişlerdir.

Adorno, 'kitle kültürü' kavramından vazgeçerek 'kültür endüstrisi' kavramını kullanma nedenini; 'kitle kültürü'nü, kitlelerin kendisinin ürettiğiymiş gibi yorumlanacağı ve popüler sanatın çağdaş formuymuş gibi

algılanacağından duyduğu kaygı sonucu tercih ettiğini dile getirmiş ve kitle kültürünün, popüler kültürden farklı olduğunu ileri sürmüştür (Jay; 2001: 164). Toplumlarda oluşmuş yeni kültürel formların kitleler tarafından üretilmediğini söylemek doğrudur. Kitle kültürü ve popüler kültür kavramları ekseninde düşünüldüğünde, bu kavramların sınırları içerisine giren her türlü kültürel oluşumların kaynağı toplumarmış gibi algılanmaktadır. Fakat toplumun üretilmiş veya yeniden üretilmiş otonom kültürel yapılarının üretim kaynakları irdelendiğinde, toplumdaki söz sahibi egemen yapılarla karşılaştığı anlaşılmaktadır. Adorno'nun kitle kültürüne karşı duruşunun nedenleri arasında, bu kültürün birbirinden kopuk ve uyumsuz öğelerden oluşmuş yapay bir alaşım olması, kitlelere yukarıdan ve görünmeden dayatılması (Jay, 2001: 163-164) ve toplumda otoriter yapılanmaları ortadan kaldırmanın aksine, bu tutumları hastalık gibi yayması düşünceleri yer almaktadır (Jay, 2001: 167-168).

Adorno, özellikle müzik ve eğlence endüstrisinin kitleleri güdümlendiğini ileri sürmektedir. İnsanların hazzı ulaşması için içeriklerini alımadıkları popüler kültür ürünlerinin bu hazzı sürekli ertelediğini ve bu şekilde popüler kültürün kendisini sürekli ürettiğini aktarmaktadır. Yeni müzik akımlarında, müzikten ziyade sahne gösterilerinin ve çeşitli müzik etkilerinin müziğin önüne geçtiğini ileri sürmektedir. Toplumsal yapıda gelişen ve yeni formlara bürünen eğlence endüstrisinin insanları insan kılan gerçeklerden alıkoyduğunu vurgulayan Adorno, bu eğlence sektörüyle gelen eğlendirme yöntemleriyle, insanlara enjekte edilen eğlencelerin gerçek eğlence olmadığı, eğlencenin sadece imitasyonu olduğunu dile getirmektedir. Adorno, eğlencenin insanları toplumsal baskılara uyumlanmasını sağla-

dığı düşüncesini yanlışlarken, Pascal'ın öne sürmüş olduğu, 'eğlencenin insanın bu dünyaya tahammül edebilmesini kolaylaştırmaktan ziyade, ruhunun halas bulmasını önemseydiği için eğlenceyi ve oyunu kaçış olarak gören ve insanı küçük düşürücü şeyler' olduğu düşüncesini doğrulamaktadır (Jay, 2001: 165-166).

Eğlenceye yönelik hazırlanan popüler niteliğe sahip birçok içeriğin belli egemen güçlerin -diğer bir söylemle baskın güçlerin- çıkarları ve düşünceleri doğrultusunda oluşmaktadır. Bunların içerisinde yer alan müzik, film, bilgisayar oyunları, medya içeriklerini oluşturan çeşitli yayınlar ve basının içeriğini oluşturan çeşitli boş zaman etkinlikleri de ideoloji taşımaktadır. Ki bu egemen ideoloji yüklü materyallerin bütünü çeşitli güçler tarafından popülerleştirilerek, popüler kültür olarak sunulmaktadır. İ. Erdoğan, *Popüler Kültür: Kültür Alanında Egemenlik ve Mücadele* başlıklı çalışmasında şunları aktarmaktadır:

Popüler nedir? Kar elde etme amacıyla tüketime sunulmuş bir maldır. Popüler haber, müzik, film, eğlence ve popüler olarak nitelenen faaliyetlerin hepsinde ya bir materyalğin materyal olarak doğrudan satımı vardır (müzik kaseti almak); ya dolaylı olarak materyal olmayandan (bir film, müzikten, programdan) geçerek, materyalin pazarlanması vardır. Dolaylı pazarlama (kişinin direkt olarak materyalle ilişkisi ve iletişimiyle olmayan durumda) medya yoluyla yapılır ve bu pazarlamada, medya hem kendinin pazarlamasını yapar, hem uluslararası ve ulus içi sermayelerin reklamını yapar; bu yapıdan reklam verenden para alır. Materyalğin satımı yanında, materyal olmayanın (ideolojilerin) satışı da yapılır. İdeolojilerin satışı bu işten gelir sağlayan medya ve resmi özel ve kamu eğitim ve öğretim kurumları yapar. Popüler resmi eğitim popüler siyasal ideolo-

jilerin satışlarıdır. İdeolojilerin satışı, en güçlü olarak, materyallerin satışı ve kullanımıyla birlikte gelen ve üretim ilişkilerini meşrulaştıran satışlardır. (Erdoğan, 2009)

Eğlence ve ideolojinin iç içe sunulduğu ve büyük bir çoğunluğunu kültür endüstrisinin ürettiği, medya öğelerinin başında sinema ve dizi filmleri gelmektedir. Her film kendisini üreten ideoloji tarafından belirlendiğinden dolayı politik nitelik taşımaktadır (Büker&Topçu, 2008: 103). Dünyanın kendisiyle sınırsal anlamda iletişim kurduğu dillerden birisi olan sinema, hazırlık aşamasında şeyleri olduğu gibi değil, ideoloji tarafından kırılmış olarak yeniden üretime sokmakta ve barındırdığı bütün öğeler –nesnel, stiller, biçimler, anlamlar, öyküleme geleneğikonunun genel ideolojik söylemini ifade etmektedir (Büker&Topçu, 2008: 104). Bütün kategorilerdeki filmlerin çoğunluğu ideolojinin bilinçsiz taşıyıcılığı üstlenmişlerdir (Büker&Topçu, 2008: 105).

Bu anlamda Amerika'da Vietnam Savaşı öncesi ve sonrasında üretilen Hollywood filmleri örnek olarak gösterilebilir ki bu filmlerin geneli Amerikan milliyetçiliğini konu edinir ve sömürürken, saldırganlığın ve yenilginin psikolojisi temsili açıdan yeniden üretilir (Erdoğan, 2006: 112). Bu filmler aracılığıyla sunulan kahramanlık, doğruluk, haklılık ve yanı sıra düşmanlık duyguları alevlendirilmiş ve yapımcı şirketler maddi anlamda büyük kârlar sağlamıştır (Erdoğan, 2006: 112). Kurtlar Vadisi Irak filmi bağlamında konuyu ele alan İ. Erdoğan, Amerika'da *Commandos in Vietnam (1965) ve Green Berets (1968) ile başlayan ve Rambo serileri, Missing in Action (1984), Patriot (2000) ve We Were Soldiers (2002)* filmleriyle süren ideoloji üretiminin, Türkiye'de Kurtlar Vadisi Irak filmiyle gerçekleştirildiğini ifade etmektedir. Erdoğan, egemen siyasal ikti-

darı ve çıkarları destekleyen, milliyetçilik duygularını kullanan *Kurtlar Vadisi Irak* filmi aynı zamanda resmi ideolojinin propagandasını yapan ve maddi kâr sağlama amacı güden bir film olarak değerlendirilmektedir. (Erdoğan, 2006: 112). Bu filmin kahramanı Polat Alemdar'ın çözümlenmesini yapan A. Seçil Büker ise söz konusu kahramanın genel anlamda erkeğin egemenliğini ve güçlülüğünü mitleştirdiğini belirtir (Büker, 2006).

Müzik endüstrisi aracılığıyla üretilen ve kitle iletişim araçlarıyla popüler kültür formlarına büründürülen mevcut ve yeniden üretilen müzik türleri de ideoloji üretimini –genelde egemen ideolojilerin- gerçekleştirmektedir. James Lull, bu doğrultuda, anarşik kültürel malların ve politik tutumların da çıkarlar doğrultusunda paketlenerek satışa çıkarıldığını söyleyerek, özgün rock and roll, acid rock, folk rock, punk, heavy metal ve par gibi müzik türlerinin, üretildiği yapının alt kültürlerinin beklentilerine hizmet etmenin yanı sıra bütün kültür endüstrisine ve ana akım değerlerine sahip insanların amaçlarına da hizmet verdiğini ifade etmektedir (Lull, 2001: 114). Kültür endüstrisi kapsamında değerlendirilebilecek, ideolojik içerikli müziklere; 1960'lı yılların politik ve kültürel savaşlarının ilk aracı niteliğini taşıyan protest müziği, Doğu Almanya'da Erich Honecker'in baskılarına karşın, alt kültür direniş aracı niteliğindeki rock müziği, günümüz Cezayir'inde, politik ve kültürel direniş örneği sergileyen underground müzik tarzını ve 1980'li yıllarda Çin'de, öğrenci ve işçi ayaklanmalarına zemin hazırlar türden müzikler üreten Çinli pop müzik sanatçısı Cui Jan örnek olarak vermek olanaklıdır (Lull, 2001: 114). İdeolojik içerikli müziklere Türkiye'de de çok sayıda örnek verilebilir.

Eğlence endüstrisi içerisine konumlu, diğer bir ideoloji üretim aracı ise bilgisayar oyunları ve atarilerdir. 'Günümüzde ideolojik bakış açısından bilgisayar oyunları, ülkeler ya da etnik grupların kendi propagandalarını yaptıkları ya da her hangi bir grup ya da topluluğa mensup insanların sahip oldukları ideolojiyi aktarma ortamı buldukları medya araçları olarak görülmektedir' (İnal&Kiraz, 2008: 529). Bilgisayarların gündelik yaşamda yaygınlık kazanmasıyla gelişen bilgisayar oyunları ve atariler de ideolojik içeriğe sahip olabilmektedir. Bu tür teknolojik oyunlar, çeşitli ırkların, ülkelerin yaşam şekillerini, inanç, siyasal ve ekonomik sistemlerini içerir şekilde kurgulandığını gözlemek olanaklıdır. Özellikle teknoloji aracılığıyla üretilen bilgisayar oyunları, teknolojiyi elinde bulunduran veya bu alanda gelişmiş olan ülkelerin her yönden propagandasını ve tanıtımını yapar niteliği büründürülmüştür. Bilgisayar oyunlarının çoğunluğunun internet ortamında dolaşımında olması ve toplumun gelişen teknoloji aracılığıyla istediği oyuna rahatlıkla ulaşabilmesi ve hatta oyunların bazılarının internetten doğrudan oynanabilmesi, bir kitle iletişim aracı olarak interneti, iletişim çalışmalarında düşünsel içerik açısından da sorgulanmasını gerekli kılmaktadır.

'*Bilgisayar Oyunları İdeoloji İçerir mi?*' başlıklı çalışmalarında konuyu irdeleyen İnal ve Kiraz (2008), eğitsel ve ticari bilgisayar oyunlarında ideolojilerin üretildiğini dile getirmektedir. Bilgisayar oyunlarının genç nesiller üzerinde büyük etkiler bıraktığını ifade eden İnal ve Kiraz, özellikle ticari amaçlı oyunların ağırlıkta olduğunu vurgulamaktadır. İdeolojik yaklaşım açısından oyunların en büyük olumsuzluğu ise aşırı politize nitelik taşımalarıdır (2008: 533). Bu oyunların arasında *NATO Commander*, *The Bushgame* ya da *Spring Break* gösterilebilir

ki bunlardan gerçek zamanlı strateji oyunu olan *NATO Commander*, oyuncuya, NATO'nun yeni komutanı görevini yükleyerek Varşova Paktı ile savaşmasını ve Pakti etkisiz duruma getirmesini ister¹ (Galloway&Sisler'den akt: İnal&Kiraz, 2008: 533).

Kitle iletişim araçlarıyla eğlence amaçlı sunulan birçok ögenin ideoloji yüklü olduğunu belirtmek gerekir. Bu ideoloji yüklü göstergelerin arasında en belirgin olarak dizi ve sinema filmleri ve teknoloji temelli bilgisayar/atari oyunları öne çıkmaktadır. Son yıllarda dikkati çeken diğer bir eğlenceye yönelik ideolojik araç ise yavaş yavaş bulmacalar olmaktadır. Bilgisayar oyunları, sinema ve dizi filmleriyle sunulan ideolojiye değindikten sonra, bulmacalarla sunulan ideoloji üzerinde durulacak ve '*Anadolu'da Vakit*' gazetesinin çengel bulmacasının analizi yapılacaktır.

Gazete Bulmacaları ve İdeoloji

Eğlenceye yönelik diğer bir uygulama ise gazeteler aracılığıyla okura sunulan bulmacalardır. Günümüz Türk basınında bazı gazeteler ideoloji sunumunu, haber metinlerinden, fotoğraf kullanımından, karikatürlerden ve sayfa tasarımlarından bir adım öteye taşıyarak bulmacaların içeriklerine sokmaya başlamıştır. Bu göstergelere bakıla-

rak, ideolojinin artık günlük yaşam içerisinde her yönden geldiğini söylemek mümkündür. Okuma ve entelektüellik düzeyinin düşük olduğu Türkiye gibi gelişmekte olan toplumlarda, ideoloji yüklü içeriğin okuyucu/izleyici/dinleyici -diğer bir söylemler alıcı- kitle tarafından hemen çözümlenemeyeceğini belirtmek yanlış olmaz. Özetle gündelik yaşamda neyin ideolojik olup olmadığını algılamak zorlaşmış, mevcut yapılar içerisinde ideoloji sunumlarının farkına varılması ve anlaşılması ise karmaşıktır. Alıcı kitle olan toplumun edilgenliği günden güne pekiştirilmektedir.

Boş zaman etkinliği olan ve eğlence aracı niteliği taşıyan bulmacaların, eğitimdeki rolü büyüktür. Özellikle çocukların öğrenme ve problem çözme yeteneklerinin gelişmesi sürecinde birçok eğitim kurumu (kreşlerde ve anaokullarında) çeşitli bulmacaları eğitim aracı olarak kullanmaktadır. Bulmacalar, sorgulama ve düşündürme tekniğiyle öğrenciyi zorlayarak zihinsel açıdan gelişimini sağlamakta ve bunu yaparken de öğrenme eylemini eğlenceli kılmaktadır. Bu bağlamda değerlendirildiğinde bulmacaların içerikleri önemli hale gelmektedir. İlk etapta çocuklara yönelik öğretim amaçlı hazırlanan bulmacalardaki düşünsel içeriklerin sorgulanması gerekmektedir. Eğitim kurumlarının öğrenmede bulmacayı bir teknik olarak değerlendirmesi göz önünde bulundurulduğunda, bulmacalarla sunulan içeriğin de ne denli önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. İlk amacı eğlendirmek olan bazı bulmaca türlerinin ikinci temel amacı ise bilgi sunmaktır. Bu bilgilendirme işleminin bulmacalar aracılığıyla basın tarafından gerçekleştirilmesi etik kuralların ihlaline ve ideolojik tutumların kendisini göstermesine neden olmaktadır.

İtalyan göstergebilimci ve edebiyat eleştirmeni Umberto Eco '*Yorum Aşırı Yorum*' kitabında, metinlerin üretimi ve

¹ Yine benzer şekilde, *American's Army* oyununda kullanıcı, oyunda kendisini bir Amerikan askeri olarak bulmakta ve kendisine verilen görevleri yerine getirmektedir ki bu oyun da askeri ideoloji içermesi açısından en belirgin örneklerden birisidir. *American's Army*'e karşı *Al-Quwva al-Khasa* isimli Hizbullah hareketinin tanıtımının yapıldığı oyun geliştirilmiştir. (...) Benzer bir yaklaşım ile *American's Army*'e ideolojik açıdan karşı olan diğer oyunlar da *Special Force*, *Under Ash* ve *Opposing Force* oyunlarıdır ve bu oyunlardan *Special Force*, *Lübnani Under Ash* ise Suriye destekli ortaya çıkmış bilgisayar oyunlarıdır' (İnal ve Kiraz, 2008: 533-534).

alınlanması aşamasında üç niyetin varlığını dile getirir. Metinlerin aşırı (sınırsız) yorumlanmaya açık olmadığı konusunda ısrar eden Eco, metinlerin üretiminde ve çözümlenmesinde, metni oluşturan yazarın niyeti, metnin niyeti ve metnin alılmayıcısı olan okurun niyetinden söz eder (Eco, 2003: 35). Okuyucuları 'Ampirik Okur', 'Örtük Okur' ve 'Örnek Okur' olarak sınıflandıran Eco, metinlerin amacının Örnek Okur'u üretmek olduğunu vurgulamakta ve Örnek Okuru, metni bir bakıma alınması istenilen şekilde okuyan okur olarak tanımlamaktadır (2003: 19). Bu çalışmada analiz edilecek olan *Anadolu'da Vakit* gazetesinin çengel bulmacası bağlamında düşünüldüğünde Eco'nun, gizli bilginin derinliğinden söz ettiğini de anımsatmak gerekir (2003: 41). Eco;

giz insana ayrıcalıklı bir konum sağlar, giz salt olarak toplumca belirlenmiş bir çekim gücü oluşturur. Giz, temel olarak, denetim altında tuttuğu bağlamdan bağımsızdır, ancak elbet de gizli salt olarak elimizde tutma durumumuz, ne denli kapsamlı ve önemli ölçüdeyse, giz o denli etkili hale gelir... Derin ve anlamlı her şeyi saklayan, gizlilikten, gizli olan her şeyin önemli ve elzem olduğu şeklinde tipik hata doğar. Bilinmeyen karşısında insanın doğal idealleştirme itkisi ve doğal korkaklığı aynı amacı doğuracak şekilde işbirliği yapar: İmgelem aracılığıyla bilinmeyeni yoğunlaştırmak ve çoğunlukla apaçık gerçekliğe uygulanmayan bir vurguyla ona yöneltmek (Akt: Eco, 2003: 48).

Kitle iletişim araçları sahip oldukları, ideolojilerin en belirgin üretim aracı olan dil/söylem yapıları bağlamında irdelendiğinde, metinlerin ne denli önem taşıdığı anlaşılmaktadır. Eco'nun söz ettiği okur türleri doğrultusunda düşünüldüğünde, gazetelerin veya genel anlamda medya or-

ganlarının izler/dinler/okur kitleleri arasında bir tutarlılığın olduğu bilgisini de anımsamak gerekmektedir. Özellikle Örnek Okur tipini yaratma çabası içinde olan basın kuruluşlarının, bulmacalar aracılığıyla bilgiyi gizleştirerek popülerliğini arttırma ve olayı/olguyu gündemde tutma çabaları, Eco'nun öne sürmüş olduğu gizli bilginin değerliliğiyle doğru orantılıdır.

Bu bölümde bazı bulmaca türlerinin (çengel bulmaca) ideolojik düşüncelerin ifade aracı olduğu üzerinde durulacaktır. Bilindiği üzere, Türkiye'de bulmaca yayınlamayan ulusal siyasi bir gazeteye rastlamak neredeyse olanaksızdır. Gazeteler aracılığıyla yayınlanan öğelerin (haber metni, fotoğraf, karikatür, sayfa tasarımı) hemen hemen hepsinin birer ideolojik araç niteliğinde olduğu birçok bilimsel tez ve araştırmalarla tespit edilmiştir. Gazetelerdeki bulmacaların ideoloji üretim aracı olup olmadığıyla ilgili bilimsel çalışmalar, iletişim bilimleri literatüründe yok denecek kadar azdır.

AMAÇ VE YÖNTEM

Bu çalışmada amaçlanan, basın kuruluşlarının boş zaman etkinliği olarak hazırladıkları eğlenceye yönelik bulmacalarla ideolojik içerik ürettikleri ve hatta bu ideolojinin gazetelerin ekonomik, siyasi, sosyal vb. söylemleriyle paralellik gösterdiğini ortaya koymaktır. Ayrıca çalışmada, oluşturulan bulmaca içerikleriyle basın meslek ilkelerinin ve etik kodların ihmal edildiğini, insanların kişilik haklarına yönelik olumsuz ifadelerin kullanıldığını tespit etmek de amaçlanmıştır. İdeolojilerin, zeka oyunu gibi etkinliklerle dahi aktarılır hale geldiğini vurgulamak ve hatta bulmacalarda kişilere ve kurumlara yönelik hedef gösterici niteliğe sahip içeriklerin yer aldığını tespit etmek bu çalışmanın diğer bir amacıdır.

Çalışmada genel içerik analizi ve söylem analizi tekniği kullanılmıştır. Bulmacalarda kullanılan görseller, göstergebilim kapsamında irdelenmiştir. Örneklem bağlamında ele alınan *Anadolu'da Vakit* gazetesinin haftalık yayınlanan çengel bulmacasının içerikleri hem nicel hem de nitel açıdan analiz edilmiştir. Örnek olarak incelenen çengel bulmacada haftalık ortalama kaç sorunun sorulduğu, bu soruların hangilerinin ideolojik içerik yüklü olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca bulmacalarda yer alan fotoğrafların ve bulmacaya yerleştirilen şifre tümcelerinin nitel içerikleri üzerinde durularak, fotoğraf ve ortaya çıkan şifre tümceler ilişkilendirilerek değerlendirmelerde bulunulmuştur. Özetle örnek bulmacaların metinsel ve göstergesel söylemleri ortaya çıkartılmıştır.

Anadolu'da Vakit Gazetesinin Bulmacasının Analizi

Yukarıda belirtildiği gibi günümüzde basın aracılığıyla hazırlanan ve okuyucu kitleye sunulan bulmacalarda ideolojik izlere rastlamak olanaklıdır. Bazı gazeteler boş zaman etkinliği olarak hazırladıkları çeşitli bulmacalara ideolojik içerikler yüklemektedir. Bu bölüme bulmacalarda ideolojilerin nasıl kurulduğu ve sunulduğu açıklanacaktır. Örnek olarak da *Anadolu'da Vakit* gazetesinin, editörlüğünü Fatih Uğurlu'nun yapmış olduğu ve sadece cumartesi günleri tam sayfa olarak yayınlanan 'çengel bulmacası' analiz edilecektir.

Anadolu'da Vakit Gazetesinin Bulmacasının Nicel Özellikleri

Anadolu'da Vakit gazetesinin çengel bulmacası, haftada cumartesi günleri olmak üzere bir kez yayınlanmaktadır. Bulmaca, tam sayfa şeklinde Fatih Uğurlu tarafından hazırlanmaktadır. Haftada ortalama 200 sorunun sorulduğu bulmacada, fotoğraflar da

kullanılmaktadır. Bulmacada her hafta iki fotoğraf yer almaktadır. Bulmacanın fotoğraflarının ilki göbekte büyük bir şekilde basılırken, diğeri de sağ alt köşede, göbek fotoğrafının yaklaşık olarak yarısı boyutunda basılmaktadır. Fotoğrafların içeriği çok çeşitli olabilmekte ve zaman zaman montajlı fotoğraflar da kullanılmaktadır. Haftalık olarak bulmacanın fotoğrafları değişmektedir. Ayrıca bulmacanın anahtar sözcüğü veya tümcesi mevcuttur. Bulmacaya yerleştirilen çeşitli rakamların olduğu yerlere gelen harflerin birleştirilmesi sonucu, şifrelenmiş sözcük veya tümceler ortaya çıkmaktadır. Bu doğrultuda, *Anadolu'da Vakit* gazetesinin 4 bulmacasının (9-30 Mayıs 2009 tarihleri arasındaki 4 bulmaca) yanı sıra, çeşitli tarihlerde yayınlanmış bulmacaların ise şifre sözcükleri ve göbek ve sağ alt köşede kullanılan fotoğrafları nicel ve nitel/göstergesel yöntemlerle analiz edilecektir.

Anadolu'da Vakit Gazetesinin Bulmacasının Nitel Özellikleri

Anadolu'da Vakit gazetesinin 'çengel bulmacası'nın içerisinde birçok dini temelli kavramlar sorulmaktadır. Diğer taraftan, şifre sözcüklerde ideolojik tutumlara rastlanılmaktadır. Ayrıca diğer gazetelerin, bulmacalarına taşıdığı genel kültüre yönelik 'içki vb.' maddeler, *Anadolu'da Vakit* gazetesinin incelenen bulmacalarına yerleştirilmediği gözlemlenmektedir. Bulmacalarda aynı anlama gelen 'bilim ve ilim' kelimelerinden ise 'ilim' kelimesinin tercih edildiği gözlemlenmektedir. Muhafazakar İslami kesimlerin 'bilim' kelimesinden 'ilim' kelimesini kullanmayı tercih etmesini *Anadolu'da Vakit* gazetesi, kendi tutumuna da indirgemıştır.

Fotoğraf Şifre Sözcük/Tümce İlişkisi (İdeolojik Tutumlar ve Basın Meslek İlkelerinin İhlali)

Çalışmada ilk olarak *Anadolu'da Vakit* gazetesinin 30 Mayıs 2009 tarihinde yayınladığı bulmacası analiz edilmiştir (Ek 1). Bu bulmacanın göbek fotoğrafı, 'Ergenekon' soruşturması kapsamında yargılanan Hurşit Tolon'un görüntüsüdür. Tolon'un makamından bir görüntüsünün sunulduğu bulmacaya, 'Hurşit Tolon' cevabını içeren 'Darbecilikte yargılanan bir paşa' sorusu yerleştirilmiştir. Bu şekildeki bulmaca tasarımı, göstergebilimin üzerinde durduğu, gazetelerde göstergeyi oluşturan gösterilen (metin) ve gösteren (fotoğraf) birlikte sunulması insan zihnindeki oluşturulmuş kodların harekete geçirileceği savunusunu örnekler niteliktedir. Aynı bulmacanın sağ alt köşesinde ise 'Ergenekon' kapsamında yargılanan ve gözaltına alındıktan sonra tutuklanan *Cumhuriyet* gazetesi Ankara Temsilcisi ve Köşeyazarı Mustafa Balbay'ın askeri üniformalı, asker selamı verirken çekilmiş görüntüsü yayınlanmıştır. Bulmacada, Mustafa Balbay'ın, -bulmacada kullanılan fotoğraflar bağlamında değerlendirildiğinde- göbekte yer alan Paşa Hurşit Tolon'a selam verdiği düşünsel içeriği hatırlatılmaya çalışılmış ve darbecilik suçlamasıyla yargılanan Hurşit Tolon ile Mustafa Balbay ilişkilendirilmiştir. Bulmaca çözüldüğünde çıkan şifre tümce, 'Ben Mustafa Albay' şeklindedir. 'Albay', 'Balbay' kelimelerindeki sembolik (ses/simge) benzerliklerden yararlanılarak da Mustafa Balbay'a 'asker ve darbeci' bağlamında göndermede bulunulmuştur.

A. *Vakit* gazetesinin 23 Mayıs 2009 tarihli bulmacası analiz edildiğinde benzeri şekilde ideolojik öğelerin yine ön planda tutulduğu gözlemlenmektedir. Bu bulmacada (Ek 2), göbekte ve sağ alt köşede fotoğraf kullanılmıştır. Göbekteki fotoğraf, Türkan Saylan'ın

cenaze töreninden alınmış bir görüntüdür. Görüntüde cenazeye katılanlar, cenaze aracı ve 'Hoşçakal Atatürk'ün Kızı' yazılı pankart yer almaktadır. Bulmacanın sağ alt köşesinde ise Türkan Saylan'ın, hastalığının son dönemlerinde çekilmiş, oldukça kötü ve ürpertici bir fotoğrafı yer almaktadır ki söz konusu gazete Türkan Saylan'ın bu fotoğrafını yayınladığı önceki tarihli sayısında, fotoğrafın yanına, 'Hayatını örtü düşmanlığına adadı. Ömrünün son döneminde başörtü takmaya mecbur kaldı. Allahım (cc) sen her şeye kadirsin' (*Anadolu'da Vakit*, 15.04. 2009) açıklamasını eklemiştir. Bulmaca çözüldüğünde ortaya çıkan şifre, 'Atasına Kavuştu' tümcesidir. Bulmacaya genel olarak bakıldığında, Türkan Saylan'ın ve cenaze törenin görüntüsel göstergeleri üzerinde durulduğu dikkat çekmektedir. Türkan Saylan'ın sorulduğu bir soru da bulmacanın içeriğine yerleştirilmiştir. Bulmacanın şifre sözcüğü olan 'Atasına Kavuştu', sağ alt köşede yer alan fotoğraf ve gazetece yapılan haberin içeriği çerçevesinde değerlendirildiğinde, gazetenin Türkan Saylan'a karşı olumlu bir duruş sergilemediği anlaşılmaktadır. Genel olarak Türkan Saylan'a ve çalışmalarına karşı olan *Anadolu'da Vakit* gazetesi, bulmacasına bu tutumunu taşımıştır.

Anadolu'da Vakit gazetesinin 16 Mayıs 2009 tarihli çengel bulmacası ise Danimarka Başbakanı Anders Fogh Rasmussen'i konu edinmiştir. Bulmaca çözüldüğünde ortaya çıkan şifre 'Rasmussen O Alçak Senmişsen' şeklindedir (Ek 3). Bulmacanın göbek fotoğrafında yine Rasmussen'in protesto edildiği fotoğrafın yanı sıra sağ alt köşede de Rasmussen'e aitti bir fotoğraf bulmacaya yerleştirilmiştir. Ayrıca, 'Danimarka'nın bizi aldatan başbakanı (Rasmussen) ' şeklinde sorulan sorunun cevabı da yine Rasmussen'dir.

9 Mayıs 2009 tarihli sayısında *Anadolu'da Vakit* gazetesi, bulmacasına yine ideolojik içerikli sorular yerleştirmiştir. Bu tarihli bulmacada, göbekte, ABD Eski Başkanı Bush, Pakistan Cumhurbaşkanı Pervez Müşerref ve Danimarka Başbakanı Anders Fogh Rasmussen'in içeriğini oluşturduğu montajlı bir fotoğraf bulunmaktadır (Ek 4). Bulmaca çözüldüğünde ortaya çıkan şifre tümce ise 'Domuz Grubu Salgını'dır. Bu tümce kişilere yönelik doğrudan hakaret niteliği taşımaktadır. Bulmacanın sağ alt köşesindeki fotoğraf ise bir silüettir. Bu silüet ayrıntılı incelendiğinde 'Veli Küçük'e ait olduğu anlaşılmaktadır. Bulmacada ideolojik ve kişileri düşük düşürecek şekildeki sorular da bulunmaktadır. Bu sorular arasında, 'Önceki katil ABD Başkanı (Bush)', 'Son Rus diktatörlerinden (Putin)' soruları bulunmaktadır. Bulmacada Bush katil, Putin ise diktatör olarak nitelendirilmiştir.

Yukarıda incelenen bulmacaların dışında, söz konusu gazete çeşitli tarihlerde benzeri içeriklerde bulmacalar hazırlamıştır. *Anadolu'da Vakit* gazetesinin 25 Kasım 2007 tarihli bulmacasının şifre tümcesine Kuvvet Komutanları konu edilmiştir (Ek 5). Orgeneral Yaşar Büyükanıt, Orgeneral İlker Başbuğ ve Emekli Tüm General Osman Pamukoğlu'nun fotoğraflarının yayınlandığı bu bulmacanın anahtar tümcesi 'Siz Kral Değilsiniz' şeklinde kurgulanmıştır. Aynı bulmacanın içerisinde hakaret nitelikli diğer bir soru ise Fazıl Say'ın sorulduğu 'Başörtüsü düşmanı müzisyen'dir.

Anadolu'da Vakit gazetesi 19 Temmuz 2008 tarihindeki sayısındaki bulmacasının göbek fotoğrafına İstanbul'un İstinye semtinde ABD Konsolosluğu'na yapılan saldırıdan bir görüntü taşımıştır. Saldırıda şehit düşen üç polis memurunun görüntüleri montajlanarak

göbeğe (Ek 6), ADB Başkonsolosu Sharron Wiener'in fotoğrafı ise sağ alt köşeye yerleştirilmiştir. Bulmacanın şifre tümcesi ise 'Gavurlar İçin Değer Miydi' şeklindedir. Bulmaca, Türk Basın Meslek İlkeleri arasında yer alan 'din, ırk, cinsiyet vb. etnik kökenlerden dolayı kimsenin kınanamayacağı ve küçük düşürülemeyeceği ilkesini ihlal eder niteliktedir.

Abdullah Gül'ün, Necmettin Erbakan'ı affettiği dönemde yayınlanan bulmacada (23 Ağustos 2008), Abdulla Gül, Necmettin Erbakan ve Recep Tayyip Erdoğan üçlüsüne ait fotoğraf bulmacada yayınlanmıştır. Söz konusu bulmacanın şifre tümcesi 'Fatih'in Çocukları' şeklindedir.

Anadolu'da Vakit gazetesi Adalet ve Kalkınma Partisi'ne (AKP) kapatma davası açan Ankara Cumhuriyet Başsavcısı Abdurrahman Yalçınkaya'yı bulmacaya taşımıştır. Gazete, Abdurrahman Yalçınkaya'nın fotoğrafını yayınladığı bulmacasının şifresine ise 'Tek Kişilik Meclis' ifadesini yerleştirmiştir. Farklı bir tarihte de Orgeneral İlker Başbuğ'un Hindistan'da 'Ağlama Duvarı'nı gezdiği fotoğrafı yayınlanmış, 'Ağlama Duvarı' tümcesi de bulmacanın şifre tümcesine yerleştirilmiştir.

Yukarıda verilen örnekler bağlamında düşünüldüğünde, basın bulmacalar yoluyla da ideoloji ürettiği düşüncesi doğrulanmaktadır. Bundan dolayıdır ki günümüzde eğlence ve boş vakit etkinlikleri amaçlı hazırlanan birçok unsurun ideoloji taşıma aracı haline dönüştürüldüğü söylenebilir. *Anadolu'da Vakit* gazetesinin, bu veriler doğrultusunda değerlendirildiğinde, bilinen muhafazakar İslami bir çizgide yayın yaptığı gerçeği pekişmektedir. Ve gazetenin bu düşüncesi eğlence amaçlı hazırlanan bulmacalarına da yansımıştır.

İdeolojik (Din) İçerikli Sorular

Anadolu'da Vakit gazetesi, fotoğraf ve şifre tümcelerinin dışında, genel kültüre yönelik sormuş olduğu sorularla da ideolojik tutumlar sergilemiştir. Gazetenin, 30 Mayıs 2009 tarihli bulmacasında toplamda 211 soru sormuştur. Bu sorular içerisinde, Allahvere, sahur, din, vb. kelimelerinin cevap olarak arandığı sorular yer almaktadır. Ayrıca bulmacada, genel kültüre yönelik sorular incelendiğinde, soruların cevaplarının büyük bir çoğunluğunu 'Arapça ve Farsça' kökenli kelimelerin oluşturduğu dikkat çekmektedir. Gazetenin yayınlamış olduğu diğer tarihlerdeki bulmacaları incelendiğinde, 'Arapça' kökenli kelimelerin ağırlıkta olduğu görülmektedir.

23 Mayıs 2009 tarihli sayısında Anadolu'da Vakit gazetesi, hazırlamış olduğu bulmacasına 210 soru yerleştirmiştir. Muhafazakâr İslami bir çizgide yayın yapan *Anadolu'da Vakit* gazetesinin bulmacasında, 'bir halifemiz (İsa), 'bir peygamberimiz (Nuh)', 'nimetlendiren (Allah'ın sıfatlarından) (Mennan), Hz. Muhammed'e dua maksatlı okunan naat (sala)' gibi sorular yer almaktadır.

Gazete, diğer bir sayısında (16 Mayıs 2009) kurgulamış olduğu bulmacasına toplamda 196 soru yerleştirmiştir. Bu bulmacada, 'madam' cevabının arandığı 'Müslüman olmayan bakire', 'iman' cevabının arandığı 'Allah'a inanış' sorularının yanı sıra, 'dinin kuralları (akait)', 'Müslümanların ibadet yeri (cami)', 'İslami Alfabesi'nde bir harf (dat) ve 'namaz (salat)' soruları yer almaktadır. Gazete, bu bulmacasında Danimarka Başbakanı Rasmussen'i de alçak olarak nitelendirmiştir.

Anadolu'da Vakit gazetesi 9 Mayıs 2009 tarihli çengel bulmacasına yine dini içerikli

sorular yerleştirmiştir. Bu bulmacada toplamda sorulan soru sayısı 198'dir. Gazetece sorulan dini içerikli sorular arasında; 'Kur'an'ın bölümleri (sure), 'Kur'an okuma (tilavet)', 'namaza çağrı (ezan)', 'bir halifemiz (Ömer)', 'Allah versin (inayetola)', 'yadsıdan sonra kılınan namaz (vitir)', Hz. Peygamberi öven şiir (nat)', 'Allah rızası için yapılan yardım (sadaka)' yer almaktadır.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Kültür endüstrisi içerisinde, üretim hayatlarını sürdüren kitle iletişim araçları, toplum içerisinde bulunan siyasal ve ekonomik anlamda egemen yapıların egemenliğini pekiştirmek ve popülerleştirmek amaçlı birçok yayın ve içerik hazırlayabilmektedirler. Bu gibi tutumlar, basın normatifte, tarafsız bilgi üretmesi ve okuyucu kitleye ulaştırması kuralını ihlal etmektedir. Kültür endüstrisi içerisinde tanımlanan, eğlence araçları, ideolojik içerik üretir niteliklidir. Bunların arasında müzik, eğlence, sinema, çeşitli oyunlar yer almaktadır. Fakat günümüz Türkiye'sinin modern basınında, bazı gazetelerin, eğlenceye yönelik hazırlamış oldukları bulmacalara da ideolojik içerik yükledikleri gözlemlenmektedir.

Basın, elinde bulundurduğu güç aracılığıyla her türlü ideolojik içeriği üretebilmekte ve topluma aktarabilmektedir. Fakat üretmiş olduğu bu ideolojik içerik, kendi düşünsel ve ekonomik çıkarlarının aksi yönünde gerçekleşmemektedir. Örnek olarak incelenen *Anadolu'da Vakit* gazetesinin bulmacalarının düşünsel içeriği, bulmacaların üretilmiş olduğu dönemin egemen gücünün aksi yönünde olmadığı açıktır. Bundan dolayıdır ki eğlenceye yönelik hazırlanan içerikler eğlendirmenin yanı sıra ideolojik içerik yüklü olabilmektedirler. Özellikle kitle iletişim araçları/basın aracılığıyla hazırlanan içeriklere ideolojilerin yüklenmesi kazanılmaz

hale gelmiştir. Sinem ve dizi film, müzik ve eğlence programları, bilgisayar ve atari oyunlarında ideolojinin üretildiği, birçok düşünür tarafından araştırılarak tespit edilmiştir. Eğlence amaçlı, ideoloji üretiminin son yönelimi ise gazeteler tarafından hazırlanan bulmacaların içerikleri olduğu söylenebilir.

Günümüz modern basınında ideoloji ve düşüncelerin üretimi ve ifadesi çok yönlü, açık ve nettir. Gazeteler, eğlence amaçlı hazırlanmış oldukları bulmacaları dahil düşünsel içeriklere büründürmeye başlamıştır. Bu yaklaşımların arkasında birçok etmen yatmaktadır. Bu etmenlerin başında ise tiraj kaygısının geldiği söylenebilir. Tirajı yüksek tutmak amacıyla okurun ilgisini toplamak ve okurun beklentileri doğrultusunda içerik oluşturmak günümüz Türk basınının temel sorunlarından birisi olarak nitelendirilebilir. Çok sesli basın düşüncesini zafiyet uğratan bu tutumlar, demokrasiyle yönetilen ülkelerde, basına biçilen kamu yayıncılığı rolüyle çelişmekte ve hatta basın bu rolü, göstermelik de olsa oynayamamaktadır.

İncelemede, basından beklenen tarafsızlığın, bulmacalarla dahil ihlal edildiği gözlemlenmiştir. Örnek olarak ele alınan *Anadolu'da Vakit* gazetesinin çengel bulmacaları incelendiğinde basının yalnızca taraflı olduğu gerçeği değil, aynı zamanda 'Basın Meslek İlkeleri'ni ihlal ettiği de tespitler arasındadır. Basının din, ırk, cinsiyet ayrımı yapmaması gerektiği, basın yoluyla küçük düşürücü, aşağılayıcı yayınların yapılmaması, inançlarından ve düşüncelerinden dolayı kimsenin kınanamayacağı normatif ve hukuksal değerlerinin ise gazetece dikkate alınmadığı açıktır.

Basın tarafından eğlence amaçlı hazırlanan bulmacaların –ve hatta gazetelerin-, okur kitlelerinin tanımlanmaması, diğer bir söylemle gazetelerin her yaşta insana açık olması ve gün içerisinde herhangi bir zaman diliminde rahatlıkla ulaşılabilir niteliği, basın aracılığıyla bilinçli gerçekleştirilen ideoloji üretme sürecini kolaylaştırmaktadır. Özellikle gelişim aşamasında yönlendirmeye açık çocuklar bağlamında olaya yaklaşıldığında, basın tarafından inşa edilen bu tür yaklaşımların demokratik nitelik taşımadığı anlaşılmaktadır. Bireyin toplumsallaşma/sosyalleşme sürecinde basının etkisi göz önünde bulundurulduğunda, habere veya içeriğe konu olan olayların kurgulanmasında her türlü ifadenin salt bir biçimde okuyucu iletilmesi gerekliliği, basın tarafından özümsemelidir. Topluların hemen hemen bütün kesimlerine rahatlıkla ulaşabilen kitle iletişim araçlarının içerikleri, olabildiğince nesnel ölçütler çerçevesinde oluşturulmalıdır. İdeolojik yaklaşımlar sergilense dahi bu iş kişilere yönelik hakaretler boyutuna taşınmamalıdır.

Son olarak da basının zaman zaman kişileri ve kurumları hedef gösterdiğini belirtmek gerekir. Hedef gösterme konusu özellikle 17 Mayıs 2006 yılında Danıştay'a yapılan saldırı ile etkin bir şekilde gündeme taşınmış ve günlerce tartışılmıştır. Olaya *Anadolu'da Vakit* gazetesinin neden olduğu üzerinde durulmuştur. Bulmacalarda geçen isimler ve ifade ediliş şekillerine bakıldığında, ismi geçen kişilerin hedef gösterilip gösterilmediği konusu üzerinde de düşünülmesi gerekir.

KAYNAKLAR

- Althusser, L. (1994). *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*, Yusuf Alp & Mahmut Özışık (Translated by), İstanbul, 4. Baskı, İletişim Yayınları (Original Book Published in 1971).
- Arslan, K. (2004). *Haber Nasıl Okunur – Haberde İdeoloji, Söylem*, İstanbul, Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- Burton, G. (1995). *Görünenden Fazlası*, Nefi Dinç (Translate by), İstanbul, Alan Yayıncılık.
- Büker, A. S. (2006). Kurtlar Vadisi Irak'ta Eksiği Kahraman Dolduruyor, *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Kuram ve Araştırma Dergisi*, 22, 137-156.
- Büker, A. S., Topçu, Y. G. (2008). *Sinema/Tarih/Kuram/Eleştiri*, Ankara, Gazi Üniversitesi Kırkinci Yıl Kitaplığı No: 10.
- Çam, Ş. (2006). *Medya Çalışmalarında İdeoloji Yaklaşımlarına İlişkin Epistemolojik ve Yöntemsel Sorunlar*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Dijk, T. V. (1995). Discourse Semantics and Ideology, *Discourse & Society*, 6 (2), 243-289.
- Dursun, Ç. (2005). Haber ve Habercilik/Gazetecilik Üzerine Düşünmek, *Habercinin El Kitabı Gazetecilik ve Habercilik*, Sevda Alankuş (Edited by), İstanbul, IPS Yayınları, 2. Basım, 69-89.
- Eagleton, T. (1996). *İdeoloji*, Muttalip Özcan (Translated by), Ankara, Ayrıntı Yayınları (Original Book Published in 1991).
- Eagleton, T. (n.d). *Edebiyat Eleştirisi Üzerine*, Handan Gönenç (Translated by), İstanbul, Eleştiri Yayınevi.
- Eco, U. (2003). *Yorum Aşırı Yorum*, Kemal Atakay (Translated by), İstanbul, 3. Basım, Can Yayınları (Original Book Published in 1992).
- Erdoğan, İ. (2006). Kurtlar Vadisi Irak: Eski-Göçebe Kabil'in Yeni-Emperyalist Habil'den Öç Alışı, *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Kuram ve Araştırma Dergisi*, 22, 71-136.
- Erdoğan, İ. (2007). Popüler Kültür: Kültür Alanında Egemenlik ve Mücadele, Temmuz 21, 2009, <http://www.irfanerdogan.com/makalelerson/kulturegemenlik.pdf>.
- Erdoğan, İ., Alemdar K. (2002). *Öteki Kuram*, Ankara, Erk Yayınevi.
- Fiske, J. (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş*, Süleyman İrvan (Translated by), Ankara, 2. Basım, Bilim ve Sanat Yayınevi (Original Book Published in 1982).
- İnal, Y., Kiraz E. (2008). Bilgisayar Oyunları İdeoloji İçerir mi – Eğitsel ve Ticari Oyunlara Bakış, *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, Cilt: 6, 3, 523-544.
- Jay, M. (2001). *Adorno*, Ünsal Oskay (Translated by), İstanbul, Der Yayınları (Original Book Published in 1984).
- Lull, J. (2001). *Medya İletişim Kültürü*, Nazife Güngör (Translated by), Ankara, Vadi Yayınları (Original Book Published in 1995).

- Oskay, Ü. (1980). Popüler Kültür Açısından 'İdeoloji' Kavramına İlişkin Yeni Yaklaşımlar, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, C: 35, 1/14, 198-253.
- Paek, H. J., Shah, H. (2003). Racial Ideology, Model Minorities, and the 'Not-So-Silent Partner': Stereotyping of Asian Americans in U.S. Magazine Advertising, *Howard Journal of Communications*, 14/4, 225-243.
- Rigel, N. (2001). *İleti Tasarımında Haber*, İstanbul, Der Yayınları.

Ek : 1

HAFTALIK BULMACA



EMER: FATİH UĞURLU
fatmugurlu@gmail.com

V	K	K	V	H	R	L	V	F	K	V	M															
B	E	K	A	A	D	E	T	A	O	M	A	C	A	A	A	L	A	V	E	R	E					
S	E	L	A	H	I	Y	E	T	T	A	B	A	K	A	A	S	T	A	T							
Z	I	F	I	R	N	A	K	A	R	A	T	M	A	Ğ	A	R	A	I	M	A						
L	A	T																	R	L						
T	E	L	E																Y	E	N	I				
E																				A	K					
Z	A	T	I																	B	E	Z				
S	L																			B	B	A	Z			
S	E	N	A																	S	E	R	A			
N	A	N																		D	M					
C	A	N	A																	S	A	N	A			
E																							U	N		
P	I																						L	A	M	E
K	Q	R	T	A	I	H	P	K	E	E	N	A														
S	E	N	E	E	R	G	U	N	U	S	A	R	E	M	A	N	Z	A	R	A						
B	A	N	A	N	A	Ş	A	I	R	R	A	H	V	A	N	A	D	A	K							
N	A	M	M	A	F	S	A	L	Ş	A	L	L	E	K	A	N	D	A	S							
N	A	C	A	K	A	K	M	I	A	T	E	Y	A	Z	L	A										
P	A	K	Ü	L	A	A	N	T	I	K	A	Z	A	R	M	U	T	I								
P	I	P	Z	A	T	E	N	T	R	A	P	A	A	T	E	A	L									
P	A	L	A	S	T	K	A	R	O	A	M	İ	R	E	A	T	I	K								
H	A	R	A	R	E	T	Ç	A	L	A	P	K	A	R	A	M	A	N	A							
K	A	N	D	L	A	E	V	P	D	L	A	K	F	E	N	S	A	R								
L	L	A	F	I	Z	O	N	A	R	S	E	M	E	R	E	T	E									
M	İ	L	A	T	S	A	H	Ü	R	A	S	E	T	A	T	T	R	A	M							
İ	A	S	T	A	K	H	A	T	İ	R																
K	E	M	A	L	A	T	K	A	T	A	R	A	Y													
Y	A	Ş	İ	R	İ	L	A	Ç	S	A	P	A														
N	D	T	H	A	D	K	A	N	A																	
S	A	L	İ	Ş	E	A	M	E	T	E	N	İ	N													
M	A	D	A	R	N	E	A	T	Z	I																
M	U	S	T	A	F	A	B	A	L	B	A	Y	T	I	Z											
R	U	A	M	S	İ	P	E	R	A	R	E	N	A													



SİFRE SÖZCÜK →

B E N M U S T A F A A L B A Y

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15



HAFTALIK BULMACA
 Editör: FATİH UĞURLU
 fatihugurlu@gmail.com

S	K	T	D	L	S	M	P	K	K	I	I										
N	H	A	L	E	D	M	A	C	A	U	S	A	R	E	O	S	M	A	N		
P	A	T	İ	K	A	İ	M	A	R	E	T	L	A	F	I	Z	S	A	L	A	
H	A	K	A	R	E	T	L	E	Z	İ	Z	K	A	F	E	S	O	L	A	Y	
H	E	R	S	I	M	A											O	T	T		
A	S	İ	T	K											A	M	İ	L			
A	H	U	L	A	K											E	Z	A			
U	L	A	K	A	T	I											O	R	A	M	A
S	T	A	R	A	A											A	H	A	R	I	
A	L	A	Z	I	S	T	E	A	K	C	K	H	M	A	M	A					
A	K	İ	T	Ü	R	K	E	K	A	H	A	L	İ	H	A	S	İ	N			
A	S	A	L	A	K	A	S	İ	M	E	T	R	İ	P	E	A	L	A	T	A	
E	L	E	M	M	A	K	İ	B	A	R	S	İ	N	E	M	A	A	N	A		
A	D	A	E	K	S	İ	K	K	İ	A	H	İ	R	E	T	E	M	N	N		
İ	S	A	L	A	Y	A	T	A	L	A	K	L	A	Y	İ	K	T	E	M	A	S
Ö	K	P	E	L	T	E	K	Ş	A	L	E	E	T	İ	K	E	T				
M	A	L	A	N	A	S	İ	H	A	T	A	T	İ	K	N	İ	M				
A	Ş	İ	R	A	N	R	A	S	İ	H	M	A	R	K	A	S	F	A			
A	S	A	N	B	D	A	A	S	İ	A	N	İ									
Ü	M	İ	T	A	D	R	Y	B	A	N	A	L	Z								
A	N	T	M	T	F	E	R	K	A	N	O										
A	R	A	S	A	T	E	D	A	T	B	A	K	A	N							
İ	T	A	L	I	K	A	H	İ	R	E	T	F	E								
A	K	A	L	A	K	A	H	S	Ü	R	E	K	A								
L	A	T	A	İ	N	A	D	A	N	A	O	Y									
İ	R	A	T	M	E	N	N	A	N	S	A	L	A								

ŞİFRE SÖZCÜK →

A T A S I N A K A V U Ş T U

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14

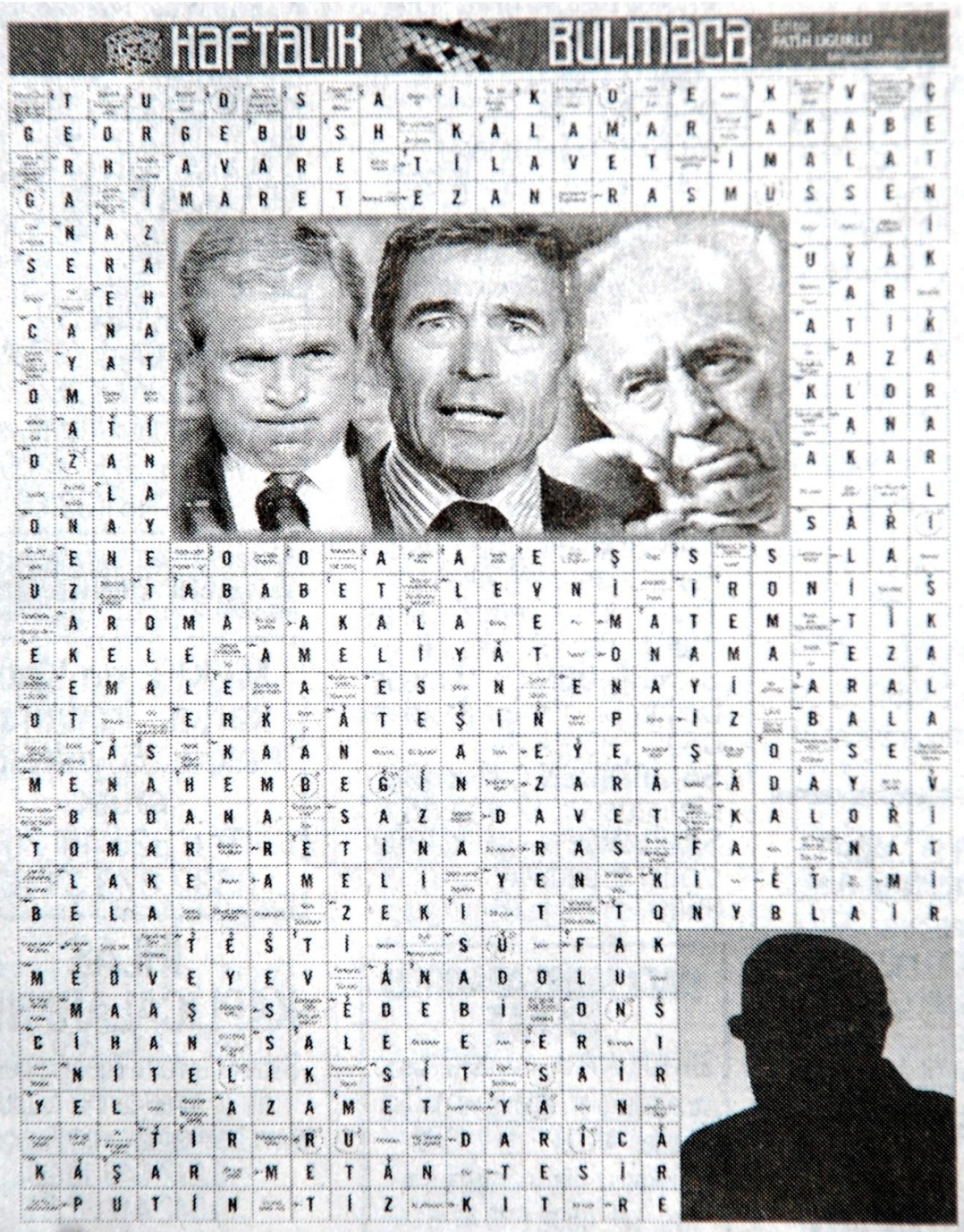
Ek: 3

HAFTALIK BULMACA EĞİTİM PAZARI EKİMLİĞİ

T	U	D	S	A	İ	K	D	E	K	V	Ç													
G	E	O	R	G	E	B	U	S	H	K	A	L	A	M	A	R	A	K	A	B	E			
R	N	A	V	A	R	E	T	İ	L	A	V	E	T	İ	M	A	L	A	T					
G	A	İ	M	A	R	E	T	E	Z	A	N	R	A	S	M	U	S	S	E	N				
N	A	Z																						
S	E	R	A																		U	Y	A	K
E	H																				A	R		
C	A	N	A																		A	T	İ	K
Y	A	T																			A	Z	A	
O	M																				K	L	O	R
A	T	İ																			A	N	A	
D	Z	A	N																		A	K	A	R
L	A																							L
O	N	A	Y																		S	A	R	İ
E	N	E	O	O	A	A	E	Ş	S	S	L	A												
U	Z	T	A	B	A	B	E	T	L	E	V	N	İ	İ	R	O	N	İ	S					
A	R	O	M	A	A	K	A	L	A	E	M	A	T	E	M	T	İ	K						
E	K	E	L	E	A	M	E	L	İ	Y	Ä	T	O	N	A	M	A	E	Z	A				
E	M	A	L	E	A	E	S	N	E	N	A	Y	İ	A	R	A	L							
D	T	E	R	K	A	T	E	Ş	İ	N	P	İ	Z	B	A	L	A							
A	S	K	A	A	N	A	E	Y	E	Ş	O	S	E											
M	E	N	A	H	E	M	B	E	G	İ	N	Z	A	R	Ä	A	D	A	Y	V				
B	A	D	A	N	A	S	A	Z	D	A	V	E	T	K	A	L	O	R	İ					
T	O	M	A	R	R	E	T	İ	N	A	R	A	S	F	A	N	A	T						
L	A	K	E	A	M	E	L	İ	Y	E	N	K	İ	E	T	M	İ							
B	E	L	A	Z	E	K	İ	T	T	O	N	Y	B	L	A	İ	R							
M	E	D	V	E	Y	E	V	A	N	A	D	O	L	U										
M	A	A	Ş	S	E	D	E	B	İ	O	N	S												
C	İ	H	A	N	S	A	L	E	E	R	İ													
N	İ	T	E	L	İ	K	S	İ	T	S	A	İ	R											
Y	E	L	A	Z	A	M	E	T	Y	A	N													
T	İ	R	R	U	D	A	R	İ	C	A														
K	A	Ş	A	R	M	E	T	Ä	N	T	E	S	İ	R										
P	Ü	T	İ	N	T	İ	Z	K	İ	T	R	E												

ŞİFRE SÖZCÜK → **DOMUZ GRUBU SALGINI**

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17



BULMACANIN CEVABI

M	M	T	A	I	E	I	E	B	S	M	K														
N	M	A	Y	E	K	A	M	A	N	M	E	T	E	O	R	O	L	O	J	I					
S	A	D	A	K	I	L	A	N	I	H	A	Y	E	R	A	F	A	D	A	N					
S	I	T	A	R	E	S	A	R	I	N	N	E	M	A	Y	A	R	A	N						
N	E	M																	D	A					
C	A	M																	A	M	A	K			
			A	N															A	R	A				
K	E	T	E																C	A	M	I			
B	A	K	I																C	A					
M			C																		O	M			
Ş	J	K	E																		R	A	M	I	
S	A	F	A																			T	A	S	
																						R	I	C	A
S	A	M	M	H	V	H	A	Y	Ç	K	K	A	F												
M	A	L	I	Y	E	A	T	I	N	A	A	H	A	L	I	A	B	A							
B	E	R	A	T	M	A	D	A	R	A	A	T	A	M	A	N	A	R							
S	I	T	A	Y	I	Ş	D	I	N	A	R	D	A	S	A	K	I	R							
Y	L	A	N	O	L	I	N	R	I	Z	I	K	O	E	T	A	M	I	N						
B	E	Z	N	K	E	L	H	E	Z	I	M	E	T	H	A	Y	A								
A	T	P	B	A	R	I	T	O	N	M	U	R	A	T	E	S									
M	A	R	I	F	E	T	T	E	K	N	A	K	A	R	A	T	Z	A	T	I					
H	A	K	I	K	A	T	Ş	A	K	A	I	L	A	M	T	E	Z	H							
S	A	F	R	A	Y	T	A	Y	A	A	T	A	K	A	N	K	I	R	A						
E	F	A	L	E	D	E	B	I	Y	A	T	N	I	Z	A	M	A	T							
K	A	T	A	R	A	K	T	I	A	D	A	B	D												
B	L	I	E	R	A	Y	H	A	R	E	K	E													
N	I	S	A	A	M	A	D	E	A	R	A	V													
Y	A	K	I	N	K	A	T	E	Y	E	N														
B	E	L	A	L	I	M	A	N	A	L	I	M													
A	E	S	A	T	I	R	K	A	R	A	T	E													
L	E	T	A	F	E	T	Z	A	Y	I	A	D													
R	S	Y	A	K	A	T	A	Ş	E																
R	A	S	M	U	S	S	E	N	S	A	R	I	Ş	I	N										
T	A	A	N	I	N	Y	A	S	A	K	P	I													

ŞİFRE SOZCÜK

R A S M U S S E N O A L Ç A K S E N M I S S E N

2 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24

Ek: 5

