



2010-2011-2012

# kilad

Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi  
Araştırma Dergisi

# İçindekiler

Editör'den

5



**"Küreselleşme ve Değişen/Dönüşen Kültürel Değerler Bağlamında Türk Sinemasında Aile"**

*Emine Uçar Ilbuğa*

7



**"Film Eleştirisinde 'Kendini Yansıtmı' ve 'Metasinematik' Anlatının Evreleri"**

*Hülya Önal*

37



**"Birey, Toplum ve Ekonomi Açısından Mobil Yayıncılık"**

*Osman Köroğlu*

55



**"Kadın STK'larda İnternet Kullanımı : Türkiye'de Kadın STK Web Sitelerinin Karşılaştırması"**

*Betül Pazarbaşı – Selma Koç Akgül*

87



**"Theodor W. Adorno and Culture Industry"**

*Arzu Kihitir*

109





**Sahibi**

Prof. Dr. Sezer Şener KOMSUSOĞLU

**Sorumlu Yazışleri Müdürü**

Prof. Dr. Hülya YENGİN

**Yayın Kurulu**

Prof. Dr. Hülya YENGİN

Prof. Dr. Melda CİNMAN ŞİMŞEK

Prof. Dr. Yasemin İNCEOĞLU

Prof. Dr. Özden CANKAYA

Prof. Dr. Haluk GÜRGEN

Prof. Dr. Füsun ALVER

Yrd. Doç. Dr. Emel KARAGÖZ

**Editörler**

Prof. Dr. Füsun ALVER,

Doç. Dr. Nigar PÖSTEKİ,

Doç. Dr. Pınar ERASLAN YAYINOĞLU

**Yabancı Dil Editörleri**

Prof. Dr. Füsun ALVER,

Doç. Dr. Nurdan TAŞKIRAN

**Editör Yardımcıları**

Uzm. Özgür VELİOĞLU

Arş. Gör. Ebru TURANLI

**Redaksiyon**

Uzm. Özgür VELİOĞLU

Arş. Gör. Ebru TURANLI

**Kapak ve Düzenleme**

Arş. Gör. Dr. Yusuf BUDAK

**Fakülte Temsilcilikleri**

**Ankara Üniversitesi** : Arş. Gör. Başak ÖZÇARIKÇI

**Gazi Üniversitesi** : Arş. Gör. Ali Murat VARLI

**Anadolu Üniversitesi** : Doç. Dr. Nejdet ATABEK

**Akdeniz Üniversitesi** : Öğr. Gör. Yasemin GÜLŞEN YILMAZ

**Ege Üniversitesi** : Arş. Gör. Burcu BALCI

**İstanbul Üniversitesi** : Arş. Gör. Ayşe CENGİZ

**Marmara Üniversitesi** : Arş. Gör. Dr. İhsan KARLI

**İletişim Adresleri:**

Kocaeli Üniversitesi Umuttepe Yerleşkesi

41380 İzmit/KOCAELİ

Tel: +90 262 303 18 02 -04 Fax: +90 262 303 18 03

e-posta: kilad\_editor@yahoo.com

http://kilad.kocaeli.edu.tr

**9. Sayı Hakem Kurulu**

Prof. Dr. Filiz Balta Peltekoğlu

Prof. Dr. Füsun Alver

Prof. Dr. Haluk Gürgen

Prof. Dr. Haluk Yüksel

Prof. Dr. Özden Cankaya

Prof. Dr. Özhan Tıngöy

Prof. Dr. Yasemin İnceoğlu

Prof. Dr. Müge Elden

Prof. Dr. Melda Cinman Şimşek

Doç. Dr. Mete Çamdereli

Doç. Dr. Ayla Okay

Doç. Dr. Aydemir Okay

Doç. Dr. Bilal Arık

Doç. Dr. Hasan Akbulut

Doç. Dr. Nigar Pösteği

Doç. Dr. Pınar Eraslan Yayinoğlu

Doç. Dr. Nilüfer Pembecioğlu

Doç. Dr. Ayşen Akkor Gül

**Baskı:**







# kilad

---

Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi

Sayı: 10 • 2010-2011-2012

Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları No: 10



**“Canlı Bomba Terör Eylemlerinin Ulusal ve Uluslararası Basında Sunumu”**

*Selma Koç Akgül*

**127**

**Medya – Terör – Propaganda: Türk Basınında Terör Örgütü PKK’nın  
Tasarımı**

*Meral Çakır*

**169**

**Aktif İzleyici ve Kamusal Bilginin İnşası**

*Sibel Fügen Varol*

**127**

**Yazı Teslim Kuralları**

**145**





# Editör'den

Kocaeli Üniversitesi İletişim Araştırmaları dergimizi, ekonomik problemlerden dolayı uzun bir süre zamanında yayınlamadık. Ancak elinizdeki sayının basımı ile bu zorlu süreci geride bırakmış bulunuyoruz. Bundan böyle dergimizi düzenli olarak yayınlatabileceğiz.

Dergimizin 2010, 2011 ve 2012 yıllarını kapsayan onuncu sayısında; Emine Uçar İlbuğa, "Küreselleşme ve Değişen / Dönüşen Kültürel Değerler Bağlamında Türk Sinemasında Aile" başlıklı ilginç çalışmasında, küreselleşme sürecinin, kültürel değerlerde ve standartlarda meydana getirdiği değişimi irdeliyor. İlbuğa çalışmasında; "kültürel değerler ve değişimlerin Türk sinemasına yansımaları nedir?" sorusundan hareket ederek, Türkiye'de toplumsal ve kültürel yapıyı etkileyen iç ve dış göç, küreselleşmenin, aidiyet ve kimlik arayışının, aile bağlarına ve aile ilişkilerine yansımalarını ortaya koymaya çalışıyor. Çalışmasında; küreselleşme sürecini yansıtan "Pandora'nın Kutusu" ve "Üç Maymun" filmlerini analiz ederek, düşüncelerini somut bulgularla kanıtlamaya çalışıyor. Hülya Önal; "Film Eleştirisinde "Kendini Yansıtmaya" ve "Metasinematik" Anlatının Evreleri" başlıklı çalışmasında, Batı kaynaklı sinema kuram ve eleştirel bakışın temelini oluşturan zihinsel dönüşüm ve tarihsel süreç ile Türkiye'nin, spesifik olarak da Türk sineması'nın sanatsal ve akademik boyutlarının örtüşmemesinin, bu alanda çalışan araştırmacıların önüne çeşitli sorunlar çıkardığını öngörerek, Çağdaş Türk yönetmenlerinin de etkilendiği modernist sinemaya ait 'kendini yansıtmaya' ve 'metasinematik' anlatı kavramlarını irdeliyor ve kavramların tarihsel süreç içindeki dönüşümlerine dikkat çekiyor. Osman Köroğlu, "Birey, Toplum ve Ekonomi Açısından Mobil Yayıncılık" başlıklı çalışmasında, yeni teknolojinin birey ve toplum üzerine yarattığı etkiyi irdeliyor. Mobil içerik kavramını, mobiliteğin ve mobil yayıncılığın toplumsal etkilerini örnek olaylarla inceliyor. Bunun yanında mobil iletişim donanımları ile yapılan mobil yayıncılığı, pazarlamayla ilintilendirilerek, özgün bir model geliştirmeye çalışıyor.

"Kadın STK' larında İnternet Kullanımı: "Türkiye'de Kadın STK Web Sitelerinin Karşılaştırması" başlıklı çalışmalarında, Betül Pazarbaşı ve Selma Koç Akgül, Türkiye'de farklı hizmet alanlarında faaliyet gösteren kadın STK' ların hazırladıkları web sitelerinin amaç ve tasarım açısından bilgi akışı, kaynak toplama, haberleşme ağı, katılım ve kampanya gibi hizmet alanlarında kendini ifade etmede etkin kullanımının gerçekleşip, gerçekleşmediği sorusundan hareket ederek, araştırma kapsamına; KA-der (Kadın Adayları Destekleme ve Eğitim Derneği), ekonomi ve iş hayatında var olma çalışmalarını destekleyen KAGİDER (Türkiye Kadın Girişimciler Derneği) ve sosyal yaşamda şiddet ve benzeri sorunlar yaşayan söylem düşkün kadınlar için hizmet sunan Mor Çatı Kadın Sığınağı Vakfı web sitelerini alarak, içerik analizi yöntemi ile inceliyorlar ve ilginç sonuçlar ortaya koyuyorlar. Arzu Kihtir, "Theodor W. Adorno'nun Domine Edici Kültür Alanı Olarak: Kültür Endüstrisi"



başlıklı çalışmasında, günümüzde düşünceleri ile iletişim bilimi alanında yol gösterici olma niteliğini sürdüren Frankfurt Okulu'nun önemli temsilcilerinden Adorno'nun, kültür endüstrisi eleştirisine odaklanarak, "Kültür Endüstrisi" nin kendini yeniden üretimini irdelemekte ve bu süreçte kitle iletişim araçlarının işlevini tartışmaktadır.

Dergimizin bu sayısında yer alan bir diğer çalışma, Selma Koç Akgül tarafından gerçekleştirilen, "Canlı Bomba Terör Eylemlerinin Ulusal ve Uluslararası Basında Sunumu" nu içeriyor. Selma Koç Akgül bu çalışmasında; örnek olarak Ankara Ulus Meydanında 23 Mayıs 2007'de yaşanan canlı bomba terör eylemini irdeliyor. Araştırmasının bulguları, basın terör eylemlerinin haberleştirilmesinin arka plan bilgisi yetersizliğine ve enformasyonun niteliği problemine dikkat çekmesi açısından önem taşıyor. Sibel Fügen Varol'un "Aktif İzleyici ve Kamusal Bilginin İnşası" başlıklı çalışması ise, alımlayıcının medya karşısındaki yetkinliğini irdeliyor ve medya okur yazarı olma potansiyeline odaklanıyor. Yazar, "kodlama / kod açma" modelinde; alımlayıcının üretken ve eleştirel olabileceği öngörülmesine karşın medyanın güç ve etkisine ilişkin önemli bulgular sunan yeni dönem çalışmalara da vurgu yapıyor. Dergimizin bir diğer makalesi ise, Meral Çakır Berzah'a ait. Meral Çakır Berzah, "Türk Basınında Terör Örgütü PKK'nın Tasarımı" başlıklı ilginç çalışmasında; farklı yayın kimliğine sahip gazete haberlerinde temsil edilen terör örgütü dışındaki haber aktörlerinin iletilerinin içerik analizi yöntemi ile terör örgütünün tasarımını ve propagandasının meşrulaştırılmasını irdeliyor.

Dergimizin iletişim bilimi ve medya araştırmaları için tartışma potansiyeline sahip, yararlı bilgi ve bulguları içerdiği düşüncesi ile keyifli bir okuma diliyorum.

**Prof. Dr. Füsun ALVER**

Editör

Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi



# Küreselleşme ve Değişen/Dönüşen Kültürel Değerler Bağlamında Türk Sinemasında 'Aile'

*Globalization in Turkish Cinema and 'Family' in the Context of Changing/Converting Cultural Values*

Emine UÇAR İLBUĞA

Yrd. Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

## Özet

McLuhan, "küresel köyde yaşıyoruz derken, "insan topluluklarının yaşadığı toplumsal değişim üzerine ve iletişim biçimlerindeki hızlı gelişmelere" dikkat çeker. Bu gelişmelere bağlı olarak iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler ve serbest bilgi akışı, yersiz yurtsuzlaşan sermayenin yerel örgütlenmeleri gibi gelişmelerin insan yaşamına sunduğu olanaklarla giderek coğrafi uzamlar ve mekânlar da ortadan kalktı. Küreselleşen dünya, kültürel değerler ve standartlarda da değişimleri beraberinde getirdi. Bu çalışmada "kültürel değerler ve değişimlerin Türk sinemasına yansımaları nedir" sorusundan hareketle, Türkiye'de toplumsal ve kültürel yapıyı etkileyen iç ve dış göç, küreselleşme ve bu gelişmelerle bireylerin, aidiyet ve kimlik arayışlarının aile bağlarına, aile ilişkilerine yansımaları tartışılacaktır. Çalışmada Türk sinemasında küreselleşme bağlamında değişen, dönüşen 'aile' konusu "Pandora'nın Kutusu" ve "Üç Maymun" filmleri örneklerinde incelenecektir.

**Anahtar kelimeler:** Küreselleşme, kültürel değerler, göç, Türk sineması, aile.

## Abstract

While McLuhan states that "we live in a global village", at the same time he emphasize "the social change human communities live and rapid developments in communication styles". As growing advances in communication technology, free information flow and the local organizations of capital which deterritorialized depending on these developments, geographical space and place has disappeared due to facilities offered by these developments to the human life. Globalizing world, cultural values and cultural standards has brought changes. This study starts from asking "What are the implications of changes in Turkish Cinema?" and also internal and external migration which has affected social and cultural structures, globalization, the reflections of individuals' search for identity and belonging to the family ties and family relationships will be discussed. Additionally changing/converting "family" subject in the context of globalization in Turkish Cinema will be analyzed with the example films "Pandora Box" and "Three Monkey".

**Keywords :** Globalisation, cultural values, migration, Turkihs film industry, family



## 1. Giriş

Küreselleşme, son yıllarda sosyal bilimlerin en önemli araştırma konularından birini oluşturmaktadır. Küreselleşme üzerine araştırmalar öncelikle ekonomik boyutu ile öne çıkarken, ardından küreselleşmenin sosyo-kültürel etkileri ağırlık kazanmaktadır. Bir anlamda küreselleşmenin ekonomik, teknolojik ve sosyo- kültürel boyutları ile yerel, ulusal ve bölgesel alanlarda etkileri önem taşımaktadır. McLuhan'ın küresel köy kehaneti dünyanın daha kolay ulaşılabilirliği bakımından önemlidir, ancak bu yakınlaşmanın getirdiği sorunlar da o kadar masum karşılanamaz. Bu nedenle bir yandan küreselleşme karşıtları, diğer yandan küreselleşmenin doğruluğu ve gerekliliğini savunanlar arasındaki tartışmalar başat gitmektedir. Robins ve Morley, kapitalist ekonomilerin tarihsel gelişimi, kültürler, kimlikler ve yaşam tarzları bakımından önemli imalar taşıdığına dikkat çeker. Buna göre ekonomik alandaki küreselleşmenin sonucu kültürel dönüşüm, kültürel küreselleşmeyle ilintilidir (1997:155). İletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler ve iletişim biçimlerindeki yenilikler, ağlaşan dünya ve serbest bilgi akışı, insan hareketliliği, sınırların yaklaşması gibi, bütün bu koşulların toplumsal yaşama etkileri de kaçınılmaz olmuştur.

Küreselleşmenin tarihi oldukça gerilere dayanmakla birlikte, özellikle 1990'lı yıllar bu alandaki çoğu araştırmaların temelini oluşturmaktadır. Giddens'in dikkat çektiği gibi, "küreselleşme yalnızca ekonomik değil, gündelik yaşantı üzerinde güçlü etkilere sahip, daha geniş ölçekte ise yapısal ve kurumsal nitelikler taşıyan değişim anlamına gelmektedir" (2001:114). Günümüz küresel dünyasında bilgi ve iletişim akışı hızlanmış, insan hareketliliği artmış ve bu bağlamda ulusal sınırlar git gide yaklaşmıştır. Bu süreçte kültürler ve kimliklerin her zamankinden daha fazla karşı karşıya gelmesi söz konusudur. Kültürler durağan değildir, değişirler/dönüşürler anlayışı kabul görürken, eski kimlik tanımları yerini, kimlik sürekliliğinin koptuğu anlayışına bırakmıştır (Morley ve Robins, 1997:125-126).

Günümüzde sözü edilen hızlı gelişmeler tüm dünyada olduğu gibi, Türkiye'nin toplumsal yapısında, dolayısıyla aile kurumunda da değişimlere yol açmıştır. Geniş aile endüstrileşmeyle birlikte çekirdek aileye dönüşmüş, ailenin yerine getirdiği çeşitli işlevler ev dışı kurumlarca üstlenilmiştir. Ailede, aile üyelerinin rollerinde olduğu gibi, temel aile değerlerinde de değişimler olmuştur. Geleneksel aile çok sayıda çekirdek ailenin aynı çatı altında oturmasıyla oluşur. Tarıma dayalı toplumlarda aile, daha çok akrabalık ilişkilerinin karşılıklı kontrolüne ve dayanışma bağlarının güçlü olduğu bir yapıya dayanır (Demiray, 1993:30-35). Toplumsal düzenin temel bir

unsuru olan 'aile' ya da 'haneler' 'toplumun ekonomik ve siyasi örgütlenmesinde yer alan kamusal alanın bir parçası olan birimlerdir (Morley ve Robins, 1997:124-125). Aile birliği ve sürekliliği evlenme ile başlar. Malinowski'nin tanımladığı gibi aile, "kadın ve erkeğin aşkıta, ekonomik birliktelikte, üremede ve çocukların eğitiminde yaşam boyu bir ortaklık için birleşmesiyle oluşur, evlilik ise bir kontrattır" (2000:35). Aile toplumun değerlerine, sosyal yapısına ve normlarına bağlı olduğu için, toplumdan topluma ve zaman içerisinde aynı toplumda gözlenen değişiklikler, ailede de değişimlere neden olmaktadır (Ekici, 2007: 7). Günümüzde kadınlar ev kadını, iş kadını, anne ve eş olarak aile içindeki rollerini sürdürmelerine karşın, ailenin yapısında, işlevlerinde ve aile içi rollerde değişimler olmaktadır. Modern öncesi zamanlarda insanların, akrabalık, birliktelik ve yardımlaşma sistemlerine bağlı olarak yaşanan doğal güven duygusu, modern insanlarda aynı zamanda bir 'parçalanma', 'yenilenme', 'mücadele', 'çelişki' ve 'belirsizliği' de beraberinde getirmiştir. Morley ve Robins'in vurguladığı gibi, "bulunan yer artık kimliğimizin sağlam bir desteği değildir ve modern insan artan oranda yurtsuzluk acısı çekmektedir" (1997:124-125). Bilginin, sermayenin, iletişim olanaklarının aracılığı ile kültürel normlar, değer yargıları bakımından ulusal sınırlar çözülmektedir. Bir yandan toplumsal ilişkiler boyut değiştirmekte, diğer yandan kültürel bakımdan heterojen ortamlar artmakta, mekân ve uzamlar daha bir yakınlaşmaktadır. Küreselleşme sürecinde yaşanan değişimlerin somut sonuçlarının toplumun en küçük birimi olan aileler de yarattığı yapısal değişiklikler gibi, o toplumun sanat, siyaset ve kültürel alanlarında da etkilerinin görülmesi kaçınılmaz olacaktır. Bu nedenle küreselleşme ve bu sürecin Türk sinemasına etkisi, Türk sinemasında değişen aile imgesi araştırılması gereken bir konu olmaktadır. Çünkü sinema hem ticari hem sanatsal hem de eğlence boyutuyla önem taşıırken, aynı zamanda kültürel bir üründür.

Sinema ilk yıllarından itibaren küresel bir pazarın içine girmiştir. Küresel bir iletişim aracı olarak sinema, ilk yıllarda kozmopolit ve kalabalık yerleşim merkezlerinde izleyiciye ulaşırken (Ulusay, 2008:25), hızla tüm dünyaya yayılmış, günümüzde hem eğlence, hem kitle iletişim aracı, hem de sanat olma özelliği ile çok yönlü ve etkin bir araç olarak insan yaşamının önemli bir parçası olmuştur. Yeni kimlik arayışları, bireyselleşme, yeni sosyal alanlar ekonomik, teknolojik ve iletişim araçlarındaki küreselleşmenin paradigmaları olarak sinema filmlerinin konularını da etkilemiştir. Salt toplumsal cinsiyetçi yaklaşımla erkeği ve heteroseksüel ilişkiyi yücelten, klasik aile normlarıyla ailede kadın, çocuk ve baba rollerinin keskin sınırlarla çerçeveslendiği filmlerin yanında, yeni toplumsal hareketlerle kadın sorunları gibi, cinselliğin sorgulandığı filmler de (Ulusay, 2008:66) giderek önem kazanmıştır. Türkiye'de özellikle 1960'lar kentleşmenin, köyden kente yoğun göçün ve ekonomide ticarileşmenin, sanayileşmenin ivme kazandığı yıllar olur. Böylece 1961 askeri darbesiyle yasadışı anlayış yasalarla törpülenirken, bir nebze de olsa toplumsal rahatlatma politik anlamda insanların da

hareketlenmesinin önünü açmıştır (Özsoy, 2004:277-300). Türk sinemasında 1960'lı yıllar, toplumcu gerçekçi yapıda ve daha çok kırsal kesimdeki toprak ilişkileri temelinde, aile, namus aşk hikâyeleri toplumsal normlar, köyden kente göç, merkezdeki çarpık kentleşme, iş sorunu ve gecekonuda hayat merkez- çevre temelinde uyum sorunlarını işleyen filmler olarak ağırlık kazanmıştır. 1970'li yıllarda, hızlanan göçe dayalı hikâyeler yanında, arabesk film furyası ve 1980 askeri darbesiyle birlikte, kendi içine dönen Türk sinemasında entelektüel sorunlar, yabancılaşma, cinselliğin sorgulandığı kadın filmleri önem kazanır. 1990'ların sonunda ise, merkez-taşra ilişkisi farklı bir düzlemde kurulmaya başlar. Bu dönem de Türk sinemasının konuları kimlik ve aidiyet krizleri üzerine yoğunlaşır (Duruel-Erkılıç, 2007:2-18).

Bu çalışmada, Türk sinemasında kültür ve küreselleşme bağlamında 'aile' ve aile yapısının geçirdiği değişimlerin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu amaçla Nuri Bilge Ceylan'ın "Üç Maymun" ve Yeşim Ustaoglu'nun "Pandora'nın Kutusu" aile ve aile içi sorunları ele alması ve konu bütünlüğü bakımından örtüşmektedir. Bu filmlerde, aile temelinde yalnızlık ve bireysellik gibi, mekânsal bir aradalıkla var olmanın sancuları işlenmektedir. Bu çalışma ile Türk sinemasına yeni bir soluk getiren ve kendi sinema dillerini oluşturan iki yönetmenin, bu filmlerinde küreselleşme temelinde toplumsal değişimin aile kurumuna, dolayısıyla aile ilişkilerine etkileri ortaya konulacaktır.

## 2. Küreselleşme Sürecinin Aile Kurumuna Etkileri

Castells (2006:162-163), "hepimiz bilgi toplumunda, hepimiz iletişim toplumunda yaşıyoruz" derken aslında yalnızca bugünü değil, önceki tüm toplumlar içinde bilgi ve iletişimin merkezi bir önem taşıdığını vurgular. Ancak Castells'in bugün için dikkat çektiği artık 'bilgi ve bilişim devrimi' ile yalnızca 'ekonomik bir olgunun' söz konusu olmadığı, 'yeni bir çağa, yeni bir toplumsal düzene girilmekte' olunduğudur. Diğer bir ifade ile yeni bilişim ve ağ toplumları sadece bilginin önemli olduğu toplumlar değildir, aynı zamanda bilgi ağlarının toplumsal yaşama nüfus ettiği, iş hayatından, boş zaman etkinliklerine, oy verme davranışlarından, tüketim alışkanlıklarına kadar hem bireysel hem de toplumsal etkinlik alanlarına nüfus eden, hatta motive eden toplumlardır (Slattery, 2007:399-402). Giddens'e göre, küresel dünya şu an içinde yaşadığımız dünyadır ve toplum, alışkanlıklar, ihtiyaçlarımız, dolayısıyla kültür bu süreçle şekillenmekte ve değişmektedir. "Dünyadaki hiçbir ülkede yaşam artık diğerlerinden bütünüyle ayrılmış değildir" (2000:67). Küreselleşmeyle birlikte modern dünyanın ayırt edici özelliği olarak zaman, mekan ve mesafe ayırt edici bir nitelik taşımaz, ulusal sınırları aşar, hatta onun yerini alır (Slattery, 2007:418-421), Bauman'ın ifadesiyle toplumsal/kültürel ve politik bütünlüklerin çözülmesi söz konusu olur (1998:23). Bu anlamda küreselleşme ekonomik ve teknolojik boyutuyla birlikte, siyasetten, spordan, sanattan, ticarete kadar uzanan geniş bir yelpaze-



de toplumsal yaşamın her alanında hissedilen, hem bireysel, hem ulusal hem de uluslararası boyutlarıyla giderek artan bir etki sürecini ifade eder. Küreselleşme, hem finansal, hem teknolojik hem de kültürel boyutuyla emperyalizm kavramını ortadan kaldırır ve onun yerini alır. Toplumlar artık enformasyon ve iletişim ağlarıyla bağlanmış durumdadırlar. Karşılıklı ilişki ve bağımlılık içindedirler, dışarıda olamazlar (Alemdar ve Erdoğan, 2002:509). Kandiyoti (2003:14-33), küreselleşme kavramının insanların, teknolojilerin, imgelerin ve fikirlerin giderek daha karmaşık ve öngörülemez bağlantılar yaratarak yayılmasına daha dikkatle bakılmasını sağladığını, bu anlamda küresel ve yerel kavramlarının da modern ve geleneksel ikilisinin yerini aldığını ifade etmektedir. Diğer bir ifade ile küreselleşmenin dinamikleri 'yerelleşme' süreçlerini de beraberinde getirmektedir.

Beck'e göre, sanayi toplumundan risk toplumuna geçiş, kendi başına buyruk hale gelmiş modernleşme dinamiği içinde görünmeksizin, zoraki biçimde gerçekleşir (1999:34-39). Böylece Beck, modern toplumu risk temeline tanımlarken, risklerin de günümüzde insan ürünü olarak, küresel olgulara bağlı olduğunu ileri sürer. Bu paradoksla günümüz toplumlarının sosyal yapıları da etkilenir, birey daha özgür ve bağımsız hale gelirken, insanları önceden koruyan sosyal yapılar da bu süreçte çürümeye başlar. Kilise, topluluk, aile, bireye bir sosyal aidiyet, bir kimlik ve amaç sağlarken, günümüz post-modern toplumunda birey giderek yalnızlaşmakta, kendi başına ve soyutlanmış, aciz ve korumasız kalmaktadır (Slattery, 2007:455-457).

Küreselleşme ve buna bağlı toplumsal değişme sürecinde aile kurumlarında da hem işlevsel hem de yapısal değişmelerin meydana gelmesi son yıllarda, özellikle sosyoloji alanının çalışma konusunu oluşturmaktadır. Doğal olarak toplumsal değişme sürecinin altında insanoğlunun tüm birikimleri yatar (Demiray, 1993:34). Çünkü "ana, baba, çocuklar ve tarafların kan bağı akrabalarından (aile biçiminin gereğine göre) meydana gelmiş ekonomik ve toplumsal bir birlik olarak tanımlanan aile, toplumun önemli bir parçasını oluşturur" (Güler, 1992: 69-81). Toplumsal değişmeler toplumdan topluma farklılık göstermekle birlikte, bu değişmeler bireylerin veya grupların davranışlarına, yaşam biçimlerine, ilgilerine de yansımaktadır. Modern toplumlarda akrabalık ilişkilerinin yoğunluğu azalmakta, kadınların ve çocukların rolleri değişime uğramaktadır. Çocukların toplumsallaşmalarına etki eden en önemli faktörler çeşitlenmiş, aile, arkadaş ortamı, okul gibi, medya da bu süreçte etkin rol oynayan bir güç olmuştur.

Türkiye'de özellikle 1950'li yıllarla birlikte kentleşme sürecinde gözlemlen belirgin değişimler, aile yapısında da bir değişim ve dönüşüme neden olmuştur. 1960'lı yıllar ise yeni bir anayasa ile toplumsal hareketliliğin ivme kazandığı dönemlere eşlik eder. Bu süreçte cinsiyet rollerinde kırılmalar, cinsiyete dayalı hiyerarşik ilişkilerin ise eşitlikçi yönde değişime başlaması, kuşaklar arası bağımlılık ilişkilerinin zayıflaması, çok çocukluluktan az

çocukluluğa geçiş, kentleşme ve kadının gelir getiren iş gücüne katılımı aile rollerinde daha eşitlikçi bir yapıyı da beraberinde getirdi (Demiray, 1993:30-35). Ancak söz konusu değişme geleneksel ve endüstriyel toplumlarda eşit hız da olmamıştır. Geleneksel aile ekonomisi daha çok tarıma dayalı, endüstrileşmemiş toplumlarda biçimlenen bir aile yapısı olup, erkek otoritesinin yoğun yaşandığı, erkek egemen bir yapı sergilemektedir. Diğer aile tiplerine göre aile üyeleri arasında daha kuvvetli bir akrabalık bağının olması, farklı kuşakların bir arada yaşaması nedeniyle yardımlaşmanın da artmasına neden olmaktadır. Geleneksel aile tipinin aksine, ekonomisi endüstrileşmiş modern toplumlarda biçimlenen çekirdek aile, toplumun en küçük, en temel birimi olarak 'ana', 'baba', ve 'çocuklardan' oluşan ekonomik ve toplumsal bir kurumdur. Çekirdek ailede akrabalık ilişkileri daha az etkilidir (Koşar, 2007:60). Berktaş'a göre kent, demokrasinin beşiği olarak bireye daha az kişisel ve cemaat yükümlülüklerinden kurtulmuş bir var oluşun kapılarını açar. Böylece cemaat yükümlülüklerinden kurtulmuş bir var oluş, bireylere, özellikle kadınlara özgürleşme olanağı açısından tartışmasız bir değere sahiptir (2007:114).

Bununla birlikte Türkiye'de modernleşme süreciyle kadınlara bir yandan Batılılaşma ve dolayısıyla modernleşmenin taşıyıcılığı verilirken, öte yandan söz konusu rolün sınırları erkekler tarafından belirlenmiştir (Berktaş, 2006:106). Bu bağlamda Üşür Sancar, Türk modernleşmesinde kadın ve aile söylemlerinin alt ve üst sınıf kadın kimlikleri tanımıyla hareketle sınıflar arası farkların düzenlenmesindeki temel rolüne dikkat çekmekte, modern kadın ve aile tanımlarının ise, geleneksellik modernlik arasında bir yer de orta sınıf, modernleşmeci kentli erkek kurucuların tahayyülü olduğunu belirtmektedir:

"Bu tahayyül gereği modern kadın mazbutluk, fedakârlık ve aileye sadakat özellikleri ile üst sınıf aşırılıklarına karşıt olarak; eğitilmiş, haklarını bilen, kamusal görünürlüğe sahip özellikleri ile de alt sınıf gelenekselliğine karşı bir duruş olarak yaşam bulur" (2004:5). Berktaş ve Sancar'ın vurguladığı gibi Türkiye'de kadının, dolayısıyla ailede kadının rolü işlevsel boyutuyla geleneksel, biçimsel boyutuyla da modern bir çerçevede olmuştur. Bu süreçte kadının ailedeki yeri ister anne, ister kız kardeş, isterse çalışan kadın kimliği ile olsun "fedakârlık" ve "feragatlik" (Berktaş, 2007:108) misyonu ile yüküldür. Aslında Kandiyoti'nin belirttiği gibi "19. yüzyılın sonu ve 20. yüzyılın başı reform döneminde, batı hem modernin kurtarıcı potansiyelini (Osmanlı düzenine karşı) hem de aşırı bireycilik ve kendini beğenmişlik tehlikesini temsil ediyordu (2007:226) ve bu ikili sürecin aile kurumuna etkisi de kaçınılmaz olacaktı. Osmanlı toplumunda baba, hiyerarşik düzenin, mutlak hâkimiyet ve değişmezliğin temsilcisi iken, modern erkek ile bu değerler yıkılır, eşler arasında aşk ve arkadaşlık ilişkileri yanında, anne ve babaların çocuklarıyla duygusal ilişki kurdukları ve yeni evli çiftlerin ebeveynlerinden kısmen de olsa özerkleştikleri yeni bir ev içi düzeni önerilmekteydi. Modern



erkeklerde babalık rolü yeniden biçimlenirken, eski mesafeli, otoriter baba yerini mahremiyete ve baba yakınlığına bırakırken, baba-kız ilişkilerinde eğitilen, değer verilen kız çocuğu (Kandiyoti,2007:234-239) üzerinden geleceğin modern Cumhuriyet kadınının da temelleri atılır.

Castells, "ataerkilliğin bütün çağdaş toplumların temel yapılarından biri" olduğunu ileri sürer ve ataerkilliği, aile biriminde erkeklerin kadınlar ve çocuklar üzerinde kurumsal olarak desteklenen bir otoriteye sahip olmalarıyla açıklar. Dolayısıyla söz konusu otoritenin devamlılığı da üretimden, tüketimden, siyaset ve hukuktan, kültüre kadar uzanan geniş yelpazeye, kısaca toplum örgütlenmelerinin tamamına işlemiş olması gerekmektedir (2008:251). Ancak ataerkil aile, yeni bin yılın başında kadınların uğraş alanları gibi bilinçlerinin dönüşümüyle tehdit altındadır. Castells (2008:252-257)'in sözünü ettiği dönüşüme etki eden koşullar ise 1960'lı yıllarla birlikte gelişen enformasyonel, küresel bir toplum yükselişi gibi, kadının doğurganlığı, dolayısıyla üremeye ilişkin teknolojik gelişmeler, küreselleşen dünyada düşüncelerin hızla yayılması, kadın mücadeleleri, feminist hareket ve kadınların ücretli işlerde çalışmaya başlamalarıyla ailenin ekonomik gücü olarak erkeğin rolünün sarsılması, aile ve cinsel normların dönüşümüne bağlı olarak kişiliğin dönüşümü, boşanmaların artması ve bu anlamda farklı aile modellerinin ortaya çıkması gibi, kadınların bu yeni koşullarda doğurmaya ilişkin tutumlarında giderek özerkleşmeleri, ataerkil ailenin yapısını ve değerlerini sorgulamayı da beraberinde getirmiştir. Zamanla hızlı kentleşme ve kırsal kesimin kentlere akını, yeni üsluplar ve alt kültürleri oluşturmuştur. Büyük kent merkezlerinde çok farklı koşullardan gelen, geniş yelpazede yerleşim merkezleri yer almaktadır. Bu ortamların bir ucunda gecekondu, orta sınıf semtleri, kentten izole yaşamları ile yeni yerleşim merkezleri, siteler, villa kentler ve bu bağlamda farklı eğitim koşulları, iş ortamları evlilik kalıpları, boş zaman etkinlikleri ve tüketim alışkanlıkları yer almaktadır. Bununla birlikte kentli kadınların hangi toplumsal kategoride olurlarsa olsun, genel olarak aile işleyişinin geleneksel düzenini bozmayışları, erkek rollerine meydan okumamaları ve erkek ayrıcalıklarını sorgulamayışları ortak özelliklerini oluşturmaktadır (Kandiyoti, 2007:51). Buna karşın 1980'li yıllarda, devlet kontrollü kapitalizmden özelleştirilmiş serbest pazar ekonomisine geçişle birlikte başlayan toplumsal değişimler, kadınların evleri ile ilişkileri gibi, evcimenliklerine ilişkin geleneksel bağlılıkların da yeniden yapılanma sürecini beraberinde getirmiştir. Yeni tüketim alışkanlıkları, eğitimin özelleşmesi, hazır tüketimin artması kadınların mutfakta geçirdikleri süreyi kısaltırken, ev dışı etkinliklerini hızlandırmış, böylece kadınlar hem evde, hem alışverişte hem çocukların eğitiminde iyi ve başarılı anne olma becerisi ile bağımsız bir aktör olarak, ailenin sosyal statüsünde ek sorumlulukları da üstlenmek durumunda kalmışlardır. Bir anlamda kadınlar aile içi sorumluluklarını yerine getirirken, aynı zamanda ailenin, özelinde ailedeki erkeklerin statüsünü yükseltmeye yönelmektedirler. Ayrıca kadınların bedensel sağlıkları, estetik güzelliklerine yönelik kaygıları ve ilgileri de

bireyselleştirilmiş bir kendini yaratma süreci olarak öne çıkmaktadır. Kadınların tüketim odakları artık aile ve sınıf ile sınırlı olmayıp, basılı ve görsel medyadaki kozmetik ve güzellik üzerindeki vurguların artmasıyla, kadın kimliğinin kurgusal vurgusu da giderek değişime uğramaktadır (Özyeğin, 2003:57-83).

Sonuç olarak İmançer'in dikkat çektiği gibi (2003:241), günümüz dünyasında tarihsel sürece bağlı olarak değişen kimlikler ve yeni kimlik arayışları küreselleşme olgusunda da bir değişim ve gelişim süreci içinde değişmektedir. Bu sürecin hâkim teması, farklı kültürlerin homojenleştirilmesi olurken, dünya sisteminde de farklı toplumsal birimlerin ekonomik politikalar bağlamında olduğu gibi, hemen her konuda birbirleriyle bağdaştırılması söz konusudur. Bu haliyle paranın, teknolojilerin, temsillerin, bilgi ve insan akışının yaşandığı bu koşullarda kültürel kimlikler de değişime uğrarlar. Daha önceleri mahremiyet alanlarına sıkıştırılan özel hayat, cinsellik, cinsel kimlikler yüksek sesle konuşulabilir hale gelir. Kadının sosyal statüsü, kadın sorunları, kadın çalışmaları hem ulusal hem de uluslararası alanlarda kadının toplumsal konumundaki değişimini destekleyen etkinliklerle, kadın sorununa daha bir duyarlılık kazandırılır. 1980'li yıllarla birlikte Türkiye'de feminist hareket kültürel, siyasal ve toplumsal yapıda ataerkil zihniyetin eleştirisinde önemli rol üstlenir. Kadın bakış açısına ilişkin toplumsal değişimler Türk ailesinde de değişiklikler meydana getirmiştir.

Ayrıca çok yönlü toplumsal hareketlilik yanında, liberal politikalar, teknolojiye hızlı gelişmeler ve bunların insan yaşamındaki etkisi, önemi, yabancılaşma ve kimlik arayışları, küreselleşmeyle birlikte insan hareketliliği, göçler, ulus aşırı sermaye ve yeni iş ortamları mekân ve uzamları yakınlılaştırırken, farklılıkların da biraradalığına olanak sağlamakta, farklı kültürel grupların karşılaşmaları ve etkileşimlerini mümkün kılmaktadır. Her etkileşim süreci yeni bir öğrenmeyi de beraberinde getirmektedir. Öte yandan alım gücüne dayalı sınırlılıklarla toplumsal gruplar arasında uçurum büyümektedir. Bir yandan küresel medya sunumlarıyla yeni yaşam biçimleri sunulmakta ve bireyler tüketime özendirilmekte, moda, giyim-kuşam, yeni beslenme alışkanlıkları, güzellik ve sağlıklı yaşamın vazgeçilmezliği, diğer yanda alım gücünün eşit olmaması gibi, iletişim ve teknolojik olanaklardan eşit olarak yararlanamayan toplumun önemli bir kısmı durmaktadır. Orta sınıfın alım gücüne, iş, eğitim ve dolayısıyla tüketim olanaklarına sahip olmayan bu grup, küresel rekabet ortamında eşit şansa sahip olamamaktadır. Toplumdaki tüm değişim süreçlerinin merkez-çevre ekseninde düşünüldüğünde kentteki ailelere, aile üyelerinin rollerine ve aile bağlarına yansımaları da farklı olmaktadır. Çünkü toplumun değişme süreci aileyi de etkilemektedir, ailelerin koşulları ve yapılanmaları gibi, aile bireylerinin rollerini ve aile bağlarını belirleyen etkenler tarihsel, toplumsal, siyasal, ekonomik ve de kültürel süreçlerle direkt ilgilidir.

### 3. Türk Sinemasında Ailenin Temsili

1895 Lumière kardeşlerin Paris Grand Cafe’de ilk film gösterimlerinin coşku ve şaşkınlıkla karşılanmasının üzerinden bir yıl geçmeden Lumièrer’in kameraları hızla sınırları aşar, farklı ülkelere, şehirlere ulaşır ve yeni çekimler, yeni gösterim olanaklarının peşinden gider. Böylece sinema ilk yıllardan itibaren bir sanat, bir endüstri ve iletişim aracı olarak küresel bir pazarın içinde yer alır. İlk sinema filmleri belgesel nitelikte, günlük olayları, yaşamları konu edinir. Bir-iki dakikalık bu filmler adeta içinde yaşanan dünyanın da bir yansımasıdır. 4 Haziran 1896 tarihinde Maxim Gorkij, Lumière kardeşlerin Charles Aumonts Gasthaus’daki sinematografi programlarını Nishny Novgorod sirk alanında izler ve izlediklerini şu şekilde tasvir eder:

“Dün gölgeler zenginliği içindeydin. Orada olmanın ne garip bir şey olduğunu keşke tahmin edebilseydiniz. Yalnızca ses ve resim yok. Her şey orada. Toprak, ağaçlar, insanlar, su ve hava. Yalnız farklı olan, bütün bunların tek bir renk olması. Her şey gri. Gri bir gökyüzü, güneş gri, gözler gri, yüzler gri, ağaçlar, yaprakları, her şey sanki kül renginde. Hayır, sanki bu hayatın kendisi değil de, gölgesi gibi. Bu bir hareket değil, bilakis hareketin sessiz gölgesi” (Paech ve Paech, 2000:35).

Her şeyin tüm doğallığı ile perdeye yansıtılması karşısında filmler izleyicilerin şaşkınlık ve coşkuyla heyecanı ile karşılandı. Böylece sinemanın kitleler üzerindeki büyüleyici etkisinin keşfedilmesi de uzun sürmedi. Kısa zamanda sinema filmleri hem ulusal hem de uluslararası alanlarda kendi izleyici kitlesini yarattı.

Sinemanın Türkiye’ye girişi 19. yüzyıl ortalarından sanayiye geçiş dönemine denk gelir. Burjuvazi, devlet memurlarından oluşan, batıya yönelmeye hedeflenmiş devlet burjuvası ile yine batının sınıflaşmış kapitalist kurumlarının tecimsel mali temsilciğini yüklenmiş, Osmanlı tebası gayrimüslimler ile yavaş yavaş esnafıktan tüccarlığa doğru dönüşmeye başlayan dar bir Müslüman kesimden oluşmaktadır” (Oskay, 1996:93-95). Oskay’ın vurguladığı gibi, bu yeni gelişmekte olan cılız burjuvazi “batı toplumlarındaki gibi rasyonel düşünen, bilim ve teknik alanlardaki gelişmeleri takip ederek, bunları nesnel dünyayı dönüştürmeye yönelik üretken” bir yapı sergilemez. Bu süreçte 19. yüzyıldaki değişimler toplumun tüm alanlarını kapsayacak, sosyo-kültürel, sanat, siyaset ve demokratik yapılanmaları kapsamaktan uzak, bir yandan ekonomik ve mali kurumlar ve onlara bağlı kültürel değerleri sürdürmeyi yeğlerken, öte yandan devlet ve iktidar yapısını fazla değiştirmeyecek bir Batılılaşma olarak önem kazanır (1996:93-95). Sinema bu koşullarda toplumsal yaşama dâhil olur ve ilk yıllardan itibaren sinemanın gelişmesine olanak tanımayan bir iktidarla mücadele içine girer. Bu sorunlu başlangıç Türk sinemasının hem alt yapısının yetersiz olması



hem yeterince desteklenememesi nedeniyle bir anlamda prematüre bir bebeğin yetersiz koşullarda büyüme mücadelesine dönüşür. Bir yandan Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemleri, diğer yandan yeni Cumhuriyet'in Osmanlı'dan devraldığı kimlik karşısına batılı ve laikliği öne çıkararak yerinden var olma sürecindeki politik ve düşünsel mücadelenin Türk sinemasına yansımaları da kaçınılmaz olmuştur. Türk sinemasının ilk yılları özgün senaryolardan çok edebiyat, tiyatro ve operet uyarlamaları ağırlık olur. Bu süreçte filmlerin gösterimleri gibi, konuları da büyük şehirlerin sınırları içinde kalır. İlk kez Aysel Bataklı Damın Kızı filmiyle sinema kırsal alanı konu edinir.

1940'ların sonu itibarıyla devlet ulusal sinemanın önemini kavramaya başlar (Oskay, 1999:97). Bu dönemde Türk sinemasına ilişkin destekleyici yeni yasal düzenlemelerin sağlanmasıyla, Türk sinemasına yapımcıların ilgisi artar, bu süreçte hızla Türk filmlerinin sayısı artmaya başlar. İlk dönem filmleri, daha sonraki yıllarda 'Yeşilçam geleneğini' oluşturacak anlatım tarzı ve masalımsı semantik yapıda birbirine benzer filmler çekilir. Bir anlamda Ferhat ile Şirin, Keloğlan masalları, kahramanlık öyküleri ve zaman zaman yoksulların kaderci ve kırılğan yaşamlarına odaklanan filmlerle toplumsal hayatın gerçekliğinden kopuk bir gelenekle ilerleme gösterir (Oskay, 1999:97). 1940'lı yıllar Türk sineması için bir 'Geçiş Dönemi' olur. Kentsel, tek parti ideolojisiyle ve siyasetiyle bütünleşmiş Tiyatrocular Dönemi'nin belirleyici özelliklerini taşıyan sinema anlayışından, sinemacıların etkin olacağı Yeşilçam sineması anlayışına bir geçiştir bu. 1940'ların ikinci yarısı, Türkiye'nin temel siyasal yapısı bakımından da bir geçiş dönemidir. 1950 yılında tek lider ve tek parti döneminden Demokrat Parti'nin iktidara gelmesiyle Türkiye'de farklı bir siyaset anlayışı önem kazanır (Ayça, 1999:133-135). Bu dönemin sinemaya yansımaları ise iki önemli döneme eşlik eder. Bunlardan ilki siyasetteki popülist açılım ve kapitalist çizgide popüler Yeşilçam Sinemasının kendine yeni bir kimlik oluşturmaya başlaması, diğeri ise bu dönem kırdan kente göçün artması ve kentlerin kırsallaşması ile kentlerle sınırlı olan sinema salonlarının kırsal alanlara yayılmasıdır (Ayça, 1999:135). 1950'li yıllarla birlikte kentleşmeye yönelik artış, sanayideki gelişmeler, okuryazarlıktaki artış, siyasal hareketler ve örgütlenmelerle birlikte toplumsal sorunların farkındalığı içinde, eleştirel ve çözüm öneren gerçekçi anlatım arayışları ile filmler çekilmeye başlar (Oskay, 1999:99). Türkiye'de göç sinema filmlerinin ana temasını oluşturur. Çünkü bu dönemler Türkiye'de hem iç hem dış göçün ivme kazandığı yıllara denk gelir. Bu sürecin aileler üzerinde yarattığı değişimler de sancılı olur. Türkiye'de göç iki boyutta anlam bulur. Birincisi kırsal kesimlerin büyük kentlere akması ve kentlerin yeni nüfuslarına yeterli hızda konaklama ve iş imkânı sunamaması, bu nedenle hızlı bir gecekondulaşmanın yaşanması, ikinci boyutu ise özellikle kırsal kesimden ağırlıklı olmak üzere, Avrupa'ya iş gücü göçü ve bu yeni göçün toplumsal, psikolojik sonuçları olarak önem kazanmasıdır. Kırsal kesimdeki bu hızlı çözülme ile emek hızla kentlerde yoğunlaşmıştır. Böylece

göç eden kişilerin kendi güvenli ve küçük yerleşim yerlerinden koparak, yeni bir topluluk içine girmeleri, yeni toplumsal ilişkilerin gerektirdiği gibi, çok farklı yelpazede uyum sorunlarını da beraberinde getirmiştir.

Doğal olarak bu süreçlerin her toplumda, toplumun her grubunda aynı sonuçları ve olanakları taşıması mümkün değildir, bu sancılı ve karmaşık sürecin bireylere, dolayısıyla toplumun tüm gruplarına yansımaları da farklı olacaktır. Küreselleşen bilgi ve iletişim dünyasında bilgi, semboller, mal, teknoloji akışları ile insan hareketliliği hızlanmış, artık yer değiştirmeler çok seyrek ve zorunluluklar temelinde değil, süreklilik kazanmıştır. Günümüz koşullarında insanın belli bir uzam ve mekâna bağımlılığı kalkmış, “göç eden insandan dünyadaki güzergâhını gerçekleştiren insana” dönüşmüştür. İnsanlar için çoğu zaman belli bir yerde doğmak, farklı yerlerde eğitilmek, farklı ülkelerde çalışmak, iklim ve çevre koşullarına uygun olarak yaşlılıklarını geçirdikleri yeni yaşam ortamları söz konusu olmaktadır (Tekeli, 2008:182-183). 1980’li yılların sonu itibarıyla teknolojideki hızlı gelişmelerle birlikte özellikle 1990’lar dünyada yaşanan büyük dönüşümlere neden olmuştur (Tekeli, 2008:172-176). Bütün bu hızlı ve sorunlu süreç ise Türk sineması için uzun yıllar önemli bir malzeme oluşturmuştur. Özellikle 1980-1990’lı yıllarda ulus-ötesi finans ve endüstri şirketlerinin küresel markette yer almaya başlamaları ve elektronik iletişimin canlanması ile ulusal kültürel ve ekonomik sınırlar kalkmıştır. Küreselleşmenin etkisiyle birlikte, güçlü bir aidiyete ve ortak değerlere sahip çıkan muhafazakâr anlayış yerini, birden fazla aidiyet ve kaygan bir zemin üzerinde olduğundan dolayı değişebilen kimlikleri temsil eden köksüz bir anlayışa bırakmaktadır (Kanoğlu ve Önbayrak, 2008:122). Kısacası küreselleşmeyle birlikte “sürekli bir güzergâh” (Tekeli, 2008:185) içinde olan insanlar için ev ve iş ilişkilerinin yeniden tanımlanması, yeni yerleşim mekânları, yeni ilişkiler, yeni kimlik arayışlarının sancılı ister kurgusal, ister belgesel olsun günümüz sinemasının önemli konusunu oluşturmaktadır.

Türk sinema tarihine bakıldığında Türk filmlerinde aile ilişkileri, her dönemin koşulları, sancuları, sorunları ile karşımıza çıkar. Türk sinemasında uzun yıllar aile içinde anne, çocuk (erkek çocuklar ve kız çocukları ayrımında) ve babaya verilen rollerde erkek modeli önemli olur. Bu filmlerde “toplumumuzda olduğu gibi filmlerimizde de ailenin şerefi çok önemlidir, bu da çoğu zaman ailenin kadın üyelerinin iffetiyle aynı şeydir. Genç kızlarda baki-relik, evli kadınlarda eşine sadakat zorunludur. Öyle ki yoksulluk içinde pençeleşirken, yoksulluktan kurtulmak istenmesine rağmen, çoğu zaman yoksul olmak namussuz olmaya yeğlenir” (Abisel, 1994:88). Ailede kadının namusu, erkeğin şerefi ve ahlak duyguları yüceltilir, desteklenir. Aile bağları, ailesi için aşkından vazgeçen zengin genç kız ya da erkekler, ailede kadın ve ailenin namusu, babanın otorite ve sevecenliği, annenin fedakâr ve cefakârlığı, geleneksel ailede büyüklerin otoritesi, çekirdek aile, dağılan ve parçalanan aile gibi, birçok farklı yelpazeye yayılan konularıyla aile, Türk sinemasının



olmazsa olmaz temasını oluşturmuştur. Şehirde ve kırsal kesimde aile yapıları geleneksel ve çekirdek aile etrafında şekillenir, ancak her koşulda Türk sinemasında ailenin yüceltilmesi önem taşır. Geleneksel değerler, karşı konulamaz normlar, aile büyüklerinin aşılabilir otoritesi karşısında yıkılan aşklar, dağılan aileler, filmin sonunda tüm zorlukları aşarak yeniden kurulur. Aile çoğu zaman namus kavramıyla özdeşleşir, teşvik edilir. Filmlerde ahlaksız, çıkar ilişkilerine dayalı, çoğu zaman alkol ve yasak ilişkilerle öne çıkarılarak yadsınan 'kötü' aile karşısında, geleneklerine bağlı, kocası kendisine ihanet etse de her zaman bağışlayan ve çocuklarının başında duran namuslu anne örneğiyle 'namuslu aile' olumlanır ve önerilir. Mutlu aileler ve bu mutlu ailelerde çocuk yetiştirmek özendirilir. Göç ve toplumsal değişimlere bağlı olarak, yeni ortam ve koşulların aile kurumuna yansımaları ve bu bağlamda ailede yaşanan sarsıntılar filmlerin ana temasını oluştururken, aynı zamanda bütün bu sorunların nasıl aşılabileceği ve tekrar eski ve mutlu günlere dönebilmenin koşulları uç örneklerle sergilenir.

1950'li yıllardan başlayarak dönemin piyasa romanlarının sinemaya uyarlandığı melodramlar önem kazanır. Bu filmlerde de kent ve kırsal alan arasında kalmış çifte kimlikli insanların öyküleri anlatılır. 1960'lar değişen sosyo-kültürel koşullarla çoğunluğu kadın olan izleyici kitlesine hitap eder. Aile filmleri de melodram türünün türsel özelliklerini taşır. Aile melodramlarının ortak konusu ise yine aile bütünlüğünün korunması, aile kurulması ve aile üyelerinin dayanışmacı güçlü birlikteliği hem erkek hem de kadınların en önemli görevi olarak anlam kazanır. Bu filmlerin olay örgüleri ana karakter kadının ev çevresinde gelişir ve özveri kadının karakteridir. Böylece kadınlar sabırlı ve özverili davranışlarının karşılığını iyi ve mutlu evlilik aracılığıyla sınıf atlayarak alırlar (Özsoy, 2004:278). Türk sinemasında özellikle 1960'lı yılların politik gelişmeleri ve özgürleştirici ortamının sinemacılarıdaki etkileri yanında kırsal kesimden kentlere göçün yaşandığı bu dönemler toplumsal bir olgu olarak filmlere yansımıştır. 1970'ler aynı zamanda Türk sinemasında birbirine taban tabana zıt iki akıma öncülük eder. Öncelikle toplumsal konulara değinen, Lütfü Akad'ın *Gelin*, *Düğün* ve *Diyet*, Ömer Kavur'un *Yatık Emine*, Yılmaz Güney'in *Arkadaş*, Atıf Yılmaz'ın *Selvi* *Boylum Al Yazmalım*, Ali Özgentürk'ün *Hazal* adlı filmleri, öte yandan enflasyon, film maliyetlerinin artması ve televizyonun yaygınlaşmasına bağlı olarak sinemanın hedef kitlesi işsizler, eğitim seviyesi düşük erkek izleyiciler olarak değişir ve bu bağlamda ucuz maliyeti nedeniyle seks filmleri (Esen, 2000:21) yaygınlaşır. 1980 askeri darbesiyle yeniden hazırlanan anayasa, yasaklar, cezaevleri, sürgünler ve bu bağlamda yaşanan koşulların sinemaya yansımaları ise o dönemin sinemacılarının kendilerine dönmelerine, yeni dil arayışları ve bunalımlarına sahne olur. 1980'li yıllarda Türkiye'de güç kazanan, kadın ve erkek eşitliği anlayışı etrafında toplanan kadın hareketleri ivme kazanır. Eğitim seviyeleri ve ekonomik bağımsızlıklarına kavuşan kadınların sayısı arttıkça, kadının toplumdaki yeri de yükselmektedir. Ancak kırsal kesimde kasaba gibi, küçük yerleşim yerlerinde kadın ve erkek ilişki-

leri ve aile yapıları daha bir geleneksel yapı taşımaktadır. Kısacası bu dönem tüm yenileşme hareketlerine ve olumlu gelişmelere karşın, 1980'lerin Türk toplumunda aile ilişkilerinde kadınların yeri değişmemiştir. Ancak bu dönem de çekilen filmlerin sayısı hızla düşmüş, seks filmleri yerini arabesk, türkücü-şarkıcı filmlerine bırakmıştır. Bu filmlerde de bir yandan kimlik arayışları, iki farklı kültür arasında kalmışlığın sancıları şarkı sözleriyle ifade bulurken, aynı zamanda bu Tanrı vergisi şarkı söyleme yeteneği şan, şöhret ve bol kazanç ile itilmişliğin de nihai çözüm yolu olur. Bu dönem filmlerinin içerikleri toplumsal sorunlardan ziyade bireysel sorunlara kaymıştır. Filmlerin içeriklerinde değişiklik olmamış, aşk yoksulluk, uyum sorunları çoğu zaman tarafların mücadeleleri ve ekonomik düzeylerinin eşitlenmesiyle, tüm yaşanan çelişkilere ve olumsuzluklara rağmen, kurulan aile saadeti ve mutlu sonla noktalanmıştır. Bu filmlerde aile kurumunun gerekliliği, aile bağlarının güçlülüğüne hep birlikte var olabilmenin tartışmasız gücüne göndermeler yapılmıştır.

İkinci kategori diyebileceğimiz filmlerde ise, 'kadın insandır' gerçeğinden hareket edilmekte ve bu anlayışla kadınlar iyi ve kötü özellikleriyle sinemada yer almışlardır. Toplumsal sorunlardan ziyade bireysel sorunların temel alındığı bu filmlerde kadın, düşünür, başkaldırır, ekonomik bağımsızlığını elde eder, yalnız yaşar, buna rağmen vardır ve en önemlisi de cinsel istek de duyabilir (Esen, 200:41-44). Toplumsal gerçekçi filmlerde sorunların somut bir şekilde dile getirilmesinde ise göç edenlerin acıları, yeni ortamlarında, hem toplumdan dışlanmaları hem de sistem tarafından göz ardı edilmeleri şeklinde ötekileştirilmeleriyle öne çıkarılırken, arabesk filmlerde daha çok zengin kız ve fakir erkek (ya da tersi) temelinde yaşanan aşk acıları, sınıfsal konumları bakımından bir araya gelememeleri temelinde işlenir. Çoğu zaman fakir, köylü ya da eğitimsiz olduğu için aşağılanan kadın ya da erkek gazinoların aranan solisti olur, böylece kendisine haklı bir yer edinir. Bu filmlerde kent ve kırsal kimlikle (Özsoy, 2004:278) yeni yerleşim ortamında sıkışıp kalan bu yeni kentlilerin sorunlarının öncelikle aile ortamında meydana getirdiği değişiklikler, çatışmalar, karşı durmalar oldukça sancılı geçer. Aile hem şehirde hem de bir arada var olabilmenin koşullarını ararken, aynı zamanda bireysel olarak aile üyelerinin ve aile kurumunun değişimine tanık olunur. Ailedeki yapısal değişikliklerin oluşmasında yeni ekonomik koşullar, kadının evden dışarı çıkması, evin ekonomisine katkıda bulunması, evin kızının ekonomik bağımsızlığı, dolayısıyla babanın ve erkeğin ailedeki otoritesinin sarsılması ataerki aile yapılanmasının çözülmesine etki eden süreçleri de başlatır. Bu filmlerin bir diğer özelliği de çoğu zaman batı tarzı ile yaşayan ailelerin yerilmesi ve onun yerine geleneklerine bağlı, namuslu ve otoriter aile yapısının yeniden inşasını olumlayan bir yapı sergilemesidir. Bu anlamda bir yandan hızla geleneklerden uzaklaşma sancuları çeken bireylere alternatif yine geleneklerin yüceltilmesi şeklinde sunulur (Özsoy, 2004:278).

1990 ve 2000'li yıllarda sinema yeni bir yapılanma sürecine girer.

Yeşilçam ve geleneksel yapımcıların üstünlüğü çözüldürken, filmlerin yönetmenleri çekecekleri filmlerin kaynaklarını da kendileri yaratma yoluna giderler. Bu süreç yönetmenin gücünü, yaratıcılığını daha bir öne çıkarır (Teksoy, 2007:83-101). Böylece hem sinema izleyicisini yeniden sinema salonlarına doldurmayı başaran gişe filmleri hem de ulusal ve uluslararası alanlarda yoğun ilgi gören filmlere imza atan yönetmenler, ilk filmleriyle dikkat çekmeyi başarırlar. Bu dönem filmlerin temaları da geniş bir yelpazede çok çeşitli türler ve konularıyla öne çıkar. Toplumsal, siyasal, bireysel sorunlar ve kimlik arayışları, özlemler, yabancılaşma, tarih, korku, komedi gibi türlerle filmler çekilir. Bu dönem filmlerinde geleneksel yapıyı olumlayan ya da devam ettiren filmler yanında, 'aile' bu filmlerin her zaman ana temasını oluşturmaz. 2000'li yıllar sinemanın arınarak kaliteye yönelişinin de belirleyicisi (Teksoy, 2007:83-101) olur. Bu dönemde bazı yönetmenler çektikleri filmlerle yerel olanla küresel olanı birleştirirken, evrenselli yakalayarak, ulusal sınırları aşarlar. Bir anlamda yakaladıkları sinema dili ve seçtikleri temalarla bireyin evrenselliği boyutunda eski ve yeninin izleriyle yeni bir sentez oluştururlar. Bu aynı zamanda Türk sineması için de bir dönüm noktası olur.

Sonuç olarak, Türk sinemasında aile yapısı, çekirdek ve geleneksel aile olmak üzere iki temel yapıda sinema filmlerine yansımaktadır. Geniş aileler, aynı zamanda geleneksel toplumlarda görülen ve daha çok ekonomik ve de siyasal güç oluşturma bakımından önemli bir birlik oluştururken, geniş aile üyeleri arasındaki aile bağlarının da güçlü olması önem taşır. Buna karşın günümüz koşullarında aile daha çok, çekirdek aile olarak anne, baba ve çocuklardan oluşan, toplumsallaşma, üreme gibi işlevleriyle öne çıkar. Güç birliğine dayalı akrabalık ilişkileri kopuk ya da daha yüzeysel bir özellik gösterir. Türkiye'de hem kırsal hem de kentlerdeki aile yapılarına bakıldığında çekirdek aile ağırlık taşımaya karşın, çocuk sayısında farklılıklar görülür (Kaplan, 2008:82). Kırsal kesimlerde anne ve baba yanında çocuk sayısı fazla oranda olurken, kentlerde çocuk sayısı oldukça düşer. Son yıllarda tek çocuklu aileler yanında, parçalanmış aile yapılarıyla çocukların ebeveynlerden yalnızca biriyle yaşaması da söz konusu olmaktadır. Buna karşın Türkiye'de Kaplan'ın da ifade ettiği gibi, kırsal, gecekondu ya da kentsel aile olarak nitelenen çekirdek aile yapısında da çoğunlukla ataerkil değerlerin egemen olduğu görülür (2008:33-35). Castells'e göre, küreselleşme ile birlikte genel olarak ailelerde ataerkil yapıların çözüldüğü anlayışı, gelişmiş sanayi ülkelerindeki hızda olmamaktadır. Türkiye toplumunda ahlak kuralları kadın ve erkekler için farklılık göstermekte, namus gerekçesiyle kadınlar, genç kızlar kendi ailelerindeki erkekler tarafından öldürülmektedirler. Bununla birlikte Türkiye'de bölgeler, şehirler, kasabalar arasında da ciddi ekonomik, kültürel, politik ve dolayısıyla kültürel normlar ve değerler bakımından da bir çeşitlilik yaşanmaktadır. Genel olarak Türk ailesinde kadına ve erkeğe, dolayısıyla kız ve erkek çocuklarına biçilen rollerde farklılık önem kazanmaktadır. Böylece ailede kadına ve kız çocuklarına biçilen rol de fedakâr, alçakgönüllü, çekingen olurken, kadın çoğu zaman sabrı ve aileyi toplama-



yıcı rolüyle aile devamlılığının da temsilcisidir. Bu anlayış ise çoğunlukla medya aracılığı ile de pompalanmakta, böylece ailede erkek egemen anlayış ve kadının namusu, erkeğin desteğine gereksinim (ekonomik bağımsızlığına rağmen), geniş aile ve aile bağlarının gücü yüceltilmektedir. Bu süreçte büyük kentlerin merkezinin dışında hem geleneksel yapıdan ve kontrolden, hem de geleneksel ilişkilerden kopuk kendi yalnızlıkları ve ekonomik sorunları içinde günlük yaşamı kurtarmaya çalışan üçüncü bir gruptan söz etmek gerekmektedir. "Gerçekliğe fotoğrafik gerçekle eşlik eden film sanatı, ham madde ve kristalize edilmiş biçimlerle" (Öztürk, 2004) toplum gerçekliğini, kentleri, kırsal kesimi ve gecekonduları temsil etmiştir. Bu temsillerde ise şehirleşme ve gecekondulaşma konuları hakkında tanıklıklar olduğu gibi, kent sosyolojisi ve toplumsal/bireysel psikoloji üzerine de çeşitli belirtiler yer alır. Kısacası modernleşme ve geleneksellik ya da kentsellik ve kırsallık karşıtlığı, Türk sinemasının ana temasını oluşturmaktadır. Türkiye'de her zaman güncelliğini koruyan ve sosyo-kültürel, sosyo-ekonomik ve sosyopolitik açıdan önemli bir sorun oluşturan bölgeler arasındaki uçurumlar, sosyal adaletsizlik, şehirlerdeki toplumsal kırımlar ve şehir merkezlerinin gecekonduyla kuşatılan günlük yaşamları *'Büyük Adam Küçük Aşk'*, *'Güneşe Yolculuk'* da olduğu gibi filmlerin ana temalarını oluşturmaya devam eder (Öztürk, 2004).

Türkiye'de büyük kentler ve bu kentlerde farklı sosyo-ekonomik koşullara göre yerleşim mekânlarında olduğu gibi, geleneksel yapının ağırlık taşıdığı daha küçük Anadolu kentleri, kasabalar ve köylerde ister geniş isterse çekirdek aile olsun, ailenin ekonomik güç ve akrabalık ilişkileri bağlamında, dolayısıyla aile bağları ve aile bireylerinin rollerinde de farklılıklar görülmektedir. Bir yandan küreselleşme, bilgiye ulaşımdaki teknolojik kolaylıklar, küresel medya ve küresel içerikleri, çoklu medya olanaklarıyla dünyaya açılan pencereler, öte yandan yerelliğin, geleneksel değerlerin daha bir önem kazandığı görülmektedir. Bu da modern toplumlardaki fakirlik ve zenginliğin yerini günümüzde küresel ve yerelin aldığı, diğer bir ifade ile küreselleşmenin yerelliği beraberinde getirdiği fikrini doğrular niteliktedir. Bunun yanında Kaplan'ın vurguladığı gibi, geçiş toplumlarının sürekli ve hızlı değişim süreci içinde oldukları ve değişen sosyo-ekonomik düzen içinde kadınların önemli konumlara gelmelerine rağmen, Türk toplumunda kadınların kanunlarla elde ettikleri haklardan yararlanabilecek bilinçte olmadıkları da (2008:83-) bir gerçektir. Bu durumda kadın ekonomik bağımsızlığına ve bu bağlamda eşi ile birlikte evin ekonomisine katkıda bulunmasına rağmen, aile içindeki rollerinde çok büyük bir aşama kaydedilememiş, hatta kadının evdeki ve dışarıda ki işleri olmak üzere iki önemli yükü üstlenmesi söz konusu olmuştur. Türkiye'de yaşanan çeşitlilik gibi, küresel ve yerel koşulların aile yapısında ortaya koyduğu karmaşa ve karşıtlıkların sinema filmlerine yansımaları özellikle 2000'li yılların filmlerinde daha bir öne çıkmaktadır.

## 4. Her Şeye Rağmen Bir Arada Kalabilmenin Mücadelesi: Üç Maymun

### Filmin Özeti

Bir şirket sahibinin özel şoförlüğünü yapan Eyüp'ün hayatı, patronunun kaza yaparak, birinin ölümüne neden olmasıyla alt üst olur. Seçimlere yatırım yapan patronu (Servet), Eyüp'e suçu kabullenmesi karşılığında her ay düzenli olarak maaşını ödemeyi ve cezasını tamamladıktan sonra da toplu para vermeyi teklif eder. Suçu kabul eden Eyüp cezaevine girer. Eyüp'ün oğlu İsmail liseyi bitirmiş, ancak üniversite sınavını kazanamamıştır. Hacer, kocasının cezaevine girmesi sonucu oğlu İsmail ve sorunlarıyla baş başa kalır.

İsmail işsizliğine çözüm olarak, annesine babasının patronundan borç para alarak, bir taksi almayı teklif eder. Hacer oğlunun teklifini önce reddeder, ancak oğlunun bir gece eve yara bere içinde gelmesiyle bu kararını değiştirir. Hacer, kocasının patronu Servet'i bürosunda ziyaret eder ve ondan borç para ister. Bu tanışıklık Servet ve Hacer arasında kısa süre içinde yasak bir ilişkinin de başlangıcı olur. Hacer kendisini duygularının akışına bırakır. Onun için artık mantığın, kuralların işlemediği, değerlerin işlevini sürdürmediği, yalnızca Servet'in hayatının merkezine oturduğu bir süreç başlar. Hacer için geçmişte kaybettiği oğlunun acısı, kocasının cezaevine gidişi, özlemleri, hayattan beklentileri ve hayallerinin tek hedefi vardır, o da koşulsuz ve sorgusuz bağlandığı Servet. İsmail, annesinin bu yasak ilişkisinden haberdar olmasına karşın sessiz kalır. Çünkü bu ilişki onun için yapmak istediklerinin, olmak istediklerinin çıkış yolu olan mali kaynağın da sağlayıcısıdır.

Anne ve oğlun babanın yokluğunda kurmuş oldukları yeni düzen, Eyüp'ün cezasını tamamlayarak eve dönüşüyle alt üst olur. Eyüp cezaevinde olduğu sürede kendisini ziyarete gitmeyen ve cezaevinden çıktığı gün de kendisini karşılamaya gelmeyen karısından kuşkulandır, ancak bunu direk dile getirmez. Hacer ise, kocasının cezaevinden çıkarak eve dönmesine karşın ısrarla Servet'in peşinden gitmeye devam eder. Bu sessiz bekleyiş bir gece polislin evlerini basarak Hacer ve Eyüp'ü karakola götürmesiyle farklı bir boyuta ulaşır. Çünkü Hacer'in büyük aşkı, Eyüp'ün eski patronu Servet öldürülmüştür. Polis sorgulamaları ile birlikte aile içindeki sessiz bekleyiş, sessiz bir dayanışmaya dönüşür.

### Filmde Aile ve Aile Bağları

Gece karanlığında ıssız bir yolda ilerleyen arabada Servet'in belli belirsiz yüzü görülür, ardından karanlıkta ilerleyerek gözden kaybolan arabanın acı fren sesi kazanın habercisidir. Kaza yerine yaklaşan arabanın farlarından yerde yatan biri olduğu görülür. Yağmur, gök gürültüsü kazanın izlerini

siler, gerçeğin yerini yalan üzerine yeniden inşa edilen hayatlar alır. Gece yarısı herkes uyurken çalan telefon da çoğu zaman acı haberin işaretidir. Gece tuvalete gitmek için kalkan İsmail babasını gece yarısı telefonda konuşurken görmesine karşın, bu durum onun için olağan gibidir, babasına hiçbir şey sormadan, odasına gider ve yatar. Telefonun ardından patronu ile bulunan Eyüp'ün patronun teklifini kabul etmesi çaresizliğinden mi yoksa (çünkü büyük olasılıkla patronunun teklifini kabul etmediğinde işten atılması söz konusu olacaktır) ailesinin geleceği, ekonomik refahı için mi, belli değildir. Eyüp Servet'in teklifini kabul edip eve döndüğünde, sabaha kadar oturur, sabah ışığıyla birlikte evin salon penceresinden dolan aydınlık ve tren sesiyle yeni bir güne başlar. Ev banliyöde yan yana dizili apartmanların en sonunda ve diğer evlerden yalıtılmış, tek başınadır. Evin iç çekimlerinde daralmışlık, sıkışıklık duygusu verilmektedir. Evin içindeki sessizlik ya da ailenin suskunluğu çoğu zaman evin önünden geçen tren sesiyle bozulmaktadır. Evin deniz manzarasıyla salon penceresi, gökyüzünün ve denizin sonsuz ufkuna açılan terası, aile içindeki çatışmalar, suskunluklar ve çözüm arayışlarının umuda çıkış yoludur aynı zamanda.

Aile, anne, baba ve oğulları ile çekirdek aile yapısı sergilemektedir. Ailede ataerkil kodlar ve babanın aile içindeki otoriter rolüne ilişkin tanımlar, filmin ilk başlarında anne ve oğul arasındaki diyalogda öne çıkar. Hacer oğluna "ben babandan habersiz hiçbir şey yapmam, sonra her şey benim başıma ekşiyor" derken, kocasının evdeki kararlarda etkin rolüne vurgu yapsa da, filmin devamında Eyüp'ün tutumunda geleneksel aile, namus ve erkekliğin temsiline ilişkin göstergelere pek rastlanmaz. Annenin oğluyla ilgilenmesi, onu kucaklaması, ona şefkat ve sevgi göstermesi klasik anne rolündeki uylaşımlara yanıt verici nitelikte olmaktadır. Oğlu ile konuşmaları onu sorgulayan, kontrol eden ve daha çok onun söylediklerine kuşkuyla yaklaşan ya da söylediklerine güvenmeyen tarzda olurken, oğlunun eve bir gece yaralı gelmesi karşısında, kendisine daha önce sunulan babasının patronundan borç alma teklifini dikkate alması, oğlu ile ilgilendiği tek sahne olmaktadır. Filmde karakterlerin yüzleri yarı karanlıktır. Bu da onların her birinin aydınlık, görünen yanları gibi kapalı, saklı kalan yanlarına da işaret eder. Kadının eşinin patronuna tutkuyla bağlanmasına etken belki de oğlu ve eşi ile ilişkilerindeki suskunluğa karşın, para istemek üzere gittiği Servet'in Hacer ile dertleşmesi, ona kendisini, sorunlarını, kaygılarını rahatça anlatması, bir diğer ifade ile öncelikle onunla konuşmasıdır. Hacer, Servet'in arabasındadır ve artık birisi onu dikkate alır, ona içini açar. Hacer'in sıkıştığında, birine ihtiyacı olduğunda gidebileceği biri vardır. Servet Hacer'in yalnız dünyasında ve iş yerinin sıkıcı koşullarında bir umut, bir destektir. Böylece Hacer'in sıkışmışlığı, çaresizliği, yalnızlığı Servet'in açtığı kapı ile kendisini Servet'e teslimiyetinin de başlangıcı olur. Hacer'in Servet'le yaşadığı yasak ilişkide uzun yıllar törpülenmiş duyguları açığa vurur. Aile bağları bu anlamda yalnızca bir arada yaşamak, fiziksel ihtiyaçları gidermek ve birlikte ekonomik sorunları çözümlenecek bir dayanışma



olarak öne çıkarken, duygusal yoğunluktan ve paylaşımdan uzak, suskunluk, her birinin kendi içine dönük bezginliğinde somutlaşmaktadır. Hacer'in Servet ile aşkı karşısında kocasını, oğlunu ona unutturan, aileden onu tamamen koparan, ailesindeki karşılıklı iletişim, duygusal paylaşımın yerine, aynı çatı altında, sadece yeme, içme ve barınma ihtiyaçlarının ortak giderildiği bir birlikteliğe dönüşmesinden olabilir. Hacer kendisini bu ilişkisinden dolayı hiç suçlu hissetmez, filmde buna ilişkin bir göstergede yer almaz. Hatta oğlu ve Eyüp'ün Hacer'e hesap soran serzenişlerinde Hacer'in onların bu tutumlarına şaşkın kalarak verdiği 'vurdumduymaz' tepkiler de buna işaret eder. Hacer'in Servet ile ilk görüştüğü gün eve geldiğinde oğlunun sorusuna abartılı ve sevinçle karşılık vermesi, aynı zamanda Hacer'in Servet'e karşı duygularının da dışı vurumudur. Aynı akşam anne ve oğlun birlikte televizyonda Yeşilçam filmi izlemeleri, Hacer'in telefonunda çalan Yıldız Tilbe şarkısı bir anlamda Hacer'in yaşadığı aşkın arabesk çığlıkları olur. Hacer ailesindeki yabancılaşmaya, sorunlarına arabesk bir çözüm üretmiştir: Eşinin patronuna tutkuyla bağlanmak ve güçlü birine dayanmak. Buna karşın, cezaevine giderken kocasının çantasını özenle hazırlayan Hacer, İsmail'e "börekleri kimseye yedirmesin, kendi yesin" uyarısında bulunurken ve "babanın sigarasını almayı unutma" derken de kocasını düşünen, evini koruyan ve kollayan kadın izlenimi ortaya koyar. Bir anlamda Hacer her iki ilişkiyi de yürütmektedir ve bu haliyle mutludur, dolayısıyla kocası ve oğlu için daha ilgili davranır. Çünkü Servet ile olan ilişkisi onu mutlu, sevecen ve de farklı kılmıştır. Yeni aşkıyla birlikte bıkkınlığı yerini duygusal bir rahatlamaya bırakmıştır.

İsmail, annesini Servet ile yakaladığında, mutfakta ekmek tahtası üzerinde bıçak görür. Bu sahnede geleneksel toplumlarda ailenin namusu, ahlakı, kadının iffetinin korunması için erkeğe yüklenen rol ve namus için her şeyi yapar anlayışı, İsmail'in bıçağı eline almak yerine evden dışarı çıkması ile kırılır. Aynı şekilde Eyüp sorguda, Servet'in telefonundaki son mesajın karısına ait olduğunu ve karısıyla Servet'in aynı gün buluştuklarını öğrenmesine rağmen tepki göstermez, bundan haberi olmadığını söyler. Karısına karşı suskun kalır, hesap sormaz, sessizce evden çıkar ve sabahçı kahvesine gider. Kahvede, açık olan televizyonda gelin ve damat resminin yer aldığı çerçevenin görülmesi, tesadüf değildir, aksine evlilik kurumu hatırlatılır. Eyüp'te oğlu gibi ailenin namusu ve şerefi şiarıyla silaha sarılmaz, aksine sessiz, sakin çıkış yolları arar. Bu durum filmin yönetmenin de ifade ettiği gibi, "asıl bu durumlarda insan ruhundaki zayıf tarafın gösterilmesi, aynı zamanda topluma gösteremediğimiz, sakladığımız" tarafın bu yönüyle bilinçli tercihi, seçimidir (Ceylan, 2008:22-30). Filmde bu süreçte dini değerlere ilişkin izler yer alır. Dinin hem bireyin çıkmazında hem de değerlere karşı gelindiğinde caydırıcı, korkutucu yanı vurgulanır. İsmail'in annesine tokat attığı sahnede duyulan ezan sesi içimizdeki sesin, korkunun, değerlerin, suçluluk duygusunun açığa çıkmasına ortam hazırlar. Aynı şekilde karısının kendisini patronuyla aldattığını öğrendiği gün Eyüp'ün camide sabah

namazı kılması bir anlamda kafasındaki karmaşıklıktan, korkularından ve suçluluk duygularından arınma olarak yorumlanabilir. Böylece insanların sıkıştıkları, çaresiz kaldıkları zamanlar, önemli bir dayanak olarak din öne çıkmaktadır. Din burada sorgulayıcı bir ifade aracıdır aynı zamanda. Ailede yaşanan ahlaki çözülme ezan sesi ile değerlerin, inançların, normların temsilcisi olarak önem kazanır. Eyüp cezaevinde ziyaretine gelen oğlu İsmail'in kendisine yalan söylemesinden kuşkulandır ve ona "İsmail oğlum, bizim birbirimizden başka kimsemiz yok" der. Eyüp yaptığı bu uyarı ile küçük çekirdek ailesine vurgu yaparken, ailesindeki çözülme tehlikesine ve yalnızlıklarına dikkat çeker. Böylece aile bireyleri olarak birbirlerine karşı dürüst olmaları, aile kurumunun birlik, dayanışma, yüceliği ve bu anlamda ailenin değeri anımsatılır. Ancak İsmail eve geldiğinde annesinin odasına bıraktığı para zarfını görür. Yatağına uzandığında suçluluk duygusuyla ölen küçük kardeşinin imgesi gözlerinin önüne gelir. Küçük kardeşin ölümü, Eyüp ve İsmail'de kendi kendileriyle iç hesaplaşmalarında, tıpkı dine ilişkin kodlarda olduğu gibi suçluluk duygusu ile ortaya çıkar. İsmail için para, yani geleceğe ilişkin planları ile ailesinin birlikteliği arasında bir tercih yapma durumu, içinde yaşadığı ve seslendiremediği bir çelişki olur. Bu durum ona yalnız kaldığında, ölen küçük kardeşinin beliren imgesiyle bir suçluluk duygusu yaşattır. Bu sahneden Eyüp'ün cezaevinden çıktığı sahneye geçiş ve İsmail'in babasını kendi arabasıyla almaya gitmiş olması, babasının arabayı nasıl aldıklarına ilişkin kuşkulu soruları, İsmail'in tercihini hangi yönde kullandığını da açıklar. Eyüp dokuz ay boyunca cezaevinde kendisini sadece üç kez ziyaret ettiklerini söyler. Filmde babanın ailedeki otoritesi, babanın yokluğu ile çözülmüş ve bu süreç aile dramının da başlangıcı olmuştur. Anne hem oğluna hem kendine sahip çıkamamıştır. Eyüp cezaevinden çıktıktan sonra önce küçük oğlunun mezarına uğramak ister, onun mezarında dua eder. Eyüp ve İsmail'in tercihlerde zorlandıkları zaman küçük çocuğa ilişkin beliren imgeye annede rastlanmaz. Böylece filmde Hacer'in, bir anne olarak kaybettiği çocuğuna ilişkin duygularına yer verilmez.

Ailesini tekrar onarmaya çalışan Eyüp'ün aile değerlerine sahip, dini değerlerini yerine getiren biri olarak karşımıza çıkması, dengesiz anne ile başarisiz, haylaz, sorumsuz oğlunun tek başlarına aileyi yürütebilmelerinin mümkün olamayacağı, onları toplayan, organize eden ve aileyi bir arada tutabilecek aile babası rolü önem taşımaktadır. Hacer'in eşinin cezaevinden çıktığı gün bile sevdiği adamın peşinden gitmesi, onu araması, onu düşünmesi, kocasını umursamaması kadının aynı sorumluluğu taşıyamayacağını göstermektedir.

Cezaevinden çıkan Eyüp karısının üzerindeki kırmızı kombinezonu görünce, "daha önce böyle şeyler giymezdin" derken, karısındaki değişimi, ahlaki çözülmeyi ima eder. Eyüp karısındaki değişimlere ve bu süreçte karısına gelen telefonlar nedeniyle tedirgin olmasına karşın ondan hesap soran bir davranış sergilemez. O sakın, düşünceli, bir şeylerden şüphelenen, ama



akılcı çözüm yolları arayan, olgun, akli başında bir imaj çizer. Bu anlamda bir yandan ailenin ataerkil çözümü söz konusu olmakla birlikte, erkeğin ailenin en önemli varlık nedeni olduğu anlayışı önem taşır.

Karısının kendisine yalan söylediğinden şüphelenen ve ailesinde eski sıcaklığı bulamayan, bir şeylerin değiştiğini hisseden Eyüp, namusun temsilcisi erkek imajı yerine, karısına karşı özenle seçilmiş, ince dokundurmalara dışında hesap sormaz ve sıkıştığında kendisini sabahçı kahvesine atar. Buradaki garsonla baş başa kaldığında garsonun kahvede kalış nedenini anlatması, günümüz insanın yalnızlığı, aile akrabalık bağlarının zayıfladığı, çoğu zaman mevsimlik iş nedeniyle gelen erkeklerin bir arada kaldığı ve uzun yıllar Türk sinemasında büyük kentte bir arada dayanışmanın merkezi olarak yer alan bekâr evlerinin de kalabilecek koşullarda olmadığını altı çizilir. Her yer, herkes değişmiştir. Kimseye güvenilmez. Herkes çıkar peşindedir.

Öte yandan Hacer'in Servet'i evinin önünde gözetlemesi, Servet'in elinde bebek arabası, yanında karısı ile mutlu aile tablosu Servet'in karısını aldatmasına rağmen tekrar ailesine dönerek hayatını rahatlıkla devam ettirebildiğini gösterir. Buna karşın, Hacer'in kadın olarak eşini aldatması, hastalıklı bir tutkuyla Servet'e bağlanmasıyla, kadının ailenin devamlılığındaki 'fedakâr anne' rolü, diğer bir ifade ile 'her şeye rağmen affeden ve ailesinin çocuklarının, kocasının namus timsali kadın' imgesi yıkılır. Oysa erkek karısını aldatırsa da aldatmasa da her zaman için ailenin olmazsa olmaz akılcı ve vicdanlı simgesi olur. Servet'in ölümünden sonra Eyüp evden gitmek üzereyken, Hacer'in ona çıkışması, nereye gittiğini sorması, aynı zamanda Hacer'in alışılmış anne kimliğindeki değişimi de sergilemektedir: Çünkü Servet, Hacer ile yaşadığı ilişkiden sonra evine, eşine dönmüş ve normal ilişkisini sürdürebilmektedir. Hacer de bir aşk yaşamıştır, sevmiş ve sevilmiştir. Servet'in ölümü ile birlikte o da kocası ile ilişkisine devam edebilecektir.

Sonuç olarak evini, ailesini yeniden bir arada tutmaya çalışan Eyüp, kahve çırağı Bayram'dan oğlu yerine cezaevine girmesini ister. Böylece aileyi bir arada tutan en önemli figür anne değil baba olur. Filmin sonunda terasta durgun denizle, rüzgâr sesinin gök gürültüsüne, köpek seslerinin, tren sirenine karıştığı yeni bir güne, evin önünden süzülüp geçen tren ise hızla devam eden hayata ve hayatımızdaki değişimlere işaret eder. Tıpkı filmin başında yağmura karışıp giden kirlenmişliklere, yalanlara, suçluluk duygularına ve dolayısıyla yeni başlangıçlara açılan kaza anında olduğu gibi.

## 5. Pandora'nın Kutusu: Dün, Bugün, Yarın

### Filmin Özeti

İstanbul'un farklı semtlerinde yaşayan, üç kardeşin yaşamı bir gün annelerinin kaybolduğuna ilişkin gelen haberle değişir. Kardeşler annelerini

bulmak üzere yıllar önce ayrıldıkları köylerine doğru yola çıkarlar. En büyük abla Nesrin'in baskın ve dayatmacı, her şeyi ben bilirim tavrı, ortanca kız kardeş Güzin'in herkesi suçlayıcı yaklaşımı ve ablasının sert çıkışları karşısında sessiz kalamayan Mehmet'in vurdumduymaza varan sakinliği ile üç kardeşin Karadeniz'e uzanan yolculukları başlar. Birbirleri ile çatışırken, tartışmalarda çocukluk anılarına ilişkin izler onları geçmişe bir yolculuğa çıkarır. Hayatlarında ki çarpıklıklar, unutulmuşluklar, kızgınlıklar, anne ve babaları ile her birinin deneyimleri anılarında bir bir belirir.

Köyde yaşayan anneleri Alzheimer hastasıdır ve artık tek başına köyde kalması mümkün değildir. Üçkardeş annelerini alarak İstanbul'a dönme kararı alırlar. Güzin ve Mehmet'in bekâr olması nedeniyle, evli ve düzenli bir aile yaşamına sahip olduğu düşünülen Nesrin'in annelerini yanına alması doğal karşılanır. Ancak yıllar sonra bir araya gelen anne kızın, diğer bir ifade ile Nesrin'in koşullarına annenin, Nesrin'in de bu yeni misafirine uyumu kolay olmayacaktır. Yıllardır alışmış olduğu yaşam koşullarından ve uçsuz bucaksız ormanlardan koparak bir apartman dairesine sıkışan yaşlı kadını, en iyi anlayan ise, bir yandan dış dünyanın tekinsizliği, öte yandan annesinin kendi yaşamına yön vermek için yaptığı baskılardan bunalmış olan torunu Murat olacaktır.

### Filmde Aile ve Aile Bağları

Üçkardeş, bir anne, bir torun ve bir koca. Babaları yıllar önce ölmüş, anneleri ise tek başına Karadeniz'in bir köyünde yaşamaktadır. İstanbul'da çalışan ve evli bir erkekle birlikte yaşayan Güzin, evli, kocası ve dershaneye giden oğlu Murat ile sorunlar yaşayan Nesrin, hayatın içinde, ama merkezinde yer almayan, bir anlamda bohem bir yaşam süren Mehmet'in yaşamları, annelerinin rahatsızlığı nedeniyle geçmişe ve uzun yıllar önce çıkıp geldikleri köylerine bir yolculuğa dönüşür. Unutulmuş sanılan çocukluklarına ilişkin izlerin tekrar bilinç üstüne çıkışı o kadar da kolay olmayacaktır.

Yeşim Ustaoglu son filmi Pandora'nun Kutusu'nda, "herkesin kendisini bir şekilde bulacağı gelişmiş ve gelişmekte olan kapitalizm ve modernlikten nasibini almış, bütün toplumlardaki bireylerin sıkışmışlıkları, insan hallerinin kimi zaman ironi kimi zaman hüznü dille anlatıldığı orta sınıf ahlakına, yitirilen idealler ve sinsice gelişen konformizm, gerçeklikten kopmalar, önyargılar ve her an çatırdamaya yüz tutmuş aile ilişkileri, iletişimsizlikler, suçluluklar, korkular, yalnızlıklar, kısaca günümüz insanının üzerine saklı olanları ortaya koyar" (Behramoğlu, 17.03.2009:87-92). Pandora'nun Kutusu yönetmenin deyimiyle, "bugün ve geçmişle hesaplaşma hikayesi" geçmişin değerleri, yaşanmışlıkları, ezberleri, olması gerekenleriyle, bugünün koşullarında "modern insana, insan doğasına dair çok şey" (Ustaoglu, 17.03.2009:49-60) söylemektedir. Filmde, aile birbirine paralel iki kesitte yer almaktadır. Yatay kesitte, üç kardeşin her birinin kendi yaşamları ve aralarındaki ilişki,

diğer kesitte ise üç kuşak, yani anne, çocukları ve torunu karşı karşıya gelmektedirler (17.03.2009:44-60). Böylece her biri beklentilerine, yalnızlıklarına çıkış yolları ararken, birbirleriyle karşılıklı ilişkileri önem kazanır. Bu anlamda orta sınıf çekirdek bir ailenin dününe, bugününe ve yarınına ilişkin bir resim çizilirken, öte yandan “karakterlerin, içinde yaşadıkları iç ve dış mekânlar, karakterlerin iç ve dış dünyalarıyla bütünleşen” (Ustaoğlu, 17.03.2009:59) bir yapıya dönüşür.

Nesrin, kocası ve oğlu ile kentin orta sınıf bir semtinde içe dönük bir yaşam sürdürmektedir. Kocası ile ilişkileri duygusal ve cinsel bir yoğunluk yaşamaktan öte, sadece aynı çatı altında sürdürülen bir birlikteliğe dönüşmüştür. Nesrin kocası ile ilişkilerinde dile getiremediği kaygıları, arzuları, beklentileri ile yüzleşmekten ziyade, tüm enerjisini oğlu ve oğlunun geleceğini şekillendirmeye yöneltir. Annesinin baskıları ve kontrolü karşısında kendisine çıkış arayan Murat ise sık sık annesine yalan söylemekte, okula ve eve gitmemektedir. Büyük şehrin kalabalığında bir apartman dairesinde üç kişilik bir ailede bile sorunların konuşulmadığı, her birinin bireysel çıkış yolları aradığı ve dolayısıyla karşılıklı çözümsüzlüğün giderek büyüdüğü bir aile ortamıdır. Böylesi bir süreçte hayatına giren annesi Nesrin için bir yük oluşturur. Nesrin iç huzurunun olmadığı ve kontrolünden çıkmış bir yaşam sürdürürken, onu anlamaktan uzak ve üstelik bakıma ihtiyacı olan annesi ile daha da daralır. Şefkat, sevgi, paylaşım, birliktelik yerini fiziksel bir aradalığa bırakmıştır. Bu anlamda Nesrin, geleneksel değerler temelinde hasta anneye sahip çıkmak ve annesinin bakımını üstlenmek gibi, ona sıcak bir yuva ve sıcak bir anne kız ilişkisi sunamaz.

İyi bir işi olan, tek başına yaşayan ve çocukluktan anne ve babasının ilişkisi nedeniyle geçmişi unutmaya çalışan Güzin için de annesi bir yük olur. Çünkü evli sevgilisi ile birlikte olabilmesi için evinde yalnız olması gerekmektedir. Güzin çocukluğunda yaşadıkları ve anımsamak istemediği anlarında annesini babasının despot tutumuna karşı yeterince güçlü tepki vermediği için suçlarken, kendisi ekonomik bağımsızlığı olan bir kadın olarak evli bir erkekle yaşadığı gizli ilişkisinde aynı zayıf tutumu sergiler. Bu anlamda Güzin’in yaşadığı aşk ilişkisi yine onun özverileri ile sürdürülmektedir. Bir başına yaşadığı evde o da annesine yer bulamaz. Anne kız ilişkisi, dayanışması ve paylaşımı söz konusu olmaz. Her biri aile bağlarını koparmış, bugünün koşullarında hayattaki duruşları ve bireysellikleri yine bu yöndeki beklentileri ile şekillenmiştir. Böylesi bireysel bir alana annelerinin girmesi de söz konusu olamaz.

Mehmet’in yaşamında, yalnızca annesi, ablası, kardeşi değil, hayatın kendisi de sınırlı bir duruş sergiler. Mehmet bugün buradadır, onun yaşam felsefesi, günü yaşamak ve onun üstesinden hiçbir çaba harcamadan gelebilmektir. Mehmet’in hayatında, ancak Murat gibi, soru sormadan, şikâyet etmeden ve eleştirmeden gelenler ve kalanlar için yer vardır. Annesi için de

aynı şey söz konusu olur. Mehmet'in oğlu olduğunu bile bilmeden bir süre için o evde oturan anne ile Mehmet arasında duygusallığa ilişkin en küçük bir belirti görülmez. Burada insanlar hislerinden soyutlanmış olarak vardırlar. Tartışmasız, kavgasız, beklentisiz...

## 6. Sonuç

Günümüz koşullarında yeni değerler, düşünceler, siyasal, ekonomik ve kültürel etkiler dünyayı kat etmekte, teknolojik, ekonomik, sosyo-kültürel ve siyasal küreselleşmenin sonuçları bireylerin yaşamlarında köklü değişimlerle kendini göstermekte, aile değerleri, kişiler arası ilişkiler, yeni sosyal alanlar ve iletişim koşulları insanların günlük yaşam alışkanlıklarını etkilemekte, şekillendirmektedir.

Bu araştırmada incelenen her iki film de büyük kentte geçmektedir. Üç Maymun'da şehir taşrası öne çıkarken, Pandora'nın Kutusu'nda Nesrin'in yaşadığı kent dışında İstanbul'un yeni yerleşim mekanları olarak bir site ve Mehmet'in oturduğu, sosyo-kültürel anlamda alt grubun yoğunlaştığı, İstanbul'un merkezinde bir semt yer alır. Bu semt aynı zamanda Mehmet'in marjinal, bohem yaşamının umutsuz çıkışları gibi, yaşamın kıyısında yer alan hayatı gibidir. Bu anlamda Mehmet ve içinde yaşadığı semt birbirine dayanmış, kendilerini zamana bırakmış gibidirler. Üç Maymun'da ailenin kentin merkezinden yalıtılmışlıkları söz konusudur. Ev banliyö ve denize bakar. Her ikisi de bir çıkış kapısı, her an gidebilmek için bir olanaktır. Pandora'nın Kutusu'nda ise Nesrin'in oturduğu site kentten yalıtılmıştır. Bu uzaklık, ekonomik zorluklar nedeniyle olmayıp, zorunlu, bilinçli bir tercihtir.

Üç Maymun'da seçilen kentten soyutlanmışlık mekânın darlığı ile öne çıkar. Bu sıkışmışlık aynı zamanda kentin içinde var olamayan insanların kendi dünyalarındaki tek başlıklarına da atıfta bulunur. Pandora'nın Kutusu'nda iki coğrafi mekân önem taşır. Bir yanda kentin merkezinde yer alan eski İstanbul evleri ve yeni kent merkezleri olarak inşa edilen kentin orta sınıfının yoğunlaştığı, korunaklı, güvenli site, öte yanda doğanın tüm güzellikleriyle yalnız ve mağrur Karadeniz kıyısı. Biri terk edilmişlik görünümü ve doğayla baş başa olma hali, yani kendi kendine olabilmeyi, yalnızken de güvende olabilmek duygusunu, kısaca özgürlüğü temsil ederken, diğeri şehrin karmaşası içinde var olmayı, kalabalıklar içinde yalnızlığı, ama bir o kadar da kendinden uzak kent insanının ve şehrin tekinsizliğini sunar. Annelerinin şehre getirilerek bir apartman dairesine sokulması, bir kuşun kafese konulması gibidir. Burada annenin, fizyolojik ihtiyaçlarının giderilmesi söz konusu olur, ancak özgürlük, karşılıklı paylaşım ve sevgi eksik kalır. Tıpkı çocukların kendi yaşamlarında ki gibi. Pandora'nın Kutusu filminde annenin varlığı bile çocuklara zor gelir, günlük hayatın koşuşturması, kimlik arayışları, bunalımları, umarsızlıkları içersinde aile bağlarının



zorunlu birliktelikleri sorun olur.

Üç Maymun'da annenin gizli aşkının açığa çıkması ve ailenin kendi sessizliği içinde soruna çözüm bulması önce anne (Hacer) ve babanın (Eyüp) suskunluğunda odaklanır. Tıpkı İsmail'in annesini sevgilisi ile gördüğünde önce sessiz kalıp, daha sonra onu tokatlaması gibi, filmin başından sonuna kadar suskunluklar önem taşır. Üç maymunu oynamak yalnızca Hacer'in teslimiyete varan yasak ilişkisinde yaşanmaz. Eyüp karısının kendisini patronu ile aldattığına ilişkin ipuçlarına rağmen beklenen tepkiyi ver(e)mez, onu af eder. Aile her şeye rağmen yalanlar, suskunluklar içinde doğruların, gerçeklerin görmezden, duymazdan, bilmezden gelinmesi ile tekrar bir arada olma üzerine yeniden kurulur.

Üç Maymun'da baba cezaevine girince anne ve oğul tek başlarına şehir banliyösünde içsel mekân olarak sıkışık, ama dış mekân olarak oldukça geniş ufuklara açılan bir binada kendi sıkışmışlıkları ve yalnızlıklarıyla örtüşen bir resim çizmektedirler. Onlar çekirdek bir ailedir. Fakat anne bildik, tanıdık annelere benzemez. Oğluna karşı anne şefkatinden uzak, kendi kaotik dünyasının karmaşasında kayıp bir ruh gibidir. Oğluna ilişkin kaygılandığı sahne, aynı zamanda Hacer'in tutkulu ve bir o kadar da hastalıklı aşkının başlangıcının nedenidir. Üç Maymun'da ailesinin geleceği için özgürlüğünden vazgeçen, fedakâr baba karşısında annelik sorumluluğu taşımayan, kendi duygularının peşinde her şeyi unutturmasına kocasının patronuna bağlanan kör ve sağır bir kadın öne çıkar. Aile bağları yalnızlık ve parçalanma, dağılma korkusu karşısında çaresiz bir suskunluk ve kabullenmeyle kendini gösterir.

Oysa bu filmlerde mekânlar gibi ailenin tanımlanması da güçtür. Her iki filmde de çekirdek aile yer almaktadır. Aile, komşuluk ilişkileri, dayanışma ve aile bağları gibi bireyler arası ilişkiler adı konulamayan, tanımlanması güç bir yerdedir. Büyük kentnin eteklerinde kendi kaderine bırakılmış insanların yalnızca ortak mekânlarda yer almalarının ötesinde, paylaşmanın minimum derecede yaşandığı birliktelikler önem taşır. Aile, büyük kentnin sendromlarını taşımakta, büyük kentlerin yan yana ama bir o kadar da birbirinden uzak mekânları gibi, aile üyeleri de aynı çatı altında, yan yana, ama bir o kadar da uzaktırlar. Aralarındaki mesafe giderek uzar. Pandora'nun Kutusu filminde, annenin sonsuz dağlarda kayboluşu özgürlüğün temsili ve yeni koşullara karşı kendi çıkış yollarının bulunması olarak yorumlanabilir. Üç Maymun filminde Servet'in öldürülmesi, ailenin bir arada kalabilmesinin koşulu gibidir. İsmail'in Servet'i öldürmesi, Eyüp'ün kahve çırağından suç üstlenmesini istemesi, erkek kahramanların ailenin devamlılığında ki rolüne vurgu yapar. Böylece, 'her şeyi görüyoruz, duyuyoruz, ama susuyoruz, çünkü her şeye rağmen biz bir aileyiz' anlayışı öne çıkar.

Sonuç olarak, günümüz küresel dünyasında teknolojik gelişmeler, sermaye ve insan hareketliliği dünya ölçeğinde eşit olanaklar yaratmamaktadır.

Bir yandan teknolojik gelişmelerle sınırlar aşılırken, diğer yandan bu olanaqlara ulaşma ve alım gücündeki eşitsizlikler karşısında var olmaya çalışan insanlar yer almaktadır. Gelişmiş ülkeler ve üçüncü dünya ülkeleri arasındaki dengesizlikler küreselleşme sürecinde nasıl ortadan kalkmamaktaysa, toplumlarda da tüm insanların bu gelişmelerden eşit yararlanabilmesinin koşulları olamamaktadır. Üç Maymun'da ailenin daha önceki yaşamına ilişkin pek bilgi olmamakla birlikte, geçmişe ilişkin suçluluk duygusunun tüm aile bireylerinde yarattığı sarsıntı zaman zaman öne çıkmaktadır. Geçiş toplumun tüm sendromları toplumun mimarisine, kentleşmesine, eğlence ve tüketim kültürüne yansımaları insanların sosyolojik ve psikolojik koşullarında da önemli sonuçlarla ortaya çıkmaktadır. Üç Maymun'da aile, babanın cezaevine girmesiyle birlikte, evine, çocuğuna ve kendi duygularına sahip çıkamayan bir kadının sarsıntılı aşk tutkusuyla çözülmektedir.

Pandora'nın Kutusu'nda, İstanbul'da yaşayan üç kardeş üç farklı sosyo-kültürel yaşam koşullarıyla karşımıza çıkar. Her biri kendi yaşamı içinde koydukları ya da kurdukları yaşam biçimine sahiptir. Nesrin'in, kocası ve oğlu arasında sıkışmış yaşamı, oğlunun geleceğine biçim verme histerisiyle kendi kendini tükettiği bir çarka dönüşür. Güzin, ekonomik bağımsızlığına rağmen evli bir adamla ilişkisiyle sorunlu, geçmişle bağlarını ve açmazlarını aşamamış, içinde bulunduğu yaşamın karmaşıklığını geçmişte yaşadıkları olumsuzluklara bağlayarak kendini hafifletme yolunu seçmiş, pasif ve sorumluluktan uzak bir karakter olarak öne çıkar. Murat için tam da kendi çıkış yollarını aradığı, ancak dış dünyanın tekinsizliği ile evin aşırı kontrollü ve baskıcı beklentileri arasında sıkıştığı bir dönemde, dünyanın tüm nimetlerinden, dolayısıyla yaşamın sorumluluklarından vazgeçmiş, şehrin merkezinde sıkışmış, yeniliklere ayak uydurmayan evi ile özdeşleşmiş dayısı Mehmet onun için bir soluk alma yeri olur. Kardeşlerin büyük kent içindeki bu koşulları annelerinin rahatsızlığı ve dolayısıyla kente getirilmesiyle söz konusu farklı yaşam koşullarına ayrı ayrı bir yolculuğa dönüşür. Annenin bakımını içlerinde aile düzenine sahip olan ablanın üstlenmesinin doğal görünmesi, ailenin koruyucu ve destekleyici yanını vurgular. Fakat Nesrin'in ekonomik sorunları olmamasına karşın, ailesinde bir paylaşım, dayanışma, karşılıklı anlayış yoktur. Ev duygudan yalıtılmış, fiziksel bir beraberlik, dolayısıyla her şey düzen, gereklilik ve sıkı kontrole çerçevelenmiştir. Buna rağmen tüm bu sorunlar, çelişkiler ve çatışmalarla bir aile ve aile üyelerinin de birbirlerinden beklentileri vardır. Bu koşullarda bir yandan İstanbul'un yoğun kalabalığı, diğer yanda bu kalabalık içinde kendine yer bulamayan annee ve torununun yolculuğu doğanın büyüleyici coğrafyasında son bulur.

Üç Maymun'da, her şeye rağmen aile içinde normlar temelinde çatışmalar sessiz de olsa yaşanır, değerler, Tanrı korkusu vardır, paylaşma olmasa da birlikte var olabilmenin sessiz, ama güçlü bağları ve bu anlamda öldürülen patrona karşı sessiz de olsa bir dayanışma yer alır.

Her iki filmin mekân seçimlerinde, dekor ve karakter göstergelerinde önemli yan anlamlar görmek mümkündür. Üç Maymun'da banliyöde, tek başına sıkışık bir bina ve yine karakterlere tutsaklık, sıkışıklık duygusunu yaratan bir iç mekân yer alır. Böylece karakterlerin iç dünyalarındaki yalnızlık ve çaresizlik önem kazanır. Pandora'nun Kutusu'nda Nesrin'in kentten izole, her şey dâhil mantığı ile kurulan, yeni orta tabaka insanların rağbet ettiği ve kendilerini kentten soyutladıkları sitedeki altın kafesi gibi, Güzin'in içindeki karanlığın dışı vurumu olarak tek başına oturduğu karanlık, loş evi, Mehmet'in eski, bakımsız İstanbul evi bir anlamda karakterlerin iç dünyalarını da temsil eder.

Üç Maymun'da kadın, kocası hapiste iken evde tutsak kalmaz, alışılmanın dışında, dışarıdadır ve kendi hayatını yaşar. Annenin para yardımı ve babasının aile değerleri uyarısına rağmen arada kalmış, ama aynı zamanda seçimini yapmış olan İsmail'de yeni koşullarda kendi seçimlerini konumlarını belirlemişlerdir. Pandora'nun Kutusu filminde iki kız kardeş de kendi yaşamlarında günlük kaygılar içinde var olurken, Mehmet, hiçbir şey yapmayarak, sorumluluklarını yerine getirmeyerek bu sürecin içinde aktör olarak değil, seyirci olarak yerini belirlemiştir. Murat ve anneannesinin seçimleri ise, uzaklarda ve tek başına, ama her şeye karşın başkalarının değil, kendilerinin belirlediği sınırlar içinde kalmayı ifade eder. Sonuç olarak, her iki filmde de ataerkil aile kalıplarının çözüldüğü söylenebilir. Yeni arayışlar, yeni yaşam biçimleri, kısaca küresel dünyadaki hızlı gelişmelerle hayatımızda ki taşların yerinden oynadığı görülmektedir. Kısaca toplumun en küçük birimi olan aile kurumunun, dolayısıyla aile bireylerinin rollerinin ve aile bireyleri arasındaki ilişkilerin, bağlarının yeniden yapılandığı bir süreç yaşanmaktadır.



## KAYNAKÇA

- Abisel, Nilgün (1994). *Türk Sineması Üzerine Yazılar*. Ankara: İmge.
- Ayça, Engin (1999). "Yeşilçam'a Bakış." *Türk Sineması Üzerine Düşünceler*. Süleyman Murat Dinçer (der.) içinde. Ankara: Doruk: 129-148.
- Bauman, Zygmunt (1998). *Küreselleşme*. Çev., Abdullah Yılmaz. İstanbul: Ayrıntı.
- Beck, Ulrich (1999). *Siyasallığın İcadı*. Çev., Nihat Ünler. İstanbul: Ayrıntı.
- Behramoğlu, Onur (2009). "İkibinli Yıllar Türk Sinemasına Bakış." *Yeni Sinema* (17 Mart): 87-92.
- Berktaş, Fatmagül (2007). *Tarihin Cinsiyeti*. İstanbul: Metis.
- Bilgili, Can (2008). "Küresel Medya Kime Hizmet Eder." *Küreselleşme Makinesi: Medya*. Can Bilgili ve Nesrin Tan Akbulut(der.) içinde. İstanbul: Beta: 41-68.
- Ceylan, Nuri Bilge (2008). "Gerçek Sakladığımız Tarafa-Nuri Bilge Ceylan." *Altıyazı Sinema Dergisi* 9: 22-30.
- Demiray, Emine (1993). "1960-1990 Yılları Arasında Çekilmiş Filmlerde Kentsel Aile", Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Doktora Tezi. Eskişehir.
- Duruel-Erkılıç S. ve Hakan Erkılıç (2007). "Küreselleşme Sürecinde Türk Sineması ve Televizyon Dizilerinde Merkez-Çevre İlişkisinin Karşılaştırılması." *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* 6:1-18.
- Ekici, Aslı (2007). "1980- 1990 Arası Türk Sinemasında Kentsel Ailede Kadının Konumu." Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo-TV ve Sinema Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Erdoğan, İ.; Korkmaz Alemdar (2002). *Öteki Kuram*. Ankara: Erk.
- Erinçmen Kanoğlu, Meltem ve Nilay U. Önbayrak (2008). "Küreselleşen Dünyada Fatih Akın Filmleri." *Küreselleşme Makinesi: Medya*. Can Bilgili ve Nesrin Tan Akbulut(der.) içinde. İstanbul: Beta:113-144.
- Esen, Şükran (2000). *1980'ler Türkiye'sinde Sinema*. İstanbul: Beta.

- Giddens, Antony (2000). *Sosyoloji*. Çev. Hüseyin Özel ve Cemal Güzel. Ankara: Ayraç.
- Giddens, A.; C. Pierson (2001). *Antony Giddens'la Söyleşiler: Modernliği Anlamak*. Çev. Serhat Uyrukulak ve Murat Sağlam. İstanbul: Alfa.
- Güler, Ali (1992). "İlk Yazılı Türkçe Metinlerde Aile ve Unsurları." *Sosyo-Kültürel Değişme Sürecinde Türk Ailesi*. Ankara T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Yayınları: 69-81.
- Güven, Yusuf (17.03.2009). "Pandora'nın Kutusu: Orta Sınıfa Bakmak." *Yeni Sinema*: 44-48.
- İmançer, Dilek (2003). "Çağdaş Kimliğin Yapılanma Süreci ve Televizyon." *Kimlikler*. Doğu Batı 6 (23): 233-250.
- Kandiyoti, Deniz (2007). "Parçaları Okumak." *Kültür Fragmanları*. Deniz Kandiyoti ve Ayşe Saktanber (der.) içinde. İstanbul: Metis:15-33.
- Kandiyoti, Deniz (2007). *Cariyeler, Bacılar, Yurttaşlar*. İstanbul: Metis.
- Kaplan, Neşe (2004). *Aile Sineması Yılları 1960'lar*. İstanbul: Es.
- Malinowski, B.(2000). *Büyü, Bilim ve Din*. Çev., Saadet Özkal. İstanbul: Kabalıcı.
- Morley, David ve Kevin Robins (1997). *Kimlik Mekanları*. Çev., Emrehan Zeybekoğlu. İstanbul: Ayrıntı.
- Oskay, Ünsal (1999). "Sinemanın Yüzüncü Yılında Türk Sinemasında Entelektüellik Tartışması." *Türk Sineması Üzerine Düşünceler*. Süleyman Murat Dinçer (der.) içinde. Ankara: Doruk: 93-128.
- Öztürk, Mehmet (2004). "Türk Sinemasında Gecekondular." *European Journal of Turkish Studies*, Thematic Issue 1. [www.ejts.org/document94.html](http://www.ejts.org/document94.html) 05.03.2009.
- Özyeğin, Gül (2007). "Kapıcılar, Gündelikçiler ve Ev Sahipleri." *Kültür Fragmanları*. Deniz Kandiyoti ve Ayşe Saktanber (der.) içinde. İstanbul:Metis:56-83.
- Özsoy, Aydan (2004). "Türkiye'de 1960'lar Dönemi Aile ve Melodramlarında Kadın ve Erkek İmgesi." *Sinemada Anlatı ve Türler*. Fatma Dalay Küçükkurt ve Ahmet Gürata (der.) içinde. Ankara:Vadi: 277-300.

- Paech Anne; Joachim Paech (2000) *Menschen im Kino*. Stuttgart: J.B. Metzler.
- Slattery, Martin (2007). "Bilgi/Bilişim Toplumu." *Sosyolojide Temel Fikirler*. Çev., Gülhan Demiriz, Ö. Balkız ve Ümit Tathıcan. Ümit Tathıcan; Gülhan Demiriz (der.) içinde. Bursa: Sentez.
- Tekeli, İlhan (2008). *Göç ve Ötesi*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Teksoy, Rekin (2007). *Rekin Teksoy'un Türk Sineması*. İstanbul: Oğlak.
- Ulusay, Nejat (2008). *Melez Sinema ve Ulusötesi Oluşumlar*. Ankara: Dost.
- Uncu-Ata, Erman (29.03.2009). "Hazmı Zor Şekerleme." *Radikal İki*. 29.03.2009:11.
- Üşür-Sancar, Serpil (2004). "Otoriter Türk Modernleşmesinin Cinsiyet Rejimi". *Doğu Batı* (Kasım): 1-15.
- "Yeşim Ustaoğlu ile Söyleşi: Filmlerimde Hep Aynı Sona Ulaşıyorum." *Yeni Sinema*. 17.03.2009: 49-60.



# Film Eleştirisinde “Kendini Yansıtma” ve “Meta-sinematik” Anlatının Evreleri

Phases of “Self-Reflexivity” and “Meta-cinematic” Narration within Film Criticism

Hülya ÖNAL

Yrd.Doç.Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sinema-Tv.Bölümü

## Özet

Batı kaynaklı sinema kuram ve eleştirel bakışın temelini oluşturan zihinsel dönüşüm ve tarihsel süreç ile Türkiye'nin, spesifik olarak da Türk Sineması'nın sanatsal ve akademik boyutlarının örtüşmemesi, bu alanda çalışan araştırmacıların önüne çeşitli sorunlar çıkarmaktadır. Türk Sinema araştırmalarında herhangi kuramsal bir yaklaşımla ilgili tam bir külliyat oluşmadan hızlıca bir diğerinin ön plana çıkması ve bunu Türk Sineması'na uygulama çabaları, ya da kullanılan ortak kavramlar üzerinde uzlaşma sağlanamaması bu sorunlar arasında sayılabilir. Bu çalışmada Çağdaş Türk yönetmenlerinin de etkilendiği modernist sinemaya ait 'kendini yansıtma' ve 'meta-sinematik' anlatı kavramları üzerinde durulacak ve kavramların tarihsel süreç içindeki dönüşümlerine değinilecektir. Çalışma, bir yandan Türk film çalışmalarında ortak bir kavramsal haritanın inşası için mütevazı bir katkı, diğer taraftan ise kavramların Türk film eleştirisinde hangi bağlamda kullanılabileceğine ilişkin bir tartışma zemini hazırlama amacı gütmektedir.

**Anahtar kelimeler:** Modern anlatı, kendini yansıtma, meta-sinema, öz-bilinç

## Abstract

A long time elapsed between the beginning of cinematic production in Turkey and the first academic studies in this field, resulting in the adoption of western terminology by Turkish scholars. The fact that no consensus has been reached on the use of concepts emerging from various historical processes and schools of thought, and the attempt to apply these to the study of Turkish cinema, has consequently led to some problems. This paper examines two modernist cinema concepts of narration, “self-reflexivity” and “meta-cinematic”, which have been effective especially in the stylistic narratives of contemporary Turkish film directors, and follows the evolution of these concepts over the course of time. The paper aims on the one hand to contribute in some small measure to the construction of a common conceptual map for Turkish film studies and, on the other hand, to prepare a platform to debate whether or not these concepts should be used in the criticism of Turkish films.

**Keywords :** Modern narration, self-reflexivity, meta-cinama, self-consciousness

## 1. Giriş

Lapsey'in aktarımıyla Alan Parker'in "Bir film negatifinin üzerinde oluşacak bir çizige ne kadar ihtiyaç duyarsa, kurama da o kadar ihtiyaç duyar" (Parker, 1986) sözleri, kendisiyle aynı fikri paylaşan kuram karşıtlarına göre sinemanın illüzyonunu yok eder. Kuram karşıtlarına göre bu çaba, "Temeli olmayan bir yeniliktir; davetsiz bir misafir film yapımını, sinema izleme partilerini mahvetmektedir. Oysa, ne hayal güçleri ve ilham kaynaklarıyla film yapan yönetmenlerin, ne de sinemanın büyüüne kapılmış izleyicinin kuruma ihtiyacı vardır."(Lapsey,1988:vi)

Sinemayı salt bir illüzyon yaratma aracı olarak görenlerin bu fikirleri, her dönem varlığını cılız bir ses olarak sürdürse de, sinemanın en baştan beri bir sanat olduğuna inananların çabalarıyla onun bir sanat formu olarak değerinin teslim edilmesi ve ticari sinema ile sanat sineması arasındaki ayrımı ortaya koyacak kuram, yaklaşım ya da eleştiri yöntemlerinin Batı'da sinemanın icadına paralel olarak geliştiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Buna karşılık Türkiye'de sinemayla ilgili kuramsal çalışmalar, kendi üretim sürecinin başlamasından çok sonraları akademik alana taşınmasıyla birlikte başlamıştır. Ancak Türk sinema araştırmalarının çoğu kez kendine referans aldığı Batı kaynaklı sinema kuram ve eleştirel bakışın temelini oluşturan zihinsel dönüşüm ve tarihsel süreç ile Türkiye'nin, spesifik olarak da Türk Sineması'nın sanatsal ve akademik boyutlarının örtüşmemesi, bu alanda çalışan araştırmacıların önüne çeşitli sorunlar çıkarmaktadır. Sinema araştırmalarında herhangi kuramsal bir yaklaşımla ilgili tam bir külliyat oluşamadan hızlıca bir diğersinin ön plana çıkması ve bunu Türk Sineması'na uygulama çabaları, ya da kullanılan ortak kavramlar üzerinde uzlaşma sağlanamaması bu sorunlar arasında sayılabilir. Ancak Stam'in de belirttiği gibi "kuramlar, eski arabalar gibi kullanımdan kaldırılıp, bir kavramsal çöplüğe atılmazlar. Ölmezler, geride iz ve anılar bırakarak dönüşürler" (akt.Gürata, 2008, 65). Onları eskidikleri için tedavülden kaldıramadığımız gibi, onlara ait kavramları da keyfi kullanamayız. Bu bağlamda, çalışmada batıda klasik sinema anlatısının radikal eleştirisi olan modernist sinemaya ait "kendini



yansıtma<sup>1</sup> ve 'meta-sinematik'<sup>2</sup> anlatı kavramları üzerinde durulacak ve kavramların tarihsel süreç içindeki dönüşümlerine değinilecektir. Özellikle son on yılda çağdaş Türk yönetmenlerin biçimsel anlatılarında modern sinemanın anlatı formlarına rastlanması, çalışmaya sınırlı da olsa Türk sinemasını da dahil etme gereğini doğurmuştur. Çalışma, bir yandan Türk film çalışmalarında ortak bir kavramsal haritanın inşası için mütevazı bir katkı, diğer taraftan ise kavramların Türk film eleştirisinde hangi bağlamda kullanılabileceğine ilişkin bir tartışma zemini hazırlama amacı gütmektedir.

## 1.1 Genel Kavramlar

Kendini yansıtma (self-reflexivity), roman, oyun ve sinema filmlerinde somutlaşan, yazınsal ve sinemasal gelenekleri bu metinlerin yapaylıklarına dikkat çekerek sorgulayan bir kavramdır. Kendini yansıtma kavramının kökenini, Don Quixote'a kadar dayandıran Stam, bu kavramı kitabının birçok yerinde kendi üretim sürecine odaklanan yazınsal veya sinemasal metinler olarak kullandığını ifade etmektedir. "Modernizm içindeki kendini yansıtma kavramı ise, 19. yüzyılın sonunda ortaya çıkmış, 20. yüzyılın ilk yıllarında gelişmiş ve İkinci Dünya Savaşı sonrasında "yüksek moderizmde" kurumsallaşmıştır" (Stam, 1992: xi-xii). Bir diğer görüşe göre kendini yansıtma,

*"önceleri romanda ortaya çıkan, daha sonra da sinemada uygulanmaya başlanan modern anlatı formununun asal özelliği, özdeşleşmeyi (mimesis'i) kırıp, kendi gerçekliğini, bilinçli olarak yorum veya oyun olarak açığa vurması, yani estetik öz-bilinçlilik (self-consciousness) ya da kendini yansıtma (self-reflexivity) yol açan bir yapılanmayı içermesidir (Sözen, 2008, s.126).*

Avrupa sinemasında modernizm akımını yaratan üç farklı form mevcuttur. Bunlar, soyutlama, öznellik ve kendini yansıtmadır. Kovács'a göre kendini yansıtma, yönetmenin filme kendi sesiyle doğrudan katılımı şeklinde veya anlatmak istediklerini ve zihnindeki görüntüleri filmine daha ince yöntemlerle aktarması biçiminde olabilir. Kendini yansıtmanın üçüncü olu-

1 Bir çok çalışmada dilimize özdeşimsellik olarak çevrilen 'self-reflexivity', kavramı yeterince karşılamadığına duyduğum inançla bu çalışmada, Semra Saraçoğlu'nun "Postmodern Metinlerde Kendini Yansıtma: John Fowles ve Orhan Pamuk'un Eserlerinin Karşılaştırmalı İncelemesi" doktora tezi (2003) ve Ertan Yılmaz'ın Kovács'ın "Modernizmi Seyretmek; Avrupa Sanat Sineması (1950-1980)" kitabının çevirisinde kullandığı şekliyle "kendini yansıtma" olarak kullanılmıştır.

2 Hasan Akbulut, 'Nuri Bilge Ceylan Sinemasını Okumak' adlı kitabında Robert Stam'dan yaptığı bir alıntıda, İngilizce'den Türkçe'ye 'meta-cinema' kelimesini çevirirken 'üst sinema' terimini kullanmıştır. Bu kavramın, sinemanın bir üst katmanı, 'kendini gören', 'kendi kurmacalığının farkında olan' anlamına geldiği öne sürülebilir (Kurtoğlu, 2007, s.5). Bu çalışmada 'meta-sinema' olarak kullanılacak kavram ile ilgili olarak Akbulut'un adı geçen eseri ve Kurtoğlu'nun Türk Filmlerinde Meta-sinema yüksek lisans tezi incelenebilir.

şum koşulu ise, yönetmenin filmin tamamında ya da bazı bölümlerinde kendi benliğini ve düşüncelerini bir karakter üzerinden yansıtmadır. Kendini yansıtmaya açık ve kapalı ya da diğer bir deyişle açık ve örtük olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Açık kendini yansıtmada yönetmen filmin içinde olabilir ve film üzerine yorumlarda bulunabilir. Kapalı kendini yansıtmada ise, film kendi varlığının bilincindedir ve "ait olduğu" türe gönderme yapar (Kovács, 2007: 217-225)<sup>3</sup>.

Meta-sinemanın kökeni, Proust, Gide ve Beckett'in, kendi üretim sürecindeki problemlerine odaklanan meta-romanlarına dayanır (meta-novels). Meta-sinemada üslup (biçem), fazlaca öne çıkar. Meta-sinematik anlatı, yönetmenin kendi biçimini görünür kılması olarak da tanımlanabilir. Diğer bir deyişle meta-sinema, "Kendinin farkında olarak ve film hilelerini göstererek yapılan bir film-yapım türüdür. Tiyatro oyununun seyirciye 'bir oyun izlediklerini unutturmaması' duygusu vermesi gibi, meta-sinemanın da film izleyicisine 'film izlediğini unutturmaması' ile benzerlik kurulabilir" (akt. Kurtoğlu, 2007:5).

Ana hatlarıyla genel çerçevesini çizdiğimiz kavramlar, ortaya çıktıkları dönemin koşullarıyla varlık kazandıkları gibi, zaman içindeki dönüşümleri de toplumsal, ekonomik, siyasi ve düşünsel alandaki değişimlere paralel olmuştur. Bu bağlamda çalışma konusu olan kendini yansıtmaya ve meta-sinema kavramlarını klasik, modern ve postmodern dönem olmak üzere üç ayrı süreçte incelemeyi uygun bulduk. Kuşkusuz keskin sınırlarla ayıramayacağımız bu süreçte kavramların da çeşitli araştırmacı ve eleştirmenlerce farklı perspektiften ele alınması çalışmanın temel sorunsalı olmakla birlikte, izlenecek nesnel bir tutumun film çalışmalarında eleştirel bakışa katkı sağlayacağı umulmaktadır.

## 2. Klâsik Dönemde Kendini Yansıtmaya ve Meta-sinema

Kovács'ın *Modernizmi Seyretmek* adlı eserinde 'Erken Modernizm' (2010: 238-239) olarak bahsettiği, burada ise sinemanın gelişimini göz önünde bulundurarak Klâsik Dönem olarak adlandırdığımız süreçte sinemada kendini yansıtmaya, sinemada "auteur" fikrinin ortaya çıktığı 50'li yılların sonuna kadar üretilen filmlerdeki geleneksel anlatıya uygundur. "Bu dönemde üretilen filmlerin yapım süreçleri, izleyiciyi anlatılan öyküden yabancılaştıracak biçimde yansıtmak yerine, kamera, ışık, teknisyenler ve sinema endüstrisini izleyicinin görmek istediği biçimde yansıtır" (Siska, 2004: 138-139). Klâsik sinema örneklerinde, biçimin temel amacı kendisini gözlerden saklamaktır. Film yapım sürecini konu alan Hollywood filmleri ve Hollywood benzeri yapımların hemen hemen hiçbirinde klâsik anlatım tarzının tartışıldığı görülmez, anlatının şeffaf rolü onaylanır.

3 Doğrudan alıntı olmayıp, ilgili sayfalardan edinilen özet olarak yararlanılmıştır.

Siska, sinemada kendini yansıtma kavramının, film yapım sürecini ve sinemacıyı (ya da her ikisini birden) konu alan filmlerde kendini gösterdiğini belirtmektedir. Klâsik dönemde film yapım sürecine dikkat çeken, yani "filmin içinde film bulunan *Sunset Boulevard* (1950) ve *Singin in the Rain* (1952) bu bakımdan önemli iki örnektir. *Sunset Boulevard*, filmin prodüksiyonuyla değil, orada resmedilen karakterlerin problemleriyle ilgilidir. Ancak bu sorunlar, sıradan karakterlerin değil film yapımıyla doğrudan ilgili kişilerin sorunlarıdır" (Siska, 2004: 139), Film, senaryo yazarlarının değerinin yeterince bilinmediğinden yakınan bir senaryo yazarı karakteri üzerinde konumlanmıştır. Zaten bütüne bakıldığında, filmin, Hollywood sinema endüstrisinin ekonomik, teknolojik ve estetik bakımdan yaşadığı krizlere odaklandığı görülmektedir. Zira savaş sonrası dönemde, Hollywood ciddi bir ekonomik darboğaza girmiştir; "1946 yılında çekilen uzun metrajlı film sayısı 378 ve haftalık izleyici sayısı 90 milyon iken, bu rakamlar 1949'da 22 uzun metrajlı film ve haftada 60 milyon izleyiciye düşmüştür. *Sunset Boulevard*, kendisini Savaş sonrası ortamına dâhil etmektedir" (Stam, 1992: 85).

Hollywood'un yaşadığı sorunların filmin içindeki filmde, senarist rolündeki Joe tarafından izleyiciye aktarılması ve asıl film olan *Sunset Boulevard*'ın yönetmeni Billy Wilder'in aynı zamanda filmin senaristlerinden biri olması, Wilder ile filmdeki senarist arasında bir bağ kurma olanağı sağlamaktadır. Ancak, biçimsel bir farklılık yaratmadığı ve gerçekliği parçalayan unsurlara sahip olmaması dolayısıyla *Sunset Boulevard*'ı meta sinemanın bir örneği olmak yerine yönetmenin kendini yansıtmasının örneği olarak görmek daha doğru olacaktır.

Klâsik dönemde kendini yansıtma kavramından bahsedilebilecek diğer bir film ise *Singin' in the Rain*'dir. "Film, müzikal türün yaşadığı sorunlara ve televizyonun sinemaya meydan okumasına odaklanmaktadır. Film ayrıca, sinemaya ait illüzyon amaçlı kullanılan bazı mekanik yöntemleri açığa çıkararak yeni bir illüzyon yaratmaktadır" (Stam, 1992: 93).

*Sunset Boulevard*'dan farklı olarak *Singin' in the Rain*, farklı biçimsel unsurlarıyla meta sinema kavramının erken bir örneği gibidir. Ancak, yine de bu biçimsel özellikler izleyiciye izlediğinin bir film olduğunu hatırlatacak kadar keskin ve radikal değildir. Bu bakımdan, bu başlıkta incelenen ve kendini yansıtma kavramını içinde bulunduran *Sunset Boulevard* ile meta-sinemaya daha yakın bir anlatı olan *Singin' in the Rain*, bu kavramların sonraki dönemlerde kazandıkları anlamlar için temel oluşturmaktadır.

Sonuç olarak klasik dönem; meta-sinematik anlatının henüz gelişmediği, bunun yerine sinematografik araçların kullanımıyla başta yönetmen olmak üzere film yapımıyla ilgili kişiler ve film üretim sürecinin, anlatıda ve dolayısıyla yanılısında bir kırılma yaratmaksızın yansıtıldığı bir süreç olarak değerlendirilebilir. Diğer bir deyişle klasik kendini yansıtma, 'film içinde

film'i konu alan bir yöntemdir. Bir sonraki başlığımız modern dönemde ise kavram, 1960'larda Avrupa'da sanayi devrimi sonrası yaşanan toplumsal, siyasi, ekonomik ve düşünsel dönüşüm sonrası –sinemada auteurlüğün yolunu açan- bireyin yüceltildiği bir süreçte 'eleştirel bir tavır' olarak karşımıza çıkar. Aynı tarihsel sürecin deneyimlenmediği ülkemizde ele aldığımız örneklerden 'kendini yansıtırma'nın film hakkında film ya da yönetmenin kendi kişiliği ya da biyografisini konu almasıyla ya da dünya görüşünü karakterler/olaylar aracılığıyla yansıtırmasının mümkün olduğunu söyleyebiliriz. Öte yandan yönetmenin klasik anlatının yapısını tahrip ederek yanıltsamayayı kırmak, özdeşleşmeyi engellemek ve bu yolla izleyicisinde bir farkındalık yaratmak için kendi biçimini görünür kılmak gibi meta-sinematik anlatının temeli sayılan öz bilinçli eylemler dizisini Türk Sinemasında aramak çok sesli ve kapsamlı tartışmaları gerekli kılacaktır. Çalışmanın sınırlılıkları açısından Türk Sineması'nda saptadığımız yönetmenin 'kendini yansıtırma' tavrını sadece bu bölümde ele aldık.

Türk sinemasında, özellikle filmin içindeki filmlerin konu alınması 1980'lerle birlikte artış göstermiştir. Sinan Çetin tarafından çekilen *Gökyüzü* (1986) ve Ali Özgentürk tarafından çekilen *Su da Yanar* (1986) filmin içindeki yönetmenin ifade özgürlüğünü, yine aynı şekilde Atif Yılmaz tarafından çekilen ve senaryosu Ümit Ünal tarafından yazılan *Hayallerim Aşkı ve Sen* (1987), tüm umutlarını senaryosuna bağlayan bir yönetmenin hikâyesini anlatmaktadır. *Aşk Filmlerinin Unutulmaz Yönetmeni* (1990) filminde ise Yavuz Turgul, aşk filmleri çekmekten sıkılan ve kendisine saygınlık kazandırmasını umut ettiği toplumsal içerikli film çekme kaygısı taşıyan bir yönetmenin hikayesini taşır perdeye. Bu örneklerde, yönetmene ait bazı fikirlerin karakterler ve olaylar üzerinden izleyiciye aktarılması öne çıkmaktadır.

Türk sinemasında yönetmenin kendini yansıtırması bakımından verilebilecek diğer bir örnek de Ömer Kavur tarafından çekilen *Gece Yolculuğu*'dur (1987). Filmde, yönetmen Ali'nin bölük pörçük anıları anlatılmaktadır. Bu anıların temelinde, 1980'lerin karmaşası ve siyasal baskılar yatmaktadır. "Kavur, '*Gece Yolculuğu*'ndaki yönetmen siz misiniz?' sorusuna, '*Kimi duygular değil, ama temelde benim sıkıntımı dile getirmeye çalışan bir filmidir o'* şeklinde cevap vermektedir" (Esen, 2002: 265).

Ahmet Uluçay tarafından 2004'te çekilen *Karpuz Kabuğundan Gemiler Yapmak*, "ülkemizdeki kendini yansıtır filmlerin en özgün örneğidir, dünya sinema tarihinde de bu tür filmler sayılıdır... Ayrıca, bu filmde gösterilenler, bizzat yönetmenin deneyimleri, acıları, düş kırıklıkları, korkuları ve başarılarıdır" (Baykal, 2010:13,14).

Uluçay, çocukluğunda köyüne gelen bir sinemacıdan esinlenerek arkadaşları İsmail'le birlikte tahta bir projeksiyon aleti yaparak köye film gösterimi yapmayı aklına takmıştır. *Karpuz Kabuğundan Gemiler Yapmak*, Uluçay'ın yansıtırması olan Recep ile arkadaşları İsmail'in yansıtırması olan Mehmet karakterleri



üzerinden yönetmen ve arkadaşının hayatlarının bir kesitini izleyicilere aktarır. Filmde Uluçay'ın kendini yansıtmaya tekniği parça bütün ilişkisi üzerinden kurulmuştur. Birçok plân, Recep ve Mehmet'in amaçları uğruna dayanışmasını gösteren parçalar olarak bütüne, yani "sinema aşkı" na gönderme yapmaktadır

Uluçay'ın *Karpuz Kabuğundan Gemiler Yapmak* filmindeki yegâne kaygısı, zor koşullara ve imkânsızlıklara rağmen sinemayla uğraşmanın mümkün olabileceğini izleyicilere göstermektir. Bunun dışında yönetmen, modern Avrupa sinemasında olduğu gibi, politik, estetik ve toplumsal bir eleştiride bulunma amacı taşımamaktadır.

Fatih Akın tarafından 2007 yılında çekilen *Yaşamın Kıyısında* filmi, *Karpuz Kabuğundan Gemiler Yapmak* filminin aksine kendini yansıtmadan daha örtük bir örneğidir. Fatih Akın, filmdeki tüm kahramanların kendinin bir yansıması olduğunu söyler. *Yaşamın Kıyısında*, öyküsünü kronolojik bir sıra ile sunmaz. Filmde birden fazla ana kahraman bulunur ve bu ana kahramanların kader öyküleri birbiri içerisine geçmiştir. Kendini yansıtmadan açık örneklerinden farklı olarak yönetmen kendini daha az duyumsatmaktadır. "Fatih Akın, herşeyi gören, bilen, fakat görülmeyen bir tanrı-yazar gibi olayları, olayların ardı sıralığını ve zamanlamasını düzenler" (Tuğan, 2010: 75).

Türk sineması bakımından düşünüldüğünde, yönetmenin örtük bir biçimde kendini hissettirdiği ve geleneksel anlatının kalıplarını kırdığı diğer bir örnek ise Ümit Ünal tarafından 2008'de çekilen *Ara*'dır. "*Ara*'nın kahramanlarının görüntüsünde, sesinde (bazen dış sesle) ve rastlantılarında kendini gösteren Ümit Ünal'ın her bir kahramanla kurduğu bağ, kendi kuşağını ve doğal olarak kendisini yansıtmaktadır" (Balci, 2010: 141-142).

Kendini yansıtmadan Türk sinemasındaki diğer örneklerinden farklı olarak, *Yaşamın Kıyısında* ve *Ara*'da eleştirel unsurların daha fazla öne çıktığı savunulabilir. Hatta bu filmlerde rastlantıların işlevleri ve anlatının düzenli bir akışa sahip olmaması, bu filmleri meta-anlatı kavramıyla yakınlaştırmaktadır. Ancak, özellikle Avrupa'da kendini yansıtmaya ve meta sinema kavramlarını ortaya çıkararak koşulların Türkiye'de yaşanmamış olması ve bu kavramların Avrupa'da ortaya çıkmasından neredeyse yarım asır sonra gündeme gelmesi, bu kavramların anlam değişikliğine uğramasına neden olmakta ve eleştirel unsurları büyük ölçüde ortadan kaldırmaktadır.

### 3. Modern Dönemde Kendini Yansıtmaya ve Meta-sinema

Eleştirel bir anlatı biçimi olan meta sinema ve meta sinemayı da içine alan kendini yansıtmaya kavramlarına filmlerde sıkça rastlanması modern sinema döneminde olmuştur. Modern Avrupa sinemasında kendini yansıtmaya kavramının ve meta anlatıların bir önceki başlıkta incelenen klâsik

dönem ve bir sonraki başlıkta incelenecek olan postmodern dönem ile arasında oldukça önemli farklar bulunmaktadır. Farklı bir ifadeyle, Avrupa sinemasındaki modern dönem, bu kavramların en özgün biçimde uygulandığı yapıtların ortaya çıkmasını sağlamıştır.

*“Kendini yansıtma kavramının modern sinemadaki ilk örnekleri 1950’li yılların başında ortaya çıkmıştır. Orson Welles, Alfred Hitchcock ve Ingmar Bergman gibi yönetmenler, 1950’lerin başında bazı filmlerinde kendi seslerini ya da görüntülerini kullanmışlardır. Ancak, modern kendini yansıtmanın ilk örneği, Bergman’ın hem senaryo yazarı hem de yönetmeni olduğu ve modern dönemin en az on yıl öncesinde kendini yansıtma kavramını Avrupa sinemasına getiren Prison (Zindan)dır” (1948) (Kovács, 2007: 218).*

Filmdeki kurmaca auteur filmin başında sunulan gerçek auteurün eleştirel antitezidir. Filmin bir kesitinde, Bergman’ın düşünceleriyle paralel olarak cehennemın aslında yaşadığımız dünyada bulunduğu ve insanlar tarafından yaratıldığı üzerinde durulmaktadır.

Modern Avrupa sinemasında kendini yansıtmanın en belirgin örneğinin, Fellini tarafından 1963’te çekilen *8 ½* olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Fellini’nin çocukluğundan beri edindiği duygu, düşünce ve inançların Guido karakteri üzerinden izleyiciye aktarılmasının yanı sıra, *8 ½*’un yapım sürecinde yaşanan güçlükler, filmin bütününe kapsayacak şekilde ele alınmaktadır.

*8½*, kendini yansıtma niteliğinden dolayı kendisini modernist bir eser olarak sunar. İnşa edildiği kelimeler ve kendi teamülleri üzerinden dikkat çeken modernist romanlar gibi, *8½* da dikkati pervasızca kendi film teknikleri üzerine yönlendirir. Aşırı kamera hareketleri, cüretkâr düzenlemeler ve farkındalık başarısı ile bizi bir hayatı değil, hayatın sinemasal bir dönüşümünü; filmde yansıyan hayatı izlediğimiz gerçeğine vakıf kılar. Bir rüya sahnesiyle başlayan *8½* filminde izlediğimiz her şey açıkça, Fellini’nin sinematik duyarlılığını kendi yarattığı kurgusal kahramanı olan film yönetmeni Guido Anselmi üzerinden yansımadır.

*“Hatta Fellini’nin filminin başlığı bile kendisini yansıtır: Bu aynı zamanda Anselmi’nin filminin adıdır. Ayrıca, kelimenin tam anlamıyla sinemada Fellini’nin son denemesi sayılır. 8½ tan önce Fellini, 6 film yönetmiş, bir başkasında yönetmen yardımcılığı yapmış ve iki filme de sahneleri yönetmiştir. Fellini’nin aritmetiğine göre bu toplamda sekiz buçuk demektir. Bu nedenle 8½ Fellini’nin Sekiz buçukuncu filmidir” (Marilyn,2010 :194).*

Daha geniş bir kavram olan “kendini yansıtma”nın yanı sıra, meta sinema kavramını biraz daha belirgin hale getirmek yerinde olacaktır. Meta-sinema kökeni, Proust, Gide ve Beckett’in, kendi üretim sürecindeki problemlerine odaklanan meta-romanlarına dayanır (meta-novels). Meta-sinema da üslup (biçem), fazlaca öne çıkar. Bu anlatı türünün sinemadaki temsilcile-



ri ise, Godard, Pasolini, Fellini, Straub ve Glauber Rocha'dır. 8 ½, *Le mépris* ya da *Paris'te Son Tango* gibi anlatıları film içinde film olarak ifade edebiliriz. Bazı örneklerde, anlatıcı ya da oyuncu anlatıda doğrudan yer alırken (*Deux ou Trois choses que je sais d'elle*), bazılarında yalnızca konuşmacı olarak yer alır (*La Chinoise*, *Roma*, *The Decameron*).

"Bu filmlerde, görülen gerçekliğin ötesinde, yönetmenlerin kullandığı üslup öne çıkar. İzleyici kameranın varlığının farkındadır ve izlenenin bir film olduğu sürekli hatırlatılır. Bu durum, bu filmlerin kendilerini neo-kapitalist düşünce biçiminden ne derece kurtardığı sorusunu öne çıkarır. Passolini'ye göre, meta-sinemayı geleneksel anlatı yapısından ayıran iki prensip bulunmaktadır. Bunlardan ilki, bir nesneye ait farklı iki bakış açısının yakın çekimle arka arkaya verilmesidir. Birbirini izleyen ve aynı gerçeklik üzerine odaklanan bu çekimlerden ilki daha yakın, ikincisi ise biraz daha uzaktır. İkinci teknik ise, karakterlerin çerçeveye girip, eylemde bulunup ya da birşeyler söyleyip çerçeveden çıkmalarıdır. Böylece, çerçeve yeniden bir tablonun saflığına bürünmektedir. Karakterlerin çerçevenin içinde girmesinin koşulu, ancak resimsel güzelliğe adapte olmaları durumunda mümkündür" (Greene, 1974: 140-141).

Godard, Antonioni ve Bertolucci bakımından düşünüldüğünde, bu yönetmenlerin her birinin gerçekliği çeşitli açılarından ve çeşitli uzaklıktan çektikleri ya da anlatı açısından önem taşımayan bazı ayrıntıların oldukça uzun çekimlerine yer verdikleri görülmektedir. Bu yolla, nesnelere ve manzara gibi kimi öğeler, karakterleri yok saymaktadır.

Modern Avrupa sinemasında meta sinema konusunda ele alınacak diğer bir örnek de yönetmen Passolini'dir. Passolini, meta-film ile politik ve kültürel faktörleri birlikte ele almıştır.

"Bu bağlamda, ilk olarak parçalanmış üslup (biçim), karakterlerle özdeşleşmiş olan, mantık dışı ve nevrotik yönleri bulunan yönetmeni betimler. İkinci unsur ise, zaten yönetmeni yansıtan karakterlerin yönetmenle aynı toplumsal sınıftan (örneğin orta sınıf) seçilmesidir. Böylece karakterler, kültürel, dilsel ve psikolojik bakımdan yönetmene yaklaşırlar. Dolayısıyla, Passolini'nin "şiirin sineması" (cinema of poetry) olarak adlandırdığı bu üslup, orta sınıf üyeleri tarafından oluşturulmakta ve bu kişiler üzerinden dünyaya hâkim olan akıl dışı (irrasyonel) ve nevrotik bakış açısı yansıtılmaktadır" (Greene, 1974: 142-143).

Böylece, şiirin sineması ya da daha basit bir ifadeyle meta-sinema kapitalist yapıdan kaçmaktan ziyade, o yapıyı yansıtmaktadır. Ancak, Passolini, bu düşünceyi reddeder. Gerekçesi ise, izleyicide biçime yönelik bir farkındalık yaratarak, değişimi yaratmak için harekete geçirmektir. Godard'ın *Hafta Sonu* (1967) filmi ile Bergman'ın *Persona*'sı (1966) meta-sinematik anlatının iki önemli örneğini oluşturur. *Haftasonu*'nda hippie bir gerilla ile Corinne arasında geçen konuşmada, gerillanın: "Bir film karakteri misin yoksa gerçek mi?" sorusuna karşılık Corinne bir film karakteri olduğunu söyleyince gerilla bağırır: "Yalancı!" . Bergman'ın *Persona*'sında film, bir film projektörünün

kömürlü ışık yayının görüntüsüyle başlar ve biter. Filmin başında projeksiyondan akan film, sessiz döneme ait bir film den parçaları, kesilmiş bir kuzunun boynundan akan kan ve kuzuyu kesen elin görüntüleri yansır perdeye. Anlaşılması güç bir mekânda, genç bir erkek morg sedyesi gibi bir şeyin üzerinde yatmaktadır. Bu arada filmin ana karakterleri olacak iki kadının imgeleleri, sanki perdede birleşiyormuş gibi görünür. Diğer bir sahnede ise Bibi Andersson ile Liv Ullmann arasında geçen bir karşılıklı konuşma iki kez tekrarlanır. İlk çekimde yalnızca Liv Ullmann'ın omuz çekimini görürüz. İkincisinde ise Bibi Andersson görülür. Olay aynı sözcüklerle iki kez anlatılır. Kurmacadaki yanılısamayı kıran tüm bu bilinçli müdahaleler, filmin izleyicisini yönetmenin göstermek istediği "gerçeklik" duygusuyla baş başa bırakır.

Meta-sinemanın modern dönemde kullanımı bakımından diğer bir önemli yönetmen ise Harun Farocki'dir. Adı, önemli Avrupalı yönetmenlerle anılan Farocki, Carl Theodore Dreyer, Robert Bresson, Jean-Luc Godard, Jean Marie Straub gibi yönetmenler ve Bert Brecht, Walter Benjamin, Alfred Sohn-Rethel and Günther Anders gibi yazarlardan etkilenmiştir. Her ne kadar çektiği filmler, avand-garde ve Yeni Alman Sineması'nın örnekleri arasında gösterilse de birçok farklı kategoride çalışmıştır. Filmleri düzenli bir anlatıya sahip değildir; düşünceler ve tartışmalar başat konumdadır, diyaloglar imgeler yoluyla kurulmaktadır.

*Filmlerinde, iş hayatı, üretim, demokrasi ve toplum gibi konuları ele alan Farocki'nin filmleri, iş hayatı, üretim ve emek gibi konuların yanı sıra "öznenin yeniden üretimi"ne odaklanan meta-sinema ile ilişkilendirmek olanaklıdır. Farocki'nin meta-sinemayla ilişkisinin en önemli nedenleri, filmlerinde objelerin ve öznelere adeta ağır çekimde (slow motion) hareket etmesi ve her çekimin kendine özgü bir değeri ve derinliğinin olmasıdır (Elsaesser, 2005).*

Yukarıda üzerinde durulan kendini yansıtma ve meta-sinema kavramlarının birbirleriyle yakın ilişki içinde olduğu görülmektedir. Modern Avrupa sinemasında her iki kavramın da ortak noktası, geleneksel anlatı yapısını kırmak, izleyicide izlediğinin kurmaca olduğu yönünde farkındalık yaratmak ve bu yolla izleyiciyi harekete geçirmektir. Ancak, kendini yansıtma ve meta-sinema arasındaki en önemli fark, meta-sinemanın yönetmenin filme kendisini yansıtmasının yanı sıra, geleneksel anlatıdan daha farklı bir üsluba sahip olmasıdır. Ancak, bu farklılığın niteliği üzerinde kesin bir uzlaşşı bulunmamaktadır. Örneğin Passolini'ye göre, meta-sinema üslubunu belirleyen unsurlar bir gerçekliğe ait arka arkaya gelen yakın ve uzak çekimlerin birlikte kullanılması ile resimsel çerçeve ile karakterler arasında kurulan ilişkidir. Farocki'nin filmlerinde ise özne ve nesnelere ağır çekimde hareket etmesi ve her çekimin kendine özgü derinliğinin olması gibi üsluba ait daha farklı özellikler bulunmaktadır. Oysa meta-sinemadan farklı olarak bir anlatıda kendini yansıtmanın varlığı farklı bir üslubun varlığına bağlı değildir; yalnızca yönetmenin kendini hissettirmesi yeterlidir. Bu bakımdan,

meta-sinemanın kendini yansıtmanın bir türü olduğunu, farklı bir ifadeyle kendini yansıtmanın meta-sinemayı da kapsayan daha geniş bir kavram olduğunu söylemek mümkündür.

#### 4. Postmodern Dönemde Kendini Yansıtma ve Meta-sinema

Klâsik dönemde daha az eleştirel olan, modern dönemde ise birçok yönetmen tarafından filmlere uygulanan ve oldukça eleştirel bir nitelik taşıyan kendini yansıtma ve meta sinema kavramları postmodern dönemde yeniden dönüşüme uğramıştır. Çünkü artık, "ideal" olan değerler ve izleyiciye gösterilmesi gereken bir "gerçek" bulunmamaktadır. Postmodernizmin düşünce ve sanat ortamında kendini yansıtma ve meta sinema kavramlarına yüklenen yeni anlamlar aşağıda ele alınmıştır.

Modern sinemadaki kendini yansıtma ile postmodern sinemada kendini yansıtma arasındaki fark, Hutcheon'dan yararlanarak açıklanabilir. Siska'nın argümanından hareketle Hutcheon, anlamın temsil edilmesini yapaylaştırma ve öz-göndergesel taktiğe dönüştüğü postmodern bağlamda çok farklı bir amaç için kullanıldığını söyler ve modern sinemada kendini yansıtma kavramını şöyle tanımlar;

*"Bu, karakter ve olaylar dizisinin bağlı olduğu neden-sonuç ilişkilerini kırma, zaman ve mekânı parçalama ya da "yabancılaşma" biçim ve bildirimleri sunma gibi anlatı teknikleri yoluyla biçimsel geçişsizlik de, ısrarlı olarak anlatıya ya da temsili şeffaflığa (diğer bir deyişle sinemanın yedi günahına) karşı duran modernist tavidir" (1989:109).*

Postmodern kendini yansıtmanın modernizme ait bu kavramı şu iki sonuç üzerinden dönüştürdüğü anlaşılmaktadır:

- Postmodernist kendini yansıtma bireyi ya da diğer bir deyişle özneyi önceleyen bir tavırdan, narsistik bir söyleme ve izleyici ile kurulacak konsensus taktiğe dönüşmektedir.

- Diğer önemli fark ise modernist kendini yansıtma henüz gerçekliğin sorunsallaşmadığı bir süreçte illüzyonu (klasik anlatıyı) kırarak gerçekliğe, gerçek dünyaya dair izleyicide farkındalık yaratma amacındaydı. Gerçeklik ile illüzyon arasındaki sınırların kalktığı postmodern süreçte ise meta anlatı yöntemleriyle "bu izlediğiniz bir filmdir"i göstermek, hem gerçeklik ve kurmaca arasındaki sorunsallaştırmakta, hem de yönetmenin bu yöntemle kurmacayı gerçeklikle destekleyerek yeni bir illüzyon yaratma şekline dönüşmektedir.

*1970ler boyunca ve 80 lerin başında, gerçeklik sorunsalının tartışılmasının önünü kapatan tahribat ile birlikte değişen kendini yansıtma stratejileri, postmodern kendini yansıtma ile ilgili eleştirel tartışmaların artmasına neden olmuştur. "Bu bağlamda, kendini yansıtma daha ziyade postmodern sanatın içine sıkıştığı, bireyin kötüye kullanıldığı (bireycilik), tekbencilik ve narsizm çıkmazını kırma-*

yışı üzerinden tanımlanmıştır” (Clavier, 2007:189).

Her ne kadar gerçeklik ile kurmaca arasındaki ayrımı bulanıklaştırırsa da postmodern kendini yansıtma tekniklerinin eleştirellikten tamamen yoksun olduğunu söylemek pek olanaklı değildir. Ancak postmodern kendini yansıtma ve bu dönemin meta anlatılarında modern dönemin keskin eleştireliliğini görmek de olanaklı değildir.

Stam kendini yansıtma kavramının postmodern halini iki farkı yönden ele almakta ve bu görüşlerinden ilkini Baudrillard’a dayanarak açıklamaktadır. “Buna göre kendini yansıtma, pastiş sanat ve simulakrlardan<sup>4</sup> oluşan ve kitle iletişim araçları tarafından temsil edilen bir dünya fikrinin yanındadır. Bu anlamda postmodern kendini yansıtma, derinliği olan hiçbir görüşü temsil edemez” (1992: xvi-xvii). Ancak, Stam’e göre, Baudrillard’ı “gösterge fetişisti” ve “göstergebilimsel idealizmin” temsilcisi olarak tanımlayan Hal Foster’ın görüşleri de önemlidir. Buradan Stam’in çıkardığı sonuç, kitle iletişim araçlarının yarattığı yanılsamaya ve simülasyon politikalarına rağmen, hala ortadan kalkmamış çeşitli alternatiflerin bulunmasıdır.

Stam’in, postmodern kendini yansıtmanın tüm eleştirel yolları kapamadığına dair görüşleri Hutcheon tarafından da paylaşılmaktadır. Hutcheon’a göre bir yapının oluşum sürecinin yalnızca öznelliğe bağlı kalınmadan aktarılması, günümüzde meta- sinemanın en önemli unsuru haline gelmiştir. Kendini yansıtmanın bu postmodern yapısında yalnızca filmin yapım sürecine dikkat çekilmektedir. Bu yönüyle postmodern sanat, sosyal, politik ve estetik bağlam içerisinde üretilmektedir. Meta-sinemanın modernizm içinde ele alınışı ise, bütün tekniklerden farklı olarak karakterler ve öykü üzerindeki nedenselliği kıran ve uzamı ve zamanı parçalayan ya da farklı bir biçime sahip olarak ifade edilebilecek anlatılardır. “Postmodern bakış açısı ise, modernist olandan daha az radikal ve ideolojik olarak daha kararsız ve tutarsızdır” (2001: 107).

Stam’in ve Hutcheon’un görüşlerinden yola çıkarak, kısmen de olsa içiçe geçen kavramlar olan postmodern kendini yansıtma ve meta-sinemanın sosyal ve politik bağlam içinde üretildiği ve modern dönem kadar keskin olmasa da sorgulayıcı bir niteliğinin bulunduğu görüşü savunulabilir. Bu durumu, aşağıda değinilen Amenabar’ın filmlerinde görmek mümkündür. Bir bakıma, kendini yansıtmanın bu yeni ifadesi, postmodernizmin tamamen anlamsızlaştırmadığı bir söylemdir. Hutcheon’a göre, postmodern kendini yansıtma,

*“Amenabar’ın örneklerinde olduğu gibi, film söyleminin estetik ve endüstriyel yapısı üzerindeki temsili ve öznelliği yeniden ele alan ve sorgulayan bir üsluba sahiptir. Onun filmlerindeki metinlerarası ve meta-sinematik gönderme-*

4 Gerçeklik olarak algılanmak isteyen görünüm (ayrıntılı bilgi için bkz. Baudrillard, 2008)



ler, özneliği ve temsili daha en başta sarsan filmsel anlatı ve algının postmodernleşmesini beraberinde getirir. Postmodern film anlamına uygundur. Amenabar, film metninin içindeki kişiselliği kırarken bir yandan da kendini yansıtmaya bağlı kalmış, aynı zamanda ticari kaygıları göz önünde bulundurmamıştır. Amenabar'ın kendini yansıtmayı genellikle O'nun "ölüm" üzerine ilgisi oluşturmaktadır ve bu durum bütün filmlerinde tekrar etmektedir ." (akt. Maule, 2008: 150-151).

"Amenabar'ın filmlerinde ölümün temsili sinemasal şiddetin işlevleri ve sonuçları üzerine de yoğunlaşmaktadır. Sinemanın yapaylığını ortaya koyma (gösterme) yoluyla kendini yansıtmaya, şiddet dâhil herşeyi önemsizleştirmekte ve böylece izleyiciler duyarsızlaştırmaktadır." (Maule, 2008: 150) Amenabar'ın filmleri, elektronik medyanın, gerçekliği algılama konusunda insanlar üzerindeki güçlü etkilerini ortaya koymaya çalışmaktadır. Amenabar'ın web sitesinin açılış sayfasında "benim filmlerim cevapların değil soruların filmi" ifadesi kullanılmaktadır. Buradan yola çıkarak, Amenabar'ın filmlerinin doğrudan kendi yapım sürecine odaklanmasalar da, sinemasal şiddet ve sinemanın da içinde bulunduğu elektronik medya içeriklerine yoğunlaşarak bir bakıma izleyicilere elektronik bir aracın (medium) karşısında oturdukları ve izlediklerinin bir anlatı olduğunu duyumsattığı ve harekete geçirmeye çalıştığı görülmektedir.

Ölümün temsiliyle çevrelenmiş görsel-işitsel bir yapıntı içinde özneyi / kendini konumlandırmak, özellikle gerçek ile temsil arasındaki çizginin neredeyse yok olduğu bir durumda oldukça zordur. Amenabar'ın filmleri sistemli olarak her yere nüfuz eden, istilacı elektronik medya ve onun gerçekliği algılamamız üzerindeki etkilerine dikkat çekerek gerçekliği deneyimlemedeki sınırlarımızı gösterir. *Tez*'deki (Tesis) kendini yansıtmaya şu çok önemli soruyu sormamızın nedeni nedir:

*"İzleyicinin görsel-işitsel medya ile yaptığı işbirliği nasıl izah edilebilir? Filmde Angela'nın pasif bir izleyiciden şiddet imgelerinin yaratılmasında aktif katılımı doğru beklenmedik dönüşümü, filmin temel sorusunun ortaya koyulmasını hazırlar: Bir izleyici izlediği filmdeki fetişizm ya da sadizme hangi noktaya kadar suç ortaklığı eder? Belki de yönetmenin amacı, izleyicinin sabrını sınamaktır"* (Maule, 2008: 152).

Berthier, *Tez* filminde, Andre Bazin'in sinemanın resim sanatıyla farklılığını vurgulayan görüşlerinden yola çıkarak perdede görülen (on-screen) ile perde dışında olan (off-screen) arasında bir ilişki bulunduğundan bahsetmektedir. Bazin'e göre resim, bir imgeyi çerçeve içine hapsederken, sinemada kullanılan imgeler, düzdeğişme yoluyla gösterilen karenin ötesine geçer. Yani, sinema, anlamı kendi sınırları dışına taşır. Amenabar, *Tez*'de, düş kırıklığının estetiğini yaratarak, daha iyi bir izleyici yaratmayı hedefler.

Amenabar'ın filmleri kendini yansıtmaya ve meta sinema kavramlarının postmodern dönemdeki eleştireliliğini göstermesi bakımından önemlidir.



Böylece, meta-sinemayı ortaya çıkaran unsur, kendini yansıtanın yanı sıra Amenabar'ın yarattığı üsluptur. Diğer bir önemli nokta ise, meta sinema kavramına yüklenen yeni anlamdır. Klâsik dönem incelenirken de belirtildiği gibi, Siska, meta sinema kavramını sadece yapım sürecini yansıtan filmler için kullanmaktadır. Oysa Amenabar'ın filmleri, elektronik medyanın etkileri üzerine yoğunlaşsalar da kendi yapım sürecini konu almamakta ve eleştirel meta sinema, tekniğini farklı bir biçimsel üslup üzerinden oluşturmaktadır.

Postmodern dönemdeki meta-anlatılarda metinlerarasılık fazlaca söz konusudur. Postmodern meta-sinema örneklerinde metinlerarasılığı incelemeyen önce bu kavramı tanımlamak yerinde olacaktır. "Bazı metinler çağdaş, ya da kendisinden önceki öteki metinlerle yakınlık, benzerlik ya da karşıtlık ilişkilerini devam ettirebilirler. Kısacası, bazı yazınsal metinler sürekli bir ilişkiyle diğer metinlerin yardımı ve etkisiyle kendini oluşturur" (Kıran ve Kıran, 2007: 359) Aslında, Amenabar'ın filmlerinde elektronik medya metinlerine yapılan göndermeler, postmodern meta-sinemanın üzerine inşa edildiği metinlerarası unsurların örnekleridir. Postmodern meta-sinemadaki metinlerarası unsurlar Amenabar'ın filmleriyle sınırlı değildir.

*Mamber, Stanley Kubrick'in The Shinning, Brian De Palma'nın Body Double, Martin Scorsese'nin King of Comedy ve Woody Allen'in The Purple Rose of Cairo filmlerini meta-anlatılar olarak ele almıştır. Bu anlatıların önemli bir özelliği, gereğinden fazla metinlerarası (intertextual overkill) olmalarıdır. Bir filmin "gereğinden fazla metinlerarası" olması, Waugh'a göre, filmin kaynağını oluşturan materyallerin tümünün yaratılan kurmacanın dışından gelmesi anlamını taşımaktadır (1991: 79).*

Mamber, metinlerarasılığın çeşitli yönlerini dört kategoride toplamıştır: "Bunlar, televizyonun anlatı içinde bulunması, müzik kullanımı, geçmişe göndermede bulunmak (film çekim süreci, eski filmler, vb.) ve yıldız oyuncuların konumunu tersine çevirmektir" (1991: 80). Özellikle, anlatı içerisinde televizyon setlerinin ya da televizyon programlarının varlığı belirgindir. Bunların etrafında dolaşan karakterlerin taklitsel işlevleri (parody functions) öne çıkar. *The Shinning*'de göndermede bulunulan çizgi filmler, diziler ve bayağı (banal) televizyon spikeri, gerçek hayattaki televizyon izleme faaliyetlerimize hem ayna tutmakta, hem de eleştirel bir biçimde yaklaşmaktadır. Benzer biçimde, *Body Double*'da porno video kullanımı ve *King of Comedy*'nin adeta bir televizyon şovu gibi başlaması, bu durumun örnekleridir.

Postmodern meta-sinema örneklerinde metinlerarasılığın bir eleştiri unsuru olarak kullanıldığı görülmektedir. Bu eleştirilerin çıkış noktası ise, yukarıda değinilen örneklerde olduğu gibi özellikle televizyon gibi farklı medya metinleriyle kurulan bağıdır. Postmodern meta-anlatılarında metinlerarası göndermelere bu denli başvurulması, aynı zamanda bu anlatıları modern dönem anlatılarından daha farklı bir noktaya yerleştirmektedir.

Televizyon kadar, anlatı boyunca açıklayıcı bir işlev görmesi bakımından müzik kullanımı da önemlidir. *Body Double*'in içinde, izleyicileri bir süre için geleneksel anlatının içinden koparan bir müzik klipi bulunmaktadır. *Purple Rose* ise, Fred Astaire'nin yazılar üzerinde şarkı söylediği bir sahneye açılmaktadır. Filmin en sonunda ise, bir sahne üzerinde Fred'in şarkı söylediği ve Mia Farrow'un canlandığı Cecilia ana karakterinin bunu izlediği görüntüler bulunmaktadır. Yıldız oyuncu anlayışının tersine çevrilmesi de gereğinden fazla metinlerarası anlatıların bir unsurudur.

*"The Shining'de, Jack Nicholson, kimsenin kaçırmak istemeyeceği türden bir erkek olduğu düşüncesiyle şarkı söylerken aslında oldukça kötü görünmektedir. Body Double'da ise, Melanie Griffith'in, Alfred Hitchcock'un filmlerinde oynayan ve değişik saç renkleri ile son moda balo kıyafetleriyle akla gelen annesi Tippi Hadren'in oynadığı rollere yakınlaştığı görülmektedir."* (Mamber, 1991: 81).

Müzik kullanımı ve yıldız oyuncu konumunu tersine çevirme gibi metinlerarası unsurlar da izleyicide farkındalık yaratma ve onları harekete geçirme amacı taşımaktadır. Ancak, genel olarak değerlendirildiğinde post-modern dönemde kendini yansıtmaya ve meta-sinema kavramları, daha önce de ifade edildiği gibi postmodern dönemin ideal bir gerçeklik anlayışını yadsıması nedeniyle modern dönemde olduğu kadar radikal ve keskin değildir.

## SONUÇ

Bugün film kuram ve eleştirilerinde kullanılan kavramların çoğu, sinemanın kendisinden önce var olan köklü sosyal bilim alanları ve felsefeden ödünç alınmıştır. Kullanılan kavramların yaratımı ya da ortaya çıkışını hazırlayan koşullar, en az kavramların kendi kadar önemlidir. Bu bağlamda kendini yansıtmaya ve meta-sinema kavramlarının Avrupa'da etkili olan modernizm ve modernist anlatılar içinden doğmuş olması, modernist biçimi benimseyen çalışmaların daha geniş bir perspektiften ele alınması gereğini ortaya koyar. Çünkü, Batı merkezci bakış açısına sahip 19. yüzyıl Batılı değişme kuramları ve büyük anlatıların doğurduğu modernleşme projesi, doğanın, dinin ve toplumun geleneksel dayatmacılığına karşı akılcı disipline dayalı ilerleme, sanayicilik, bilimsel bilgi gibi temellere dayanan kültürel bir harekettir ve her coğrafyada benzer şekilde deneyimlenmemiştir.

Diğer taraftan sinema, hangi coğrafyanın ürünü olursa olsun, çağının tanığıdır. Bugün bir dizi genç yönetmenin farklı üslup ve biçimleri denedikleri filmlerinin, popüler olanlardan farklı olarak üretildiği tarih ve zaman duygusunu alıntılıyıp olduğu gibi aktarmak yerine tam tersine bir işleyişle tarihe sisteme, nesneye ve zamana farklı bir düşünce boyutu çerçevesinde yorum kazandırmak, tartışma açmak, yeniden yaratmak ve en önemlisi izleyicisini estetize bir dil ile düşündürmek yoluyla tanıklık ettiğini görüyoruz.

---

Sonuç olarak, çalışmanın konusu olan meta-sinema ve kendini yansıtmaya kavramları zaman içinde değişen siyasi, ekonomik, toplumsal ve düşünsel dünyanın parçası olarak değişmiştir. Bu durumda yönetmenin – dünya ya da Türkiye ölçeğinde- kendi sinema dilinde yarattığı estetik tavrın kendini yansıtmaya olarak nasıl değerlendirileceği konusu da daha geniş kuramsal tartışmaların gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, filmlerin alt metinlerini doğru okumak, imgesel dillerinin kodlarını çözmek ve sadece seyirlik yanlarıyla değil düşündürdükleriyle ilgilenmek “eleştirel bakışı” cesaretlendirecek çalışmalar yapmak halen bize büyülü bir dünyanın kapılarını aralayan bu sanatın (ve ona ait eleştirilerin) gelişimine destek verecektir.

## KAYNAKÇA

- Baudrillard, Jean (2008). *Simülakrlar ve Simülasyon*. Çev. Oğuz Adanır. 4. baskı. Ankara: Doğubatu Yayınları.
- Balcı, Şeyma (2010). "Ara'nın Locasında Beyaz Olmayan Beyaz Türkler" *Karpuz Kabuğu Denize Düşünce*, Der. Seçil Bükler. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi
- Baykal, Kemal Cem (2010). "Karpuz Kabuğu Sinemaya Düşer mi?" *Karpuz Kabuğu Denize Düşünce*, Der. Seçil Bükler. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi
- Clavier, Berndt (2007). *John Barth and Postmodernism: spatiality, travel, montage*, NY: Peter Lang Publishig.
- Elsaesser, Thomas (2005). "Rene-Introduction: Harun Farocki"  
<http://www.16beavergroup.org/mtarchive/archives/>
- Fabe, Marilyn (2010). "Avrupa Sanat Filmi: Federico Fellini'nin 8½ Filmi". *Sanat Sineması Üzerine*. Çev. Merih Taşkaya. Edt. Ali Karadoğan, De ki Basım Yayın, s.194)
- Greene, Naomi (1974). "Esthetics and Politics in Cinematic Language." *SubStance*, Vol. 3, No. 9, Spring 1974. Wisconsin: University of Wisconsin Press.
- Hutcheon, Linda (2001). *The Politics of Postmodernism*. 2nd Ed. New York: Routledge Press.
- Kıran, Ayşe ve Kıran, Zeynel (2007). *Yazınsal Okuma Süreçleri*. 3. Baskı. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Kovács, Andreas Balint (2007). *Screening Modernism European Art Cinema 1950-1980*. Chicago and London: The University of Chicago Press.
- Kovács, Andreas Balint (2010) Çev. Ertan Yılmaz, *Modernizmi Seyretmek, Avrupa Sanat Sineması 1950-1980*, De ki Basım Yayın
- Kuyucak Esen, Şükran (2002). *Sinemamızda Bir "Auteur" Ömer Kavur*, İstanbul: Alfa Yayınevi.
- Kurtoğlu, Elif (2007). *Türk Filmlerinde Metasinema*, Y.L.Tezi, Homewood Public Library Film Group, "Rear Window", <http://homewoodlibrary.org/rearwindow.pda>

- Lapsey, Robert ve Westlake, Michael (1988). *Film Theory; An Introduction*, Manchester University Press
- Maule, Rosanna (2008). *Beyond Auteurism New Directions in Authorial Film Practices in France, Italy and Spain Since The 1980s*. Chicago: University of Chicago Press.
- Mamber, Stephen (1991). *In Search of Radical Metacinema. Comedy/Cinema/Theory*. ed. Andrew Horton. Berkeley and Los Angeles, California: University of California Press.
- Parker, Alan (1986). "British Cinema, A Personal View", akt. Lapsey, Robert ve Westlake, Michael (1988) *Film Theory; An Introduction*, Manchester University Press
- Saraçoğlu, Semra (2003), *Postmodern Metinlerde Kendini Yansıtma; John Fowles ve Orhan Pamuk'un Eserlerinin karşılaştırılmalı İncelenmesi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: ODTÜ.
- Sarup, Madan (2010). *Post-Yapısalcılık ve Postmodernizm*. İstanbul: Kırk Gece Yayınları.
- South American Cinema A Critical Filmography 1915-1994* (1996). ed. Timothy Barnard and Peter Rist. New York: Garland Pub.
- Stam, Robert (1992). *Reflexivity in Film and Literature From Don Quixote to Jean-Luc Godard*. New York: Columbia University Press.
- Stam, Robert, (2000). akt. Gürata, Ahmet. "Kuram ve İdeoloji, Sinema ve Kuram", der. Bükler, Seçil (2008) *Sinema, Tarih, Kuram, Eleştiri*. Ankara: Gazi Üniversitesi, İletişim Fakültesi Basımevi.
- Sözen, Mustafa (2008). "Anlatı Mesafesi, Anlatı Perspektifi Kavramları, Sinematografik Anlatı ve Örnek Çözümlemeler". Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 4, Sayı 8.
- Tuğan, Nuray Hilal (2010). "Yaşamın Kıyısında Bekle ve Umut Et." *Karpuz Kabuğu Denize Düşünce*. Der. Seçil Bükler. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi.



# Birey, Toplum ve Ekonomi Açısından Mobil Yayıncılık

*Mobile Publishing in terms of Individuals, Society and Economy*

Osman KÖROĞLU

Öğr. Gör., Fatih Üniversitesi, İstanbul MYO İktisadi ve İdari Programlar Bölümü

## Özet

*Bu makalede geniş çaplı literatür taraması yoluyla keşifsel bir araştırma yapılmış, mobil içerik kavramı, mobilliğin toplumsal etkileri ile mobil yayıncılığın etkileri de örnek olaylarla incelenmiştir. Ardından mobil iletişim donanımları (MİD) ile yapılan mobil yayıncılık pazarlamayla ilişkilendirilerek özgün Mobil İçerik ve Yayıncılıkta İzne Bağlı Bireysel Pazarlama Modeli ortaya konulmuştur.*

**Anahtar kelimeler:** mobil, içerik, yayıncılık, mobillik, izne bağlı bireysel pazarlama, model.

## Abstract

*This article presents basic information and some recent findings on usage of mobile communication devices (MİD), mobile publishing, broadcasting and marketing via an extensive literature review, explains mobile content, mobile marketing and their effects on society and individual, gives examples from case studies on mobile content value chain. And then presents an original model for Permission Based Individual Marketing in The Mobile Content and Publishing, Broadcasting, Narrowcasting.*

**Keywords :** mobile, content, publishing, broadcasting, narrowcasting, mobility, permission based individual marketing, model

## 1. GİRİŞ

Mobil içerik, mobil iletişim donanımlarında ve/veya yazılımlarında izlenmek, dinlenmek, okunmak ya da kullanılmak üzere üretilen, dönüştürülen ya da biçimlendirilen herhangi bir unsurdur. Mobil iletişim donanımı (MİD), cep telefonları ve PDA'lardır. Mobil yayıncılık, kablosuz telekomünikasyonla kamu erişimine enformasyon sunmaktır (Koroğlu, 2009: 4). MİD'leri 1995'te 91 milyon, 2009'da 4,3 milyar kişi kullanmıştır (GSMA, 2009 ve Ahonen, 30.09.09). Bir ürün veya hizmetin değeri mobillliği ile doğru oranda artar (Mcguirelaw.com, 2009). Sosyal açıdan mobil iletişimi ele alan çalışmalar azdır (Lasen, 2002: 31). İnsanlığın tamamına yakını MİD kullandığından mobil deneyim anlaşılmalıdır (Plant, 2001).

## 2. MOBİL İLETİŞİMİN BİREYSEL VE TOPLUMSAL YÖNÜ

İletişim bir gereksinimdir ve araçları topluma ve iletişim istemine göre değişir (Zeybek, 2002: 418). Alışkanlık ve ilişkiler, teknolojiye hayatta ayrılan yere göre belirlenir (Alankuş, 2003: 34). Mobil iletişim çevre, alışkanlık, iş, beklenti ve rolleri, ebeveyn ve çocuk ilişkilerini değiştiriyor, kişilerin zamanı artıyor, hayat yoğunlaşıyor, birey daha fazla faaliyete katılıyor, olaylar son anda yeniden planlanıp, düzenli ve anlık hayatlara yaşanıyor. Ancak derin düşünme azalıyor. Kamusal alanda MİD kullanımınaysa olumsuz bakılıyor (Haddon, 2000).

Fiziksel yakınlık etkileşimde önemlidir, istikrarlı yaşam alanları da gelişmiş iletişim ve işbirliği için gereklidir. Sabit telefon ilkinde gereksinimi azalttı ve belli yerlerde bulunmayı gerektirdi. MİD'se iletişimi güçlendirip uzam ve mekân kısıtlarını kaldırdı (Geser, 2005).

İlk başta internete mobil iletişimden fazla önem verilmiş, ancak sonraları konu incelenmiştir (Castells, 1996; 2004; 2006). MİD'ler, TV'lerden çoktur (Katz ve Aakhus, 2002:4). Mobil teknoloji kullanım ve kabulünde Japonya Avrupa'dan, Avrupa da ABD'den 1,5 yıl ileridir (Geser, 2005). Yaşlı, özürllü ve çocuklar bile MİD kullanır. Gelişmiş MİD'ler bilgisayarların yerine geçer (Sawhney ve Gomez, 2000). Mobil iletişim güvenlik, iş, bağlam ve konuma ilişkin bilme ve bilinme, yalnızlıktan kurtulma ve sosyal iletişimde kullanılır (Puro, 2002: 28), potansiyel iletişim ortaklarının sayısı artar, varolan ortamdaki istenmeyen iletişim ve etkileşimlerden uzaklaşılır, istenenler artar, zaman ve uzamdan olabildiğince bağımsız bağlantı sürdürülür, farklı yerde aynı zamanda bulunulabilir, zaman planlama ve içerikle değerlendirilir, kesin olmayan gündemler tekrar ayarlanıp spontane yaşanır, küçük grupların veya bireylerin işlevselliği artar, büyük sosyal çevrelerin organizesini sağlar,

kurumların çalışan ve müşterilerine yönelik kapasitelerini artırır, emniyet ve acil servisin kapasitelerini artırır, örgütler esnek zaman ve uzam kullanımına geçer, iletişimi doğrudan bireylerden başlatır, mesajların sadece istenenele iletimini sağlar (Geser, 2005).

Çalışanın özel iletişimini mobil ortama taşıdığı (Harper, 2001; Taylor ve Harper, 2001), çocukların ebeveyn kontrolünden kaçabildiği (Green, 2001; Taylor ve Harper, 2001) ve kadınların daha etkin kullandığı ortaya çıktı (Ling, 2001; Taylor ve Harper, 2001). Ses çoğunlukla yazılı iletişimin yerini aldı, mobil sesli iletişim öne çıktı. Sosyal, birliktelik ve grup uygulamaları istenildi. Mobil iletişimin kabulü başarısının ispatıdır (Deutsche Bank, 2004:26). Gelişmekte olan ülkelerde GSM kutulanmış telekom gibidir, potansiyel sorunları çözer, mobil şubesiz bankacılık gibi uygulamalar sunar (Gnanapriya ve Puneet, 2006). Bireyler MİD'leriyle kişisel bağ kurdu ve bazen takıntıyla bağlandı. MİD her yere taşınır, dışı özel işaretlerle, kapaklarla dekore edilir. Kadınlara, gençlere özel tasarımlar yapılır. Melodiler kişiselleştirilip kendini ifadeye kullanılır. Yazılı iletişimde de SMS jargonu özellikle gençlerin iletişim doğasını değiştirdi.

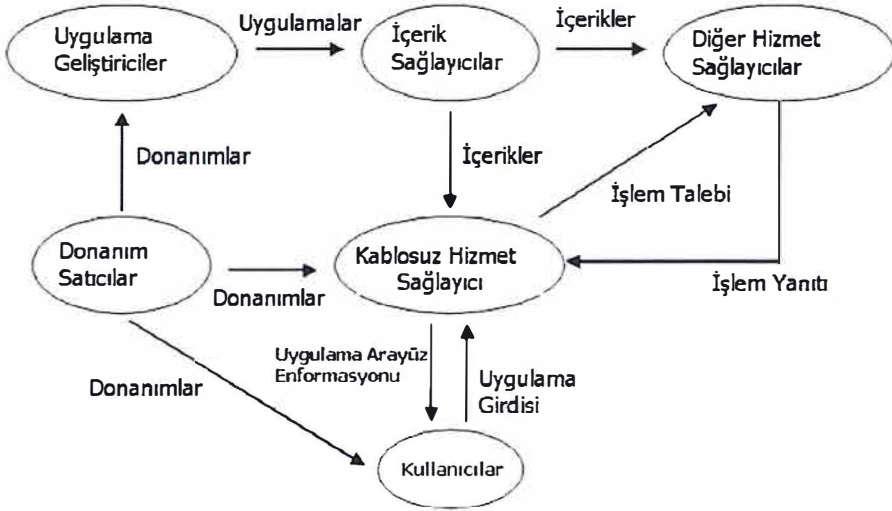
## 2.1. BİREYSEL YAYINCI VEYA MEDYA KULLANICISININ ÜRETTİĞİ İÇERİK

Mobil içerikte MİD, içerik, içeriğin keşfedilirliği ve ücret önemlidir (Jackson, 2007:20). Kullanıcının ürettiği içerik (*User generated content-UGC*) örnekleri arasında *Epinions, Facebook, TripAdvisor, Flickr, YouTube, Outloud.tv, Rever, Friends, Reunited, Wikipedia, Digg* vardır. UGC'yi kullanıcı üretip yayınlamalıdır, orijinal bir çalışma ortaya konmalı veya var olanlardan yeni bir çalışma üretilmelidir, öncelikle para kazanmak değil, bir gruba girmek, tanınmak, saygı elde etmek ve kendini ifade etmek hedeflenmelidir. UGC'de mahremiyet tartışmalıdır (Soghoian, 2008 ve Vallance, 2008). Yeni birey üretici ve tüketicidir (*pro-sumer*). Medya okuru da giderek aktifleşmekte, medya da demokratikleşmektedir (Çolakoğlu, 2007). UGC anlatım esaslıdır. Bunun zıttı geleneksel medyadır. İlki iki yönlü bir süreç, diğeri tek yönlü bir dağıtımdır. BBC, UGC'de çalışmak üzere Nisan 2005'te bir pilot ekip oluşturur. Temmuz 2005'te ekip kalıcılaştırılıp genişletilir. Bu vatandaş gazetecilerin geleneksel medyaya gelişidir. 2006'da CNN, UGC oluşturmak için iReport'u başlatır. Gelenler online galeride arşivlenir ve yayınlanabilecekler televizyondan sunulur. *Time*'ın 2006 Yılın Kişisi kapağında "Siz" yazılarak UGC işlenir (Wikipedia UGC, 2009 ve Grossman, 2006).

## 2.2. TOPLUMSAL YAŞAMDA MOBİL İŞ VE UYGULAMALARIN TÜR VE ÖZELLİKLERİ

Mobil iş, mobil ticaret (m-ticaret) süreç ve uygulamalarıdır. M-ticaret mobil ağda gerçekleşen ve parasal değer taşıyan herhangi bir işlemidir

(Tiwari ve Buse, 2007: 33). RFID, saha çözümleri ve MİD'lerde gereken veri her yer ve biçimde alınır, merkez ile bağlantı kopmadan süreç işler. 3G'yle mobil iş çözümlerinin kalite ve çeşidi artar (Çinioğlu, 2007: 21). M-ticaret'te geniş analizler yapılmıştır (Prasad ve diğerleri, 2000, Hansmann ve diğerleri, 2001). İçerik m-ticaret yaşam döngüsü Şekil 1'de görülebilir.



**Şekil 1 – İçerik alanında mobil ticaret yaşam döngüsü**  
(Varshney/Vetter, 2001).

Mobil iş çözümleri şöyle sınıflanır (Lehner ve Watson, 2001): İletişim/etkileşim, eğlence, işlemler, uzaktan kontrol ve karar destek, veri ve enformasyon erişimi, diğer. Bir diğer sınıflandırma Tablo 1'dedir.

**Tablo 1 - Kablosuz ticaret uygulamaları**  
(Kannan ve diğerleri, 2001)

	Ürünler	Hizmetler	İçerik
<b>B2C</b>	Satılma noktası, açık artırma, otomat	Etkileşimli oyun, kumar, bilet, rezervasyon, bankacılık, e-promosyon, müşteri sadakati	Ortamlararası içerik, reklam, etkileşimli sohbet.
<b>B2B</b>	Tedarik, üretim, açık artırma, takas	Müşteri destek	Reklam ve içerik

Tablo 1'e C2C de eklenebilir. Mobil iş çözümleri şuralarda kullanılır: fatura, bilgi, dağıtım, sipariş, anket, envanter, finans, pazarlama, sağlık, araç takibi (Çinioğlu, 2007: 32). Mobil ofis uygulamaları ile çalışanlar ofis dışında da verimlilik yazılımlarını kullanabilir.

### 2.3. MOBİL YAYINCILIĞIN GÜVENLİK, YASAL, SOSYAL VE KÜLTÜREL ETKİLERİ

MİD düşük maliyetli ve kişiseldir. ABD'de çocukların yüzde 50'sinin MİD'i vardır (Point.com, 2006). Birçok evde sabit telefonun yerini MİD aldı (ITV News, 2007). En yaygın veri hizmeti SMS'tir. 2006'da, 1.8 milyar kişi 80 milyar USD'lik SMS kullandı (Ahonen, 2007c). Mobil Internet'le ilk Japonya, Güney Kore, Çin ve Hindistan'da e-postaya erişilir. Avrupa'da, Internet erişiminin yüzde 30-40'ı MİD'lidir. MİD'ler moda unsurudur. Sahibini yansıtır. Küçük, şık ve yüksek özellikliler beğenilir (Tufan, 2007 ve Çelik, 2007). Mobil iletişim, bağları güçlendirir ama bireyi yalnızlaştırır. Anında iletişim, farklı sosyalleşme fırsatlarından soyutlar. Mobil teknolojilerin kabulünde, iş ve özel yaşamı dengeleme isteği, işgücünün hareketlenip sanallaşması, dış kaynak kullanımı ve kıtalararası işgücü transferleri de rol oynar (Luukka, 2007). Mobil iletişim STK ve politikacılarca üye ve sempatican örgütlenmesinde de kullanılır (Koroğlu, 10.10.08).

Mobil iletişimde davranış kuralları önemlidir. Cenaze ve düğünde, tuvalette, sinema ve tiyatrodaki yüksek sesli görüşmeler bazılarını rahatsız eder. Kitapçı, kütüphane, bekleme salonu, ibadethane ve muayenehanelerde MİD yasaklanır veya engellenir (Richtel, 2007). ABD ve Avrupa'da bazı trenlerde MİD kullanımı yasaktır. İngiltere'de benzin istasyonlarında MİD'ler kapatılır. ABD'de okulların çoğunda MİD yasaktır. İngiltere'de sınavda telefon bulunduran sınıfta kalabilir (BBC News, 2005). Finlandiya ve Japonya'da felaketler MİD'le duyurulur. Acil yardım ekipleri zor durumdakileri MİD sinyallerinden bulur. Doğa sporcularına MİD bulundurmaları tavsiye edilir. ABD'de kayıp bildirimleri SMS'le alınabilir. Arabada MİD kullanımı yaygın ama tartışmalıdır. Dışarı ses vererek veya kulaklıkla konuşulması durumunda bile kaza oranları yüksektir (McEvoy, Stevenson ve diğerleri, 2005). Konuşma dikkat dağıtıp yol hâkimiyetini etkiler (APA Online, 01.02.06). Yolcularsa konuşmayı trafiğe göre ayarlayıp tehlikelere dikkat ederler. MİD'le gecikme bildirilince araç daha sakin kullanılır (Crundall, Bains ve diğerleri, 2005).

Mobil haber yaygınlaşıyor, MİD'ler gazeteciliği kolaylaştırıyor. Yayıncılar bu alana giriyor (Yahoo, 2009), iş arama ve kariyer hizmetleri sunuluyor (Monster UK, 2008). Yakınsama, enformasyonun fark edilmeksizin bir aletten diğerine farklı kanallardan, taşıyıcılardan, biçimlerden ve teknolojilerden bağımsız akmasıdır (Chesnais, 2007). Internet, MİD ve TV yakınsıyor. TV, MİD ve internetten izleniyor, TV'den internet ve farklı etki-



leşimli hizmetlere erişiliyor, MİD ile video ve resim çekip bloglardan film yayınlanıyor, arabalarda sayısal haritalardan yön bulunuyor, araç acil yardım çağırısı iletebiliyor.

Mobil deneyim yayıncıların gündemindedir (Pawlowski, 2007). Mobil deneyim ilk başta ses ve metinle sınırlıydı, artık zenginleşiyor ve gelişiyor. MİD, güvenlik, organizasyon ve üretkenlikle değerlidir (Mourik, 2003), sayısal bölünmeyi azaltır. Güvenlik ve huzur, rahat erişim, sosyal ağlar, mahremiyetin artması, suçlar, derslere zarar verme ve dikkat dağıtma, iş ve özel hayatın bulanıklaşması, hırsızlık ve ses kirliliği, sağlık riskleri, sahte güvenlik hissi hassas konulardır.

Mobil ileti kültürü yeni kullanım ve gelişmiş haberleşme biçimleri üretir (Goggin, 2004; Katz ve Aakhus, 2002; Brown, Green ve Harper, 2001; Plant, 2001). Çağdaş sesli ortamlar, eskiden sessiz kamusal alanlardır. MİD'ler moda ve statü sembolü olduğu gibi, 9/11 olaylarında yakınlar da aranır (Galvin, 2003). Semiyotik sistemlerin yeni üyesi SMS'ten her gün milyonlarca gönderilir. "Metin mesajı bir kazaydı. Kimse ummuyordu. 1993te Nokia'da çalışan bir mühendislik öğrencisi olan Riku Pihkonen tarafından ilk SMS gönderildiğinde, Telko şirketi önem vermedi. SMS, GSM'in önemli bir parçası sayılmadı. Birçok teknoloji gibi, SMS'in gücü de —aslında, telefonun gücü— kullanıcılar tarafından bulundu. SMS mesajlaşmasında, kullanıcıların genç, zengin, fakir, Doğu'dan/Batı'dan olması farketmez." (Ağar, 2003: 105). 90'larda mobil internet düşünülür ve WAP geliştirilir. SMS ucuzdur, birebir veya bire-çok iletişim sunar, istendiğinde okunur ve bir gençlik alt kültürü oluşur. Sıkıştırılmış mesajlar çekicidir (Butcher ve Thomas, 2003). Modern kültürü tartışmak için her zaman çok erken ve çok geçtir (Morris, 1998). Yine de mobil metin mesajlaşmasının metinselliği analiz edilebilir. Mobil metin büyük bir sıkıştırma ve açık uçlulukla, köklü bir parçalanma ve tahmin edilemez bir seri metin okumayla ilişkilidir (Barthes, 1974). Yeni iletişim güürültüleri, lineer iletişim modeli kuramcılarını rahatsız edecek biçimde çöktür. SMS'le bildirilir, kutlanır, flört, terk, tehdit edilir ve kovulur (Ronell, 1989).

MİD'lerin yüzde 30'u her yıl kaybolmakta, kaybolan her PDA'in bedeli, bilgilerle 2 bin 500 USD. Her 10 kullanıcıdan 8'i *spam* (istermeyen posta) SMS almakta. ABD'de spam SMS 2008'de 5 milyondur. Hindistan'da SMS'lerin yüzde 30'u spamdir. 2009'da MİD'lere 1000 virüs yazılır. MİD virüsleri internete uzaktan erişebilir, ücretli SMS yollayabilir, telefonu kilitleyebilir, diğer virüsleri taşıyabilir, bilgileri silebilir, çalabilir, bilgisayara bulaşıp çoğalabilir (Uysaler, 2009).

Sayısal içeriği korsanlıktan korumak, fikrî mülkiyeti korumak ve sayısal içerik kullanımını özendirmek dengesi tartışmalıdır. Mobil içerikler basit ve ucuzken korsanlık azdı. Gelişmiş mobil içerikler durumu değiştirdi. Mobil veri tarifelerinin yüksekliği kullanıcıları sınırlıyor (Budden, 2003).

Web siteleri lisanssız içerik satıyor. Yasal telif altyapısı çoğu ülkede yok (BBC News, 2004). Müzik korsanlığını engellemek maliyetlidir (Burt, 2004). Sayısal hakların yönetimi (*Digital Rights Management-DRM*) sayısal içeriklerde koruma ve kullanma yönetimidir. Mobil DRM geliştirilmekteyse de (Butcher, 2004) müzik şirketleri maliyet sonuçla örtüşmediğinden DRM'i kaldırır (Holahan, 04.01.08). Burada "bedava kültürü" kavramı önemlidir (Lessig, 2004).

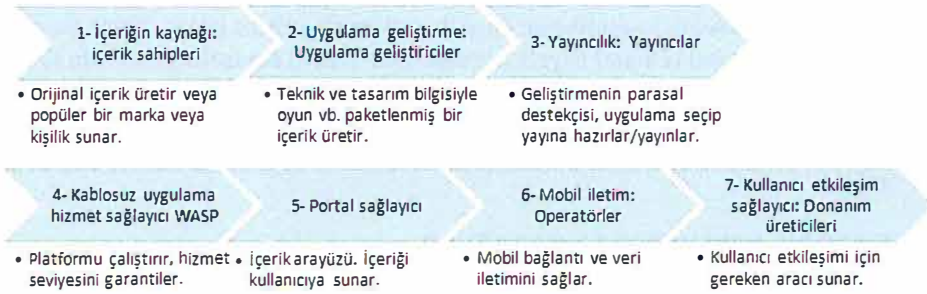
### 3. MOBİL YAYINCILIKTA TARAFILAR

Ekonomik değeri aktarımı süreçleri, bir ürünü veya hizmeti biçimlendiren ya da değeri katan faaliyetlerle, "değeri zinciri"yle tanımlanır (Devine ve Holmqvist, 2001: 12). Mobil yayıncılıkta taraflar şunlardır: Abone hizmetin kullanıcısıdır. Mobil operatör altyapı, faturalama sunar. Hizmet sağlayıcı eğlence hizmetleri sunar. Yayıncı, uygulama ve içeriği seçer, uygulama geliştiricilere kaynaklık eder. İçerik sağlayıcı ve içerik sahibi markalar ve/veya kullanıcılardır. Uygulama geliştirici yazılım ve grafik gibi uygulamaları geliştirir. Teknoloji çözümleri satıcıları yazılım platformu ve üretim araçları sunar. Kablosuz iletişim firmaları donanım üreticisi, yazılım üreticisi, ağ operatörü ile içerik ve hizmet sağlayıcı, ağ sunucu, hizmet sunucu ve sanal ağ operatörüdür (MVNO) (Koroğlu, 2002: 47). Zincirdekiler sıkça birden çok rol üstlenir.



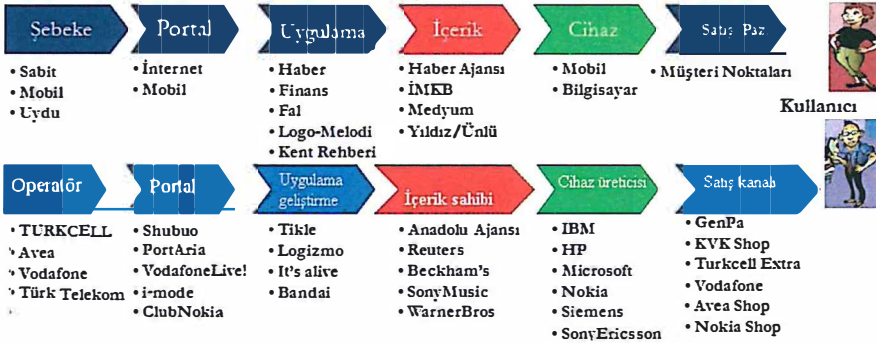
**Şekil 2 - Mobil içerik değeri aktarımının temel bölümleri**

(Wang 2006)



**Şekil 3 - Mobil içerik değer aktarımı detaylı işlevler**

Mobil içerik değer zinciri uzun ve karmaşıktır, farklı içeriklerde çeşitlenir, farklı değer zincirlerini bir araya getirir (Zeman, 2008). MİD içeriğe erişimi belirler (Köroğlu, 2006). Operatör ve donanım üreticileri teknik odaklıdır. Yayıncılarsa pazarın duyarlılıklarını anlayabilir. Tarafların çıkarları sıklıkla çatışır.



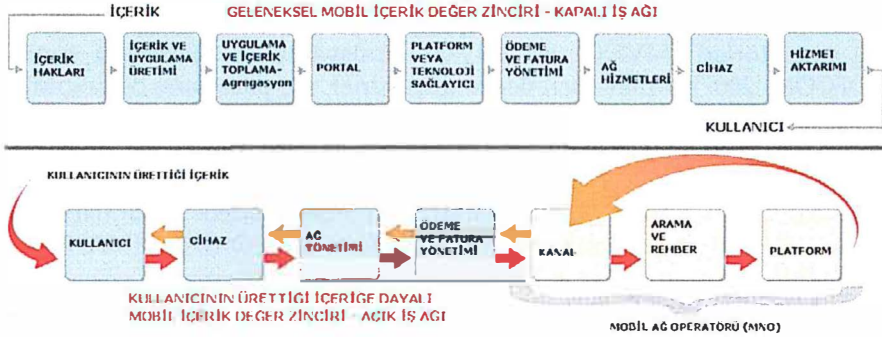
**Şekil 4 - Mobil içerik değer aktarımı**  
(Polat, 2007)

Değer zincirindekiler iş modelleriyle bir araya gelebilir (OECD.org, 2004c). İçeriği kullanıcı, sanatçı veya geliştirici oluşturur. Yayıncı veya stüdyo pazarlayıp yayıncılar. Ardından agregatör veya operatöre gidilir. Bluetooth ve gömülü sistemler de alternatif kanallardır.

### 3.1. ÜRETİCİLER

Bunlar içerik ve yayın sahipleri, geliştiren ve dönüştürenler ile MİD üreticileridir. İçerik sahipleri kurumsal veya bireyseldir, orijinal üretici veya mobile uyarlayanlardır. Pazarlama ve kabul görmede içerik sahibi operatörle anlaşır kendini ispatlar. İçerikle ilgili rakamsal ispat, uygulama veya deneme gerekir. Pazarlama ve gelir modelini yerleştirenler başarılı olabilir.

Benzer projeli rakiplerden maddi desteği ilk elde eden başarılı olur (Jaokar ve Fish, 2006: 175-177). Kurumsal içerik sahipleri yayıncılarla çalışır, reklam ve PR amaçlar, doğrudan veya dolaylı kâr hedefler. Bireysel içerik sahipleri ise başarı, tanınma ve tatmin hedefler.

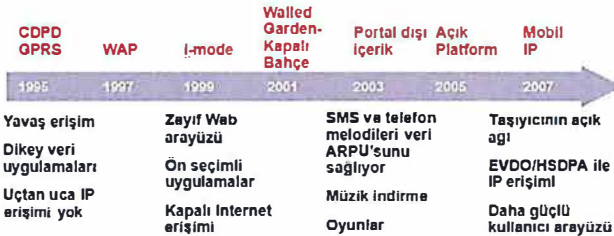


**Şekil 5 - Geleneksel ve kullanıcı mobil içerik iş ağları**  
(Interactingcorp, 2006)

Gelişmiş MİD, mobil içerik tüketimini kolaylaştırır, artırır (Deloitte&Touche, 2004), gelişmiş kontrol sunar (Costikyan, 2004). Mobil içerik farklı MİD'lere uyarlanır (Ollila ve diğerleri, 2003: 41).

### 3.2. HİZMET SAĞLAYICILAR

Hizmet sağlayıcılar, mobil hizmet ve uygulama geliştiriciler, altyapı işletmecileri ve reklam ve pazarlama işletmeleridir. MİD yazılımlarının geliştirilmesiyle, farklı altyapılarda içerik aktarımında görev alırlar. Mobil operatörler, kablosuz taşıyıcı veya hücresel iletişim şirkettir (Wikipedia Mobile network operator, 2009). Dünyada 800 mobil operatör vardır (GSMA, 2009b).



**Şekil 6 - Yıllara göre teknoloji ve mobil içerik gelişimi**  
(Chauffard, 2007)



Herkese yararlı sistemler de olasıdır (Wikipedia iMode, 2009) ama operatörler mobil içeriğin kullanımını yavaşlatır (Wikipedia Walled Garden, 2009). Mobil operatörler devlet lisansı ile altyapı kurar. Mobil yayıncılıkta taşıyıcı olarak görülür ama bunu benimsemezler. "Tekel"den donanım, yazılım ve içerik pazarını yönlendirirler. Sadece taşıyıcı "dumb pipe" olmak istemezler. Mobil pazarlamada tekeldirler, büyük hacimli işlere izin verirler, geri dönüş de çoğunlukla sadece operatöre yarar (Erden, 2007). Mobil sanal ağ operatörleri (MVNO) ise, altyapı kiralarak şu hizmetleri sunarlar (OFCOM, 2007): Arama ücretlerini düşürürler, niş pazarlara, demografilere odaklanırlar, reklamlı ses ve veri hizmetleri sunarlar. Türkiye'de 2009'da Avea ile kurulan Fenercell ve GS Mobile MVNO'dur. Sanal operatörler 400'ün üstündedir (Wikipedia MVNO, 2009). Mobil reklamcılık özel MİD siteleri, arama motoru pazarlaması, bannerlar, video reklamları, SMS, m-ticaret, Bluetooth pazarlama uygulamalarını da içerir (IAB-MMA, 2007: 4).

### 3.3. KULLANICILAR

Medya ve mobil içerik kullanıcıları birey veya kurumdur. Mobil kullanıcı profilleriyle mobil içerik pazarı modellenir. Benzer hizmetler farklı pazarlarda ilgi çeker (McAteer, 2007: 15). Teknoloji kullanıcıları sayısal göçebeler veya doğuştan sayısallardır (Aksu, 2007). Sayısal göçebeler analog teknolojileri bilirken, diğerleri baba kucağında veya ilköğretimde bilgisayarla tanışır. Mobil içeriklere eğlence amaçlı kullanımla başlanıp bankacılık gibi gelişmiş olanlara geçilir (Devine ve Holmqvist, 2001: 46). MİD kullanıcıları yenilik, inovasyon, duygu, paranın değeri, kolay kullanım, rasyonellik ve yarardan etkilenir (Koroğlu, 2009). Kullanıcılar, MİD'leri "teknolojik gereklilik", "popüleriteden ve gündemden geri kalmamak", "gösteriş" ve "işlevler" açısından önemser. Mobil pazarlama konusundaysa "eğlence", "hareket", "kontör hediyesi" düşünceleri etkindir (Aerodeon, 2005). Kurumsal kullanıcıların bireysellerden farkları, iş yerlerinden MİD verilmesi, erişip kullandıkları mobil içeriklerin iş amaçlı anlık erişim gerektirmesidir.

## 4. MOBİL YAYINCILIKTA BAŞLICA GELİR ELDE ETME YÖNTEMLERİ

Ses dışı tüm mobil içerik gelirleri 2008'de 200 milyar USD'nin üstündedir (Cellular News, 2008). Mobil içerik iş geliştirme veya kurumun diğer işlevleri için de kullanılır (Devine ve Holmqvist, 2001: 54). Mobil içerik erişiminde "kapalı bahçe"yle operatör içerik erişimini kontrol eder veya kullanıcı istediği yerden içerik sağlar ya da "yarı kapalı bahçe"yle kullanıcı hem operatör içeriklerine hem de başkalarına erişebilir (Koroğlu, 2006).



**Tablo 2 - Ödeme, gelir, zaman kullanımı ve medya**  
(Steinbock, 2005:138'den uyarlama)

<b>KULLANICI</b>	<b>GEREK SINİM</b>
Teknoloji tahmin edilemez ve basat	Standartlar ve fark edilemezlik.
İçerik tekrar kullanılmış ya da ham.	Çeşitlilik ve canlılık.
Maliyet yüksek.	İlmlilik ve kesin modeller.
<b>İÇERİK ÜRETİCİ</b>	<b>GEREK SINİM</b>
Teknoloji tahmin edilemez.	Standartlar.
İçerik tekrar kullanılmış ya da ham.	Profilleme, hedefleme.
Gelirler düşük ve tahmin edilemez.	İstikrar, düzenlilik.

Mobil içerikte kullanıcılar ağı kullanmak ve içerik için iki ayrı fiyat öder. Başarı, gelir modelinin hizmetle ilgili kullanıcı algısıyla uyumuna bağlıdır (Köroğlu, 2002: 99-102). İçerik sağlayıcılar kâr için kullanıcı başına ağ kullanım ücretlerini paylaşır, izlediği kadar ödetir, içeriği lisanslar, reklam kullanır, kullanıcı bilgileri karşılığı reklamcılardan para alır. Kullanıcı içeriğe mobil gereksinirse ve bedava ulaşamazsa ufak bir fiyat önemli görülmez. Mobil pazarlama, az maliyetli ve kesin ölçümleme sunar, çift taraflı iletişim sağlar, kolay uygulanır (Tetik, 2007). Farklı pazarlama kurguları şunlardır: Parola ve bazı kişisel bilgilerin SMS'le gönderilip kontör veya SMS kazanılması, oylama, soru, anketin izleyici katılımında kullanımı, WAP'tan abonelik, ücretsiz reklamlı içerik ve oyun, doğrudan reklam, SMS/MMS'le gelen barkodun bilet yerine kullanılması, konuma bağlı hizmetlerle indirim kuponu sunulması, mobil aramada ilgili ürün veya hizmetin reklamının çıkması. E-postada geri dönüş yüzde 2, SMS'te genelde yüzde 10-15, bazen yüzde 50'dir (a.g.e.). Gelir modellerinden sadece birisi yetmez (Fitchard, 2007). Diğer mobil içerik gelir modelleri şunlardır (Ebstrategy, 2008b): Kullandıkça öde, aylık abonelik, gelir paylaşımı, anlık fiyatlandırma, içerik lisanslama, değer tabanlı fiyatlandırma. Mobil portallar içinse erişim, reklam-sponsorluk, abonelik, satın alma, mikro ödeme gelirlerdir (Ebstrategy, 2008c). ABD'de mikro ödemenin yaygınlaştığı ilk TV programı American Idol (American Idol, 2009). İzleyenler, normal SMS'ten yüksek fiyatlı mobil oy kullanır. Mobil donanımlar anahtar, bilet, kredi kartı, ATM ve üyelik kartı, parkmetre, otomat ve mobil kupon ödemesi için de kullanılabilir (Articlepool.com, 2006).

Ücretsiz mobil içeriği, reklamveren, sponsor veya kampanya düzenleyen karşılar. Mobil sitelerin yüzde 29'u reklam için kullanıcı profili tutmaktadır (Karpinski, 2008). MİD'de reklam istenmektedir (Smith, 2006). Mobil içeriklere gerçekten gereksinim duyulmadığından pazarlama unsuruna tolerans gösterilir. Reklamcılıkta coğrafi hedefleme (*geo-targeting*), belli aralıkta gösterim (*day-parting*), profile, günün saatlerine, arama geçmişine, davranışa göre hedefleme yapan sistemler vardır. Google ve MSN 2007'de mobil reklam hizmeti sundu (Malykhina, 2008). ABD'de Sprint Nextel aboneleri Aralık

2006'da ücretsiz, reklamlı mobil TV izlemeye başladı (Smith, 2006b). Kullanıcılar günün ortalama 18 saati diğer mecralara değil de MİD'e erişir (Kaplan, 2008). *PQ Media*'ya göre 1975'te bir Amerikalı için 8 farklı haber ve eğlence medya platformu varken, 2006'da bu rakam 21'e çıkar. Mobil reklamlar ağırlıklı iletişim ve donanım firmaları, medya şirketleri ile film ve sanatçılar, içecek, spor, otomobil markaları ve hızlı hizmet restoranlarını içerir. Mobil reklamlarda yüzde 70 metin, yüzde 36 banner kullanılır (Adage, 2008). Mobil sosyal topluluklar reklamcılara viral pazarlamaya uygun kullanıcılar sunar. Haziran 2006-Ocak 2007 arasında *AdMob*'un sunduğu bir milyar mobil reklamda topluluk içerik yayıncıları yüzde 45, dosya indirme yüzde 44, portallar yüzde 8, eğlence yüzde 2, haber ve enformasyon yüzde 1'lik paya sahiptir (Mobile Europe, 2007).

## 5. MOBİL YAYINCILIKTA DEĞER AKTARIMI VE ÖRNEK OLAYLAR

### 5.1. YAYINCILAR VE İÇERİK SAHİPLERİ

**Fox:** TV ve medya ağı Fox, dizi ve programlarını MİD'den izlenecek biçimde sunar (Wikipedia Mobisode, 2009). MySpace kullanıcılara açılır. Fox programları ücretsiz, reklamlı veya abonelikli sunar. Karşılaşma sonuçları, ücretsiz veya reklam destekli sunulur.

**Pozitron Mobil Akşam:** 2006'da Akşam gazetesi mobil sürüm yayınlamak ister (Pozitron, 2007). Mobil Akşam uygulaması zengin, dinamik görsel içerik sağlar. Uygulama mobil internetten eriştiği içeriği MİD'e indirir, çevrimdışı da kullanılır. Sayfaya ve kişiye göre reklamlar değişir.

**GeekTV:** Geek TV bir saatlik döngülerle yayınlanan bir akan video kanalıdır. İçerik haftalıktır. Videolardaki linklerle istenen şey satın alınabilir. İçeriğin yüzde 20'si UGC'dir. Operatör 3'nin mobil video içerikleri arasında MTV ve FHM'i geçerek ikinci olur (Pearce, 2007).

**CNN Mobile:** Şubat 1999'da kurulur. SMS ilgi görür ama WAP görmez. 2004'te erişim 300 milyonu aşar (Steinbock, 2005:144-145). 2007'de yeniden geliştirilir ve reklam destekli olur (Walsh, 2008). Son dakika, SMS ikazları ve son 14 günün haberleri görülebilir. "*In the Field*" blogundan muhabirlerin katkılarına ve saat başı mobile özel "*World News Now*" videosuna erişilir.

**NBC ve The Apprentice:** Programda Donald Trump, katılımcılara çalışmanı olma fırsatı sunar. İzleyicilere Trump'ın kararını etkileme şansı vermek istenir. Kimin kovulmasını istediklerini SMS veya çevrimiçi oylayanlar 10 bin USD kazanabilir. Programın sonuna doğru, oyların sonucu yayınlanır ve şanslı izleyici duyurulur (Motricity.com, 2007).

**Wap.gr:** 1997'de kurulur. Yunanistan'daki ilk WAP şirkettir. WAP ve SMS'le e-posta, harita, kitap (ayraç koyabilme), yemek tarifleri, chat, haber,

sözlük, ilk yardım bilgisi, anket, fıkra, m-ticaret sunulur. 2001'de hizmetlerini durdurur. Başarısızlık sebepleri MİD ve bağlantının yüksek bedeli, GPRS'in kullanıcıları bekletmesi, MİD ve WAP sitelerinin kullanıcı dostu olmayışı, farklı MİD'ler için standart altyapının olmayışı ve ar-ge'nin kaynakları tüketmesi, WAP destekli MİD'lerin satılmayışı, Yunanistan'ın yıllık gelir oranlarının düşük, teknoloji maliyetlerinin yüksekliği, elde edilecek kârın düşmesi, firmaların kullanıcılara bedava ürün veya hizmet verip ileride ücretlendirme anlayışıdır (Shahin v.d., 2003: 26).

**Kauppalehti:** 1898'da kurulan gazete Finlandiya'da iş dünyasına seslenir. Mobil hizmetleri SMS, WAP ve PDA'i içerir. Superdesk haber grubu, çevrimiçi, mobil ve TV içeriği sunar. WAP 1999'da başlar. İş modeli abonelik, içerik fiyatlandırma ve gelir paylaşımıdır. Haber yanında portföy hizmetleri de sunulur. WAP'la ilgili iç ekipler eğitilip kullanılır. Mobil hizmetler kendi giderlerini karşılar. Yüksek bedeller ve WAP'ın teknolojik imajı yüzünden kullanıcı sayısı umulan kadar olmaz. Standartlarda operatör ve donanım üreticileri belirleyici olduğundan içerik kullanımında sorun yaşanır. Kullanıcı, operatörün değil içerik üretenin müşterisi olmalıdır (Shahin v.d., , 2003: 28-32).

**Pitch:** Mobil reklam firması Pitch, Temmuz 2006'da, günde üç SMS reklamı almayı kabul edenlere ücretsiz oyun, melodi ve resim sunar (Newsweaver.co.uk, 25.07.06). Uygulamaya SMS ve WAP'tan erişilir. Yaş, cinsiyet, müzik, film, oyun, moda, yaşam tarzı ve spor alanlarında dokuz soruyu yanıtlayanlar profillenir. Uygulama *pitch.mobi* adresli mobil sosyal siteyle UGC alanında genişletilir ve içerik paylaşma ile arunda mesajlaşma sunulur (Mobile Europe, 23.03.07).

## 5.2. MOBİL ALTYAPI İŞLETMECİLERİ

**3 UK:** 3, Nisan 2007'de sabit tarifeye sınırsız mobil internet erişimi sunan ilk operatördür (Pinkerfield, 2007). Tarifenin internette ücretsiz gezinti için reklamlı içerik sunulmasını destekleyeceği düşünülür (3g.co.uk, 2007). Video önce ve sonrasında reklam yayınlanır. Haber, iletişim, paylaşım ve eğlence alternatiflerinin toplandığı ve çoğu reklamla desteklenen Planet 3'deki içerik sağlayıcılardan *ITN On* bu hizmette yeni içerikler sunar (Three.co.uk, 2008). Reklamların kullanıcılara zorla izlettirilemeyeceği anlaşılınca dikkat çekmek düşünülür. Bunun için *X-Series* donanımlarıyla (Nokia N73 ve Sony Ericsson W950), *Skype*, *Microsoft Messenger*, *Ebay*, sınırsız internet erişimi, *Google*, *Yahoo Go* hizmetleri, *Sling TV* erişimi, evdeki PC'ye erişmek için *Orb* yazılımı verilir (Weber, 2006). Dakika, mesaj, veri ölçülmez. Abonelikle aylık ücret ödenir.

**Blyk:** Blyk, Ocak 2006'da kurulur. 16-24 yaş arasına ücretsiz konuşma ve SMS verip reklamla gelir elde eden bir MVNO'dur (About.blyk.com, 2007; Fowler ve Parrott, 2007). Blyk reklamcılara marka bilinirliği, ilişki ve satış fir-

satı sunar. Bunu da 16-24 yaş arası tüketici alışkanlığı olan mesaja karşılık vermeye kurular. Aylık ücretsiz hakları bitenler daha fazlasını parayla alabilir. Abonelik ya bir Blyk kullanıcısının davetiyle veya bir festival, konser, üniversitede Blyk temsilcileri yoluyla. Abonelik sözleşmesizdir. 45 reklamveren arasında *Sony Ericsson, SonyBMG, Ford, Adidas, Mastercard, Buena Vista, Coca-Cola* vardır. Aboneler günde altı pazarlama mesajı karşılığı ayda 217 ücretsiz SMS kullanır ve 43 dakika ücretsiz konuşur. Bu hizmete karşılık hobileri ve alışkanlıkları ile ilgili bir formu yanıtlarlar. Blyk SMS, MMS, resim, animasyon ve video reklamları destekler (Morrison, 2008). Mayıs 2009'da İngiltere dışında son kullanıcı MVNO'su olarak değil, operatörlerle çalışılacağı duyurulur. 200 bin aboneli Blyk 2600 mobil reklam kampanyası yürütür. Öğrenilenler: mobil reklamda mesajlaşma çok iyi bir modeldir, uygun reklamlar yüksek yanıt oranları ve müşteri memnuniyeti sağlar ve reklamcılar bu modelin marka inşası ve doğrudan pazarlama amaçlı kullanımına ilgilidir (Mobiadnews, 27.07.09).

**Virgin:** Operatör Virgin, *Sugar Mama* ile abonelere internette 45 saniyelik reklam karşılığı bir dakika ücretsiz konuşma hakkı verir. Çevrimiçi soru formunu doldurmak için beş dakika harcayanlar beş dakika daha fazla ücretsiz konuşur. Verilen ücretsiz dakikalar on milyonu geçer (Kunt, 2008:28). 2007 *VFestival'*deki *BITES* uygulaması da ücretsiz içerik yöntemine örnektir (Qwikker.com, 2007).

**NTT DoCoMo:** Operatör *i-Mode* içerik sistemindeki gelirlerin yüzde 10'unu alır, içerik sağlayıcıları deneme, yatırım ve pazarlamada cesaretlendirir ve yeni işlerin ortaya çıkmasını sağlar (Athens University, 2008).

**Vodafone:** Vodafone ve Yahoo, mobil kişiye özel reklam için anlaşır, aboneye yakınındaki şirketlerin reklamları gönderilir, indirim uygulanır (Andaç, 2006). İngiltere'deki sistemde reklamlar banner ve video klipleridir. İsteyenlere tarife, mobil TV, oyun veya mesajlaşma hizmetlerinde indirimler yapılır. Vodafone İtalya *FreeVideo*'yla 29 milyon abonesine reklam izletip ücretsiz haber, spor, komedi ve müzik klipleri sağlar (Fiercewireless.com, 2008c).

**Turkcell:** Aranılan kişinin telefonu açması beklenirken arayana çalma sesi yerine pazarlama içeriği dinletilen *Tonlakazan* 2009'da GSMA En İyi *Mobil Reklam Hizmeti* ödülünü alır. Abone arayanların duyacağı pazarlama içeriğini seçer, mesajı dinleyenlerden puan kazanır, bu puanları sesli arama veya başka hizmetleri satın almada kullanır. Arayıcının profili bilinir, güncellenir ve uygun reklam dinletilir. İlk reklamverenler *Warner Bros, Coca Cola, Cafe Crown, P&G, BurgerKing, Turkcell, Total, Vivident, Mentos* ve *Yapı Kredi*'dir (Tonlakazan Blog, 2009).



### 5.3. ÖRNEK OLAYLARIN DEĞERLENDİRMESİ

Mobil yayıncılıkta tek bir modelle başarılı olunmaz. Ama öne çıkma olasılığı yüksek olan gösterilebilir. İnternet haberleri reklam ile bedavadır. Bu haberin ücretsiz edinileceği beklentisini doğurmuştur. Mobil ortamdaysa fiyatlar olumsuz ve içeriğin çekiciliği azdır. Kullanıcı açısından bedel yüksektir. Bu yüzden mobil gelirlerin çoğu sesten kazanılır. Tablo 3 tarafların düşüncelerini gösterir. İçerik yenilikçi, çekici, kullanışlı ve makul ücretliyse kullanıcılar tercih eder (Gerpott, Rams ve Schindler, 2001). 4G'nin yaygınlaşmasına kadar mobil içerik hizmetleri mobil pazarda önemsiz kalabilir (Odlyzko, 2001).

**Tablo 3 - Mobil haber odak alanları**  
(Shahin ve diğerlerinden uyarlama, 2003: 38)

<b>KULLANICI</b>	<b>GEREKSİNİM</b>
Teknoloji tahmin edilemez ve başat	Standartlar ve fark edilemezlik
İçerik tekrar kullanılmış ya da ham	Çeşitlilik ve canlılık
Maliyet yüksek	İlimlilik ve kesin modeller
<b>İÇERİK ÜRETİCİ</b>	<b>GEREKSİNİM</b>
Teknoloji tahmin edilemez	Standartlar
İçerik tekrar kullanılmış ya da ham	Profilleme, hedefleme
Gelir düşük ve tahmin edilemez	İstikrar, düzenlilik

## 6. MOBİL PAZARLAMA

Mobil pazarlamada, reklamlar MİD'e iletilir, ürün ve hizmet sattırmak veya marka bilinci hedeflenir (Yunos ve Gao, 2002: 2). Reklamcılıkta bilgisayar ve MİD'ler tüketici etkileşimliliğini artırır (İşgüder, 2007: 20). Mobil iletişim en üst seviyede kişiseldir, hedefleme ve ölçümlemede idealdir. Donanımlar sürekli kullanıcıyadır. Reklam her yer ve zamanda sunulur. MİD bazı ülkelerde yüzde 90 sahiplikle mecra erişiminde benzersizdir. TV reklamı o esnada seyredenlere, mobil reklam ise hedeflenen bireye ulaşır. Etkileşimlilik internette yoğunudur. Satın alma ve ölçümleme internetteki benzerdir. Bannerlar bin gösterim başına (CPM) veya tıklama başına (CPC) fiyatlanır. Hedeflemeye göre fiyat değişir. Tıklama oranları internette ortalama 15 kat yüksektir (IAB-MMA, 2007: 6). 2007'de mobil reklamlara 871 milyon USD harcanır. Mobil kullanıcı, reklamverenler için bilgisayar kullanıcılarından daha değerlidir (Kunt, 2008: 28 ve GSMA, 2009). Mobil iletişim geleceğin en önemli pazarlama ortamı olmaya adaydır (Uysal, 25.03.08). Mobil pazarlamayla kampanya her an takip edilebilir, gerekirse anlık değişiklik



yapılır. Kitlesel pazarlama monolog ve etki, mobil pazarlama diyalog ve etkileşim esaslıdır. İlkinde varsayımsal, sonrakinde keskin planlama görülür. Ölçümlemede ilki bulanık ve pahalı, ikincisi kesin ve ekonomiktir. 1998’de İsviçreli mobil uygulama ajansı *MINICK*, dünyanın belki de ilk mobil pazarlama kampanyasını *Ericsson* için yapar. Yılbaşında 1.5 milyon İsviçreliye kutlama mesajı gönderilir (Minick.net, 2009). 2000’den sonra mobil pazarlamanın kullanımı artar. Ses gelirlerinin azalması, veri gelirleriyle telafiye çalışılıyor (Hekimoğlu, 21.07.06). Bu yüzden operatörler pazarlama ve reklama önemli yer veriyor.

Standartları oluşan mobil reklam iletişime değer katar (IAB-MMA, 2007). Kullanıcılar hedefli, kullanışlı ve anlamlı mobil reklamı ister, spam istemez. Mobil pazarlama kampanyaları *push*-itme veya *pull*-çekme türündedir. *Push*’da, marka bir izinli veritabanında bulunanlara ulaşır. *Pull*’da geleneksel kanallarla kullanıcı kampanyaya çağrılır; ambalajdaki kod SMS’le yolanır, satışa doğrudan bağlanabilir. Mobil kampanyalara az maliyetle çok katılım gerçekleşir ve tüketici memnuniyeti artar. Mobil ajanslarda bir teknik ekip projeleri hayata geçirir (Sipahioğlu, 2006). Türkiye’deki ilk mobil pazarlama kampanyasını “*Lipton Ice Tea Evo*” adıyla mobil hizmet ve uygulama şirketi Mobilera 2003’te geliştirir (Aksu, 2007: 111). 2008 sonunda Türkiye’de 10 sektörde 200 mobil kampanya ve reklam faaliyeti gerçekleştirilir ve 17 milyon tekil kullanıcı bunlara en az bir kez katılır (Turkcell Mobil Pazarlama Blogu, 2009). *Turkcell* mobil pazarlama veri tabanı 7,5 milyon izinli profil içerir. Kampanyalarda dönüş yüzde 5-20 arasındadır (Nebil, 12.01.09). MMA’in 2007’deki araştırmasına göre dört katılımcıdan biri mobil pazarlamayla ilgilenir ve işe yarar bilgilerin iletilmesini, uygulama ve içeriklere hızlı ve kolay erişim ister (Fierce Wireless, 2007).

## 6.1. İZNE BAĞLI PAZARLAMA YAKLAŞIMI

İzne bağlı pazarlamada, kullanıcı belli pazarlama mesajlarının kendine iletilmesine izin verir (Godin, 1999:43), ürün veya hizmet tercihinde gereksiz mesajlardan az etkilenir, pazarlama firmaları hedefleme yapar. İzne bağlı pazarlama ağırlıklı internete uygulanmaktadır (Business 2.0, 2000). Müşteri merkezli pazarlama yaklaşımı, izne bağlı pazarlamaya bina edilir (Sheth ve diğerleri, 2000). *Opt-in* ve *opt-out* kavramları önemlidir. *Opt-in* kullanıcının ileride pazarlama iletişimine açık olduğunu bildirmesi ve seçimini yapmasıdır. *Opt-out* ise pazarlamacının kullanıcıyla doğrudan iletişime geçmesi ve kullanıcıya daha sonraki mesajları almama seçeneği sunmasıdır (Krishnamurthy, 2001). *Opt-in* kullanıcının iletişime girmesi, *opt-out* sonlandırılması olarak da bilinir. İzne bağlı pazarlamada şunlar araştırılıp doğrulanmıştır (a.g.e.): İzne bağlı pazarlamada kullanıcı çıkarı yükseldikçe, katılım artar. Mesajlar uygunlaştıkça (*relevant*), kullanıcı çıkarı artar. Maddi yarar yükseldikçe, kullanıcının izne bağlı pazarlama çıkarı artar. Mesajların uygunluğu yükseldikçe, izne bağlı pazarlamaya olan kullanıcı ilgisi maddi

yarardan daha az etkilenir. Kişisel bilginin girilmesi veya değiştirilmesi maliyeti kullanıcı açısından yükseldikçe, izne bağlı pazarlamadan kullanıcı çıkarı düşer. Kullanıcı mesajları algılama ve işlemede zorlandıkça, izne bağlı pazarlamadan kullanıcı çıkarı düşer. Kullanıcının mahremiyette kafasındaki sorular da dâhil endişeleri yükseldikçe, izne bağlı pazarlamadan çıkarı düşer. İleti içeriği, kullanıcının istediği kategoriye uygunlaştıkça, mesajın uygunluğu artar. Reklamverenlerin algılanan çekiciliği yükseldikçe, mesajın uygunluğu artar. Dürtü büyüdükçe, mesajla ulaşılabilecek maddi yarar algısı yükselir. Mesajların hacmi yükseldikçe, alınan maddi yarar algısı yükselir. Kullanıcının mesajla elde ettiği yarar geç ortaya çıktıkça, algıladığı maddi yarar düşer. İzin verme süreci yoğunlaştıkça, kişisel bilginin girilmesi veya değiştirilmesi maliyeti kullanıcı açısından yükselir. Mesajlar uygunlaştıkça, kullanıcının kişisel bilgi girme veya değiştirme maliyeti düşer. Kişisel bilginin girilmesi veya değiştirilmesine ilişkin yönergeler kaliteli ve açıkça, bilgi girme ve değiştirme maliyeti düşer. Kullanıcının bilişsel yükü (“tara ve göz ardı et” veya “tara ve incelemeyi sürdür” tercihi) arttıkça, kullanıcının mesajı işleme maliyeti artar. Kullanıcı ne kadar çok ileti alırsa, mesajı işleme maliyeti o kadar artar. Mesajlar uygunlaştıkça, mesajların sayısının ileti işleme maliyeti üzerine etkisi azalır. Mesajla ilgili yönergeler kaliteliyleştikçe, mesajı işleme maliyeti azalır. Mesajı gönderen tarafın mahremiyetle ilgili verdiği iç güvence yükseldikçe, mahremiyet maliyeti düşer. Mesajı gönderen tarafa ilişkin mahremiyetle ilgili verilen dış güvence yükseldikçe, mahremiyet maliyeti o kadar düşer.

## 6.2. MOBİL YAYINCILIKTA İZNE BAĞLI BİREYSEL PAZARLAMA MODELİ

Mobil yayıncılıkta hedefleme ve içeriğe dikkat gerekir (Salo ve Tähtinen, 2005). Mobil pazarlama MİD ve bağlama uygun olmalıdır. Doğrudan pazarlamada spam ile değerli içeriği ayıran kullanıcı iznidir. Kullanıcıların yüzde 39’undan fazlası MİD’e yapılacak pazarlama iletişimini TV veya radyodakilere tercih eder (Longino, 2002). İzne bağlı mobil pazarlama TV’den yüzde 50, radyodan yüzde 130 daha etkilidir. Avrupa’da en yüksek SMS reklamı İspanya’da iletilir ama izin alınmadığından az yanıtlanır (Winterbottom, 2008).

Hedefleme anlık kullanıcı bilgisine veya uzun vadeli CRM’e dayalıdır. Konum GPS, GIS veya operatörden alınır. Temel izne bağlı mobil reklam tür ve amaçları marka bilinirliği, özel fırsat, kısa çekici reklam, yarışma, anket ve oylama, ürün, hizmet ve enformasyon istekleridir (Barwise ve Strong, 2002). Mobil reklamcılık sıkça konuşulup (Yunos ve Gao, 2000; Yunos ve diğerleri, 2003; Maneesoonthorn ve Fortin, 2004) yeni bir mecra oluşturdu ve mobil pazarlama gelişti (James, Griffiths ve diğerleri, 2004).

SMS reklamlarının tüketici marka bilincine ve satın alma niyetine etkisi

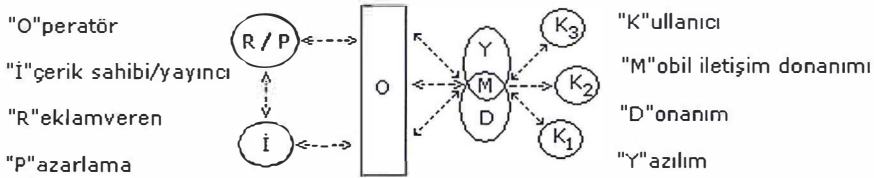
olumludur, marka tavrına etkisi yoktur (Andersson ve Nilsson, 2000). MİD, mesaja olan dikkati ve hatırlama oranını artırır. SMS'in genç erişkinlerce okunma oranı yüksek, kullanıcı marka tavrı ve doğrudan davranış güçlüdür (Barwise ve Strong, 2002). SMS iletişiminin yüzde 90'ı kişiler arasındır (European SMS Guide, 2003; Feller, 2002; Kavassalis ve diğerleri, 2003). Bu ortam pazarlama için daha fazla kullanılma potansiyeli taşır (Binay, 2001). MİD'ler çok kişiseldir (Andersson ve Nilsson, 2000; Barwise ve Strong, 2002; Feller, 2002; Kavassalis ve diğerleri, 2003; Peters, 2002; Quios/Engage, 2000; Skygo, 2001). MİD'ler ideal kişisel araç potansiyeli taşır (Ho ve Kwok, 2003), pazarlamacılara doğru zaman ve kullanıcıya ulaşma olasılığı sunar (Air2web, 2003; Peters, 2002; Quios/Engage, 2000; Siau ve diğerleri, 2001; Yuan ve Tsao, 2003). Kampanyalar değer sağlamalı ve rahatsız etmemelidir (Skygo, 2001). SMS reklamlarının kabulü yaş, gelir, eğitim ve alınan mesaja bağlıdır (Rettie ve Brum, 2001). SMS reklamları genç kullanıcılara, özellikle 15-24 yaş grubuna çekici gelir (Barnes, 2002). SMS reklamlarının başarı kriterleri: Mesaj uygunluğu (Andersson ve Nilsson, 2000; Barwise ve Strong, 2002; Heinonen ve Strandvik, 2003; WAA, 2001; Kavassalis ve diğerleri, 2003; Quios/Engage, 2000; Rettie ve Brum, 2001), yüksek oranda hedefli ileti (WAA, 2001; Puca, 2001; Quios/Engage, 2000; Roussos ve diğerleri, 2003), kişisel ileti (Buckingham, 2001; Feller, 2002; Ho ve Kwok, 2003; Kavassalis ve diğerleri, 2003; FTC, 2002; Roussos ve diğerleri, 2003), katma değerli içerik (Andersson ve Nilsson, 2000; Feller, 2002; WAA, 2001; Kavassalis ve diğerleri, 2003; Puca, 2001; Quios/Engage, 2000; Rodermund, 2003; Roussos ve diğerleri, 2003; Yuan ve Tsao, 2003), bağlam ve zamana göre hizmetlerdir (Barwise ve Strong, 2002; Buckingham, 2001; WAA, 2001; Roussos ve diğerleri, 2003).

Mahremiyet mobil pazarlamada önemlidir (Coursaris ve diğerleri, 2003; Ho ve Kwok, 2003; Pitkanen ve diğerleri, 2003b; FTC, 2002; Roussos ve diğerleri, 2003; Yunos ve diğerleri, 2003). Mobil pazarlama sektörü kullanıcı izni ve istenmeyen mesajlarda sıkıntı çeker (Cowlett, 2002). İzne bağlı pazarlama, mobil pazarlamada uygundur (Air2web, 2003; Barwise ve Strong, 2002; Clickatell, 2007; Kavassalis ve diğerleri, 2003; Mort ve Drennan, 2002; Peters, 2002; Reyck ve Degraeve, 2003; Skygo, 2001; Tsang ve diğerleri, 2004; Yunos ve diğerleri, 2003; Yunos ve Gao, 2000). Mobil reklamcılık sadece izne bağlı işleyebilir (Reyck ve Degraeve, 2003). MİD'e iletilen izne bağlı mesajlar kullanıcının dikkatini çeker, tepki eylemlerini teşvik eder ve marka bilinci oluşturur (Yunos ve diğerleri, 2003; Skygo, 2001). SMS reklamlarına karşı olanlar, mesajlar izne bağlı olur ve istendiğinde iptal edilirse tavrı değiştirir (Binay, 2001). Günde üç izne bağlı SMS reklamı yüzde 82 oranında kabul edilir (Barwise ve Strong, 2002), gençler daha fazlasını kabul edebilir. Ortam kullanıcılar ve reklamverenler açısından yarar sağlayıcıdır.

Değinilen literatür çalışmalarında odak kullanıcı algısı, pazarlama ve reklam açısından modelin kabulü ve genel pazarlama iletişimidir. Bu makale

lede ortaya konulacak modelde ise odak yayıncılıktır. Model işlerliği için kullanıcı yararı vurgulanmış, ücretsiz içerik bu amaçla eklenmiştir. Ücretsiz içerik ve hizmetler, kaliteleri toplumun istekleriyle orantılıysa kabul görür (Mobiadnews, 2009). İşte bu makaleyle ileri sürülenler, bu alanda yapılan önceki çalışmalardan farklı ilk defa şu unsurları içermektedir: 1- İzne bağlı bireysel mobil pazarlamanın yayıncılıkta kullanımı; 2- Sunulan içerik, ürün ve hizmetlerin bu modelle desteklenerek yayıncı ve pazarlamacılarca, kullanıcıların kendilerince güncellenen bireysel profillerine daha kolay ulaşılabilmesi, 3- Yayıncı, reklamveren, pazarlamacı ve kullanıcıların ortak yararının korunup sağlanması.

### Şekil 7 - Mobil Yayıncılıkta İzne Bağlı Bireysel Pazarlama Modeli



Mobil yayıncılıkta İzne Bağlı Bireysel Pazarlama Modeli şu taraflardan oluşur: Kullanıcı mobil iletişimden yararlanandır. Yayıncı mobil ortama içerik üreten/uyarlayandır. Operatör mobil iletişim altyapısı ve/veya frekans lisansı ile hizmet sunar. Reklamveren mobil ortamda reklam yayınlatandır. Pazarlamacı-reklamcı mobil ortama uygun pazarlama iletişimi mesajları üretendir. Mobil Yayıncılıkta İzne Bağlı Bireysel Pazarlama Modeli'nde tarafların aralarındaki ilişkilerin şöyle gerçekleşeceği öngörülür: Kullanıcı profil bilgisini paylaşır, karşılığında ücretsiz içerik alır, kendisine özel hazırlanan pazarlama iletişimini okur/dinler/izler/kullanır. Yayıncı mobil ortamda içeriklerini hedef kitlesine ulaştırır. Operatör mobil iletişim altyapısı sunar. Reklamveren mobil ortamda mesajlarını hedef kitlesine ulaştırır. Pazarlamacı-reklamcı iletilecek mesajları hazırlar, içeriklerle birleştirir.

Örneğin yayıncı A, kullanıcılarına, B pazarlama-reklam firmasıyla anlaşarak özel ücretsiz içerikler sunmayı hedefler. Bunun için A ve B ilgili operatörlerle altyapı anlaşması yapar. B reklamverenlerin, A'nın sunacağı kullanıcı profil bilgilerine ulaşımını ve pazarlama içeriğinin iletimini yönetir. İlgili ülkenin telekomünikasyon denetleyicileri profil güvenliğini ve kullanıcı sözleşmesine uygun kullanımını denetler. Gelir aktarımı reklamverenin B'ye, B'nin de A'ya ve operatöre ücret aktarmasıyla gerçekleşir. Operatöre altyapı kullanım bedeli de verilir. Taraflar arasındaki ilişkiler öngörülenden daha karmaşık veya farklı da olabilir. Örneğin bir operatör kendi içerik ekosiste-



miyle yayıncı olabilir veya reklamveren ya da pazarlama şirketi kendi içeriklerini kullanıcılara sunabilir. Aynı biçimde kişisel yayıncılık yapmak isteyenler oluşturulabilecek bir altyapı ile reklam ve pazarlama sistemlerini gelir elde etmede kullanarak kendi içeriklerini ilgililerle paylaşır. Tüm bu durumlarda, model alternatif biçimlerde kendini yeniler. Modelin değişmeyecek özü, izne bağlı bireysel pazarlama karşılığında mobil içerik tüketimidir. Modelde kullanıcı tercihlerine ilişkin verilerin yeri önemlidir. Hemen her şirketin CRM sistemi vardır. Etik ve rekabetin tam sağlanması için modeldeki özel verilerin kullanıcıların güncelleyebilecekleri biçimde, kullanıcının vatandaşı olduğu devletçe ve/veya uluslararası güvence altına alınmış biçimde, ilgili tüm tarafların belirleyecekleri özellikteki bir veritabanında korunması gerekir.

### 6.3. MODELİN İLGİLİ TARAFLARA İLİŞKİN OLUMLU VE OLUMSUZ YÖNLERİ

**İçerik ve Yayın Sahipleri, Geliştiren ve Dönüştürenler:** Mobilde farklılaşp, tüm ortamlardaki kampanyalar bütünleştirilebilir. Mobil içerik yatırımlarının dönüşü sağlanıp kâr elde eder. İçerikler mobile veya kişiye özel olmazsa, marka zedelenebilir, diğer ortamlarla rekabette zayıflar.

**Mobil Bilgi ve İletişim Donanımı Üreticileri:** Gelişmiş donanımlar sunar. Uygun donanımlar üretemez veya kullanıcı beklentilerini karşılamazsa gelir kaybederler.

**Mobil Hizmet ve Uygulama Geliştiriciler:** Uygulama ve hizmetten gelir elde eder.

**Mobil Altyapı İşletmecileri:** Veri kullanımıyla kullanıcı başına ortalama gelir artar ve reklamverenlerden ek gelir elde edilir. İçerikler yayıncılarla paylaşılan kârı artırır. Altyapıda ve mesaj iletiminde sorun çıkarsa, kullanıcı operatör değiştirir.

**Reklamveren ve pazarlamacı-reklamcı:** Model, tüketicilere kişisel, diyaloga yönelik ve etkin biçimde ulaştırır. Reklam özellikleri, kullanıcının her an değişebilen tercihleriyle güncellenmezse reklamveren kullanıcı gözünde değer yitirir. Hızlı ve etkin hizmet sunamayanlar müşterilerini yitirir.

**Kullanıcılar:** Profillerini güvenli bir veritabanından güncelleyerek, ücretsiz mobil içeriklere, özel ürün ve hizmet tanıtımlarına erişirler. İstemediği veya çok fazla mesajla karşılaşabilirler. Mahremiyet ve etik diğer sakıncalardır.



## 7. SONUÇ

Mobil iletişimle gerçek bireysel yaklaşım olasıyken, pazarlama halen kitleseldir. İzne bağlı bireysel pazarlama modelinin mobil içerik ve yayıncılıkla ilişkilendirilmesi çözüm olabilir. Bilinçli medya kullanımı açısından bu model geleneksel ortamlarda da uygulanabilir. Reklam-mobil içerik oranı modelin kabullenilmesini belirler. İzni tek başına modelin başarısını belirlemez. Mobil içerik farklı MİD'lere uygun olmalı, kullanıcı ölçümlenebilmeli, mesajlar bireysel profillere göre biçimlenmeli, viral pazarlama düşünülmalıdır. Ölçümlemede kanuni düzenlemeler gereklidir. Genel kullanıcı dönüşü, markanın hatırlanması, iletiyle ilişkilendirme, bilinç ve satın alma niyeti, toplam işlemin diğer mecralarla karşılaştırmalı maliyeti, satışa etki gibi konular da ölçümlenmelidir. Detaylı veriler araştırılabilmektedir. Rekabette taraflar etik ve mahremiyete aykırı davranabilir. Tek bir modelin uygulanması her zaman olası değildir. Kullanıcılara ideal olan, yayıncılar ve operatörlere olmayabilir. Birden fazla mobil içerik iş modeli, eş zamanlı, farklı içerik ve hizmetlerde sunulmalıdır. Yine de izne bağlı bireysel pazarlama modelinin mobil yayıncılığa uyarlanması, tarafların hepsi açısından en yararlı sonucu sağlar.

## KAYNAKÇA

- 3g.co.uk (18.04.07). "ITN On Joins 3G Operator 3's Ad-funded Content Service." [3g.co.uk/3GForum/archive/index.php/t-56585.html](http://3g.co.uk/3GForum/archive/index.php/t-56585.html), 09.07.2010.
- About.blyk.com (27.10.07). "Blyk in Brief" [about.blyk.com](http://about.blyk.com), 09.07.2010
- Adage (16.01.08). "Text, Banner Ads Most Used by Marketers in Mobile." [exchange4media.com/e4m/izone1/izone\\_fullstory.asp?section\\_id=4&news\\_id=29397&tag=24305](http://exchange4media.com/e4m/izone1/izone_fullstory.asp?section_id=4&news_id=29397&tag=24305), 16.01.2008
- Aerodeon (2005). Broşür "Adventures of Mr. SMS Remix Version"
- Agar, J. (2003). *Constant Touch: A Global History of the Mobile Phone*. Cambridge: Icon.
- Ahonen, T. (21.09.07c). "SMS text messaging worth 100 B dollars in 2007." [communities-dominate.blogs.com/brands/2007/09/sms-text-messag.html](http://communities-dominate.blogs.com/brands/2007/09/sms-text-messag.html), 09.07.2010
- Ahonen, T. (30.09.09). "What do I mean, by 'next four billion'?" [communities-dominate.blogs.com/brands/2009/09/what-do-i-mean-by-next-four-billion.html](http://communities-dominate.blogs.com/brands/2009/09/what-do-i-mean-by-next-four-billion.html), 09.07.2010
- Air2web.com (2003). "Permission-based Mobile Marketing Best Practices and Success Stories." [ebusinessforum.gr/engine/index.php?op=modload&modname=Downloads&action=downloadsviefile&ctn=617&language=el](http://ebusinessforum.gr/engine/index.php?op=modload&modname=Downloads&action=downloadsviefile&ctn=617&language=el), 09.07.2010
- Aksu, A. (2007). "Mobil Pazarlama ve Piyasa Etkinliğinin İncelenmesi." yüksek lisans tezi, Kadir Has Üniversitesi, 2007, İstanbul, s.111
- Alankuş, S. (2003). "Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya." İstanbul: Bia, s.34
- American Idol (2009). [americanidol.com](http://americanidol.com), 09.07.2010
- Andaç, Ş. (3.12.06). "Vodafone'dan cep'te reklam kabul eden aboneye indirim." [web.archive.org/web/20080628153745/teknoloji.milliyet.com.tr/detay.asp?id=2035](http://web.archive.org/web/20080628153745/teknoloji.milliyet.com.tr/detay.asp?id=2035), 09.07.2010
- Andersson, A. ve Nilsson, J., (2000). "Wireless Advertising Effectiveness: Evaluation of an SMS Advertising Trial". yüksek lisans tezi. Stockholm: Stockholm School of Economics.
- APA Online (01.02.06). "Driven to distraction." [psychologymatters.org/driverdistract.html](http://psychologymatters.org/driverdistract.html), 09.07.2010
- Articlepool.com, (2006). "M-Commerce Twice the Cash Value of E-Commerce." [articlepool.com/mcommerce+twice+the+cash+value+of+ecommerce-158363](http://articlepool.com/mcommerce+twice+the+cash+value+of+ecommerce-158363), 01.11.2009
- Athens University, (2008). "NTT DoCoMo: I-mode." e-learning.dmst.aueb.gr/ec/Cases/NTTDocomo/Case/Story.htm, 01.11.2009

- Barnes, S. J., (2002). "Wireless Digital Advertising: Nature and Implications". *International Journal of Advertising*. 21(3), s.399-420.
- Barthes, R. (1974). *S/Z*. New York: Hill & Wang
- Barwise, P. ve Strong. C. (2002). "Permission-based mobile advertising. *Journal of Interactive Marketing*." 16 (1), s.14-24.
- BBC News, (15.04.05). "Exams ban for mobile users." [news.bbc.co.uk/1/hi/education/4448167.stm](http://news.bbc.co.uk/1/hi/education/4448167.stm), E:30.10.09
- BBC News, (8.07.04). "Music Firms Warned Over Ringtones." [news.bbc.co.uk/2/hi/technology/3874797.stm](http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/3874797.stm), 30.10.2009
- Binay, A. (2001). "An Exploratory Study: SMS Advertising." [ciadvertising.org/student\\_account/fall\\_01/adv392/abinay/paper2/paper2.htm](http://ciadvertising.org/student_account/fall_01/adv392/abinay/paper2/paper2.htm), 01.11.2009
- Brown, B., Green, N., ve Harper, R., (Ed.) (2001). "Wireless World". London, Springer Verlag.
- Buckingham, S., (2001). "Success 4 SMS." [cs.put.poznan.pl/skisir/download/pstn/sms\\_introduction.pdf](http://cs.put.poznan.pl/skisir/download/pstn/sms_introduction.pdf), 30.10.2009
- Budden, R. (6.10.03). "Mobile Music Moves on to the Next Stage." [search.ft.com/nonFtArticle?id=031006004904](http://search.ft.com/nonFtArticle?id=031006004904), 30.10.2009
- Burt, T. (30.06.04). "Singing a Happy Tune: Why the Music Industry is Upbeat about Online Sales." [ft.com/cms/s/92d94ba6-24e4-11d8-81c6-08209b00dd01,id=040630000859,print=yes.html](http://ft.com/cms/s/92d94ba6-24e4-11d8-81c6-08209b00dd01,id=040630000859,print=yes.html), *Financial Times*, 30.10.2009
- Business 2.0*, (Nisan 2000).
- Butcher, M. (10.06.04). "Music to Ears." [guardian.co.uk/technology/2004/jun/10/newmedia.netmusic](http://guardian.co.uk/technology/2004/jun/10/newmedia.netmusic), 30.10.2009
- Butcher, M. ve Thomas, M., (2003). (Ed.) *Ingenious*. Melbourne: Pluto.
- Castells, M. (1996-1998). *The Information Age: Economy, Society, and Culture*, Oxford, Blackwell.
- Castells, M., Fernandez-Ardevol, M., Qiu, J., ve Sey, A. (2004). *The mobile communication society*. Annenberg School for Communication, University of Southern California, LA.
- Castells, M., Fernandez-Ardevol, M., Qiu, J.L. ve Sey, A. (2006). *Mobile Communication and Society*, Cambridge: MIT Press.
- Cellular News, (2008). "Mobile Data Revenues to Exceed \$200 Billion in 2008." [cellular-news.com/story/32654.php](http://cellular-news.com/story/32654.php), E:01.11.09
- Chauffard, P. (2007). "3.5G Issues Disruptions Redefining Mobile Business Models" sunumu, IDATE DigiWorld Summit.

- Chesnais, S. (Ocak 2007). "Convergence, is it the Phantom Menace? Netsize Guide 2007 Edition." Convergence: Everything's going mobile, s.9-10
- Clickatell, (11.06.07). "Mobile Marketing Guide." [clickatell.com/downloads/clickatell\\_mobile\\_marketing\\_guide.pdf](http://clickatell.com/downloads/clickatell_mobile_marketing_guide.pdf), 01.11.2009
- Costikyan, G., (2004). "The Mobile Platform Wars." The Themis Group.
- Coursaris, C., Hassanein, K. ve Head, M., (2003). "M-commerce in Canada: An Interaction Framework for Wireless Privacy." *Canadian Journal of Administrative Sciences*. March 2003, 201, s.54-73.
- Cowlett, M., (2002). "Text messaging to build youth loyalty, Mobile Marketing." 31.10.2002, s.29-30.
- Crundall, D. Bains, M. Chapman, P. Underwood, G. (2005). "Regulating conversation during driving: a problem for mobile telephones?" *Transportation Research, Part F: Traffic Psychology and Behaviour* 8F (3), s.197-211.
- Çelik, O. (2007). *Mobinex Kurucu Ortağı*, Mobile Monday Toplantısı. 07.05.2007, İstanbul.
- Çinioğlu, Y. (2007). "Mobil çözümler iş dünyasının can damarı." *BThaber*,
- Çolakoğlu, N.M. (2007). "Kullanıcının Ürettiği İçerik." Sunumu, *Mobile Monday Toplantısı*, 02.04.2007 İstanbul, Ericsson Mobility World
- Deloitte&Touche (2004). "Mobile and Wireless Predictions 2004." s.7
- Deutsche Bank, (18.02.04). "GSM White Paper, Brilliant past, bright future." [3gamericas.org/documents/gsm\\_whitepaper\\_feb2004.pdf](http://3gamericas.org/documents/gsm_whitepaper_feb2004.pdf), s.26,27,29 01.11.2009
- Devine, A. ve Holmqvist, S. (2001). "Mobile Internet Content Providers and their Business Models." Royal Institute of Technology yüksek lisans tezi. Stockholm, s.12
- Ebstrategy, (2008b). "Business Models for Mobile Content Providers." [web.archive.org/web/20080229170413/ebstrategy.com/mobile/revenue\\_models/contentproviders.html](http://web.archive.org/web/20080229170413/ebstrategy.com/mobile/revenue_models/contentproviders.html), 01.11.2009
- Ebstrategy, (2008c). "Portal Revenue Models." [web.archive.org/web/20080303230334/ebstrategy.com/mobile/bus\\_rev\\_models.htm](http://web.archive.org/web/20080303230334/ebstrategy.com/mobile/bus_rev_models.htm), 01.11.2009
- Erden, L. (2007). *Mobile Monday* "Mobil, pazarlama iletişimi için ne kadar statik?" sunumu. 03.12.2007.
- European SMS Guide (2003). "Enabling mobile business and entertainment". Netsize. Şubat 2003
- Feller, J., (2002). "Assessing Success Factors for Mobile B-2-C Messaging Services." [simlab.tkk.fi/publications/mms.pdf](http://simlab.tkk.fi/publications/mms.pdf), E:01.11.09

- Fierce Wireless (2007). "Mobile Association Announces Mobile Attitude and Usage Study Key Findings." [fiercewireless.com/node/13809](http://fiercewireless.com/node/13809), 01.11.2009
- Fiercewireless.com (2008). "Vodafone Italia launches ad-supported mobile video." [fiercewireless.com/europe/node/627/print](http://fiercewireless.com/europe/node/627/print), 01.11.2009
- Fitchard, K. (2007). "Fox: Mobile content needs balance of payment models." [telephonyonline.com/wireless/marketing/fox\\_mobile\\_content\\_052307](http://telephonyonline.com/wireless/marketing/fox_mobile_content_052307), 01.11.2009
- Fowler, W. ve Parrott, S. (2007). "Birth of a Brand / Blyk." *Contagious Magazine*, 20: 60-63, [contagiousmagazine.com/Site%20Pages/Extracts/PDF/Blyk.pdf](http://contagiousmagazine.com/Site%20Pages/Extracts/PDF/Blyk.pdf), 01.11.2009
- FTC (2002). "Public Workshop: The mobile wireless web, data services and beyond: emerging technologies and consumer issues." [ftc.gov/bcp/reports/wireless-summary.pdf](http://ftc.gov/bcp/reports/wireless-summary.pdf), 01.11.2009
- Galvin, M. (2003). "September 11 and the Logistics of Communication. Continuum": *Journal of Media and Cultural Studies* 17.3, s.303-13.
- Gerpott, T. J., Rams, W. ve Schindler, A. (2001). "Customer retention, loyalty, and satisfaction in the German mobile cellular telecommunications market." *Telecommunications Policy*, Cilt 25:4, Mayıs 2001, s.249-269
- Geser, H. (2005). E-Merging Media [İçinde: "Towards a Sociological Theory of the Mobile Phone." Zerdick, A., Picot, A, Scrape. K., Burgelman, J-C, Silverstone, R., Feldmann, V., Wernick, C. ve Wolff, C. (ed.), Berlin: Springer, s.235-60.
- Gnanapriya, C., Puneet, G. (2006). "Need and Relevance of Mobile Based Information Services in Emerging Markets - India." [w3.org/2006/07/MWI-EC/PC/paper\\_infosys.html](http://w3.org/2006/07/MWI-EC/PC/paper_infosys.html), 01.11.2009
- Godin, S. (1999). *Permission Marketing*, Simon & Schuster.
- Goggin, G. (12.01.04). 'Mobile Text'. *M/C: A Journal of Media and Culture*, 7, [journal.media-culture.org.au/0401/03-goggin.php](http://journal.media-culture.org.au/0401/03-goggin.php), 01.11.2009
- Green, N. (2001). "Who's Watching Who: Monitoring and Accountability in Mobile Relations". Brown, B., Green, N., Harper, R. (Ed.), *Wireless World: Social and Interactional Aspects of the Mobile Age*. Hiedleburg: Springer Verlag, s.36-49.
- Grossman, L. (13.12.06) "Time's Person of the Year: You." [time.com/time/print-out/0,8816,1569514,00.html](http://time.com/time/print-out/0,8816,1569514,00.html), 01.11.2009
- GSMA (2009). "Market Summary." [gsmworld.com/newsroom/market-data/market\\_data\\_summary.htm](http://gsmworld.com/newsroom/market-data/market_data_summary.htm), 01.11.2009
- GSMA (2009b). "About Us." [gsmworld.com/about-us/index.htm](http://gsmworld.com/about-us/index.htm), 01.11.2009
- Haddon, L. (2000). "The Social Consequences of Mobile Telephony: Framing Questions." *Sosiale Konsekvenser av Mobiltelefoni*, 16.06.00, Oslo.



- Hansmann, U., Merk, L., Nicklous, M. S., Stober, Th. (2001). *Pervasive Computing Handbook*. NY: Springer.
- Harper, R. (2001). "The Mobile Interface: Old Technologies and New Arguments." Brown, B., Green, N., Harper, R. (Ed.): *Wireless World: Social and Interactional Aspects of the Mobile Age*. Hiedleburg: Springer Verlag: 36-49.
- Heinonen, K. ve Strandvik, T. (2003). "Consumer Responsiveness to Mobile Marketing." [ebusinessforum.gr/old/content/downloads/consumer\\_responsiveness\\_to\\_mobile\\_marketing.pdf](http://ebusinessforum.gr/old/content/downloads/consumer_responsiveness_to_mobile_marketing.pdf), 01.11.2009.
- Hekimoğlu, B.T. (2006). "Cep Operatörleri Mobil Reklamdan Para Kazanacak." [turk.internet.com/haber/yazigoster.php3?yaziid=16004](http://turk.internet.com/haber/yazigoster.php3?yaziid=16004), 01.11.2009.
- Ho, S.Y. ve Kwok, S.H. (2003). "The Attraction of Personalized Service for Users in Mobile Commerce: An Empirical Study." *ACM SIGecom Exchanges* 34: 10-18.
- Holahan, C. (2008). "Sony BMG Plans to Drop DRM." [businessweek.com/technology/content/jan2008/tc2008013\\_398775.htm](http://businessweek.com/technology/content/jan2008/tc2008013_398775.htm), 01.11.2009.
- IAB-MMA (2007). "Mobile Advertising Report The Emerging UK Market." Kasım, 2007.
- Intercastingcorp (2006). "User Generated Content." [intercastingcorp.com/blog/?p=141](http://intercastingcorp.com/blog/?p=141), 01.11.2009.
- ITV News (2007). "Rise in executions for mobile use." [channel4.com/news/articles/world/rise+in+executions+for+mobile+use/560792](http://channel4.com/news/articles/world/rise+in+executions+for+mobile+use/560792), 01.11.2009.
- İşgüder, E. İ. (2007). *Future of Advertising in The Mobile World*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Yeditepe Üniversitesi.
- Jackson, S. (2007). "The price is right." *Mobile Communications International Magazine*, May: 20.
- James, T. L., Griffiths, K., Smyrnios, K. X. ve Wilson, B. (2004). "Mobile Marketing: The role of permission and attitude on purchase intentions." ANZMAC Conference, Yeni Zellanda.
- Jaokar, A., Fish, T. (2006). *Mobile Web 2.0*. Futuretext Limited.
- Kannan, P. K., Chang, Ai-Mei, Whinston, Andrew B. (2001). Proceedings of the 34th Hawaii International Conference on System Sciences, "Wireless Commerce: Marketing Issues and Possibilities."
- Kaplan, D. (2008). "OnMedia: The State Of Mobile Ads: Too Much Complexity, Not Enough Usability." <http://cnt.to/9Rv>, 01.11.2009.
- Karpinski, R. (2008). "The search for the golden goose." [telephonyonline.com/wireless/news/telecom\\_search\\_golden\\_goose/index2.html](http://telephonyonline.com/wireless/news/telecom_search_golden_goose/index2.html), 01.11.2009.
- Katz, J.E., ve Aakhus, M. (Edt.) (2002). *Perpetual Contact*. Cambridge: Cambridge U.P.

- Kavassalis P., Spyropoulou, N., Giakoumidakis, M., Karampatsaki, X., Mitrokostas, V., Papadaki, M., Gikas, G. ve Hatzistamatiou, A. (2003). "Mobile Permission Marketing: Framing the Market Inquiry." *International Journal of Electronic Commerce*. 81, 55-79.
- Köroğlu, O. (2002). *Mobil İletişim, Etkileşimli Yayıncılık ve Türkiye'deki Uygulamalar*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Köroğlu, O. (2009). *Mobil İçerik ve Yayıncılıkta İzne Bağlı Bireysel Pazarlama*. Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Köroğlu, O. (2006). "İletişimde farklılık için katma değerli hizmetler." [probil.com.tr/tr-TR/PressRoom/InterviewsAndGuestWriters/Sayfalar/osmankoroglu6.aspx,01.11.2009](http://probil.com.tr/tr-TR/PressRoom/InterviewsAndGuestWriters/Sayfalar/osmankoroglu6.aspx,01.11.2009).
- Krishnamurthy, S. (2001). "A Comprehensive Analysis of Permission Marketing." [jcmc.indiana.edu/vol6/issue2/krishnamurthy.html](http://jcmc.indiana.edu/vol6/issue2/krishnamurthy.html), 01.11.2009.
- Kunt, A. (2008). "Mobil telefonlarda reklam işi büyüme eğiliminde." *BThaber*, s.28
- Lasen, A. (2002). *The Social Shaping of Fixed and Mobile Networks*. DWRC: University of Surrey.
- Lehner, F., Watson, R.T. (2001). "From E-Commerce To M-Commerce: Research Directions." [ebusinessforum.gr/engine/index.php?op=modload&mod-name=Downloads&action=downloadsviefile&ctn=927&language=el](http://ebusinessforum.gr/engine/index.php?op=modload&mod-name=Downloads&action=downloadsviefile&ctn=927&language=el), 01.11.2009.
- Lessig, L. (2004). "Free culture: how big media uses technology and the law to lock down culture and control creativity." [www.free-culture.cc](http://www.free-culture.cc), 1.7.2010.
- Ling, R. (2001). "We Release Them Little by Little: Maturation and Gender Identity as Seen in the Use of Mobile Telephony." *Personal Technologies*, 5: 123-136.
- Longino, C. (2002). "Getting The Message." [thefeaturearchives.com/topic/Business/Getting\\_the\\_Message.html](http://thefeaturearchives.com/topic/Business/Getting_the_Message.html), 01.11.2009
- Luukka, T. (2007). "Kurumsal Mobil Çözümler." *Nokia Eseries Toplantısı*, İstanbul
- Malykhina, E. (2008). "Ads On Mobile Phones Reached 78 Million In 4Q." [informationweek.com/story/showArticle.jhtml?articleID=205604400](http://informationweek.com/story/showArticle.jhtml?articleID=205604400), 01.11.2009
- Maneesoonthorn, C. ve Fortin, D. (2004). "An Exploration of Texting Behaviour and Attitudes toward Permission-based Mobile Advertising in New Zealand." ANZMAC 2004 Conference.
- McAteer, S. (2007). "Content and Applications Add Complexity to Mobile Service Segmentation." *Netsize Guide 2007 Edition, Convergence: Everything's going mobile*, 14-15
- McEvoy, S.P., Stevenson, M.R., McCartt, A.T., Woodward, M., Haworth, C., Palamara, P., Cercarelli, R. (2005). "Role of mobile phones in motor vehicle crashes resulting in hospital attendance: a case-crossover study." [bmj.com/cgi/content/abstract/bmj.38537.397512.55v1](http://bmj.com/cgi/content/abstract/bmj.38537.397512.55v1), 01.11.2009

- Mcguireslaw.com, (2009). "Site mottosu." 01.11.2009
- Minick.net (2009). "The Future of mobile interactivity." minick.net/index.php?id=20  
01.11.2009
- Mobiadnews, (2009). "New Markets, New Media, Addressibility."  
mobiadnews.com/?p=3469, 01.11.2009
- Mobiadnews, (2009). "A Radical Change Of Course Kicks Off New Growth Strategy  
For Blyk." mobiadnews.com/?p=3771, 01.11.2009
- Mobile Europe, (2007). "User Generated Content - Community Drive." mobileeu-  
rope.co.uk/features/112766, 01.11.2009
- Monster UK (2008). "Monster Mobile." mobile.monster.co.uk, 01.11.2009
- Morris, M. (1998). *Too Soon, Too Late*. Bloomington: University of Indiana.
- Morrison, D.S. (2008). "Ad-Funded Blyk Denies Users Are Shutting Off Ads."  
<http://cnt.to/5NQ>, 01.11.2009
- Mort, G.S. ve Drennan, J., (2002). "Mobile Digital Technology: Emerging Issues for  
Marketing." *Journal of Database Marketing*. 10(1): 9-23.
- Motricity.com, (2007). "Get Rich with The Apprentice Mobile Vote."  
[web.archive.org/web/20080518083327/motricity.com/insight/case\\_studies/apprentice.php](http://web.archive.org/web/20080518083327/motricity.com/insight/case_studies/apprentice.php), 01.11.2009
- Mourik, R. (2003). "1st Annual GSM Europe Seminar Benefits of mobile telephony  
to society." [gsm europe.org/events/seminar\\_nov03/presentations/9\\_robert-mourik\\_vodafone.pdf](http://gsm europe.org/events/seminar_nov03/presentations/9_robert-mourik_vodafone.pdf), 01.11.2009
- Nebil, F. S. (2009). "Cenk Serdar : Mobil Ödeme Devlete Yeni Vergi Olanakları  
Sunuyor - 3." [turk.internet.com/haber/yazigoster.php3?yaziid=22826](http://turk.internet.com/haber/yazigoster.php3?yaziid=22826),  
01.11.2009
- Newsweaver.co.uk, (2006). "Pitch WAP site offers unlimited free ringtones."  
[newsweaver.co.uk/noc/e\\_article000625078.cfm](http://newsweaver.co.uk/noc/e_article000625078.cfm), 01.11.2009
- Odlyzko, A. (2001). "Content Is Not King."  
[firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/833/  
742](http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/833/742), 01.11.2009
- OECD.org (2004c). "Digital Broadband Content: Mobile Content-New Content For  
New Platforms." [oecd.org/dataoecd/19/7/34884388.pdf](http://oecd.org/dataoecd/19/7/34884388.pdf), 01.11.2009
- OFCOM Report (2007). "MVNO definition."  
[ofcom.org.uk/consult/condocs/mobile\\_call\\_termination/wmvct/annexf/](http://ofcom.org.uk/consult/condocs/mobile_call_termination/wmvct/annexf/),  
01.11.2009
- Ollila, M., ve diğerleri, (2003). "Mobile Entertainment Business." MGAIN  
Deliverable D5.4.2 to the European Commission User-Friendly Information  
Society (IST). *Accompanying Measures Project IST-2001-38846:41*

- Pawlowski, M. (16.04.07). "MEX Conference." [pmn.co.uk/mex/mex2007-poster.pdf](http://pmn.co.uk/mex/mex2007-poster.pdf), Londra, 01.11.2009
- Pearce, J.Q. (2007). "Mobile content world: Geek TV case study USG not important exclusive is." <http://cnt.to/asC>, 01.11.2009
- Peters, B. (2002). *The Future of Wireless Marketing*. 188-190.
- Pinkerfield, H. (11.04.07). "3 serves up flat rate mobile broadband." [brandrepublic.com/Digital/News/649850/3-serves-flat-rate-mobile-broadband/](http://brandrepublic.com/Digital/News/649850/3-serves-flat-rate-mobile-broadband/), 01.11.2009
- Pitkanen, O., Mantyla, M., Valimaki, M. ve Kemppinen, J., (2003b). "Assessing Legal Challenges on the Mobile Internet." *International Journal of Electronic Commerce*. 81:101-120.
- Plant, S. (2001). "On the Mobile: The Effects of Mobile Telephones on Social and Individual Life." [motorola.com/mot/doc/0/234\\_MotDoc.pdf](http://motorola.com/mot/doc/0/234_MotDoc.pdf), 01.11.2009
- Point.com (2006). "Cell Phones for Kids Under 15: a Responsible Question." [point.com/articles/2006/04/cell\\_phones\\_for.php](http://point.com/articles/2006/04/cell_phones_for.php), 01.11.2009
- Polat, İ.H. (2007). *Pusula Akademisi. Yeni Medya Dersi*. İstanbul: Kadir Has Üniversitesi.
- Pozitron, (2007). "Newspaper ODP." [pozitron.com/cust\\_case\\_newspaper.php](http://pozitron.com/cust_case_newspaper.php), 01.11.2009
- Prasad, R. Mohr, W., Konhäuser, W. (ed.). (2000). *Third Generation Mobile Communication Systems*. Boston/London: Artech House.
- Puca (2001). "Booty call: How marketers can cross into wireless space?." [indusmobile.com/wp\\_marketeters.htm](http://indusmobile.com/wp_marketeters.htm), 01.11.2009
- Puro, J.P. (2002). "Finland: a mobile culture." Katz, J.E., ve Aakhus, M., (Ed.) (2002). *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge.
- Quios/Engage (2000). "The efficacy of Wireless Advertising: Industry overview and case study." [ebusinessforum.gr/old/content/downloads/quios-advertising.pdf](http://ebusinessforum.gr/old/content/downloads/quios-advertising.pdf), 01.11.2009
- Qwikker.com, (20.11.07). "Virgin Mobile." [qwikker.com/clients/casestudies/virgin.php](http://qwikker.com/clients/casestudies/virgin.php), 01.11.2009
- Rettie, R. ve Brum, M. (2001). "M-commerce: the role of SMS text messages". COTIM-2001. *Proceedings of E-commerce to M-commerce*. (ed.) R.R. Dholakia, L. Kolbe, A.Venkatesh ve P. Zoche, Kingston, RI, RITIM, University of Rhode Island.
- Reyck, D.B. ve Degraeve, Z., (2003). "Broadcast scheduling for mobile advertising." *Operations Research*. 51(4): 509-517.

- Richtel, M. (05.11.07). "The Debate Over Cellphone Jamming."  
bits.blogs.nytimes.com/2007/11/05/the-debate-over-cellphone-jamming,  
01.11.2009
- Rodermund, F., (2003). "A Picture Speaks a Thousand Words-From SMS to MMS."  
*Business Breifing: Wireless Technology*, 86-89.
- Ronell, A. (1989). *The Telephone Book*. Lincoln: University of Nebraska.
- Roussos, G., Peterson, D. ve Patel, U., (2003). "Mobile Identity Management: An  
Enacted View." *International Journal of Electronic Commerce*. 81: 81-100.
- Salo, J. ve Tähtinen, J. (2005). "Retailer Use of Permission-Based Mobile  
Advertising." Clarke, I. III, Flaherty, T.B. (Ed.), *Advances in Electronic  
Marketing*, PA: Idea Publishing Group.
- Sawhney, N. ve Gomez, H. (2000). "Communication Patterns in Domestic Life:  
Preliminary Ethnographic Study."  
media.mit.edu/~nitin/ethno/DomesticEthno.pdf, 01.11.2009
- Shahin, J., Heinonen, A. ve Terzis, G. (2003). "The Future of Mobile Newscasting."  
mudia.ecdc.info/index.html, 01.11.2009
- Siau, K., Lim, EP. ve Shen, Z., (2001). "Mobile Commerce: Promises, Challenges, and  
Research Agenda." *Journal of Database Management*. July-Sep 2001: 4-13.
- Sipahioğlu, A. (2006). "Mobil Pazarlama."  
pazarlamadunyasi.com/Desktopdefault.aspx?tabid=195&ItemId=156,  
01.11.2009
- Skygo (2001). "Ideas & Strategies for Implementing Mobile Marketing." wirelessde-  
vnet.com/library/SkyGo\_White\_Paper.pdf, 01.11.2009
- Smith, S. (15.11.06). "The Revenue Streams of 2007."  
econtentmag.com/Articles/ArticleReader.aspx?ArticleID=18658, 01.11.2009
- Smith, S. (2006b). "Commercializing Mobile Content."  
econtentmag.com/Articles/ArticleReader.aspx?ArticleID=17349, 01.11.2009
- Soghoian, C. (23.01.08). "Exclusive: The next Facebook privacy scandal."  
news.cnet.com/8301-13739\_3-9854409-46.html, 01.11.2009
- Steinbock, D. (2005). "The Mobile Revolution." London: Kogan Page, 144-145
- Taylor, A.S. ve Harper, R. (2001). "The gift of the gab?: a design oriented sociology  
of young people's use of mobilZe!."  
dwrc.surrey.ac.uk/Portals/0/GiftOfTheGab.pdf, 01.11.2009
- Tetik, H. (2007). "Mobil Pazarlama'nın Püf noktaları."  
dataport.com.tr/MobilPazarlama/MobilPazarlamaNedir/tabid/204/Default  
.aspx, 01.11.2009



- Three.co.uk, (2008). "Planet 3 Services."  
[three.co.uk/Internet\\_Services/Internet\\_on\\_your\\_mobile/Internet\\_on\\_your\\_mobile\\_Category?content\\_aid=1220455630487](http://three.co.uk/Internet_Services/Internet_on_your_mobile/Internet_on_your_mobile_Category?content_aid=1220455630487), 01.11.2009
- Tiwari, R. and Buse, S. (2007). *The Mobile Commerce Prospects: A Strategic Analysis of Opportunities in the Banking Sector*. Hamburg: Hamburg University Press.
- Tonlakazan Blog (2009). [blog.tonlakazan.com/en/](http://blog.tonlakazan.com/en/), 01.11.2009
- Tsang, M.M., Ho, S-C. ve Liang, T-P., (2004). "Consumer Attitudes Toward Mobile Advertising: An Empirical Study." *International Journal of Electronic Commerce*. 8(3): 65-78.
- Tufan, Ç. (2007). Sony Ericsson, "Mobil'in Değişen Yüzü: Handset." *Mobile Monday*, İstanbul
- Turkcell Mobil Pazarlama Blogu (2009). "Neden Mobil Pazarlama?." [mobilpazarlama.turkcell.com.tr/?p=480](http://mobilpazarlama.turkcell.com.tr/?p=480), 01.11.2009
- Uysal, L. (25.03.08). "Avea ile Turkcell, Katıl-Kazan Pazarında Kapıştılar." [turk.internet.com/haber/yazigoster.php3?yaziid=20560](http://turk.internet.com/haber/yazigoster.php3?yaziid=20560), 01.11.2009
- Uysaler, B. (2009). "Kaspersky Mobile Security 8.0 toplantısı." Swissôtel, 06.08.2009, İstanbul.
- Vallance, C. (18.01.08). "Facebook faces privacy questions." [news.bbc.co.uk/1/hi/technology/7196803.stm](http://news.bbc.co.uk/1/hi/technology/7196803.stm), 01.11.2009
- Varshney, U., Vetter, R. (2001). "A Framework for the Emerging Mobile Commerce Applications". *Proceedings of the 34th Hawaii International Conference on System Sciences 2001*
- WAA (2001). "User perception to SMS advertising and SMS services." [banners.noticias-dot.com/termometro/boletines/docs/telcos/varios/2001/SMS\\_User\\_survey%20\\_and\\_market\\_overview.pdf](http://banners.noticias-dot.com/termometro/boletines/docs/telcos/varios/2001/SMS_User_survey%20_and_market_overview.pdf), 30.10.2009
- Walsh, M. (2008). "CNN Mobile Relaunches With Ad Support." [mediapost.com/publications/?fa=Articles.showArticle&art\\_aid=56510](http://mediapost.com/publications/?fa=Articles.showArticle&art_aid=56510), 01.11.2009
- Wang, S. (2006). "The Long Tail Why Aggregation & Context and Not (Necessarily) Content are King in Entertainment" Sunumu, 27.11.2006, Newyork.
- Weber, T. (2006). "Is the web going mobile at last?." [news.bbc.co.uk/go/pr/fr/-/2/hi/business/6155678.stm](http://news.bbc.co.uk/go/pr/fr/-/2/hi/business/6155678.stm), 01.11.2009
- Wikipedia i-mode (2009). [en.wikipedia.org/wiki/I-mode](http://en.wikipedia.org/wiki/I-mode), 01.11.2009
- Wikipedia Mobile network operator (2009). [en.wikipedia.org/Mobile\\_network\\_operator](http://en.wikipedia.org/Mobile_network_operator), 01.11.2009
- Wikipedia Mobisode, (2009). [en.wikipedia.org/wiki/Mobisode](http://en.wikipedia.org/wiki/Mobisode), 01.11.2009

- Wikipedia MVNO (2009). en.wikipedia.org/MVNO, 01.11.2009
- Wikipedia UGC, (2009). en.wikipedia.org/wiki/User-generated\_content, 01.11.2009
- Wikipedia Walled Garden (2009). en.wikipedia.org/wiki/Walled\_garden\_(media). 22.12.2007
- Winterbottom, D. (2008). "Mobile Advertising." *Mobile Market Status Report 2008*, Informa Telecoms&Media, 27
- Yahoo (2009). "You Witness News." news.yahoo.com/you-witness-news, 01.11.2009
- Yuan, S.T. ve Tsao, Y.S., (2003). "A recommendation mechanism for contextualised mobile advertising." *Expert Systems with Applications*. 24:399-414.
- Yunos, H.M. ve Gao, J., (2000). "Wireless Advertising." engr.sjsu.edu/gaojerry/report/wireless-add-paper2.pdf, 01.11.2009
- Yunos, H. M. ve Gao, J. (2002). "Wireless Advertising." San Jose: San Jose State University.
- Yunos, H.M., Gao, J.Z. ve Shim, S., (2003). "Wireless Advertising's Challenges and Opportunities." *Computer*. 36(5):30.
- Zeman, E. (2008). "More Users Going Off-Deck For Mobile Content." information-week.com/blog/main/archives/2008/03/more\_users\_goin.html, 01.11.2009
- Zeybek, I. (2002). "Yeni Bir İletişim Dizgesi: Chat Dili." *İstanbul İletişim Fakültesi Dergisi*. XIV: 418

# Kadın STK'larda İnternet Kullanımı: Türkiye'de Kadın STK Web Sitelerinin Karşılaştırması

*Women's Civil Society Organizations Internet Usage:  
Comparison of Women's NGO's Web Sites in Turkey*

Selma KOÇ AKGÜL\*, Betül PAZARBAŞI\*\*

\* Yrd. Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi

\*\* Yrd. Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi

## Özet

*Daha katılımcı bir örgütlenme ve iletişim ağı sunan internet, sivil toplum kuruluşları (STK) tarafından da yoğun şekilde kullanılmaktadır. Kadın STK'ların yardım, eğitim, sosyal yaşam ve istihdam gibi kamusal alanda var olma koşulları ile ilgili organizasyon ve kampanyalarının sesi olan web siteleri; kadınların özel alan olarak tanımlanan mekanlarda da bu tür çalışmaların bir parçası olmasına olanak tanırken kamusal alanda daha fazla söz sahibi olabildiğini ve finans kaynaklarına ulaşmasını kolaylaştırmaktadır.*

*Çalışmada; Türkiye'de farklı hizmet alanlarında faaliyet gösteren kadın STK'ların hazırladıkları web sitelerinin amaç ve tasarım açısından bilgi akışı, kaynak toplama, haberleşme ağı, katılım ve kampanya gibi hizmet alanlarında kendini ifade etmede etkin kullanımının gerçekleşip, gerçekleşmediği araştırılmaktadır. Araştırma kapsamına; bilinirliği yüksek kadının siyasal yaşama katılımı ile ilgili çalışmaları sürdüren KA.DER (Kadın Adayları Destekleme ve Eğitim Derneği), ekonomi ve iş hayatında var olma çalışmalarını destekleyen KAGİDER (Türkiye Kadın Girişimciler Derneği) ve sosyal yaşamda şiddet ve benzeri sorunlar yaşayan söylem düşkünlü kadınlar için hizmet sunan Mor Çatı Kadın Sığınağı Vakfı web siteleri alınmıştır.*

*Araştırmada, içerik çözümleme yöntemi kullanılmıştır. Daha önce siyasi parti web site analizlerinde yoğun olarak kullanılan web sitesi değerlendirme skalası (Gibson, Ward, Margolis, Resnick and Ward; 2003) Türkiye'deki kadın STK'larının web sitesinin içerik analizine uyarlanmıştır. Kadın STK Web siteleri 10 gün süre ile incelenerek bilgi akışı, kaynak toplama, haberleşme ağı, katılım ve kampanya indekslerini içeren fonksiyon özellikleri ile görsellik, erişebilirlik, gezilebilirlik, güncellik ve görülebilirlik indekslerini içeren sunum özelliklerini sağlama kapasitelerine göre puanlandırılmıştır. Yukarıdan aşağıya, aşağıdan yukarıya, yatay ve etkileşimli bilgi iletişim akışı özellikleri incelenmiştir. Bu çalışmanın, sanal ortamda kadın ve sorunlarının, kadın STK'ların ekonomik göstergeleri ile paralel nasıl yer aldığı konusuna ışık tutacağı düşünülmektedir.*

**Anahtar kelimeler:** Kadın web siteleri, kadın STK, internet teknolojileri

## Abstract

*In conjunction with socio-economic level, internet usage more saturated in major cities in fact it offers communication and organization network which has been used by NGOs in a solemn form. Women NGO's web sites announces; supports, trainings and employment conditions that are related to organizations and campaigns in fact they are able to sports women's studies which aims to women to have a say more in the public sphere and financial support.*

*In this study, Turkish women's NGO's internet use and official web sites investigated to identify are they serve to these purposes or not. In this research; KA-der (Women Candidates Support and Training Association), Purple Roof Shelter Women's Foundation and KAGİDER (Turkey Women Entrepreneurs Association) web sites were taken regarding to their well known works to support women's social, economic and political participations.*

*Content analysis method was used in this research. A rating scale which is intensive used by political web sites analysis has been adapted to Turkey women NGO's web sites content analysis (Gibson, Ward, Margolis, Resnick and Ward; 2003). To examine ten days the women's NGOs, including web sites ; information flow, resource collection, communication network, and campaign participation, including index and visual function, access, browse availability, timeliness, and see the availability index, including the capacity to provide presentations features are based on points. In addition to this examination; top to down, from below to upward, horizontal and interactive information communication flow attributions were investigated. In this research is thought to keep light that subject of women and women NGO's economic indicators parallel how involve in the virtuel environment is.*

**Keywords :** Women web sites, women NGO's, internet technologies

## GİRİŞ

Modern toplumlarda sivil toplum kuruluşları (STK) sivil toplumsallaşma sürecinde anahtar rol üstlenen kuruluşlardır. Küreselleşme ve küresel rekabet, iletişim teknolojilerinin baş döndürücü hızı ile risk toplumunun öne çıkan özellikleri sivil toplum örgütlerini bu hıza ayak uydurarak dinamik, yenilikçi ve değişken bir yapıya sahip olmaya zorlamaktadır.

Artan rekabet ortamında özellikle STK'ların küresel dünyada gri olan tabloyu daha yaşanabilir hale getirerek hedef kitlelerine ulaşabilmesi için kurum insan kaynağı profilinde çeşitli değişimlere gitmesi, nitelikli insan kaynağını istihdam etmek istemesi, iletişim teknolojilerinden azami yararlanması zorunluluğu doğmuştur. Çünkü yeni iletişim teknolojileri ile alışılmış yönetim, iş, pazarlama, halkla ilişkiler, tanıtım, iletişim, iş yapma süreçleri vb. pek çok kavramın içeriği ve formatı değişmiş, tüm kurumlar iç ve dış müşterilerine yeni iletişim teknolojilerinden de faydalanarak hizmet sunar hale gelmiştir (Yurdakul, 2006:187).

İletişim teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte özellikle web siteleri önemli bir tanıtım aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bilgi toplumuna geçişin en önemli araçlarından biri olan internet görüntü, ses, metin, renk, veriler ve her türlü sinyali ortak bir paydada birleştirme özelliği ile (Geray, 2005:183) etkin iletişim kurmada halkla ilişkilere yeni bir boyut kazandırmaktadır. Gönüllük temeline dayalı sivil toplum kuruluşlarının büyük çoğunluğu hedef kitlelerine ulaşmada web sitelerinden faydalanmakta, hedef kitlelerine kendilerini tanıtmak için web sitelerini bir araç olarak kullanmaktadır. Teknolojik gelişmeler ve web siteleri her geçen gün kurumlara iletişim, tanıtım ve halkla ilişkiler uygulamalarında yeni fırsatlar sunmaktadır (Naude vd., 2004:88). Halkla ilişkiler uygulayıcıları da bu görüşü kabul etmektedirler. Hatta bunlardan biri olan Bennett Company'nin başkanı Laura Bennet bu konudaki fikrini "Halkla ilişkiler uygulayıcıları olarak bizim sorumluluğumuz teknoloji-den faydalanarak daha fazla bilgi sağlamak ve bunu daha etkili kılmaktır"(Collison, 2003:30) şeklinde dile getirmektedir. Toplumsal yaşamın neredeyse her alanında hizmet veren STK'lar da oluşturdukları web siteleri ile bu gelişmelere uyum sağlamaktadır. STK'lar kurum amaçları ile paralel ilgili konulara dikkat çekmek, bu konuda kamuoyu oluşturmak, sosyal sorumluk projeleri oluşturup kaynak toplamak için hedef kitlelerle etkin, verimli ve hızlı iletişim kurmak amacıyla web sitelerini kullanmakta bu doğrultuda web sitelerinden tanıtım amaçlı bir araç olarak faydalanmaktadırlar.

### 1- Web Siteleri ve Sivil Toplum Kuruluşları (STK'lar)

İnternet; dünya üzerindeki milyonlarca bilgisayar ağının birbirleriyle ortak bir protokol çerçevesinde iletişim kurmasını ve bilgi kaynaklarını paylaşmasını sağlayan bilgisayar ağlarıdır.



İnternetin geleneksel kitle iletişim araçlarından farklı olarak iletişimin doğasını beş ayrı şekilde etkilediği görülmektedir:

**1-Volüm (Hacim):** İnternet aracılığıyla fazla miktarda bilgi kolaylıkla gönderilebilmektedir.

**2-Hız:** Verilerin sıkıştırılmış halde olması, belli bir mesajın gönderilmesi için gereken zamanı önemli ölçüde azaltmaktadır.

**3-Format (Şekil):** Mesajların ses ve görsel öğeler de içermesi dinamik ve çarpıcı bir şekilde gönderilebilmelerini sağlamaktadır.

**4-Yönelim:** İnternet sayesinde iki yönlü, gerçek anlamda eşzamanlı ve karşılıklı etkileşimine dayanan iletişim mümkün hale gelmektedir. Ayrıca sitelerin içindeki çoklu metin (hypertext) içeren linkler aracılığıyla gruplar ve kişiler arasındaki yatay ve dikey iletişim imkânları da büyük ölçüde artmaktadır.

**5-Kişisel Kontrol:** Mesajların alınması ve gönderilmesi yönünde kontrol sahibi olunması, belli bir merkezde toplanmaya gerek kalmadan aranılan şeyin bulunabilmesine ve neyin yayınlanacağına karar verilmesine olanak tanımaktadır (Gibson, Ward, 2000:304).

Yeni iletişim teknolojileri, bilinen kitle iletişim araçlarında yapısal ve biçimsel değişimlere neden olmaktadır. Sivil toplum örgütlerinin aracı olmadan kendi haber gündemini yaratabildiği hatta kendini daha iyi sunabildiği bu yeni medya ortamı, ulaşmak istediği ya da kendisine ulaşmak isteyen hedef kitle arasındaki iletişim eksikliğini büyük ölçüde gidermektedir. Ayrıca yeni internet ortamı mesajların daha büyük hedef kitlelere ulaştırılması, yaygın ve hızlı bir finansal destek sağlanması açısından da yeni imkânlar sunmaktadır. Bu nedenle özellikle geleneksel kitle iletişim araçlarının desteğinden yoksun çok sayıda STK geniş kitlelere ulaşma konusunda düşük maliyetli bir araç olan ve dış baskı unsuru içermeyen internete yönelmektedir. Tüm bu unsurların yanı sıra STK'ların web tabanlı iletişime yönelmelerinde, profesyonel bir izlenim yaratmak ve modern görünmek istekleri de önemli rol oynamaktadır.

Daha geniş heterojen bir kitleyi bilgilendirmek ve kendi lehine görüşlerin oluşmasını sağlamak isteyen siyasi partilerin web sitesi ve yeni iletişim teknolojilerini kullanma nedenleri ile STK'ların bu yeni iletişim teknolojisini tercih etmeleri arasında pek çok paralellik kurmak mümkündür. Bu bağlamda; aşağıdaki başlıklar altında ilgili nedenler şöyle sıralanabilir (Gibson, Ward, 2000:304-305):

**Enformasyon sağlanması:** Bu fonksiyon hedef kitlelere kadın STK'lara ilişkin genel ve detaylı bilgilerin ne kadarının iletildiği ile ilgilidir. Bu doğrultuda, etkin bir web sitesinde bulunması gereken temel başlıklar:

Kurumsal tarih, kurum felsefesi, misyonu, vizyonu, yönetim bilgileri, personel bilgileri, kuruluşun ana sloganı, etkinlikler, kampanyalar, ulusal ve uluslararası basından çeşitli haberler, basınla ilişkiler/basın odası (bültenler, haberler arşivi vb.), kurumsal görsel kimliğin aktarımı (logo, marka ismi, amblem ve bunların öyküleri), duyurular, ödüller, fotoğraf galerisi, elektronik posta hizmeti, e-bülten, yararlı linkler, sıkça sorulan sorulardır. İnternetin geniş kitlelere hitap etmesi ve düşük maliyetli bir yöntem olması bu konuda önemli bir avantaj sağlamaktadır.

**Kampanya düzenlenmesi:** STK' nın sosyal sorumluluk içeren kampanyalarının kamuoyu ile birlikte kullanıcılara aktarılmasıdır. Kampanyalar web sayesinde kolaylıkla düzenlenebilmekte ve desteklenmektedir. Özellikle yoğun internet kullanan gençlerde gönüllük ve sosyal sorumluluk bilincinin artırılması önemlidir. STK'ların modern web siteleri gençlerin çoğunluğunu oluşturduğu yeni katılımcıların kazanılması ve onların söz konusu kampanyalara aktif katılımlarının sağlanması, kurum imajının pozitif çevrilmesi noktasında ciddi rol oynamaktadır.

**Kaynak oluşturulması:** Bu tanımlama ile STK'ların kendilerine olan finansal desteği arttırmak ve ayrıca yeni gönüllüler kazanmak için gerçekleştirdikleri faaliyetler kastedilmektedir Finanssal bağış ve yardımlar kadın STK lar için web sitelerinin en önemli ilgi odağını oluşturmaktadır. Ancak Türkiye gibi, devlet desteğinin sağlandığı ülkelerde bu konu daha az öneme sahiptir.

**Ağ (şebeke) oluşturulması:** Bu ifade ile STK'ların iç ve dış bağlantılarını oluşturmak ve güçlendirmek için yapmış oldukları faaliyetler kastedilmektedir. İç bağlantılar denince STK'ların ilgili çalışma alanında gönüllüler ve STK yöneticileri ile yapılan bağlantıların yanı sıra diğer STK'larla kurulan bağlantılar anlaşılır.

Dış bağlantılar ise STK'lar ile diğer kurumlar arasında, örneğin uluslar arası örgütler, ilgili devlet kuruluşları veya medya kurumları arasında kurulan bağlantıları ifade etmektedir.

**Katılımın sağlanması (ve teşvik edilmesi):** Bu ifade ile STK'ların gönüllülerin ilgili çalışma alanlarına katılımını arttırmak için uyguladıkları yöntemler kastedilmektedir. Ayrıca gerçek zamanlı sohbet ve tartışma ortamları sayesinde gönüllülerin birbirleriyle eş zamanlı olarak on-line tartışmaları da mümkün olmaktadır.

Görüldüğü gibi internet daha katılımcı bir gönüllülük ve toplumsal duyarlılık için büyük bir kapasite imkânı sunmaktadır. Tanıma ve özellikle de tanıtma faaliyetlerinde hazırlanış, sunuş ve kalıcılık bakımından bir takım kolaylıklar ve iyileştirmeler sunan web siteleri aracı ile kadın STK'lar hedef gruplarına daha kolay ulaşabilmektedir. Aynı zamanda esnek yapılandırıl-

ması ile her bir hedef kitle içindeki özgül alıcılara ulaşmayı amaçlayan bir iletişim tarzı geliştirilmesi mümkün olmaktadır (Saran 2005: 62). Ayrıca internet ve web sayfaları, geleneksel tanıtım araçlarının etkinliğinin ve hedef gruplar üzerindeki etkileyciliğinin sorgulandığı bir dönemde halkla ilişkiler uygulamacıları için de adeta kurtarıcı birer teknik olarak kendini göstermeye başlamıştır (Göksel ve Yurdakul 2002: 325). Zira STK modern halkla ilişkiler tekniklerinin tümünü en üst düzeyde çalışma alanlarında kullanmaktadır.

## 2- Türkiye’de Sivil Toplum Kuruluşları (STK) ve Kadın STK’lar

Sivil Toplum Kuruluşu, resmi devlet kavramı dışında, özel bir hukuk düzenine tabi, kendi iç işleyişini kendisi belirleyen, gönüllük esasına dayalı toplumsal duyarlılığı arttırmaya yönelik örgütsel bir birlikteliği tanımlamaktadır. Sivil Toplum ve beraberinde gelişen STK kavramı, yirminci yüzyılın sonlarına doğru demokrasinin gelişmesine etki eden temel kavramlardan biri olarak değerlendirilmektedir (Çimen ve Güven:2007).

Türkiye’de sivil toplum kavramı tartışmalarına 1990’lı yılların sonlarından başlayarak 2000’li yıllar boyunca da egemen olan yaklaşım sivil toplumu, çeşitli ekonomik, toplumsal ve siyasal işlevleri olan geniş bir alan içindeki örgütsel yaşam olarak nitelirmektedir (Keyman ve İçduygu, 2003; Keyman, 2006).

İşlevleri açısından bakıldığında sivil toplum;

- 1- Toplumsal sorunları çözmede etkin bir araç olarak görülür.
- 2- Bu çözümlerin oluşturulması sürecinde başta devlet olmak üzere farklı siyasal, toplumsal ve ekonomik aktörlerle işbirliği yapar.
- 3- Böylece “etkin ve aktif yurttaşlık” kurumunun varoluşunu sağlar.
- 4- Yurttaş katılımının gününbirlik ve dolaysız sağlanması ile iyi işleyen liberal bir demokrasiye katkıda bulunur,
- 5- Bu katkı özellikle devletin etkinliklerine gereklilik, verimlilik, meşruluk ve şeffaflık getirmede önemlidir,
- 6- Ayrıca var olan farklı ekonomik, toplumsal ve siyasal aktörler arasında demokratik, adil ve katılımcı bir müzakere ortamı yaratılmasına yardımcı olur.

Küreselleşme süreciyle STK’ların yeni işlevler üstlendiği, toplumsal değişimin temel ve asli aktörlerinden birisi konumuna geldikleri, farklı yapılanmalarla giderek yaygınlaştığı, gündemin ilk sıralarında yer aldıkları görülmektedir. STK’lar, gönüllü yurttaş inisiyatiflerinden, farklı motiflerle

bir araya gelen sosyal hareketlere, hükümet dışı hareketlerden küreselleşme karşıtlarına, düşünce kuruluşlarından sendikalara ve meslek örgütlerine dek uzanır. (Yıldız, 2005). STK'ların siyasal işlevleri arasında bulunan kamuoyunu etkileme işlevi, kamuoyu oluşturmak suretiyle karmaşık ve geniş toplumsal yapıda bireylerin taleplerinin dile getirilmesine ve dikkate alınmasına katkı sağlamaktadır. Kamuoyu oluşturmak, hizmet alanlarına dikkat çekmek amacıyla STK'lar, geleneksel medya ilişkileri, reklam, toplantılar, eylemler, imza kampanyaları, lobicilik, tabana yönelik faaliyetler gibi halkla ilişkiler yöntemlerini kullanmaktadırlar. STK'ların başarısında kampanyaların daha büyük kitlelere ulaşmasında medya desteğinin büyük bir önemi bulunmaktadır.

Bugün Türkiye'de 4.547'si vakıf, 86.031'i dernek olmak üzere, 90.578 sivil toplum kuruluşu faaliyet göstermekte, bu rakamlara sendikalar, meslek odaları ve kooperatiflerin de eklenmesi durumunda bu sayı 150.000'i aşmaktadır. Türkiye nüfusuna oranla STK sayısı oldukça düşüktür. Ülke genelinde ortalama her 780 kişiye bir STK düşmektedir (TÜİK ve Dernekler Dairesi Başkanlığı -DDB 2008 ve Vakıflar Genel Müdürlüğü - VGM 2009). Coğrafi dağılım açısından incelendiklerinde STK'ların kentsel alanlarda ve ülkenin batısında yoğunluk gösterdiği görülmektedir. Vakıf ve derneklerin %42'si ülkenin beş büyük kenti olan İstanbul, Ankara, İzmir, Adana ve Bursa'da bulunmaktadır. Bunun yanında ülkedeki en az STK Şırnak'ta bulunmakta her 3.204 kişiye bir STK düşmekte ve bu ilde STK'ların sadece %0,15'inin faaliyet gösterdiği görülmektedir (DDB 2008 ve VGM 2009 Verileri).

Çalışma alanları açısından STK'ların büyük çoğunluğunun sosyal dayanışma ve hizmet odaklı çalıştığı, politikaları etkilemeye yönelik etkinliklere ve savunuculuk faaliyetlerine daha az yer verildiği görülmektedir. Türkiye'de derneklerin %18,1'ini "dini hizmetlerin geliştirilmesine yönelik hizmet faaliyetleri" veren cami dernekleri, %14,3'ünü spor kulüpleri, %13,7'sini yardımlaşma dernekleri, %9,5'ini kalkınma ve konut dernekleri, %10'unu ise mesleki dayanışma örgütleri oluşturmaktadır. Ancak yine de savunuculuk yapan STK'ların (örneğin kadın hakları ve sorunları, çevre sorunları, insan hakları, tüketici hakları, öğrenci ve gençlik konuları) etkinlik ve görünürlüklerindeki artış dikkat çekicidir.

Uluslararası Sivil Toplum Endeksi Projesi Türkiye Raporu II de; Türkiye'de STK türleri içinde kadın örgütlerinin %13 oranıyla 3.sırada geldiği ifade edilmektedir. Bir diğer araştırmada ise sosyal amaçlı derneklerde 200 kadın STK %5'lik bir dilimi kapsamaktadır (www.stk.net/akademik-makale, 02 Şubat 2012).

AB'ye uyum sürecinin de etkisiyle hukuki altyapı geliştirilmesine rağmen, ülkemizde kadınlar sorunlarını anlatmak ve çözüme ulaştırmak konusunda istenilen noktaya gelinememiştir. Kadınlar arasında işsizlik sorunu erkeklere kıyasla daha büyüktür. Ülkemizde, kadınların daha olumsuz istih-



dam şartlarına sahip olmasının temel nedeni eğitim seviyesindeki farklılıktır. Eğitim düzeyi, sahip olunan meslek grubunu da büyük ölçüde etkilemektedir. Türkiye'de kadınlar daha düşük eğitim düzeylerine sahip olduklarından, büyük oranda tarım alanında çalışmaktadır. Kadınların eğitim düzeyleri ise çoğunlukla mevcut aile yapısı ve bu yapının kadınlara yüklediği rollerle şekillenmektedir. Kadınlara çoğunlukla eğitim şansı verilmezken, ekonomik faaliyetlere katılmaları da büyük ölçüde engellenmektedir. Ülkemizde şiddet ve ayrımcılığın önlenmesi ve fırsat eşitliğine yönelik yasal altyapının gelişmiş ülkeler seviyesine çıkarılmasına rağmen bu hakların kullanılması için gerekli kurumsal ve eğitimsel altyapı yeterince gelişmemiştir. Bu nedenle mevcut kadın STK'ların çoğunluğunun etkinlik alanları; kadınların istihdama kazandırılması ve çalışma isteğinin gelire dönüştürülmesi sürecinin yerel olanaklar, kamu, özel kesim ve sivil toplum kuruluşlarının işbirliğiyle projelendirilmesi, kadına şiddetin önlenmesi amacıyla kampanyalar düzenlenmesi ve bu konuda kamuoyu duyarlılığının artırılması, kadın hakları ve kadının siyasal yaşama katılımının yüksek oranda sağlanması noktasına dayanmaktadır.

Diğer STK'lar ile ortak çalışma alanı ise eğitimidir. Kadınların eğitim düzeyini artırmayı hedefleyen 'Haydi Kızlar Okula', 'Kardelenler', 'Baba Beni Okula Gönder' gibi proje ve kampanyalar bu açıdan oldukça önemlidir.

## 2.1- İnceleme Kapsamına Alınan Kadın STK'lar

Çalışma kapsamında ele alınan kadın STK'lar hizmet alanını sadece "kadın" odaklı olarak tanımlayan, her biri kadının sosyal, ekonomik ve siyasal yaşam ile kamusal alanda varlığını güçlendirmeyi amaçlayan STK'lardır. İnceleme kapsamına alınan kadın STK lar KAGİDER, Mor Çatı Kadın Sığınağı Vakfı ve KA.DER'dir.

### 2.1.1- KAGİDER

KAGİDER, Türkiye Kadın Girişimciler Derneği, Eylül 2002'de 38 kadın girişimci tarafından ülke çapında faaliyet gösteren ve kar amacı gütmeyen bir sivil toplum örgütü olarak İstanbul'da kurulmuştur. Farklı sektörlerde aktif olarak çalışan ve değer üreten 200 kadın girişimci üyesi bulunmaktadır. Temel amacı Türkiye'de kadın girişimciliği ve liderliğini geliştirmektir. Bu amaçla İstanbul'da ve Anadolu'nun farklı illerindeki kadın girişimcilere iş kurma ve geliştirme süreçlerinde kapsamlı eğitimler sağlamanın yanı sıra, kadın girişimci adaylarına inkübasyon, danışmanlık ve mentörlük desteği sunar. Diğer taraftan genç kadınlar arasında farkındalık yaratma ve bilinç yükseltme çalışmaları ile onları daha iyi eğitim almaları ve iş yaşamına başarılı geçişleri yönünde destekler. 2002 yılından bu yana KAGİDER girişimcilik eğitimleri ile kadının güçlenmesine hizmet etmiş, kadınların sosyal ve ekonomik alanda etkinliğinin artmasını sağlamıştır. Bu bağlamda KAGİDER 5000'den fazla girişimcilik ve iş geliştirme projesini değerlendirmiş, 1300'den



fazla kadına eğitim desteği sağlamış, başarılı adaylara inkübasyon, mentörlük ve danışmanlık hizmeti sunmuştur.

KAGİDER Mart 2009'da kadın güçlenmesi yönünde çalışmalarını geliştirmek, girişimcilik, liderlik ve inkübasyon alanlarında faaliyetlerini artırmak ve geliştirmek için temel bir merkez olması düşünülen Kadın Gelişim Merkezi –Biz.'i hayata geçirmiştir. –Biz.'de kadın girişimci adaylarına finans, bankacılık gibi alanlarda danışmanlık, eğitim, inkübasyon, mentörlük desteği, liderlik eğitimleri ve seminerleri sunulmaktadır.

KAGİDER Türkiye'nin AB üyeliğine inanmakta, üyelik sürecine destek vermekte ve bu süreçte kadınların oynayacağı aktif rolün önemini savunmaktadır. AB diyalogunu hedef alan çalışmalarını ve Brüksel ile ilişkilerini Türkiye'nin AB'de önemli bir lobi aktörü olan KAGİDER Brüksel Ofis aracılığı ile sürdürmektedir. Brüksel temsilciliği olan tek Türkiyeli kadın sivil toplum örgütü olma özelliğini korumaktadır. Mart 2008'de açılan KAGİDER Brüksel Temsilciliği Brüksel'de Türkiye'nin AB üyeliği yönünde lobi faaliyeti yapan, bu süreçte kadının oynayacağı rolün altını çizen önemli bir aktör olmaya adaydır.

Avrupa çapında 4000 kadın örgütünün bağlı bulunduğu bir çatı organizasyon olan Avrupa Kadın Lobisi (AKL) üyesidir. Uluslararası Kadın İttifakı (TIAW), Akdeniz İşkadınları Derneği (AFAEMME) ve Balkan Kadın Koalisyonu üyelikleri olan KAGİDER bu kuruluşların toplantılarına katılmakta, iletişim ağlarında yer almakta ve farklı alanlarda diyalogunu sürdürmektedir. KAGİDER Dünya Bankası (WB) ve Uluslararası Finans Kuruluşu (IFC) ile proje temelli ortaklıklar ve bu bağlamda sağlam bir diyalog geliştirmektedir. Ulusal STK lar ile de amacı doğrultusunda işbirliği yapmaktadır.

Ekonomik yaşamda kadının varlığını güçlendirmek için kadın girişimcileri destekleyen eğitim programları, yarışmalar, seminerler düzenlemekte genç kadın girişimcileri bünyesine katmak için çalışmalarını sürdürmektedir ([www.kagider.org.tr](http://www.kagider.org.tr), 05.02.2012)

### 2.1.2- Mor Çatı Kadın Sığınağı Vakfı

Kadınların 1987 yılında başlattığı Dayağa Karşı Kadın Dayanışması kampanyasını takip eden bir dizi şiddet karşıtı faaliyetin sonucunda, şiddete uğrayan kadınlara yönelik bir sığınak fikrinin zaman içinde olgunlaşmasıyla 1990 yılında İstanbul'da vakıf statüsünde Mor Çatı Kadın Sığınağı Vakfı kurulmuştur. Mor Çatı, İstanbul düzeyinde faaliyet gösteren yerel bir kuruluştur. Ancak başka illerdeki kadın örgütleriyle ortaklaşa etkinlikler de gerçekleştirmektedir. Mor Çatı'nun temel kuruluş felsefesi, "dayanışma"ya dayanır. Kadınlar arasındaki dayanışmayı ve etkileşimi sağlamak kuruluşun öncelikli hedefidir. Dayanışmanın bir ayağını da kadın sığınakları oluşturduğu için Mor Çatı kadın sığınaklarına faaliyetleri içinde önemli bir yer

verir. Kadınlar için sığınak düşüncesi ilk olarak bu kuruluşu oluşturan kadınlar, dolayısıyla bu kuruluş tarafından gündeme getirildiği için Mor Çatı'nın adı sığınakla neredeyse özdeşleşmiştir. Mor Çatı, genel olarak kadın hareketi içinde benimsenen belli başlı ilkeler ışığında çalışmaktadır. Bu ilkeler şu şekilde ifade edilebilir: Hiyerarşi yaratmamak ve üretmemek, gönüllülük esasına göre çalışmak, yetki ve sorumlulukları dönüşümlü olarak paylaşmak, kararları kolektif almak ve dayanışma için çalışmak.

Mor Çatı, yukarıda ifade edildiği gibi adı kadın sığınaklarıyla özdeşleşmiş olmasına rağmen, sadece sığınaklarla ilgili faaliyet yürütmez. Faaliyet alanları ana hatlarıyla danışmanlık, sığınak çalışmaları, açık kapı toplantıları, atölye çalışmaları, 8 Mart etkinlikleri, yayınlar ve basın bildirimleri şeklinde özetlenebilir. Mor Çatı, dayanışma felsefesiyle çalıştığı için çalışmalarının odağında da şiddete uğrayan kadınlar yer alır. Bu amaçla kuruluşundan beri sığınak çalışmaları üzerinde yoğunlaşmıştır. Kurulduğu 1990 yılında maddi sıkıntılar yüzünden sığınak açamamıştır. Bu dönemde daha çok belediyeler bünyesindeki sığınak çalışmalarına destek vermiş ve şiddete uğradığı için SHÇEK bünyesindeki misafirhanelerde kalan kadınlara yönelik çalışmalar gerçekleştirmiştir. Mor Çatı, 1995'te ilk sığınağını açarak 1998 yılına kadar işletmiştir. Bu tarihler arasında 350 kadınla birlikte 250 çocuğa da hizmet vermiştir. Ancak maddi yetersizlikler nedeniyle 1998 yılında kapatılmak zorunda kalmıştır. Mor Çatı 2005 Ekim ayında Beyoğlu Kaymakamlığı ve Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı'yla gerçekleştirdiği iki yıllık bir protokol ile ikinci sığınak çalışmasını hayata geçirmiştir. Bu sığınak yerel yönetimlerin de desteğiyle bugüne kadar faaliyetlerine devam etmektedir. Ancak sığınak her gün yapılan başvuruları karşılayacak düzeyde değildir. Her gün ortalama altı kadının, aylık iki yüze yakın kadının değişik nedenlerden dolayı Mor Çatı'ya sığınak için talepte bulunmaktadır.

Sığınaklarda kalan kadınlara temelde kendilerine özgüven kazanma, kendi ayakları üzerinde durma, bir meslek edinerek yaşamlarını kazanabilme konularında destek verilmektedir. Kadınların kendi kararlarını kendilerinin vermeleri sağlanmaktadır. Yapılan mülakatlarda, Mor Çatı yetkilileri kadınları yönlendirmekten ve onların adına karar vermekten kaçındıklarını ifade etmektedirler. Mor Çatı Kadın Sığınma Vakfı uygulamalarını web sitesinde şöyle anlatmaktadır:

Mor Çatı'da erkek şiddetine karşı mücadele feminist yöntemlere dayalı olarak yürütülür. Erkek şiddetinin, toplumda kadınlarla erkekler arasında var olan eşitsizliklerden kaynaklandığı, kadın dayanışmasını güçlendirerek eşitsizliklere karşı mücadele etmenin gerekli olduğu düşünülür. Kadınlara destek verirken, onun adına karar vermemek, karar verme sürecinde baskı yapmak yerine, kendi kararı ne olursa olsun destek verilir. Kararlarından dolayı kadınlar yargılanmaz (www.morcati.org.tr, 02 Aralık 2011) .

### 2.1.3- KA.DER

1997 yılında kurulan KA.DER'in misyonu, kadınların seçimle ve atamayla gelinen tüm karar mekanizmalarında eşit temsilini sağlamaktır. 2010 yılı itibarı ile 8 şube ve 8 temsilciliği vardır. Demokratik bir örgüt yapısı olduğunu ifade etmektedir (www.ka-der.org.tr, 05 Aralık 2011) Özellikle 2000' li yıllardan sonra kadının siyasi yaşama katılımı ve karar mekanizmalarında yer alabilmesi için pek çok uygulama ve kampanyalar gerçekleştir görülmektedir. Ülke olarak ayrımcılığın her türüne karşı olduğunu, tüm yasal partilere eşit mesafede durduğunu ve tüm partilerin kadın kolları ve kadın parlamenterleriyle amacı doğrultusunda eşit mesafede birlikte çalıştığını ifade etmektedir.

KA.DER amaçlarını web sitesinde hedef kitlesine şöyle açıklamaktadır:

- Kadınların politikaya katılımını engelleyen ekonomik, sosyal, kültürel ve yasal engellerin ortadan kaldırılması,
- Kadınların karar mekanizmalarında eşit temsilini sağlamak için geçici özel önlem politikalarının yasalarda ve siyasi parti tüzüklerinde yer alması,
- Partili ve partisiz kadınların güçlendirilmesi, aday olmaya teşvik edilmesi ve görünür kılınması,
- Siyasi partilerde yer alan kadınlar arasında; onlarla kadın hareketi arasında, kadın sorunları ve politikaları konusunda iş ve güç birliğinin gelişmesi amacıyla, lobi, savunu, kampanya, örgütlenme ve eğitim çalışmaları yapmaktır.

KA.DER'in açmış olduğu siyaset okulları kadının siyasal yaşamda varlığını güçlendirmek için yaptığı en etkili uygulamalardan biridir. Aynı zamanda popüler kimlikler ile yapmış olduğu "Bu Meclise Kadın Şart Kampanyası" da ses getiren bir diğer tanıtım kampanyasıdır. Bu iki uygulamaya ek olarak Kadın Yurttaşların Güçlendirilmesi projesini de hayata geçirmiştir.

### 3- Araştırmanın Amacı, Yöntemi ve Kapsamı

Web sitesi analizi, iletişim bilimleri dışında da pek çok disiplinin ilgi gösterdiği önemli bir çalışma alanıdır. Bu analizlerde kullanılan yaklaşımlar kalitatif (nitel) ve kantitatif (nicel) olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Bu çalışmalarda, çalışmayı uygulayan bilim dalına göre farklılık olsa da genel olarak sitenin amacı ve dizaynı sorunsalları ön plana çıkmaktadır.

Kadın STK'ların hizmet alanları ve uygulamaları konusunda daha fazla sayıda kişiye ulaşarak farkındalık yaratmak, gönüllü sayısını arttırarak kay-

nak toplama ve sorunlar konusunda kamuoyu oluşturmak en temel fonksiyonlarıdır. Kadın STK'ların bu fonksiyonlara web sitelerinde çeşitli bileşenlerle birlikte ne kadar yer verdiği, web sitesi kullanıcılarına doğru ve etkili enformasyon ve bilgi akışı sunup sunmadığı teknik açıdan yeterli, dizayn açısından sorun taşıyıp taşımadığı önemli sorunsallar olarak ortaya çıkmaktadır. Çünkü web siteleri Kadın STK'ların sanal ortamda görünen yüzüdür. Ayrıca; kadınların özel alandan kamusal alana geçişleri ve seslerini duyurmak için kullandıkları en önemli iletişim kanalıdır.

Çalışmada “ Kadın STK'lar halkla ilişkiler, tanıtım, bilgilendirme ve teknik açıdan faaliyetleri kapsamında gönüllük esasına dayalı hizmet alanlarında web sitesini etkin kullanıyor mu?” konulu temel sorunsal, KAGİDER (Türkiye Kadın Girişimciler Derneği), Mor Çatı Kadın Sığınağı Vakfı ve KADER (Kadın Adayları Destekleme ve Eğitim Derneği), “web sitesi kullanımlarına ilişkin yapılan inceleme üzerinden değerlendirilmiştir. Bu STK'ların incelemeye dahil edilmesinin nedeni kadının toplumsal yaşama sosyal, ekonomik ve siyasal alanlarda katılımını destekleyen, bu konuda etkin çalışan, bilinirliği yüksek kadın STK'lar olmasıdır. Bu üç STK' nın web siteleri 09 Ocak – 23 Ocak 2012 tarihleri arasında incelemeye tabi tutulmuştur. Araştırmanın metodolojik kısmı Gibson, Ward, Margolis, Resnick ve Ward'un “Election Campaigning on the www. in the USA and UK: A Comparative Analysis” adlı makalesi temel alınarak STK web site analizi için uyarlanmıştır (2003).

İncelemeye dahil edilen STK web sitesi bilgi akışı, kaynak toplama, haberleşme ağı, katılım ve kampanya indekslerini içeren fonksiyon özelliğini ve görsellik, erişilebilirlik, gezilebilirlik, güncellik ve görülebilirlik indekslerini içeren sunum özelliğini sağlama kapasitelerine göre puanlandırılmıştır. Ayrıca yukarıdan aşağıya, aşağıdan yukarıya, yatay ve etkileşimli bilgi iletişim akışı özellikleri incelenmiştir.

Çalışmanın varsayımları şu şekilde belirlenmiştir;

Gelişen iletişim teknolojisine paralel olarak web sitelerinin halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyetleri açısından önemi hızla artmakta, ekonomik, sosyal ve kültürel etkinliklerin duyurulması, bilgilerin güncelliği web sitesinin girilme sıklığını interaktif/etkileşimini belirlemektedir. Çalışmanın temelini oluşturan kadın STK internet siteleri bu bağlamda hedef kitleyi bilgilendirme konusunda önemli araç olarak kullanılmaktadırlar.

- Çalışmada ekonomik alanda faaliyetlerini yürüten KAGİDER in web sitesini bilgi akışı, katılım, kampanya indekslerini içeren fonksiyon özelliklerinin yanı sıra görsellik, erişilebilirlik ve güncellik indekslerini içeren sunum özellikleri açısından zengin bir içerikte oluşturduğu varsayılmaktadır.



- Mor Çatı Kadın Sığınağı Vakfı'nın web sitesini veri akışı ve sunum özellikleri açısından etkin olarak kullanmadığı, ana amacı doğrultusunda sosyal yaşamda ve hayatta var olma mücadelesi veren şiddet mağduru kadınlara yönelik bağış toplamak amacıyla bu kanalı aktif hale getirdiği varsayılmaktadır.
- Kadının siyasal yaşama daha fazla katılımını sağlamak amacıyla sosyal sorumluluk faaliyetlerini sürdüren KA.DER'in bilgi akışı, katılım, kampanya indekslerini içeren fonksiyon özelliklerinin yanı sıra görsellik, erişilebilirlik ve güncellik indekslerini içeren sunum özellikleri açısından web tabanlı iletişimin olanaklarından (özellikle de interaktif/etkileşim boyutunda) etkin şekilde yararlanmadığı varsayılmaktadır.

### 3.1. Araştırmanın Bulguları

İncelenen her bir kadın STK web sitesinin fonksiyon ve sunum özellikleri baz alınarak, içeriklerinin ne kadar donanımlı olduğu ve bu içerikleri ne kadar etkin bir şekilde sunabildikleri; bu bağlamda da halkla ilişkiler özeline interneti kullanım amaçları doğrultusunda ne kadar etkin ve ne ölçüde kullanabildiği ortaya konulmuştur.

#### 3.1.1. Türkiye'deki İncelenen Kadın Sivil Toplum Kuruluşları (STK) Web Sitelerinin Tüm Fonksiyonu

**Tablo 1:** Türkiye'deki İncelenen Kadın Sivil Toplum Kuruluşları (STK) Web Sitelerinin Tüm Fonksiyonu

	Bilgi Akışı	Kaynak Toplama	Haberleşme İç - Dış	Katılımcılık	Kampanya
KAGİDER	14	6	4 -5	0	6
MOR ÇATI KADIN SİĞİNAĞI VAKFI	10	10	2 -0	0	3
KA.DER	14	4	0 - 1	6	3
Ortalama	12.6	6.6	2 - 2	2	4
Aralık	0 -16	0 -13	0 -6 0 - 15	0 - n	0 -9

\***Kaynak:** KAGİDER Web sitesi (<http://www.kagider.org/>),  
MOR ÇATI Web sitesi (<http://www.morcati.org.tr/tr>) ve  
KA.DER Web sitesi (<http://www.ka-der.org.tr/tr/index.php>) 09 -23 Ocak 2012.



Enformasyon/bilgi akışı fonksiyonu değerlendirildiğinde, incelemeye konu olan KAGİDER, Mor Çatı ve KA.DER kadın STK web sitelerinde yukarıdan aşağı doğru bilgi akışının olduğu ve bu bilgi akışının KAGİDER ve KA.DER’ de daha yoğun olarak kullanıldığı görülmektedir. Sitelerin hepsinde dernek ya da vakfın kurumsal tarihi, organizasyon yapısı, faaliyetleri, üyeleri, mevzuatları, sponsor ve destekçileri, e-bülten ve iletişim bilgileri yer almaktadır. Sıkça sorulan sorular, gizlilik politikası kısmı her üç web sitesinde de bilgi akışı fonksiyonu çerçevesinde eksik bırakılmıştır. Bununla birlikte kurum yapısı, felsefesi, tüzüğü, misyon ve vizyonu, denetim ve faaliyet raporları, yönetim kurulu, ilgili komiteler ve bu komitelerin üyeleri, projelerin yanı sıra etkinlik takvimi KAGİDER’de çok daha ayrıntılı bir şekilde sunulmuştur. Söz konusu web sitelerinde periyodik olarak yayınlanan e-bültenlere link konulmuştur. KAGİDER tüm dünyada etkin kullanımı olan Facebook ve Twitter gibi sosyal paylaşım alanlarında da katılımcıları ile buluşmak amacıyla Facebook ve Twitter hesapları oluşturmuş, site içinde bunlara yönelik linkler konulmuştur.

Mor çatı ana sayfasında vakfın kuruluş öyküsü ile neler yapıyoruz, neler yapabiliriz? Başlıkları altında kendisini ve faaliyetlerini tanıtmıştır. Etkinlik takviminin güncellenmesi konusunda ise yetersizlik olduğu belirlenmiştir. Bu yetersizlik KA.DER’in web sitesi içinde geçerlidir. Her üç site de de basın bültenleri ve basında vakıf ya da dernekle ilgili olarak yayınlanan haberlere yer verilmekle birlikte KAGİDER’de “basın odası” başlığı altında bu bilgilere çok daha ayrıntılı olarak rastlanmıştır. Yine KAGİDER ana sayfasında fazla sayıda reklam bannerları kullanırken Mor Çatı ve KA.DER’de böyle bir uygulamaya rastlanmamıştır. KAGİDER’de asil, aday üyelere ilişkin kimlik ve firma bilgilerinin yanı sıra çalışanların tümüne ait telefon ve elektronik posta hizmetlerine dair bilgiler de verilmiştir. Yönetim kurulu üyeleri, komiteler ve komitelerde görev alan kişilerin tam isim listesi, görev alanları kamuoyuna duyurulmuştur. Ana sayfada ayrıca Brüksel ofisinin çalışma alanları, etkinlikleri, çalışanların iletişim adreslerine ilişkin ayrıntılı bilgiye yer verilmiştir. KAGİDER’in faaliyetleri ve bağımsız denetim raporları sitede sunulurken, dış haberleşme kapsamında ise uluslar arası üyeliklere, STK’lara ait yaralı linkler konulmuştur. KA.DER’ de ise bu linklere rastlanmamıştır.

Enformasyon ve bilgi akışı bağlamında KAGİDER’in niteliksel açıdan Mor Çatı ve KA.DER’e oranla daha fazla veri sunduğu tespit edilmiştir. Tüm web siteleri ortalamasına bakıldığında enformasyon ve bilgi akışının üç site de 16 puan üzerinden ortalama 12.6 puana sahip olduğu görülmektedir.

Kaynak toplama fonksiyonu kapsamında KAGİDER’de sadece üyelik aidatına ilişkin bilgiler web sitesinde bulunurken, Mor Çatı ayrıca web sitesinde vakfa bağış sağlamak amacıyla bankaların (TL, Euro ve Dolar) hesap numaralarını ayrıntılı olarak vermiş, sağlık, iletişim, teknolojik desteğin yanı

sıra kurumsal destek için gönüllülük esasına ilişkin bilgiler aktarmıştır. Vakfa gelir sağlayabilecek tişörtlerin satışı ile ilgili kampanya duyurusu ve linkleri de sitede yer almaktadır. KA.DER' in web sitesinde ise bağış konusunda bilgiye rastlanmamıştır.

Haberleşme fonksiyonu açısından her üç STK'da da iç haberleşme indeksinin daha yoğun olduğu belirlenmiştir. İç haberleşme konusunda KAGİDER çalışanlarına, üyelerine, kütüphane ve haber arşivi ile iletişim kurulabilecek kişilere yönelik linkler oluştururken, Mor Çatı haber arşivi ve iletişim sağlanabilecek mail adresine yönelik link sağlamıştır. KA.DER ise üyelik bilgilerine ilişkin link oluşturarak, internet üzerinden üye kayıtlarının kolayca yapılmasına (üyelik formu ve postalama ikonu ile) imkan tanımıştır.

Dış haberleşme konusunda KAGİDER Kobiler, Türkiye Fuar Rehberi, Ticaret Sicil, Brüksel Ofisi, Türk ve Avrupa Birliği STK linklerinin yanı sıra ana sayfada ve sayfanın alt kısmında yer alan bannerlar aracılığıyla kendisine destek veren sponsorlarına, destekçilerine de linkler oluşturmuştur. Mor çatı Kadın Sığınma Vakfı ise dış haberleşme kapsamında sadece hukuk alanında Unicef Türkiye ve adli konularda dilekçe örneğine linkle yönlendirme yapmıştır.

KA.DER'in web sayfasında ulusal ya da uluslar arası kurumların resmi sitelerine ya da sadece kendi üyelerinin girebileceği ekstra linklere rastlanmamıştır. Sponsor olarak tek bir linke bağlantı oluşturulması KA.DER' in web sitesinin iç ve dış haberleşme değişkenine göre yetersiz olduğu sonucunu doğurmuştur.

**Tablo 2:** Türkiye'deki İncelenen Sivil Toplum Kuruluşları (STK) Web Sitelerinin Sunum\*

	Görsellik	Erişilebilirlik	Gezilebilirlik	Güncellik
KAGİDER	8	1	4	4
MOR ÇATI KADIN SİGİNAĞI VAKFI	8	2	2	3
KA.DER	3	3	1	0
Ortalama	6.3	2	2.3	2.3
Aralık	0 -6	0 -5	0 - n	0 - 6

\***Kaynak:** KAGİDER Web sitesi (<http://www.kagider.org/>),  
MOR ÇATI Web sitesi (<http://www.morcati.org.tr/tr>) ve  
KA.DER Web sitesi (<http://www.ka-der.org.tr/tr/index.php>) 09 -23 Ocak 2012.

Katılımcılık fonksiyonu karşılıklı iletişim, kamuoyu araştırmaları ve geri bildirim indeksi açısından incelenmiştir. KAGİDER ve Mor atı kadın STK web sitesinde KA.DER' in aksine kullanıcılar için e-mail gönderme imkânı bulunmaktadır. KAGİDER buna ek olarak çalışanlarının her biri ile iletişim kurulabilecek mail adreslerini de sitede ayrıntılı olarak belirtmiştir. Söz konusu sitelerde ziyaretçi defteri adı altında site ziyaretçilerinin görüş ve önerilerini aktarabilecekleri bir ikona rastlanmamıştır. Her üç sitede de karşılıklı iletişim söz konusu değildir.

STK web sitelerinde sosyal yardım kampanyaları etkin şekilde düzenlenmiş, üyelere ve gönüllülere ilişkin ayrıntılı bilgi aktarımı sağlanmış, logo, tanıtım ve broşür bilgilerinin indirimine imkan tanımıştır.

### 3.1.2. Türkiye'deki İncelenen Kadın Sivil Toplum Kuruluşları (STK) Web Sitelerinin Sunumu

Web sitelerinin sunumu açısından yapılan incelemede KAGİDER' in hareketlilik, ereve, grafik ve imajların yanı sıra görsel ögelerle sitesini son derece zenginleştirdiği gözlenmiştir. Mor atı ise kamuoyunun dikkatini çekmek için hazırlanan tanıtım filmlerinin videolarına ve animasyonlara sitesinde yer vererek kullanıcılarının da dikkatini konuya çekmeye çalışmıştır. KA.DER sunum açısından incelemeye konu olan diğer iki web sitesinin gerisinde kalmıştır.

Erişilebilirlik açısından her üç STK' nın web sitesinin de WAP/PDA'dan ulaşım olanağı ve görme engeli bulunan kullanıcılar için özel yazılım seçeneği bulunmamaktadır. STK'ların web sitesinde dokümanların metin halinde sunum seçeneği mevcutken, Mor atı ve KA.DER'in web sitesine sitenin İngilizce sunum özelliği eklenmiştir.

Gezilebilirlik fonksiyonu açısından her üç sitede de site haritası ve arama motorları bulunmaktadır. KAGİDER ve KA.DER'de sayfa altında sabit menü olanağı varken, Mor atı'da buna rastlanmamaktadır. İncelenen sitelerde son güncelleme tarihi bulunmazken, dokümanlar üzerinden yapılan incelemede KAGİDER'in 3-7 günde bir güncellendiği gözlenmiştir. Dünyadaki internet kullanıcılarının en fazla rağbet ettiği arama motorlarından biri olan Google'da yapılan incelemede görüntülenme sayısı KAGİDER için 97.000, Mor atı için 365.000, KA.DER için ise 204.000 olarak tespit edilmiştir.

## SONUÇ

Gelişen teknoloji internet kullanımını hayatımızın en önemli parçası haline getirmiş, web tabanlı iletişim tanıtım faaliyetleri açısından dışarıya açılan pencere olarak kabul edilmiştir. Holtz, web sayfalarına yerleştirilen bir mesajın farklı coğrafi konumdaki insanlara ulaşabileceğini belirtirken, siteyi

ziyaret eden herkesin sitenin içeriğini sonuna kadar okuyacağını varsaymanın mümkün olmadığını savunmuştur (Chipchase ve Theaker, 2006:369). Bu bağlamda kar amacı gütmeyen STK'ların web sitelerini, hedef kitlelerinin geri beslemesine izin verecek şekilde, çift yönlü iletişim sürecinin gerçekleştirileceği interaktif bir yapıda oluşturmaları gerekmektedir.

Çalışmaya konu olan kadın STK'larda halkla ilişkiler ve tanıtım uygulama alanı olarak web sitesi kullanımını: örgüt haberlerini duyurma, çeşitli konular üzerinde görüş bildirme ve kamuoyu yaratma, yönlendirme, kriz dönemlerinde halkla birebir iletişim kurma, yeni üye kazanma, görünürlük elde etme, diğer sivil toplum örgütleriyle iletişim ağı kurma, imza, eylem veya yardım amaçlı kampanyalara destek sağlama zemini olarak değerlendirilmek mümkündür. Araştırma kapsamında örneklem olarak seçilen üç farklı hizmet alanında kadının toplumsal yaşamda daha etkin var olması için çalışan kadın STK'ların geleneksel kitle iletişim kanallarında yer almakta gösterdiği çabayı internet ve web sitesi kullanımında da gösterdiği görülmektedir.

İncelemeye konu olan kadın STK web siteleri hedef kitleler ile iletişiminde fonksiyon ve sunum özellikleri açısından değerlendirilmiştir. Sitelerin genel olarak bilgi akışı bağlamında iyi durumda olduğu, ancak sıkça sorulan sorular, görme engelliler için özel yazılım, görüş ve öneriler ikonun her üç web sitesinde de eksik bırakıldığı belirlenmiştir. Bu durum sitelerin olumsuz yönlerini ortaya koymuştur.

Haberleşme ağı fonksiyonu açısından yapılan değerlendirmede tüm STK web sitelerinde e-postalar aracılığıyla ulaşılabilecek alanların olduğu görülmektedir.

Katılımcılık fonksiyonu açıklık, kamuoyu araştırmaları, geri bildirim ve karşılıklı iletişim değişkenleri açısından değerlendirilmiştir. Araştırma kapsamında incelenen kadın STK web sitelerinin tümünde e-posta adresi ile iletişim kurulabilen alanlar ve belirli konulara vurgu yapan e-posta adresleri bulunmaktadır. Web sitelerinin tümünde kullanıcılarla üyeler arasında çevrimiçi eşzamanlı görüşme (chat) imkanı tespit edilmemiş olup, çift yönlü iletişim sağlanamamıştır.

Web sitelerinin sunum özellikleri; görsellik, erişilebilirlik, gezilebilirlik, güncellik, görülebilirlik özellikleri açısından incelenmiştir. Görsellik bağlamında incelenen kadın STK web siteleri logo ve kurumsal renklerine uygun olarak tasarlanmıştır. Menü, çerçeve, hareketlilik özelliklerinin web sitelerinde yer aldığı görülmektedir. Dokümanların metin halinde indirilmesi ve yazılması özelliklerinin her üç web sitesinde de bulunduğu tespit edilmiştir.

Web sitelerinin gezilebilirlik özelliği incelendiğinde, web sitelerinde ana sayfa ikonunun ve sabit menü çubuklarının yer aldığı görülmektedir. Bu



özellik kullanıcının site içerisinde rahat hareket edebilmesini ve kolaylıkla site içerisinde sayfa değiştirebilmesini sağlamaktadır. Arama motorlarının olması ise bilgiye kısa sürede ulaşılması açısından olumlu olarak değerlendirilmiştir.

Çalışmada elde edilen veriler çalışma varsayımlarını kanıtlamıştır. Kadın STK internet siteleri hedef kitleyi amaçları doğrultusunda kendileri ve uygulamaları konusunda bilgilendirmede önemli bir araç olarak kullanılmaktadırlar. KAGİDER' in web sitesi bilgi akışı, katılım, kampanya indekslerini içeren fonksiyon özelliklerinin yanı sıra görsellik, erişilebilirlik ve güncelik indekslerini içeren sunum özellikleri açısından zengin bir içeriğe sahiptir. Mor Çatı Kadın Sığınma Vakfı bilgi ve enformasyon akışının yanı sıra şiddet mağduru kadınlara yönelik bağış toplamak amacıyla web sitesini kullanmaktadır. Kadının siyasal yaşama daha fazla katılımını sağlamak amacıyla sosyal sorumluluk faaliyetlerini sürdüren KA.DER'in bilgi akışı, katılım, kampanya indekslerini içeren fonksiyon özelliklerinin yanı sıra görsellik, erişilebilirlik ve güncelik indekslerini içeren sunum özellikleri açısından web tabanlı iletişimin olanaklarından (özellikle de interaktif/etkileşim boyutunda) etkin şekilde yararlanmadığı görülmüştür.

Ülkemizde kadının toplumsal yaşam içinde görünürlülüğünü arttırmak ve karar alma süreçlerinde daha etkili olması için öncelikle var olan kadın sivil toplum kuruluşlarının niteliksel etkinliklerinin artması gerekmektedir. Savundukları konularla ilgili toplumda duyarlılık yaratmak gönüllü kapasitesini geliştirmek ve oluşturdukları projelere kaynak bulma konusunda ulusal ve uluslararası alanlarda iletişimi sağlamak için sanal ortamda sosyal ağlar ile birlikte kendilerinin görünen yüzü web siteleri için daha çok özen göstermeleri gerekmektedir.

Kadın STK web sitelerinin görünürlük oranının yüksek olması, amaç ve etkinlik açısından zenginleştirilmesi STK'lar konusunda farkındalığı az olan grupların da katılımını sağlayacaktır. Bu amaçla; web sitelerinin tümünde kullanıcılarla üyeler arasında çevrimiçi eşzamanlı görüşme (chat) imkânı yaratılarak çift yönlü iletişim sağlanmalıdır. Ayrıca görme engelli vatandaşlar özel yazılım programları ile faaliyetlere dahil olabilmeli, isterlerse kadın STK'lara destek verebilmelidirler. Sıkça sorulan sorular, görüş ve öneriler ikonları karşılıklı bilgi ve enformasyon akışı fonksiyonunu önemli ölçüde arttıracaktır. Web sitelerinde on-line bağış imkânının sağlanması kadın STK'ların finansal yapısını güçlendirecek, pek çok sorunun da daha kolay ve hızlı şekilde çözülmesine imkân tanyacaktır. Kadın STK web sitelerinde (ulusal, uluslar arası STK'lar, basın, valilik, siyasal partiler, hukuk departmanları, polis, hastaneler) yararlı linkler mutlaka konulmalı, Facebook, Twitter gibi sosyal paylaşım alanları içinde ana sayfada linkler oluşturulmalıdır. Tüm bunlar web tabanlı iletişim olanaklarından kadın STK'ların doğru ve interaktif bir şekilde yararlanmasını sağlayacak, paralel olarak da kamuoyu ve temsil ettiği hedef kitle karşısında gücünü ciddi oranda arttıracaktır.



## KAYNAKÇA

- Callison, C (2003). "Media Relations and the Internet: How Fortune 500 Company Web Sites Assist Journalists in News Gathering." *Public Relations Review*, 29 (1): 29-41.
- Chipchase, Jo; Theaker, Alison (2006). "İnternetin Halkla İlişkiler Alanında Etkili Bir Şekilde Kullanımı." (Der. Alison Theaker), *Halkla İlişkilerin Elkitabı*, İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri A.Ş., s.357-391.
- Çimen, İ. İ.Güven (2007). "Türkiye’de Sivil Toplumun Tarihsel Gelişimi." *Dernekler Dergisi*, 1:7.
- Gibson, R.; Ward, S. (2000). "A Proposed Methodology for Studying the Function and Effectiveness of Party and Candidate Web Sites." *Social Computer Review*(18): 301-319.
- Göksel A B ve N B Yurdakul, (2002). *Temel Halkla İlişkiler Bilgileri*, İzmir: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Keyman, E. Fuat ve İçduygu, Ahmet (2003). "Globalization, Civil Society and Citizenship in Turkey", içinde: *Citizenship Studies* 7, 2:219-234.
- Keyman, E. Fuat ve İçduygu, Ahmet (2005). *Citizenship in a Global World: European Questions and Turkish Experiences*, London: Routledge.
- Naude, A M E; Froneman, J D ve Atwood R A (2004). *The Use of the Internet By Ten South*
- "African Non-Governmental Organizations-A Public Relations Perspective." *Public Relations Review* (30): 87-94.
- Saran, M (2005). "İnternet ve Halkla İlişkiler." *Yeni Düşünceler*, 1 (1) , İzmir: Ege Üniversitesi Matbaası.
- Türkiye’de Sivil Toplum: Bir Dönüm Noktası: Uluslar arası Sivil Tolum Endeksi Projesi Türkiye II.Raporu -2010
- Yıldız, Ö. 21. (2005). "Yüzyılda Sivil Toplum Örgütleri: Demokratikleşme’nin mi, ‘Neo Liberalizm’in mi araçları?." *II. Ulusal Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi*, 15-16 Ekim 2005 Çanakkale Sayfa: 586-588

### İnternet Kaynakları

<http://www.ka-der.org.tr/tr/index.php>

<http://www.kagider.org/>

<http://www.morcati.org.tr/tr>

[www.stk.net/akademik-makale](http://www.stk.net/akademik-makale),

## EKLER

### Puanlama Sistemi: Parti Web Sitesi Analizi\*\*\*

\*\*\*Kaynak: Gibson, R., Margolis, M., Resnick, D., Ward, S. (2003) "Election Campaigning on the WWW in the US and UK: A Comparative Analysis", Party Politics 9 (1), Sage Publications, ss. 22-24.

\*\*Kaynakta kullanılan web sitesi analiz indexi bazı değişikliklerle STK web siteleri analiz indexi olarak tasarlanmıştır.

### Fonksiyonlar:

#### Enformasyon – Bilgi Akışı

Her bir madde 1 puandır. Bu bölümün puanı 0-16 arasında değişmektedir.

STK'nın Tarihçesi

STK'nın Yapısı-

STK'nın Felsefesi ( Vizyon ve Misyonu)

STK'nın Yönetim ve Çalışma Kurulları

STK'nın Denetim ve Faaliyet Raporları

STK'nın İletişim Bilgileri

STK'nın Sponsor ve Destekçileri

STK'nın Etkinlik Takvimi

STK'nın Basın Odası

STK'nın Etkinlik Takvimi

Kütüphane

Arşiv

Sıkça Sorulan Sorular

Gizlilik Politikası

e-Bülten

Yararlı Linkler

#### Kaynak Toplama

Kümülatif indeks- Bu bölümün toplam puanı 0-13 arasında değişmektedir.

STK Yardım İndeksi :(0-4)

Üyelik İndeksi : (0-4)

Yan Üyelik/ Gönüllülük İndeksi:(0-4) 1=Mevcut 0= Yok (yok)

(1) Listelenmiş Posta Adresi

(2) İndirilebilir Form ve Postalama

(3) Online Bilgisi

(4) Online Ödeme

(0) Hiç Biri

#### Haberleşme Ağı

##### İç Haberleşme:

Linklerin sayısına göre 0-5 puan arasında değişmektedir.

-STK sitesinden bağımsız bir şekilde üyelere, gönüllülere, farklı il içe şubelerine, ilgili yardım kuruluşlarına olan dahili linkler. 0=Hiç link yok; 1=1-10; 2=11-20; 3=21-50; 4=51-100; 5= +100

-Siteden ya da sadece üyelerin girebileceği sayfalardan ulaşılabilir ekstra linkler 1=Mevcut 0= Yok

**Dış Haberleşme:**

Her bir indeks 0-5 puan arasında değişmektedir. Bu bölümün toplam puanı 0-15 arasındadır.

- Uluslar arası ilgili STK linkleri: 0=Link yok; 1=1-10; 2=11-20; 3=21-50; 4=51-100; 5= +100
- Referans Linkleri: 0=Link yok; 1=1-10; 2=11-20; 3=21-50; 4=51-100; 5=+100
- Ticari Linkler: 0=Link yok; 1=1-10; 2=11-20; 3=21-50; 4=51-100; 5=+100

**Katılım**

Açıklık İndeksi. (0-n)

Geri Bildirim İndeksi: (0-3)

Kamuoyu Araştırmaları İndeksi: (0-n)

Karşılıklı İletişim İndeksi: (0-4)

**STK Sosyal Yardım Kampanyaları**

Her madde 1 puandır. Bu bölümün toplam puanı 0-7 arasında değişmektedir.

- Sosyal Sorumluluk Kampanyaları
- Yurt Dışında Bulunan Gönüllülerin kampanya katılımları
- E-Mail Güncelleme Listesine Katılım:
- Online Kampanyaya Katılım:
- STK üyeleri ve Gönüllüler İle İlgili Bilgi:
- Logonun İndirimi:
- Tanıtım ve Broşür Bilgilerinin İndirimi:

**SUNUM:****Görsellik**

Bu bölümün toplam puanı 0-6 arasında değişmektedir.

Sayfa Dizaynı: Her madde 1 puandır. (0-3)

-Grafikler:

-Çerçevesel:

-Hareketlilik / İmajlar:

Multimedya İndeksi: Her madde 1 puandır. (0-3)

-Ses:

-Video:

-Animasyon:

**Sitenin interaktif/geribildirimli olma özelliği.**

Her bir madde 1 puandır. Toplam (0-9)

- Kurumda e-posta ile iletişim kurulabilen bölüm ya da alanlar.
- Sitedeki e-posta adresinden alınan geribildirim
- Belli konulara vurgu yapan e-posta ortamları,
- Çeşitli üyelikler için online form
- Ziyaretçi Anketi
- Görevlilerle online eş zamanlı görüşme (chat)
- Siteye üye olan kullanıcılarla online eş zamanlı görüşme,
- Ziyaretçi defteri
- E-Şikayet / E-öneri bölümü

### **Erişebilirlik**

İlkeler İndeksi: Her madde 1 puandır. (0-5)

- Çerçeve Seçeneğinin Bulunmaması:
  - Siteye Girişin Metin Halinde Sunulabilirliği ve Dokümanların Metin Halinde İndirilmesi ve Yazılması:
  - WAP / PDA Aracılığı ile Kablosuz Erişim:
  - Yabancı Dile Çeviri:
  - Görme Bozukluğu Olanlar İçin Yazılım:
- Uygulama İndeksi: Ana sayfanın data hacmi

### **Gezilebilirlik**

Her madde 1 puandır. (0-n)

- Gezilebilirlik İpuçları:
- Arama Motorlarının Sayısı:
- Ana Sayfa İkonunun Sayfanın Alt Bölümünde Bulunması:
- Sabit Menü Çubuklarının Sayfanın Alt Bölümünde Bulunması:
- Site Haritası:

### **Güncellik**

Bu bölümün toplam puanı 0-6 arasında değişmektedir.

Güncelleme Tarihi: Her gün güncelleme (6); 1-2 günde bir (5); 3-7 günde bir (4); 2 haftada bir (3);

1 ayda (2); 1-6 ayda bir (1); +6 ay (0)

### **Görülebilirlik Link Sayısı:**

# Theodor W. Adorno's Culture Industry: As A Domineering of Cultural Sphere

Theodor W. Adorno'nun Domine Edici Kültür Alanı Olarak:  
Kültür Endüstrisi

Arzu KİHTİR

Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü

## Özet

Adorno, Frankfurt Okulu'nun önde gelen düşünürlerinden biri olarak, kapitalist sistem içinde yer alan ve toplumu baskı altına alan, kendisinin de "kültür endüstrisi" olarak tanımladığı kültür alanını çözümlenmiştir. Kültür endüstrisi; baskı araçları aracılığıyla, bireyleri edilginleştiren, sisteme uyumlu hale getiren ve sistemin kendini yeniden üretmesine katkı sağlayan bireylere dönüştüren yapısıyla, insanları kuşatmaktadır. Adorno, kültürün bir endüstri alanına dönüştüğünü ve bütün yönleriyle devimsel olarak değerlendirilmesi gerektiğini, derinlemesine bir şekilde ilk kez iddia ederek, kültür endüstrisinin derinlemesine bir incelemesini yapmış ve kültür ürünlerinin, birer meta haline gelerek, kapitalizmin temel yasalarına bağımlı bir endüstri alanına dönüştüğünü saptamıştır. Adorno'ya göre kültür artık insanların kendilerini gerçekleştirebildikleri, geliştirebildikleri, yeteneklerini ve isteklerini dışarı vurabildikleri bir özgürleşme alanı olarak kabul edilemez. O'na göre kültür artık bu noktada, kapitalizmin çıkarları doğrultusunda işlev gören ve hareket eden, bireyleri bu çıkarlar doğrultusunda yeniden tanımlayan ve biçimlendiren ve dönüştürdüğü bireyleri, sistemin devamlılığını sağlayan mekanizmaların birer parçası haline getiren bir baskı biçimidir. Bu çalışmada, literatür taraması yapılarak, yukarıda belirtilen açıklamalar doğrultusunda, "Kültür Endüstrisi" kavramı, başlıca süreçleri ve "Kültür endüstrisi" nin kendini yeniden üretmesi tartışılmış, kitle iletişimi araçlarının kültür endüstrisindeki işlevi irdelemiş ve Adorno'nun kültür endüstrisi eleştirisi ortaya konmuştur.

**Anahtar kelimeler:** Adorno, kültür, eleştiri.

## Abstract

Adorno, one of the prominent thinkers of Frankfurt School, analyzes the cultural sphere as he calls "the culture industry" which has the function of dominating society in the capitalist system. The culture industry; de-subjectifying and making people conform to the system and contribute to the system's reproduction of itself, encloses people through means of repression and domination. Claiming for the first time that culture has transformed into an industrial sphere and should be evaluated all by itself and making an in-depth analysis of the culture industry, Adorno states that cultural products, through being commodified, has transformed into a sphere of industry that is subject to basic laws of capitalism. Culture is no more a sphere of liberation in which people can realize and improve themselves and express their abilities and desires. Culture is a form of domination which functions in accordance with interests of capitalism, shapes individuals in line with these interests and makes people parts of mechanisms that maintain the system. In this study, by using literature review method, the concept of "Culture Industry", its main processes, and the reproduction of "Culture Industry" by itself is discussed, the function of mass media in the culture industry is examined and Adorno's critique of the culture industry is put forward.

**Keywords :** Adorno, culture, criticism.



## 1. Introduction

110

“Culture industry”, which was used by Frankfurt School members Theodor W. Adorno and Max Horkheimer for the first time and which has become an important concept in analyses of both society and culture, offers a ground which provides a better understanding of the cultural structure of our age through underpinning cultural studies. Adorno, one of the prominent thinkers of Frankfurt School, analyzes the cultural sphere as he calls “the culture industry” which has the function of dominating society in the capitalist system. Adorno states that cultural products, through being commodified, has transformed into a sphere of industry that is subject to basic laws of capitalism. Culture is a form of domination which functions in accordance with interests of capitalism, shapes individuals in line with these interests and makes people parts of mechanisms that maintain the system. The influence of the culture industry, which uses the mechanisms of repression and domination thanks to the prevalence and effectiveness of mass media, on societies and individuals is undeniable. The fact that the contents of the media are a part of business life has transformed into an ideology which confirms what it produces. Through his critical view and considerations about the culture industry, Adorno did not only stay within the scope of Frankfurt School but he also made important contributions to the intellectual production of the 20<sup>th</sup> century. Especially through the studies he made on critical theory and culture industry, Adorno broadens the horizon for the attempts to understand the course of the 20<sup>th</sup> century in which the capitalist system has gradually increased its hegemony and has made itself accepted through becoming global.

The culture industry refers to the domination that has been established in the cultural sphere in the last few centuries in which the capital and commerce has increased and reinforced their hegemony on societies. In order to maintain its existence and continuity, capitalist system, like all systems, needs to maintain the interests of dominant classes and to carry out policies at the center of which those interests lie. Since capitalist system is obliged to maintain its continuity, it uses mechanisms of repression and domination. Capitalism, which is the hegemonic system in the majority of today’s world, provides its domination on societies through various means. Areas such as politics, culture and law are institutions which contain the contradictions of the economic structure within itself, which are used for the sake of the persistence of the system.

Culture has also transformed into a field of struggle through becoming one of the important means of domination of the hegemonic system in the 20<sup>th</sup> century in which mass media have become prevalent and more effective. Culture has gradually become an industrial sphere and through being com-

---

modified, it has returned into one of the mechanisms which maintain and reproduce the system.

Adorno is a fierce opponent of the commodification of the culture in capitalist countries in which commodity is glorified and has become one of the key elements of social life. Adorno, claiming that individuals are gradually objectified under the domination of culture industry, has lost his confidence in individuals and societies about their possible subversion of this domination. For, individuals has lost their subject position that can make the change since they have been captivated by the system and encircled by the culture industry so as to main the system.

## 2. The Concept of "Culture Industry" and Its Basic Processes

The concept of "Culture Industry" is first used in "*Dialectic of Enlightenment*" which was published by Horkheimer and Adorno in 1947 and is one of the masterpieces of the period of Frankfurt School. What Adorno and Horkheimer contribute to the literature of social sciences with their analyses in this work is a new description. In the first drafts of the text "*Culture Industry*", this concept is mentioned as mass culture. There are several reasons why Adorno and Horkheimer prefer culture industry instead of mass culture. Adorno explains these reasons as follows: Firstly, the concept of mass culture evokes a meaning that culture emerges from and is directed by the bottom, namely the masses. However, holding onto the basic claim that culture is produced and governed by the dominant/ruling powers, Adorno explains his preference for the concept of culture industry on this account. Adorno gives other reasons for another change-the emphasis on industry. Since the culture industry is in a strong relation with the commercialization of life, cultural products have been standardized and distribution monopolies have been rationalized. Therefore, Adorno and Horkheimer prefer to use this concept as a result of the claim that cultural products have become an industry through commodification (Adorno, 2008: 76).

With the critique of culture industry a criticism is put forward against the standardizing effect modernism -which emerged as a result of the Enlightenment- has on the culture. The emphasis begins to shift from the critique of capitalism to the general critique of Western civilization with "*Dialectic of Enlightenment*". In this study, it is claimed that modern idea and practice of enlightenment and development, which emphasize the liberation of reason from the nature, have turned the world, human being and nature into a series of objects and a field of instruments of its domination; and hence the culture industry which has deliberately created this transformation is criticized (Bağçe, 2006: 11).

---

## 2.1. The Basic Processes of Culture Industry

Culture industry is based on two main processes: processes of standardization of cultural products and rationalization of distribution techniques. While standardization of cultural products occurs through the government of dominant system, rationalization of distribution techniques is directly related with advertisement. These products infuse a life style, a world view to the consumer individual and they condition him/her; and advertising values created a life style once they are adopted by many people in different social classes. Consequently, a pattern of one dimensional thought and behavior emerges.

John Berger, in his book "*Ways of Seeing*", mentions the great role advertisements play in today's modern life and the effects of it on people/societies. Berger claims that images and messages, which reach individuals via advertisements, create habit in masses and are accepted as natural because of their repetitiveness and intensity (Berger, 2005: 129). According to Berger, people are used to advertisement images to the extent that they are unaware of the total effect those images create in them and thus they accept advertisement characteristics as natural as a climate characteristic. Berger emphasizes that the idea that advertisements, which is one of two main faces on which Adorno's culture industry is based, are mostly advantageous to society, advertisers and national economy on a general scale is accepted and promoted as general truth. While creating this perception, system highlights the links between advertisement and freedom. Dominant capitalist system considers advertisements as a system that provides buyer with freedom of choice and producer with freedom of enterprise. However, it is clear that there is a deception. The mechanism of advertisement, which John Berger talks about, sheds light on the production-consumption relations of societies we live in and it gives general information about the role of advertisement in this process. These arguments are pertinent also to Adorno and Horkheimer's critique of culture industry. According to them as well, the victory of advertisement in culture industry is visible in the persistence of consumer in buying and using cultural commodities with a desire hard to suppress although s/he sees they are fake. Consumers must orient themselves according to the unity of production even in their free time. The contribution Kantian schematism expects from subjects/individuals, namely attributing basic concepts to sensual variety, has been taken out of the hands of the subjects by the industry (Adorno, 2009: 23-53). Individuals, not feeling the necessity of contributing to the production, continue to consume cultural products presented to them and nourish culture industry. Accordingly, although individuals' right to criticize is reserved, they can not direct their critiques into creative and leading channels and thus remain passive.

Adorno criticizes also technology within the scope of culture industry

analyses. Adorno asserts that successes and developments achieved in technology have a stance against the social life as a whole. Considered from this point of view, Adorno claims that technology enables developments which surpass its goals, although he does not mean that technology is completely unnecessary or wrong. According to Adorno, in the 20<sup>th</sup> century, people have lost their ability to evaluate and interpret totality of social life from different perspectives and to think and dream about the possibility of struggling for the sake of change. Since individuals of the period have lost their ability to question and to dream about the change, they are in a passive state of embracing and affirming what their age has brought and the system they live in. Furthermore, individuals cling tightly to the existing system and are becoming insensitive to the criticism (Krogh, 2005: 245-246).

Hence, the individual stops being a genuine individual and returns to a pseudo-individual. Modern individual is a commodity which is constantly reproduced. In this process, both standardization of cultural products and rationalization of distribution techniques via advertisement play major role (Behrens, 2011: 135-136).

## 2.2. Reproduction of the Culture Industry by Itself

Adorno has a pessimistic approach, having the supposition that the power of culture industry will always be effective on people. Accordingly, products of culture industry will be vividly consumed although people may be poor. Each of these products is a part of the gigantic machine of economy which keeps everyone on their feet either in working hours or in leisure time. From any movie or radio program, culture industry can derive social effects that can be attributed not to one but to all of them. Each manifestation of culture industry inevitably reproduces people in the form to which the totality transforms them. Moreover, all actors of the culture industry which has a role in diverse areas of social life stay on alert so that the reproduced mind would not be widened (Adorno, 2009: 56).

According to Adorno, the genuine novelty culture industry has brought is the subjection of art and entertainment-which are two irreconcilable elements of culture- to the concept of goal, namely a single false formulation, the totality of culture industry (2009: 67). Art is no more a separate discipline which has a goal of its own, but has become a means for having enjoyable time.

Adorno and Horkheimer do not confine themselves to explanations on the political level in order to understand the tragic events and negativities of their time. They think that individuals who make up the society that creates those tragic events should also be addressed. Horkheimer confirms that children of bourgeois families who make up the dominant class of the



society do not learn anything about the possibility to change the world and they accept those experiences as natural and eternal through conforming to the existing situation. The similar situation is the case for the working class. Children of working class families accept the present situation as natural as well; and in order to go beyond this situation, as Horkheimer puts, they are required to “comprehend that social relations are not natural but constructed” (Spurk, 2008: 30-31).

The study of the theory is not enough by itself for this situation of awareness. The individuals need to get rid of impositions of existing social ties and chains of domination in order to liberate. However, here, reproduction mechanisms of the culture industry step in again. Since individuals are captured by mechanisms, which tell everyone what to do and how to do, it gets harder for them to gain consciousness.

Individuals under the influence of culture industry are being reproduced as parts of a whole. But this reproduction takes place at the expense of critical and opponent sides of individuals. Hence, Adorno goes against culture industry’s mechanism of reproduction of individuals as well. Adorno says: “The system no more says ‘Think alike me or die’ but says that ‘You are free not to think alike me. You can also save your life and all those things than belong to you’. However, from that moment on, you are a stranger among us”. Consequently, although the system claims that it offers a libertarian approach to individuals, it actually keeps the system intact by threatening individuals. Culture industry indoctrinates people with the idea that they should be individuals who are conforming to the system. While convincing people, it acts not with the argument that orientation to the system is an imposition or an imperative, but with a more libertarian discourse that it is necessary or there is no another alternative to it (Dellaloğlu, 2001: 104).

### **2.3. The Function of Mass Media in the Culture Industry**

Mass communication is defined as fast, public and temporary. Messages are prepared to reach the audience at short notice and at the same time; for this reason it is fast. Messages are public since it is open to everyone. It is intended that messages will be consumed once it reaches to the audience. Messages which have no purpose of being recorded have temporary quality.

It is true that the development and proliferation of mass media have shortened the distance between societies and individuals. Thanks to rapidly developing technology of the 20<sup>th</sup> century and prevalence of the mass media, communication can be provided faster. The opportunities presented by the mass media, especially internet, television and telephone, provide people and societies with the chance to keep informed about each other no matter



---

how much the geographical distance between each other is. The speeches of those who express an opinion on a subject can instantly be reflected in the whole world press; tensions and discussions can be watched in front of the entire world thanks to mass media; and state of affairs is directed with news acquired thanks to the "mediator". Mass media's function as "mediator" is an indispensable component of the culture industry as Adorno underlines.

Mass media do not only mix together art, politics, religion, philosophy and commerce in a harmonious way and most of the time covertly, but also reduce these cultural fields into a common position, a commercial form. Nowadays, even music has acquired a commercial quality. Only the exchange values of elements of culture come into prominence whereas anything other than that loses its significance (Marcuse, 1975: 76).

According to Adorno, the emergence and proliferation of sound film is a crucial development in the 20<sup>th</sup> century in terms of mass media. Sound film provides its audience with an atmosphere in which s/he can wander without giving up the control, within the framework of the movie but without being controlled by certain facts suggested by the movie so that his/her imagination and thoughts can breathe. The aim is the direct associations the audience would make between real life and stories told via movies. Pointing to the deficiency that has emerged in the power of imagination and spontaneity of culture consumers, Adorno claims that there is no more need to search about the reasons of this situation in psychological terms. For, it is clear that sound films, the most characteristic product of mass media and culture industry for Adorno, paralyze people's faculties of imagination and criticism by their objective character. Since the 20<sup>th</sup> century, in which technology rapidly developed and penetrated into every sphere of our lives, cultural products have been designed in a way that comprehension of them requires swiftness, power of observation and ability, but at the same time (if one does not want to miss rapidly passing events in the movie) in a way that would not allow intellectual activity (Adorno, 2009: 55-56).

Mass media provide various opportunities to those powers holding the control in their hands. Mass media can attract the attention of receivers, namely people, to specific problems, solution or focal points. Hence, they can make the masses act in accordance with the interests of power holders through directing them thanks to its influence. Mass media do not only provide power to their owners, but they also help them have effective status in the society and give legitimacy to their deeds. Thanks to mass media, individuals can be mobilized or directed towards specific forms of behavior. Relaxing and entertaining qualities of mass media are also crucial. For, they pave the way for the domination of the culture industry over masses. In addition to the fast and flexible form of mass media, which generally get back what they have given to the society as means of communication, the fact

that they are easy in terms of planning and controlling contributes considerably to the power of those who hold mass media in their hands. The mission of mass media as part of a wide information industry is to reach the information to large masses in a ready and quick way. While doing this, they choose from informations existing in the society and transmit the information they choose after processing it. The right to make this choice is in the hands of social powers that hold the control in their hands. Denis McQuail assesses the function of mass media through dividing it into five categories: information function, that is providing information about the circumstances and events in the world and in the society, revealing power relations, paving the way for novelties, adaptation and development; the function of providing mutual attachment, that is making explanations and interpretations about the significance of information and events, providing support for established rules and sovereignty, socialization, arranging different activities, providing consensus, determining the order of priorities and pointing to the interdependent social condition; the function of ensuring continuity, that is expressing dominant culture and recognizing subcultures and new cultural developments, processing and holding commonality of values; the function of entertainment, consolation and having good time, that is providing opportunities of relaxation; the function of mobilization, that is campaigning for social goals in areas of politics, military, economic development, business and sometimes religion. The functions of mass media which are categorized by McQuail, because of their elements that set the ground for reproduction and provide the maintenance of the system, also play the role of an engine for the culture industry that is criticized by Adorno and Horkheimer. Because of its so many effects mentioned, mass media are considered as a social means of power; hence in whose hands they lie or by whom they are governed gain importance.

The owner of mass media which play also a crucial role with respect to the culture industry as well are the dominants of today's capitalist society. The big capital which is the monopolies of communication and media sectors is now dominating this power of mass media. As Miliband puts, mass media is both the expression of a system of domination and the means for supporting this expression (Erdoğan ve Alemdar, 1990: 96-194).

Cultural products have been returned into commodities that are bought and sold and transformed into a sector through being commodified. Cultural products which are elements of the culture industry are now commodities which have exchange value in the market. Cultural products which are bought, sold, and which find a place in the society in accordance with their exchange value are produced just like other commodities and are presented to consumption. Commodified cultural products are not produced in a free and independent way. We are talking about the existence of a cultural sphere which is developed in line with the specific goals and strategies and which

continues its existence within the scope of interests of a specific class which owns means of production. The rules of capitalism reigns also in the cultural sphere as they do in other spheres. A profit-oriented cultural market is dominant today and this market, again in line with the rules of the system, is being governed by the classes which are the owner of capital.

#### 2.4. Adorno's Critique of Culture Industry

According to Adorno, the dominant cultural system that they conceptualize as culture industry has a character that provides the continuity of the current and dominant capitalist system, that makes individuals subjected to the system through its inner mechanisms, and that dispossesses the individual of his free will. The industrialization of culture leads to the perception of human being in the industrial society as a product of industry, thus, his objectification, viz. his reification. Adorno began thinking that culture industry keeps human under its sovereignty through much more subtle and effective ways and practices in comparison to old-fashioned traditional ways and practices (Dellaloğlu, 2008: 25). Adorno emphasizes that the state of consciousness in which humanity lives today tends to easily forget about great disasters experienced in the history of humanity. This consciousness perceives those disasters as tragic accidents that take place on the road to the economical and technical development. Adorno, asking "What would a culture, in the heart of which millions of people has been murdered in gas chambers and involved this in its agenda, wait for, in order to confess its own destruction?", explicitly opposes culture industry containing all elements of repression and dominance, within itself, that prevent people from realizing this situation (2006: 59). Adorno, who criticizes culture industry that de-subjectifies people and makes them unable to realize this, lost his faith in people to become subjects and change their own destiny. It is a known fact that Adorno, who explains his lost of faith in change with inner dynamics of culture industry, has a pessimistic point of view stemming from the effects of his era. In spite of this, he never gives up with searching for ways out of culture industry of which he makes analyses.

In the preface of their co-written work *Dialectic of Enlightenment*, Adorno and Horkheimer, states that their real aim is "nothing more than understanding why humanity falls into a new kind of barbarism instead of developing to a humanistic level." Adorno and Horkheimer, who perceive culture as a product rather than a process, make some points that culture has become a sector now, that this area has some products to consume which are supposed to be kept under control and supervision in order to be consumed (Horkheimer and Adorno, 1995: 11).

Main thesis in *Dialectic of Enlightenment* is that enlightenment destroys itself. In its first chapter in which positivism is being criticized, science and

technology, known as ideologies that enable and help the construction of new forms of sovereignty, are criticized under the title of '*Culture Industry: Enlightenment as Mass Culture*'. In this book, they put a distance from Marx's thesis that "dominant ideas in each era are the ideas pertaining to the dominant class, and those ideas can be viewed as effective in their establishment". Instead, the idea that "technology and technologic consciousness itself produced a new phenomenon as a well-formed and disoriented 'mass culture' that makes critique speechless and ineffective" is the main thesis suggested in the book (Bottomore, 1997: 19).

The technology of culture industry is the success of standardization and mass production, which is reached through the operations of economy, not by development of technology. The strongest radio broadcasting company is dependent on electric industry; so is film industry on banks. Different sectors interpenetrate through each other, and capital groups now control different branches of economy together even if they are unrelated to each other (Kejanlıoğlu, 2005: 185).

Today, the power that retains culture industry is obviously the dominant element of capitalist system, i.e. capitalists. The phenomenon of "globalization" that has emerged particularly after 1980s also leads to the production of culture industry and its prevalent assimilation. The idea that globalization will abolish the borders among all countries, create an incorporation between societies in social, political, economic and cultural areas, leads to the commodification of culture and destruction of its '*essential*' function, as Adorno points out.

In his *Minima Moralia*, Adorno argues that culture creates a delusion that it is a human society in which humans live. Through this delusion, the existence of material conditions underlying all human products is made invisible. It serves to the persistence of evil economic determination of existence thereby relaxing and narcotizing people (Adorno, 2007: 45). Therefore, people continue their existence within the wheels of the system as they are ignorant of the economic conflicts comprising the problems of humanity. Culture itself functions as an ideology that creates and infuses into people the illusion that life works smoothly.

One of Adorno's criticisms of culture industry is also that the industry undertakes the mission of mystification of realities. This criticism is based on Marx's analysis of commodity fetishism. According to Adorno, the products presented to society by culture industry are not the art works transformed into commodities, but they are already designed to be marketed as commodities. Cultural products are produced for consumption instead of satisfying real needs of people. As all other commodities to be bought and sold, cultural products produced for the same purpose also leads to the empowerment of false consciousness, since the needs of people are now to be



determined by the entertainment industry; people make their decisions under the impression of powers external to them. Culture industry has created people who consume the same things, listen to the same things, think about the same things, make the same comments and even feel the same things in the face of similar events. In this circle in which people more and more become similar and the same, they eventually have lost their state of being a social subject (Jay, 2001: 167).

Accordingly, societies composed of a body of individuals are unable to determine and control the culture industry. Societies divided into classes are doomed to be subjected to the culture industry that is determined and imposed by the dominant powers in command in different areas of social life. While one of the main claims of the dominant capitalist system is the importance of individual freedom, it is observed that this does not work for social preferences.

*According to Adorno, human being who tries to escape from a mechanic world (business domain) falls back into another mechanic world (the entertainment industry); hence, the individuality and personality of human being become under threat; a sort of so-called individuality and personality come on the agenda, since freedom of the individual is nothing more than the product of the social and economical 'means' anymore (Bozkurt, 1995: 176).*

Accordingly, people long for pulling out of the mechanical and monotonous work process of capitalist life in which they live and to which they are subjected to its rules; they pursue amusement in order to cope with this work process as they are aware that they have to return to the work process. However, these 'amusement' areas where people escape from the work process are not the areas determined by their own independent preferences, either. The system also conducts and controls these amusement areas where people gather strength so that they can re-involve in the work process and realize themselves. The entertainment products, even though they seem to be so ever multifarious, are not determined in line with the needs and demands of individuals. They are diversified, and their contents are determined, to the extent that they make people productive when they return to their working life. People's reactions to and their pleasure of the entertainment tools with such basic qualities as being generally simple, plain and foreseeable are also anticipated. The power that people who are directed to the entertainment products within this state of being conditioned need for struggling in the system is provided back again by the system itself. Apart from this, intellectual labor and independent thought are being marginalized by the system because they are accepted as exhausting.

Adorno asserts that culture makes everything similar. It builds a system that uses mass media such as cinema, radio, journal; each area catches a harmony in itself and with each other. Adorno and Horkheimer expounds that



the aesthetical explanations of the current political antagonisms gush over the steel-like rhythm:

*The decorative industrial management buildings and exhibition centers in authoritarian countries are much the same as anywhere else. The huge gleaming towers that shoot up everywhere are outward signs of the ingenious planning of international concerns, toward which the unleashed entrepreneurial system (whose monuments are a mass of gloomy houses and business premises in grimy, spiritless cities) was already hastening. Even now the older houses just outside the concrete city centres look like slums, and the new bungalows on the outskirts are at one with the flimsy structures of world fairs in their praise of technical progress and their built-in demand to be discarded after a short while like empty food cans (Horkheimer and Adorno, 1995: 7).*

It can be seen that the urban plannings observed in capitalist systems today are in accordance with Adorno's determination. To give an example from our country, when we look at the settlement tendencies in large cities of Turkey, city centers are being evacuated in the name of 'urban transformation'; and, buildings such as giant plazas and office towers are being constructed in those evacuated centers in order to satisfy the capital's needs. This is not only the case that those inhabitants, who are made debtors according to the needs of capital and pushed out of the city, are excluded geographically, but also that they are tried to be alienated from city culture and their living areas. Adorno, who says that the system of the culture industry was not born in liberal industrial countries for nothing, draws attention to the success of the typical means of mass media peculiar to those liberal countries, cinema, radio, jazz and journals in those countries. As the products of the culture industry exist in capitalist liberal systems where they were born and developed, they also undertake important roles in the persistence of those systems. While Adorno expresses that the dominant powers do not plainly say "think alike me, or die"; he also emphasizes quite the opposite that they send the message "you're free not to think alike me; your life, your possession and property belong to you; but from now on you are a stranger among us". Even if the system pretends like leaving the field clear for people's freedom of thought and production, in fact, it refers to how people are bound to the system in which they live with invisible links. On the one hand, people are told that they have freedom of choice and set free; and they are forced by the threat of being excluded, isolated from the system and of loss of what they possess. Furthermore, when we list consumers as worker, civil servants, farmers and petite bourgeois, how capitalist production absorbs this mass called as consumer with their bodies and souls is so obvious that those people are possessed by things presented to them without any resistance. As those who are ruled care about morality imposed by the rulers more than the rulers do, the deceived masses are amazed by the myth of success more than the successful. The masses internalize the rulers' wishes and persistently hold on the ideology leads them to become slaves. According to Adorno, one of

the differences of the culture industry period from the late liberal era is also that the new is excluded. Therefore, the culture industry evaluates the untested ones as risk and excludes them, in determining of consumption. It can be shown as an example that screenplays that are not based on a reliable best-seller are seen with doubts. It is a contradictory discourse that on one hand, the products should be of unheard, and they should be known by everyone, on the other. They create a perception as if consumers are given a right to choose among a broad range; but after this discourse, the products determined by the dominants under the labels of 'popular' or 'unique'. By strengthening its position, culture industry can respond totally to the needs of consumers, produces, directs, disciplines those needs, even puts them into entertainment. According to Horkheimer and Adorno, entertainment is to forget about pains, not to have to think about them. It is to escape from thinking and questioning meant by this understanding of entertainment which is based on desperateness, rather than escaping from reality. Culture always contributes to the discipline of revolutionary and barbaric instinct; the industrialized culture overdoes. The industrialized culture teaches people in a familiarizing way the conditions that let them making a difficult living in slashing life. The individual should evaluate his/her general dullness as a motive in order to submit himself/herself to the collective power that is disgusted by him/her.

While unnerving situations that fray out audience in everyday life are being reflected again and again, they somehow become promises that human being will exist. Realization of one's own insignificance and his resignation are sufficient conditions for a person to involve in this mass. Society is one of those hopeless, so it is a prize for sharks. To exist in late capitalism is a constant adoption ceremony. Everyone is obliged to prove his/her complete identification with self-subjugating power (Horkheimer and Adorno, 1995: 21-46).

The culture industry affects societies through the means of mass media and undertakes a function to determine and form lifestyles of societies. The structure of the culture industry in capitalist system that feeds up on the system and reproduces itself by its nature makes its hegemony on the masses persistent. Adorno's critique of the culture industry is in contradiction with traditional Marxism. They put the culture industry at the center of critical theory instead of the critique of political economy which is a ground for social theories of traditional Marxism. This replacement is the reason for them to no longer believe that the working class is the revolutionary subject. The criticism of the culture industry uses Marxist arguments for the steps of the control of the culture industry, its commodification and its ideological use (Kellner, 1992: 131-132).

In today's world, it draws attention that societies have similar con-

sumption habits. It is seen that there are dominant main currents in almost every area. In today's world in which a main cinema current centralized in Hollywood is commonly adopted, the cinema culture is being formed around this center. Within the frame of the understanding of the main current of fashion, there are similar clothes to wear; similar understandings of liking are conspicuous. It can be explained by the culture industry compassing societies through the means of mass media, that people who live in different countries and have kilometers of distance to each other are so close to each other in terms of culture.

As opposed to the discourse of difference of the means of mass media, when we look at the similarities between people and between societies, created by them, we see the existence of the dominant powers that control those means of mass media. This is because a political understanding centered at the capitalist system prevails in the world where the capitalist system is dominant, and it is seen that the reflection of this understanding on cultural domain is the culture industry as Adorno conceptualizes.

The understanding of the culture industry should be understood well in order to explain the reasons for the inter-societal similarities as opposed to the discourses of multiplism and difference. In addition to this, in examining today's cultural understanding, it would be useful as well to examine the relationship between the understanding of enlightenment and these discourses of multiplism and difference in which the individuality is at the forefront as one of the contradictions of the capitalist system.

Adorno argues that the dominance carried on through the culture industry causes individuals to lose their individuality. Thus, human beings who lost their individuality and were alienated from being a subject are alienated from the critique of the current system, and they are being de-subjectified.

Adorno draws attention to the fact the dominance carried on through culture in this process has such qualities that individuals cannot notice easily. At this point, Adorno and Horkheimer who try to find out a kind of power somehow supposed to provide awareness state that individuals can realize the dominance imposed upon them through another power external to them, and that the critical social theory adopted by Frankfurt School as a general tendency can provide this.

There remains no objective measurement to determine whether the cultural products make sense on behalf of humanity. In the capitalist system, how the products of production would be is determined by its accordance with the interests of the dominant system rather than whether they make sense.

---

### 3. Conclusion

We are living in a period in which culture, thanks to mass media, brings societies and individuals closer to each other. Emerging developments now influence the whole world directly or indirectly and shape lives of people. People can reach cultural products more easily, and become also part of the process of shaping of culture thanks to the development of communication facilities. We see that cultural sphere, which has undertaken a more ideological mission and has become an industry through using the mechanisms in the benefit of the system together with the development of capitalism, has more to say about the social life of today's societies. This situation brings the necessity of a complete analysis of industrialized culture.

Adorno, as one of the members of Frankfurt School, is a thinker who challenges his age in a period in which major changes and turning points were taking place in the world in economic, social and cultural terms. The problems people encounter across the world in the mid 20<sup>th</sup> century, in which technology and science has constantly developed and the continuation of the historical advance without pausing was expected, became a driving force in Adorno's critical assessment of the society. It is not surprising that the Second World War, which broke out when the balances were expected to recover after the First World War, and problems that came together with this war were questioned in that period. Thus, many thinkers who were sensitive to the realities of their age were interested in the analysis of problems such as hunger, poverty and economic crisis.

Frankfurt School, as a school which used critical theory in analyses of society, made various researches. Frankfurt School theorists mention about the culture industry instead of the mass culture, because the term of mass culture implies that the capitalist organization of the culture serves the needs of masses, not the needs of the capital which is indeed the case. Masses are indeed an instrument of technology although it is impossible to deny the conscious and unconscious situations of societies under the effect of the culture industry. Adorno, underlining common goals in the School and analyzing the social issues, starts out from the claim that capitalism lies behind the problem. Existing capitalist system rules societies in line with the interests of the system by means of the mechanisms of repression and domination and amounts to contradictions both in economic and social life. The culture industry, which is the subject of this study, is considered as one of the basic problems created by the hegemonic system and is worth a thorough analysis due to the impact it has on the lives of societies and individuals.

According to Adorno, cultural products have become an industry through being commodified and hence created the phenomenon of the culture



industry. Adorno's analysis of the culture industry becomes effective at the point of controlling and ruling individuals. For, dominant powers manipulate cultural products in order to control individuals in the social life. Culture industry takes on a major task in the legitimation of capitalist societies and the integration of individuals to the mass culture and the society.

The culture industry, which inevitably contains basic mechanisms of the capitalist system, has a profit-oriented structure that grounds on the exchange-value of products and protects the interests of dominant powers. Through the means of repression and domination the culture industry encloses people, who are considered as consumers, de-subjectifies, manipulates and controls individuals.

Cultural sphere has been losing its character as a sphere in which people realize themselves and express their abilities and tastes; it has been gradually becoming part of the culture industry, thus of the mechanisms of reproduction which maintain the capitalist system. The culture industry imprisons individuals, who are objectified due to the processes of reproduction, in a vicious circle.

Adorno's analysis of the culture industry gives us the chance to link cultural products and works of art with ideology as well as to make evaluation through seeing the impact of ideology on individual and social behaviors. A reconsideration and revaluation of the culture industry will be illuminating in terms of increasing the awareness of today's individual in the face of current situation and reminding them of their subjectivity, especially considering that they are under the domination of the capitalist system not only economically but also culturally.



## REFERENCES

- Adorno, Theodor W. (2006). *Eleştiri: Toplum Üzerine Yazılar*. Çev. Yılmaz Öner, İstanbul: Belge Yayınları.
- Adorno, Theodor W. (2008). "Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken." Adorno: Kitle, Melankoli, *Felsefe Cogito Özel Sayı* (36): 76-84, Çev. Bülent O. Doğan, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Adorno, Theodor W. (2007). *Minima Moralia*, Çev. Orhan Koçak, Ahmet Doğukan, İstanbul: Metis Yayınları.
- Adorno, Theodor W. (2009). *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi*, Çev. N. Ülner, M. Tüzel, E. Gen, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Atiker, Erhan (1998). "Modernizm ve Kitle Toplumu, Ankara: Vadi Yayınları.
- Bağce, H. Emre (der) (2006). *Frankfurt Okulu*, Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Behrens, Roger (2011). *Adorno Sözlüğü*, Çev. Mustafa Tüzel, İstanbul: Versus Kitap.
- Berger, John (2005). *Görme Biçimleri*, Çev. Y. Salman, İstanbul: Metis Yayınları.
- Bottomore, Tom (1997). *Frankfurt Okulu*, Çev. Ahmet Çiğdem, Ankara: Vadi Yayınları.
- Bozkurt, Nejat (1995). *20. Yüzyıl Düşünce Akımları*, İstanbul: Sarmal Yayınları.
- Dellaloğlu, F. Besim (2001). *Frankfurt Okulu'nda Sanat ve Toplum*, İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Dellaloğlu, F. Besim (2008). "Bir Giriş: Adorno Yüz Yaşında." Adorno: Kitle, Melankoli, *Felsefe Cogito Özel Sayı* (36): 13-36, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Erdoğan, İrfan ve Korkmaz Alemdar (1990). *İletişim ve Toplum*, Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Horkheimer, Max ve Theodor W. Adorno (1995). *Aydınlanmanın Diyalektiği*, Çev. Oğuz Özgül, C.1-2, İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Jay, Martin (2001). *Adorno*, Çev. Ünsal Oskay, İstanbul: Der Yayınları.
- Kejanlıoğlu, D. Beybin (2005). *Frankfurt Okulu'nun Eleştirel Bir Uğrağı: İletişim ve Medya*, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

---

Kellner, Douglas (1992). *Critical Theory, Marxism and Modernity*, Baltimore: John Hopkins University Press.

Krogh, Thomas (2005). "Frankfurt Okulunun Kültür Analizi". *Medya İktidar İdeoloji*. Mehmet Küçük (der. ve ev.) içinde. Ankara: Bilim Sanat Yayınları.

Marcuse, Herbert (1975). *Tek Boyutlu İnsan*, ev. Afşar Timuçin, Teoman Tunçdoğan, İstanbul: May Yayınları.

Mutlu, Erol (2005). *Kitle İletişim Kuramları*, Ankara: Ütopya Yayınevi.

Spurk, Jan (2008). *Toplumsal Aklın Eleştirisi*, ev. Işık Ergüden, İstanbul: Versus Kitap.

# Canlı Bomba Terör Eylemlerinin Ulusal ve Uluslararası Basında Sunumu

## Örnek Olay: "Ankara Ulus Meydanında 23 Mayıs 2007'de Yaşanan Canlı Bomba Terör Eylemi"

Selma KOÇ AKGÜL

Yrd. Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi

### Özet

Ulusal ve uluslararası basında terör haber ileti içeriklerinin genelde eylem sonuç odaklı olduğu görülmüştür. Bu iletilere haber aktörlerinin tepkisel söylemleri eşlik eder. Terör örgüt ve eyleminin arka planı tartışmaya açılmaz. Ulusal ve uluslararası basın, ideolojik yapısıyla ilişkili haber değerlerini gözeterek, devletlerin ve terör örgütlerinin ideolojik çatışmalı iletişim stratejilerine yer verir. Aslında terörle mücadelenin etkinliği "terör", "terör örgütü" ve "terör eylemi" söylemlerinde ortak dil kullanılabilmeye bağlıdır. Kanunoyunda ortak dil oluşturulmasında söylem seçkinlerinin yanı sıra basına da önemli görevler düştüğü açıktır.

Çalışma bu düşünceye paralel; uzun yıllardır terörle mücadele eden Türkiye'de 23 Mayıs 2007'de yaşanan canlı bomba terör eylemi ile ilgili haber iletilerinin ulusal ve uluslararası basında nasıl tasarlanıp enforme edildiğine odaklanmıştır. Basının terör haber ileti içeriklerinin eylem odaklı olduğu, frekansının; eylemin yeri, ölü-yaralı sayısı, mağdurların panik, gözyaşı dolu acı hikayeleri ve haber aktörleriyle doğru orantılı olduğu tespit edilmiştir. Herkesi tehdit eden ve o herkes tarafından kınanan terör ile ilgili haber iletilerinde ortak bir dil kullanılmadığı görülmüştür. Buna bağlı olarak terörle ilgili haberlerin enformasyon sürecinin ne olması gerektiğine dair tartışmaların daha uzun bir süre devam edeceği açıktır.

**Anahtar Kelimeler:** Terörizm, medya, canlı bomba, içerik çözümlemesi.

### Abstract

Generally, national and international terrorism news item contents to be seen focus on terror effects. News actors reactive expressions. come into being to be formed this contents. There is not to be seen behind to living bomb action. The national and international media protected by news value with parallel own ideologic structure by that given government and terrorist organizations complicated ideologic communication strategy It is to important that using the lingua franca about discourses of that "terrorist organisation" and "terrorist act" to prevention of terrorism. Not only duites for elite discourses but also media gets important duites to developing lingua franca for terrorism.

The essay in parallel with this thing that focus on the living bomb attack when was been 23 Of May 2007 in the Turkey, news items contents that how desinged are by national and international media. Because , Turkey have conflicted to prevent of terrorism for a long years. When we looked at media contents density after the living bomb action, we have seen direct proportion that number of wounded and died people ( especially children, women), panics and fears, tears of distress stories, bombing place and also news actors. The terrorism news items use do not lingua franca in spite of terrorism is menace to everybody safety and that everybody do criticises. One by of reason that the object is protected up to dateness whats the media duties and how is the terrorism news by given to public.

**Keywords :** Terrorism, media , suicide bomb, content analyse.

## GİRİŞ

Dünya medyasında terörle ilgili ülke söylemlerinin temel kurgusu; terörün global bir tehdit olarak algılanıp bu tehdite karşı kutsal bir işbirliği içinde olunması gerekliliği üzerine yapılandırılmıştır. Söylemlerden terörle savaşmak için yasa yapmayan ya da tedbir almayan ülke kalmamış olduğu düşüncesi edinebilir. Yoğun yasa ve tedbirlere rağmen terör eylemleriyle paralel terör söylemlerinde azalma olmamasının sebebi bu anlamda nasıl açıklanabilir?

Bize göre; sebeplerden biri Devrim Çağı adlı eserinde "sözcükler çoğu kez belgelerden daha canlı tanıklardır" diyen Eric J. Hobsbawm'ın söyleminde yer almaktadır. Bu söylem terörle mücadele sürecinde global işbirliğinin neden istenilen sonuçları vermediği konusuna açıklık getirmektedir. Çünkü; toplumların ve özeld bireylerin enformasyon kaynağı haber iletilerinde; "terör", "terörist" ve "terörizm" kelimelerinin sözlük anlamları ile bu kelimelere yüklenen anlamların arasındaki farklılıklar dikkat çekicidir. Bir ülke için - hatta aynı ülkede farklı ideolojilerin sesi olan medyalarda- terörist kabul edilen bir saldırganın diğer ülke için devrimci, özgürlük adına savaşan silahlı milisler olarak tanımlanabilmesinin sebebi de budur. Bu sözcükler farklı ideolojilerdeki kişiler tarafından farklı anlamlandırılmakta medya da enforme edilmesine aracılık etmektedir.

Hangi ideolojik söyleme hizmet ederse etsin, sözlük anlamı ya da yüklenen anlamı ne olursa olsun, terörizm şiddet temelli, arkasında vahşet görüntüleri ile birlikte acı ve gözyaşı dolu insan hikayeleri bırakan dünya barışı söyleminin kara bir örtüsüdür. Yüzyılımız tasarlanmış ya da tasarlanmamış olsun şiddetin her türüne tanık olmuştur. Bu tanıklıkta küresel medya başrol oyuncusudur. Medya; terörizmin araçları olan başta canlı bombalar olmak üzere, çeşitli terörist eylemler sonucu hayatını yitirenleri, yaralananları, gözü yaşlı erkek, kadın ve biçare çocukları arka fonda yerle bir olmuş binalarla birlikte manşet haber ya da ona eşlik eden hüznü bir müzikle flaş haber olarak dünya kamuoyuna duyurmuştur, duyurmaktadır. Dolayısıyla, medya terör eylemi sonrası okuyucusuna sunduğu terör haber ileti içeriklerinde korkunun propagandasını yapmakta terörizmi ve terör örgütü tekrar anımsatarak geçmişte çağrıştırmakta ve onu tekrar gündemde tutmaktadır. Terör örgütü ise bu eylemle varlığını ve iktidarını hissettirmekte çoğu zamanda isteklerini medya aracılığı ile iletmektedir.

Haber değeri teorisi ve etkili haber faktörleri üzerinde araştırmalar yapan Winfried Schulz ve Joachim Friedrich Staab ulusal ve uluslararası

alandaki haber üretilmesi için gerekli faktörleri ortaya koyarken heyecan (duygusallık), sürpriz (beklenmedik bir anda aniden gelişen), negativizm (zarar, çatışma, saldırganlık, karşıtlık) ve etnik merkeziliği ilk sıralarda konumlandırmışlardır (Alver: 2003:2006). Hiç kuşkusuz canlı bomba terör eylemleri de en kanlı terör eylemlerinden biridir ve global medyanın görmezden gelemeceği bu haber faktörlerini fazlasıyla içinde barındırmaktadır. Beklenmedik bir anda ve yerde, can ve mal kayıplarına sebep olan korku ve şiddeti tetikleyen terör eylemleri bu anlamda küresel dünyanın da yok sayabileceği eylemler değildir.

John Keane şiddet ve buna bağlı olarak terör olgusunun bu denli gelişmesini küresel sermaye iktidarlarının şiddeti gündemde tutma isteklerine bağlamaktadır. Keane' ne göre dünyanın demokratik ve barış içinde yaşayan kesimlerin sınırları içinde gündelik yaşamlarını sürdüren yurttaşlara şiddetin imge ve öyküleri daha yoğun ulaşmaktadır. Egemen iktidarların risk hesapları, güvenlik koşulları, güvenlik güçlerinin halkla ilişkiler konusundaki hevesi, şiddet olgusu ile birlikte cezai yaptırım sürecini harekete geçirmek amacıyla başlatılan kampanyalar dünya çapında bir iletişim sisteminin gelişmesine yol açmaktadır. Bu sistemde bazıları yayın kurullarının ünlü söylemi ile hareket etmektedir. "Kan varsa, o haber manşete çıkar." (Keane:1996,15)

Küresel terörle mücadelenin miladı olarak görülen 11 Eylül terör saldırısının ardından dünya kamuoyuna enforme edilen temel ileti canlı bomba eylemlerinin ardında İslam dini boyutu olduğu savları idi. Ancak "Dying to Win" kitabının yazarı Robert Pape 462 canlı bomba üzerinde yapmış olduğu incelemeler sonucunda canlı bomba eylemlerinde İslam dini boyutunun olmadığını ortaya koymuştur. Çoğu eylemcinin gönüllü olarak canlı bomba eylemini gerçekleştirdiği, aralarında adi suçlular olmasının yanı sıra bazılarının terörist gurubun üyesi olduğu dikkat çekicidir. Canlı bomba eylemlerinin profilini fakir, bireysel yaşayan ve hayatta kaybedecek bir şeyleri kalmamış eğitilmiş kişiler oluştururken yarısından fazlasının dinle ilgisinin olmadığı ya da din karşıtı olduğu da saptanmıştır. Genelde eylem canlı bombanın ilk eylemi olmakta ve kendisi de bu eylemde hayatını yitirmektedir.

Prof Pape'in araştırma sonuçlarına göre; intihar eylemlerini gerçekleştiren örgütlerin dini değil, politik amaçları vardır. Daha çok yaşadıkları ülke topraklarındaki yabancı güçlere tepki için bu eylemleri gerçekleştirmektedirler. Ülkelerinin bir şekilde işgal edildiği veya haksızlığa uğradığına inanan bu örgütler, işgalci ve düşman bildikleri güçlere karşı bu tür eylemler gerçekleştirerek onları ülke topraklarını terk etmeye, politikalarını değiştirmeye zorlamaktadır (Pape; 2006)

Dünyanın çeşitli yerlerinde böyle politik amaçları olan bazı örgütler intihar eylemlerini kullanmaktadır. Bu grupların dinle ilişkileri olduğu söylenemez. Sri Lanka'daki Tamil gerilları ve Türkiye'deki PKK gibi. Hatta bu iki örgüt de din karşıtı ve Marksist ideolojiye inanmaktadır. Bazı örgütler de



lkelerinin işgal altında olduğunu düşünerek, işgalcilere karşı çeşitli yollarla mücadele vermekte ve bazen intihar eylemlerini kullanmaktadır. İsrail'deki eylemler bu çerçevede değerlendirilebilir. İntihar eylemleri daha çok aynı ve güvenliği olmayan bölgelerde gerçekleştirilmektedir. Eylemciler intihar eylemi ile hem kendi tabanlarına hem de mücadele ettikleri glere seslerini duyurmak ve çeşitli mesajlar vermek istemektedir. Yahudi bölgesinde gerçekleştirilen bombalı eylemlerin yüzde 75'inin otobüs durakları ve pazar yerlerini hedef aldığı görülmüştür. İntihar bombacıları iyi korunan tren istasyonu, büyük alışveriş merkezleri gibi yerlerde bu tür eylemleri gerçekleştirmekten sakınmaktadır.

Ülkemizde 23 Mayıs 2007 tarihinde başkent Ankara'nın Ulus Meydanı'nda Anafartalar arşısı önünde bir otobüs durağında günün en yoğun saatlerinde meydana gelen patlamada resmi rakamlara göre 3' Pakistan uyruklu olma üzere toplam 6 kişi hayatını kaybetmiş 121 kişide yaralanmıştır. Patlamanın bir canlı bomba tarafından gerçekleştirildiği ve canlı bombanın PKK terör örgüt yesi olduğu ulusal basın tarafından birinci sayfa haberleri olarak kamuoyuna enforme edilmiştir.

Canlı bomba eyleminin faili olarak eylemden bir gün sonra deşifre edilen eylemci haber iletilerine göre; sol fraksinasyona dahil, daha önce terör eylemlerine katılıp hapis cezası almış, PKK terör örgüt üyesidir. Haber iletilerinden içine kapanık asosyal bir kişiliği olduğu yurt dışında yaşadığı ve daha sonra PKK terör kamplarında eğitim aldığı anlaşılmaktadır. Ancak dikkatli bir okumada haber kaynak seçimi ve bilgi aktarımında ciddi bilgi boşlukları bulunduğu fark edilmektedir. Bu anlamda terör haber iletilerinin ne kadar iletildiğinden çok ne kadarının iletilmediği de önem kazanmaktadır.

Üyesi bulunduğu terör rgt PKK (Partiya Karkera Krdstan) 1973 yılında şekillenip gelişmeye başlayan ve 1978 yılında kurulan 1980'li yıllardan bu yana görev yapan hkmetlerin en önemli sorunlarından biridir (Mumcu:2006). Kanlı terör eylemleri ile özellikle ulusal ve uluslararası basının gündeminde sürekli yer almıştır. PKK terör örgütünün lideri Abdullah calan'ın 15 Nisan 1999 tarihinde yakalanmasından sonra sürekli tartışılan ve çözümü yılan hikayesine dönen PKK eylemlerinde de zaman zaman sessizlik dönemleri yaşanmıştır. En son PKK'nun sözde ateşkes dönemi de Ulus'ta yaşanan canlı bomba eyleminin bir kaç gün öncesinde sona ermiştir.

Canlı bomba terör eyleminin gerçekleştiği ve etkilerinin sürdüğü süreç ülke gündemi açısından da oldukça kaotik bir dönemi kapsamaktadır. Bu süreç; ABD'nin Irak'ı işgalinin ardından tırmanışa geçen terör eylemleri konusunda TSK'nun (Türk Silahlı Kuvvetleri) hükümete büyük şehirlerde terör olgusu ile ilgili uyarılarda bulunduğu, Emniyet teşkilatının tüm birimlerini terör eylemleri konusunda alarma geçirdiği bir süreçtir. Aynı zamanda PKK'nun Güneydoğu'da yapmış olduğu silahlı eylemlerde TSK'nun yeniden şehitler verdiği görülmektedir. Ulusal basın gündeminin; 9 ay önce

Başbakanlık tarafından kurulup ataması yapılan Emekli Korgeneral Edip Başer'in Terörle Mücadele Özel Temsilciliği başkanlığı görevinden alındığı, terör örgütünün sözde ateşkesi 18 Mayıs 2007 de bozarak büyük şehirlerde bombalı eylemler planladığını duyurduğu ve Türkiye'de erken genel seçim kararının alınma sürecinin tartışıldığı ilgili haberlerden oluştuğu görülmektedir.

Dolayısıyla; terör eyleminin araştırma konusu olarak seçilmesinde; canlı bomba eylemi olması dışında, dönemin kaotik yapısı, can kayıpları arasında Pakistan uyruklu vatandaşların olup olayı uluslararası boyuta taşıması ve terör örgütü söylemleri ile bu örgüte yönelik sınır ötesi operasyon haberleri etkili olmuştur. Bu bağlamda araştırma, bir terör mağduru olan ülkemizde yaşanan bir canlı bomba olgusu ulusal ve uluslararası basında nasıl tasarlanıp enforme edildiği ve haber yapılanmasının ne olduğu konusuna yoğunlaşmıştır.

## I- Araştırmanın Amacı:

İletişim dünyasında yaşanan hızlı değişim ve küreselleşmenin sonuçları dünya kamuoyunun terör olaylarını yorumlama ve algılama boyutlarında da değişimlere yol açmıştır. Dünya kamuoyunun medya tarafından sunulan enfomasyona bağlı olarak terör olgusu, terörist ve terörizm konularındaki kanaatleri şekillenmektedir. Medya ve terör ilişkisiyle ilgili Schlesinger çalışmasında Profesör Laqueur'un şu pasajına yer vermektedir: "teröristler yürüttükleri kampanya açısından medyanın fevkaleda bir önem taşıdığını, terörist edimin tek başına bir şey ifade etmediğini oysa tanıtımlarının yapılmasının her şey olduğunu öğrenmişlerdir. Ama sürekli çeşitlilik ve yeni açılar ihtiyacı olan medya, maymun iştahlı dostlar ediniyor. Teröristler daima yenilikçi olmak zorunda kalacaklar. Teröristler bazı bakımlardan bizim dönemimizin süper eğlendiricileridir". Bu ifadelerde artık teröristin prime time ve tiraj için şiddeti artırma, medyayı yönlendirme ve kitlelere ulaşma ihtiyacının farkında olduğu ve medyanın bu anlamda hayati bir rol taşıdığı vurgusu önemlidir (Schlesinger,1994:58)

Gerçekte medya terör olaylarında hayati bir rol mü taşımaktadır? Ülkelere tarafından küresel boyutlu değerlendirilip mücadele süreçleri oluşturulan terör olgusunda medyanın görevi ne olmalı ve nasıl bir süreç takip edilmelidir? Terörün her çeşidinin insan hayatı ya da ulusal güvenliği tehdit ettiği durumlarda medya profesyonelleri haber yapılanması ve mesajlarında neleri dikkate almalıdır? Demokratik bir sistemde basın ve hükümet arasında daima ölçülü bir güvensizlik söz konusudur. Bu anlamda terör olaylarında kabul edilebilir bir denge yaratılabilir mi? Hükümet ve kamunun medyaya yüklediği görev terörü engellemek midir? Terörizmi tartışmak biraz da ona meşruiyet katmaz mı? ve daha pek çoğu soru terör konusunda çalışan kişiler tarafından sorulmakta ve yanıtlar aranmaktadır.

Elbette ki araştırmanın terör bağlamında bahsedilen medya ile ilgili tüm sorulara yanıt vermek gibi bir amacı yoktur. Onun çok daha mütevazı ve hümanist bir amacı vardır: Çünkü araştırmada; terör haberlerinin olay yönelimli haberler olduğu, şiddet içerdiği, uluslararası kurgulanıp yerel anlamlandırıldığı ve egemen siyasal iktidar iletilerinin -devlet ve onun silahlı düşmanlarının çelişkili iletişim stratejileri terör eylemlerinin haberlerinde neyin ne ölçüde yapılacağını pek çok açıdan belirler- haber içeriklerini doğrudan veya dolaylı olarak etkilediği varsayımlarından yola çıkmıştır. Bu anlamda da çalışmayla basında yer alan genelde terör özelde PKK canlı bomba terör eyleminin haber iletilerinin içerik sunumunun tartışılması amaçlanmıştır. Çalışma sonuçlarının terörle ilgili tartışmalarda yer alan kişi ve medya çalışanlarına farklı bir bakış açısı kazandırabileceği düşünülmüştür.

## 2- Araştırmanın Objesi ve Yöntemi :

Araştırma objesi olarak Türk basınından ulusal çapta günlük yayın yapan fikir gazetesi özelliği gösteren sol eğilimli Cumhuriyet Gazetesi, liberal eğilimli Hürriyet Gazetesi ve muhafazakar eğilimli Zaman Gazetesi, İngiltere basınından ulusal çapta yayın yapan fikir gazetesi liberal eğilimli The Independent , Amerikan basınından ulusal çapta yayın yapan fikir gazetesi muhafazakar eğilimli The Washington Post ve Alman basınından fikir gazetesi liberal eğilimli Die Welt seçilmiştir.

Çalışmada; Ankara Ulus meydanında canlı bomba terör olgusunun yaşandığı 22.05.2007 tarihi ve sonrası 7 gün süreyle ulusal ve uluslararası basın takip edilerek canlı bomba ve ilişkili PKK haberleri analiz edilmiştir. Analiz kapsamına, haber, köşe yazısı, röportajlar ve fotoğraflar alınmıştır.

Araştırma objesi olarak seçilen gazeteler Alman bilim adamı Klaus Merten'nin şematize ettiği ve Füsün Alver'in "Avusturya Basınında Yabancı Tasarımı" konulu çalışmasında basın analizi için geliştirdiği içerik analizi yöntemi kullanılmıştır (Alver, 2003:241) Canlı bomba terör olgusuyla ilgili değişkenler belirlenmiş ve araştırmanın çatısı oluşturulmuştur.

İçerik analizi bilindiği gibi; sosyal bilimler alanında en yoğun kullanılan araştırma yöntemlerinden biridir. Yapılan çalışmalarda nicel (kalitatif) ve niteliksel (kantitatif) verilere ulaşmayı sağlamaktadır.

## 3- Araştırmanın Bulguları:

Araştırma kapsamına alınan ulusal ve uluslararası gazetelerde yer alan yazı türleri kantitatif (niceliksel) ve kalitatif (niteliksel) analize tabi tutulmuştur.

### 3.1- Gazete Yazı Türlerinin Kantitatif (Niceliksel) Analizi

**Tablo 1**  
Gazete Yazı Türlerinin Günlere Göre Sayı ve Oranları

Gazete Yazı Türlerinin Yayımlandığı Günlere	Cumhuriyet		Zaman		Hürriyet		The Independent		The Washington Post		Die Welt	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
23.05.2007	8	8.60	6	6.38	11	14.10	1	100	1	50	1	25
24.05.2007	27	29.03	24	25.53	23	29.48	-	-	1	50	2	50
25.05.2007	15	16.12	23	24.46	13	16.66	-	-	-	-	1	25
26.05.2007	23	24.73	19	20.21	12	15.38	-	-	-	-	-	-
27.07.2007	9	9.67	5	5.31	8	10.25	-	-	-	-	-	-
28.07.2007	3	3.22	9	9.57	4	5.12	-	-	-	-	-	-
29.07.2007	8	8.60	8	8.51	7	8.97	-	-	-	-	-	-
Toplam	93	100	94	100	78	100	1	100	2	100	4	100

**Tablo-1, Tablo-2 ve Tablo 3'** de görüldüğü gibi; 23 Mayıs- 29 Mayıs 2007 tarihleri arasında analiz edilen gazetelerde yer alan gazete yazı türlerinin kantitatif özellikleri günlere göre benzerliklerle birlikte farklılıklar da göstermektedir.

Cumhuriyet gazetesinde 7 gün boyunca 93, Zaman gazetesinde 94 ve Hürriyet gazetesinde 78 gazete yazı türü yer alırken The Independent gazetesinde 1 The Washington Post gazetesinde 2 ve Die Welt gazetesinde 4 gazete yazı türü yer almıştır. Gazete yazı türlerinde terör eylemi ile ilgili haberlerin 2-3 ve 4.günlerde yoğunluk kazandığı görülmektedir.

Ulusal basında yoğun olarak "haber" yanı sıra "köşe yazısı" ve "yorum" yazı türleri kullanılırken uluslararası basında sadece "haber" yazı türü kullanılmıştır. **Tablo 2'**de ulusal basının canlı bomba terör olgusu ile ilgili ilk günler yoğun şekilde "haber" yazı türüne ağırlık verdiği, "haber" yazı türünü "köşe yazısı" haber türünün takip ettiği görülmektedir. Ulusal



basından sadece Zaman Gazetesi konu ile yorumlara yer vermiştir. Köşe yazı türüne ise Cumhuriyet Gazetesi'nde yoğun şekilde rastlanmaktadır.

Ulusal basında çok yoğun tartışılan canlı bomba terör olayı uluslararası basında aynı ilgiyi görmemiştir. Terör eyleminin yaşandığı ilk gün uluslararası basın okuyucusunu konu ile ilgili haberdar etmektedir. Bunun nedeni bu yaşanan terör olgusunun sonuçlarının ülke sınırları kapsamında kalması, ölü ve yaralı sayının azlığı ve terörist saldırı olup –olmadığı konusunda net bilginin olmayışdır. Diğer taraftan uluslararası medyanın gelişmekte olan ülkeleri bu tür olumsuz terör eylemleri ile haber yapıyor olmaları gözden kaçırılmamalıdır. Zira İngiltere basınından The Independent Ulus'ta yaşanan canlı bomba olgusu haberinde Türkiye'de turizm bölgelerinde daha önce yaşanmış bombalama olaylarını hatırlatarak okuyucunu Türkiye'deki güvenlik konusunda uyarmaktadır.

**Tablo 2**

Canlı Bomba Terör Olayının Yer Aldığı Gazeteler ve Haber Dağılımları

Terör Haberinin Yer Aldığı Gazeteler	Haber		Köşe Yazısı		Yorum		Rapor	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Cumhuriyet	70	36.26	23	54.77	-	-	-	-
Zaman	78	40.41	6	14.28	10	100	-	-
Hürriyet	38	19.68	13	30.95	-	-	-	-
The Independent	1	0.52	-	-	-	-	-	-
The Washington Post	2	1.1	-	-	-	-	-	-
Die Welt	4	2.2	-	-	-	-	-	-
<b>Toplam</b>	<b>193</b>	<b>100</b>	<b>42</b>	<b>100</b>	<b>10</b>	<b>100</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

Tablo 3'te canlı bomba terör olgusu ile ilgili gazete yazı türlerinin günlere göre dağılımı detaylı olarak yer almaktadır. Üç ulusal gazetede de olayla ilgili haber yoğunluğunun 2. gün başladığı ve 3 gün sürdüğü görülmektedir. I. gün olayla ilgili ilk bilgiler sunulmakta sonraki günler konu farklı yönleri ve haber aktörlerinin söylemleri ile irdelenmektedir.

Uluslararası basında ise canlı bomba terör olayından ölü ve yaralı sayısına bağlı olarak kamuoyu haberdar edilmektedir. Terör eylemi ile ilgili İngiltere basınından The Independent bir haberle, Amerika basınından The Washington Post iki haberle Alman basınından Die Welt 4 haberle okuyucularını bilgilendirmektedir.



**Tablo 3**  
Gazete Yazı Türlerinin Analiz Edildikleri Günlere Göre Sayı ve Oranları

	Gazete Yazı Türü	23.05.2007		24.05.2007		25.05.2007		26.05.2007		27.05.2007		28.05.2007		29.05.2007	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Cumhuriyet	Haber	6	27.27	21	27.27	10	19.23	21	38.88	6	27.27	1	6.25	5	21.73
	Yorum	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
	KöşeYazısı	2	9.09	6	7.79	5	9.61	2	3.70	3	13.63	2	12.50	3	13.04
	Rapor	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
Zaman	Haber	6	27.27	21	27.27	16	30.76	16	29.62	5	22.72	6	37.50	8	34.78
	Yorum	0	-	3	3.89	4	7.69	0	-	0	-	3	18.75	0	-
	KöşeYazısı	0	-	0	-	3	5.76	3	5.55	0	-	0	-	0	-
	Rapor	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
Hürriyet	Haber	5	22.72	17	22.07	8	15.38	8	14.81	5	22.72	2	12.50	4	17.39
	Yorum	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
	KöşeYazısı	0	-	6	7.79	5	9.61	4	7.40	3	13.63	2	12.50	3	13.04
	Rapor	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
The Independent	Haber	1	4.54	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
	Yorum	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
	KöşeYazısı	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
	Rapor	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
The Washington Post	Haber	1	4.54	1	1.30	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
	Yorum	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
	KöşeYazısı	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
	Rapor	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
Die Welt	Haber	1	4.54	2	2.59	1	1.92	0	-	0	-	0	-	0	-
	Yorum	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
	KöşeYazısı	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
	Rapor	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
Toplam		22	100	77	100	52	100	54	100	22	100	16	100	23	100

**Tablo 4** araştırma kapsamına alınan tüm gazetelerde canlı bomba terör olgusu ile ilgili haberlerin iç sayfalarda yoğunlaştığını göstermektedir. Ulusal basında terör haberleri, eylemin türü, verdiği can kayıpları, oluşum yerine bağlı olarak ilk günler birinci sayfa haberleri içinde kendine yer bulmaktadır. Ulus'ta yaşanan canlı bomba terör eylemi ulusal basında 3 gün süre ile I.sayfada yer almıştır. Hürriyet Gazetesi'nin diğer gazetelere göre canlı bomba terör olgusuna I. sayfa haberi olarak daha fazla yer verdiği tespit edilmiştir.

Uluslararası basında ise Türkiye'de yaşanan canlı bomba terör eylemi I.sayfa haberi olarak değer görmemiştir.

**Tablo 4**  
Gazete Yazı Türünün Yer Aldığı Sayfa

Gazete Yazı Türünün Yer Aldığı Sayfa	Cumhuriyet		Zaman		Hürriyet		The Independent		The Washington Post		Die Welt	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
I.sayfa	21	22.58	17	18.08	19	24.35	-		-		-	
İç Sayfalar	72	77.42	77	81.92	59	75.65	1	100	2	100	4	100
<b>Toplam</b>	<b>93</b>	<b>100</b>	<b>94</b>	<b>100</b>	<b>78</b>	<b>100</b>	<b>1</b>	<b>100</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

**Tablo 5**  
Gazete Yazı Türünün Üretildiği Haber Organizasyonu

Terör Haberlerinde Kullanılan Haber Organizasyonu	Cumhuriyet		Zaman		Hürriyet		The Independent		The Washington Post		Die Welt	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Gazetenin kendi üretimi	53	75.72	46	58.97	30	65.22	1	100	1	50.00	2	50.00
Ulusal haber ajansı	15	21.42	29	37.18	10	21.75	-		-		-	
Uluslararası haber ajansı	2	2.86	1	1.28	1	2.17	-		1	50.00	2	50.00
Karma üretim	-		2	2.57	5	10.86	-		-		-	
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>	<b>78</b>	<b>100</b>	<b>46</b>	<b>100</b>	<b>1</b>	<b>100</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

Canlı bomba terör olgusunda ulusal basın kendi üretimi ya da ulusal haber ajansı üretimi olan haberlere, uluslararası basın ise uluslararası haber ajansının haberlerine sayfalarında yer vermiştir. Ulusal basının da haberlerini kullandığı bu uluslararası ajanslar WP (World Press ve AP (Associated Press) dir. (Tablo 5)

Ulusal basında Cumhuriyet gazetesi Anadolu, Anka, Cihan ve Yurt İçi Haber Servisi Ajanslarının haberlerini kullanmıştır. Zaman gazetesi aynı ser-

maye grubunun uzantısı Cihan Haber Ajansı'nı, Hürriyet Gazetesi de benzer şekilde kendi grubunun sermaye uzantısı olan Doğan Haber Ajansı'nın haberlerini kullanmayı tercih etmiştir. Ayrıca Cumhuriyet gazetesi PKK'nın resmi internet sitesini, Hürriyet gazetesi interneti bazı haberlerinde haber kaynağı olarak gösterirken Zaman gazetesi aynı basın grubu sermaye uzantısı Aksiyon Dergisi'nden haber kaynağı olarak yararlanmıştır.

Analiz kapsamında gazete yazı türlerinin yapılış nedenleri "basın toplantısı yada açıklama", "toplantı (Bakanlar Kurulu, v.b)", "eylem- miting", "araştırma haberleri", "önceden yaşanmış olgular", "PKK terör örgütü", "terör eylemi olgusu-canlı bomba" ve "diğer" değişkenlere göre incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, ulusal basında gazete yazı türünün yapılış nedenleri aynı veya farklıdır. Ulusal basının gazete yazı türlerini üretim nedenlerinin başında canlı bomba terör olgusunun kendisi ve PKK terör örgütü gelirken bunları basın toplantısı haber aktörlerinin açıklamaları izlemektedir.

**Tablo 6**  
Gazete Yazı Türünün Yapılış Nedeni

Gazete Yazı Türünün Yapılış Nedeni	Cumhuriyet		Zaman		Hürriyet		The Independent		The Washington Post		Die Welt	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Basın toplantısı yada açıklama	15	12.82	4	5.48	8	13.11	-	-	-	-	-	-
Toplantı (Bakanlar Kurulu v.b)	6	5.13	-	-	2	3.28	-	-	-	-	-	-
Karşı eylem-miting	3	2.57	2	2.74	9	14.75	-	-	-	-	-	-
Araştırma haberleri	3	2.57	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PKK'nın önceki eylemlerine gönderme	33	28.20	22	30.14	21	34.43	-	-	-	-	-	-
Terör eylemi olgusu-Canlı bomba	56	47.86	45	61.84	21	34.43	1	100	2	100	4	100
Diğer	1	0.85	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Toplam</b>	<b>117</b>	<b>100</b>	<b>73</b>	<b>100</b>	<b>61</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>100</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

Uluslararası basında haberin yapılaş nedeni ise canlı bomba terör olgusunun kendisidir.(Tablo 6)

Canlı bomba terör olgusu ile ilgili gazeteler incelendiğinde Hürriyet gazetesinin en yoğun fotoğraf kullanan gazete olduğu onu Cumhuriyet gazetesinin takip ettiği üçüncü sırada ise Zaman gazetesinin yer aldığı görülmüştür.

Uluslararası basında ise the independent fotoğraf kullanmazken Die Welt 2 fotoğraf, The Washington Post 1 fotoğraf kullanmıştır (Tablo 7).

**Tablo 7**  
Gazetelerde Fotoğraf Kullanımı

Terör Olayının Fotoğraflarının Yer Aldığı Gazeteler	Fotoğraf		Enfografik	
	Sayı	%	Sayı	%
Cumhuriyet	27	28.72	1	50.00
Zaman	24	25.53	1	50.00
Hürriyet	40	42.55	-	-
The Independent	-	-	-	-
The Washington Post	1	1.06	-	-
Die Welt	2	2.12	-	-
Toplam	94	100	2	100

**Tablo- 8'** de görüldüğü gibi fotoğraf kullanımında Hürriyet gazetesi haber metinlerinde renkli fotoğraf tercih ederken Cumhuriyet ve Zaman gazeteleri siyah –beyaz fotoğrafları daha fazla tercih etmişlerdir. Fotoğraf seçimi ve renkli/ siyah-beyaz oluşu incelenen gazetelerin ideolojik eğilim ve sayfa tasarımları ile ilgilidir.

**Tablo 8**  
Canlı Bomba Terör Olayında Kullanılan Fotoğrafın Rengi

Fotoğrafın Rengi	Cumhuriyet		Zaman		Hürriyet		The Independent		The Washington Post		Die Welt	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Siyah/ Beyaz	21	77.78	14	83.34	4	10.00	-	-	0	-	0	-
Renkli	6	22.22	10	16.66	36	90.00	-	-	1	100	2	100
Toplam	27	100	24	100	40	100	-	-	1	100	2	100

Analiz kapsamına alınan gazetelerde yer alan fotoğraflar incelendiğinde ulusal gazetelerin ideolojik yapılanmalarıyla paralel iktidar (hükümet) iletileri ile ilişkili olarak Cumhuriyet ve Hürriyet gazetelerinin fotoğraf görüntü içeriklerinde canlı bomba patlaması sonucu yaralananlar, canlı bomba şüphelileri ile canlı bombanın ardında bıraktığı acı izler yer almıştır. Zaman gazetesinde canlı bomba olgusunda açıklamalarına yer verilen hükümet yetkililerinin fotoğraflarının yoğun kullanıldığı görülmüştür. Bu fotoğ-

**Tablo 9**  
Canlı Bomba Terör Olayının Fotoğraf İçeriği

Fotoğrafın İçeriği	Cumhuriyet		Zaman		Hürriyet		The Independent		The Washington Post		Die Welt	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Canlı bomba ve şüphelileri	8	36.76	3	13.04	7	17.50	-	-	-	-	-	-
Enkaz görüntüleri	2	7.69	2	8.69	5	12.50	-	-	-	-	-	-
Yaralı ve ölümler	1	3.84	2	8.69	7	17.50	-	-	-	-	1	50.00
Hükümet yetkilileri	1	3.84	7	26.09	5	12.50	-	-	-	-	-	-
Terör olayına karşı tepkiler	7	26.92	5	21.73	10	25.00	-	-	1	100	1	50.00
Görgü tanıkları	0	-	2	8.69	3	7.50	-	-	-	-	-	-
Cenazelerde yaşanan acıklı tablo	6	23.07	2	8.69	2	5.00	-	-	-	-	-	-
Terör örgüt üyeleri	1	3.84	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
STK temsilcileri	-	-	1	4.35	1	2.50	-	-	-	-	-	-
Siyasi Partiler/ Muhalefet (CHP,DP,MHP, DTP)	1	3.84	-	-	1	2.50	-	-	-	-	-	-
<b>Toplam</b>	<b>27</b>	<b>100</b>	<b>24</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>100</b>	<b>2</b>	<b>100</b>



rafları Ankara Ticaret Odası'nın (ATO) önderliğinde asılan Türk bayrakları ile donatılmış Anafartalar Çarşısı fotoğrafları izlemiştir.

Uluslararası basında The Washington Post gazetesi Anafartalar Çarşısı'nın canlı bomba patlaması sonrası Türk bayraklı fotoğrafını, Die Welt gazetesi patlamada yaralananlar ile Türk bayraklı Anafartalar Çarşısı fotoğraflarını kullanmıştır.

Hem ulusal hem de uluslararası basında Türk bayraklı Anafartalar Çarşısı fotoğrafları ile etnik kökenli teröre karşı birlik ve bütünlüğün yanı sıra yükselen milliyetçi söylem vurgusu yapıldığı, hükümete de esnafın güvenliğini sağlayamadığı mesajı verilmek istendiği haber iletilerinden anlaşılmaktadır.

**Tablo 10**  
Canlı Bomba Terör Haberinde Kullanılan Fotoğrafın Üretildiği Haber Organizasyonu

Fotoğrafın Üretildiği Haber Organizasyonu	Cumhuriyet		Zaman		Hürriyet		The Independent		The Washington Post		Die Welt	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Kendi üretimi	15	55.55	10	16.66	11	27.50	-	-	-	-	-	-
Ulusal Haber Ajansı Üretimi	12	44.46	13	41.67	20	50.00	-	-	-	-	1	50.00
Uluslararası Haber Ajansı Üretimi	-	-	1	1.66	1	2.50	-	-	1	100	1	50.00
Arşiv	-	-	-	-	1	2.50	-	-	-	-	-	-
Belirlenememiş	-	-	-	-	7	17.50	-	-	-	-	-	-
Toplam	27	100	24	100	40	100	-	-	1	100	2	100

İncelenen ulusal basında canlı bomba terör olgusu ile ilgili gazete yazı türlerinde kullanılan fotoğrafların üretildiği haber organizasyonlarına bakıldığında; Cumhuriyet gazetesinin kendi üretimi yada özellikle Anadolu Ajansı'nın fotoğraflarını kullandığı, Zaman gazetesinin ağırlıklı olarak Cihan Haber Ajansı'nın fotoğrafları ile kendi üretimi olan fotoğraflara yer verdiğini, Hürriyet gazetesinin ise ağırlıklı Doğan Haber Ajansı'nın fotoğraflarını kullandığı, ikinci sırada ise kendi üretimi olan fotoğrafları tercih ettiği görülmüştür.

Uluslararası basında ise The Washington Post gazetesinin kendi ulusal haber ajansı Associated Press'e (AP), Die Welt gazetesinin Amerikan haber ajansı AP ve kendi ulusal haber ajansı DPA 'ya ait fotoğraf kullandığı görülmüştür. AP'ye ait fotoğraf muhabirinin Türk vatandaşı olduğu dikkat çekicidir. (Tablo 10)

### 3.2-Gazete Yazı Türlerinin Kalitatif (Niteliksel) Analizi

23 Mayıs 2007 tarihinde Başkent Ankara'da Ulus meydanında 6 kişinin ölümüne sebep olan canlı bomba terör olgusuna ait gazete yazı türlerinin kantitatif (niceliksel) analizinin yanında kalitatif (niteliksel ) analizi de gerçekleştirilmiştir.

#### 3.2.1-Gazete Yazı Türlerinin İleti Analizi

Gazete yazı türlerinin konu içeriği ve ele alınma sıklığı basın o konuyu önemsemediğini ve toplumunda önemsemesini istediğini gösterdiği için önemlidir. Farklı değişkenler ve beraberinde alt başlıkları ile ilişkilendirilen canlı bomba terör eylemi ve arkasındaki terör örgütü konusundaki haber iletileri toplumun kanaatlerinin oluşmasındaki etkileşimleri de göstermektedir.

Ulusal basında PKK terör örgütü canlı bomba terör eyleminin arkasında yer alan örgüt olarak karşımıza çıkmaktadır. Basın PKK ve onunla ilgili olan gündem konuları üzerinde yoğunlaşmıştır. Ulusal basında gazete yazı türlerinin konu içeriğini genel olarak PKK terör örgüt ve eylemleri, canlı bomba eylem ve sonuçları, hükümet yetkililerinin açıklamaları , bu eylemlere karşı alınan-alınacak tedbirler oluşturmaktadır. Ulus'ta yaşanan canlı bomba eyleminin erken genel seçim kararı alınma sürecinde gerçekleşmesi yanı sıra aynı tarihlerde PKK terör örgütünün sözde ateşkesi bozması, Güneydoğu ve Doğu Bölgesi'nde şehit sayısındaki artış gündemin dikkate değer konularıdır. Kamuoyunda Amerika'nın işgali altında bulunan Irak'ın kuzeyinde bir Kürt devleti oluşumu ile ilgili aktarılan Büyük Ortadoğu Projesi'nde (BOP) Türk kara sınırlarının da dile getirilmesi canlı bomba eylemini ulusal basın için daha ilginç ve çekici hale getirmiştir.

Uluslararası basın sadece canlı bomba terör olgusunu haberleştirmiş ve kendi okuyucusunu haberdar etmiştir. Ulusal basın ise ülke gündemi ile birlikte yaşanmış terör olayları ve sonrası konusunda görüşlerin sunulduğu kolaj bir haber içeriğini okuyucusuna sunmuştur.

Ulusal ve uluslararası basında analiz edilen gazetelerin genelde PKK terör örgütü ve özelde canlı bomba terör eylemi ile ilgili yaklaşımları haber, köşe yazısı ve yorumlarda belirginleşmektedir. Aynı zamanda gazetelerin ideolojik yapılarının özellikleri de bu haber metinlerinin başlıklarında kendini hissettirmektedir.

**Tablo 11**  
Canlı Bomba Terör Olgusu İle İlgili Gazete Yazı Türü İçerikleri

Gazete Yazı Türünün Konu İçeriği	Cumhuriyet		Zaman		Hürriyet		The Independent		The Washington Post		Die Welt	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Canlı bomba terör eylemi sonrası yaralı ve ölü sayısı	3	.91	1	1.14	3	3.61	1	14.29	1	16.67	2	15.38
Canlı bomba terör eylemi, sonuçları ve etkileri	20	19.41	14	16.09	13	15.66	1	14.29	1	16.67	6	46.15
Eylemde kullanılan patlayıcı maddeler ve özellikleri	3	2.91	4	4.60	4	4.82	1	14.29	-	-	-	-
PKK terör örgütü, eylemleri ve hükümet uygulamaları	35	33.98	29	33.33	20	24.09	2	28.58	2	33.33	3	23.08
Terör Eylemi ile ilgili Hükümet/ TSK/ Muhalefet/ STK PKK açıklamaları	8	7.77	10	11.49	11	13.25	1	14.29	2	33.33	1	7.69
Terör eylemiyle ilgili yurt içi ve yurt dışı kamuoyu tepkileri	7	6.79	9	10.34	9	10.84	-	-	-	-	-	-
Canlı bomba terör eylemi ve PKK ile ilişkilendirilen gündem konuları	27	26.11	20	22.99	23	27.71	1	14.29	-	-	1	7.69
<b>Toplam</b>	<b>103</b>	<b>100</b>	<b>87</b>	<b>100</b>	<b>83</b>	<b>100</b>	<b>7</b>	<b>100</b>	<b>6</b>	<b>100</b>	<b>13</b>	<b>100</b>

“Kalles Bomba” (Hürriyet -23.05.2007)

“İşte Aşağılık Katliamcı” (Hürriyet-24.05.2007)

“Adana’da röfleli bombacı” (Hürriyet-24.05.2007)

“Teröre Yanıt: Yıkılmadık ayaktaız” (Hürriyet -27.05.2007)

“Şehitlerimize çok üzölmüş” (Hürriyet-27.05.2007)

“Başkentte terör” (Cumhuriyet- 23.05.2007)

“İhmalin Sonucu” (Cumhuriyet-24.05.2007)

“Bombacı PKK’li ” (Cumhuriyet-25.05.2007)

“Şırnak’ta 6 şehit” (Cumhuriyet-25.05.2007)

“Amerika böldü” (Cumhuriyet-29.05.2007)

"Ankara'da hain saldırı" (Zaman-23.05.2007)

"Türkiye batağa mı çekiliyor" (25.05.2007)

"Gül:K.Irak konusunda önemli gelişmeler olacak"(Zaman-26.05.2007)

"Ulustaki bomba seçim sürecine yönelik"(Zaman-26.05.2007)

"Teröre boyun eğmeyen başkentliler, çarşmayı bayram yerine çevirdi" (Zaman-27.05.2007)

"Ankara'da yaşanan bombalama eyleminde Kürtler suçlanıyor"(The Independent-23.05.2007)

"Türkiye Kuzey Irak'a Saldırmakla Tehdit Ediyor" .( Die Welt - 25.05.2007)

"Terör Alarmı ve Savaş Korkusu" (Die Welt- 24.05.2007)

"PKK Saldırı Yaptığını Kabul Etmiyor" (Die Welt- 24.05.2007)

"Türk Siyasi Seçiminin Ortasına Bomba Düştü" . (Die Welt-23.05.2007)

Cumhuriyet gazetesi konu içeriklerinde terör örgütü ve eylemlerinden yoğun bir şekilde bahsederken bu bağlamda canlı bomba terör olgusunu tartışmış, eleştirel hükümet uygulamaları ile birlikte PKK terör örgütünün uluslararası boyutunu irdelemiş, PKK terör örgütünün iletilerine de yer vermiştir. Hürriyet gazetesi konu içeriklerinde canlı bomba terör eylemi ve sonrasında yaşananlar konusunda çarpıcı, vurucu ve duygusal başlıklar kullanmış, kolay okunan haber ileti içeriklerini tercih etmiş, yakalanan diğer canlı bombalar ve bu konudaki uluslararası yaklaşımlara sayfalarında daha geniş yer vermiştir. Zaman gazetesi de canlı bomba terör eylem hedefinin erken genel seçimler olduğu ekseninde hükümetin terör konusunda aldığı önlemler ile öngördüğü tedbirleri okuyucusuna aktarmış eylemin kamuoyundaki etkisine vurgu yapmıştır.

Uluslararası basında yer alan konu ile ilgili haber metinlerinin terör eyleminin oluş biçimi ve sonuçlarına odaklandığı ancak Türkiye'de suçlanan terör örgütünün bu eylemi yapmadığına vurgu yapıldığı görülmektedir. Haber kurgusu bu ifadeler üzerine temellendirilmektedir. (Tablo 11)

### **Gazete Yazı Türü Konu İçeriği:**

#### **Ölü -Yaralı Sayısı**

İncelenen tüm gazetelerde ilk iki gün yer alan haberlerin yazı türü konu içeriğinin terör eyleminin sonucunu gösteren ölü ve yaralı sayısına odaklandığı görülmektedir. Bu aynı zamanda terör eyleminin haber değerini göstermektedir. Ölü ve yaralı sayısı terör olgusunu manşet haber yapmak için yeterlidir. Ulusal basının incelemeye alınmış tüm gazetelerinde ilk gün manşetten verilen Ulus canlı bomba haberlerinde ölü ve yaralı sayılarında farklılıklar olduğu görülmüştür. Resmi rakamlar 6 ölü 121 yaralı olduğunu gös-

**Tablo 11.1**

Canlı Bomba Terör Olgusu İle İlgili Gazete Yazı Türü İçerikleri

Yaralı ve Ölü Sayıları	Cumhuriyet	Zaman	Hürriyet	The Independent	The Washington Post	Die Welt
Ölenlerin sayısı	4	5	5	6	6	6
Yaralıların sayısı	60	60	60	80 den fazla yaralı	91 den fazla yaralı	100

termektedir. 2.gün incelenen tüm gazeteler resmi rakamı bildirmişlerdir.

Uluslararası basınında haber içeriklerinde ilk sırada ölü ve yaralı sayısı yer almıştır. Verilen sayılar neredeyse resmi sayılarla hemen hemen örtüşmektedir. Alman basını yer verdiği iki haber metninde de ölü ve yaralı sayılarını kullanmıştır. uluslararası basının ulusal basına göre ölü ve yaralı sayısını resmi rakamlara en yakın şekilde iletmesi dikkat çekicidir. (Tablo 11.1)

### Gazete Yazı Türü Konu İçeriği Olarak; Canlı Bomba Terör Eylemi, Sonuçları ve Etkileri

Çalışmada; Ulus meydanında meydana gelen patlamanın meydana geliş sebebi ve sorumluları ile ilgili ulusal basının ilk gün net ifadelerden kaçındığı görülmüştür. Patlamaya neden olarak gösterilen A4 tipi bombanın PKK tarafından kullanıldığına altı çizilmiş ikinci gün patlama sebebinin canlı bomba olduğu ve arkasında da terör örgütü PKK'nın olduğu belirtilmiştir. Hürriyet gazetesi patlama sorumlusu olarak canlı bomba olgusuna dikkat çekerek örgüt eylemi olgusuna ikinci sırada yer vermiştir.

**Tablo 11.2**

Terör Eyleminin Meydana Geliş Sebebi ve Sorumluları

Gazete Yazı Türünün Konu İçeriği	Cumhuriyet		Zaman		Hürriyet		The Independent		The Washington Post		Die Welt	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Bombalı saldırı / canlı bomba eylemi	6	24.00	5	38.46	9	56.25	2	66.67	2	50.00	3	50.00
PKK terör örgütü eylemi	8	32.00	4	30.77	5	31.25	1	33.33	1	25.00	2	33.33
PKK'yı destekleyen Devletler ve kuruluşlar (Irak ve Kürt Özerk Bölgesi AB, NATO, ABD vb)	11	44.00	4	30.77	4	25.00	-	-	1	25.00	1	16.67
<b>Toplam</b>	<b>25</b>	<b>100</b>	<b>13</b>	<b>100</b>	<b>16</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>6</b>	<b>100</b>



Cumhuriyet gazetesi olayda sorumlu olarak terör örgütü göstermiş ve canlı bomba olgusuna dikkat çekmiştir. Zaman gazetesi ise olguda sorumluluğu canlı bomba ve örgüt eylemi ikilisinde toplamıştır.

Uluslararası basında Ankara Ulus meydanında bir patlama yaşandığı ve patlama sorumluları olarak ayrılıkçı Kürtlerin suçlandığı belirtilmiştir.

Ulusal basında incelenen gazetelerde terör örgütünün işbirlikçisi olarak vurgulanan ülkeler gazetelere göre farklılar göstermiştir. Cumhuriyet gazetesi ilk sırada ABD'yi arkasından Irak ve Kürt Özerk Bölgesini işbirlikçi ülke olarak tanımlarken AB ve NATO'unda terör konusunda çifte standart uyguladığını vurgulamıştır. Zaman gazetesi işbirlikçi olarak Irak ve Kürt Özek Bölgesi beraberinde AB ülkeleri ve NATO'yu göstermiştir. Hürriyet gazetesi işbirlikçi olarak Irak ve Kürt Özerk Bölgesi ile birlikte ABD'ye vurgu yaparken AB ülkeleri ve NATO'nun terör konusunda çifte standart uyguladıklarını ifade etmiştir.

The Independent işbirlikçi olarak hiçbir kurum ve ülkeye atıf yapmazken The Washington Post Irak ve Kürt bölgesindeki oluşumlara dikkat çekmiştir. Die Welt gazetesi bombalama eyleminin PKK tarafından yapıldığına dair delillerin olmadığından iki haberinde de bahsetmiş, TSK Genel Kurmay Başkanı Yaşar Büyükanıt'ın terör örgütü arkasında ki ülkeler ile ilgili söylemine haber metni içerisinde yer vermiştir. Ayrıca devletin bombalama eylemini araştırmaları Türkiye'deki Kürt vatandaşlar üzerinde baskı unsuru olarak kullanabileceğini ifade etmiştir. (Tablo 11.2)

Ulusal basında canlı bomba eyleminin nedenselleştirilmesi ile ilgili olarak haber iletilerinde kullanılan değişkenlere bakıldığında ulusal basın kendi içinde farklılar taşıdığı görülmüştür (Tablo 11.2.1). Ancak incelenen 3 ulusal gazetenin de canlı bomba eyleminin planlı ve zamanlama ayarlanmış bir terör eylemi olduğunu vurguladıkları görülmüştür. Bununla birlikte Cumhuriyet gazetesi bu eylemin arkasında PKK terör örgütü olduğunu altını çizerek amacının ülkede kaos ortamı yaratmak olduğunu belirtmiştir. Ayrıca PKK terör örgütüne bağlı bir kişinin olayın İmralı'da tutuklu bulunan Abdullah Öcalan ile bağlantısı şu ifadelerle basında yer almıştır. *"İmralı'da Öcalan'ın başı ağrıyınca Ankara'da bundan etkilenir. Ankara'da bombalar patladığında hala sağı solu suçlayan ahmaklara bir diyeceğim yok. Ankara dinler mi, inler mi bilmem"* (Cumhuriyet Gazetesi) Hürriyet gazetesi eylemi PKK'nun yaptığını vurgulamış, hedefte Genel Kurmay Başkanı Org. Yaşar Büyükanıt olduğuna dikkat çekmiş, haber iletilerinde olayın nedenine değinmemiş olayı dramatize ederek sonuçları üzerinde yoğunlaşmıştır. Zaman gazetesi ise eylemin hedefinde erken genel seçimler olduğu ve ülkede kaos yaratılmaya çalışıldığını vurgulamıştır.

**Tablo 11.2.1**  
Canlı Bomba Eyleminin Nedenselleştirilmesi

Canlı Bomba Eyleminin Nedenselleştirilmesi	Cumhuriyet		Zaman		Hürriyet		The Independent		The Washington Post		Die Welt	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Sivilleri ve büyükşehirleri hedef alan planlı ve zamanlama ayarı yapılmış bir terör eylemidir	12	30.76	8	23.52	9	30.00	1	16.66	2	33.33	-	-
Hedefi ve örgütü meçhul bir eylem	2	5.13	2	5.88	-	-	1	16.66	1	16.67	1	33.33
PKK terör örgütü ve Abdullah Öcalan bağlantılı	8	.51	4	11.76	5	16.66	1	16.67	1	16.67	-	-
Genelkurmay Başkanına yönelik	1	2.56	2	5.88	4	13.33	-	-	-	-	-	-
Erken genel seçim sürecine yönelik	2	5.13	6	17.65	1	3.33	1	16.67	-	-	2	66.67
Terör örgütünün propagandasını yapmak	2	5.13	-	-	1	3.33	1	16.67	-	-	-	-
Kaos yaratmak ve birlik-bütünlüğü bozmak	12	36.76	11	35.35	1	3.33	1	16.67	1	16.66	-	-
Neden belirtilmemiş	-	-	1	2.94	9	30.00	-	-	1	16.66	-	-
<b>Toplam</b>	<b>39</b>	<b>100</b>	<b>34</b>	<b>100</b>	<b>30</b>	<b>100</b>	<b>6</b>	<b>100</b>	<b>6</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>100</b>

Uluslararası basında ise bu terör olgusu laik elitler ile muhafazakar İslamcı AK Parti arasında süren yüksek tansiyonlu erken genel seçime yönelik bir baltalama olayı olduğu üzerinde durulduğu görülmüştür. Canlı bomba terör eyleminin arkasında PKK olabileceğinin söylendiği ancak bu savı destekler kesin kanıtlar olmadığı için altı çizilmiştir.

Canlı bombanın bireysel özellikleri ile ilgili haber iletilerinde canlı bombanın PKK terör örgütü üyeliğinin ön plana çıkarıldığı görülmektedir. Bunun yanı sıra Cumhuriyet gazetesi canlı bombanın yasa dışı ideolojik örgüt üyeliğini (TİKP), Zaman gazetesi yasa dışı ideolojik örgüt üyeliği ile birlikte Alevi kimliğini, Hürriyet gazetesi ise olumsuz sıfatlar kullanarak terörist kimliğini vurgulamıştır. Araştırma kapsamındaki ulusal basın resmi kaynaklarca canlı bomba olduğu açıklanan Güven Akkuş'un sır olan 9 yıl

**Tablo 11.2.2**  
Basında Yer Alan Canlı Bombanın Bireysel Özellikleri

Canlı Bombanın Bireysel Özellikleri	Cumhuriyet		Zaman		Hürriyet		The Independent		The Washington Post		Die Welt	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
PKK terör örgütü üyesi Irak PKK kamplarında eğitim görmüş	5	50.00	3	27.27	2	28.57	1	100	2	40.00	1	100
İdeolojik örgüt üyelik (TİKP) ve eyleminden hapis cezalısı	3	30.00	3	27.27	2	28.57	-	-	3	60.00	-	-
Gözü dönmüş terörist, Katliamcı	-	-	-	-	2	28.57	-	-	-	-	-	-
Abdullah Öcalan sempatizanı, yurtdışında yaşamış , asosyal	2	20.00	3	27.27	1	14.28	-	-	-	-	-	-
Sivas-Alevi köyünden	-	-	2	18.18	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Toplam</b>	<b>10</b>	<b>100</b>	<b>11</b>	<b>100</b>	<b>7</b>	<b>100</b>	<b>1</b>	<b>100</b>	<b>5</b>	<b>100</b>	<b>1</b>	<b>100</b>

boyunca, nerede olduğu ve ne yaptığı konusu ile ilgili sorulara odaklanmıştır.

Uluslararası basından The Independent gazetesi canlı bomba şüphelisinin PKK örgüt üyeliğine, The Washington Post gazetesi daha önce örgüt üye ve eylemlerinden hapis cezalısı PKK üyesi olduğuna, Die Welt gazetesi ise eylemi gerçekleştiren kişinin PKK üyesi olabileceği ancak bununla ilgili delil olmadığına dair haber iletilerine yer vermiştir. (Tablo 11.2.2)

Canlı bomba terör eyleminin basında yer alan ilk sonuçları incelendiğinde analiz için belirlenen değişkenlerin kullanımında ulusal gazetelerin ideolojik yapılanmalarına bağlı olarak farklılıklar olduğu görülmüştür. (Tablo 11.2.3) Sol ideolojiye temelli Cumhuriyet gazetesi sırasıyla PKK terör örgütünün yeniden eyleme geçtiği, sınır ötesi askeri operasyonun gerekliliği ve kamuoyunun teröre karşı tutumu değişkenlerine öncelik vermiştir. Muhafazakar sağ ideolojiyi temsil eden Zaman gazetesi ise sırasıyla yakalanan canlı bomba sayısında artış, sınır ötesi askeri operasyonun gerekliliği ve kamuoyunun teröre karşı tutumu konusundaki haberleri sayfalarına taşımıştır. Liberal eğilimli Hürriyet gazetesi ise terör olgusundaki kamuoyunun

**Tablo 11.2.3**  
Canlı Bomba Terör Eyleminin Sonuçları ve Tepkiler

Canlı Bomba Terör Eyleminin Sonuçları ve Tepkiler	Cumhuriyet		Zaman		Hürriyet		The Independent		The Washington Post		Die Welt	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Hükümet canlı bombalar konusunda uyarılmıştı	5	8.06	3	6.52	2	4.25	-	-	1	11.11	-	-
Uluslararası bir terör örgütü olan PKK yeniden eylemde	14	22.58	8	17.39	8	17.02	1	25.00	2	22.24	-	-
AB ve ABD terörle mücadelede çifte standart uygulamaktadırlar	1	1.61	1	2.17	2	4.25	-	-	-	-	-	-
Irak ile ilişkilerde yeni yaptırımlar olmalı	6	9.67	-	-	2	4.25	-	-	1	11.11	-	-
11 Eylül terörü ile paralel bir olgu	-	-	1	2.17	1	2.12	-	-	-	-	-	-
Terörün yeri ve zamanı yoktur, kınanmalı, birlikte hareket edilmeli	8	12.90	10	21.74	9	19.15	1	25.00	1	11.11	-	-
Terörle mücadelede birlik söylemi, Teröre lanet	8	12.90	8	17.39	10	21.27	1	25.00	1	11.11	-	-
Kuzey Irak Askeri Operasyonu desteklenmelidir	8	12.90	5	10.87	4	8.51	-	-	1	11.11	1	50.00
Terör saldırısının sorumlusu AKP	3	4.83	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Yakalanan canlı bomba, ölü yada canlı örgüt üyesi sayında artış	9	14.51	10	21.74	8	17.02	-	-	1	11.11	-	-
PKK bombalama eylemini inkar etmektedir	1	1.61	-	-	1	2.12	1	25.00	1	11.11	1	50.00
<b>Toplam</b>	<b>62</b>	<b>100</b>	<b>46</b>	<b>100</b>	<b>47</b>	<b>100</b>	<b>4</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>	<b>2</b>	<b>100</b>

tepkilerine ilk sırada yer verirken ikinci sırada sınır ötesi askeri operasyon, üçüncü sırada ise yakalanan canlı bombalar, canlı ya da ölü ele geçirilen terör örgütü üyelerindeki artış haberlerini kullanmıştır.

Uluslararası basında yer alan haber iletilerinde ise PKK'nun yeniden eylemde olduğu, ancak PKK'nun bu bombalama eylemini inkar ettiği, Türk kamuoyunun teröre tepki gösterdiği sınır ötesi askeri operasyonun gündeme geldiği bilgileri yer almıştır.

Ulus meydanında meydana gelen patlamanın ardından RTÜK (Radyo-TV Üst Kurulu) bazı kanallara yayın yasağı getirmiş ve bu yayın yasağı ile ilgili haberlerde ulusal basında yer almıştır. Terör olaylarında enfomasyon sürecinin nasıl işlemesi gerektiği ile ilgili formalize edilmiş yönergesi bulunmayan medyada sansür sebepleri farklı dile getirilmiştir. Bu nedenle araştırma sürecine bu konu ilgili haber iletileri de dahil edilmiştir.

**Tablo 11.2.4'** de görüldüğü gibi Cumhuriyet ve Hürriyet gazeteleri sansür nedeni olarak acıklı görüntüler ile kopan kol ve bacak görüntülerini gösterirken Zaman gazetesi buna ilave olarak terör örgütü propagandasının yapıldığını dile getirmiştir.

**Tablo 11.2.4**

Canlı Bomba Terör Eyleminden Sonra Basında Sansür Uygulanma Nedeni

Terör Haberlerinde Sansür Nedeni	Cumhuriyet		Zaman		Hürriyet		The Independent		The Washington Post		Die Welt	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Haber çarpıtma	-		-		-		-		-		-	
Terör örgütünün propagandasının yapılmış olması	-		1	25.00	-		-		-		-	
Acıklı görüntüler, kol ve bacak parçaları	1	100	2	75.00	1	100	-		-		-	
Hükümet uygulamalarına müdahale	-		-		-		-		-		-	
Diğer	-		-		-		-		-		-	
Toplam	1	100	3	100	1	100	-		-		-	

İncelenen yazılı basında gözü yaşlı mağdurlar dışında etik olmayan bir görüntüye rastlanmamıştır.



Yazı Türü İçeriği Olarak;  
Terör Eyleminde Kullanılan Patlayıcı ve Özellikleri

Tablo 11.3  
Terör Eyleminde Kullanılan Patlayıcı ve Özellikleri

Terör Eyleminde Kullanılan Patlayıcı ve Özellikleri	Cumhuriyet		Zaman		Hürriyet		The Independent		The Washington Post		Die Welt	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Canlı bomba	3	75.00	1	33.33	2	33.33	1	50.00	1	50.00	1	100
A 4 tipi bomba yerleştirilmesi, atılması	1	25.00	1	33.33	2	33.33	-	-	-	-	-	-
Doğal gaz patlaması	-	-	-	-	1	16.66	-	-	-	-	-	-
Plastik patlayıcı	-	-	-	-	-	-	1	50.00	1	50.00	-	-
RDX isimli patlayıcı	-	-	1	33.33	1	16.66	-	-	-	-	-	-
Toplam	4	100	3	100	6	100	2	100	2	100	1	100

İncelenen gazetelerde Ulus meydanında yaşanan terör olayında patlama sebep olarak ilk gün A4 tipi PKK tarafından kullanılan bomba gösterilmiştir. (Tablo 11.3) Hürriyet Gazetesi böyle bir tahribata doğal gaz patlamasının da yol açabileceğini vurgulamıştır. İkinci gün patlama sebebinin canlı bomba olduğu ve ilerleyen günlerde ise canlı bombanın kullandığı patlayıcının RDX isimli patlayıcı olduğu ortaya çıkmıştır.

Uluslararası basında yer haber metninde ise patlama sebebinin canlı bomba mı yoksa paket bomba mı olduğunun teknik ekipler tarafından araştırıldığı ifade edilmektedir. Ancak yetkililerin Kürt ayrılıkçılarının bomba yapımında kullandığı plastik patlayıcının kullanıldığı ifadesi yer almaktadır. PKK terör örgütünün eylemlerinde kullandığı patlayıcıların askeri patlayıcılar ve bomba yapımında kullanılıyor ifadesi aldıkları desteğin hedefini göstermektedir.

**Yazı Türü İçeriği Olarak;  
PKK Terör Örgütü, Eylemleri ve Hükümet Uygulamaları**

**Tablo 11.4**  
Canlı Bomba Şahsında Tasarlanan PKK Terör Örgütü Haber İletileri

Canlı Bomba Şahsında PKK İletileri	Cumhuriyet		Zaman		Hürriyet		The Independent		The Washington Post		Die Welt	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
PKK uluslararası bir terör örgütüdür, eylemlerini sürdürmektedir	6	37.50	6	66.66	5	55.56	-	-	1	50.00	-	-
AB ülkeleri ve ABD, PKK konusunda çifte standart uygulamaktadır	2	12.50	-	-	2	22.22	-	-	-	-	-	-
Irak PKK terör örgütünü desteklemektedir. Sınır ötesi operasyon gereklidir.	5	31.25	3	33.34	2	22.22	-	-	-	-	-	-
TSK, PKK terörü ile mücadelesini kesintisiz sürdürmektedir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hükümet PKK terörü ilgili uygulamalarda yetersizdir	3	18.75	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100
PKK Kürt halkının hakları için savaşılan silahlı güçtür	-	-	-	-	-	-	1	100	1	50.00	-	-
<b>Toplam</b>	<b>16</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>	<b>1</b>	<b>100</b>	<b>1</b>	<b>100</b>	<b>1</b>	<b>100</b>

Ulusal basında canlı bomba şahsında PKK terör örgütünün yeniden tasarlanması ile ilgili haber iletilerine bakıldığında incelenen basında benzer ifadelere yer verildiği görülmüştür: PKK bir terör örgütü olup eylemlerini sürdürmektedir ve terör kınanmalı mücadelede birlikte hareket edilmelidir. Bu iletilerin yanı sıra Cumhuriyet gazetesinde Irak'ın PKK desteğini çekip PKK terörünü kınaması ve AB ülkeleri ile ABD'nin terör konusunda çifte

standart uyguladıkları konusunda haber iletileri de yer almıştır. Zaman Gazetesi'nde ise Başbakan R.Tayyip Erdoğan'ın "terör hangi şartta olursa kınanmalıdır" mesajı sık kullanılmıştır. Hürriyet gazetesinde AB ve ABD'nin terör konusunda çifte standart uyguladığına dikkat çekilerek ve Irak'ın PKK'ya desteğini çekmesi konularına vurgu yapılmıştır.

Uluslararası basında The Independent PKK'yı Kürt halkının hakları için savaşılan silahlı güçler olarak tanımlamış, The Washington Post gazetesi haber metninin başında PKK'yı bir terör örgütü olarak betimlerken metnin sonunda hakları için savaşılan silahlı milisler olarak nitelemiştir. Ayrıca teröre karşı Başbakanın teröre karşı birlikte hareket edilmelidir mesajını iletmıştır. Die Welt gazetesi ise Türk hükümetinin terörle ilgili mücadelede yetersiz kaldığını vurgulamıştır (Tablo 11.4).

Basının canlı bomba ve PKK terör örgütü ile ilgili iletilerini tanımlamakta 10 değişken kullanılmıştır (Tablo 11.4.1). Bu değişkenlerin incelenen gazetelerde kullanımına bakıldığında PKK'nın negatif tasarımı (bölücü terör örgütü) değişkeni ortak ve sık kullanılan değişken olarak tespit edilmiştir. Kullanılan diğer değişkenlerde farklılıklar görülmüştür. Cumhuriyet gazetesi PKK ile mücadelede Kuzey Irak Askeri Operasyonu destekleyen yorum ve bilgilendirme iletilerinin yanı sıra asker ve emniyet güçlerinin bombalama eylemleri konusunda hükümeti uyardığını, hükümetin uygulamalarda yetersiz kaldığını sık sık dile getirmiştir. Zaman gazetesi Kuzey Irak Askeri Operasyonu konusunda yorumlar yaparken terör olgusunda sağduyulu yaklaşımın üzerinde durmuştur. Hürriyet gazetesi ise PKK terör örgütüne karşı ulusal birlik - bütünlük içinde bir karşı duruş sergilenmesi konusunu ön plana çıkararak Kuzey Irak askeri Operasyon konusunu da beraberinde tartışmıştır.

The Independent gazetesi PKK'nın Kürt halkının haklarını savunan silahlı güçler olduğunu, daha önceden de bombalama eylemleri yaptıklarını ancak 18 Mayıs'ta PKK Türk hükümetini tehdit ederek sözde ateşkesi sona erdirdiğini ifade etmiştir. The Washington Post gazetesi PKK'nın bölücü bir terör örgütü olduğunu, sözde ateşkesi 18 Mayıs'ta sona erdirdiğini ancak düşünülen Kuzey Irak Askeri Operasyonunun ABD tarafından desteklenmediğini dile getirmiştir. Die Welt gazetesi de terör örgütü temsilcilerinin terör eylemini yalancı bilgiyi taşıdığını belirtmiştir.

Ulusal basında araştırma kapsamına alınan gazetelerde canlı bomba terör eylemi ile ilgili haber kaynakları incelendiğinde seçtiğimiz değişkenlere göre benzerlik ve farklılıklar olduğu görülmüştür. (Tablo 11.4.2) Cumhuriyet ve Zaman gazeteleri canlı bomba terör eyleminde haber kaynağı olarak yoğunlukla Emniyet ve hükümet yetkililerinin açıklamalarını kullanmışlardır. Cumhuriyet gazetesi TSK açıklamalarının yanı sıra PKK örgüt temsilci ve yayın organlarının söylemleri ile resmi kurum temsilcileri haber kaynağı olarak kullanırken kaynak belirtilmeden haber yayımlamadığı görülmüştür.

**Tablo 11.4.1**  
PKK Terör Örgütü İle İlgili Basının Haber İletileri

PKK Terör Örgütü ile İlgili Basının Haber İletileri	Cumhuriyet		Zaman		Hürriyet		The Independent		The Washington Post		Die Welt	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Terörde sağduyulu yaklaşım, amaçlarına ulaşamayacaklar	4	9.09	5	10.52	3	10.71	-	-	-	-	-	-
Terör olgusunda batı değerleri ve yaklaşımı	-	-	-	-	1	3.57	-	-	-	-	-	-
PKK teröründe dini yaklaşım	-	-	2	7.40	1	3.57	-	-	-	-	-	-
PKK'nın negatif tasarımı (Bölücü terör örgütü)	14	31.82	8	29.63	8	28.57	-	-	1	16.67	-	-
PKK'ya karşı ulusalcı söylem (Ulusal birlik ve bütünlük)	4	9.09	4	14.81	7	25.00	-	-	-	-	-	-
TSK ve Emniyet PKK konusunda uyarılar yapmıştı	8	18.18	2	7.40	2	7.14	-	-	-	-	-	-
PKK tehdit etmiş ve ateşkesi 18 Mayıs'ta sona erdirmişti	4	9.09	-	-	2	7.14	1	33.34	1	16.67	-	-
PKK'nın pozitif tasarımı	-	-	-	-	-	-	1	33.33	1	16.67	-	-
Kuzey Irak'a Askeri Operasyon Süreci artık gereklidir	10	-	6	22.22	4	14.28	-	-	2	33.33	-	-
PKK eylemi yalanlamıştır	-	-	-	-	-	-	1	33.33	1	16.67	1	100
<b>Toplam</b>	<b>44</b>	<b>100</b>	<b>27</b>	<b>100</b>	<b>28</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>6</b>	<b>100</b>	<b>1</b>	<b>100</b>

Kaynak belirtilmemiş anonim haberler Zaman gazetesinde yoğun olarak yer alırken terör uzmanı kişilerin söylemleri de haber kaynağı olarak kullanılmıştır. Hürriyet gazetesi yoğunlukla anonim haberlerle beraber hükümet yetkililerini haber kaynağı olarak kullanmıştır. Hürriyet gazetesinin yoğun kullanılan bir diğer haber kaynağı görgü tanıklarındır.

The Independent gazetesinde haber kaynağı olarak emniyet yetkilileri, hükümet yetkilileri, terör örgütü yayın organları, resmi kurum temsilcileri,

terör uzmanı kişiler ve görgü tanıkları kullanılmıştır. The Washington Post gazetesi The Independent gazetesinden farklı olarak Türk haber kanalı NTV ile birlikte kendi hükümet temsilcisini haber kaynağı olarak kullanmıştır. Die Welt gazetesi yoğunlukla hükümet yetkililerini ve emniyet yetkililerini haber kaynağı olarak kullanırken aynı zamanda terör örgütünün temsilcilerini de haber kaynağı olarak kullanmıştır.

Basında yer alan kamuoyu tepkileri incelendiğinde değişkenlerin kullanım sıklığında farklılar olmasına rağmen kamuoyunun terörü ve PKK'yı şiddetle kınadığı ve lanetlediği değişkeninin tüm ulusal basında yer aldığı görülmüştür. (Tablo 11.4.3) Halkın PKK eylemlerine karşı dimdik ayakta olduğu haber iletilerinin arka planında Türk Milliyetçi söyleminin ivme kazandığı görülmektedir.

**Tablo 11.4.2**  
Canlı Bomba Terör Eylemiyle İlgili Basının Haber Kaynakları

Terör Eylemi İle İlgili Kullanılan Haber Kaynakları	Cumhuriyet		Zaman		Hürriyet		The Independent		The Washington Post		Die Welt	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Emniyet yetkilileri	12	28.57	8	22.85	5	16.13	1	20.00	1	16.66	1	16.67
Hükümet yetkilileri	12	28.57	8	22.85	7	22.58	1	20.00	1	16.66	3	50.00
TSK yetkilileri	6	14.28	1	2.85	2	6.45			1	16.67	1	16.66
Terör örgütü temsilci ve yayın organları	5	11.90	-		1	3.23	1	20.00	1	16.66	1	16.67
Muhalefet parti ve STK temsilcileri	2	4.76	-		2	6.45	-		-		-	
Terör uzmanı kişiler	1	2.38	4	11.43	-		1	20.00	-		-	
İnternet ve/veya dergiler	-		2	5.71	-		-		-		-	
Dış ülke hükümet sözcüleri	3	7.14	1	2.85	-		-		1	16.67	-	
Anonim	-		8	22.85	7	22.58	-		-		-	
Görgü tanıkları	-		2	5.71	4	12.90	1	20.00	-		-	
Genel Kurmay İnternet Sitesi	1	2.38	1	2.85	1	3.23	-		-		-	
Türk TV haber kanalları (NTV)	-		-		-		-		1	16.67	-	
<b>Toplam</b>	<b>42</b>	<b>100</b>	<b>35</b>	<b>100</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>5</b>	<b>100</b>	<b>6</b>	<b>100</b>	<b>6</b>	<b>100</b>



**Tablo 11.4.3**

Canlı Bomba Terör Eylemi Sonrası Kamuoyu Tepkilerinin Basında Sunumu

Haber İletilerinde Kamuoyunun Tepkileri	Cumhuriyet		Zaman		Hürriyet		The Independent		The Washington Post		Die Welt	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Vatan sağ olsun, bizi yıldırılmazlar	3	11.54	2	11.76	4	19.05	-	-	-	-	-	-
Alçakça bir saldırı, dimdik ayaktayız	2	7.69	3	17.65	4	19.05	-	-	-	-	-	-
Terörü ve PKK'yı şiddetle kınıyor ve lanetliyoruz	8	30.77	6	35.29	5	23.81	-	-	-	-	-	-
Terör alanının bayraklarla donatılması-milliyetçi yaklaşım	2	7.69	4	23.53	5	23.81	-	-	1	100	1	50.00
PKK bir terör örgütüdür ve dışarıdan destek almaktadır	6	23.08	2	11.76	3	14.28	-	-	-	-	-	-
Hükümet gerekli önlemleri almamıştır	5	19.23	-	-	-	-	-	-	-	-	1	50.00
Toplam	26	100	17	100	21	100	-	-	1	100	2	100

Gazetelerin ideolojik yapılanmaları ile paralel olarak terör örgütünün dışarıdan destek aldığı ifade edilmektedir. Cumhuriyet gazetesinde ayrıca bu eylemde gerekli tedbirleri almayan hükümet uygulamaları da eleştirilmektedir. Zaman ve Hürriyet gazetelerinde terörle mücadele konusunda olumsuz bir eleştiriye rastlanmamıştır.

The Independent gazetesinde Türk kamuoyu tepkilerine yer verilmezken The Washington Post gazetesi Türk bayrakları ile donatılmış Anafartalar Çarşısı'nın renkli bir fotoğrafı ile Türk milliyetçisi yaklaşımına vurgu yapılmaktadır. Die Welt gazetesinde ise hükümetin gerekli önlemleri almamakla eleştirildiği ve terör alanının Türk bayrakları ile donatılarak PKK'ya tepki mesajı verildiği iletileri yer almıştır.

**Tablo 11.4.4'**te görüleceği gibi ulusal basının canlı bomba eylemi ile ilişkilendirilen gündem konularının öncelik sırası incelenen gazetelerin ideoloji yapılanmalarına bağlı olarak değişkenlik göstermiştir. Cumhuriyet gazetesi Güneydoğu'da şehit sayısındaki belirgin artış, PKK ve Abdullah Öcalan yaklaşımları ve Kuzey Irak Askeri Operasyon tartışmalarını gündemin ilk sıralarına taşımıştır. Zaman gazetesi gündem maddelerinden erken genel seçimler ve yakalana canlı bombalar ve Güneydoğu'da şehit sayısında belirgin gündem konularını sayfalarında tartışmıştır. Hürriyet gazetesi gündeme yakalanan canlı bombalar ile canlı bomba alarmlarını taşıırken beraberinde Güneydoğuda şehit sayısındaki artış ve buna bağlı Kuzey Irak Askeri operasyonuna yer vermiştir.

The Independent gazetesi Türkiye gündeminden erken genel seçimleri

**Tablo 11.4.4**

Terör Eylemiyle İlişkilendirilen Gündem Konularının Basında Kurgulanışı

Tanımlayıcı Gündem Konularının Canlı Bomba Olgusu İle İlişkisi	Cumhuriyet		Zaman		Hürriyet		The Independent		The Washington Post		Die Welt	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Edip Başer'in İstifası	6	11.76	1	2.77	3	11.53	-	-	-	-	-	-
Güneydoğuda şehit sayısında belirgin artış	8	15.68	6	23.07	4	15.38	-	-	-	-	-	-
Erken genel seçimler	5	9.80	6	23.07	1	3.85	1	50.00	-	-	2	100
PKK ve Abdullah Öcalan	8	15.68	4	11.11	3	11.53	-	-	-	-	-	-
ABD destekli Kuzey Irak'ta Kürt Özerk Bölgesi ve PKK desteği	6	11.76	-	-	2	7.69	1	50.00	1	50.00	-	-
Canlı bomba alarmları ve yakalanan canlı bombalar	5	9.80	15	41.67	9	34.62	-	-	-	-	-	-
Kuzey Irak'a Askeri Operasyon Tartışması	13	25.49	4	11.12	4	15.08	-	-	1	50.00	-	-
Toplam	51	100	36	100	26	100	2	100	2	100	2	100

ile birlikte turizm bölgelerinde yapılmış bombalama eylemlerini ve ABD destekli Kuzey Irak'ta Kürt Özerk Bölgesinin PKK desteğine haber metninde yer vermiştir. The Washington Post gazetesi ise ABD destekli Kuzey Irak Kürt Özerk Bölgesi ve Kuzey Irak'a askeri operasyon konusunu canlı bomba eylemine paralel diğer konular olarak haber metninde vurgulamıştır. Die Welt gazetesi ise canlı bomba terör eylemini erken genel seçimleri provake etme amaçlı olduğu ile ilgili haber iletileri vermeyi tercih etmiştir.

### Yazı Türü İçeriği Olarak;

### Canlı Bomba Terör Eylemiyle İlgili Siyasi Partiler ve PKK'nın Açıklamaları

**Tablo 11.5**  
Canlı Bomba Eylemiyle İlgili Hükümetin Açıklamaları

Canlı Bomba Eylemiyle İlgili Hükümetin Açıklamaları	Cumhuriyet		Zaman		Hürriyet		The Independent		The Washington Post		Die Welt	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Olayı şiddetle kınıyoruz, Alçakça	5	62.50	3	30.00	4	28.57	1	33.33	-	-	3	75.00
Teröre karşı uluslararası koalisyon için çağrı	-	-	2	20.00	1	7.14	-	-	1	50.00	-	-
Acıları paylaşıyoruz, amaç birlik ve bütünlüğü bozmak	2	25.00	3	30.00	5	35.71	1	33.33	-	-	-	-
Terör her yerde yaşabiliyor	1	12.50	2	20.00	1	7.14	1	33.33	1	50.00	1	25.00
Toplam	8	100	10	100	11	100	3	100	2	100	4	100

Tablo 11.5'de görüldüğü gibi canlı bomba eylemi sonrasında hükümetin açıklamaları incelenen gazetelerde frekansları farklı olmakla birlikte yer almıştır. Başbakanın canlı bomba terör eyleminin birlik ve bütünlüğü bozma amacıyla olduğu ve şiddetle kınandığı açıklamaları tüm gazeteler tarafında haber iletilerinde yoğun şekilde kullanılmıştır. Zaman ve Hürriyet gazetelerinin hükümetin açıklamalarına daha fazla yer verdiği görülmüştür.

The Independent, The Washington Post ve Die Welt gazeteleri Başbakan R.Tayyip Erdoğan'ın açıklamalarından pasajları okuyucusuna aktarmıştır "Terör her yerde yaşabiliyor, şiddetle kınıyoruz, amaç birlik ve bütünlüğü bozmak, teröre karşı uluslararası koalisyonla çağrı". Die Welt gazetesinin eylemle ilgili daha yoğun kınama mesajları verdiği görülmüştür.

**Tablo 11.5.1**  
Canlı Bomba Eylemiyle İlgili Muhalefet Partilerinin Açıklamaları

Canlı Bomba Terör Eylemiyle İlgili Muhalefet Partilerinin Açıklamaları	Cumhuriyet		Zaman		Hürriyet		The Independent		The Washington Post		Die Welt	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Olayı şiddetle kınıyoruz, Alçakça	5	21.74	3	25.00	4	16.66	1	33.33	-	-	3	75.00
Terör örgütüne gereken cevap verilecektir	1	4.35	2	16.67	4	16.67	-	-	-	-	-	-
Teröre karşı uluslararası koalisyon için çağrı	-	-	2	16.67	1	4.17	-	-	1	50.00	-	-
Acıları paylaşıyoruz, amaç birlik ve bütünlüğü bozmak	2	8.70	3	25.00	5	20.84	1	33.33	-	-	-	-
Herkes terör örgütünün gerçek yüzünü gördü	2	8.70	-	-	3	12.50	-	-	-	-	-	-
Terör örgütü Avrupa ve ABD tarafından destekleniyor	6	26.09	-	-	2	8.83	-	-	-	-	-	-
Geçen süre boşa geçti	3	13.04	-	-	2	8.83	-	-	-	-	-	-
Terörün sorumlusu hükümet uygulamaları	3	13.04	-	-	2	8.34	-	-	-	-	-	-
<b>Toplam</b>	<b>23</b>	<b>100</b>	<b>12</b>	<b>100</b>	<b>24</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

Canlı bomba eylemiyle ilgili ulusal basında muhalefet partileri genel olarak olayı şiddetle kınadıklarını ifade etmekte, sonraki süreçte ise bu eylemle ilgili neden-sonuç ilişkilerine vurgu yapmışlardır.

**Uluslararası basın ise terör olayını kınamakta, Amerikan basını küresel bir güç olarak koalisyon çağrısı yapmıştır.**

**Tablo 11.5.2**

Canlı Bomba Terör Eylemi Sonrasında Terör Örgütü PKK'nın İletilerinin Basında Sunumu

Terör Örgütü PKK'nın İletileri	Cumhuriyet		Zaman		Hürriyet		The Independent		The Washington Post		Die Welt	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Saldırıları devam edecek, Büyük şehirler hedefte	6	60.00	2	50.00	3	60.00	-	-	-	-	-	-
Bizim eylemimiz değildir	3	30.00	1	25.00	1	20.00	1	50.00	1	50.00	1	50.00
Olayı kınıyoruz	1	10.00	1	25.00	1	20.00	1	50.00	1	50.00	1	50.00
Terör örgütü söylemi yer almıyor	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Toplam	10	100	4	100	5	100	2	100	2	100	2	100

159

Hem ulusal hem de uluslararası basının inceleme kapsamına alınan gazetelerinde canlı bomba terör eyleminden sonra terör örgütünün söylemlerine frekansları farklı olmakla birlikte yer verildiği görülmüştür. Ulusal basında "saldırıları devam edecektir, büyükşehirler hedefte" söylemi sık tekrar edilmiştir. Bununla birlikte terör örgütünün bombalama eylemini üstlenmediği söylemine de basında yer verilmiştir.

Uluslararası basında ise sadece terör örgütünün eylemi üstlenmediği ve eylemi kınadığı ifade edilmiştir. (Tablo 11.5.2)

#### Yazı Türü İçeriği Olarak;

**Uluslararası basında PKK terör örgütü ve Canlı bomba olgusu ile ilgili İletiler**

Canlı bomba terör olayına ABD'nin tepkilerinin basında nasıl yer alması ile ilgili 4 değişken kullanılmıştır. ABD hükümet temsilcisi ve Dışişleri Bakanının açıklamaları ulusal ve Amerika basınında yer almıştır. İngiliz basını ve Alman ABD'nin tepkilerine yer vermemiştir. Ulusal ve ABD basını ABD'nin teröre karşı ortak hareket etmeye hazır olduğu, terör örgütü PKK'yı kınadıklarını ancak sınır ötesi operasyonun uygun olmadığını ifade etmişlerdir. (Tablo 11.6.1)

İncelenen ulusal basında Türklerin yoğun olduğu AB üyesi Almanya'nın canlı bomba terör olayı ile ilgili bir tepkiye sayfalarında yer



vermemiştir. Aynı şekilde uluslararası basında da Almanya ya da AB üyesi farklı bir ülkenin tepkileri ile herhangi bir haber iletisine rastlanmamıştır. (Tablo 11.6.2)

**Tablo 11.6.1**

Canlı Bomba Terör Olayına Amerika Birleşik Devletleri'nin Tepkileri

ABD'nin Tepkileri	Cumhuriyet		Zaman		Hürriyet		The Independent		The Washington Post		Die Welt	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Ortak hareket etmeye hazır	2	50.00	1	50.00	2	50.00	-	-	1	33.33	-	-
Terör örgütü PKK'yı kınıyoruz	1	25.00	-	-	1	25.00	-	-	1	33.33	-	-
Münferit bir eylem	-	-	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Diğer (sınır ötesi operasyon uygun değildir)	2	50.00	1	50.00	1	25.00	-	-	1	33.34	-	-
<b>Toplam</b>	<b>5</b>	<b>100</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>4</b>	<b>100</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

**Tablo 11.6.2**

Canlı Bomba Terör Olayına Almanya'nın Tepkileri

Almanya'nın Tepkileri	Cumhuriyet		Zaman		Hürriyet		The Independent		The Washington Post		Die Welt	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Ortak hareket etmeye hazır	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Terör örgütü PKK'yı kınıyoruz	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Münferit bir eylem	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Diğer (hükümetin yorumuna yer verilmemiş)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100
<b>Toplam</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>100</b>

**Tablo 11.6.3**  
Canlı Bomba Terör Olayına İngiltere'nin Tepkileri

İngiltere'nin Tepkileri	Cumhuriyet		Zaman		Hürriyet		The Independent		The Washington Post		Die Welt	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Ortak hareket etmeye hazır	-		-		-		-		-		-	
Terör örgütü PKK'yı kınıyoruz	-		-		-		-		-		-	
Münferit bir eylem	-		-		-		-		-		-	
Diğer-(hükümetin yorumuna yer verilmemiş)	-		-		-		1	100	-		-	
Toplam	-		-		-		1	100	-		-	

Tablo 11.6.3 de görüldüğü gibi AB üyesi İngiltere'nin incelenen basın organunda terör olayı ile ilgili hükümet ya da kamuoyunda beliren bir herhangi bir tepkiye rastlanmadığı gibi ulusal basın ve ABD ve Alman basınında da tepki sunan bir habere yer verilmemiştir.

#### 4- Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

Ulusal ve ulular arası basından seçilen 6 basın organında canlı bomba terör olgusu ve bu bağlamda terör örgütü ile ilgili toplam 255 haber, yorum ve köşe yazısı incelenmesi sonucu ortaya çıkan bulgular ulusal basın ile uluslararası basın arasında terör ve terör örgütü konusunda başta tanım ve kavram çelişkisi olmak üzere haber iletileri ve gündem konuları dahil olmak üzere pek çok farklılıklar olduğunu göstermiştir.

Küresel terör eylemlerinin kuşkusuz en acımasız araçlarından biri canlı bomba kullanımıdır. Canlı bomba terör eylemlerinin gücü sadece patlama etkisinden değil psikolojik etkisinden de kaynaklanmaktadır. İntihar eylemcisi şöyle bir mesaj göndermektedir "Hedefim için her şeyi yaparım". İntihar eylemleri psikolojik bir silah olarak benimsenip geniş toplulukları hareket edemez duruma getirmek için tasarlanmaktadır. Son dönemlerde ulusal ve özellikler uluslararası basında canlı bomba eylemleri İslami terör örgütlerinin faaliyetleri olarak yer bulmaktadır. Ancak, Ulus Meydanı'nda yaşanan canlı bomba eyleminin PKK terör örgütünün bir eylemi olduğu yine basında yer alan haberlerden anlaşılmaktadır. Ayrıca hayatını kaybeden Pakistan uyruklu 3 kişide terörün ülke, cins, ırk, etnik köken ayrımı yapmadığını gös-

termektedir. Canlı bomba terör olgusu ile ilgili siyasilere ilk açıklamaları bu yöndedir. Dönemin başbakanı terör her yerde yaşabilir, uluslararası işbirliği gereklidir söylemi de bu savı desteklemektedir. Terör konusunda hükümet ve muhalefet terörle mücadelede farklı söylemler geliştirse de terör eylemlerini kınamakta alçakça olarak nitelemekte birlik ve beraberlik söylemlerine vurgu yapmaktadır. Haber metinlerinde yer alan kamuoyu ve STK iletileri de aynı kurguya sahiptir. Bu anlamda basın iletileri haber aktörlerinin iletileri ile paralellik göstermektedir.

Ulusal basın her haberinde canlı bomba eyleminin arkasında PKK terör örgütü varlığını vurgulamış ve planladığı bombalama eylemlerinde bahsetmiş, uluslararası basın ise yayımladığı tek haberde bu örgüt ile ilgili Kürt halkının mücadelesi için savaşan milisler tanımını kullanmıştır. İnceleme süresince (toplam 7 gün) ulusal basında canlı bomba terör olgusu ile ilgili en az bir habere rastlanırken uluslararası basın bu haberi bir gün ve tek sütun olarak yayımlamıştır. Elde edilen bulgular canlı bomba terör olgusuna ulusal basının daha yoğun yer verdiği, farklı yönleri ile olayı ele aldığını ve kamuoyu gündemine yerleştirdiğini buna karşın uluslararası basının konu ile ilgili kamuoyunu haberdar etmekle yetindiğini göstermektedir.

Terör olgusunun uluslararası basında yer alma sebebi ölüm ve yaralı sayısının haber değeri oluşturmalarıdır. uluslararası basın kendi kamuoyunu terör olayı ile ilgili haberdar etmekte ilgili ülkedeki terör olaylarından haberdar etmektedir. Özellikle olayın yaşandığı ülkeye turistik seyahati düşünenlere daha önce yaşanmış terör olaylarının örnekleri hatırlatılarak terörizmin korkutma amacına hizmet etmektedir.

Ulusal basın canlı bomba terör olayını uzun bir süre kamuoyunun gündeminde tutmaktadır. PKK terör örgütü ve eylemleri konusunda hayli deneyimli olan ulusal basın bu olguyu gündemin diğer konuları ile birlikte yorumlamakta tarihteki farklı terör olgularına atıfta bulunmaktadır. Örneğin PKK'nın silahlı eylemlerinde şehit haberleri, erken genel seçimler ve PKK, sınır ötesi askeri operasyon gerekliliği gibi. Bununla birlikte kamuoyu tüm haber aktörleri ve köşe yazarları tarafından sağduyulu olmaya yöneltilmektedir.

Ulusal basının ideolojik yapılanması canlı bomba terör olayında da kendini göstermektedir. Hürriyet gazetesi yayın politikasına uygun olarak canlı bomba haber manşetlerinde dramatik, ilgi çekici başlıklara yer vermekte hüznü hayat hikayeleri ile okuyucuyu etkilemeye çalışmaktadır. Terör olgusu ile ilgili en fazla renkli fotoğraf kullanan gazete olan Hürriyet gazetesi haber kaynaklarını belirtmek yerine "yetkililer" ibaresini kullanmayı tercih etmiştir. Bunun yanında emniyet ve hükümet yetkilileri diğer haber kaynaklarıdır. Cumhuriyet gazetesi terör olgusu ve arkasındaki terör örgütü ile ilgili derinliği olan haberlere yer vermekte siyah-beyaz fotoğraflarla haber desteklenmektedir. Haber kaynakları emniyet yetkilileri, hükümet yetkilile-

ri, TSK ve araştırmada kullanılan diğer değişkenlerdir. Kaynağı belirtilmeyen bir habere inceleme sũresince rastlanmamıştır. Ayrıca terũr konusunda hũkũmet uygulamalarına olumsuz eleştirilerde bulunmaktadır. Zaman gazetesi terũr olgusunu farklı boyutları ile sayfalarına taşımakta ve terũr uzmanı kişilerin yorumlarına vermektedir. Hũkũmet kanadına destek verdiği haber içeriklerinden anlaşılmaktadır. Ayrıca Zaman Gazetesi siyasi ideolojisine uygun olarak canlı bomba Gũven Akkuş'un dini kimliğini (Alevi) haberlerinde kullanmış, Alevi dernekleri hassasiyet gũsterince onların tepkilerine de yer vermiştir. Haber kaynaklarında ilk sırada emniyet yetkilileri ve hũkũmet yetkilileri ilk sırada yer almaktadır. Her u gazete de canlı bomba terũr olgusunda milliyetçi-ulusalcı sũylemi destekler ifadelere yer vermiştir. Bu sũylemin ifadesi olarak Tũrk bayraklarını kullanan kamuoyu kullanılmıştır. O gũnden gũnũmũze Tũrk bayrağı siyasetçiler tarafından birer siyasi araç olarak kullanılmıştır. AK Parti siyaset mitingleri, Cumhuriyet Mitingleri gibi.

Terũr eyleminin neden yapıldığı konusunda net bir ifadeye ulusal basının incelenen gazetelerinde rastlanmamıştır. Neden olduğu yorumu okuyucuya bırakılmıştır. Bunun sebebi kamuoyunun uzun yıllardır PKK terũr örgũtũ ve istekleri konusunda az çok bir bilgiye sahip olması şeklinde yorumlanmıştır.

Canlı bomba terũr olgusunun zanlısı olarak deşifre edilen Gũven Akkuş ile ilgili haberlerin içerikleri u ulusal gazetede de benzerlikler taşımaktadır. Canlı bomba patlaması olup olmadığı konusunda bile net ifadeler yokken ikinci gũn canlı bomba olarak belirlenen şahsın fotoğrafı ile birlikte suç kũnyesinin gazetelerde ilk sayfa haberi olarak yer aldığı gũrũlmektedir. Saldırganın bombalama olayını nasıl planladığı ile bilgiler yoruma açıktır. Saldırganı ayt fotoğraftaki gũrũntũnũn iticiliği, ideolojik örgũt ũyelik ve eylemlerinden dolayı hapis cezası alması, ailesinde intihara eğilimli kişiler bulunması, PKK'yı destekleyen ũlke olarak tanınan Hollanda'ya kaçışı (kaçış ũykũsũnde şu an emekli polisin varlığı da bir çelişkidir) ve orada PKK eylemlerine katıldığının tespiti canlı bombanın belirgin ũzelliklerini basın negatif kurgulanmaktadır. Hiç řũphe yoktur ki canlı bomba olgusunun arkasında PKK terũr örgũtũ vardır. Ama canlı bombanın PKK terũr örgũtũ ile bağlantısı net olarak hiçbir gazete tarafından ortaya konulamamıştır. Ancak tũm haberlerin içerikleri buna dayandırılmıştır. Canlı bomba olgusu ilk gũn haberlerinin içeriklerinde çelişkili ifadeler dikkat çekicidir. Haber kaynaklarına doğrulatmadan yapılan haberler ilk gũn kamuoyunu yanaltacak ifadeleri içinde barındırmaktadır. Daha sonraki gũnlerde de bu tũr haberde doğruluk ve nesnellik ilkesine ters dũřecek ifadelere rastlamıştır. Canlı bombanın patlamada kullandığı patlayıcı ile ilgili bilgilerin internet sitesi kaynağına dayandırılarak yapılması da hayli dikkat çekicidir.

Ulusal ve uluslararası basın haber ũretiminde kendi haberlerinin yanu



sıra haber ajans üretimi haberlere yer vermiştir. Genel olarak ulusal basında sermaye olarak kendi uzantısı olan haber ajansları tercih edilmiştir. Hürriyet- Doğan Haber Ajansı, Zaman-Cihan Haber Ajansı gibi. Anadolu Ajansı tüm gazetelerin ortak kullandığı haber ajansıdır. Uluslararası basın ise Associated Press Haber Ajansı'nın Türk muhabirleri aracılığı ile haber servisi yapmıştır.

Ulusal basında terör eylemleri arkasındaki terör örgütleri ile beraber her zaman yer bulmaktadır. Eylemin yarattığı korku, etkilediği alanın büyüklüğü eylem sonucunda oluşan ölü ve yaralı sayısı haber değerini belirlemektedir. Ülkeler -özellikle gelişmekte olan ülkeler- terör olayları ile gelişmiş ülkelerin gündemine girebilmektedir. uluslararası basında da ölü ve yaralı sayısı haber değerini belirlemektedir. Ancak terör haberlerinde terörist ve terör örgütü kavramlarında bir oydaşma sağlanamadığı görülmektedir. Terör haber metin içeriklerini ölü ve sayısı, olay yeri, oluşumu ve etkileri, görgü tanıklarının ifadeleri, emniyet ve hükümet yetkililerinin açıklamaları ile olayla ilişkilendirilen gündem konuları oluşturmaktadır.

## 5- Sonuç

Terör olaylarında en önemli olgulardan biri hiç kuşkusuz nasıl bir bilgi akışı olacağı ve bunun nasıl kontrol edileceği sorunudur. Gelişen bilgi ve iletişim teknolojileri terör örgütlerinin amaçlarına bazı durumlarda hizmet etmektedir. Küresel bilgi akışında uluslararası terör terminolojisinin ulusal kimliğe göre değil küresel kimliğe göre anlamlandırılması bu anlamda medya bilgi akışına da olumlu etki edecektir. Çünkü araştırma sonuçlarından biri ulusal basın ile uluslararası basında terörist ile terör örgütü kavramı farklı anlamlandırıldığı ve haber metinlerinin terör eylemi yönelimli olduğudur. Ayrıca uluslararası basında terör eylemlerinin hükümet ya da kamuoyu tarafından kınandığı ile ilgili haber metinlerde yer almamıştır. Çünkü, bir ülkede yaşanan terör global dünyada farklı ülkelerdeki - hatta aynı ülkede farklı ideolojilere sahip - insanlara bu anlamda uzaktır. Terör mağduru "öteki"dir. Dolayısıyla terör uluslararası düşünülmede ancak yerel anlamlandırılmaktadır.

Ulusal basının haber metinlerinde terör eylemcisi ve terör örgütü PKK negatif kurgulanırken uluslararası basında PKK'nın pozitif kurgulandığı görülmektedir. Araştırma konusu olan canlı bomba terör eyleminin daha sonra yaşanılacak PKK'nın terör eylemleri ve mücadele sürecine ivme kazandıran bir olgu olduğu dikkat çekicidir. Haber metinlerinde yaşananların yapılabilecek sınır ötesi bir askeri operasyon için meşru zemine olanak tanıdığı da yaşadığımız zaman diliminde açıkça görülmektedir. Ulusal terör ve uluslararası terör ve terör örgütlerinin aynı meşru zeminde tanımlanmaması mücadele sürecine kısıtlamalar getirmektedir. Bu karşılıklı terörle mücadele global işbirliği cümlesi isteği dile getiren kelimeler dizgesi olma dışında bir anlam ifade etmemektedir.



Özellikle ulusal basında yeni canlı bomba eylemleri olabileceği, PKK terör örgütünün tehdit haberleri, gözyaşı ve korku ifadeli fotoğraf ve söylemler psikolojik şiddetin yoğunluğunu göstermekte ve terör haber iletilerinin şiddet içerikli olduğu hipotezimizi doğrulamaktadır. Ayrıca terör eylem ve örgütlerinin basının sürekli gündeminde yer alması terörün amaçlarına katkı sağlamakta ve bir süre sonra kamuoyunda duyarsızlık kalkanının oluşmasına yol açmaktadır.

Son dönemde araştırma konumuz olan canlı bomba terör eyleminden sonra artan terör eylemlerinin medyanın en önemli gündem konusu olduğu görülmektedir. Medya tava internet sitesinin Haziran 2007 tarihindeki medya araştırması ulusal basınımızın terör olgu ve örgütüne ne kadar uzun süre yer verdiğine bir örnektir. Bu araştırmaya göre; Irak Askeri Operasyonu ilgili gazete, dergi, TV kanal ve haber sitelerinde toplam 25 bin 466 habere konu edilmiş 245 saat süreyle de TV ekranlarında yer almıştır. Yaptığı eylemlerle gündemde kalan PKK terör örgütü, medyada 19 bin 729 haberle yer alırken; terör örgütüne ilişkin haberler 245 saate yakın bir süre ekranlarda kalmıştır. Medya ayrıca, terörle ilgili diğer haberlere 6 bin 236 kez yer vermiştir. Görüldüğü gibi sonuç ürkütücüdür (www.medyatava.org). Aynı terör haberlerinin uluslararası basında ise aynı yoğunlukta yer almadığı gerçeği ise yadsınamaz.

Medyanın “haber alma, yayma ve kamuoyunu bilgilendirme” görevleri bağlamında terör eylemlerine hiç yer vermemesi ya da görmezden gelmesi düşünülemez. Siyasal iktidarın medya organlarından böyle bir talepte bulunması da demokratik ilkelerle bağdaşmaz. Medyanın sansür edilmesi, özgürlüklerinin kısıtlanması, siyasal iktidarın denetimi ve vesayeti altına sokulması da kabul edilemez. Ancak araştırmada ulusal basının terör haberleri konusunda doğruluk ve nesnellikle ilgili ciddi sorunlar yaşadığı, en hızlı şekilde okuyucuya haberdar etme telaşında olan medyanın haber ileti içeriklerinde yanlışlıklar yaptığı ve çelişkiler yaşadığı görülmektedir. “Gizli” ibaresi olan belgelerin medyada nasıl yer aldığı ve haber kaynağının kim olduğu belirsizdir.

Genelde terör haberlerinin bazı kişi ve kurumlar tarafından manipüle edildiği ve gazetecilerin bu anlamda temelde dışarıdan yönlendirildiği görülmektedir. Dolayısıyla terör eylem ve örgütleri konusunda kamuoyunun bilinçlendirilmesi işlevi kurgusalıktan öte gitmemektedir. Zaten gazeteciliğin yapısında yaşanan değişimlerde (gazetecilik rolleri, otomatlaşma, halkla ilişkiler ve enformasyon sunan kurumların çoğalması, dijitalleşme, medya ekonomi politikası v.d) bağımsız sosyal sistem olarak kendini yönlendirdiğini kabul eden gazeteciliğin aslında dışarıdan yönlendirildiğine işaret etmektedir (Alver, 2007:293)

Ulusal medya terör haberlerinde ideolojik yayın politikasının dışına çıkmamakta kendini tekrar etmektedir. Ayrıca haber kaynakları ve haber

---

aktörleri seçimi ve kullanımı konusunda da çelişkiler görülmüştür. Terör haberleri konusunda ilk defa RTÜK tarafından bazı yayın organlarına bu eylemle ilgili yayınlarda yasaklar gelmiştir. Bu yasakların arka planı tekrar gözden geçirilip terör haberlerinin enformasyon süreci ilgili disiplinlerle bilimsel tartışma ortamına taşınmalıdır. Özellikle terör haberlerinde doğru ve yansız haberleştirme için haber iletisinin her yönü ile gözden geçirilmesi yorumlardan kaçınılması, etik kodlara özen gösterilmesi gerekmektedir. Toplumun sindirilmesini amaç edinen terör eylemleri örgüt propagandası yapılmadan haberleştirilmeli, ulusal çıkarlar gözetilmeli ve okuyucu infiale sürüklenmemelidir.

## KAYNAKÇA

Alver Fusun. (2003). *Basında Yabancı Tasarımı ve Yabancı Düşmanlığı*, İstanbul: Der Yayınları.

Alver Fusun. (2007). *Gazeteciliğin Temel Kuramları*, İstanbul: Beta Yayınları.

Keane John. (1998). *Şiddetin Uzun Yüzyılı*, Çev: Bülent Peker, Ankara: Dost Yayınları.

Mumcu Uğur.(2006). *Kürt Dosyası*, Ankara: Uman Vakfı Yayınları.

Pape Robert(2006). *Dying to Win: The Strategic Logic of Suicide Terrorism*, United Stateby, Newyork: Random House Publishing Group, Second Edition, ABD.

Schlesenger, Philip (1994). *Medya, Devlet ve Ulus*, Çev: Mehmet Küçük, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

### *İncelenen Ulusal Gazeteler (23-Mayıs - 29 Mayıs 2007)*

Cumhuriyet Gazetesi

Hürriyet Gazetesi

Zaman Gazetesi

### *İncelenen Uluslararası Gazeteler (23-Mayıs - 29 Mayıs 2007)*

The Independent

The Washington Post

Die Welt

### *İnternet Siteleri*

[www.medyatava.org](http://www.medyatava.org).



# Medya – Terör – Propaganda: Türk Basınında Terör Örgütü PKK'nın Tasarımı

*Media -Terror - Propaganda:  
Design of the PKK Terrorist Organization in the Turkish Press*

Meral ÇAKIR BERZAH

Öğr. Gör., Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi

## Özet

*Bu çalışmada Türkiye'de yoğun şekilde haberlere konu olan terör örgütü PKK'nın farklı ideolojik eğilimlere sahip olan gazetelerde ne şekilde yer bulduğu ele alınmakta ve hem gazetelerin hem terör örgütü temsilcileri dışındaki aktörlerin terör örgütünün propagandası ve meşrulaştırılmasına ne şekilde katkıda bulunduğu belirlenmeye çalışılmaktadır. Seçilen beş gazete de terör ve terör örgütü ile ilgili doğrudan veya dolaylı haberlerin içerik çözümlemesi yöntemiyle incelendiği araştırmada terör örgütünün ne şekilde tasarlandığı irdelenmektedir. Araştırmanın bulguları terör ve terör örgütünün propagandası ve meşrulaştırılmasında gazetelerin yanı sıra siyasal aktörler ve bilim çevrelerinin de haber aktörü olarak önemli bir işlev gördüğünü ortaya koymaktadır.*

**Anahtar kelimeler:** Medya, Terör, Terör Örgütü PKK, Propaganda, Meşrulaştırma, Haber Aktörleri, DTP, Genelkurmay Başkanı, Enformasyon

## Abstract

*In this reseach, it's discussed that how the PKK terrorist organization have the press coverage that the subject of the news intensively in the newspapers having different ideological tendencies in Turkey and also tried to determine that how the contribution of both the newspapers and actors except that representatives of terrorist organization to the propaganda and legitimization of the terrorist organization.*

*Study was designed to examine how the terror organization is designed in selected five newspapers, that having news directly or indirectly related to terrorism and terrorist organization by the method of viewing news content analysis. The findings of the research propound that in the propaganda and legitimization of the terrorist organization, besides newspapers as well as political actors and the science environment are the important functions as the news actors.*

**Keywords :** Media, Terror, PKK Terrorist Organization, Propaganda, Legitimization, News Actors.



## GİRİŞ

Toplumunu kendi çıkar ve beklentileri doğrultusunda etkileme ve yönlendirme çabası içinde olan güç odakları için enformasyonun kontrolü en önemli unsurlardan birisidir. İlettiği enformasyonla geniş halk yığınlarını etkileyen medya ise bu konuda kilit bir işleve sahiptir. Çünkü medya “bağımsız bir gözlemci değildir, aksine aktif bir seçme ve sunma, yapılandırma ve biçimlendirmeye gelen bir anlam pratiği, anlam üretimi yapmaktadır”<sup>1</sup>. DeFleur ve Dennis’in belirttiği gibi toplumsal yaşamın karmaşık yapısı dünyadaki her şeyin doğrudan deneyimlenmesini olanaksız kılarak bizi medyanın oluşturduğu dolaylı deneyimlere zorunlu kılmaktadır. Bunun sonucunda da dünyaya, olgu ve nesnelerin anlamlarına ilişkin yargılarımızın çoğu medya tarafından oluşturulmaktadır. Ancak medya bize sosyal gerçeği sunarken, bunu kendi işleyiş tarzını ve doğasını yansıtan içerik ve biçimlerle sunmaktadır. Bir başka deyişle, sosyal objelere ve olgulara ilişkin kendi anlamlarını yaratarak ve bunlara gerçek yaşamdakilere kıyasla farklı anlamlar yükleyerek bize yansıtmaktadır<sup>2</sup>. Medyada gerçek<sup>3</sup> basitçe yeniden üretilmemekte, belli amaçlara uygun biçimde yeniden inşa edilmektedir. Bu süreç; seçme ve sunma, yapılandırma ve biçimlendirme işlemlerinin bütününe içine almaktadır. Haber inşasıyla biçimlendirilen içerik aynı zamanda profesyonel ideolojilerin paketlenmiş karakterini taşımaktadır.

Medyanın geniş kitleleri etkileyip yönlendirme işlevi, toplumu kendi çıkarları doğrultusunda yönlendirmek isteyen terör odakları tarafından da kullanmaya çalışılmaktadır. Eylemlerinin ardında korku, panik, çaresizlik duyguları yaratmak ve mevcut siyasal yapı üzerinde bir baskı oluşturmaya çalışmak olduğu bilinen teröristlerin gerçek amacı eylemi yönelttikleri kişi/ler değil onlar üzerinden toplumda bir yılgınlık ve çaresizlik duygusu oluşturmak ve böylelikle mevcut siyasal yapı üzerinde bir baskı oluşturmaktır. Bu eylemlerin umdukları etkiye yol açması için duyulması, varlıklarının ve mesajlarının geniş kitlelere ulaşması, bunun için de medyada yer bulması gerekmektedir. Terörizm ne şekilde tanımlanırsa tanımlansın “bir siyasal amaç, şiddet/zor kullanma, dehşet ve korku salma, tehdit ve toplumda yılgınlık ve çaresizlik duygusu uyandırma” öğelerini içermektedir.

1 Duruoğlu, Tuba: “Haber Yapmada İdeoloji Etkeni: 11 Eylül Olayı Üzerine Bir İnceleme” İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Sayı 25 Yaz-Güz 2007

2 Oktay, Mahmut, İletişimciler İçin Davranış Bilimlerine Giriş, İstanbul: Der Yayınları, 2003 s. 158

3 Dursun Çiler, TV Haberlerinde İdeoloji, Ankara: İmge Kitabevi, 2001, s. 79

Terörün içinde barındırdığı ögeler, iletildiği enformasyonla geniş halk yığınlarını etkileyen haber medyasını etkileme ve ondan amaçları doğrultusunda yararlanma çabalarını yeterince açık biçimde ortaya koymaktadır.

“Terörizmin etkisi değildir onu tehlikeli kılan. Doğurduğu tepkidir. Etki, olaydan çok daha büyüktür. Terörizmin etkisi yaptığı tahribatla değil, uyandırdığı psikolojik tepki ile ölçülür. Toplulukların tepkisi ise istatistik değerlerle gösterilemez. Teröristler gösterişli ve heyecan yaratıcı eylemlerle kamuoyunu sarsarken, resmi otoriteleri kamuoyuna karşı harekete geçirirler. İddialarını davalastırırlar. Sorunlarını resmi politikalara konu ederler. Bir süre önce kamu gündeminde olmayan şeyler gerçekleşir. Kamuoyu yoktan var edilen gerçeklerle karşı karşıya gelir. Toplumun yönetime ve düzene güvenini sarsarlar. Düzen sorgulanmaya başlanır. ... Terörizm, çoğunluğun iradesini hiçe sayan silahlı bir azınlığın kendi iradesini çoğunluğa dikte etmesidir.”<sup>4</sup>

Teröristlerin eylemlerinin hedefinin korku salma olduğu ve başarısının toplumda ne kadar büyük etkiye yol açtığı ile ölçüldüğü göz önünde bulundurulduğunda medyanın terörizm için ne denli önemli olduğu anlaşılmaktadır. Nacos’a göre<sup>5</sup> teröristlerin eylemlerini medyanın kitleler ve resmi karar vericiler üzerindeki etkisini düşünerek planladığına şüphe yoktur. Medyanın terörist eylemlere yer verip vermemesi ya da ne ölçüde yer vereceği ise başlı başına bir tartışma konusudur. Tartışma, medyanın bu konuda sınırlandırılmayacağı, medyanın terörist eylemlere hiç yer vermemesi gerektiği ya da bu konuda özdenetiminin devreye girmesi ekseninde yürürken, Picard tarafından yapılan bir araştırma konuyla ilgili ilginç bir noktaya dikkat çekmektedir. Picard<sup>6</sup> terör ve medya üzerine yaptığı beş yıllık bir çalışmanın sonunda medyanın terörizme neden olmadığını ancak terör eylemini yetersiz ya da yanlış aktararak çıkar gruplarının manipülasyonuna yol açtığını ve izleyicilerin olayı net bir şekilde anlamlandırmasına izin veremeyerek yönlendirebildiğini ortaya koymuştur. Bu çerçevede teröristlerin medyanın haberdar etme işlevini kendi yararlarına propaganda amacıyla kullanmaya çalışırken, medyanın propagandaya aracılık edip etmediği ciddi bir tartışma konusu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Haberde gerçeklik tasarımları ve önyargı içerikli iletilerle ilgili çalışmalar<sup>7</sup> medya haberlerinin gerçekliği yansıtmadığını, aksine özellikle de top-

4 Ergil, Doğu: “Uluslararası Terörizm”, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, C. 47, S. 3-4,

5 Narin, Fatma Bilge, Küresel Terör Saldırılarına Yönelik Haberlerin Türk Basınında Çerçevesi”, yayınlanmamış yüksek lisans tezi, A. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2008, s. 24

6 Narin, 2008, s. 24: R. G. Picard, Media Portrayals of Terrorism, Functions and Meaning of News Coverage, Ames: Iowa State University Press, 1993.

7 Alver, Füsün; Basında Yabancı Tasarımı ve Yabancı Düşmanlığı, İstanbul: Der yayınları. 2003. s. 205; Keplinger:1989-Schulz:1989.

lumsal açıdan önemli ve tartışmalı konularda haber seçiminde tek yanlı, önyargılı ve politik davranıldığını göstermektedir. Kepplinger'e göre medya çatışma haberlerinde, belirli olay ve konularda öneme sahip olduğu için haber yapmamakta, aksine belirli amaçlara ulaşmayı desteklemek için haber yapmaktadır. Donsbach da<sup>8</sup> olayların ya da haberlerin doğal öneme sahip oldukları için değil, konunun içeriğine göre medyada yer aldıkları için araçsal bir karaktere sahip olabildiklerini söylemektedir. Gazeteci amaçlı olarak etki yaratmak istiyorsa, önemsiz haberleri gündeme taşıyarak enformasyonu araçsallaştırmakta ve aktüelleştirmektedir. Bir olay sahip olduğu haber faktörleri nedeniyle haberleştirilmeye değer bulunmuşsa, haber değerini oluşturan karakteristiklerin medya tarafından aşırı vurgulandığını kaydeden Röben ise haber faktörlerinin olaylar arasından doğru seçim yapılmasını engellediğini ve olayın gerçek karakterinin sistematik olarak deformasyona uğradığını belirtmektedir.

Medyanın enformasyon ve algılama şablonlarıyla kamuoyunu etkilerken, siyasal ve toplumsal yaşamı biçimlendirirken, bilgi ve enformasyon adına neler sunduğu; toplumsal, siyasal ve ekonomik sorunları ve içinde bulunulan durumu nasıl tanımladığı ve yorumladığı önem kazanmaktadır<sup>9</sup>. Medya, toplumları iktidar odaklarının hedef ve çıkarları doğrultusunda "haberdar" etmekte ve bu çerçeveye uygun bir dünya tanımlamaktadır. Ana işlevi yasama, yürütme ve yargının yanında dördüncü güç olarak denetim ve yönetenlerle yönetilenler arasında iletişimi sağlama olarak öne sürülen medya aslında güç odaklarının iktidarını sürdürme ve güçlendirmelerine katkıda bulunmaktadır. Dördüncü güç olma işlevinden uzaklaşan ve kara dayalı bir anlayışın egemen olduğu medya, bu yapısıyla hem içinde yer aldığı ekonomik ve siyasal yapının hem de kamuoyunu etkilemeye çalışan güç odaklarının etkilerine maruz kalmaktadır. Böylelikle medya, toplumların, kendisinin de içinde yer aldığı sermaye ve politik güç odaklarının beklentilerine uygun biçimde yönlendirilmesi işlevini yerine getirmektedir.<sup>10</sup> Bu işlevin yerine getirilmesinde medyanın neyin haber olarak değerlendirileceğine dair seçimi kadar haberlerin dayandırıldığı kaynağa dair tercihi de önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Medyanın herhangi bir olayı haber olarak sunarken kaynak olarak belirlediği aktör/ler hangi iktidar odağının çıkar ya da beklentilerine uygun bir dünyayı inşa ettiği, tanımladığına ilişkin bir veri oluşturmaktadır. "İktidar odağı" deyimini bu çalışmada özellikle kullanılmaktadır. Çünkü medyanın hangi konuda olursa olsun hem haberin içeriği hem de içeriğin dayan-

8 Alver, 2003, 205; Donsbach:22

9 Alver, 2003, 208

10 Çakır Berzah, Meral, Medyanın Ördüğü Berlin Duvarı, Ankara: Nobel, 2006, s. 3

dırıldığı aktörleri seçimi rastlantısal değildir. Medya topluma iktidar odaklarının mesajlarını taşımakta, sıradan insana iktidar odaklarının mesajlarıyla kurgulanan bir dünyanın resmini çizmektedir. Haberlere iktidar odakları yargılayan, eleştiren, karar veren, açıklayan, eyleyen rolleriyle, sıradan insan ise eyleme maruz kalan rolleriyle aktör olmaktadır. Sıradan insanın eyleyen rolüyle haber aktörü olması genellikle sıra dışı ya da ilgi çekecek bir hikayeye sahip bir eylemi gerçekleştirmesi nedeniyle (cinayet, kaza vb. gibi) söz konusu olmaktadır. Nitekim terörle doğrudan ya da dolaylı haberlerde de sıradan insan ya terör eylemini gerçekleştiren ya da terör eylemine maruz kalan rolüyle haber aktörü olmaktadır. Sıradan insan haberlerde yargılayan, görüş belirten bir aktör olmaktan ziyade ölümü, yaralanması gibi olaylar nedeniyle ya sayısal bir veri olmakta ya da geride bıraktığı yakınları tarafından anlatılan ilginç öyküsüyle yer almaktadır. Sıradan insan haberlerin nesnesidir, iktidar odakları ise özne, yani eyleyen. Bu da göstermektedir ki terör de iktidar odaklarının sıradan insana resmettiği dünyanın bir aracıdır ve bu aracın hayat bulmasında medya kilit bir öneme sahiptir.

Alver'e göre<sup>11</sup> iktidar odakları (seçkinler) iktidarın uygulanması ya da sürdürülmesi için gerekli ideolojik çerçeveyi söylem yoluyla sağlamaktadırlar. Söylem ve haber söylemi içinde dayandırılan ideoloji, iktidarın harekete geçirilmesinde ya da meşrulaştırılmasında önemli rol oynamaktadır. Haberlerde sık sık seçkinlere yer verilerek onların ideolojilerinin ve iktidarlarının onaylanması ve meşrulaştırılması sağlanmaktadır. Medya profesyonelleri bir yandan iktidar sahiplerinin iktidarlarını betimlemekte, diğer yandan ise kendi çalıştıkları medya örgütünün iktidarının sürdürülmesine katkıda bulunmaktadır.

Haber kaynağı ya da haber aktörü olarak söylem seçkinleri, medyanın geniş kitlelere ulaştırdığı enformasyonu (haberi) dayandırdığı kaynak veya aktörlerdir. Medyanın başlıca haber kaynakları ya da aktörlerini siyasal karar vericiler, sivil ve askeri bürokrasi, ekonomi çevreleri, entelektüeller, eğitim ve bilim çevreleri oluşturmaktadır. Söylem seçkinleri iktidarın uygulanması ya da sürdürülmesi için gerekli ideolojik çerçeveyi söylem yoluyla sağlamakta, medya onların söylemlerini topluma iletmektedir. Terörle doğrudan ya da dolaylı haberlerin kaynakları ve aktörleri ele alındığında teröristler ya da terör örgütünün, medyanın haber kaynakları ve haber aktörleri içinde önemli bir yere sahip oldukları görülmektedir. Bu çalışmada incelenen gazetelerin haber kaynağı ya da aktörü olarak teröristler ya da terör örgütüne verdikleri yer, teröristler ve terör örgütünün ideolojilerinin ve iktidarlarının onaylanması ve meşrulaştırılmasında gazetelerin nasıl bir işlev gördüğünü de ortaya koymaktadır.

11 Alver, 2003, 211



Ancak sorgulanması gereken bir unsur daha vardır: Terör örgütü PKK'nın Türk basınında ne şekilde yer bulduğu irdelenen bu çalışmada terörle doğrudan ya da dolaylı ilgili haberlerin kaynak ve/veya aktörlerini yalnızca teröristler ya da terör örgütünün oluşturmadığı görülmektedir. Terör örgütü PKK'nın tasarımında diğer söylem seçkinleri; siyasal karar vericiler, entellektüeller, eğitim ve bilim çevreleri, askeri çevreler terörle doğrudan veya dolaylı ilgili haberlerin kaynağı ve/veya aktörü olarak önemli bir işlev görmektedirler. Bu da terörizm-medya-propaganda ilişkisi sorgulanırken diğer iktidar odaklarının rolünü de sorgulamamız gerektiğini göstermektedir.

Medya-terörizm-propaganda eksenindeki tartışmalarda medyanın teröristlerin propagandasına aracılık edip etmediği, genellikle terörist eylemlerle ilgili haberler üzerinden sorgulanmaya çalışılmaktadır. Oysa bu çalışmada yalnızca söylemi ileten medya değil, söylemi üreten iktidar odakları da ele alınmaktadır. Böyle olunca "medyanın herhangi bir olayı haber olarak sunarken kaynak olarak olarak belirlediği aktör/ler hangi iktidar odağının çıkar ya da beklentilerine uygun bir dünyayı inşa ettiği, tanımladığına ilişkin bir veri oluşturmaktadır" tezi olan biteni tam olarak yorumlamak için şöyle tamamlanmalıdır: "Söylem üreten seçkinler (iktidar odakları) medyanın inşa etmesi gereken dünyayı tanımlayanlardır".

Ancak sorun yalnızca bu çerçevede ele alındığında bağlamından kopuk bir şekilde, miyop bir bakış açısıyla değerlendirilecektir. Bilinmektedir ki terörizm, devletlerarası ilişkilerde bir devletin diğerini kendi çıkarları doğrultusunda etkileme ve kontrol etmesinin araçlarından birisidir<sup>12</sup>. Devletlerarası ilişkilerde diplomasi, propaganda, sivil toplum örgütleri, uluslararası örgütler, savaş, ekonomik yardım ve önlemler gibi terörizm de bir devletin diğerlerini (diğer devletleri) kendi çıkarları yönünde etkileyip kontrol etmek için kullandığı bir araçtır. Ve yine bilinmektedir ki bir devlet diğerini etkilemeye çalışırken o devletin toplumunun tüm üyelerine doğrudan ulaşmaya çalışmaz. Diğer devletin toplumundaki belli hedef kitleler üzerine yoğunlaşır. Bunların başlıcaları: Siyasal karar vericiler, ekonomi çevreleri, entelektüeller, eğitim-bilim çevreleri ve medyadır (söylem seçkinleri). Kendilerini merkezde tanımlayan gelişmiş-güçlü devletler ile "çevre" olarak adlandırılan diğer devletler arasındaki ilişkiler ağırlıklı olarak her iki devletin iktidar odakları arasında gerçekleşir. Merkezde yer alan devletler çevredekilerin iktidar odaklarını kendi çıkarları doğrultusunda etkilemeye çalışırlar. Buradaki işleyiş iç içe ve karmaşıktır. Çevredeki iktidar odaklarından herhangi biri aynı anda hem etkilenen hem de etkilenenleri etkileyen bir işlev görür ve bu sürekli merkez devlet yararına birbirini besleyerek işleyen süreçler şeklinde bir döngü oluşturur. Somut bir örnekle açıklamak gerekir-



se çevre ülkenin eğitim-bilim çevreleri merkez ülkelerin eğitim-bilim çevreleri tarafından etkilenir. Bilgi çoğu kez merkez ülkelerin bilim çevreleri tarafından üretilir ve buradan diğerlerine kontrollü bir şekilde aktarılır. Kontrollü aktarılan bilgi ile –merkez ülkenin yararına- ideolojiler ve kalıplar da çevre ülkelerin bilim çevrelerine ihraç edilir. Çevre ülkenin bilim çevreleri (ve onların etkisiyle eğitim çevreleri) dolayısıyla bu ideoloji ve kalıplar (özellikle eğitim-öğretim sürecinde) toplumun bütününe olduğu gibi iktidar odaklarına da benimsetilir. Yani çevre ülkelerin iktidar odakları (siyasal karar vericileri, ekonomi çevreleri, entelektüeller, medya profesyonelleri vd.) kendi ortamlarında biçimsel eğitim-öğretim sürecinde -farkına varmadan- merkez ülkenin yararına ideoloji ve kalıpları edinir ve dünyayı böyle değerlendirirler. Bu eğitim-öğretim sürecinde sürekli, kendi kendini besleyen bir döngüyle gerçekleşmeye devam eder. Aynı zamanda siyasal karar vericiler bilim ve eğitim çevrelerinin işleyişiyle ilgili kararları da alanlardır. Dünyayı anlamalarında biçimsel eğitim-öğretim sürecinde bilim ve eğitim çevrelerinin benimsediği ideoloji ve kalıplarının oluşturduğu açıyı kullanan siyasal karar vericilerin aldıkları kararlar, kendi toplumlarını ve içinde bilim ve eğitim çevrelerini etkiler. Aynı döngü çevre ülkedeki diğer iktidar odakları için de geçerlidir. Medya da bu döngüde kendi üstüne düşen rolü yerine getirir. Çevre ülkedeki medya profesyonelleri kendi ülkelerinde yukarıda sözü edilen biçimsel eğitim-öğretim sürecinden geçerek yetişirler. Dünyaya bakışları ve dünyayı anlamlandırmalarında bu sürecin etkilerini taşırlar. Dünyayı anlamlandırmalarında bu sürecin etkilerini taşımasalar da haberlerini dayandırdıkları kaynak veya aktörler aracılığıyla topluma dünyayı anlamlandırması için sundukları çerçevenin içi yine bu döngüden etkilenen iktidar odakları tarafından doldurulur.

Yukarıda açıklanan nedenlerle terörle doğrudan veya dolaylı ilgili haberlerin kaynağı ya da aktörlerinin rolünün sorgulanması büyük önem taşımaktadır. Türkiye’de terör örgütünün medyada ne şekilde yer bulduğu irdelenirken medya-terörizm-propaganda çerçevesinde yalnızca medyanın ve terör örgütünün işlevlerini sorgulamaya yönelik bir araştırma, sorunu gerçekteki haliyle ele almaktan uzak kalacaktır.

Bu çalışmada Türkiye’de terör örgütü PKK’nın medyada ne şekilde yer bulduğu ve nasıl tasarlandığı belirlenmeye çalışılırken yukarıda açıklanan yaklaşımdan hareket edilmektedir. Araştırma için farklı ideolojileri temsil eden beş gazete seçilmiştir: Cumhuriyet, Hürriyet, Taraf, Yeniçağ ve Zaman. Belirlenen gazetelerde Eylül 2009’da yer alan terörle doğrudan ya da dolaylı ilgili haberler incelenmiştir. Haberlerin incelenmesinde; gazetelere göre haberin kaynağı, haberin ve varsa fotoğraf/ların aktörleri, konusu, terör örgütü ve terör örgütünün hem gazeteler hem de haber kaynakları ya da aktörleri tarafından ne şekilde tasarlandığını saptayabilmek için belirlenen değişkenlerle ilgili elde edilen veriler SPSS paket programına kaydedilmiştir. Nitel ve nicel içerik çözümleme yönteminin bir arada kullanıldığı araştırma-

da şu soruların yanıtları aranmıştır:

Terör ve terör örgütü ile ilgili kanaatin oluşmasında, terör ve teröristlerin/terör örgütlerinin meşrulaştırılmasında taraflar yalnızca medya ve teröristler midir? Soruyu başka şekilde sorarsak terör ve teröristlerle ilgili haberler doğrudan bu eylemler ve failleriyle mi ilgilidir? Terör örgütünün söylemlerini sürekli gündeme taşıyan ya da gündemde kalmasına katkıda bulunan aktörler kimlerdir ve terör örgütünün propagandasına ne şekilde ve ne kadar katkıda bulunmaktadırlar? Çalışmada üzerinde durulan bir başka konu da terör örgütü ile ilgili tasarımın hangi başlıklar altında gerçekleştiğidir. Acaba medya ve terör örgütünün temsilcileri dışındaki aktörler değerlendirmelerini terör ve terör örgütü temsilcilerinin açtıkları başlıklar altında mı sürdürmekte ve terör örgütünün belirlediği konuları gündeme taşıma işlevini mi görmektedirler? Medya ve diğer aktörler terör örgütü tarafından açılan konular dışında yeni, sorgulayıcı konuları gündeme getirmekte midirler yoksa terör örgütünün gündemi medya ve diğer aktörler aracılığı ile tüm toplumun gündemi haline mi gelmektedir. Araştırmada şu varsayımlardan yola çıkılmıştır:

1. Gazetelerde terörle ilgili haberlerin kaynağı ve/veya aktörleri ağırlıklı olarak söylem seçkinleri olarak adlandırılan iktidar odaklarıdır.

2. İncelenen gazetelerde terörle ilgili toplantı, konuşma, konferans, açıklama, olay vb. kaynaklı **tasarlanmış içerikleri ileten haberler**, habercinin kendi araştırmasıyla ürettiği, haber kaynağı ya da aktörünün kontrolü dışındaki özel haberlerden fazladır.

3. Terör örgütü PKK ve temsilcileri gazeteler ve haber aktörleri tarafından adeta meşru siyasi aktörler olarak tasarlanıp sunulmaktadır. Bu konuda en önemli veriyi terör ve terör örgütü ile ilgili haberlerin konusu ve aktörleri oluşturmaktadır. Buna göre;

- Terör ve terör örgütü ile doğrudan ya da dolaylı olarak ilgili haberlerin konusunu şiddete dayalı terör eylemlerinden çok terör örgütünün tartışmaya açtığı konular (örneğin "Kürt sorunu" ve Kürtçe) oluşturmaktadır.

- Terör örgütü tarafından tartışmaya açılan konuları gündeme taşımak ve gündemde tutmakta diğer iktidar çevreleri en az terör örgütü temsilcileri kadar rol almakta, dolayısıyla terör ve terör örgütünün propagandası ve meşrulaştırılmasına katkıda bulunmaktadırlar.

4. Gazetelerin olan biteni sunmasında benimsedikleri ideolojiler etkili olmakta ve bu gazetelerin hem haber hem haber aktörü seçimine yansımaktadır. Buna göre;

- Terör örgütü, terör örgütü temsilcileri ve DTP ile ilgili nötr ve/veya olumlu haberlere en fazla Taraf Gazetesinde yer verilmektedir. Taraf

---

Gazetesi'nde buna paralel olarak Türk Silahlı Kuvvetleri ve temsilcileri ile ilgili olumsuz haberlere olumlu haberlerden fazla yer verilmektedir.

- Mevcut siyasal iktidarın teröre karşı tutumunu destekleyen Taraf ve Zaman gazetelerinde, terör ve terör örgütü konusunda mevcut siyasal iktidarın temsilcilerinin, Cumhuriyet, Hürriyet ve Yeni Çağ gazetelerinde terör ve terör örgütü konusunda muhalefet partileri temsilcilerinin aktörü olduğu haberler daha fazla yer almaktadır.

— Terör örgütü PKK ve temsilcileri haberlerde TBMM'de temsil edilen bazı muhalefet partilerinin temsilcilerinden fazla yer bulmaktadır.

— Hangi ideolojiyi benimserse benimsesin gazeteler iktidar çevrelerinin mesajlarını topluma iletmektedir. Bu çerçevede incelenen beş gazetede de terör ve terör örgütü ile ilgili doğrudan ya da dolaylı haberlerin kaynağı ve/veya aktörleri daha çok iktidar çevreleridir. Haberlerde iktidar odakları karar veren, yargılayan, tartışan, eyleyen; sıradan insan ise eyleme maruz kalan rolleriyle kaynak ya da aktör olarak yer bulmaktadır.

5. Araştırma kapsamındaki gazetelerde terör örgütü ve terör örgütü ile yakın ilişkide olan DTP, Kürt kökenli Türk vatandaşlarının ve olduğu öne sürülen Kürt sorununun sahibi veya temsilcisi olarak sunulmaktadır. Bu süreçte Kürt kökenli Türk vatandaşlarının değil, iktidar odaklarının görüş ve tutumları halka sunulmaktadır.

6. Haber metinlerinin olduğu gibi fotoğrafların da aktörleri genellikle iktidar çevrelerinin temsilcileridir. Sıradan insan terörle ilgili haberlerde de ya kalabalıklar halinde, ya eyleme maruz kaldığında yer bulmaktadır. Fotoğraflarda yer alan simgesel unsurlar, gazetelerin terör ve terör örgütüne ilişkin tasarımlarını ortaya koymaktadır. İnceleme kapsamındaki gazetelerde terör örgütü temsilcileri ve onları temsil eden simgelerle (terör örgütünün simgeleri, simgelerinde kullandığı renkler, terör örgütü liderinin posteri gibi) Türk bayrağı, TSK temsilcileri ve diğer aktörlerin ne şekilde yer bulunduğu gazetelerin terör ve terör örgütü tasarımlarına ışık tutmaktadır.

## ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE DEĞERLENDİRME

Araştırmaya dahil edilen gazetelerde terörle doğrudan ya da dolaylı ilgili haberler taranmış ve belirlenen tarih aralığında (1-30 Eylül 2009) toplam 523 haber değerlendirmeye alınmıştır.

### 1. Haberlerin gazetelere göre dağılımı

**Tablo 1**  
Gazetelere Göre Haber Sayıları

	Sayı	Oran
CUMHURİYET	89	17,0
HÜRRIYET	62	11,9
TARAF	138	26,4
YENİÇAĞ	129	24,7
ZAMAN	105	20,1
TOPLAM	523	100,0

Haberlerin gazetelere göre dağılımı incelendiğinde terörle doğrudan ya da dolaylı ilgili en çok habere Taraf Gazetesi'nde (138 haber) yer verildiği belirlenmiştir. Eylül 2009'da beş gazetede yer alan terörle ilgili haberlerin yüzde 26,4'ü Taraf Gazetesi'nde yayınlanmıştır. Aynı dönemde terörle doğrudan veya dolaylı ilgili haberlerin en az yer aldığı gazete ise Hürriyet Gazetesi'dir. Toplam 62 haberle (yüzde 11,9) Hürriyet, terörle ilgili haberlerle en az yer veren gazete olarak belirlenmiştir.

Gazetelerde terörle doğrudan ya da dolaylı ilgili haberlere ne kadar yer verildiği terör örgütünün bir iktidar odağı olarak tanımlanması ve meşrulaştırılmasına katkıları açısından tartışılmalıdır. Haberlerin içeriği de bu konuda önemli bir unsur olduğu için bu konudaki değerlendirme ilerleyen bölümlerde yapılmaktadır.

### 2. Terörle ilgili doğrudan ya da dolaylı haberlerin yapılış nedeni

Terörle ilgili haberlerin yapılış nedenleri incelendiğinde toplantı, konuşma, konferans, açıklama, olay vb. kaynaklı haberlerin, habercinin kendi araştırmasıyla ürettiği özel haberlerden fazla olduğu görülmektedir. Bu, gazetelerin tasarlanmış içerikleri ilettiğini gösteren önemli bir sonuçtur. Habercilerin, araştırma, ortaya çıkarma işlevleri "hazır içerikleri" taşıma işlevlerinin gerisinde kalmaktadır. Bu, gazetelerin (haberlerinin) içerikleri-

**Tablo 2**  
**Haberlerin Yapılış Nedeni**

<b>Haberlerin Yapılış Nedeni</b>	<b>Sayı</b>	<b>Oran</b>
Açıklama	106	20,3
Araştırma (Başka kurum ya da kişiler tarafından yapılan)	6	1,1
Özel haber	58	11,1
Basın Toplantısı	25	4,8
Konferans, panel, sempozyum vb.	6	1,1
Miting, gösteri, eylem	23	4,4
Olay (kaza, öldürme, ödül töreni, güvenlik güçleri tarafından yakalanma, soru önergesi verilmesi, gibi)	3	,6
Siyasal parti kongresi (genel, teşkilat)	3	,6
Diğer toplantı	115	22,0
Diğer/belirlenemedi	58	11,1
Cenaze töreni	63	12,0
Terör örgütü saldırısı	12	2,3
Terör örgütüne yönelik güvenlik güçleri operasyonu	19	3,6
Toplam	523	100,0

nin önemli oranda hazırlanıp sunulanlar arasından seçilerek oluştuğunu, habercinin asıl işlevinin ihmal edildiğini (gazetecilikten bültencililiğe kayıldığı) ortaya koymaktadır. Toplantı, konuşma, konferans, açıklama, olay vb. kaynaklı haberlerde içerik toplantıda konuşan, 'açıklamayı yapan'ın kontrolündedir. Kendi doğruları yönünde tasarladıkları mesajları paylaşmaktadırlar. Özel haber ise, kontrollü bir şekilde paylaşılana değil, paylaşılmayanı da, gösterilmeyeni de görmeyi ve paylaşmayı sağlar. Yukarıdaki tabloya göre gazeteler adeta iktidar odaklarının mesajlarını halka taşıyan birer araçtır. Bu, basının hem dördüncü güç olarak nitelenmesini sağlayan "halk adına yasama, yürütme ve yargı erkini denetleme işlevinden" hem de halkın sesini duyurmaktan uzak olduğunu göstermektedir. Nitekim ilerleyen bölümlerde halk'ın haber aktörü olarak gazetelerde yer alma oranı da bu yargıyı desteklemektedir.



### 3. Haberlerin kaynağı

**Tablo 3**  
Terörle doğrudan ya da dolaylı ilgili haberlerin kaynağı

	Sayı	Oran
Gazetenin Kendi Üretimi	284	54,3
Ajans Üretimi	110	21,0
Kaynak Belirtilmemiş	110	21,0
Karma (Birkaçı Birlikte)	4	,6
Diğer/Belirlenemedi	6	1,1
Başka Bir Gazete/Ajans Vb	9	1,7
Toplam	523	100,0

Araştırma kapsamındaki gazetelerde terörle ilgili haberlerin kaynağı incelendiğinde yarısından fazlasının (yüzde 54.3) gazetenin kendi üretimi olduğu görülmektedir. Haberlerin yarısından fazlasının gazetenin kendi üretimi olması yukarıdaki hazır içerik saptamasıyla çelişir gibi görünebilir. Bu, önemli kısmı açıklama, toplantı vb. kaynaklı haberlerin gazetenin kendi muhabirleri tarafından izlenip haber yazıldığını, geriye kalanların da ajans veya diğer kaynaklardan alınarak kullanıldığını göstermektedir. Terörle ilgili haberlerin yüzde 21'i ajans üretimidir. Ancak burada gazetelerle aynı kurum altında faaliyet gösteren haber ajanslarının da bu çerçevede değerlendirildiği dikkate alınmalıdır. Haberlerin yüzde 21'inde ise kaynak belirtilmemiştir.

### 4. Habere konu olayın gerçekleştiği yer

Terörle ilgili haberlerin yapıldığı yerler (habere konu olayın gerçekleştiği yerler) değerlendirildiğinde ilk sırayı Ankara almaktadır. Toplam 523 haberin yüzde 27'sini oluşturan 141 haber Ankara kaynaklıdır. Ardından toplam 50 haberle (yüzde 9.6) Diyarbakır, 39 haberle (yüzde 7.5) İstanbul, 27 haberle (yüzde 5.2) Hakkari gelmektedir. Bu tablo haber aktörleri ve habere konu olan olayın niteliği ile birlikte değerlendirildiğinde daha anlamlıdır. Ankara kaynaklı haberlerde konu, terörle ilgili şiddet içeren olaylar değil, politik aktörlerin terör ve terör örgütü ile ilgili etkinlikleridir (açıklama, toplantı vb). Politik aktörlerin bu tür etkinlikleri ile ilgili haberler diğer iller için de söz konusu olmakla birlikte oran olarak oldukça azdır.

Terör ve terör örgütü ile ilgili doğrudan ya da dolaylı haberlerin önem-

**Tablo 4**  
Haberin yapıldığı yer

	Sayı	Oran		Sayı	Oran		Sayı	Oran
Belirtilmeyen	163	31,2	Denizli	1	,2	Kütahya	4	,8
Adana	4	,8	<b>Diyarbakır</b>	<b>50</b>	<b>9,6</b>	Malatya	1	,2
Amasya	4	,8	Eskişehir	2	,4	Manisa	3	,6
<b>Ankara</b>	<b>141</b>	<b>27,0</b>	Gaziantep	3	,6	Mardin	6	1,1
Antalya	2	,4	<b>Hakkari</b>	<b>27</b>	<b>5,2</b>	Mersin	5	1,0
Aydın	1	,2	İğdır	1	,2	Muş	3	,6
Batman	2	,4	<b>İstanbul</b>	<b>39</b>	<b>7,5</b>	Neşehir	1	,2
Bingöl	3	,6	İzmir	6	1,1	Ordu	2	,4
Bitlis	2	,4	Kastamonu	4	,8	Sakarya	1	,2
Bolu	3	,6	Kayseri	1	,2	Siirt	5	1,0
Burdur	1	,2	Kırşehir	6	1,1	Şanlıurfa	4	,8
Bursa	2	,4	Konya	1	,2	Şırnak	4	,8
Çanakkale	1	,2	Kütahya	4	,8	Tunceli	3	,6
						<b>Van</b>	<b>11</b>	<b>2,1</b>
						<b>Toplam</b>	<b>523</b>	<b>100,0</b>

li bölümünün Ankara kaynaklı olmasının yanı sıra dikkate alınması gereken en önemli unsur Ankara kaynaklı haberlerin nedeninin terörist eylem değil, terör örgütünün gündeme getirdiği konularla ilgili olmasıdır. Bu, terör-medya-propaganda ilişkisinde diğer aktörlerin rolünü sorgulamayı gerektiren ilk veridir. Medyanın, terörist eylemleri haber olarak sunmakla terör örgütünün propagandasına aracılık edip etmediği tartışılmaktadır. Oysa görülmektedir ki, terörle ilgili haberlerin hem aktörleri hem nedenleri bir arada incelendiğinde terör örgütü herhangi bir eylem yapmasa da savunduğunu iddia ettiği ya da ortaya attığı konular başka aktörler tarafından gündeme getirilmektedir. Yukarıda belirtildiği gibi terörle ilgili doğrudan ya da dolaylı haberlerin yarısından fazlası terörist eylemlerle ilgili değildir. Bu durumda “başka aktörlerin” terör örgütünün propagandasına ve meşrulaştırılmasına ne kadar katkıda buldukları üzerinde önemle durulması gereken bir konudur.

## 5. Terör ve terör örgütü ile doğrudan ya da dolaylı haberlerin aktörleri

Terörle ilgili haberlerin aktörleri ve hangi gazetede ne kadar ve ne şekilde yer buldukları bu konuda bir ölçüde fikir vermektedir:

**Tablo 5**  
Haberin yapıldığı yer

	Gazetenin Adı					Toplam
	CUMHURİYET	HÜRRİYET	TARAF	YENİÇAĞ	ZAMAN	
CUMHURBAŞKANI	0	0	1	0	1	2
BAŞBAKAN	2	2	10	5	5	24
İKTİDAR PARTİSİ MİLLETVEKİLLERİ	0	2	1	1	3	7
İKTİDAR PARTİSİ İL BAŞKANI VEYA DİĞER YÖNETİCİLERİ	0	0	1	0	2	3
İKTİDAR PARTİSİ BELEDİYE BAŞKANI	0	0	1	0	0	1
CHP GENEL BAŞKANI	4	6	2	4	4	20
CHP PARTİ YÖNETİCİLERİ	4	0	3	5	1	13
CHP MİLLETVEKİLLERİ	1	0	0	3	0	4
MHP GENEL BAŞKANI	2	6	5	6	0	19
MHP PARTİ YÖNETİCİLERİ	4	1	2	2	2	11
MHP MİLLETVEKİLLERİ	0	0	0	1	0	1
MHP BELEDİYE BAŞKANI	0	0	0	0	1	1
DTP GENEL BAŞKANI	4	4	12	6	4	30
DTP PARTİ YÖNETİCİLERİ	2	0	6	2	2	12
DTP MİLLETVEKİLLERİ	3	0	5	9	1	18
DTP İL BAŞKANI VEYA DİĞER YÖNETİCİLERİ	4	1	2	0	1	8
DTP BELEDİYE BAŞKANI	1	1	3	2	1	8
DSP MİLLETVEKİLLERİ	0	0	0	1	0	1
BAĞIMSIZ MİLLETVEKİLİ	0	0	0	1	0	1
DİĞER GENEL BAŞKAN (TBMM'DE TEMSİL EDİLMİYEN PARTİLERİN TEMSİLCİLERİ)	10	0	0	1	1	12
DİĞER PARTİ YÖNETİCİLERİ	4	0	0	0	1	5
TBMM BAŞKANI	0	0	0	0	1	1
YABANCI DEVLET BAŞKANI-CUMHURBAŞKANI	1	0	1	0	1	3
YABANCI BAŞBAKAN	0	1	0	0	0	1
YABANCI BAKAN	2	0	0	0	1	3
YABANCI MUHALEFET PARTİ/LERİ TEMSİLCİLERİ	1	0	0	0	0	1
YABANCI DİĞER POLİTİKACILAR	1	2	0	4	0	7
YABANCI DİPLOMATLAR	0	0	0	2	0	2
TÜRK BİLİM ADAMLARI	0	3	6	3	3	15
YABANCI BİLİM ADAMLARI	0	0	1	0	1	2
VALİ	0	1	1	0	2	4
DİYANETE BAĞLI RESMİ DİN GÖREVLİLERİ	0	0	1	0	0	1
ALEVİ İNANCI TEMSİLCİLERİ	0	0	1	0	0	1
TÜRK GAZETECİLER-TELEVİZYONCULAR -KÖŞE YAZARLARI	0	0	1	1	0	2
YABANCI GAZETECİLER-TELEVİZYONCULAR -KÖŞE YAZARI	0	0	1	0	0	1

	Gazetenin Adı					Toplam
	CUMHURİYET	HÜRRIYET	TARAF	YENİÇAĞ	ZAMAN	
TÜRK GENELKURMAY BAŞKANI	2	2	1	2	2	9
TSK ÜST RÜTBELİ SUBAYLAR	1	3	2	2	1	9
TSK EMEKLİ SUBAYLAR	0	0	0	1	0	1
TSK TERÖR NEDENİYLE HAYATINI KAYBEDENLER	3	6	5	11	4	29
YABANCI ÜLKELERİN ORDU TEMSİLCİLERİ	1	0	0	1	0	2
EMNİYET İL MÜDÜRÜ	0	0	0	1	0	1
STÖ TEMSİLCİLERİ	6	0	2	2	3	13
AVRUPA BİRLİĞİ TEMSİLCİLERİ	0	0	1	0	0	1
TÜRK İŞADAMI-SANAYİCİLER	0	0	0	0	1	1
TÜRK ŞARKICI, OYUNCU, MANKEN VB	0	1	0	0	2	3
YABANCI OYUNCU, ŞARKICI, MANKEN VB.	2	1	2	0	1	6
EDEBİYATÇILAR	0	0	0	0	1	1
YABANCI EDEBİYATÇI-YAZARLAR	0	0	0	1	0	1
SIRADAN VATANDAŞLAR	0	1	2	0	0	3
TERÖR NEDENİYLE HAYATINI KAYBEDEN SİVİLLER	1	0	0	0	0	1
TERÖR NEDENİYLE HAYATINI KAYBEDEN/YARALANAN YABANCILAR	0	0	0	0	1	1
ESKİ CUMHURBAŞKAN/LARI-POLİTİKACILAR	0	1	0	1	2	4
SAVCILAR	0	1	3	0	2	6
AVUKATLAR	0	0	1	0	0	1
TERÖR ÖRGÜTÜ (PKK) LİDERİ	3	1	6	2	1	13
TERÖR ÖRGÜTÜ ÜYE-SEMPATİZANLARI	5	3	7	14	9	38
TERÖR ÖRGÜTÜ HAYATINI KAYBEDEN/ YARALANANLAR	0	2	0	2	0	4
DİĞER TERÖR ÖRGÜTÜ ÜYE-SEMPATİZANLARI	1	0	2	0	2	5
YABANCI UZMAN	3	0	0	1	2	6
BAKAN	3	5	11	8	5	32
TSK TERÖR NEDENİYLE HAYATINI KAYBEDENLERİN AİLE/YAKINLARI	2	0	12	12	12	38
TERÖR ÖRGÜTÜ PKK YÖNETİCİLERİ	0	1	1	2	0	4
KORUCU	0	0	3	1	0	4
POLİS	0	0	1	0	0	1
ÇOCUKLAR	0	0	1	0	0	1
YAZAR-ENTELLEKTÜEL	0	0	5	1	0	6
ASKER	0	2	1	1	0	4
<b>TOPLAM</b>	<b>89</b>	<b>62</b>	<b>138</b>	<b>128</b>	<b>105</b>	<b>522</b>

Terörle doğrudan ya da dolaylı ilgili haberlerin aktörleri değerlendirildiğinde ilginç bir sonuç çıkmaktadır. Toplamda terör örgütü temsilcileri ile terör örgütü ile ilişkisi bilinen DTP'nin temsilcileri gazete haberlerinde hem iktidar hem de muhalefet partilerinin temsilcilerinden daha fazla yer bulmaktadır. Terörle doğrudan ya da dolaylı olarak ilgili haberlerde başbakan 24, bakanlar 32, iktidar partisi milletvekilleri 7, il başkanı veya diğer yöneticiler 3, belediye başkanı 1 haberin aktörü olarak yer almaktadır. Ana muhalefet partisi CHP'nin genel başkanı 20, parti yöneticileri 13, milletvekilleri 4 haberde, MHP'nin genel başkanı 19, parti yöneticileri 11, milletvekilleri 1 haberde aktör olarak yer almaktadır. DTP'nin ise genel başkanı 30, parti yöneticileri 12, milletvekilleri 18, belediye başkanları 8 haberin aktörü olarak incelenen gazetelerdeki haberlerde en çok yer bulan parti olarak ortaya çıkmaktadır. TBMM'de temsil edilmesine karşın DSP ise beş gazetede toplam 523 terörle ilgili haberde yalnız bir kere yer bulmuştur<sup>13</sup>.

Terör örgütü lideri, diğer yöneticileri ve terör örgütü sempatanlarının aktörü olduğu haberler de eklendiğinde terör örgütünün mesajlarını topluma iletmede medyanın rolü net bir şekilde görülmektedir. İncelenen gazetelerdeki toplam 523 haberin 13'ünün haber aktörü terör örgütünün cezaevindeki lideri, 38'inin aktörü terör örgütünün sempatanları, 4'ünün aktörü de terör örgütünün diğer yöneticileridir. Görüldüğü gibi terör örgütü TBMM'de temsil edilen bir siyasal partiden, terör örgütü ile bağı bilinen siyasal parti de hem iktidar hem de muhalefet partilerinden daha fazla gazetelerde yer bulmaktadır.

İncelenen gazeteler içinde terör örgütü, terör örgütü lideri ve onlarla yakınlığı bilinen DTP ile ilgili en fazla haberin Taraf gazetesinde yer aldığı görülmektedir. Başbakanın haber aktörü olduğu toplam 24 haberden 10'u da Taraf gazetesinde yayınlanmıştır.

Bugün gelinen noktada herhangi bir terörist eylem yapmadan da terör örgütü temsilcilerinin medyada kendilerini ifade etmek için ne kadar yer ve fırsat buldukları görülmektedir. Başka bir değerlendirmeye görülmektedir ki terör örgütü şiddet içeren bir eylem yapmadan da topluma mesajlarını rahatlıkla ulaştırabilmektedir. Örneğin terör örgütünün lideri Taraf Gazetesi'nin birinci sayfasında manşetten seslenmektedir:

#### “ÇÖZÜME ENGEL OLMAYIZ

**HÜKÜMETİN** açılım sırasında çok zorlandığını belirten Öcalan, Başbakan Erdoğan'a seslendi: Sizden rica ediyorum. Bizim bu sorunun çözümünde engel olma durumumuz olamaz. Tam tersine elimizden gelen her türlü desteği vereceğimizi belirtiyoruz” (5 Eylül 2009- Taraf Gazetesi)

13 DSP'nin terör konusunda görüş belirtmemesi dolayısıyla mı haberlerde yer bulmadığı partinin başınıla ilişkiler sorumlusuna sorulmuş, konuyla ilgili genel başkan düzeyinde de bir çok açıklama yapmalarına karşın gazetelerde yer almadıkları bilgisi verilmiştir.



## “SON SÖZÜMÜ SÖYLEMEDİM

Hazırladığı ‘yol haritası’ devletin ilgili birimlerince incelenen Abdullah Öcalan, avukatlarına ‘Devletin yaklaşımına göre yeni öneriler de yapabilirim’ dedi.

### UZLAŞMA ARAYIŞI GEREK –

ÖCALAN’IN Kürt sorununda çözüm için öneriler yazdığı iki defter, bir aydır devlette. Defterlerin âkıbeti meçhul ama Öcalan avukatlarına, ‘Gerekirse yeni defterlerde yeni öneriler yaparım. Son sözümü söylemedim’ dedi.” (15 Eylül 2009- Taraf Gazetesi)

185

26 Eylül 2009 tarihli Taraf Gazetesi’nde terör örgütünün cezaevindeki lideri yine birinci sayfada:

“PKK lideri Öcalan, DTP ve PKK’yı sorumluluktan kaçarak tüm yükü omuzlarına yüklemekle suçladı. Apo “Devlet de sorumluluğu üzerime yıkıyor. Bu zulüm” dedi. **DEMOKRATİK** çözüm için elinden geleni yapacağını belirten Apo şöyle konuştu: Bazı aydınların gördüğünü onlar göremiyor. Ya bu işi yapsınlar ya da bıraksınlar.”

Terör örgütü ve temsilcileri ile ilgili nötr ya da olumlu haberlerin en çok yer bulduğu Taraf Gazetesi TSK ile ilgili haberlerde tersi bir tutum izlemektedir. Taraf Gazetesi’nde Genelkurmay Başkanı’nun aktörü olduğu haberler dikkati çeken bir şekilde olumsuz içeriklidir:

### “SİYASETİN AĞABABASI

Genelkurmay Başkanı Başbuğ yine siyasetçi gibi konuştu: Esas sorun, halkımızın siyaset ve terör ağalarından kurtarılmasıdır

MARDİN Sınırtepe’deki bir karakolu ziyaret eden Org. İlker Başbuğ askerlerle bayramlaştıktan sonra siyasi mesajlar verdi: Bölge insanı ağalardan çok çekti. Esas sorun, halkımızın siyaset ve terör ağalarından kurtarılması.

PKK SİLAH BIRAKMALI- ‘SİLAHLA kanla hiçbir yere varılmaz’ diyen Genelkurmay Başkanı, devletin ülkede meşru güç kullanma hakkına sahip tek otorite olduğunu belirterek PKK’dan silah bırakmasını istedi.” (22 Eylül 2009 – Taraf Gazetesi, 1. sayfa manşet)

### “AYDINLAR BUGÜN SAVCILIĞA BAŞVURUYOR

Başbuğ suç işledi, yargılayın - Orgeneral Başbuğ hakkındaki suç duyurusu, siyasi konuşmaları nedeniyle beş yıla kadar hapis cezasıyla yargılanmasını istiyor.

**MARDİN MESAJLARI İÇİN- UFUK** Uras, Baskın Oran, Ahmet İnsel, Sezgin Tanrıku, Aydın Engin, Oya Baydar, Cengiz Algan ve Mithat Sancar, Genelkurmay Başkanı'nun Bayram'da Mardin'de yaptığı açıklamalarla yetkisini aşır suç işlediğini savunacaklar.

**ACK 148'E GÖRE SUÇTUR - BAŞBUĞ** hakkında savcılığa sunulacak dilekçede, 'Bu konuşmalar Askerî Ceza Kanunu'nun 148. maddesinin C bendine göre suçtur' ifadesi var. Bu suç için 'bir aydan beş yıla hapis' öngörülüyor." (28 Eylül 2009 Taraf Gazetesi 1. sayfa manşet)

## 6. Haberlerin yapılış nedenleri ve aktörleri

**Tablo 6**  
Terörle ilgili haberlerin aktörleri ve yapılış nedenleri

	Açıklama	Araştırma (Başka Kurum Ya Da Kişiler Tarafından Yapılan)	Özel Haber	Basın Toplantısı	Konferans, Panel, Sempozyum Vb.	Miting, Gösteri, Eylem	Olay (Kaza, Ölüm, Çözümlenmemiş Terör Güçleri Tarafından Yakalanma, Soru Önergesi Verilmesi Gibi)	Siyasal Parti Kongresi (Genel, Teşkilat)	Diğer Toplantı	Diğer/Belirlenemedi	Cenaze Töreni	Terör Örgütü Saldırısı	Terör Örgütüne Yönelik Güvenlik Güçleri Operasyonu
Cumhurbaşkanı	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Başbakan	3	0	0	1	0	0	0	1	18	0	0	1	0
İktidar Partisi Milletvekilleri	2	0	1	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0
İktidar Partisi İl Başkanı Veya Diğer Yöneticileri	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0	0
İktidar Partisi Belediye Başkanı	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CHP Genel Başkanı	2	0	1	3	0	0	0	1	13	0	0	0	0
CHP Parti Yöneticileri	5	0	1	4	1	0	0	0	1	1	0	0	0
CHP Milletvekilleri	2	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
MHP Genel Başkanı	12	0	0	2	0	0	0	0	4	1	0	0	0
MHP Parti Yöneticileri	7	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0
MHP Milletvekilleri	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
MHP Belediye Başkanı	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DTP Genel Başkanı	9	0	0	0	0	2	1	0	13	4	0	0	1
DTP Parti Yöneticileri	3	0	0	0	0	2	1	0	2	4	0	0	0
DTP Milletvekilleri	3	0	0	1	1	2	2	0	2	4	2	1	0
DTP İl Başkanı Veya Diğer Yöneticileri	0	0	0	0	0	1	4	0	1	0	2	0	0

	Aplama	Araştırma (Başka Kurum Ya Da Kişiler Tarafından Yapılan)	Özel Haber	Basın Toplantısı	Konferans, Panel, Sempozyum Vb.	Miting, Gösteri, Eylem	Olay (Kaza, Ölüm, Ölümlü Terör Güvenlik Güçleri Tarafından Yakalanma, Soru Örneği Verilmesi Gibi)	Siyasal Parti Kongresi (Genel, Teşkilat)	Diğer Toplantı	Diğer/Belirlenmedi	Cenaze Töreni	Terör Örgütü Saldırganlığı	Terör Örgütüne Yönelik Güvenlik Güçleri Operasyonu
DTP Belediye Başkanı	0	0	0	0	1	4	1	0	1	1	0	0	0
DSP Milletvekilleri	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Bağımsız Milletvekili	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
TBMM'de Temsil Edilmeyen Partilerin Temsilcileri	0	0	9	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0
Diğer Parti Yöneticileri	1	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Türk Bilim Adamları	3	0	4	0	0	0	0	0	8	0	0	0	0
Diyanete Bağlı Resmi Din Görevlileri	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Alevi İnanıcı Temsilcileri	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Türk Genelkurmay Başkanı	0	0	1	0	0	0	0	0	8	0	0	0	0
TSK Üst Rütbeli Subaylar	2	0	0	6	0	0	0	0	0	0	0	0	1
TSK Terör Nedeniyle Hayatını Kaybedenler	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	17	7	2
Emniyet İl Müdürü	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STÖ Temsilcileri	3	0	5	1	0	1	0	0	1	2	0	0	0
Sıradan Vatandaşlar	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
Terör Nedeniyle Hayatını Kaybeden Siviller	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Terör Nedeniyle Hayatını Kaybeden/Yaralanan Yabancılar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Terör Örgütü PKK Lideri	4	1	2	0	0	0	0	0	0	6	0	0	0
Terör Örgütü PKK Üye-Sempatizanları	3	0	4	0	0	10	5	0	1	3	5	3	4
Terör Örgütü PKK Terör Nedeniyle Hayatını Kaybeden/Yaralananlar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
Bakan	8	0	0	3	1	0	0	0	16	4	0	0	0
TSK Terör Nedeniyle Hayatını Kaybedenlerin Aile/Yakınları	1	0	0	0	0	0	1	0	3	1	32	0	0
Terör Örgütü PKK Yöneticileri	2	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Korucu	1	0	1	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0
Polis	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Çocuk/Lar	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Asker	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
Toplam	105	6	58	25	6	23	26	3	115	58	63	12	19

Terörle ilgili haberlerin yapılış nedenleri ve aktörlerinin bir arada görüldüğü bu tablo iki önemli sonucu göstermektedir:

1. Teröristler ve terör örgütü şiddete dayanan eylemleri söz konusu olmadan da gazetelerde yer bulmaktadırlar. Örneğin terör örgütü liderinin aktörü olduğu haberlerin hiçbirinin yapılış nedeni şiddete dayalı bir terörist eylem değildir. Terör örgütü lideri 4 kez açıklama, 1 kez araştırma, 2 kez özel haber, 6 kez de başka nedenlerle haber aktörü olarak görülmektedir.
2. Terörle ilgili 523 haberin 63'ü teröristlerin gerçekleştirdiği saldırı nedeniyle hayatını kaybeden veya güvenlik güçlerinin teröristlere karşı operasyonlarda hayatını kaybedenlerin cenaze töreni, 12'si terör örgütü saldırısı, 19'u güvenlik güçlerinin terör örgütüne yönelik operasyonları, 23'ü miting, gösteri veya eylemler nedeniyle yapılmıştır. Yani terörle ilgili haberlerin yalnızca beşte biri (117'si) şiddete dayalı eylemler nedeniyle yapılmıştır. Diğer 406 haber, açıklama, toplantı, özel haber, araştırma, toplantı gibi nedenlerle yapılmıştır. Terörle ilgili haberlerin 59'unun aktörü terör örgütünün lideri, diğer yöneticileri, üye ve/veya sempaticizanlarıdır.

Bu çalışmada üzerinde durulması gereken en önemli bulgulardan biri de sıradan insanın haberlerde ne oranda yer bulduğudur. İncelenen 523 haberin yalnız 81'inde sıradan insanlar haber aktörü olarak yer almaktadırlar. Sıradan insanların yakınlarını kaybetmeleri nedeniyle cenaze törenlerinde ya da ölmeleri dolayısıyla haber aktörü oldukları görülmektedir. Tabloda yer alan veriler değerlendirildiğinde görülmektedir ki, sıradan insan ancak terörist eylemin mağduru olduğunda (genellikle hayatını kaybetmesi ya da bir yakınının hayatını kaybetmesi nedeniyle) haber aktörü olarak gazetelerde yer bulmaktadır. Terörist eylemlerden canını kaybetme pahasına en çok etkilenen sıradan insandır. İlginç olan bir başka nokta da sıradan insanların eylemlere maruz kalan rolleriyle ilgili haberlerde yer almalarına karşın terör veya terör örgütü ile ilgili değerlendirmelerinin haberlerde yer bulmamasıdır.

Görülmektedir ki, sıradan insana olan bitenle ilgili görüşlerini iletme şansı verilmemektedir. Sıradan insan ancak eyleme maruz kaldığında; ölmesi, yaralanması, bir yakını kaybetmesi durumunda haberlerde yer bulmakta ancak terör ve terör örgütü ile ilgili görüşlerine haberlerde yer verilmemektedir. Açıklamalar, değerlendirmeler, karar vericilerin, seçkinlerin işidir. Sıradan insana maruz kalma ve seçkinlerin değerlendirmelerini dinleme rolü uygun bulunmaktadır. İncelenen gazetelerde sıradan insanın görüşlerini açıklamasına terör konusunda yalnızca kaybettiği yakının cenazesinde "açılım"a destek veren sözleriyle izin verildiği görülmektedir. (Tabloda sıradan insanla ilgili bölümler koyulaştırılarak verilmiştir). Sıradan insana düşen rol, terör örgütünün sıradan üyeleri için de değişmemektedir. İncelenen haber-

lerde terör örgütünün sıradan üyeleri ya da sempatanları ya gösterilere katılan kalabalıkları oluşturduklarında ya da ölümleri nedeniyle haber aktörü olmuşlardır.

## 7. Gazetelerin terör örgütü ve lideri ile ilgili tasarımları

**Tablo 7**  
Gazetelerin terör örgütü ile ilgili tasarımları

	PKK adı geçmekte ve en az bir kere terör örgütü ifadesi kullanılmaktadır	PKK adı geçmektedir	PKK adı geçmemekte ancak terör örgütü ya da bölücü örgüt ifadeleri geçmektedir	Diğer
CUMHURİYET	12	28	9	2
HÜRRİYET	21	1	6	2
TARAF	4	30	6	1
YENİÇAĞ	36	15	11	2
ZAMAN	12	8	4	4
Toplam	85	82	36	11

Haber aktörünün konuşması dışındaki (tırnak içinde verilen bölümler dışındaki) bölümde muhabirin ya da diğer sorumlunun haberi yazarken kullandığı ifadeler incelendiğinde terör örgütü liderinin ağırlıklı olarak adı ve soyadı veya yalnızca soyadının kullanıldığı görülmektedir.

Gazetelerin haberlerde terör örgütü için kullandığı ifade değerlendirildiğinde Hürriyet, Yeniçağ ve Zaman gazetelerinin PKK'nın adı ile birlikte olumsuzlayan bir sıfat veya yalnız terör örgütü ifadesini daha çok kullandıkları görülmektedir. Taraf ve Cumhuriyet gazetelerinde ise terör örgütü ile ilgili haberlerde daha çok yalnız örgütün adını kullandıkları görülmektedir. Bu veri terör örgütünün sıradan bir siyasal aktör gibi sunulup sunulmadığına ya da gazetelerin bu konuda özen veya tutumlarına ilişkin bir fikir vermekte ve gazetelerin terör örgütü ile ilgili tasarımlarını ortaya koymaktadır. Her ne şekilde olursa olsun terör örgütünün adının kullanılması terörizmin duyulma, güç kazanma amacına hizmet etmektedir.



**Tablo 8**  
Gazetelerin terör örgütü lideri ile ilgili tasarımları

	CUMHURİYET	HÜRRIYET	TARAF	YENİÇAĞ	ZAMAN
<b>Terör örgütü elebaşı/lideri sıfatı kullanılıyor</b>	5	2	0	2	6
"PKK lideri" sıfatı kullanılıyor	3	0	5	0	0
<b>Bölücü/bölücübaşı sıfatı kullanılıyor</b>	1	0	1	7	0
Bebek katili sıfatı kullanılıyor	0	0	0	8	0
Yalnız adı kullanılıyor	9	0	8	2	2
Adı ve soyadı kullanılıyor	4	1	2	2	1
Apo	0	0	3	0	0
Diğer	7	1	2	1	1
Sayın Öcalan	0	0	1	0	0
<b>Cani</b>	0	0	0	2	0
<b>Katil</b>	0	0	0	1	0
Toplam	89	62	138	129	105

Gazetelerin terör örgütü lideri ile ilgili ifadeleri, gazetelerin terör örgütü lideri ile ilgili tasarımlarını göstermektedir. Tabloda terör örgütü lideri ile ilgili olumsuz ifadeler koyu renkle vurgulanmaktadır. Buna göre terör örgütü liderini olumsuzlayan ifadelerle nötr ya da olumlu sayılabilecek ifadeler karşılaştırıldığında Yeniçağ Gazetesinin ağırlıklı olarak olumsuz ifadeleri kullanmayı tercih ettiği görülmektedir. Cumhuriyet ve Taraf gazetelerinin nötr ifadeleri daha çok kullandığı, Taraf gazetesinin neredeyse hiç olumsuz ifade kullanmamayı yeğlediği ortaya belirlenmiştir. Taraf ve Cumhuriyet gazetelerinin bu tutumu terör örgütü liderinin sıradan bir siyasal aktör olarak algılanmasına katkı sağlamak şeklinde değerlendirilebilir.

İncelenen beş gazete içinde Hürriyet gazetesinin hem terörle ilgili doğrudan ya da dolaylı haberlerinin sayısındaki diğerlerine göre azlık hem de terör örgütü liderinin adı veya tanımlayıcı ifadelerinin çok az haberde yer alması, terör örgütü ve liderinin propagandasına, sıradanlaştırılması ya da meşrulaştırılmasına katkıda bulunmamayı yeğleyen bir tutum olarak değerlendirilebilir.

## 9. Gazetelerde terörle ilgili doğrudan ya da dolaylı haberlerin konuları

**Tablo 9**  
Terörle doğrudan ya da dolaylı ilgili haberlerin konuları

	CUMHURİYET	HÜRRİYET	TARAF	YENİÇAĞ	ZAMAN	Toplam
Genel Olarak Terör	7	8	18	8	33	74
Mevcut Siyasal İktidar Ve Terörle Mücadele	3	1	2	1	1	8
Mevcut Siyasal İktidarın Politikaları Ve Açılım Süreci	39	18	45	42	48	192
Terör Konusunda ABD İle İlişkiler	4	0	2	3	0	9
Terör Konusunda AB İle İlişkiler	0	0	0	0	1	1
Terör Konusunda Irak'la (Kuzeyi İle) İlişkiler	1	1	4	2	2	10
Terör Örgütü	2	0	0	3	0	5
Terör Örgütü Lideri	3	2	3	4	0	12
Terör Örgütü Üyeleri	2	1	0	2	0	5
CHP Ve Terörle Mücadele	0	0	0	0	1	1
MHP Ve Terörle Mücadele	0	0	2	0	0	2
DTP Ve Terörle Mücadele	4	6	7	4	5	26
Terör Örgütünün Eylemleri	12	5	10	16	3	46
Terör Örgütü Sempatizanlarının Eylemleri	3	1	4	9	3	20
Halkın Terör Örgütüne/Üyelerine Karşı Tepkisi	0	2	0	2	0	4
Halkın Açılım Sürecine Tepkisi	0	1	0	2	0	3
Terör Örgütüne Yönelik Askeri Eylemler	4	7	17	10	2	40
Kürtçe	0	8	14	13	3	38
"Kürt Sorunu"	4	0	7	2	3	16
TSK	1	0	1	2	0	4
Diğer	0	0	0	3	0	3

Gazetelerde terörle doğrudan ya da dolaylı olarak ilgili haberler konularına göre ayrıldığında terör örgütü ve teröristlerin propagandası ile ilgili ilginç bir bulgu ortaya çıkmaktadır. Terör örgütü, yöneticileri ya da ortaya attıkları konular çoğu kez terörist bir eylem söz konusu olmadan ve terör örgütü temsilcileri dışındaki aktörler tarafından gündeme taşınmakta ya da gündemde tutulmakta ve üzerinde tartışılmaktadır. Eylül 2009'da seçilen beş gazetede taranan 523 haberden yaklaşık beşte 2'si doğrudan terör, terör örgütü, terörist eylem ya da teröristlere karşı güvenlik güçlerinin operasyonları ve terör konusunda dış ilişkilerle ilgilidir. Bu haberlerin toplamı 234'tür. Geriye kalan 289 haber, teröristlerin gündeme taşıdığı sorunları içeren konularla ilgilidir. "Kürt sorunu", "Kürtçe", "açılım" (açılım'la ilgili haberler içeriğinde terör ya da terör örgütü tarafından gündeme taşınan konular varsa değerlendirilen haberlere dahil edilmiştir) gibi.

Bu bulgu iki şekilde sorgulanmalıdır: 1. Gazeteler, teröristler ya da terör örgütü tarafından ulaştırılan içerikleri ya da terörist eylemleri haber yapmasa ya da daha az haber yapsa da diğer aktörler terör örgütünün gündeme taşıdığı konuları gündemde tutmaktadır. Medya bu konuda nasıl bir tutum izlemelidir? Medya teröristlerin eylem veya söylemlerini haberleştirirken propagandalarına aracılık etmekte ve meşrulaştırılmasına katkıda bulunmaktaysa terör örgütü temsilcileri dışındaki aktörler terör örgütünün söylemlerini gündeme taşıdıklarında doğrudan ya da dolaylı bir şekilde teröristler ve terör örgütünün propagandasına ve meşrulaştırılmasına aracılık etmekte değil midir? Terör, terör örgütü ve temsilcileri ile ilgili haberlerin aktörlerine ve haberlerin konularına bakıldığında görülmektedir ki teröristler ve terör örgütü ya da eylem veya söylemlerinin konu olduğu haberlerin aktörleri daha çok diğerleri yani teröristler ya da terör örgütü dışındaki aktörlerdir. O halde gazetelerin teröristlerin propagandası ya da meşrulaştırılmalarına aracılık etmedeki rolü ve sorumluluğu aynı şekilde haber aktörleri için de tartışılmalıdır. Üzerinde düşünülmesi gereken, teröristler ve terör örgütünün doğrudan ya da dolaylı propagandası ve meşrulaştırılmasına katkıda bulunan haber aktörlerinin meşru siyasal aktörler, bilim çevreleri ve entelektüeller olmasıdır.

## **10. Gazetelerde terör örgütü ile ilgili simgesel unsurların değerlendirilmesi**

Gazetelerin terör ve terör örgütü konusundaki haberlerde kullandığı fotoğrafların içerdiği simgesel unsurlar değerlendirildiğinde ortaya çarpıcı bir sonuç çıkmaktadır:

**Tablo 10**  
Gazetelere göre fotoğraflarda yer alan simgesel unsurlar

	CUMHURİYET	HÜRİYET	TARAF	YENİÇAĞ	ZAMAN	Toplam
Silahlar	0	1	2	3	2	8
Türk Bayrağı	1	4	1	5	2	13
Atatürk Posteri	0	0	1	0	0	1
Terör Örgütü Liderinin Posteri	1	0	0	3	0	4
Terör Örgütünün Kullandığı Simgeler	2	0	4	6	1	13
Tabut/lar	3	2	6	10	6	27
Diğer	0	0	1	1	3	5

Terör örgütü ile ilgili simgeleri coşkulu kalabalıkların taşıdığı görülmektedir.



Diğer fotoğraflarda en çok rastlanan simgeler ise tabutlar Türk Bayrağı, TSK mensupları ve gözü yaşlı kadınlardır.



Hakkâri'nin Şemdinli ilçesinde terörist saldırıda şehit olan askerler için memleketerinde tören düzenlendi

# Şehitler sonsuzluğa uğurlanıyor



Şehit Urman Çavuş Sağdıç Yenielkci'nin eşi Fatma Yenielkci eşiyle tabutuna sarılarak gözyaşı döküyor. (AA)

Yeni Haberleri Servisi - Hakkâri'nin Şemdinli ilçesinde terörist saldırı sonucu şehit olan 4 asker memlekelerine gönderildi. Cenazeler önce acı ve öfke belirten karısı, yurttaşlar terör kaseti yığılına. Darıca'da belediye teröristlerin saldırısına sonucu şehit geçen jandarma Urman Çavuş Abdullah Fikri, jandarma Urman Çavuş Sağdıç Yenielkci, jandarma Urman Çavuş Mehmet Güllü ile Astsubay Çavuş Aydın Güllü'nün cenazeleri Şemdinli Dağı ve Karabulmuş Tugay Komutanlığı'na ulaştırıldı. Tören anılan cenazeler önce Van'a, ardından da memlekelerine gönderildi.

"Ağabeyimle birlikteyiz" Urman Çavuş Sağdıç Yenielkci'nin Gaziantep Ulucağı'nda tören düzenlendi. Şehit annesi Fatma Yenielkci tören boyunca ağlayarak oğlunu anarak sözler söyledi. "Allah Cenazeye amine Fatma'nın başta olmak üzere şehit yakınları ve vatandaşları için dua etti. "Cenazeye amine Fatma'nın başta olmak üzere şehit yakınları ve vatandaşları için dua etti. "Cenazeye amine Fatma'nın başta olmak üzere şehit yakınları ve vatandaşları için dua etti."

Şehitlerin cenazeleri Şemdinli ilçesinde terörist saldırı sonucu şehit olan 4 asker memlekelerine gönderildi. Cenazeler önce acı ve öfke belirten karısı, yurttaşlar terör kaseti yığılına. Darıca'da belediye teröristlerin saldırısına sonucu şehit geçen jandarma Urman Çavuş Abdullah Fikri, jandarma Urman Çavuş Sağdıç Yenielkci, jandarma Urman Çavuş Mehmet Güllü ile Astsubay Çavuş Aydın Güllü'nün cenazeleri Şemdinli Dağı ve Karabulmuş Tugay Komutanlığı'na ulaştırıldı. Tören anılan cenazeler önce Van'a, ardından da memlekelerine gönderildi.

Hem terör örgütü temsilcilerine olumlu içerikli haberlerde en çok yer veren gazetelerde hem tam karşıtı bir tutum izleyen gazetelerde fotoğraflardaki simgesel unsurlar teröristler ve terör örgütünün gücünü, sempaticanlarının coşkusu yansıtır niteliktedir. Buna karşın Türk Bayrağı ve terör örgütü ile mücadelede sıcak çatışmanın tarafı Türk Silahlı Kuvvetlerinin temsilcileri fotoğraflarda ağırlıklı olarak tabutlar ve gözyaşlarıyla birlikte yer almaktadır. Fotoğraflarda dikkati çeken bir başka unsur ise kadınlarla ilgilidir. Fotoğraflarda terör örgütü sempatican kadınlar coşkulu ve kalabalıkların önündedir. Diğer kadınlar ise bitkin ve ağlamaktadır.

## 11. Haber aktörlerinin terör örgütü lideri ile ilgili tasarımları

Araştırmada haber aktörlerinin terör örgütü lideri ile ilgili tanımlayıcı ifadelerinden yola çıkarak haber aktörlerinin terör örgütü liderini ne şekilde tasarımladıkları belirlenmeye çalışılmıştır. Terör örgütü lideri ile ilgili açıklamalarda yalnız adı ve/veya soyadı kullanılması, terör örgütü sıfatı kullanılmadan "PKK lideri" veya başka bir olumlu ifade kullanılması vb. dikkate alınmıştır. Buna göre terör örgütü lideri ile ilgili olumlu ifade kullananlar ağırlıklı olarak DTP'yi temsil eden aktörlerdir, DTP'li aktörlerin terör örgütü liderini olumsuzlayan herhangi bir ifade kullanmadıkları belirlenmiştir. DTP ve terör örgütünü temsil eden aktörlerin dışındaki aktörler ise ya yalnızca terör örgütü liderinin adı ve/veya soyadını kullanmakta ya da olumsuzlayan bir ifade kullanmaktadırlar (teröristbaşı, İmralı'daki, bölücübaşı gibi).

Haber aktörleri içinde CHP ve MHP Genel Başkanları ile Genelkurmay Başkanı'nun hem terör örgütü liderinin adı ve/veya soyadını hem de terör örgütünün adını kullanmadıkları (PKK denmemekte terör örgütü, bölücü



**Tablo 11**  
Haber aktörlerinin terör örgütü lideri ile ilgili tasarımları

	Terör örgütü elebaşı/ lideri	PKK lideri	Bölücü/bölücübaşı	Yalnız Soyadı Kullanılıyor	Adı ve Soyadı Kullanılıyor	Apo	İmralıdaki	Başka Bir Olumsuz İfade ile Kullanılıyor	Başka Bir Olumlu İfade ile Kullanılıyor	Sayın Öcalan	Teröristbaşı
Cumhurbaşkanı	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Başbakan	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0
CHP Genel Başkanı	0	0	0	3	0	0	7	0	0	0	0
MHP Genel Başkanı	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0
DTP Genel Başkanı	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0
DTP Parti Yöneticileri	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0
Türk Gazeteciler-Televizyoncular -Köşe Yazarları	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Yabancı Gazeteciler- Televizyoncular-Köşe Yazarı	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Türk Genelkurmay Başkanı	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Sıradan Vatandaşlar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Savcılar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Avukatlar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Terör Örgütü PKK Lideri	0	4	0	2	1	0	0	0	0	0	0
Bakan	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0
TSK Terör Nedeniyle Hayatını kaybedenlerin Aile/Yakınları	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PKK Yöneticileri	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0
Yazar-Entelektüel	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0
Asker	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Toplam	5	9	2	28	14	2	21	2	2	7	1

örgüt ya da Kandil denilmektedir) görülmektedir. Bu aktörlerin hem terör örgütü liderinin hem de terör örgütünün adını kullanmamları terör örgütünün (dolaylı) propagandasını yapmama ya da meşrulaştırılmasına katkıda bulunmama konusunda özenli davrandıkları şeklinde değerlendirilebilir.

Haber aktörlerinin terör örgütü ile ilgili tanımlayıcı ifadeleri değerlendirildiğinde başbakanın toplam 24 haberden 5'inde terör örgütü ile ilgili tanımlayıcı bir ifade kullandığı, bunların 3'ünde "terör örgütü" 2'sinde ise

"PKK" dediği görülmektedir.

CHP genel başkanı toplam 20 haberden 4'ünde terör örgütü ile ilgili tanımlayıcı bir ifade kullanmış, bunların 2'sinde "terör örgütü" derken 1'inde "Türkiye'nin bölünmesi için çaba harcadığını" belirtmiş, 1'inde de başka bir olumsuz ifade kullanmıştır. MHP genel başkanı toplam 19 haberden 11'inde terör örgütü ile ilgili ifade kullanmış, bunların 6'sında "terör örgütü", 2'sinde "bölücü örgüt" derken, 1'inde Türkiye'nin bölünmesi için çaba harcadığını, 1'inde hedeflerine ulaşmak için masum insanların canına kıydığını kaydetmiş, 1'inde de başka bir olumsuz ifade kullanmıştır. Her iki aktörün de tırnak içinde verilen konuşmalarında terör örgütünün adını kullanmadıkları belirlenmiştir.

DTP genel başkanı toplam 30 haberden 8'inde terör örgütü ile ilgili ifade kullanmış, 1'inde "terör örgütü" derken, 1'inde "Kürtleri temsil etmekte ve sorunlarının çözümü için çaba harcamaktadır" demiş, 6'sında ise yalnızca "PKK" ifadesini kullanmıştır.

Genelkurmay başkanı toplam 9 haberden 8'inde terör örgütü ile ilgili tanımlayıcı ifade kullanmış, 4'ünde "terör örgütü", 2'sinde "bölücü örgüt" derken, 1'inde hedeflerine ulaşmak için masum insanların canına kıyan, 1'inde de Türkiye'nin bölünmesi için çaba harcayan nitelermelerini yapmıştır. Genelkurmay başkanının da tırnak içinde verilen ifadelerinde terör örgütünün adını kullanmadığı belirlenmiştir. Siyasal aktörler içinde CHP ve MHP genel başkanlarının terör örgütünün adını olumsuz bir nitelmeyle birlikte kullandıkları görülmektedir.

Haber aktörlerinin terör örgütü lideri ile ilgili tasarımları değerlendirildiğinde DTP'li aktörlerin terör örgütü liderini olumsuzlayan ifadeler kullanmadıkları görülmektedir. Diğer haber aktörlerinin ya adı-soyadı gibi nötr ya da olumsuzlayan ifadeleri kullanmayı tercih ettikleri belirlenmiştir. Nötr ifadelerin terör örgütü liderini sıradan bir siyasal aktör gibi sunmaya katkıda bulunduğu dolayısıyla terör örgütü liderinin meşrulaştırılmasına yol açtığı değerlendirilmektedir.

## 12. Haber aktörlerinin terör örgütü liderine yüklediği işlev

Haber aktörlerinin terör örgütü liderine yüklediği işlevler de olumlu ya da olumsuz hangi nitelikte olursa olsun terör örgütü liderinin "gücü"nü olumlu yönde algılanmasına katkıda bulunmaktadır. Gerek mevcut siyasal iktidarı eleştirmek için kullanılan "terör örgütü lideri hükümeti/başbakanı yönlendiriyor" ya da "açılım sürecinin başarılı olup olmamasında etkilidir" değerlendirmeleri gerekse olumsuzlamak için kullanılan "terör örgütü PKK ve DTP üzerinde etkilidir" ifadeleri, terör örgütü liderinin liderlik ve güç niteliğine vurgu yapmakta ve dolaylı ya da doğrudan propaganda olarak değerlendirilebilecek bir veri olarak görünmektedir.

Tablo 12

Haber aktörlerinin terör örgütü liderine yüklediği işlevler

	Terörün Sona Ermesinde Onunla Yapılacak İşbirliği Önemlidir	Terörün Sona Ermesinde En Önemli Aktördür	Türkiye'nin Bölünmesi İçin Çaba Göstermektedir	PKK'nın şiddet Eylemlerine Son Vermesi Ona Bağlıdır	PKK Ondan Talimat Almaktadır	PKK İçinde En Etkili Güçtür	Mevcut Siyasal İktidarı Yönlendirmektedir	DTP Ondan Bağımsız Hareket Etmemektedir	"Kürt Sorunu"nun Çözümünde Onunla İşbirliği Yapılmalıdır	Açılım Sürecinin Başarılı Olmasında Etkilidir	PKK Lideri
Cumhurbaşkanı	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Başbakan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
İktidar Partisi Milletvekilleri	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
CHP Genel Başkanı	0	0	0	0	0	0	7	0	0	0	0
CHP Parti Yöneticileri	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
MHP Genel Başkanı	0	0	0	0	0	0	7	1	0	0	0
DTP Genel Başkanı	2	0	0	0	0	0	0	1	2	0	0
DTP Parti Yöneticileri	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
DTP Milletvekilleri	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0
DTP Belediye Başkanı	0	1	0	0	0	0	0	0	3	0	0
DSP Milletvekilleri	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Bağımsız Milletvekili	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TBMM'de Temsil Edilmeyen Partilerin Temsilcileri	3	0	0	0	0	0	1	0	3	0	0
Diğer Parti Yöneticileri	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Türk Genelkurmay Bşk	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STÖ Temsilcileri	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
Avrupa Birliği Temsilcileri	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Türk İşadamları-Sanayiciler	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sıradan Vatandaşlar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Terör Örgütü PKK Lideri	3	2	0	0	0	2	0	0	0	2	1
PKK Üye-Sempatizanları	1	0	0	0	0	1	0	0	3	0	0
Yabancı Uzman	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Bakan	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
TSK Terör Nedeniyle Hayatını Kaybedenlerin Aile/Yakınları	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Terör Örgütü PKK Yöneticileri	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0
Çocuk/lar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Yazar-Entelektüel	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

### 13. Haber aktörlerinin terör örgütüne yüklediği işlev

**Tablo 13**  
Haber aktörlerinin terör örgütü ile ilgili tasarımları

	Terör Örgütüdür	Kürtleri Temsil Etmekte ve Sorunlarının Çözümü İçin Çaba Harcamaktadır	Türkiye'nin Bölünmesi İçin Çaba Harcamaktadır	Hedeflerine Ulaşmak İçin Masum insanların Canına Kıymaktadır	Dış Güçler Tarafından Kullanılmaktadır	Uyuşturucu Ticareti Yapmaktadır	Türkiye'nin Demokratikleşmesi İçin Çaba Harcamaktadır	Hedeflerine Ulaşmada Başarılı Olmuştur/Olmaktadır	Çözümle Sürecindedir	PKK	Örgüt	Diğer Olumlu	Diğer Olumsuz	Bölücü Örgüt
Cumhurbaşkanı	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Başbakan	3	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0
CHP Genel Başkanı	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
CHP Parti Yöneticileri	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
CHP Milletvekilleri	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MHP Genel Başkanı	6	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2
MHP Parti Yöneticileri	3	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MHP Milletvekilleri	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DTP Genel Başkanı	1	1	0	0	0	0	0	0	0	6	0	0	0	0
DTP Parti Yöneticileri	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
DTP Milletvekilleri	1	5	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0
DTP İl Başkanı Veya Diğer Yöneticileri	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0
DTP Belediye Başkanı	0	2	0	0	0	0	2	0	0	1	0	0	0	0
DSP Milletvekilleri	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(TBMM'de Temsil Edilmeyen Partilerin Temsilcileri	0	3	0	0	0	0	1	0	0	4	0	0	0	0
Yabancı Devlet Başkanı-Cumhurbaşkanı	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0
Yabancı Bakan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0
Yabancı Muhalefet Parti/leri Temsilcileri	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Yabancı Diğer Politikacılar	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Yabancı Diplomatlar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Türk Bilim Adamları	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Yabancı Bilim Adamları	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Vali	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Türk Gazeteciler-Televizyoncular –Köşe Yazarları	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Yabancı Gazeteciler-Televizyoncular –Köşe Yazarı	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Türk Genelkurmay Başkanı	4	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
TSK Üst Rütbeli Subaylar	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Yabancı Ülkelerin Ordu Temsilcileri	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0
Emniyet İl Müdürü	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0





## 14. Haber Aktörlerinin genel olarak terör, terör örgütü ve hükümetin terörle ilgili tutumu konusundaki değerlendirmeleri

**Tablo 14**  
Haber aktörlerinin terör konusundaki ifadeleri

	Sayı	Oran
İktidarda Bulunan Siyasal Parti Terörle Mücadelede Başarılı Değildir	7	1,3
İktidarda Bulunan Siyasal Parti Terörle Mücadelede Başarılıdır	13	2,5
Türkiye'nin Yaşadığı Terör Sorununun Ardında Başta ABD Olmak Üzere Batılı Ülkeler Vardır.	7	1,3
Türkiye'de Terör Sorununun Ardında Ayrılıkçı Politikalar İzlenmesi Yatmaktadır.	9	1,7
Türkiye'de Bir "Kürt Sorunu" Vardır Ve Çözüldüğünde Terör Sorunu da Sona Erecektir.	36	6,9
Türkiye'de "Kürt Sorunu" Yoktur, Teröristlerin, Türkiye'nin Gelişmesini Engellemek İsteyenlerin, Türkiye'nin Bölünmesini	3	,6
PKK, Türkiye'de "Kürt Sorunu" Olduğunu Ve Kürtleri Temsil Ettiğini İddia Ederek Terör Eylemleri Gerçekleştirmektedir.	3	,6
PKK Ve Türkiye'deki Kürt Kökenli Vatandaşların Önemli Çoğunluğu Ülkenin Bölünmesini İstememektedir.	2	,4
DTP, Terör Örgütü PKK'nın Uzantısıdır	4	,8
Muhalefet Partileri Terör Sorunu Konusunda Etkili, Çözüm Odaklı Projeler Üretememekte, Sadece Eleştirmektedir.	10	1,9
PKK Lideri Abdullah Öcalan'a Bir Mahkum Olarak Ayrıcalıklı Davranılmaktadır	2	,4
İktidarda Bulunan Siyasal Parti Terör Konusunda ABD Ve AB Etkisinde Kalmaktadır Ve Bağımsız Bir Politika İzlememektedir	11	2,1
Terör Sorununun Çözümü İçin ABD Ve/Veya AB İle İşbirliği Yapılmalıdır	2	,4
Toplam	523	100,0

Haber aktörlerinin genel olarak terör konusundaki ifadeleri terör örgütünün propagandasına ne ölçüde aracılık edildiğini ortaya koymaktadır. Genel olarak terör konusundaki değişkenler içinde yüzde 6.9'luk oranda terörle "Kürt sorunu" bağlantısı en yüksek oranda yer almaktadır. Bu durum aşağıdaki tablo ile birlikte değerlendirildiğinde daha iyi görülmektedir.

## 15. Haber aktörlerine göre "Kürt sorunu" nun varlığı

**Tablo 15**  
Haber aktörlerinin "Kürt Sorunu" konusundaki ifadeleri

	En Az Bir Kere "Kürt Sorunu" İfadesi Sorunun Varlığını Kabul Ederek Kullanılmaktadır	En Az Bir Kere "Kürt Sorunu" İfadesi Sorunun Tartışmalı Olduğunu İfade Ederek Kullanılmaktadır	Diğer
Cumhurbaşkanı	0	0	0
Başbakan	2	0	0
İktidar Partisi İl Başkanı Veya Diğer Yöneticileri	2	0	0
CHP Genel Başkanı	1	4	0
CHP Parti Yöneticileri	0	2	1
CHP Milletvekilleri	0	0	0
MHP Genel Başkanı	0	0	1
MHP Parti Yöneticileri	0	4	1
DTP Genel Başkanı	22	0	1
DTP Parti Yöneticileri	4	0	0
DTP Milletvekilleri	12	0	0
DTP İl Başkanı Veya Diğer Yöneticileri	1	0	0
DTP Belediye Başkanı	6	0	0
DSP Milletvekilleri	0	0	0
Bağımsız Milletvekili	0	1	0
Diğer Genel Başkan (TBMM'de Temsil Edilmeyen Partilerin Temsilcileri)	7	1	0
Diğer Parti Yöneticileri	1	4	0
TBMM Başkanı	0	0	0
Yabancı Devlet Başkanı-Cumhurbaşkanı	2	0	0
Yabancı Bakan	1	0	0
Yabancı Muhalefet Parti/Leri Temsilcileri	1	0	0
Yabancı Diğer Politikacılar	5	0	1
Yabancı Diplomatlar	1	0	0
Türk Bilim Adamları	2	0	0
Yabancı Bilim Adamları	1	0	0
Vali	0	0	0
Diyanete Bağlı Resmi Din Görevlileri	0	0	0

	En Az Bir Kere "Kürt Sorunu" İfadesi Sorunun Varlığını Kabul Ederek Kullanılmaktadır	En Az Bir Kere "Kürt Sorunu" İfadesi Sorunun Tartışmalı Olduğunu İfade Ederek Kullanılmaktadır	Diğer
Türk Gazeteciler-Televizyoncular –Köşe Yazarları	1	0	0
Yabancı Gazeteciler-Televizyoncular –Köşe Yazarı	1	0	0
Türk Genelkurmay Başkanı	0	0	0
TSK Üst Rütbeli Subaylar	0	0	0
TSK Emekli Subaylar	0	1	0
Emniyet İl Müdürü	0	0	0
STÖ Temsilcileri	9	1	0
Avrupa Birliği Temsilcileri	0	0	1
Türk İşadamı-Sanayiciler	0	0	0
Türk Şarkıcı, Oyuncu, Manken Vb	1	0	1
Yabancı Oyuncu, Şarkıcı, Manken Vb.	3	0	0
Sıradan Vatandaşlar	1	0	0
Eski Cumhurbaşkanı/ları-Politikacılar	1	0	0
Savcılar	0	0	0
Avukatlar	1	0	0
Terör Örgütü PKK Lideri	6	1	0
Terör Örgütü PKK Üye-Sempatizanları	6	0	0
Diğer Terör Örgütü Üye-Sempatizanları	0	0	0
Yabancı Uzman	4	0	0
Bakan	2	0	2
TSK Terör Nedeniyle Hayatını Kaybedenlerin Aile/Yakınları	0	1	0
PKK Yöneticileri	1	0	0
Korucu	1	0	0
Çocuk/Lar	1	0	0
Yazar-Entellektüel	3	0	0

En az bir kere "Kürt sorunu" ifadesini sorunun varlığını kabul ederek söyleyen haber aktörleri değerlendirildiğinde başta (en yüksek oranda) DTP temsilcileri gelmekte, iktidar partisi temsilcilerinin (başbakan, bakanlar, milletvekilleri) ise böyle bir sorunun varlığını kabul eden ifadelerine karşın böyle bir sorunun varlığının tartışmalı olduğunu belirten ifadeleri görülmektedir.

Terör örgütü temsilcileri de "Kürt Sorunu"nu varlığını kabul ederek

gündemde tutarken, diğer konularda çok az haber aktörü olarak görülen yabancı politikacı, uzman, bilim adamları da aynı şekilde “Kürt sorunu”nu varlığını kabul ederek ifade etmektedirler. Sivil toplum örgütlerinin temsilcileri ve Türk bilim adamları da aynı şekilde böyle bir sorunun varlığını kabul eden ifadelerle haber aktörü olarak ortaya çıkmaktadırlar. Olduğu öne sürülen “Kürt sorunu” konusunda görüşüne rastlanmayan haber aktörlerinin bu konuda terör örgütünün meşrulaştırılması ve propagandasına dolaylı katkı yapmaktan kaçınmaya özen gösterdikleri düşünülebilir.

“Kürt sorunu” terör eylemlerinin ve terör örgütünün varlığını meşrulaştırmak için kullanılmaktadır. Ancak bu oldukça muğlak bir kavramdır. Kürt sorunu ne demektir belli değildir. Türkiye’nin bir Kürt sorunu yoktur, Türkiye’nin bir terör sorunu vardır. Ancak sorunu terör değil de ayrılıkçılığa da Kürt kökenli Türk vatandaşlarının sorunu olarak sunarak terörü haklılaştırmaya ve meşrulaştırmaya yönelik ifadelerin yer aldığı haberlerin oranı ve haber aktörleri dikkat çekicidir. Bu konudaki haberlerin önemli bir bölümü terör örgütünün Kürt kökenli Türk vatandaşlarının temsilcisi olarak tasarlanmaya çalışıldığını göstermektedir.

Konuyla ilgili haberlerde dikkati çeken “Kürt sorunu” ifadesinin sıradan vatandaşlar dışında bir çok aktör tarafından dile getirilmesi ancak bunların arasında Kürt kökenli Türk vatandaşlarını gerçekten temsil eden herhangi bir aktörün yer almamasıdır. Ne Güney Doğu’da ne de diğer bölgelerde yaşayan sıradan Kürt kökenli Türk vatandaşlarının bu konuda herhangi bir söylemine rastlanmamış, ancak terör örgütü sempatizanlarının katıldığı gösterilerde sıradan insanı temsil eden aktörlerin bu konudaki görüşleri yer bulmuştur. Peki terör örgütü sempatizanı dışındaki sıradan Kürt kökenli Türk vatandaşları bu konuda ne düşünmektedir, bilinmemektedir.

## 16. Haber Aktörlerine göre Kürtçe

Kürtçe eğitim, yayın konusunda da sıradan insanın görüşleri gazetelerdeki haberlerde yer bulmamakta ancak bu konuda özellikle DTP, Türk bilim adamları ve mevcut siyasal iktidarın temsilcilerinin destekleyici görüşleri yer almaktadır. Olduğu iddia edilen Kürt sorununa dayandırılarak meşrulaştırılmasına katkıda bulunan terör örgütü ve teröristlerin dolaylı propagandası burada da gündeme gelmektedir. Kürtçe konusunda Kürt kökenli Türk vatandaşlarının görüşleri ise yer almamaktadır.

Çalışmanın bütünü değerlendirilirken dikkate alınması gereken önemli bir unsur kimi konularda görüşüne rastlanmayan haber aktörleri ile ilgilidir. Söz konusu haber aktörlerinin bu konuda görüşlerini açıklayıp açıklamadığı, açıkladıysa gazetelerin yer verip vermediği bilinmemektedir. Bu, medya profesyonellerinin (eşik bekçisi rolüyle) haberlerin dayandırıldığı kaynak veya haber aktörü seçimleri ile ilgili olabilir. TBMM’de temsil edilmesine karşın incelenen gazetelerde terörle ilgili yalnız bir haberde haber





aktörü olarak temsilcilerini görebildiğimiz DSP bu konuda iyi bir örnek oluşturmaktadır. DSP'nin temsilcilerinin terörle ilgili konulardaki görüşlerinin gazetelerde haber olarak yer bulamadığı partinin basınla ilişkiler sorumlusu tarafından ifade edilmektedir. Medya profesyonellerinin özellikle editoryal kadronun terör örgütü temsilcilerine mesajlarını okura iletibilmeleri için tanıdığı fırsatı meşru bir siyasal partinin temsilcilerine tanımamaya yönelik tutumu üzerinde durulması gerekmektedir. Çiler'in kaydettiği gibi<sup>14</sup>, "medya gerçek basitçe yeniden üretilmemekte, belli amaçlara uygun biçimde yeniden inşa edilmektedir. Bu süreç; seçme ve sunma, yapılandırma ve biçimlendirme işlemlerinin bütününe içine almaktadır. Haber inşasıyla biçimlendirilen içerik aynı zamanda profesyonel ideolojilerin paketlenmiş karakterini taşımaktadır."

**Tablo 17**  
Terörle ilgili doğrudan ya da dolaylı haberlerin konuları

	CUMHURİYET	HÜRRİYET	TARAF	YENİÇAĞ	ZAMAN	TOPLAM
Birkaçı birarada	1	1	2	4	0	8
Genel olarak terör	7	8	18	8	33	74
Mevcut siyasal iktidar ve terörle mücadele	3	1	2	1	1	8
Mevcut siyasal iktidarın açılım süreci ve politikaları	39	18	45	42	47	191
Terör konusunda ABD ile ilişkiler	4	0	2	3	0	9
Terör konusunda AB ile ilişkiler	0	0	0	0	1	1
Terör konusunda Irak'la (kuzeyi ile) ilişkiler	1	1	4	2	2	10
Terör örgütü	2	0	0	3	0	5
Terör örgütü lideri	3	2	3	4	0	12
Terör örgütü üyeleri	2	1	0	2	0	5
CHP ve terörle mücadele	0	0	0	0	1	1
MHP ve terörle mücadele	0	0	2	0	0	2
DTP ve terörle mücadele	4	6	7	4	5	26
Terör örgütünün eylemleri	12	5	10	16	3	46
Terör örgütü sempatanlarının eylemleri	3	1	4	9	3	20
Halkın terör örgütüne/üyelerine karşı tepkisi	0	2	0	2	0	4
Halkın açılım sürecine tepkisi	0	1	0	2	0	3
Terör örgütüne yönelik askeri eylemler	4	7	17	10	2	40
Kürtçe	0	8	14	13	3	38
"Kürt sorunu"	4	0	7	2	3	16
TSK	1	0	1	2	0	4
Toplam	90	62	138	129	104	523

Gazetelerde terörle ilgili haberler konularına değerlendirildiğinde mevcut siyasal iktidarın açılım adı altında sürdürdüğü yaklaşımın en yüksek orana sahip olduğu görülür. "Açılım" konulu haberlerden terör, terör örgütü ve/veya terör örgütünün gündeme taşımaya çalıştığı konuları içerenler bu araştırma için seçilen haberlere dahil edilmiştir. Yani "açılım"la ilgili tüm haberler değil, yalnızca araştırmanın konusu ile ilgili olanlar seçilerek değerlendirilmiştir. Görülmektedir ki terör, terör örgütü ve terör örgütünün gündeme taşımaya ya da gündemde tutmaya çalıştığı konuların gazetelerde yer bulmasında "açılım" yüzde 36 oranında katkıda bulunmuştur. Kürtçe ve "Kürt sorunu" terörle ilgili haberlerin yüzde 10'undan fazlasının konusu olarak karşımıza çıkmaktadır.

## SONUÇ

Araştırmada elde edilen bulgular değerlendirildiğinde yanıtı aranan soruların dışında oldukça önemli iki sonucun ortaya çıktığı görülmektedir. Bunlardan ilki Türkiye'de meşru kabul edilen siyasal aktörlerin ve mevcut siyasal iktidarın, terör örgütünün söylemlerini meşru zemine taşımalarıdır. Dolayısıyla terör örgütünün propagandasında medyanın rolü ele alınırken, medyanın ve terör örgütünün yanısıra medyaya içerik sağlayan aktörlerin de ele alınması gerekmektedir.

Bu araştırmada medya terör eylemlerine ve terör örgütü mensuplarına yer vermesi de meşru kabul edilen aktörlerin terör örgütünün söylemlerini gündeme taşıdıkları açıkça görülmektedir. Bulgular, mevcut siyasal iktidarın terör örgütünün söylemlerini meşru zemine taşımakla kalmayıp kimilerine -açılım süreci, Kürtçe eğitim için düzenlemeler yapmak gibi- onay ve destek verdiğini göstermektedir. Bu da başka bir konuyu karşımıza çıkarmaktadır: terör örgütü "terör" nitelmesine yol açan korku ve panik yaratıcı eylemlerin yanında başka yöntemleri de etkili biçimde kullanıyor görünmektedir. Ki bu da medyanın terör örgütünün propagandasına aracılık edip etmediği ya da ne ölçüde propagandaya alet olduğunu sorgularken üzerinde durulması gereken bir unsurdur. Çünkü tartışmayı medyanın bu konudaki rolü üzerinden yürütmek meşru kabul edilen içerik sağlayıcıları ve onların rolünü gözden kaçırmaya neden olabilecektir. Medya terörist eylemlere ve terör örgütünün mensuplarına yer vermeyebilir. Peki terör örgütünün söylemlerini meşru zemine taşıyan diğer aktörlerin söylem ve uygulamaları hangi çerçevede değerlendirilmelidir ve burada yalnızca medyanın sorumluluğu mu ele alınmalıdır?

Propaganda için korku ve panik yaratacak eylemler gerçekleştirmek terör örgütü için uzun vadede sonuç alabileceği bir yoldur. Siyasal karar vericileri kendi hedef ve çıkarları doğrultusunda etkilemeye çalışmak bir şekilde uzun süredir gerçekleştirilen terörist eylemlerin beklenen sonuçlarından biri olarak değerlendirilebilir. Nitekim çalışmanın başlangıcında yer

verilen Ergil'in yorumu da buna işaret etmektedir:

"Terörizmin etkisi değildir onu tehlikeli kılan. Doğurduğu tepkidir. Etki, olaydan çok daha büyüktür. ... Teröristler gösterişli ve heyecan yaratıcı eylemlerle kamuoyunu sarsarken, resmi otoriteleri kamuoyuna karşı harekete geçirirler. İddialarını davalastırırlar. Sorunlarını resmi politikalara konu ederler. Bir süre önce kamu gündeminde olmayan şeyler gerçekleşir. Kamuoyu yoktan var edilen gerçeklerle karşı karşıya gelir. Toplumun yönetime ve düzene güvenini sarsarlar. Düzen sorgulanmaya başlanır."

Bu durumda terör eylemleriyle hedeflenen zeminin büyük ölçüde oluşturulduğu ve terör örgütünün bu aşamada siyasal karar vericileri kendi çıkar ve hedefleri doğrultusunda etkileme (lobicilik) faaliyetlerini etkili bir şekilde sürdürdüğü söylenebilir. Ancak bu da terörün uluslararası ilişkilerde kullanılan araçlardan biri olduğu gerçeğini gözardı etmeden değerlendirilmesi gereken bir unsurdur. Terör uluslararası ilişkilerde hedef devleti ekonomik ve siyasal yönden zayıf düşürmek için kullanılan araçlardan biridir. O halde Türkiye'de mevcut siyasal iktidarın terör örgütünün söylemlerini meşru zemine taşıması yalnızca terör örgütünün faaliyetleri ile açıklandığında yetersiz bir değerlendirme yapılmış, konunun diğer boyutları gözden uzak tutulmuş olacaktır. Terör nedeniyle ülkenin ekonomik, toplumsal kalkınma için kullanabileceği mali kaynaklarının bir kısmının terörle mücadeleye kaydırılması hedef ülkenin zayıf düşürülmesini sağlayan yollardan biridir.

Mali kaynaklarının bir kısmının terörle mücadele için kullanılması ülkenin olduğu kadar terör örgütünün etkin olduğu bölgelerde de gelişimi engelleyen bir unsurdur. Söz konusu bölgelerde gerekli yatırımların yapılamaması terörü besleyen koşulların da beslenmesi anlamına gelmekte ve bataklığın kurutulması mümkün olamamaktadır.

Araştırma da dikkati çeken diğer bir sonuç da terör örgütünün temsil ettiğini iddia ettiği kesim için dile getirdiği sorunlardır. Terör örgütünün propagandası olumsuz koşullarından beslendiği bölgedeki insanların ekonomik ve toplumsal yaşamında iyileşme-gelişme sağlayacak konular yerine kültürel ayrılıklar, farklılıkların vurgulanması üzerine kuruludur.

Son olarak araştırma kapsamında incelenen haberlerde meşru siyasal aktörlerin terör örgütünün propaganda konuları çerçevesinde bir tartışma içinde yer almaları, terör örgütünün propagandası açısından amaçladığı sonuçların söz konusu olduğunu göstermektedir. Taranan gazetelerde terörist eylemler nedeniyle yer verilen haberler dışında terör örgütünün yasadışı faaliyetleri, örneğin para sağlama yolları, uyuşturucu ve silah kaçakçılığı gibi konular değil, terör örgütünün eylemleri ya da propaganda konularının meşru siyasal aktörlerin gündeminde olduğu görülmüştür.

## KAYNAKÇA

Alver, Füsün (2003) *Basında Yabancı Tasarımı ve Yabancı Düşmanlığı*, İstanbul: Der Yayınları.

Çakır Berzah, Meral (2006). *Medyanın Ördüğü Berlin Duvarı*, Ankara: Nobel.

Çakır, Mikdat. (2004). *Savaş Sosyolojisi*, Ankara: İmge Kitabevi.

Dursun Çiler (2001). *TV Haberlerinde İdeoloji*, Ankara: İmge Kitabevi.

Duruoğlu, Tuba (2007). "Haber Yapmada İdeoloji Etkeni": 11 Eylül Olayı Üzerine Bir İnceleme" *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 25 Yaz-Güz 2007.

Ergil, Doğu, "Uluslararası Terörizm", *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, C. 47.

Narin, Fatma Bilge. (2008). Küresel Terör Saldırılarına Yönelik Haberlerin Türk Basınında Çerçevesi", yayınlanmamış yüksek lisans tezi, A. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Oktay, Mahmut (2003). *İletişimciler İçin Davranış Bilimlerine Giriş*, İstanbul: Der Yayınları.

Rigel, Nurdoğan. (2000). *İleti Tasarımında Haber*, İstanbul: Der Yayınları.

Cumhuriyet Gazetesi 1-30 Eylül 2009

Hürriyet Gazetesi 1-30 Eylül 2009

Taraf Gazetesi 1-30 Eylül 2009

Yeniçağ Gazetesi 1-30 Eylül 2009

Zaman Gazetesi 1-30 Eylül 2009

# Aktif İzleyici Ve Kamusal Bilginin İnşası <sup>1</sup>

Çev: Sibel FÜGAN VAROL

---

## Metnin Alındığı Orjinal Eser:

Journalism Studies, 9:4, 535 – 544,

<http://www.informaworld.com/smpp/section?content=a794530731&fulltext=713240928>.

## Yazarı:

Greg Philo (2008),  
Prof. Dr. Glasgow Üniversitesi

## Özet

*Bu makale, izleyicinin aktif niteliğini ve verilen mesajlara karşı çıkıp kendi mesajını oluşturabilme kapasitesini vurgulamak üzere medya çalışmalarında ve kültürel çalışmalarda kullanılan temel savları ele almaktadır. “Kodlama/kod açma” modelini de içeren bu savlar, bu makalede, izleyicilerin gerçekten aktif ve eleştirel olabileceğini gösteren, fakat bir yandan da medyanın güç ve etkisine ilişkin önemli kanıtlar sunan yeni dönem çalışmalarıyla karşılaştırılmaktadır. Mevcut akademik çalışmalarda medyanın gücü çoğu kez göz ardı edilmektedir. Bu makalede ise, medya etkilerinin “azımsanmasına” yol açan söz konusu savlar alımlama süreçlerinin niteliğine ilişkin yeni kanıtlar çerçevesinde yeniden değerlendirilmiştir.*

**Anahtar kelimeler:** aktif izleyici; izleyici araştırmaları; kodlama-kod açma problemleri; Glasgow Üniversitesi Medya Grubu; alımlama süreçleri



## Giriş

Glasgow Üniversitesi Medya Grubu'nun yaptığı bir çok çalışmada, sosyal tutum ve düşüncelerin oluşmasında medyanın oynadığı rolün altı çizilmiştir. Fakat bu yaklaşım, medya ve kültürel çalışmalarda benimsenen ve izleyicinin verilen mesajlara karşı çıkıp kendi mesajlarını oluşturabilme kapasitesine ve aktif niteliğine vurgu yapan bir eğilimle tezat oluşturmaktadır. Bizim yaptığımız çalışmalarda, izleyicilerin gerçekten de aktif ve eleştirel olabileceği tespit edilmiş, ancak bir yandan da medyanın güç ve etkisinin boyutunu gösteren önemli kanıtlara ulaşılmıştır. Medya gücünün boyutu mevcut akademik çalışmalarda çoğu kez göz ardı edilmektedir. Bu makalede, medya etkilerinin bu şekilde "azımsanmasına" yol açan bazı savlar ele alınacak ve bu savlar, alımlama süreçlerinin niteliğine ilişkin yeni kanıtlar çerçevesinde yeniden değerlendirilecektir.

## Hall'un Kodlama/Kod Açma Modeli

Aktif izleyici teorisinin belli başlı hareket noktalarından biri Stuart Hall'un ünlü kodlama/kod açma modelidir. Bu modele ilişkin tartışmalar çoğu kez kafa karışıklığına yol açmaktadır. Dolayısıyla, öncelikle bu modeli ele alacak, daha sonra da mesajların üretilip izleyici tarafından alımlanması sırasında nasıl bir süreç yaşandığına ilişkin düşüncelerimi açıklayacağım. Hall'un tezinin ana unsurları bilinmektedir. Hall, esas olarak "dildeki sınıf mücadelesiyle" ilgilenmiştir. Barthes'in ardından Hall da "kod" kavramını kullanmıştır. Bu kavram, bir kültürel düzeni meşrulaştırmada veya ona karşı çıkmada kullanılan farklı ideolojik tutumlar ile sözlü, yazılı dil (linguistik göstergeler) ve görsel göstergeler arasında bağlantı kuran bir anlam sistemini ifade etmektedir. Hall kodları, "gösterge ile toplumdaki daha kapsamlı ideoloji evreni arasındaki akdi ilişkiler" şeklinde tanımlamıştır. Kodlar, göstergeleri bir kültürün sınıflandırıldığı "anlam haritalarına" yönlendirmektedir. "Sosyal gerçeklik haritaları" ise, kendilerinde "yazılı" durumda bulunan bütün sosyal anlamları, pratik ve kullanımları, güç ve çıkarları içermektedir.

Buradaki temel nokta, söz konusu haritalarda yazılı olan şeyin "başat kültür düzenini" oluşturması, bu düzenin de sosyal yapılara ilişkin "sorgulanmadan doğru kabul edilen" bir bilgiyi sunmasıdır (Hall, 1980: 134).

Hall'un "egemen" bakış açısı ifadesiyle anlatmak istediği şey budur. Bu bakış açısı, "meşruluk mührünü beraberinde taşır. 'Doğal' ve 'kaçınılmaz' olanın uzantısı gibi görünür ve toplumsal düzenle ilgili olarak sorgulanmadan doğru kabul edilir." (Hall, 1980: 137). Hall, televizyon haberlerinin ve güncel haber programlarının bu bakış açısıyla "kodlandığını" ileri sürmekte-

dir. Kodlamada kullanılacak dil ve görsel imgeler sorgulanmadan doğru kabul edilen bu bilgi dahilinde düzenlenmektedir<sup>1</sup>. Hall, bu görüşlerini, İngiliz hükümetleriyle sendikalar arasında önemli anlaşmazlıklar yaşandığı bir dönemde kaleme almıştı. O sırada enflasyon yüksekti ve ücretleri düşük tutarak enflasyonu düşürme şeklinde bir resmi politika uygulanıyordu. Hükümet bu politikayı ulusal çıkarlara uygun bir politika şeklinde sunmuştu. Fakat sendikacıların görüşü, kendilerinin çıkarmadığı bir krizin faturasını ödemeye zorlandıkları şeklindeydi. Bazı sendikacılar, bu politikanın kendilerine fayda sağlamayan bir ekonomik ve sosyal yapıyı korumaya yönelik olduğunu düşünüyordu. Biz bu çalışmamızda bu konudaki ihtilafları ve ihtilafların televizyonda sunulma şeklini analiz ettik. Kabul edilebilir sendikacı tutumunu tarif etmek için haberlerde "makul" ve "rasyonel" gibi terimlerin nasıl kullanıldıklarını gösterdik. Hall'un formülünde bu terimler "kod" kelimeleri olarak görülmüş ve başat bir düzeni meşrulaştıran genel bir anlam sistemiyle (ideolojiyle) ilişkilendirilmiştir. Örneğin, bir gazeteciyle sendikacı arasındaki konuşmada, sendikacı, yalnızca ücret seviyelerini korumaya çalıştıklarını (yani "aşırı" veya "kabul edilemez" herhangi bir şey istemediklerini) söylemiştir. Gazetecinin buna cevabı şöyle olmuştur:

Fakat makul adamlar ve sorumluluk sahibi vatandaşlar olarak, Başbakan'ın bu tür şeylerin artması halinde ulusal ekonominin zarar göreceği anlamına gelen uyarılarını duyduktan sonra da yapmak istediğiniz şeyin tam olarak bu olduğunu söyleyebilir misiniz? (ITN, 13.00, 24 Şubat 1995, Philo ve diğerleri, 1982: 60)

Hall'un esas derdi, izleyicilerin "egemen bakış açısının" "kodunu nasıl çözeceğini" göstermektir<sup>2</sup>. Hall, bu noktada üç tutumdan bahseder. Bu tutumların ilki "başat egemen tutum" olup, bu tutumda izleyici anlamı "tam ve doğrudan" alımlamakta, yani, mesajın kod açımını tam kodlandığı şekilde yapmaktadır (1980: 136). Burada, mesaj izleyicinin normal, doğal ve "sorgulanmadan doğru" olarak gördüğü şeyle direkt bağlantılıdır. İkincisi "müzakereli" tutum olup, bu tutum "uyumlu ve muhalif" unsurların bir karışımını içerir. Burada, izleyiciler genel olarak egemen bakış açısını kabul edebilir, fakat kendi inanç ve davranışlarıyla bağlantılı özel istisnalar da arayabilir. Bu durumda, bir sendikacı bir "ulusal çıkarın" varolduğu ve "aşırı enflasyonist ücret taleplerinde" bulunmanın yanlış olduğu şeklinde bir görüşe sahip olabilir. Fakat bu görüşün yanı sıra, kendi ücretinin çok düşük olduğu da düşünebilir ve dolayısıyla, daha iyi şartlarda bir uzlaşma sağlamak amacıyla grev yapmayı isteyebilir.

Üçüncü tutum Hall'un "muhalif kod" diye adlandırdığı durumdur. Burada, izleyici mesajın kod açımını "genel olarak aykırı yönde" yapmaktadır. Mesaj, alternatif bir referans çerçevesinde "yeniden derlenmektedir". Hall şöyle yazar:

Ücretlerin kısıtlanmasının gerekliliği konusunda bir tartışmayı dinleyen, fakat her "ulusal çıkar" denildiğinde "sınıf çıkarını" anlayan bir izleyicinin durumu bu tutuma örnek gösterilebilir. (1980: 138)

Bu paragraf önemlidir; zira, medya ve kültürel çalışmalar alanındaki bir çok insanı çok uzun süren ve nihai olarak anlamsız bir yola yöneltmiştir. Özellikle (görsel veya sözlü) haber metinlerinde kullanılan dilin çok anlamlı olduğu, yani farklı gruplar için farklı anlamlar ifade edebileceği düşüncesini teşvik etmiştir. Bu düşünceye göre, aynı haberleri duyan izleyiciler o haberleri birbirlerinden farklı olarak görebilecek ve işitebilecektir. Gördükleri ve duydukları şeyleri kendi sınıflarına, cinsiyetlerine veya etnik kökenlerine göre tanımlayacaklardır. Buradaki varsayım, insanların amaçlanan (kodlanan) mesaja "kapalı" oldukları ve gerçekte kendi anlamlarını kendilerinin yaratabileceği şeklindedir. Kendi takımlarının faullerini "görme-yip" yalnızca karşı takımınkileri gören futbol taraftarlarının varsayılan tutumu burada ileri sürülen düşünceye kaba bir örnek olarak gösterilmiştir. Bu varsayımı desteklemek için çok kültürlü çalışmalara da işaret edilmiş ve farklı kültürlerden insanların televizyon mesajlarını birbirlerinden farklı alımladıkları ileri sürülmüştür. Örneğin bir pembe dizide, bir kültürün çok olumsuz kabul ettiği bir tutum başka bir kültürde kahramanlık olarak yorumlanabilmektedir. Bazı teorisyenlerin bundan çıkardığı sonuç ise, anlamların okuyucu ile metin arasındaki karşılaşma sırasında oluşturulduğu ve her yeni karşılaşmanın potansiyel olarak yeni bir anlam yaratabileceği şeklindedir<sup>3</sup>. Metinlerin çok anlamlı olduğu ve sapkın anlamlara tabi olduğu teorisi kültürel çalışmalarda hızla benimsenmiştir. Bu örnekte, Oliver Boyd-Barrett, Hall'un çalışmasını ve bu çalışmanın David Morley tarafından geliştirilmiş versiyonunu şöyle açıklamaktadır:

[Hall], metinlerin "çok anlamlı" olmasına imkan veren bir ideoloji teorisi geliştirmiştir. Yani, "yeğlenen okuma" yapımcılar tarafından metne işlenmiş olsa bile, metinler çeşitli okumalara imkan tanımaktadır. Daha sonradan, bu önemli yaklaşım Morley'in çalışması vasıtasıyla, özellikle -sosyal sınıf, cinsiyet veya etnik köken itibarıyla- farklı grupların metinden çıkarabilecekleri sapkın anlamları ortaya çıkarmak üzere kullanılmıştır. (2002: 45)

Ancak bu yaklaşımda, izleyicilerin mesajları nasıl reddedebileceğine ilişkin temel bir hata söz konusudur. Çok farklı kültürlerden insanlar birbirlerinin kültürel sembollerini anlamayabilir. Batılı kaşiflerin derin dini anlamları olan sanat eserlerine el koyup bunlardan hoş duvar süslemeleri yapabileceğini düşünmeleri buna örnek olarak gösterilebilir. Bazı edebiyat, sanat ve medya ürünlerinin bir şiirde veya sanat eserinde olduğu gibi çeşitli yorumlara kasten açık tutulması da aynı durumdur. Fakat bizim televizyon haberleriyle ilgili çalışmamızda, belli bir kültüre ait izleyicilerin kodlu bir mesajı her "okuduklarında" veya onunla her karşılaştıklarında tipik olarak yeni bir anlam oluşturmadıkları ortaya çıkmıştır. Aksine, izleyiciler mesajın

içeriğini ancak doğru olduğunu düşündükleri başka bir bakış açısı temelinde eleştirmektedir. Dolayısıyla, izleyiciler kodlu anlamın ve o anlamın inşa edilme şeklinin farkındadır, sadece o anlamla hemfikir değildir. 1984-85 yıllarında İngiltere’de madencilerin grevleriyle ilgili izleyici algısı konusunda bir araştırma yapmıştık. O sırada, televizyon haberlerinde madencilerin ve grev gözcülerinin polisle çatışma görüntüleri tekrar tekrar gösteriliyordu. Farklı sınıfsal aidiyetlere ve farklı politik düşüncelere sahip insanlar bu görüntüleri izlemiş ve olayı kendilerine gösterilen yoldan anlamışlardı (yani, sorunun madencilerin ve grev gözcülerinin başının altından çıktığını düşünüyordular). Araştırma örneklemimizde yer alan politik olarak muhafazakar görüşten bir kişi gördüğü şeyleri “bu ayak takımının” olumsuz davranışları şeklinde yorumluyordu. Görüştüğümüz madenciler de görüntüleri farklı bir şekilde “görmemişti”. Onlar da, grev gözcüleriyle ilgili haberlerde polis lehinde dil ve görüntülerin kullanıldığını düşünüyordu. Bu durumda oluşturulmuş yeni bir anlam yoktu. Madenciler kodlanmış mesajı anlamıştı. Fakat, kendi bakış açılarını (yani sorunu çıkarmanın polis olduğunu) gösteren görüntülerin haberlerde yer almadığını düşünüyordular.

Şimdi, Hall’un muhalif izleyici varsayımındaki örneğe geri dönebiliriz. Burada da, izleyici, ücret politikasının ulusal çıkarlara uygun olması gerektiği şeklindeki egemen görüşü anlayabilir, fakat bu görüşü benimsemeyebilir. Bunun yerine, böyle bir ulusal politikanın esas olarak zenginlerin yararına işleyeceğini düşünebilir<sup>4</sup>. Buradaki can alıcı nokta, egemen görüşü kabul eden bir kişinin alternatif “radikal” görüşü bilebilmesi, hatta böyle bir bakış açısının kodlu mesajda nasıl dışlanmış olduğunu görebilmesidir. Bu noktada benim ileri sürdüğüm savlar şunlardır: (1) İzleyiciler, bir haber metniyle her karşılaştıklarında tipik olarak yeni bir anlam inşa etmezler. Bunun yerine, kendilerine sunulan şeyin ne olduğunu anlama noktasında benzerlik gösterdikleri halde, sunulan şeye gösterdikleri tepkide (kabul veya ret) farklılaşabilirler ve (2) izleyiciler her zaman kendi “kapalı” kültürel alanlarıyla sınırlı kalmayıp, başkalarının sunduğu değer ve tanımlardan haberdar olabilirler. Bu savların ikincisi, Morley’in Hall’un modelini test etmeye çalıştığı araştırmada (Morley’in kendi beklentileri aksi yönde olmakla birlikte) fiilen doğrulandı. Hall, kodlu mesajı kabul eden kişilerin verili egemen ideoloji “içinde yaşayacağını” iddia etmişti. Dolayısıyla, bu kişiler, ideolojinin “yeğlenmesini” sağlayan süreçlerden habersiz olacaktı. Morley, bu yaklaşımla ilgili olarak şunları ifade etmişti:

Bazı izleyici kesimleri için, programın kod ve anlamları o izleyicilerin kurumsal, politik, kültürel ve eğitimle ilgili bağlantılarıyla az çok çıkışacaktır ve bu izleyici kesimi için, programda kodlanmış başat okumalar oldukça “uygun” ve kabul edilebilir nitelikte olacaktır. (1980: 159)

Morley, bu insanların televizyonun sunduklarını kolayca sağduyunun sesi olarak görebileceğini ve televizyonun dışladığı alternatiflerin onlar için



“görünmez” olacağını düşünmüştür. Fakat, Morley’in eline geçen kanıtlar, hem muhafazakar hem de radikal gruplar arasında ekonomi konusunda alternatif tutumların net olarak farkında olan örneklerin de bulunduğunu göstermiştir. Bir örnekte, politik olarak muhafazakar bir grup banka müdürü, kendilerine gösterilen bir programı, görüşlerin uygun bir “dengesini” sağlamadan fiilen muhafazakar görüşü desteklediği gerekçesiyle eleştirmiştir. Morley’in terimleriyle, bu banka müdürleri programı “yapıbozuma” uğratabilmiştir. Bu örnekte programda tarafsız bir yorumcu olarak sunulan bir muhasebeciyle yapılan bir röportaja yer verilmiştir. Röportajda bu “uzman”, teşvik amacıyla vergi kesintileri yapılması ve kamu harcamalarında kısıtlamaya gidilmesi ihtiyacına vurgu yapan son derece muhafazakar bir ekonomi politikasına ilişkin görüşlerini sunmuştur. Röportajı izleyen banka müdürleri grubu şu yorumlarda bulunmuştur:

Özellikle de, Birmingham’lı bu muhasebeci, ... normalde yalnızca masanın karşı tarafında bir başkasının daha bulunduğu durumda söylenebilecek bir görüşü çok kesin bir dille ifade ediyor. (1980: 106)

Aslında, Morley, yüklü soruların “gerçek niyetini görerek” programları yapıbozuma uğratabilecek çok sayıda izleyici örneği bulunduğunu tespit etmiştir. Fakat bu yapıbozum yeteneği, izleyicilerin desteklenen bir görüşü mutlaka reddedeceği anlamına gelmez. Morley konuyla ilgili olarak şu ifadeyi kullanmıştır:

“Yeğleme” mekanizmalarının fark edilmesi gruplarda yaygın olarak yaşanan bir durumdur ve bu farkındalık, kodlanmış yeğlenen anlamın kabul veya reddi ile birlikte var olur; yapının farkına varılması, oluşturulan anlamın reddini hiçbir şekilde zorunlu kılmaz. (1980: 140)

Fakat öte yandan, herkes “yeğlenen” mekanizmaların farkında olacak diye bir kural da yoktur. Bu nedenle, Hall’un bazı kişilerin verili bir ideoloji içinde yaşadığı şeklindeki tanımlaması hala faydalı olma niteliğini korumaktadır.

## Üç Önemli Soru

Bu noktada, medya, izleyici ve ideolojiler (ideolojileri, burada toplumsal çıkarlarla bağlantılı ve onları meşrulaştıran bakış açıları anlamında kullanıyoruz) arasındaki ilişki konusunda üç temel soru ortaya çıkmaktadır.

Bu sorulardan birincisi, insanların alternatiflerin farkında olduklarında bir bakış açısını kabul veya reddetmelerine yol açan şartların neler olduğudur. Bu çok temel bir konu olup, kısmen, insanların değer sistemleri arasında nasıl seçim yaptıklarıyla bağlantılıdır. Bu seçimler, sınıf ve kültürel tarih, kişisel çıkar veya daha özgecil inanç nosyonları, sosyal değişim girişimlerinden edinilen birikmiş deneyimlerimiz ve karşı karşıya olduğumuz



dolaysız ekonomik ve politik şartlar da dahil bir çok faktörden etkilenmektedir. Bütün bu faktörler sosyal demokrasi, serbest pazar kapitalizm veya sosyalizm tercihlerini, insanların herhangi bir değişikliğin mümkün olmayacağına ya da sadece içki içmeye, uyuşturucu kullanmaya, astrologlara danışmaya veya başka herhangi bir yolla bütün olanları unutmaya karar verip vermemelerini etkileyebilir. Bu nedenle, insanların alternatifleri bilmesi, mutlaka radikal, muhalif bir seçenekte karar kılacakları anlamına gelmemektedir. Yine de, insanların alternatif anlamlandırma süreçlerini ve bir dizi olası aşamayı gerçekten bilip bilmemeleri yaptıkları seçimlerde ve tutumlarının oluşmasında önemli bir faktördür.

O halde, ikinci soru, bu alternatifler hakkındaki bilgilerin hangi şartlarda verildiği, kamuoyuna açıklanmasında sınırlama olup olmadığı ve Hall'un egemen ideoloji içinde yaşayan kişiler grubuna farklı bilgiler verilse ne olacağıdır. Çalışmamızda toplumun anlamlandırma sürecinin inşasında medyanın temel bir unsur olduğunu ileri sürmüştük. Vergi ve gelirin yeniden dağılımı konusundaki tutumları incelerken, hedef grubumuzda bulunan bir çok kişinin İngiltere'de, nüfusun yüzde 10'unun özel mülkiyetin yarısından çok daha fazlasına sahip olduğunu veya gelirleriyle orantılandığında en yüksek vergiyi yoksulların ödediğini bilmediklerini tespit ettik. Bazı katılımcılar bu gerçekleri öğrendiğinde öfkelenildi. Bu tepkilerin mutlaka politik eyleme dönüşmesi gerekmiyordu. Fakat gruptaki kişiler, televizyon haberlerinde vergi harcamaları ve bütçe konusundaki hükümet politikaları ele alınırken kamuoyunun gerektiği şekilde bilgilendirilmediğini anladı (ESRC, 2004). Çalışmamızdan verilebilecek bir diğer örnek, İsrail-Filistin sorununa ilişkin düşüncelerin çatışan tarafların soruna ilişkin gerekçeleri ve eylemleri hakkındaki medya anlatımından nasıl etkilendiği konusundaydı. Haberlerde çatışmanın tarihiyle ilgili çok az bilgi verildiğini tespit ettik. Çatışmanın tarihi konusunda taraflar arasında ihtilaf vardı. Filistinlilerin perspektifi, esas olarak, İsraililer oraya yerleştikleri zaman evlerini ve topraklarını kaybetmiş oldukları, şimdi de İsrail'in askeri işgali altında yaşadıkları iddiasına dayanıyordu. Bu bilgi olmadan, Filistinlilerin İsraililere saldırı eylemlerinin gerekçesi net bir şekilde anlaşılamayacak, Filistinliler şiddeti "başlatan" taraf olarak görülecekti. İsraililer haberlerde kendilerine yapılan saldırılara "teпки gösteren" taraf olarak gösterilmişler ve izleyicilerden bazıları da bu mesajı tam olarak gösterilen şekilde almılamıştı. Bir katılımcı düşüncelerini şöyle ifade ediyordu:

Haberlerde duyduğunuz hikayelerden yola çıkarak her zaman Filistinlilerin gerçekten saldırgan olduğunu düşünürsünüz. Kafamda her zaman onları suçladım... Her zaman İsraililerin kendilerine atılan bombalara karşı mücadele ettiklerini düşündüm. (alıntı: Philo ve Berry, 2004: 222)

Fakat insanlar sorunun tarihiyle ilgili yeni bilgilerle karşılaştığı zaman, yaklaşımları bu yeni bilgilerden etkilenebiliyordu:

Sorunun yalnızca ihtilafli bir toprak sorunu olduğunu düşünürdüm. İsrail sınırlarının değiştiği veya o toprakları başka insanlardan aldıkları şeklinde bir düşünceye sahip değildim.

Ve yeniden:

Edindiğim izlenim, daha önceden o bölgede Filistinlilerin yaşıyor olduğu ve şimdi o toprakları geri almaya ve kendileri için biraz daha toprak elde etmeye çalıştıkları şeklindedir. Oralardan zorla çıkarıldıklarını anlamamıştım (Philo ve Berry, 2004: 216-7).

Eylemlerin nasıl algılandığı ve farklı tutumların meşrulaşma sürecinin o tutumların anlamlandırıldığı bağlamdan ve verilen bilgilerden ne ölçüde etkilendiği açıkça ortadadır. Medya bu bilgi akışını etkilediği ölçüde, belli ideolojilerin sürdürülmesinde ve geliştirilmesinde temel bir rol oynamaktadır<sup>5</sup>.

Üçüncü soru, (mesajlara kodlu) bu ideolojilerin hangi şartlarda izleyicilerin eleştirisine uğradığıdır. Hall ve Morley için temel sorun (en azından burada bahsettiğim çalışmalarının bulunduğu dönemde), izleyicinin sınıfı ve kültürel konumudur. Morley'in de belirttiği gibi, bir televizyon programına kodlu egemen anlamlar "diğer kurumların ürettiği anlamlarla ve o kurumların - örneğin sendika ve sapkın alt kültürlerin- bağlantılı olduğu söylemlerle" çatışacaktır (1980: 159). Bizim çalışmamızda buna ilişkin kanıtlar da tespit ettik. Örneğin, görüştüğümüz kişilerden biri madenci grevindeki şiddetle ilgili televizyon görüntülerine karşı çıktı. Zira, kendisi otomobil şirketi Chrysler'deki başka bir greve doğrudan dahil olmuş ve böyle bir deneyim kazanmıştı. Bu kişi, televizyonun bu grevi yanlış anlattığını düşünüyordu ve daha sonradan yaşanan madenci ihtilafını kendi deneyimini genelleştirerek yorumlamıştı (Philo, 1990: 63). Fakat bir sınıf veya kültür aidiyeti böyle bir karşı çıkış için her zaman yeterli olmuyordu. Çalışma sırasında, bir grup emekliyle de görüşmüştük. Bu grupta sendika deneyimleri olan ve madencilerle duygudaşlık yaşayan bir çok kişi vardı. Bu kişiler bilgi kaynağı olarak televizyona büyük saygı duyuyorlardı ve bazıları "şiddetin" madencilerin taleplerine gölge düşürmesinden üzüntü duyduklarını söylemişlerdi (Philo, 1990: 93). Bu kişilerden hiç biri fiilen grev gözcüleri arasına katılmamıştı. Bu husus önemli bir değişken olarak ortaya çıktı ve (siyasi görüşü ya da sınıfı ne olursa olsun) grev gözcülerinin arasına katılan herkesin televizyonun olayla ilgili haber sunumuna karşı çıktığını tespit ettik (1990: 150).<sup>6</sup>

İzleyicilerin eleştirel yaklaşımına ilişkin bir diğer temel değişken -mantık yürütme gibi- kavramsal süreçlerin kullanılmasıydı. Bu noktada, görüşülen kişilere grev gözcülerinin çoğunlukla saldırgan olduklarını düşünüp düşünmedikleri soruldu; gelen cevaplarda, grev gözcülüğü yapan kişi sayısının yüksekliği nedeniyle böyle bir genelleme yapılamayacağı şeklinde bir mantık yürütüldü. "Grev gözcüleri gerçekten saldırgan olsaydı, onlarla

polis baş edemezdi, ancak ordunun devreye girmesi gerekirdi." Bu kişiler, televizyondaki şiddet görüntülerinin fazlasıyla tercihli olduğu sonucuna varmışlardı. Bu tür bir mantık yürütme farklı gruplarda görülebiliyordu ve madencilere verilen destekle mutlaka ilgili olması gerekmiyordu. Grev yapan madencileri "vururdum" diyen bir diğer katılımcı da, "fiilen greve katılan işçi sayısı düşünüldüğünde..., hepsinin saldırgan olduğunu söylemek mümkün değil" ifadesini kullanmıştı (Philo, 1990: 151). Aynı mantık yürütme fenomenini İsrail-Filistin sorunuyla ilgili düşüncelere ilişkin çalışmamızda da tespit ettik. Kapsamlı bir örneklem grubuna tarafların her birinde yaşanan kayıplarla ilgili ne düşündüklerini sorduk. Aslında öldürülen Filistinli sayısı İsraili sayısından çok daha (yaklaşık üçte iki oranında) fazlaydı. Fakat televizyon haberlerinde orantısız bir şekilde İsraili kayıplara daha çok odaklanılıyor ve vurgu daha çok intihar bombacılarına yapılıyordu. Bir çok kişinin konuyla ilgili görüşleri bu yaklaşım temelinde oluştu ve televizyonun anlatımını pek karşı çıkmadan kabul ettiler. En çok kaybı bulunan tarafın İsrail olduğuna ya da her iki tarafın kayıplarının birbirine hemen hemen eşit olduğuna inanmışlardı. Bu örnekte, bir katılımcı, düşüncesinin kaynağını televizyon haberleri olarak veriyor ve şunları söylüyordu:

Esas olarak haberlerden yola çıkarak, intihar bombacılarının Filistinliler arasından çıktığını söyleyebilirim. Bu böyle, gözümün önüne getirebiliyorum. İsrail tarafındaki kayıplar artacak. Fakat bunları tamamen televizyondan yola çıkarak söylüyorum. Bu bilgileri televizyondan alıyorum. Televizyonda bu şekilde gösteriliyor. (Alıntı: Philo ve Berry, 2004: 234)

Görüşülenler arasında Filistinlilerin İsraililerden daha çok kayıp verdiğini düşünenler azınlıktaydı. Bu azınlık grubun böyle bir kanaate varmalarındaki temel faktörlerden biriye mantık yürütmeydi<sup>7</sup>. Bu katılımcılar, "sopa ve taşları" bulunan Filistinlilerle "silah ve tankları" bulunan İsraililer arasındaki karşıtlık hakkında yorum yaptılar. Vardıkları sonuç şöyleydi:

Savaşmak için yalnızca taşları ve sopaları varsa, muhtemelen elinde silah olanlardan daha fazla öldürülüyorlardır. (Alıntı: Philo ve Berry, 2004: 235)

Bu husus, izleyici aktiviteleriyle ilgili kodlama-kod açma yaklaşımında tamamen göz ardı edilen bir boyuttur. Hall ve Morley tarafından önerilen model, kodlanmış mesajlara sınıf ve kültürel faktörler temelinde farklı tepkiler üretilmesi konusunda yoğunlaşması açısından bir bakıma faydalıdır. Morley, daha sonraki çalışmalarından birinde, "hayat deneyimlerinin" insanları farklı okumalara nasıl yönlendirdiğini yazmıştır (1986: 42-3). Fakat bu model zayıftır, zira, izleyici aktivitesinin önemli boyutlarını gözden kaçırmakta, ayrıca medyanın "sorgulanmadan doğru kabul edilen düşüncelerin" şekillenmesindeki rolünü küçümsemektedir. Bu modelde, medyanın haber mesajlarının değerlendirilmesinde sınıfsal tutumlara uygun kavramsal

düzenlemeler temel değişken olarak görülmektedir. Fakat bir noktayı göz ardı etmektedir. Bu nokta, kavramsal yapıların tipik olarak gerçekleşen olaylara ilişkin "bilgileri" ve bir olayın rasyonelliği ve meşruluğu hakkındaki varsayımları içermesidir; bu varsayımlar ise daha öncesinde medya mesajlarına maruz kalmış olabilir. Kodlama/kod açma modelinde böyle bir ihtimali araştırma ihtiyacı pek duyulmaz. Dikkate değer bir örneğe, Morley'in, otomobil işçilerinin televizyondaki görüntülerine izleyici grupların verdiği tepkiyi ele alan çalışmasında rastlanmaktadır. Bu örnekte, otomobil işçileri bir futbol şans oyununda 600,000£ kazanmıştır. Fakat, fabrikanın görüntüsü verilir verilmez, izleyici grubundaki bazı kişiler bu görüntülerin bir grevle ilgili olarak verildiğini düşünmüştür. Gruptaki izleyicilerden biri, "British Leyland [otomobil imalatçısı] adını duyar duymaz insanın aklına ilk olarak bu sefer kim grevde sorusu geliyor" ifadesini kullanmıştır. Morley'in grubun verdiği cevaplarla ilgili yorumu şöyledir:

İzleyici grubundakilerin söz konusu görüntülerin kod açımında kullandığı bilgiler, muhtemelen -en azından kısmen- medya haberlerinden çıkarsadıkları "aç gözlü otomobil işçileri/akılsız sendika militanları" şeklindeki bir basmakalıp fikre dayanmakta ve kendisi de geliştirilmiş bir basmakalıp düşünceye yol açmaktadır. (1980: 127)

Fakat daha sonra, Morley araştırma tasarımının fiilen buna izin vermesi nedeniyle, görüştüğü kişilerin düşüncelerinin temel unsurlarını ve kaynaklarını araştırırken bu yaklaşımın peşine düşmemiştir.

Ancak, benim kodlama/kod açma modeliyle ilgili temel problemim, bu modelin, medya ve kültürel çalışmalarla ilgili sonraki gelişmeler üzerindeki etkisiyle ilgilidir. Birçok kişinin bu modelden çıkardığı görüş, izleyicilerin mesajlara karşı direnebileceği, kendi sınıf ve kültürlerinin kavramsal kutucuklarında güven içinde oldukları ve sonsuz sayıda bükülebilir bir dili yeniden müzakere edebildikleri şeklindedir. Bu da giderek, medyanın gücüyle ilgili sorunların ciddi biçimde göz ardı edilmesine yol açmıştır. Bu yaklaşım, izleyici araştırmalarıyla ilgili ders kitaplarında medyanın etkisinin gücüne işaret eden çok sayıda çalışmanın kolayca göz ardı edilebildiği bir boyuta varmıştır. Örneğin, Nightingale ve Ross, *Media and Audiences* (Medya ve İzleyiciler) konusunda hazırladıkları son derlemede, "medya izleyicilerine ilişkin karamsar görüş etkili olmaya devam ediyor, fakat bu karamsarlık, bu okuyucunun ilgi odağının dışında kalıyor" ifadesini kullanmıştır (2003: 11). Yazarlar, başka bir yerde, Hall'un modelinin gerçekte hem uyumu hem de direnci analiz edebilme potansiyeli taşıdığını yazmıştır (2003: 7). Fakat, uygulamada, seçilen makaleler "bizim izleyici aktivitesine ilişkin kavrayışımızın gelişimimizin izini sürmektedir" (Nightingale ve Ross, 2003). David Gauntlett, modası geçmiş 'alıcı' izleyici ve elit 'yapımcı' nosyonlarını bir kenara iten" yeni yöntemlere ihtiyacımız olduğunu iddia etmiştir (2007). Ancak, son zamanlarda yapılan çalışmalar, izleyicilerin önemli bir kısmının



çok geleneksel haber kaynaklarına dayandığını, düşünce ve anlamlandırma kalıplarında köklerin bu “elit” içeriğe uzandığını açıkça göstermiştir<sup>8</sup>. Çalışmamızda izleyicilerin metinleri aktif olarak ele alma kapasitelerini küçümsemiyoruz. Ancak, yine de, sosyal olaylara ilişkin kamusal bilginin inşasında, değerlendirmelerin yapılma şeklinde, bu dünyada neyin gerekli, mümkün ve arzulanabilir olduğunun görülmesinde medya mesajlarının ne kadar etkili olduğunu ortaya koyan önemli kanıtlar bulunmaktadır. Biz, medyanın gücünün hala araştırma gündemine dahil edilmesi gereken önemli bir konu başlığı olduğunu düşünüyörüz.

## Notlar

219

1. Fairclough gibi teorisyenler bunun haberler ve diğer metinlerle ilgili olarak nasıl işleyeceğini gösterdi. Fairclough, Tony Blair’in konuşmalarını analiz etti ve sağcı, neo-liberal görüşlere nasıl öncelik verdiklerini gösterdi. Fairclough, “küreselleşme” ve “ekonomik gelişme”nin nasıl alt-anlamlar olarak işlenebileceklerini göstermek için (varsayılan semantik bir ilişki anlamına gelen) alt-anlamlılık gibi kavramlar kullandı (2003: 213). Bir diğer çalışmada ise, Van Dijk manşet, hikaye yapıları ve “ajans, sorumluluk ve eylemlerin suçu” gibi konuların önemine değindi (1988: 44). Bu çalışmalara ilişkin ayrıntılı bilgi için bkz. Philo (2007).
2. “Egemen” terimi burada Hall’un orijinal modelini tartışmak üzere kullanıldı. Bu terim başat bir bakış açısının meşrulaştırılmasını ima etmektedir. Fakat, toplumsal ve politik hayatın çatışmalı alanlarında medya yaklaşımının yalnızca bu bakış açılarının desteklenmesi ve yeniden üretilmesinden ibaret olduğunu düşünmemeliyiz. Alternatif yaklaşımlara da belli bir miktarda yer ayrılmaktadır. İsrail-Filistin meselesine ilişkin medya haberlerini incelerken, örneğin, İsrail bakış açısının ağırlıklı olarak verildiğini, Kanal 4 gibi bazı kanalların haberlerinde ise İsrail sözcülerine BBC haberlerindeki kadar eleştirel bir yorumla yaklaşıldığını tespit ettik. Gazeteciler bu konuda haber yaparken kesinlikle üzerlerinde büyük bir baskı hissetmişlerdir. Fakat, Filistinli çocukların öldürüldüğü vakalarda olduğu gibi, BBC dahil çok sayıda haber kanalında İsrail politikasının net bir şekilde eleştirildiği örnekler de bulunmaktadır. Biz çalışmamızda medyayı “çatışmalı bir alan” olarak tanımladık. Bu çatışma kesinlikle eşit değil; erişim imkanları ve güç yapılarının medya içeriği üzerinde güçlü bir etkisi var. Bu konuda daha fazla bilgi için bkz. Philo (2007).
3. Bkz. örneğin Fiske (1987). Bu tutumun eleştirisi için bkz. Philo (1990: 190-9).
4. Hall’un modelinin bu yaklaşımı, muhalif tutuma ilişkin orijinal formülü içinde tutarlıdır; zira, izleyicinin “hem düz-anlamli hem de yan-anlamli çekimleri anlaması” (artı kendi muhalif yaklaşımına sahip olması) mümkündür. Daha sonraki çalışmasında, Hall söylemsel bir yaklaşıma doğru kaymıştır. Bu yeni yaklaşımında, dil gerçeğin temel bileşenlerinden biridir ve konuşmacılar “gerçekle” ilgili farklı tutumlara sahiptir. Anlam alışverişi farklı konuşmacılar arasında bir “tercüme süreci” haline gelmiştir. Bu yaklaşımın eleştirisi için bkz. Philo ve Miller (2001: 33-5).
5. Tek işlevleri bu değil. Zira, medya, değerler sistemini de onaylıyor ve eylemin söz



konusu değer sistemleriyle bağlantısını kurma şeklimizi de etkiliyor. Bu nedenle, "makul" ve "sorumlu" gibi medya referansları fiilen bir değer sistemini savunuyor. Bir yandan da, medyanın sendikaların ne istediklerine ilişkin açıklamaları, izleyicilerin sendikaların bu değerlere uygun olarak hareket edip etmediğine karar vermek için kullanabileceği bilgileri şekillendirmiştir. (Bu konuda daha fazla açıklama için bkz. Philo, 1990: 4-6)

- 220
6. Bu o kadar kesin bir araştırma sonucuydu ki, doğrudan deneyimin karşıt bir medya görüntüsü veya sunumunu geçersiz kılacağı yolundaki bu sonucu neredeyse bir aksiyom olarak kabul ettik. Zihinsel rahatsızlıklar ve medya konusundaki çalışmamıza kadar da bu kabulümüz devam etti. Adı geçen çalışmada, insanlara zihinsel hastalıklarla şiddet arasında bir ilişki kurup kurmadıklarını sorduk. Sonuçta, bu ilişkilendirmenin korku filmlerindeki türden medya görüntülerinin yarattığı korku seviyesini gösterdiğini, bazı örneklerdeyse bu ilişkilendirmenin doğrudan deneyimleri bile geri plana ittiğini tespit ettik. Örneğin, özel bir hastanede saldırgan olmayan yaşlılarla çalışan genç bir bayan bu ilişkilendirmeyi yaptı ve filmlerde ve oyunlarda gördükleri yüzünden hastalardan korktuğunu ifade etti (Philo, 1996: 104).
  7. Diğer gruptaki kişiler de her iki tarafın kayıp oranını doğru tahmin etmişti. Bunun nedeni, konuyu incelemiş olmaları ve/veya sorunun taraflarından birini kuvvetle destekliyor olmalarıydı. Bu nedenle, net bir şekilde Filistin veya İsrail yanlısı olanlar en çok Filistinlilerin kayıp verdiklerini söylediler. Elbette her konuda hemfikir değillerdi ve bir çok nokta oldukça ihtilafly kaldı. Fakat bu vakada her iki grup da "gerçekleri" kabul etti.
  8. Bkz. örneğin Ofcom (2007: 17). Ofcom, nüfusun yüzde 65'inin temel haber kaynağı olarak televizyonu gösterdiklerini bildirmiştir. Bu rakam, 2002'den bu yana değişmeden aynı kalmıştır.

## KAYNAKÇA

- Boyd-Barrett, O. v.d. (eds) (2002). "Theory in Media Research." *The Media Book*. Londra: Arnold.
- Esrc (2004). "Audience Receptions of Television News, Current Affairs and Documentary Programmes End of Award Report". ESRC, Swindon — ESRC R/000/23/9669.
- Fairclough, Norman (2003). *Analyzing Discourse*. Londra: Routledge.
- Fiske, John (1987). *Television Culture*. Londra: Methuen.
- Gauntlett, David (2007). "Media Studies 2.0" — <http://www.theory.org.uk/david>.
- Hall: v. d. (eds) (1980). "Encoding/Decoding". *Culture, Media, Language* Hutchinson/CCCS. Londra [crossref].
- Morley, David (1980). *The Nationwide Audience*. Londra: BFI Television Monograph.
- Morley, David (1986). *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. Londra: Comedia.
- Nightingale, Virginia & Ross, Karen (2003). *Critical Readings: Media and Audiences*. Maidenhead: Open University Press.
- Ofcom (2007). *New News, Future News*. Londra: Office of Communications.
- Philo, Greg (1990). *Seeing and Believing*. Londra: Routledge.
- Philo, Greg (1996). *Media and Mental Distress*. Londra: Pearson/Longman.
- Philo, Greg (2007). "Can Discourse Analysis Successfully Explain the Content of Media and Journalistic Practice?" *Journalism Studies*. 8:2: 175-196. [informaworld]
- Philo, Greg & Berry, Mike (2004) *Bad News from Israel*. Londra: Pluto.
- Philo, G. v. d. (1982). *Really Bad News*. Londra: Writers and Readers.
- Philo, Greg & Miller, David (2001). *Market Killing*. Londra: Pearson/Longman.
- Dijk, V. v. d. (eds) (1998). "Opinions and Ideologies in the Press." *Approaches to Media Discourse*. Oxford: Blackwell.



# **kilad**

## **Yazı Teslim Kuralları**

## Yayın İlkeleri

• **kilad**'da yayınlanmak üzere gönderilecek çalışmaların, iletişim veya iletişimle interdisipliner ilişkisi olan konuları ele alan, Türkçe, İngilizce, Fransızca veya Almanca, bilimsel, özgün çalışmalar olması gerekmektedir.

• Gönderilen çalışmaların başka bir yayın organında yayınlanmamış olması ya da yayınlanma aşamasında olmaması gerekmektedir.

• Kongre, toplantı, sempozyum gibi etkinliklerde bildiri olarak sunulmuş çalışmalar ve alana katkı sağlayacağı düşünülen tercümelemler de **kilad**'da yayınlanabilir.

• Tüm çalışmalar önce Yayın Kurulu'nca incelenir ve daha sonra konularına göre üç kişilik Danışma Kurulu'na gönderilir.

• Danışma Kurulu tarafından yayınlanması uygun bulunan çalışmaların telif hakkı **kilad**'a aittir; başka bir yerde yayınlanamaz. Yazar(lar)a telif ücreti ödenmez.

• Düzeltme istenen yazıların, en geç bir ay içinde editörlüğe tekrar gönderilmesi gerekmektedir. Belirtilen sürede geri gönderilmeyen yazılar, **kilad**'ın daha sonraki sayılarında yeniden değerlendirilmek üzere kabul edilir.

• Yayınlanması uygun görülen veya görülmeyen çalışmalar geri gönderilmez. Yazar(lar)a sadece bilgi gönderilir.

## Yazı Teslim Kuralları

• Çalışmalar 6000 kelimeyi geçmemelidir. 2000-3000 kelimelik daha kısa yorum yazıları veya tercümelemler de kabul edilmektedir.

• Çalışmalar A4 kağıdının bir yüzüne, sol ve sağ taraftan 2'şer cm.'lik boşluk bırakılarak, 12 punto harf karakteri, Times New Roman fontu ve 1,5 satır aralık ölçüsü kullanılarak yazılmalıdır. Çalışmalar alt başlıkları, ana başlığa göre bir küçük punto ve küçük harf kullanarak koyu ve sola bitişik şekilde yazılmalıdır.

• Yazar/yazarların isimleri çalışmanın başlığının hemen altında sağa bitişik şekilde verilmeli ayrıca yıldız dipnot şeklinde (\*) yazarın kurumu, unvanı sayfanın altında dipnotta belirtilmelidir.

• Girişten önce 200 kelimeyi geçmeyecek şekilde çalışmanın kapsamını, amacını, ulaşılan sonuçları ve kullanılan yöntemi özetleyen İngilizce özet verilme-



lidir. İngilizce ve Almanca çalışmalarda ise aynı şekilde Türkçe özet hazırlanmalıdır.

- Giriş bölümü kalın harfler ile **"1. Giriş"** şeklinde belirtilmelidir. Alt bölümler her bölüm içinde bölüm numarası kullanılarak **"1.1."**, **"1.2."** şeklinde numaralandırılmalıdır. Son bölüm sonuç/tartışma bölümü olmalı ve bunu sırasıyla notlar, kaynakça ve varsa ekler kısmı takip etmelidir.

- Çalışmalar, birisi orijinal, üçü de kopya olmak üzere toplam dört nüsha halinde ve CD ortamında gönderilmelidir. Disketin üzerindeki etikette yazarın adı, dosyanın adı ve kullanılan programın adı belirtilmelidir.

- Çalışmalar Microsoft Word kelime işlemcisi ile yazılmalıdır. Resim, fotoğraf, şekil ve grafikler için Windows Metafile (.WMF) ya da JPEG (.JPG) formatı kullanılmalıdır. Tüm çizimler, şekiller, grafikler ve fotoğraflar şekil olarak değerlendirilmelidir. Şekiller uygun bir başlık ile ardışık olarak numaralandırılmalıdır. Aynı şekilde tablolara da başlık ve numara verilmelidir.

- Türkçe yazılarda Türk Dil Kurumu'nun Yazım Kılavuzu, İngilizce yazılarda Oxford English Dictionary, Fransızca yazılarda Les Petit Larousse ve Almanca yazılarda da Duden örnek alınmalıdır. Türkçe çalışmalarda yabancı sözcükler yerine olabildiğince Türkçe sözcükler kullanılmalıdır.

- Yayınlanmak üzere gönderilen yazıların sadece bir nüshasına çalışmanın tam adını, içerik hakkında bilgi veren üç anahtar kelimeyi, yazar/yazarların bağlı oldukları kurumu, unvanlarını, kendilerine ulaşılacak adres, telefon, faks numaralarını ve e-posta adreslerini belirten bir kapak sayfası konulmalıdır.

## Kaynak Gösterme Kuralları

- Tüm referanslar metin içinde, sırasıyla yazarın soyadı, tarih ve gerekiyorsa sayfa numaraları yazılarak verilmelidir. Aynı kaynaklara yapılan göndermelerde de bu yöntem uygulanmalı ve "a.g.e.", "ibid.", "op. cit." gibi kısaltmalar kullanılmamalıdır.

- Metin içinde numaralandırılan notlar metnin sonunda numara sırasına göre ve kaynakça bölümünden hemen önce verilmelidir.

- Yazarın adı metinde geçmiyorsa ve kitaba atıf yapılıyorsa, yazarın soyadı ve tarih verilmelidir ( Jarvick 1996).

- Yazarın adı metinde geçmiyor ve belli sayfalar söz konusuysa, yazarın soyadı, tarih ve sayfa numarası verilmelidir ( Jarvick 1996: 111).

- Yazarın adı metinde geçmiyor ve birbirini takip etmeyen sayfalar söz konusuysa, yazarın soyadı, tarih ve sayfa numaraları ayrı ayrı verilmelidir ( Jarvick

1996: 111-3).

- Yazarın adı metinde geçiyorsa ve kaynakçada yazarın birden fazla eseri mevcutsa sadece bahis konusu olan kitabın yayın tarihi ve sayfa numarası (1996: 111).

- Yazarın adı metinde geçiyorsa ve kaynakçada bu yazarın bir eseri mevcutsa sadece sayfa numarası verilir (111).

- İki yazarlı kitaplarda her iki yazarın da soyadları yazılarak verilmelidir (Frantzich ve Sullivan 1996: 89).

- Yazarlar ikiden fazlaysa ilk yazarın soyadından sonra "ve diğerleri" anlamında "v.d." ibaresi kullanılmalıdır (Caroline Pauwels v.d. 2000: 89).

- Yazarın aynı yıl içinde yayınlanmış birden fazla eserine gönderme varsa, basım yılına a. b. c gibi harfler eklenerek kaynaklar birbirinden ayrılmalıdır (Noam 1991a: 34).

- Birden fazla kaynağa yapılan göndermeler noktalı virgülle ayrılmalıdır (Jarvick 1996: 234; Noam 1991: 45; Dörr 2000: 456).

- Metin içindeki alıntılar için çift tırnak kullanılmalıdır. 40 kelimededen uzun alıntılar, tırnak işaretleri kullanılmadan girintili paragrafta ve ana metne göre bir küçük punto ile verilmelidir. Alıntı içinde vurgulanan sözcükler ise tek tırnak ile verilmelidir. Kitap, film isimleri gibi özel nitelemeler italik harfler ile, yazarın vurgu yapmak istediği sözcükler ise tek tırnakla belirtilmelidir.

## **Kitap**

Çaplı, Bülent (1995). **Televizyon ve Siyasal Sistem**. Ankara: İmge Kitabevi.

### **İki Yazarlı Kitap**

Frantzich, Stephen ve John Sullivan (1996). *The C-Span Revolution*. Oklahoma: Oklahoma University Press.

### **Üç veya Daha Fazla Yazarlı Kitap**

Brett, P. D. v. d. (1986). *Mastering String Quartets*. San Francisco: Amaiti Press.

### **Çeviri Kitap**

Sennett, Richard (1996). *Kamusal İnsanın Çöküşü*. Çev., Serpil Durak ve Abdullah Yılmaz. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

### **Çeviri Makale**

Gayet, Joel (1998). "Le monde n'est plus ce qu'il e'tait. Le consommateur." Çev., Serra Görpe. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* 10: 269-280.

### **Dergiden Makale**

Hellman, Heiki (2000). "Public Service Television and The Tendency Towards Convergence: Trends in Programme Structure in Finland, 1970-1992." *Media Culture and Society* 1 (16): 47-69.

Jackson, Richard (1979). "Running Down the Up-escalator: Regional Inequity in Papua New Guinea." *Australian Geographer* 14 (May): 175-184.

### **Editörlü Kitaptan Makale**

Tekinalp, Şermin (1996). "Mainstream-Centering Political Views in Turkish Elections." *Political Communication Research-Approaches, Studies and Assessments*. David Paletz (der.) içinde. New Jersey: Ablex: 47-67.

### **İnternette Makale**

Oreja, Marcelino (2001). "To The Spanish Parliamentary Subcommittee on the RTV." <http://www.europa.int/comm/dg10/aupolicy/key-doc>, 3.3.2001.

### **Kitaptan Bölüm**

Kaiser, Ernest (1964). "The Literature of Harlem." *Harlem: A Community in Transition*. J. H. Clarke (der.) içinde. New York: Citadel Press.

### **Bildiri**

Özkan, Tuncay (2000). "Haberleşmede Çağdaş Yaklaşımlar." Birinci İletişim Kongresi, 1-3 Mart 2000. İstanbul.

### **Derleme Kitap**

Paletz, David (der.) (1996). *Political Communication Research-Approaches, Studies and Assessments*. New Jersey: Ablex.

### **Yazar Olarak Kurum Adı**

Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (2001). *Genel Yayın Planı 2002*. Ankara: Basın Yayın Müdürlüğü.

### **Gazete**

(Yazarlı)

Tortop, Nuri (1990). "Halkla İlişkilerin Önemi ve Ülkemizdeki Gelişmeler." *Milliyet*. 3.11.1990: 11.

(Yazarsız)

"Uzayda İlk Kez Ateş Yakıldı." *Hürriyet*. 21.01.2003: 40.

### **Yasal Düzenlemeler**

"Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun (3984 S.K)." *Açıklamalı Basın Kanunu ve İlgili Mevzuat*. Erman Özek (der.) içinde. İstanbul: Alfa Yayınları. 2000: 991-1002.

*Türkiye Cumhuriyeti Anayasası*. 1982. Md: 11.

Handwritten notes and markings along the right edge of the page, including a vertical line and some illegible scribbles.



# kilad

ISSN 1303-2771

## KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ ARAŞTIRMA DERGİSİ

Kocaeli Üniversitesi Umuttepe Merkez Yerleşkesi  
Eski İstanbul Yolu 10. Km.

41380 Üçtepeliler Mevkii / İzmit / Kocaeli

Tel: 0262 303 18 02 Fax: 0262 303 18 03

<http://if.kou.edu.tr/kilad/index.htm>