

Atatürk İletişim Dergisi
Journal of Atatürk Communication



Atatürk Üniversitesi
İletişim Fakültesi

Sayı 7 / Number 7
2014 Temmuz / July



Atatürk Üniversitesi
İletişim Fakültesi

Atatürk İletişim Dergisi
Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Adına

Sahibi

Prof. Dr. Uğur YAVUZ

Yayın Kurulu

Prof. Dr. Uğur YAVUZ (Başkan)
Prof. Dr. Naci İSPİR
Prof. Dr. Fatma GEÇİKLİ
Doç. Dr. Yusuf YURDİGÜL
Yrd. Doç. Dr. Besim YILDIRIM

Editör

Doç. Dr. Yusuf YURDİGÜL
Yrd. Doç. Dr. Besim YILDIRIM

Editör Yardımcısı

Arş. Gör. İbrahim Ethem ZİNDEREN

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü

Naci GÜRBULAK

Yayın Danışmanları

Prof. Dr. Uğur YAVUZ
Prof. Dr. Yusuf DEVRAN
Prof. Dr. Nilüfer SEZER
Prof. Dr. Suat GEZGİN
Prof. Dr. H. İbrahim DELİCE
Prof. Dr. Neşe KARS
Prof. Dr. Murat ÖZGEN
Prof. Dr. Bilal ARIK
Prof. Dr. Oya TOKGÖZ
Prof. Dr. Huriye KURUOĞLU
Prof. Dr. Selçuk HÜNERLİ
Prof. Dr. Ahmet ŞAHİNKAYA
Prof. Dr. Osman ÖZSOY
Prof. Dr. Ahmet Bülent GÖKSEL
Prof. Dr. Hamza ÇAKIR

Yedinci Sayının Hakemleri

Prof. Dr. Uğur YAVUZ
Prof. Dr. Nilüfer PEMBEÇİOĞLU
Prof. Dr. Naci İSPİR
Prof. Dr. Fatma GEÇİKLİ
Prof. Dr. Ergün YOLCU
Prof. Dr. Seçkin ÖZMEN
Pro. Dr. Bilal ARIK
Prof. Dr. Aslan GÜLCÜ
Prof. Dr. Ceyhan KANDEMİR
Doç. Dr. Emine KOYUNCU SAYILGAN
Doç. Dr. Adem YILMAZ
Doç. Dr. Hakan TEMİZTÜRK
Doç. Dr. Battal ODABAŞ
Doç. Dr. Nurdan AKİNER
Doç. Dr. Şükrü SİM
Doç. Dr. Serdar ERCİŞ
Doç. Dr. Raci TAŞÇIOĞLU
Doç. Dr. Derya TELLAN
Doç. Dr. Murat GÜREŞÇİ
Doç. Dr. Bahar EROĞLU YALIN
Doç. Dr. Yusuf YURDİGÜL
Yrd. Doç. Dr. İrfan HİDİROĞLU

Sekreteryası

Arş. Gör. İbrahim Ethem ZİNDEREN

Mizanpaj

Alper GÜRBÜZ

Kapak Tasarım

Aykut CAYIR

Yazışma Adresi

Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Merkez Kampus Erzurum
Tel: 0442 231 5151 / 231 5144
ibrahim.zinderen@atauni.edu.tr

ISSN: 2146-1538

Atatürk İletişim Dergisi hakemli bir dergidir.
Dergi yılda iki defa yayınlanır.
Yayınlanan yazıların sorumluluğu yazarlarına aittir.

İÇİNDEKİLER

1. Genç Kullanıcıların Demografik Özellikleri İle Sosyal Paylaşım Ağlarına Yaklaşım Düzeyleri Arasındaki İlişki ve Analitik bir Uygulama
Salih SEYHAN - M.Serdar ERCİŞ
2. Ana Haber Bültenlerinde Kadının Sunumu
Onur AKYOL
3. Yeni Gerçekçilik ve Luchino Visconti:
Sinema Tarihine Yeniden Bakmak
Barış KILINÇ
4. Esnek Uzmanlaşma Perspektifinden Amerikan Film Endüstrisi
Derya ÇETİN
5. Gözetim Tekniklerinin Güç İlişkileri Bağlamında Dönüşümü
ve Toplumsal Denetim ,
Oğuzhan Özgür GÜVEN
6. Televizyon Dizilerinde Dindarlığın Temsili: “Huzur Sokağı”
Dizisi Üzerinden Bir İnceleme
Mehmet Ferhat SÖNMEZ
7. Postmodern Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyon
Mesut AYTEKİN
8. Kadına Yönelik Şiddeti Özendiren Diziler Üzerine Etki Araştırması
Süleyman TÜRKÖĞLU
9. Sanal Aidiyet Bağlamında Zihinsel Diaspora: Facebook Örneği
Türker ELİTAŞ - Savaş KESKİN
10. Küreselleşme, İletişim ve Haber Dengesizliği
İlhan BİNGÖL - Mehmet KARACA
11. Sınır Ticaretinde Tüketicilerin İğdır İlinin Sosyo-Ekonomik Yapı Üzerindeki Etkileri
Ahmet DENİZ - Cavit YEŞİLYURT - Melahat AĞIRKAYA

GENÇ KULLANICILARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ İLE SOSYAL PAYLAŞIM AĞLARINA YAKLAŞIM DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ VE ANALİTİK BİR UYGULAMA

Salih SEYHAN*
M.Serdar ERCİŞ**

ÖZET

Çalışmanın amacı, sosyal paylaşım ağlarını yoğun olarak kullanan ve takip eden gençlerin demografik özellikleri ile sosyal medya paylaşım ağlarını kullanım düzeyleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Araştırmanın ana kitlesini Türkiye’deki 10-25 yaş arasında olan yaklaşık ondokuz milyon genç internet kullanıcısı oluşturmaktadır. Bu bağlamda ana kitleyi temsil etme yeterliğine sahip olan 410 genç kullanıcıya yüz yüze anket yöntemi uygulanmıştır. Veriler SPSS 20 istatistik paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verilerin analizinde ortalamalar, standart sapma, frekans dağılımları ve korelasyon analizinden yararlanılmıştır. Çalışmanın bulgularına göre, genç kullanıcıların cinsiyetleri, gelirleri ve eğitimleri ile tumblr, facebook, twitter, instagram, snap chat sitelerinin kullanımı arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif ilişki olduğu tespit edilmiştir ($p<0.05$). Buna karşın, kullanıcıların yaşı ile snap chat sitesi arasında ve kullanıcıların gelirleri ile tumblr’in kullanım sıklığı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı gözlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, chat, sosyal paylaşım, sosyal paylaşım ağları

ABSTRACT

This study aims to present the relationship between the demographic characteristics of the teenagers who intensively use and follow the social networking and the level of their usage. The main sample of the research equals to approximately nineteen million teenagers living in Turkey who are at the age of 10-25. In this context, face-to-face interview is made with 410 young users who are represent the main mass. The data is analyzed by the SPSS 20 Packaged Software of Statistics. In the analysis of the data, standard deviation, mean, frequency distribution and correlation analysis are used. The result of the research shows that there is significant and positive rela-

* Yrd.Doç.Dr. Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, salihseyhan34@gmail.com

** Doç.Dr. Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü,serdarerc@hotmail.com

onship between the usage of the websites such as tumblr, facebook, twitter, instagram and snap chat and the ages, sexes and the incomes of the users ($p<0.05$). However, it is observed that there is not a meaningful relationship between the age of the users and snap chat, also the incomes of the users and using frequency of tumblr.

Keywords: Social media, chat, social networking, social networking sites

GİRİŞ

Günümüzde iletişim teknolojileri ve bilgi işlem teknolojileri büyük bir hızla değişmekte ve gelişmektedir. Bu gelişme kişilerin internet ve web araçlarını daha fazla kullanmalarına yol açmaktadır. Bu araçlardan en önemlisi ise sosyal medyadır. Sosyal medya kullanıcıların kendilerini ifade ettikleri ve diğer kullanıcılar ile bağlantıda kaldığı yeni bir sanal medyadır. Sosyal medya günümüz insanının günlük rutinleri arasında kendine yer bulmuş ve her geçen gün daha fazla sayıda insanın kullandığı bir araçlar bütünü haline gelmiştir. Bu durum, tüm kullanıcıların internet, çevrimiçi veya sosyal medya olarak adlandırılan sanal ortamlardaki medyalarda iletişim faaliyetlerini yürütmelerine neden olmaktadır (Ziyeeparvar, 2009: 169). Söz konusu sanal ortamların kullanıcıları içinde gençler önemli bir orana sahiptirler. Genç kullanıcılar artık sadece geleneksel medyayı değil, artan şekilde interneti ve mobil iletişim araçlarını da kullanmaktadırlar. Tüketiciler artık akıllı telefon, tablet bilgisayar vb. mobil cihazlar aracılığıyla kolayca internete bağlanabilmekte ve günlük işlerini tek bir araç ile gerçekleştirebilmektedirler. Tüketiciler sanal medyada, bu medyanın / araçların sunduğu sosyal özelliklerden faydalanarak paylaşım yapmakta, diğer kullanıcılar ile bağlantıda kalmakta ve interaktif bir iletişimin tarafı olmaktadır. Bu web ortamı normal kullanıcılara kendi istedikleri içerikleri üretme ve kendi düşüncelerini, kendi bakış açılarını diğerleri ile paylaşma imkânını sunmakta (Jalali, 2009:198) ve Web ortamını kullanarak kişiler arası konuşma ve iletişime olanak sağlamaktadır (Breakenridge, 2009:15). Bu noktadan hareketle, sosyal medya ağlarına yönelik bu çalışma, sosyal paylaşım ağlarını yoğun olarak kullanan ve takip eden gençlerin demografik özellikleri ile sosyal medya paylaşım ağlarını kullanım düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesini hedeflemektedir. Çalışma iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, sosyal medyaya ilişkin teorik bilgiler verilmektedir. İkinci bölümde sosyal paylaşım ağlarını yoğun olarak kullanan ve takip eden gençlerin demografik özellikleri ile sosyal medya paylaşım ağlarını kullanım düzeyleri arasındaki ilişkinin ortaya konulmasına yönelik bir uygulama yer almaktadır.

1. SOSYAL MEDYA KAVRAMI, TANIMI VE ÖNEMİ

İnternet var olduğundan, Web 2.0 çıkana kadar tek yönlü bilgi paylaşımından söz etmek mümkündü. Bilgiler web sitesi yöneticileri tarafından hazırlanır ve ziyaretçinin hizmetine sunulurdu. İnternetin gelişmesiyle çift yönlü ve eş zamanlı olarak bilgi paylaşımına başlanması ve bilgilere hemen ulaşılmasını sağlayan medya sistemin sosyal medya kavramının ortaya çıkmasına neden oldu.

Sosyal medyanın ortaya çıkışının tarihsel süreci 1979 yılında Jim Ellis ve TomTruscott tarafından kurulan Usenet ile başlamaktadır. Usenet; dünya genelindeki internet kullanıcılarına mesaj atma imkânı sunan bir tartışma plat-

formudur. Günümüzdeki kullanımı anlamında sosyal medyanın ortaya çıkışı ise 1989 yılında Bruce ve Susan Abelson tarafından kurulan ve çevrim içi günlük yazan kişileri bir toplulukta toplayan Open Diary Web sitesi ile gerçekleşmektedir. İnternet hızının gittikçe arttığı ve geniş bant servislerinin çoğalması ile MySpace (2003) ve Facebook (2004) gibi yeni sosyal ağ siteleri kurulmuş ve sosyal medya oluşma aşaması bu şekilde gelişmiştir (Kaplan ve Haenlein, 2009:60). Sosyal medya, birbirinden bağımsız olarak gelişmiş ve tüketicilerin kendi içeriklerini yansıtabilmelerini ve başkalarıyla paylaşmalarını sağlayan çevrim içi uygulamalardır (Gülsoy, 2009:245). Diğer bir ifadeyle, sosyal medya, Web 2.0 teknolojilerinin kullanıldığı iletişim ortamlarıdır. Konuşmalar, bağlantılar ve katılımlardan kaynaklanan Web 2.0 durakları, iletişim araçları, siteleri ve çevrim içi yayınları içemektedir (Gunelius, 2011:10). Sosyal medya insanların sosyalleşmek için kullandıkları medya türü olarak ifade edilebilir (Safko, 2010:3). Sosyal medya topluluk merkezli Web sitelerinde bilgi, tecrübe ve bakış açılarının paylaşılması ile ilgilidir. Sosyal medya; Web 2.0 teknolojilerinin ve kullanıcı tabanlı içeriğin doğal bir sonucudur. Web 1.0'ın statik, program tabanlı ve tek kişilik üreticiliği karşısında Web 2.0'in dinamik, kullanıcılara içerik yaratma imkânı veren ve sosyal tabanlı olması durumu, sosyal medyanın doğuşunda önemli bir yer tutmaktadır (Mangold, 2009:357).

2. SOSYAL MEDYA AĞLARI

Kullanıcıların arkadaşlarıyla sürekli bir iletişim içinde kalmasına ve metin, fotoğraf, video ve müzik gibi içeriklerini paylaşmalarına izin veren sosyal ağlar, günümüz gençlerinin en önemli sosyalleşme araçlarından birini oluşturmaktadır (Wang, 2012:35). Kişisel verilerin paylaşılabilir olduğu, internet üzerinden kişisel foto, adres ve önemli bilgilerin paylaşıldığı bir ortam içerisinde, sosyalleşmenin önemi büyüktür (Lister, 2009:55). Sosyal ağlar da büyük kişisel verilerin saklanmasında, ilişkilendirilmesinde ve kategorileştirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Sosyal ağlar, bir topluluk içerisindeki ilişkilerin ziyaretçiler tarafından oluşturulması sonucunda oluşan ağlardır (Bursa ve Ünalır, 2010:155). Sosyal medya uygulamalarında içeriği tamamen bireyler belirler ve bireyler birbirleri ile sürekli bu uygulamalar üzerinden etkileşim halindedirler (Miller, 2009:40). Kısacası Web 2.0 teknolojisi zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın paylaşımın, etkileşimin ve tartışmanın esas olduğu bir iletişim şekli olan ve insanların fikirlerini, görüşlerini, deneyimlerini, perspektiflerini paylaşmak ve birbirleriyle iletişim halinde bulunmak için kullandıkları online platformlar olarak ifade edilen, aynı zamanda, nispeten sansürsüz, her türlü farklı görüş, bakış açısı ve yaklaşımı içeren ve çoğu çıkar gruplarından bağımsız olduğu için göreceli olarak tarafsız, aynı zamanda kendine özgü araçları sayesinde son derece interaktif ve paylaşımcı olarak ifade edilen (Kahraman, 2010:41) yeni internet konseptine “Web 2.0”

adı verildi. Web 2.0 ilk zamanlar sosyal ağ siteleri, bloglar ve wikiler ile karşımıza çıkmaktaydı. Daha sonraları bu terimin içi başka internet teknolojileri ile dolduruldu. Web 2.0 ile birlikte ortaya çıkan sosyal medya, web hizmetini iyileştirmek amacıyla ziyaretçilerin siteye katılımını sağlamak, yine aynı amaçla diğer sitelerle ve ziyaretçilerle işbirliği yapmak fikrine dayanan bir akım olduğu da söylenebilir. Sosyal medya ağları içinde genel olarak birçok farklı uygulama mevcuttur. En çok kullanılan uygulamalardan bazıları olarak Facebook, YouTube, MySpace, LinkedIn, Twitter, Tumblr, Instagram, Snap Chat uygulamaları, Wikipedia ve Blog ağları ifade edilebilir.

3. GENÇ KULLANICILARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ AÇISINDAN SOSYAL PAYLAŞIM AĞLARINA YAKLAŞIM DÜZEYLERİNE YÖNELİK BİR ALAN ARAŞTIRMASI

3.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmada, sosyal paylaşım ağlarını yoğun olarak kullanan ve takip eden gençlerin demografik özellikleri ile sosyal medya paylaşım ağlarını kullanım düzeyleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amaçlanmıştır.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Yöntemi

Türkiye’de yaklaşık 26 milyon olan internet kullanıcısı vardır. Bu sayının 19 milyonunu gençler oluşturmaktadır. Bu nedenle araştırmanın evrenini söz konusu 19 milyon genç internet kullanıcısı oluşturmaktadır. Araştırmanın örnek büyüklüğü %5 hata payı ve %95 güven aralığında $n = \pi (1 - \pi) / (e/Z)^2$ formülü ile 400 olarak belirlenmiştir (Kurtulus, 1998, s.235 ve Yamane, 1989: 396). Anket kolayda örneklem yöntemi ile seçilen 430 kişiye uygulanmıştır. Yanlış ve eksik doldurulan anketler elendikten sonra toplam 410 anket değerlendirilmeye alınmıştır. Anket çalışması öğrencilere gerekli eğitim verildikten sonra yüz yüze mülakat şeklinde uygulanmıştır. Araştırmada 5’li likert tipi ölçek kullanılmıştır (1=kesinlikle katılmıyorum ve 5=kesinlikle katılıyorum).

Araştırma için kesin anket formu hazırlanıp veri toplanmasına geçilmeden önce araştırma örneğini temsil edecek şekilde seçilen 20 kişiye ön test yapılmış ve bu kişilerden oluşan ölçeği değerlendirerek anket formundaki soruların anlaşılabilirliğini belirtmeleri istenmiştir. Anket formu bu değerlendirmelerden sonra tekrar test edilmiş ve forma son şekli verilmiştir. Veriler SPSS 20 istatistik paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verilerin analizinde ortalamalar, standart sapma, frekans dağılımları, korelasyon ve regresyon analizinden yararlanılmıştır.

3.3. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın amacı ve modeli doğrultusunda araştırmanın hipotezleri şu şekilde belirlenmiştir.

H1: Genç sosyal medya kullanıcılarının yaşları ile sosyal medya chat ağlarını kullanım sıklığı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H1a: Genç sosyal medya kullanıcılarının yaşları ile tumblr'in kullanım sıklığı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H1b: Genç sosyal medya kullanıcılarının yaşları ile facebook'un kullanım sıklığı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H1c: Genç sosyal medya kullanıcılarının yaşları ile twitter'in kullanım sıklığı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H1d: Genç sosyal medya kullanıcılarının yaşları ile Instagram'ın kullanım sıklığı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H1e: Genç sosyal medya kullanıcılarının yaşları ile Snap Chat'in kullanım sıklığı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Genç sosyal medya kullanıcılarının cinsiyetleri ile sosyal medya chat ağlarını kullanım sıklığı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H2a: Genç sosyal medya kullanıcılarının cinsiyetleri ile tumblr'in kullanım sıklığı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H2b: Genç sosyal medya kullanıcılarının cinsiyetleri ile facebook'un kullanım sıklığı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H2c: Genç sosyal medya kullanıcılarının cinsiyetleri ile twitter'in kullanım sıklığı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H2d: Genç sosyal medya kullanıcılarının cinsiyetleri ile Instagram'ın kullanım sıklığı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H2e: Genç sosyal medya kullanıcılarının cinsiyetleri ile Snap Chat'in kullanım sıklığı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H3: Genç sosyal medya kullanıcılarının gelirleri ile sosyal medya chat ağlarını kullanım sıklığı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H3a: Genç sosyal medya kullanıcılarının gelirleri ile tumblr'in kullanım sıklığı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H3b: Genç sosyal medya kullanıcılarının gelirleri ile facebook'un kullanım sıklığı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H3c: Genç sosyal medya kullanıcılarının gelirleri ile twitter'in kullanım sıklığı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H3d: Genç sosyal medya kullanıcılarının gelirleri ile Instagram'ın kullanım sıklığı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H3e: Genç sosyal medya kullanıcılarının gelirleri ile Snap Chat'in kullanım sıklığı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H4: Genç sosyal medya kullanıcılarının eğitimleri ile sosyal medya chat ağlarını kullanım sıklığı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H4a: Genç sosyal medya kullanıcılarının eğitimleri ile tumblr'in kullanım sıklığı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H4b: Genç sosyal medya kullanıcılarının eğitimleri ile facebook'un kullanım sıklığı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H4c: Genç sosyal medya kullanıcılarının eğitimleri ile twitter'in kullanım sıklığı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H4d: Genç sosyal medya kullanıcılarının eğitimleri ile Instagram'ın kullanım sıklığı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H4e: Genç sosyal medya kullanıcılarının eğitimleri ile Snap Chat'in kullanım sıklığı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

4. VERİLERİN ANALİZİ

4.1. Tüketicilerin Demografik Özellikleri

Genç sosyal medya kullanıcılarının demografik bilgilerine ilişkin frekans dağılımları tablo 1'de verilmektedir.

Tablo 1. Sosyal Medya Kullanıcılarının Demografik Özellikleri

		F	%
Yaş	10-15	151	37
	16-20	143	35
	21-25	116	28
Cinsiyet	Kadın	185	45
	Erkek	225	55
Gelir (Aylık)	0-500	55	14
	501-1000	200	48
	1001-1500	57	14
	1501-2000	55	14
	2001+	43	10
Eğitim	İlk Öğretim	35	9
	Orta Öğretim	145	35
	Lisans	155	38
	Y. Lisans	75	18

Tablo 1'de görüldüğü gibi cevaplayıcıların %45'i kadın, %55'i erkek kullanıcılardan oluşmaktadır. Kullanıcıların %37'si 10-15, % 35'i 16-20 ve % 28'i 21-25 yaşları arasındadır. Gelir açısından bakıldığında; 0-500 TL. arası gelire sahip olanlar % 14, 501-1000 TL. arası gelire sahip olanlar %48, 1001-1500 TL. arası gelire sahip olanlar %14, 1501-2000 TL. arası gelire sahip olan-

lar %14 ve 2001TL.ve üstü gelire sahip olanlar %10 oranındadır. Eğitim olarak, %9'u İlk Öğretim, %35'i Orta Öğretim, %38'i Lisans ve %18'i Yüksek Lisans eğitime sahiptir.

4.2. Kullanıcıların Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Oranlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatikler

Cevaplayıcıların sosyal medya sitelerini kullanma oranları Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo.2. Kullanıcıların Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Oranları

Haftalık Saat	F	%
0-10	15	4
11-20	54	13
21-30	91	22
31-40	133	32
41+	117	29
Toplam	410	100

Katılımcılara sosyal medya sitelerini haftalık kullanım oranları sorulduğunda, 0-10 saat -%4, 11-20 saat -%13, 21-30 saat -%22, 31-40 saat -%32, 41 ve üstü saat-%29 oranında olduğu gözlenmiştir.

4.3. Kullanıcıların Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Sıklığına İlişkin Tanımlayıcı İstatikler

Tablo.3. Kullanıcıların Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Sıklığı

	Ort.	Std. Sapma
Tumblr	1,65	1,24
Facebook	3,35	1,29
Twitter	3,79	1,19
Instagram	1,66	1,14
SnapChat	2,58	1,97
Toplam	13,03	6,83

Kullanıcıların sosyal medya sitelerini kullanma sıklığına bakıldığında, en çok Twitter 3,79 ve Facebook 3,35 oranla ve en az Tumblr 1,65 oranla kullanıldığı gözlenmektedir. Grup güvenilirlik katsayısı (Cronbach' Alpha) 0,81'tir.

4.4. Kullanıcıların TUMBLR, FACEBOOK, TWITTER, INSTAGRAM, SNAP CHAT Sitelerini Kullanım Dağılımına İlişkin Tanımlayıcı İstatikler

Tablo.4. Gençlerin Tumblr, Facebook, Twitter, Instagram, Snap Chat Sitelerini Kullanım Dağılımı

	Ort.	Std. Sap
Başkalarının yazdığı Tumblr leri okurum	1,03	1,19
Tumblr yazılarına yorum yaparak katkıda bulunurum	1,44	1,32
Kendi Tumblrlerimi yazar ve yayınlam	1,67	1,20
Kendi mikroblog profilimde paylaşımlarda bulunurum (Twit atarım).	3,45	1,99
Diğer kullanıcıların iletilerini (twit) paylaşıyorum	3,86	1,01
Diğer kullanıcılardan iletimde (twit) bahsederim	3,85	1,10
Face_nde arkadaşlarımın durum güncellemesi ve içerik paylaşımlarını izlerim.	2,99	1,90
Face_nde arkadaşlarımla mesajlaşıyorum.	3,77	2,11
Face_nde durum güncellemesi yaparım.	2,85	1,90
Face_nde arkadaşlarımın içerik paylaşımlarına yorum yaparım.	3,99	1,87
Face_nde sosyal ağ sitesine resim, video yüklerim.	3,01	2,33
Face_nde yeni arkadaşlar edinirim	3,88	2,22
Instagram kullanmaları için arkadaşlarımı davet ederim.	1,78	2,34
Instagram'ı kullandığım için memnunum.	1,67	2,80
Snap Chat'de bulunan içeriği izlerim	1,45	1,99
Snap Chat'de İçeriklere yorum yaparım.	1,11	2,02
Snap Chat'de diğer kullanıcılar ile mesajlaşıyorum	2,13	2,44
Toplam	43,67	35,74

Gençlerin Tumblr, Facebook, Twitter, Instagram, Snap Chat sitelerini kullanım dağılımına bakıldığında, Face’de arkadaşlarının içerik paylaşımlarına yorum yaparım % 3,99, Face’de yeni arkadaşlar edinirim %3,88, Diğer kullanıcıların iletilerini (twit) paylaşırım %3,36, Diğer kullanıcılardan iletimde (twit) bahsederim %3, 85 oranında en yüksek ve Başkalarının yazdığı Tumblrleri okurum %1,03, Snap Chat’de İçeriklere yorum yaparım %1,11 oranında en düşük değeri almışlardır. Grup güvenilirlik katsayısı (Cronbach’ Alpha) 0,85’tir.

4.5. Kullanıcıların Demografik Özellikleri İle Sosyal Medya Sitelerine İlişkin Korelasyon Analizi

Kullanıcıların demografik özellikleri ile sosyal medya siteleri arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları tablo 5’te gösterilmiştir.

Tablo 5. Korelasyon Analizi Sonuçları

PR						
Marka Değeri		Tumblr	Facebook	Twitter	Instagram	Snap Chat
Yaş	Korelasyon	,143**	,530**	,535**	,147**	,-138
	P.	,001	,000	,000	,000	,000
	N	410	410	410	410	410
Cinsiyet	Korelasyon	,202**	,414**	,257**	,208*	,014
	P.	,000	,000	,000	,010	,734
	N	410	410	410	410	410
Gelir	Korelasyon	-,014	,109*	,137	,363**	,245**
	P.	,737	,000	,000	,000	,000
	N	410	410	410	410	410
Eğitim	Korelasyon	-,104	-,100	-,239	-,211	-,323
	P.	,000	,000	,000	,000	,000
	N	410	410	410	410	410410

** : p<0,01 * : p<0,05

Kadın Kullanıcıların Yaşı İle Sosyal Medya Chat Sitelerini Kullanımı Arasındaki İlişki: Sosyal medya chat sitelerini kullanan gençlerin yaşı ile sosyal medya siteleri arasındaki ilişkiye bakıldığında; Kullanıcıların yaşı ile Tumblr, Facebook, Twitter, Instagram, sitelerinin kullanımı arasında istatistik olarak anlamlı ve pozitif ilişki olduğu tespit edilmiştir (p<0.05). Buna karşın, kullanıcıların yaşı ile Snap Chat sitesi arasında anlamlı bir ilişki olmadığı gözlenmiştir. En yüksek ilişkinin kullanıcıların yaşı ile Twitter arasında olduğu

(0,535) ve ikinci sırada yüksek ilişkinin kullanıcıların yaşı ile Facebook arasında olduğu gözlenmiştir (0,530). Kullanıcıların yaşı ile en düşük seviyedeki ilişkinin Tumblr ile olduğu gözlenmiştir. (0,143) Buna karşın, kullanıcıların yaşı ile snap chat sitesi arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olmadığı gözlenmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda H1a, H1b, H1c ve H1d hipotezleri kabul edilirken, H1e hipotezi red edilmiştir.

Kullanıcıların Cinsiyeti İle Sosyal Medya Siteleri Arasındaki İlişki: Sosyal medya chat sitelerini kullanan gençlerin cinsiyeti ile sosyal medya chat siteleri arasındaki ilişkiye bakıldığında; Kullanıcıların cinsiyeti ile Tumblr, Facebook, Twitter, Instagram, Snap Chat sitelerinin kullanımı arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif ilişki olduğu tespit edilmiştir ($p<0.05$). En yüksek ilişkinin kullanıcıların cinsiyeti ile Facebook (0,414) ve Twitter (0,257) arasında olduğu görülmektedir. En düşük seviyedeki ilişkinin ise, Snap Chat (0,14) ile olduğu gözlenmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda H2a, H2b, H2c, H2d ve H2e hipotezleri kabul edilmiştir.

Kullanıcıların Geliri İle Sosyal Medya Siteleri Arasındaki İlişki: Sosyal medya chat sitelerini kullanan gençlerin geliri ile sosyal medya chat siteleri arasındaki ilişkiye bakıldığında; Kullanıcıların geliri ile Tumblr, Facebook, Twitter, Instagram, Snap Chat sitelerinin kullanımı arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif ilişki olduğu tespit edilmiştir ($p<0.05$). En yüksek ilişkinin kullanıcıların geliri ile Instagram (0,363) ve Snap Chat (0,245) arasında olduğu görülmektedir. Kullanıcıların geliri ile en düşük seviyedeki ilişkinin Facebook ile olduğu gözlenmiştir (0,109). Buna karşın, kullanıcıların geliri ile Tumblr sitesi arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olmadığı gözlenmiştir (-0,14). Bu sonuçlar doğrultusunda H3b, H3c, H3d ve H3e hipotezleri kabul edilmiştir. H3a hipotezi ise red edilmiştir.

Kullanıcıların Eğitimi İle Sosyal Medya Siteleri Arasındaki İlişki: Sosyal medya chat sitelerini kullanan gençlerin eğitimi ile sosyal medya chat siteleri arasındaki ilişkiye bakıldığında; Kullanıcıların eğitimi ile Tumblr, Facebook, Twitter, Instagram, Snap Chat sitelerinin kullanımı arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif ilişki olduğu tespit edilmiştir ($p<0.05$). En yüksek ilişkinin kullanıcıların eğitimi ile Instagram (0,363) ve Snap Chat (0,245) arasında olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda H4a, H4b, H4c, H4d ve H4e hipotezleri kabul edilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma da, sosyal medyayı yoğun olarak kullanan ve takip eden kullanıcıların demografik özellikleri ile sosyal medya ağlarının kullanımı arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amaçlanmıştır. Çalışmada, genç kullanıcıların demografik özellikleri ve sosyal medya ağları olarak iki temel parametre ele alınmıştır. Genç kullanıcıların demografik özellikleri; genç tüketicilerin yaşları, genç tüketicilerin cinsiyetleri, genç tüketicilerin gelirleri ve genç tüketicilerin eğitimleri olarak ele alınmıştır. Sosyal medya ağları ise; Tumblr, Facebook, Twitter, Instagram ve Snap Chat siteleri olarak ele alınmıştır. Çalışmada genç katılımcıların çoğunluğu 16-20 yaş arası 501-1000 TL. gelire sahip olan erkek kullanıcılarıdır. Katılımcıların sosyal medya sitelerini haftalık kullanım oranlarının 0-10 saat %4, 11-20 saat %13, 21-30 saat %22, 31-40 saat %32, 41 ve üstü saat %29 oranında olduğu gözlenmiştir. Bununla beraber, kullanıcıların sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı, büyükten küçüğe olmak üzere, Twitter 3,79 ve Facebook 3,35 oranla ve en az kullanım olarak Tumblr 1,65 oranla kullanıldığı gözlenmiştir. Grup güvenilirlik katsayısı (Cronbach' Alpha) 0,81 olarak bulunmuştur. Genç kullanıcıların, face' de arkadaşlarının içerik paylaşımlarına büyük oranda yorum yaptıkları, yeni arkadaşlar edindikleri ve diğer kullanıcıların iletilerini (twit) paylaştıkları gözlenmiştir.

Araştırmadan elde edilen bu bulgulara göre; Medya kullanıcılarının yaşı ile sosyal medya ağlarını kullanım arasındaki ilişkiye bakıldığında, kullanıcıların yaşı ile Tumblr, Facebook, Twitter, Instagram, sitelerinin kullanımı arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif ilişki olduğu tespit edilmiştir ($p<0.05$). Buna karşın, kullanıcıların yaşı ile Snap Chat sitesini kullanım oranı ve kullanıcıların gelirleri ile Tumblr ağı arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki olmadığı gözlenmiştir. Kullanıcıların cinsiyetleri, gelirleri ve eğitimleri ile Tumblr, Facebook, Twitter, Instagram, Snap Chat sitelerinin kullanımı arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif ilişki olduğu tespit edilmiştir.

KAYNAKÇA

Bozarth, J. (2010). *“Social Media For Trainers.”* San Francisco: Pfeiffer Publish.

Breakenridge, Deirdre (2008), *“PR2.0 new medis, new tools, new audiences”*, New Jersey, FT Press.

Bursa, Okan ve Murat Osman Unalır (2010). *“Sosyal Ağlar ve Profil Yöntemine Etkileri,”* <http://ab.org.tr/ab10/bildiri/155.doc>, 03.02.2010

Gunelius, S. (2011). *“30 Minute Social Media Marketing.”* New York: McGraw Hill

Gülsoy, T. (2009). *“Etkileşimli Medya ve Pazarlama Terimler Sözlüğü”*

Jalali, Ali Akbar; *“Halkla ilişkiler 2.0”*, Tahran, Kargozare ravabet omumi yayınevi.

Kahraman, Murat. (2010). *“Sosyal Medya 101,”* 1.Baskı. İstanbul: Media-cat.

Kaplan, A. M.,ve Haenlein, M. (2010). *“Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizons”* (53), 59-68

Lister, M. (2009). *“New Media: A Critical Introduction.”* New York: Routledge Publishing

Mangold, G. (2009). *“Social Media: The New Hybrid Element of Promotion Mix.”* Business Horizons (52), 357-365.

Miller, R. (2009). *“Consumer Use of the Internet ve Mobile Web. 40”*

Safko, L. (2010). *“The Social Media Bible”*. New Jersey: John Wiley and Sons.

Wang, Yu. (2012). *“Social Media Peer Communication and Impacts on Purchase Intentions: A Consumer Socialization Framework, Journal of Interactive Marketing, 35”*

ANA HABER BÜLTENLERİNDE KADININ SUNUMU

Onur AKYOL*

ÖZET

Yeni iletişim teknolojileri ve özellikle internet ile birlikte habere ulaşma yöntemleri çeşitlilik göstermektedir. Buna karşılık günümüzde hala en etkili haber alma aracı televizyondur. Televizyonda bireylerin düzenli olarak haber ihtiyaçlarını karşıladıkları programlar ise kanalların ana haber bültenleridir. Televizyon kanallarının prestijini oluşturan ana haber bültenleri aynı zamanda televizyon kanalının hakim politikasının bir ürünü olarak oluşturulmaktadır. Bu bağlamda, habere konu olan kadının sunumu televizyon kanalının diğer programlarında da tekrarlanmaktadır. Çalışmamızın amacı, ana haber bültenlerindeki kadının konumunu feminist eleştiri bağlamında inceleyerek ana haber bültenleri özelinden kadının medyadaki sunumunu araştırmaktır. Araştırmamız kapsamında belirlenen üç kanalın ana haber bültenleri niceliksel içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir.

ABSTRACT

New communication technologies and methods for reaching news have varied by means of internet. However, the most effective communication mean is the television. Television programs which supplies the individual's getting information is main news bulletin of the television's channel. Main news bulletin which comprises television channel's prestige have also been comprised as a product of television channel's dominant politics. In this sense, the presentation of the woman who is the subject for the information have also been repeated in the other programs of the channel. The purpose of our study is to search the presentetation of woman by analyzing feminist critics in line with the position of the woman in main news bulletin. Main bulletin news of three television channels have been analyzed by quantitative content method.

*Yrd. Doç. Dr. Onur Akyol, Arel Üniversitesi, Medya ve İletişim Sistemleri, E-Posta: onurakyol@arel.edu.tr

GİRİŞ

Günümüzde, yeni iletişim teknolojileri ve özellikle internete rağmen televizyon, kitlelerin haber gereksinimini en çok karşılayan haber kaynağı konumundadır. Radyo Televizyon Üst Kurulunun 2007 yılında haberin algılanmasına yönelik yaptığı “Televizyon Haberleri İzleme Eğilimleri Araştırması” başlıklı çalışma, halkın büyük çoğunluğunun (% 68.7) her gün, düzenli olarak televizyon haberlerini izlediğini ortaya koymaktadır (RTÜK Kam., Yay. Ar., 2007: 35). Yine aynı çalışmada “Gün İçerisinde Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı” araştırıldığında, % 78.6 oranı ile “akşam (ana haber)” kuşağının en çok izlenen haber olduğu ortaya çıkmıştır (RTÜK Kam., Yay. Ar., 2007: 17).

İletişim araçlarının etkinlik ve yaygınlık kazandığı toplumlarda, insanların içinde yaşadıkları toplumsal gerçekliği anlamlandırmaları okudukları, izledikleri, dinledikleri haberler ile yakından ilişki içerisindedir (Uzun, 2002: 13). Televizyon haberleri de, diğer televizyon programları gibi yapılmaktadır. Haber, olanı aktarmaktan çok gerçeğin, kendi formu içinde yeniden kurulduğu ve dolayısıyla yeniden kurguladığı yapımlardır (Watson’dan akt. Rigel, 2000: 179). Televizyon programlarının izleyicilerin tutum ve davranışlarının programlandığı (Berger 1993: 95) yapımlar olduğu düşünüldüğünde televizyon haberlerinin, yalnızca günlük haber ve enformasyon gereksinimini karşılamakla yetinmediğini, aynı zamanda geleceğe yönelik bireysel ve toplumsal tutum ve davranışlar konusunda da yönlendirici rol oynadığını söylemek mümkündür (Kars, 2004: 544).

Geniş bir açıdan bakıldığında haber, tarihsel bağlamda üstün gelen değerleri biçimlendirir ve yansıtır (Ergül, 2000: 78). Bu anlamda televizyon haberleri Türkiye’de, ataerkil toplumdaki cinsiyet rollerinin gelenekselleşmesinde ve içselleştirilmesinde doğrudan görev almaktadır. Ataerkil yapı, kadın ve erkek olarak ayrılan cinsiyetlerin her biri için kişilik özellikleri, davranış ve iş bölümü olarak betimlemiştir. Buna göre erkek, hırçın, bağımsız, kendine güvenen, aktif, mantıklı, egemen, güçlü; kadın ise, bağımlı, yumuşak, itaatkâr, duygusal, pasif, mantıksız, nazik şeklinde belirlemiştir (Nelson’dan akt. Fiske, 1997: 203).

İnsanı yalnızca kadın ve erkek olarak ayırmayı sağlayan cinsiyet kavramından daha farklı ve kapsamlı olan toplumsal cinsiyet, bu farklılıkların politik, ekonomik ve davranışsal tüm farklılıkları içerdiği toplumsal bir sistem olarak açıklanabilir (Hill, 2003: 12). Bu toplumsal sistem ataerkil söylemin egemenliğindedir. Kitle iletişim araçları içerisinde özellikle televizyon, toplumsal cinsiyetin sürekli egemen olduğu ve yeniden üretildiği, ataerkil hakim ideolojinin en yoğun işlendiği araçtır. Televizyonda oluşan imgeler cinsiyetçi kalıplar içer-

mektedir. Cinsiyetçilik ise, kadının ikincil bir konumda gösteren toplumsal cinsiyete bağlı bir ayrımcılığı ifade etmektedir.

Anaakım medya, hakim liberal-kapitalist sistem içinde konumlandırarak, kadın bedenini cinsiyetçi bakış açısını pekiştiren, kadınlık rollerine ilişkin ege-men tanımları üreten, kadınlığı belli imge ve yaşam tarzları içinde şekillendi-ren söylem pratikleri ile çeşitli imgeleri toplum içerisinde dolaşıma sokmaktadır (Binark, www.ucansupurge.org/newhtml/130204/130204medya2.php?PHPSESSID=58b, 4 Kasım 2007). Bu nedenle, televizyon prog-ramları içerisinde en çok ilgi çeken ana haber bültenleri içerisindeki kadın su-numunun ayrıca incelenmesi önem kazanmaktadır.

Bu çalışmada ataerkil düşüncenin hakim olduğu Türkiye’de “Ana Haber Bültenlerinde Kadın Sunumu” feminist eleştiri bağlamında incelenecektir.

“Feminizm: kadınların dünyanın her yerinde baskı altında olma ve erkelerin bağımlı olma özelliklerini ele alıp tartışan bir kuram; tüm kadınları erkeklerin üstünlüğünden ve sömürsünden kurtarmayı amaçlayan siyasal bir kuram ve pratik” (Mutlu, 1995: 129).

Kadınların toplum içindeki rollerini ve haklarını genişletmeyi öngören bir doktrin olarak tanımlayabileceğimiz (Ekal v.d., 1997: 111) feminist yakla-şımın birçok farklı çeşidi bulunmaktadır. Bunlar; liberal feminizm, marksist feminizm, sosyalist feminizm, radikal feminizm gibi. Bu çeşitlenme feminist yaklaşım içinde farklı ideolojik temellerden kaynaklanan görüşlerin ortaya konmasından kaynaklanmaktadır (Mutlu 1995: 129). Temelde feminist yak-laşım, ataerkil toplumsal düzeni eleştirmekte, bu düzen içinde kadınların değersizleştiklerini varsaymakta ve bunun nedenlerini sorgulamaktadırlar (İmançer, www.felsefeekibi.com/site/default.asp?PG=1110, 20 Kasım 2007).

Bu bağlamda çalışmamızın amacı Türkiye’de ana haber bültenlerindeki kadının konumunu feminist eleştiri bağlamında inceleyerek ana haber bülten-leri özelinden kadının medyadaki sunumunu araştırmaktır.

Bu çerçevede araştırmamız, rastlantısal olarak seçilen 30 Haziran - 4 Tem-muz tarihleri arasında reyting ölçümlerine göre en çok izlenen ilk üç ana haber bültenlerinin yayınlandığı kanallar çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Bu ka-nallar, ATV, KANAL D ve TRT1’dir. Belirtilen televizyon kanallarının ana haber bültenleri niceliksel içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Araştırma verileri doğrultusunda haber bültenlerinde kadın sunumu ile ilgili alt başlıklar oluşturulmuştur. Bunlar; Haberde Aktör Olarak Kadın Kullanımı, Haberde Spiker Olarak Kadın Kullanımı, Haberde Perfore Ses Olarak Kadın Kullanımı, Konunun Uzmanı Olarak Kadın Kullanımı’dır.

1. HABERDE AKTÖR OLARAK KADIN KULLANIMI

Haber aktörü olarak haberin konusu olan kişi ya da kişiler ifade edilmiştir. Haber metni içerisinde ve pekiştirici olarak haber görselinde var olan kişi/kişiler haber aktörü olarak tanımlanmıştır.

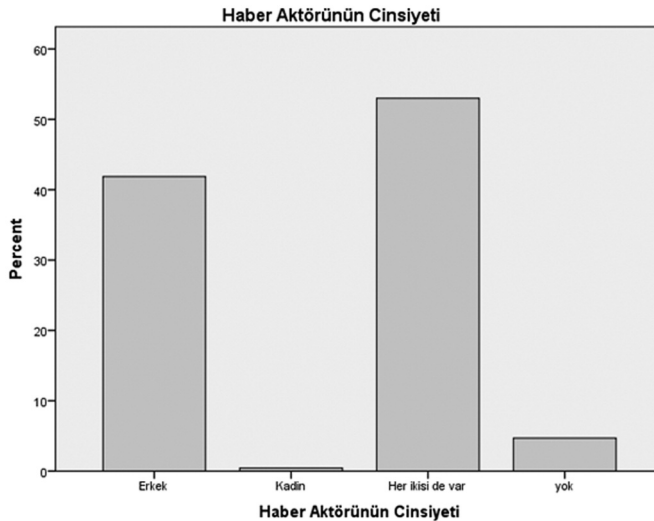
Araştırmamız kapsamında incelenen üç televizyon kanalında belirlenmiş zaman aralığında toplam 234 haber yayınlanmıştır. Bu haberler içinde kadının tek başına aktör olarak sunulduğu haber bulunmamaktadır. Bu durum kadının temsiliyet sorununu en açık bir şekilde ortaya koymaktadır. Kadının haber aktörü olarak sunulduğu 124 haberin tamamında haber aktörü olarak erkekte sunulmuştur. Haber aktörü olarak yalnızca erkeğin kullanıldığı haber sayısı 98'dir.

Tablo 1: Haber Aktörünün Cinsiyeti

Cinsiyet	Haber Sayısı
Erkek	98
Kadın	0
Her ikisi de var	124
Yok	12
Toplam	234

Bu çerçevede, rakamlar bize göstermektedir ki erkek ağırlıklı haberler medyamızda yer almaktadır.

Grafik 1: Haber Aktörünün Cinsiyeti ve Haber Dağılımı



Erkeğin üstünlüğüne dayanan ataerkil düşünce, toplumda kadın ve erkek rollerini de belirlemekte, kadını daha çok özel alanda erkeği de kamusal alanda konumlandırmaktadır. Haber bir kamusal alan etkinliğidir ve bu etkinliğin tamamı erkeklere aittir. Kadınların kamusal alandaki yokluğu, doğal bir biçimde hem seslendiği kitle hem de seçilen konular açısından erkek kitle özdeşleşmesine neden olmaktadır (Fiske, 1989: 284).

Haber kuşaklarında kadının temsiliyetinin azlığı, dünya nüfusunun yüzde 52'sini oluşturan kadının bir anlamda görmezden gelinmesidir.

“Temsiliyet; temsil edilen kişi/kurum/nesnenin hayatımızdaki yerini yansıtır; bu yere meşruluk kazandırır; temsiller birbirine eklenerek dünyaya/topluma/insana bakışımızı yansıtır, belirler veya yeniden üretir.” (http://www.ucansupurge.org/index.php?option=com_content&task=view&id=2478&Itemid=54, 20 Ekim 2007).

Kadının temsil edildiği haberlerde görülmektedir ki, toplumsal yaşamı yönlendirici haberlerde aktör olarak erkeğe göre daha az kullanılmaktadır. Bunun en büyük nedenlerinden biri medyada daha üst organlarda, karar alma mekanizmalarında çalışanların çoğunun erkek olmasıdır. İş bölümü cinsiyetçi olarak yapılmakta, özellikle 80'lerden sonra bu alanda daha çok kadın çalışmaya başlasa da, beş çalışandan ancak biri kadındır ve hala kadınlar için medyada çalışma koşulları daha zordur. Her kadının kadın bakış açısına sahip olduğu iddia edilmemekle birlikte, böyle bir bilince sahip olan kadınların da bunu medya ürünlerine aktarabilmeleri, yönetici kadroların çoğunun erkekler tarafından işgal edilmesi ve erkek egemen değerler sistemi içinde çalışılmasından dolayı oldukça güçtür (Bek ve Binark, 2000: 6). Araştırma kapsamında elde etmiş olduğumuz istatistikî verileri bu bağlamda değerlendirmeliyiz. Kadınların haberde ele alınışında bir iyileşme olabilmesi için kadınların çalışan olarak sayılarının artması ya da haberde daha çok yer almalarından öte bir anlatı türü olarak haberde köklü değişimlere gereksinim vardır (Rakow ve Krainich, 2002: 517).

Tablo 2: Haber Aktörünün Cinsiyeti ve Kanal Karşılaştırmaları

Haber Aktörünün Cinsiyeti	Kanal Adı			
	ATV	KANALD	TRT1	Toplam
Erkek	42	24	32	98
Her ikisi de var	52	48	24	124
Yok	2	5	5	12
Toplam	96	77	61	234

Araştırma çerçevesinde incelenen üç kanallın (ATV, KanalD, TRT1) ana haber bültenlerinde aktör olarak kadının kullanımı kanallara göre karşılaştırıldığında sadece TRT1 kanalında erkek aktörünün kullanımının erkek ve kadın aktörün birlikte (Her ikisi de var) kullanımına göre daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Diğer kanallarda erkek ve kadın aktörün birlikte kullanıldığı haberler sadece erkek aktörün kullanıldığı habere göre sayıca fazladır. Bu durumu devletin ataerkil söyleminin kamu yayıncısı TRT1'in üzerindeki yansıması şeklinde değerlendirebiliriz. Sonuç olarak; devletin ideolojik aygıtlarından biri olan kitle iletişim araçları, gönderdikleri mesajlarla, devlet ideolojisinin ve politikasının yayılmasını ve pekiştirilmesini sağlamaktadır.²⁰

Kadının erkek ile birlikte aktör olarak kullanıldığı 124 haber, haber türü olarak sınıflandırıldığında kadının 48 haber ile en çok siyaset haberleri içinde yer aldığını görmekteyiz. Erkeğin haber aktörü olarak tek başına kullanıldığı haber türü 60 haber ile yine siyaset haberleri karşımıza çıkmaktadır. Haber aktörü olarak kadının hiçbir haber türün de tek başına kullanılmaması kadının haber bültenleri içerisinde sunumu açısından oldukça ilginç bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır. Bu istatistikler göstermektedir ki, kadın tek başına aktör olarak konumlanmamakta, erkeğin yanında erkeğe yardımcı olarak sunulmaktadır.

Tablo 3: Haber Aktörünün Cinsiyeti ve Haber Türü Karşılaştırması

Haber Aktörünün Cinsiyeti	Haber Türü											Toplam
	Siyaset	Asayiş	Ekonomi	Magazin	Kültür-Sanat	Sağlık	TV Tanıtım Haberleri	Felaket Haberleri	Diğer Tur	Spor		
Erkek	60	11	0	1	1	5	1	0	18	1	98	
Kadın	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Her ikisi de var	48	17	1	1	2	7	4	2	39	3	124	
Yok	4	0	5	0	0	0	0	0	3	0	12	
Toplam	112	28	6	2	3	12	5	2	60	4	234	

2005 yılı içerisinde yazılı basın incelenerek yapılan bir araştırmada kadınlarla ilgili haberlerde ağırlıklı temaların, eğlence ve magazin olduğunu tespit edilmiştir

(http://www.ucansupurge.org/index.php?option=com_content&task=view&id=3118&Itemid=54, 20 Ekim 2007). Başka bir tespitte ise, magazin dünyasına giyimleri, yaşamları, konuşmaları, sansasyonları ile konu olanlar ya da edilenler hep kadınlar olduğu yönündedir (Dorsay, 2000: 137). Araştırmamızın süreci içerisinde incelenilen kanallar ve ana haber bültenleri içerisinde toplam 2 magazin haberine rastlanmıştır. Bu istatistik bir dönem magazin haberleri ile doldurulan ana haber bültenlerindeki değişimi de gözler önüne sermektedir.

Kadının genel olarak medyada sunuluş algısı, ülkenin siyasi-ekonomik-kültürel gündeminden, üretiminden soyutlanmış olarak makyaj, giyim-kuşam

ve erkek tavlama dışında hiçbir derdi kederi olmayan bir halde olduğu yönündedir (<http://64.233.183.104/search?q=cache:NKoTQffynYkJ:www.yasemininceoglu.com/%3FPage%2C4+Kasim+2007>). Buna karşılık çalışmamızda yer alan istatistikler kadının ana haberlerde yer alan kullanımı siyasi, adli ve diğer konularda; magazin, sağlık, kültür-sanat konularına göre daha fazla olduğunu göstermektedir. Ekonomi ve kültür-sanat alanlarında ise erkek aktör ile birlikte eşit ya da yalnızca erkek aktör kullanımına göre daha fazla bir şekilde aktörlerin birlikte kullanıldığı görülmektedir.

Kadının medya da sunuluş biçimlerinden biri de mağdur-kurban kadın şeklindedir. Araştırmamızda yer alan istatistikler göre, kadının erkek ile birlikte aktör olarak sunulduğu 124 haberin 11'inde kadın mağdur ya da kurban olarak gösterilmektedir. Bu haberlerin tamamı kocası ya da ailesinin diğer üyeleri tarafından şiddet gören kadınlarla ilgili haberlerdir. Bu haber sayısı; ekonomi, kültür-sanat ve magazin haberlerinin toplamından fazla yer bulmaktadır. Toplumumuzda gün geçtikçe kadına olan şiddet artmaktadır. Kadına şiddet konusunda cezalar caydırıcı nitelikte olmaz iken şiddetin sona ermesi için toplumsal zihniyetin değişmesi gerekmektedir. Kadının medyada genel olarak temsil edildiği rollerin (geleneksel rol; anne, iyi eş..., kurban; aldatılan, şiddet gören..., cinsel nesne) dışında ve erkekten bağımsız olarak medyada ve medyanın en önemli argümanı olan haberlerde yer bulduğunda beklenen toplumsal bilinçlenme ve zihniyet değişimi için başlangıç olacaktır.

Tablo 4: Haber Aktörü olarak Mağdur-Kurban Kadın Kullanımı

Haber Aktörünün Cinsiyeti	Haber Aktörü olarak Mağdur-Kurban Kadın		
	Var	Yok	Toplam
Erkek	0	98	98
Her ikisi de var	11	113	124
Yok	0	12	12
Toplam	11	223	234

Haberleri duygusal ve bilişsel olarak iki ana kategoride sınıflandırdığımızda bilişsel haber kategorisinde toplam 204 haberin 101'inde kadın ve erkeğin aktör olarak birlikte kullanıldığı, 91'inde ise erkek tek başına aktör olarak kullanılmaktadır. Toplam 30 haberin yer aldığı duygusal haber kategorisinde ise, kadın ve erkeğin aktör olarak birlikte kullanıldığı 23 haber, kadın aktörden bağımsız olarak erkeğin aktör olarak kullanıldığı 7 haber yer almaktadır.

Tablo 5: Haberin Genel Olarak Değerlendirilmesi

Haber Aktörünün Cinsiyeti	Genel Olarak Haber Değerlendirmesi		
	Duygusal	Bilişsel	Toplam
Erkek	7	91	98
Kadın	0	0	0
Her ikisi de var	23	101	124
Yok	0	12	12
Toplam	30	204	234

Haber medyası, kadınları, kadın hareketlerinin, feminizmin ve kadın konularının ya yok sayıldığı ya da belirli biçimde sergilendiği konumlardan oluşmaktadır (Rakow ve Kranich, 2002: 516). Haber anlatı türünde var olan ayırım, “ciddi haber” (araştırmamızda bilişsel haber olarak değerlendirilmiştir.) “insani ilgi veya yaşam tarzı” (araştırmamızda duygusal haber olarak değerlendirilmiştir.) haberler ayırımının kendisi de cinsiyetçi bir pratik oluşturmaktadır. “Ciddi haberler”, erkek erkeğe konuşmalardır” (Rakow ve Kranich, 2002: 521). Bu eril anlatılar içerisinde kadınlar nadiren konuşan özneler olarak yer almaktadır (Rakow ve Kranich, 2002: 522).

Tablo 6: Haberde İleti Olarak Cinsiyet Temsili

Haberde ileti olarak:	Kadın	Erkek	Her İkisi de Var
Teknoloji	0	9	5
Ürün maliyet-para harcamaya özendirme	0	4	9
Güzellik-estetik ve güzelleşme unsurları	0	2	0
Alım gücü	0	5	13
Vefat	0	4	3
Ölüm ve yaralanma	0	12	34
Çevre sorunları	0	4	4
Protesto	0	1	10
Savaş	0	7	8
Kahramanlık	0	0	3
Suç ve suç unsurları	0	24	35
Cinsellik	0	0	5
Cinsel taciz	0	0	1
Finans dünyası	0	3	1
Şiddet	0	16	36
Terör	0	14	21
Başarı öyküleri	0	15	21
Gelişmişlik	0	1	2
Askeri ulusal güvenlik	0	15	20
Kişisel güvenlik	0	17	35
Barış unsuru	0	14	11
Toplumsal ayaklanma	0	3	9
Askeri darbe unsuru	0	2	2
Toplumsal güvenlik	0	25	25
Dinsel öge	0	28	33
Kaygı unsuru	0	36	51
Merak unsuru	0	65	66
Eğlendirici unsurlar	0	1	11
Skandal	0	5	0
Sahtekarlık	0	3	2
Yolsuzluk	0	0	1

İleti türlerine göre kadın ve erkeğin yalnız biri veya her ikisinin birlikte kullanıldığı tablo yukarıda yer almaktadır. Bu tabloya göre, kadın temsili erkek temsilinden bağımsız bir şekilde kullanılmamıştır. Kadın ve erkeğin birlikte temsil edildiği ileti türlerine göre en fazla kullanılan ileti türleri, Merak unsuru (66), Kaygı unsuru (51), Şiddet (36), Suç ve suç unsurları (35), Kişisel güvenlik (35) şeklindedir. Kadının aktör olarak içinde yer aldığı haberlerde kaygı, şiddet, suç ve kişisel güvenlik gibi iletilerin baskın bir şekilde kullanıldığını görmekteyiz. Bu durum kadının medyada genel olarak temsil edildiği rollerden biri olan kurban (aldatılan, şiddet gören) olarak konumlanmasından kaynaklanmaktadır.

Haber iletilerinde erkeğin kadından bağımsız olarak en çok temsili, Merak unsuru 65 kez, Kaygı unsuru 36 kez, Dinsel öge 28 kez Toplumsal güvenlik 25 kez, Suç ve suç unsurları 24 kez şeklindedir. Bu durum incelenen haftanın gündemi (ulusal ve uluslararası olaylar) ve ramazan ayının ilk haftası olması nedeni ile şekillenmiştir.

Kadın temsili haberin konu başlığına göre değerlendirildiğinde, kadının yine erkek temsili ile birlikte sunulduğu görülmektedir. Haber konu başlığı kadın ve erkek aktör kullanımı açısından değerlendirildiğinde “Seçim haberleri” olan haberler 29 haber ile ilk sırada yer almaktadır. Erkek temsilinin en yoğun yaşandığı haber konu başlığında “Seçim haberleri” dir. Bu durumun sebebi Cumhurbaşkanlığı seçimi öncesi Cumhurbaşkanı adaylarının incelenen hafta içerisinde açıklanması ve seçim kampanyalarının başlamasıdır.

Kadın ve erkek aktörlerin en çok birlikte kullanıldığı “Seçim haberleri” ni haber konu başlığı olarak “Cinayet (14)” ve “Kültür, Din, Dil, Gelenek Konulu Haberler (12)” takip etmektedir. Bu haberlerde kadın ve erkek aktörler birlikte sunulurken erkek aktör tek başına temsil edilmemiştir. “Seçim haberleri” haber konu başlığında erkek aktör kullanımı 42, erkek ve kadın aktörlerin birlikte kullanımı 29 haberde yer almaktadır. Sonuç olarak erkeklerin, kamusal alan sayılan politika, ekonomi, protokol uluslararası ilişkiler gibi konularda daha fazla konu olduklarını söylemek mümkündür.

Tablo 7: Haberin Konu Başlığı Olarak Cinsiyet Temsili

Haberin Konu Başlığı	Haber Aktörünün Cinsiyeti				
	Erkek	Kadın	Her ikisi de var	Yok	Toplam
ABD ile ilişkiler	0	0	1	0	1
Ortadoğu'da Gelişmeler	3	0	2	0	5
Cinayet	0	0	14	0	14
Kaza	5	0	9	0	14
Adli Olaylar	5	0	1	0	6
Kavga-Darp	4	0	2	0	6
Gasp-Kapkaç-Hırsızlık vs	2	0	2	0	4
Deprem-Sel gibi Doğal Afetler	0	0	1	0	1
Terörist Eylemler(Bombalama-Suikast-Saldırı)	5	0	5	0	10
Barış-Ateşkes Görüşmeleri	1	0	0	0	1
Toplumsal Eylemler(Yürüyüş-Protesto-Oturma-Açlık Grevi vs)	3	0	7	0	10
Sağlıkta Buluş Ve Gelişmeler	1	0	0	0	1
Sanat-Eğlence-Yasam konuları	4	0	6	0	10
TV Kanalının Kendinden Haberler	1	0	4	0	5
Seçim Haberleri	42	0	29	4	75
Para ve İş Dünyasından Haberler	0	0	0	7	7
Ulusal Politika	2	0	4	0	6
Yerel Politika ve Yerel Yönetimler ile ilgili Konular	0	0	1	0	1
Eğitim-Öğretim	0	0	2	0	2
Kültür, Din, Dil, Gelenek Konulu Haberler	0	0	12	0	12
Diğer Devletlerin Kendi İç Politik Gelişmeleri	3	0	2	0	5
Doğa ve Çevre Kirliliği Haberleri	2	0	1	0	3
Trafik-Asayiş Denetleme Ceza Haberleri	3	0	1	0	4
Sahtekârlık-Yolsuzluk	1	0	1	0	2
Yangın	2	0	3	0	5
Beslenme-Sağlık-Güzellik Gibi Konular	3	0	6	0	9
Ulusal Güvenlik	3	0	5	1	9
Vefat	2	0	2	0	4
Ulaşım-Askeri-Spor Yatırım Haberleri	1	0	1	0	2
Toplam	98	0	124	12	234

Televizyon haberciliğindeki yapısal durum, kadının konumunu özne olmaktan çok nesne olarak biçimlendirmektedir. Erkeğin üstünlüğüne dayalı ataerkil düşünce, toplum içerisinde kadın-erkek rollerini belirlemiş ve kadını daha çok özel alana, erkeği de kamusal alana yerleştirmiştir. Haber bir kamusal alan etkinliği olduğundan, bu etkinliğin tamamı neredeyse erkeklere ait olmaktadır. Kadının kamusal alandaki yokluğu, doğal bir biçimde hem seslendiği kitle hem de seçilen konular açısından erkek kitle özdeşleşmesine sebep olmaktadır. Haberler, yalnızca erkekler hakkında ve onlar tarafından oluşturulan bir kurgu değil, aynı zamanda erkek bakış açısıyla oluşturulan bültenler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durum, haberi yapan ya da üreten kişi ve kurumları aşarak haberin genel söylemini oluşturmaktadır (Kars, 2004: 554).

2. HABERDE SPİKER OLARAK KADIN KULLANIMI

İncelenen 3 televizyon kanalı içinde kadın, erkek temsiliyeti ile ilgili olarak kadının üstünlüğünün yaşandığı tek durum haberde kadının spiker olarak kullanımınıdır. Araştırmanın konusu olan 2 televizyon kanalında TRT-1, ve ATV’de haber spikeri olarak kadın sunucu KANALD’de ise erkek sunucu yer almaktadır. Bu doğrultuda araştırmanın süresi içinde incelenen haber sayısı istatistikî verilere döküldüğünde kadın spiker kullanımının erkek spiker kullanımına göre daha yoğun olduğunu görmekteyiz.

Tablo 8: Haberde Spiker Kullanımı Olarak Cinsiyet Temsili

Cam-Spiker	Kanal Adı			
	ATV	KANALD	TRT1	Toplam
Erkek	0	77	0	77
Kadın	96	0	61	157
Toplam	96	77	61	234

Araştırmanın kapsamını oluşturan 234 haberin 157’sini kadın spiker 77’sini ise erkek spiker sunmuştur. Kadınlar haberlerde daha çok görüntüleriyle, güzellikleriyle kullanılmaktadırlar (Kars, 2004: 544). Araştırmamızdaki bu istatistikler yapılan tespiti doğrular niteliktedir. Haber spikeri olarak sunulan kadınlar güzellikleri ve giydikleri kıyafetleri ile izleyicinin dikkatini çekmektedirler. Öyle ki, ülkemizdeki ulusal kanallardan KANALD ve SHOWTV’nin (1999-2002: Kanal D Ana Haber Bülteni-KANAL D, 2002-2007: Show TV Ana Haber Bülteni-SHOW TV) ana haber bültenlerini eski Türkiye güzelliklerinden Defne Samyeli sunmuştur.

Televizyonun gündelik hayatın bir parçası haline getirdiği kadını, bakılan, izlenen ve gözlenen, erkeği de bakan, izleyen konumu (Kahraman 2005: 51) ana haber bültenlerinde kadının spiker olarak yoğun kullanımıyla tekrarlanmaktadır. Örneğin; Amerika'daki televizyon haberlerinde kamera karşısında güzel görünmeyen insanların "Günün Haberleri"nde halka hitap etmeleri fiilen olanaksız görünmektedir (Postman 1994: 13). Medyada çalışan olarak kadınlar, erkek egemen söylemin tekrar üretilmesine dekoratif olarak katkıda bulunmaktadırlar. Kadın "özne" konumunda iken aslında "nesne" konumunda kullanılmakta ve tüketilmektedir (Sökmen, 2006: 35).

Ana haber bültenlerini sunan, haber içeriğine müdahale edebilen kişi anlamına gelen "anchorman" deyimini de İngilizce erkek anlamına gelen "man" ile bittiğinden dolayı erkeklere atfedilmiş bir sıfattır. Habercilikte "anchorwoman" (woman; İngilizce kadın anlamına gelmektedir) deyimini oldukça az kullanılmakta hatta zaman zaman kadın sunucular için bile "anchorman" nitelemesi kullanılmaktadır.

Anchorman kelimesinin sözlük anlamı bayrak yarışında, bayrağı en son taşıyıp bitiş çizgisine ulaştıran kişidir. Bayrak yarışlarındaki son koşucu genellikle takımın en iyisidir. Bu bağlamda bu tür haber sunucuları da, gün boyu haberler için koşuşturanların en iyisi ve haberleri izleyiciye ulaştıran kişilerdir (Kars, 2002: 609).

Yapılan araştırmalara göre televizyonda anchor statüsünde haber spikeri işe alınırken erkekler için farklı kadınlar için farklı kriterler geçerli olmaktadır. Erkekler gazetecilik konusunda sektör deneyimlerine göre işe alınırken, kadınlar, erkek patronlar tarafından fiziksel çekiciliklerine göre seçilmektedir. Erkeklerin kadınlara göre ortalama 20 yaş daha büyük oldukları dolayısıyla da kadınlara göre habercilik konusunda iki kat daha tecrübeli oldukları dikkat çekmektedir. Ayrıca erkek spikerler kadınlara göre %22 oranında daha fazla maaş almaktadır (Smith v.d., 1990: 228).

3. HABERDE PERFORE SES OLARAK KADIN KULLANIMI

Araştırmamız sırasında perfore olarak kadın kullanımını ölçümleyebilmek için perfore ses başlığı altında kadın, erkek, kadın muhabir, erkek muhabir, yok, kadın (perfore ses)-kadın muhabir, kadın ses (perfore ses)- erkek muhabir, erkek ses (perfore ses)-kadın muhabir, erkek ses (perfore ses)-erkek muhabir değişkenlerine yer verilmiştir. Aşağıdaki tablodan da görüldüğü gibi perfore ses olarak erkek sesi (130 Haber Erkek-22 Haber Kadın) baskın bir şekilde perfore ses olarak kullanılmıştır.

Tablo 9: Perfore Ses Cinsiyet Karşılaştırması

Cinsiyet	Haber Sayısı
Kadın Ses	22
Erkek Ses	130
Erkek Muhabir	9
Kadın Muhabir	7
Yok	23
Kadın Ses-Kadın Muhabir	7
Erkek Ses-Kadın Muhabir	12
Erkek Ses-Erkek Muhabir	24
Toplam	234

Haberin anlatıcısı yani perfore ses, çoğunlukla haber metinlerinde “doğrunun garantörü” konumundadır (Dinler, 2003: 22). Yapılan araştırmalarda erkek sesinin daha güvenilir olduğu ortaya konmuştur. Bu bağlamda televizyon kanalları spiker seçimlerinde görselliği göz önünde bulundururken perfore ses seçimlerinde izleyiciyi etkileme amacı doğrultusunda seçim yapmaktadırlar. Haber metnindeki ses, belli bir bakış açısını izleyiciye dikte etmektedir (İnal, 1996: 103). Bu bağlamda dikte edilen egemen anlayış erkek egemen söylemdir.

Perforenin bulunduğu 234 haber içinde 22 haberde kadın sesi tek başına perforede kullanılırken 7 haberde de kadın muhabir ile birlikte kullanılmıştır. Toplamda 29 haberde perfore ses olarak kadın sesi tercih edilmiştir. Bununla birlikte kadın muhabirin kullanımı; tek başına kadın kullanımı 7 haber, kadın perfore sesi, kadın muhabir ile birlikte 7 farklı haber, 12 haberde ise kadın muhabir erkek sesi ile birlikte şeklindedir. Toplamda kadın muhabir kullanımı 26 haberde tespit edilmiştir. Kadın ve erkek muhabir kullanımı arasında büyük fark bulunmamaktadır. Erkek muhabir 33 haberde yer alırken, kadın muhabir 26 haberde kullanılmıştır. Araştırmamızda tespit edilen ilginç nokta kadının muhabir olarak kullanıldığı toplam haber sayısının neredeyse yarısında (12 haber) kadın muhabir erkek sesi ile birlikte kullanılmasıdır. Erkek muhabir incelenen hiçbir haberde kadın perfore sesi ile birlikte kullanılmamıştır. Bununla birlikte incelenen toplam haber sayısı içinde erkek muhabir ve perforenin erkek ses olarak kullanımı yüzde yetmiş nokta sekizdir.

Perfore ses kullanımının haber aktörünün cinsiyeti ile ilişkisi karşılaştırıldığında aşağıdaki veriler elde edilmektedir.

Tablo 10: Haber Aktörünün Cinsiyeti ve Perfore Ses Karşılaştırması

Haber Aktörünün Cinsiyeti	Perfore Ses									
	Kadın Ses	Erkek Ses	Erkek Muhabir	Kadın Muhabir	Yok	Kadın Ses - Kadın Muhabir	Kadın Ses - Erkek Muhabir	Erkek Ses - Kadın Muhabir	Erkek Ses - Erkek Muhabir	Toplam
Erkek	7	66	6	1	6	1	0	2	9	98
Kadın	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Her ikisi de var	15	63	2	5	8	6	0	10	15	124
Yok	0	1	1	1	9	0	0	0	0	12
Toplam	22	130	9	7	23	7	0	12	24	234

Perfore olarak kadın sesi kullanıldığında haber aktörü olan kadın, erkekten bağımsız olarak kullanılmamıştır. Haberi kadın muhabir seslendirdiğinde bir haberde erkek kadından bağımsız olarak temsil edilmiştir. Kadın haber metni içerisinde erkekle birlikte temsil edilmekte, erkeğe bağımlı olarak sunulmaktadır.

Haber türü sınıflandırması içerisinde kadın sesinin kullanımı, Siyaset, Asayiş ve Diğer Tür haberlerinde 2 haberi geçmiştir. Ekonomi ve sağlık haberlerinde kadın perfore sesi kadın muhabir ile birlikte 1'er haberde kullanılmıştır.

Tablo 11: Perfore Ses ve Haber Türü Karşılaştırması

Haber Türü	Perfore Ses									
	Kadın Ses	Erkek Ses	Erkek Muhabir	Kadın Muhabir	Yok	Kadın Ses - Kadın Muhabir	Erkek Ses - Kadın Muhabir	Erkek Ses - Erkek Muhabir	Toplam	
Siyaset	12	65	7	3	12	2	1	10	112	
Asayiş	5	16	1	1	1	0	0	4	28	
Ekonomi	0	0	0	0	5	1	0	0	6	
Magazin	0	2	0	0	0	0	0	0	2	
Kültür-Sanat	0	1	0	0	0	0	0	2	3	
Sağlık	0	4	0	1	0	1	5	1	12	
TV Tanıtım Haberleri	1	3	0	0	1	0	0	0	5	
Felaket Haberleri	0	1	0	0	0	0	0	1	2	
Diğer Tür	4	34	1	2	4	3	6	6	60	
Spor	0	4	0	0	0	0	0	0	4	
Toplam	22	130	9	7	23	7	12	24	234	

Araştırmanın ilginç tespitlerinden bir de magazin ve kültür-sanat haberlerinde kadın sesinin ve kadın muhabirinin kullanılmamasıdır. Genel olarak kadın magazin dünyasının en önemli aktörü iken incelenen haberlerde kadın temsil edilmemiştir. İncelenen süre içerisinde 2 magazin haberi tespit edilmiştir. Bu bağlamda magazin haberlerinin ana haber bültenlerinde oldukça az yer aldığını söyleyebiliriz.

Haberlerin konu başlıkları incelendiğinde perfore ses olarak kadın ve kadın muhabir kullanımı arasında benzerlik görülmektedir. Haber türü sınıflandırması içerisinde kadın kullanımı “Siyaset” haberleri ile ilk sırada yer alırken, haberin konu başlığı sınıflandırılmasında kadının perfore ses olarak en yoğun kullanımı “Seçim haberleri” başlığı altında gerçekleşmiştir. Haberlerin incelendiği zaman zarfı içerisinde ülke gündeminin Cumhurbaşkanlığı seçimine odaklanması bu durumun doğal sonucudur.

Siyaset haberlerinin dışında kadının en fazla perfore ses olarak kullanıldığı haber türü “Asayiş” haberleridir. Kadın bu haberler içerisinde genel olarak mağdur konumdadır. Kadının medyadaki temsiliyeti doğrultusunda kadın sesi bu tür haberlerde yer almaktadır.

Tablo 12: Perfore Ses ve Haberin Konu Başlığı Karşılaştırması

Perfore Ses	Haberin Konu Başlığı						
	Cinayet	Kaza	Toplumsal Eylemler (Yürüyüş-Protesto-Oturma-Açlık Grevi vs)	Secim Haberleri	Ulusal Politika	Kültür, Din, Dil, Gelenek Konulu Haberler	Beslenme-Sağlık-Güzellik Gibi Konular
Kadın Ses-Kadın Muhabir	0	0	0	2	0	2	2
Kadın Muhabir	1	0	0	2	0	2	0
Kadın Ses	2	2	2	9	2	0	0
Toplam	3	2	2	13	2	4	2

Haberin konu başlığına göre perfore ses ve muhabir kullanımı incelendiğinde “Beslenme Sağlık Güzellik gibi Konular” başlığı altında perfore ses olarak kadın ve kadın muhabir kullanımıyla erkek perfore ses ve erkek muhabir kullanımı 7’şer haberle eşit olarak karşımıza çıkmaktadır. Güzellik konu başlığı altında kadın ve erkeğin eşit olarak kullanılması gayet doğaldır. Kadının medyadaki temsiliyetleri içerisinde en baskın konumdaki cinsel nesne sunumu beslenme, sağlık, güzellik gibi konu başlıklarında birinci derece rol oynamaktadır.

Tablo 13: Perfore Ses ve Beslenme Sağlık Güzellik gibi Konular

Perfore Ses	Beslenme-Sağlık-Güzellik Gibi Konular
Erkek Ses-Erkek Muhabir	1
Erkek Ses-Kadın Muhabir	5
Kadın Ses-Erkek Muhabir	0
Kadın Ses-Kadın Muhabir	2
Yok	0
Kadın Muhabir	0
Erkek Muhabir	0
Erkek Ses	1
Kadın Ses	0
Toplam	9

Haber aktörünün cinsiyetinin, haberde ileti olarak güzellik, estetik ve güzelleşme unsurları ile karşılaştırmalı tablosunda gördüğümüz üzere erkek kadından bağımsız olarak da bu tarz haberlerde yer almaktadır.

Tablo 14: Haber Aktörünün Cinsiyeti ve Haberde ileti olarak güzellik-estetik ve güzelleşme unsurları

Haber Aktörünün Cinsiyeti	Haberde ileti olarak güzellik-estetik ve güzelleşme unsurları		
	Var	Yok	Toplam
Yok	0	12	12
Her ikisi de var	0	124	124
Erkek	2	96	98
Kadın	0	0	0
Toplam	2	232	234

“Cinsel dengesizlikler üzerine kurulmuş dünyamızda, izleme zevki iki belirgi konuma ayrılmıştır: erkekler bakar-lık; kadınlar ise ba-kı-lır-lık ifade ederler. Her iki konumda erkek arzusuna işaretler. Geleneksel olarak, sergilenen kadını iki işlevi vardır: film karakterleri için erotik obje olmak ve izleme odasındaki seyircinin erotik objesi olma” (Store, 2000: 78).

Cinsiyetlerin medyadaki sunumu incelendiğinde genel olarak erkek bakan, kadın ise bakılan konumda olduğu tespit edilmektedir. Kadınlara erkek egemen bakış açısıyla bakılmaktadır. Araştırmamız süresi içerisinde bu tespiti doğrulayıcı bir istatistik saptanmamıştır. Güzellik ve estetik unsurlarının yer aldığı sınırlı sayıda haberde kadın yok sayılmıştır. Buna karşılık haberde

ileti olarak cinsellik ve cinsel taciz (Tek haber; kadın muhabir sunumu) başlıklarında perfore ses ve kadın muhabir kullanımı erkek sesi ve erkek muhabir kullanımına göre fazlalık göstermektedir. Toplam 5 haberde; 2 haber olarak kadın sesi, 2 haber ise kadın muhabir kullanılmıştır. 1 haberde perfore ses ve muhabir kadın olarak kullanılmış, 2 haberde ise erkek sesi tercih edilmiştir.

Tablo 15: Perfore Ses ve Haberde İleti Olarak Cinsellik Karşılaştırması

Perfore Ses	Haberde ileti olarak cinsellik		
	Var	Yok	Toplam
Kadın Ses	1	21	22
Erkek Ses	2	128	130
Erkek Muhabir	0	9	9
Kadın Muhabir	1	6	7
Yok	0	23	23
Kadın Ses-Kadın Muhabir	1	6	7
Erkek Ses-Kadın Muhabir	0	12	12
Erkek Ses-Erkek Muhabir	0	24	24
Toplam	5	229	234

Haberde ileti olarak perfore ses ve kadın muhabiri şeklinde bir sınıflandırma yapıldığında kadının en çok kullanıldığı ilk beş ileti türü aşağıda yer almaktadır. Listede görünen Merak Unsuru, Kaygı Unsuru ve Suç-Suç Unsurları başlıkları kadının medya da temsiliyet biçimlerinden biri olan mağdur-kurban kadın biçimi ile eşleşmektedir. Haberde ileti olarak “Dinsel Öge Kullanımı”nın bu kadar yoğun olmasının sebebi araştırmamızın inceleme süresinin ramazan ayının ilk haftasına gelmiş olmasıdır. Listenin sonunda gördüğümüz “Alım Gücü” başlıklı iletiler ise kadını birinci derecede tüketimin parçası olarak konumlandırılışının ürünüdür.

Tablo 16: Perfore ses ve Haberde İleti Türü Karşılaştırması

Perfore Ses	Haberde İleti Türü				
	Merak Unsuru	Kaygı Unsuru	Dinsel Öge Kullanımı	Suç-Suç Unsurları	Alım Gücü
Kadın Ses	9	12	4	8	1
Kadın Muhabir	4	2	3	1	2
Kadın Ses - Kadın Muhabir	5	1	3	0	2
Erkek Ses - Kadın Muhabir	9	5	5	2	4
Toplam	27	20	15	11	9

Eliha Katz ve Foules’in belirttiği gibi insanların kitle iletişim araçlarını kaçma için kullandıkları bir dünyada televizyon reklamları kaçan ve teslim

olan insanlara kucak açan özel bir varoluşa sahip bir üst yapıyı oluşturmaktadır. Bir şeyi satma işlevlerini anlam yapıları yaratarak meydana getiren televizyon reklamları dünyanın halen bir çok ülkesinde hakim olan ataerkil anlayış kalıpları içinde merkeze kadını koyarak anlamlarını oluşturmaktadırlar (Ulusoy v.d., 2005: 211). Bu bağlamda televizyon reklamları kendi kuşaklarından taşarak ana haber bültenlerinin içine girmiştir ve kadın yine reklam merkezli dolayısıyla tüketim amaçlı kullanılmaktadır.

4. KONUNUN UZMANI OLARAK KADIN KULLANIMI

Televizyon haberlerinde belirli bir konu ya da sorunla ilgili olarak konuyu aydınlatması için konun uzmanına başvurulur. Bu durum televizyon haberlerinde nesnellığın üretilmesine katkıda bulunurken bir yandan da televizyonun söylemsel hiyerarşisi içerisinde bilimi temsil etmektedir (Dursun'dan akt. Dünder, 2003: 177).

Bu doğrultuda, haber aktörü olarak konuyu uzmanını belirlemek adına Bilim Adamı, Akademisyen, Uzman Doktor, Diyetisyen-Güzellik-Zayıflama Uzmanı ve Diğer (Emlakçı, Finansçı, gibi uzman olarak etiketlenenler) olmak üzere değişkenler belirlenmiştir. 234 haber içerisinde 27 haberde uzman görüşe başvurulmuş bunların sadece 2'si kadın uzmanı temsil etmektedir.

Tablo 17: Haber Aktörü Olarak Konun Uzmanının Cinsiyeti

Kadın	1
Erkek	25
Yok	207
Toplam	234

Pek çok bilişsel bilimci ve psikoloğa göre kadın ve erkeklerin düşünme yetenekleri ve stilleri arasında farklılıklar bulunmaktadır. Kadınların sözel, eklerin sayısal alanda ve özellikle uzaysal/mekansal düşünmede daha üstün oldukları iddia edilmektedir.³⁹ Bununla birlikte araştırmamızda görülmektedir ki, haber aktörü olarak konun uzmanı kadın, diyetisyen-güzellik uzmanı olarak sunulmaktadır. Konunun uzmanı olarak yapılan sınıflandırmada akademisyen, uzman doktor ve diğer değişkenlerinde erkek uzman görüşüne başvurulmuş, kadın uzman görüşüne ihtiyaç duyulmamıştır.

Tablo 18: Haber Aktörü Olarak Konunun Uzmanının Cinsiyet Eşleşmesi

Haber Aktörü Olarak Konunun Uzmanının Cinsiyeti	Haber Aktörü Olarak Konunun Uzmanı			
	Akademisyen	Uzman Doktor	Diyetisyen-Güzellik Uzmanı	Diğer
Kadın	0	0	1	0
Erkek	1	8	0	15

Bu bağlamda kadının birinci derece temsil edildiği uzmanlık alanlarında tüketim unsuru olarak kullanıldığını görmekteyiz. Kadın toplum tarafından üzerine atfedilen özelliklerini pekiştirici bir şekilde, konun uzmanı olarak haberin içinde yer almaktadır.

2003 yılında yapılan başka bir araştırmada da benzer veriler elde edilmiştir. Üç kanalının- TRT-1, SHOWTV, KANAL 7- haberlerinin incelendiği bu araştırmada 406 haberin 141'inde erkeklerin, 17'sinde ise kadınların görüşlerine başvurulmuştur. Erkeklerin ağırlıklı olarak, politika ve ekonomi konulu haberlerde görüşleri alınırken, kadınların görüşlerinin alındığı konular ise magazin-aktüalite ve ekonomi olmuştur. Ayrıca erkeklerin görüşünün alınmadığı hiçbir haber konusu bulunmazken, kadınların politika, kültür, sanat, terör, temel hak ve özgürlükler ve din konularında görüşlerine başvurulmamıştır (Dündar, 2003: 179).

Sonuç olarak iki araştırmanın sonuçları karşılaştırıldığında, politika, ekonomi, bilim gibi kamusal alanla doğrudan ilişkili haberler ciddi olarak değerlendirilip erkeklerin görüşlerine başvurulmakta, moda, sağlık, toplumsal hayat gibi haber konuları magazinsel olarak nitelendirilip kadınların görüşlerine başvurulmaktadır.

SONUÇ

Televizyon aracılığıyla haber olarak yansıtılanlar gerçeğin birebir kendisi değil, bir tür seçme işleminin sonucunda sunulan gerçektir. Bu seçme işlemi belirli bir ideolojiyi içinde barındırarak kadın sunumunu doğrudan etkilemektedir. Haberi oluşturacak bilginin ortaya çıkışı içinde yaşanan toplumsal kuralların bir sonucudur. Kadın ve erkeğin temsiliyetindeki eşitsizliğin mesajı üreten kişi ve kurumlardan çok, kadın ve erkekle ilgili toplumsal tanımlamalara dayanmaktadır. Kadın haberi sunan kişi olsa dahi erkek egemen söylemin etkisiyle konuşmaktadır. Kısacası kadının medyada yer alışı biçimi Türk toplumu ile örtüşmektedir.

Kapitalist sistem içinde erkek egemen gücün güdümündeki ataerkil yapı kadını ikinci sınıf varlık olarak konumlamaktadır. Sanattan, edebiyatta, ekonomik hayattan sosyal yaşama birçok alanda kadın erkek ile eşit bir konumda değildir. Bu eşitsizliğin haber bültenlerine de yansıdığını araştırmamızda görmekteyiz. Kadın dünya nüfusu içerisinde aldığı yüzdelere haberler içerisinde yaklaşmamaktadır. Kadınlar haberde konu olan kişi konumunda, erkelere oranla daha az yer almaktadırlar. Araştırma çerçevesinde incelenen toplam 234 haberin hiçbirinde kadın tek başına habere konu olan haber aktörü olarak

yer almamıştır. Kadın, konu olduğu tüm haberlerde (124) erkek aktörle birlikte sunulmuştur. Haber bültenlerinde yer alan haberlerde kadın eşitlikçi bir yaklaşım yerine gelenekselci bir yaklaşım ile sunulmaktadır. Kadının haberlerdeki temsiliyeti erkeğin yanında ya da tartışmanın bir tarafını soruna ilişkin bir yorumu destekleyecek kanıt olarak yer almaktadır.

İncelenen haber bültenleri içerisinde kadının temsiliyet açısından üstün olduğu tek durum, haber spikerliği konumudur. İncelenen üç ana haber bülteninin ikisini kadın spiker sunmaktadır. Kadın spikerler görsellikleri ile ön plana çıkarken, erkek spiker ise tecrübe ve başarısı ile ön plana çıkmaktadır.

Doğrunun garantörü olan anlatıcı sesin de çoğunlukla erkek olduğunu görmekteyiz. Perfore sesin kullanıldığı 195 haber içerisinde sadece 29 haberde perfore ses olarak kadın sesi kullanılmıştır. Toplumsal cinsiyet ayrımı ses faktörü ile yeniden üretilmektedir.

Haberde uzman görüşüne başvuru kişilere bakıldığında yine erkeğin üstünlüğü söz konusudur. Konun uzmanına başvuru 25 haberin sadece 1'inde kadın görüşüne başvurulmuştur. Erkeğin ağırlık olarak, habere konu olan kişilerde olduğu gibi politika, ekonomi gibi konularda görüşü alınırken, kadının görüşünün alındığı konu diyet/sağlık konusu olmuştur. Bu durum, kadının tüketim unsuru olarak sunulduğu anlayışını pekiştirmektedir.

Kadının televizyonda özel olarak haber bültenlerindeki temsiliyet sorunun çözülebilmesi için kadınların eğitilmesinin dışında erkeklerde feminist yaklaşımlar çerçevesinde eğitilmelidir. Haberi erkek bakış açısıyla oluşturulan bir yapı olmaktan çıkarıp eşitlikçi bir söylem ile üretilen bir yapı olanak yeniden konumlandırılmalıdır. Kadın ve erkeğin eşit olarak temsil edilebilmesi için, halkın bilinçlenmesini sağlayacak programlar üretilmelidir. Televizyonlardaki kadın çalışan sayısı arttırılmalıdır. Buna karşılık mecliste yer alan kadın sayısı düşünüldüğünde kadının haber bültenlerinde ve genel olarak televizyonda erkekle eşit olarak temsil edilebilmesinin uzun bir süreç alacağını ön görmek mümkündür.

KAYNAKÇA

Althusser, Louis. (2003) “*İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları,*” Çev. Alp Tümertekin, İstanbul, İthaki Yayınları

Bek, Mine; Binark, Gencel Mutlu. (2000) “*Medya ve Cinsellik KADER için Eğitim El Kitabı*”, Ankara, Ankara Üniversitesi Kadın Sorunlar Araştırma ve Uygulama Merkezi.

Berger, Arthur Asa. (1993) “*Kitle İletişiminde Çözümleme Yöntemleri, ed. Nazmi Ulutak, Aslı Tunç,*” Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Yayınları No:91.

Binark, Mutlu. (2007) “*Anaakım Medyanın Haber Metinlerinde Kadın ve Bedenin Par(ç)alanması*”, (Çevrimiçi), www.ucansupurge.org/newhtml/130204/130204medya2.php?PHPSESSID=58b, 4 Kasım 2007.

Conrad Smith; Fredin, Eric S.; Nardone, Carrol Ann Ferguson. (1990) “*Television Sex Discrimination in the TV Newsroom-Perception and Reality*”, ED:

Pamela J. Creedon, “*Women in Mass Communication,*” Second Printing, London, Sage Publications.

Çoşkun, Zeki. (1995) “*Gösterilen Haber*”, “*Medya ve Siyaset Meydanı*”, Birikim, Özel Dosya, Sayı: 68-69, Aralık 1994/Ocak 1995.

Dinler, Veysel. (2003) “*Televizyon Haberlerinde Dil Kullanımının Anlam Oluşturmaya Etkisi: CNN Türk, TRT 2 ve NTV Haber Kanallarında İkinci Körfez Savaşı Haber Metinleri İncelemesi*”, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon Sinema Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2003.

Dorsay, Atilla. (2000) “*Sinemamız ve Kadın*”, İstanbul, Remzi Kitabevi.

Dündar, Serpil. (2003) “*Ana Haber Bültenlerinde Toplumsal Cinsiyetin Sunumu*” İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon Sinema Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Lisans Tezi, İstanbul 2003.

Ergül, Hakan. (2000) “*Televizyonda Haberin Magazinelleşmesi*” İstanbul, İletişim Yayınları

Erkal Mustafa E., Baloğlu Burhan, Baloğlu Filiz. (1997) “*Ansiklopedik Sosyoloji Sözlüğü*”, İstanbul, Der Yayınları.

Fiske, John (1989) “*News, History and Undisciplined Events*”, Londra, New York, Routledge Press.

Fiske, John. (1997) “*Television Culture*”, Patstow Cornwall, T.J. Press.

Hill, Barbara. (2003) “*Bizans İmparatorluk Kadınları, İktidar Himaye ve İdeoloji*,” Çev: Elif Gökteke Tut, İstanbul, Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

İmançer, Dilek. (2007) “*Feminizm ve Yeni Yönelimler-I*”, (Çevrimiçi) www.felsefeekibi.com/site/default.asp?PG=1110, 20 Kasım 2007.

İnal M. Ayşe. (1996) “*Haberi Okumak*”, Temuçin Yayınları, İstanbul.

İnceoğlu, Yasemin. (2007) “*Medyada ‘Kadın’ İmajı*”, (Çevrimiçi) <http://64.233.183.104/search?q=cache:NKoTQffynYkJ:www.yasemininceoglu.com/%3FPage%3D11%26id%3D149%26islem%3Doku+%22haberlerde+kad%C4%B1n%22&hl=tr&ct=clnk&cd=11&gl=tr>, 4 Kasım 2007.

Kahraman, Hasan Bülent. (2005) “*Cinsellik Görsellik Pornografi*”, Agora Kitaplığı Birinci Basım, Haziran 2005.

Kars, Neşe. (2004) “*Televizyon Haberlerinde Kadının Konumu*”, II. International Symposium Communication in The Millenium Vol I, İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları No:26, 17-19 Mart 2004, s.553-567.

Kars Neşe. (2002) “*Televizyon Haberciliğinde Kişiler ve Görevleri*”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 15. Sayı, 2002, s.599-615.

Kılınç, Berna. (2007) “*Akılın Cinsiyeti Var mı?*”, *Cinsiyetli Olmak / Sosyal Bilimlere Feminist Bakışlar*, Derleyen Zeynep Direk, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları.

Mutlu, Erol. (1995) “*İletişim Sözlüğü*”, 2. bs., Ankara, Ark Yayınevi.

Postman, Neil. (1994) *Televizyon Öldüren Eğlence-Gösteri Çağında Kamusal Söylem*, Çev: Osman Akınhay, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, I.B., Ocak 1994.

Rakow, Lana F; Kranich, Kimbirlie. (2002) “*Televizyon Haberlerinde Gösterge Olarak Kadın*”, Çev: Nurten Kara, Medya, Kültür, Siyaset, Der. Süleyman İrvan, II Baskı, Ankara, Alp Yayınevi, 2002.

Rigel, Nurdoğan (2000) “*İleti Tasarımında Haber*” İstanbul, Der Yayınları.

RTÜK Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı. (2009) “*Televizyon Haberleri İzleme Eğilimleri Araştırması*”, Şubat 2007, S.35, (Çevrimiçi) http://www.rtuk.gov.tr/sayfalar/DosyaIndir.aspx?icerik_id=5eafb205-dcac4aac-b585-df0e17acf634, 15 Mayıs 2009.

Sökmen, H. Melis. (2006) “*Ana Haber Bültenlerinde Kadın İmgesinin Nesne ve Özne Olarak Sunumu*”, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon Sinema Ana Bilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2006.

Store, John. (2000) “*Popüler Kültür Çalışmaları (Kuramlar ve Metotlar)*”, Çev: Koray Kardeşahin, İstanbul, Babil Yayınları, Temmuz–2000.

Ulusoy, Ebru-Eroğlu, B. Yalın-Sökmenoğlu, Melis-Yalın, Didem-Tandaçgüneş, Nilnur.-Gül, Öykü-Aytekin, Mesut-Morva, A. Deniz-Almalı, Selin. (2005) “*Reklâmların İçinde/N*”, Konya, Tablet Yayınları.

Uzun, Ruhdan. (2002) “*Eğlence Endüstrisi ve Televizyon Haberciliği*” Koçaeli KİLAD Güz–2, 2002, s.9–29. “*Haberciliği ‘kadın hak’lı haline getirmek,*” (Çevrimiçi) http://www.ucansupurge.org/index.php?option=com_content&task=view&id=2478&Itemid=54 4. 20 Ekim 2007.

“*Kadınlar nasıl ‘haber’ oluyor?*”.(2007) (Çevrimiçi) http://www.ucansupurge.org/index.php?option=com_content&task=view&id=3118&Itemid=54 20 Ekim 2007.

YENİ GERÇEKÇİLİK VE LUCHINO VISCONTİ: SİNEMA TARİHİNE YENİDEN BAKMAK

Barış KILINÇ*

ÖZET

Sinema tarihi içinde herhangi bir akım incelendiğinde, onun film dilinin genel evrimi içinde değerlendirilmediği görülür. O akımın kendine özgü içerik ve biçem özelliklerinden söz edilir. Bu genel bakış, çoğu zaman o akımı anlamayı, akımın özelliklerini aşan kimi yönetmenleri ve filmlerini çözümlmeyi zorlaştırır. Ayrıca bu bakış açısı, o akıma ait olduğu söylenen yönetmenleri ve filmlerini sanat ve sinema tarihinin derin birikimi ile okumaya da engel olur. Luchino Visconti için de benzer şeyler geçerlidir. Visconti filmleri ile ‘metinlerarası’ okumayı gerekli kılan ve Yeni Gerçekçiliğin dışına taşan bir yönetmendir. Onun filmografisine tarihsel olarak bakıldığında Jean Renoir’dan Thomas Mann’e, Marksizm’den Marcel Proust ve Gustav Mahler’e, Fransız doğalcılarından romantizme doğru bir evrilme söz konusudur. Bu makalede bu bakış açısına uygun olarak, Visconti ve filmleri konu edilmektedir. Bu makale, nitel ve betimleyici bir biçimle yazılmış, gerekli veriler literatür taraması yöntemi ile elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yeni Gerçekçilik, Luchino Visconti, Jean Renoir, Thomas Mann, Gustav Mahler, Sinema Tarihi.

ABSTRACT

It is usually observed that when a cinema movement is studied, it is not researched within the general evolution of film language. The peculiar characteristics of style and content of that movement are taken into account. Usually that general frame makes difficult understanding some directors and their films who get beyond the borders of the movement by using only that research frame. That rule applies for Luchino Visconti. Visconti is a director whose films requires a hypertextual reading and who goes beyond the neorealism. When his cinema is studied historically, an evolution from Jean Renoir to Thomas Mann, from Marxism to Marcel Proust and Gustave Mahler, from French naturalism to romanticism could be seen. The evolution of his cinema is studied with regards to those name mentioned. This is a qualitative and a descriptive study. The data is obtained by literature review.

Keywords: Neo-Realism, Luchino Visconti, Jean Renoir, Thomas Mann, Gustav Mahler, History of the Cinema.

*Yrd.Doç.Dr., Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Yaygın Öğretim Bölümü,
E Posta: bkilinc@anadolu.edu.tr

GİRİŞ

Film bittiğinde yazılar akarken izleyici yaşadıklarını hızla yeniden düşünür, der Zaur Mükerrerem. Düşünülenler, filmin biçiminden daha çok içeriği ile ilgilidir ona göre (Mükerrerem, 2012: 11). Zor olsa da tersi de mümkündür kuşkusuz. Filmin biçimi ile ilgili düşünen, hatta onu biçimsel bir çözümlmeye tabi tutarak, sinema tarihindeki yeri ile ilgili fikir yürüteler de vardır. Burada sözü edilenler, filmi izlerken ‘metinlerarası’ gezinti yapabilmeyi başarabilenler, izlenen filme sanat ve sinema tarihinin derin birikimiyle bakabilenlerdir. Yönetmenlerin de filmlerini böyle bakmayı başarabilenler için yaptığı söylenebilir. Böyle düşünüldüğünde bu tür filmlerin yönetmenlerince hem içerik hem de biçimsel olarak ‘metinlerarası’ bir yönelimle hazırlanmış olduğunun da kabul edilmesi gerekir.

Ünlü İtalyan Yönetmen Guido Anselmi (Federico Fellini, Sekiz Buçuk-8½, 1963) kaldığı kaplıca otelinde, yeni filmi ile ilgili konuşmak üzere yapımcısı ve oyuncularıyla bir akşam yemeği toplantısında bir araya gelir. Yemek sonrası karşısına çıkan sihirbazın, aklından geçenleri okumasına çekinmeden izin verir. Yardımcısı, elini Guido’nun başında gezdiren sihirbazın işareti ile kara tahtaya birden ‘Asa Nisi Mase’ yazar. İzleyen sahnede, kısa bir geriye dönüş ile Guido’nun aklından geçen bu kelimelerin izleri sürülür. Fellini’nin Guido’nun çocukluk anılarından çekip çıkardığı bu kelimelerin bir benzerini hem de aynı niyetle Orson Welles, Kane’nin (Yurttaş Kane-Citizen Kane, 1941) anılarından tutup getirir. Ölmeden önce sayıklayan Kane’in ağzından, tekrar tekrar şu sözler dökülür: Rosebud!

Fellini’nin ‘Sekizbuçuk’tan yıllar önce çekilmiş bu filmde habersiz bir biçimde, üstelik aynı niyetlerle geçmişten bir anı, filmik zamanın şimdisine taşımak istemesini, sadece yeni gerçekçi eğilimlerle açıklamak mümkün değildir. Fellini kendisine sorulursa bir ‘yeni gerçekçi’dir; ancak ona göre gerçekçilik, aynı zamanda anlatılan karakterle ilgili bir içtenliği de içermelidir. Fellini, yeni gerçekçiliğe özgü toplumsal ya da politik nesnelliğin, bu içtenliğin dışavurumu için tek başına yeterli olmadığını düşünmektedir (Kovács, 2010: 290). Kendisini zengin ve güçlü kılan düzeneğin aksine giderek yalnızlaşan Kane’nin geçmişine yapılan yolculuğu da, bu içtenliğin aranişi olarak tarif etmek mümkündür. Fellini’nin Guido’su gibi Welles’in Kane’ni de kararmış burjuva yaşantılarının dışında, geçmişlerinden kalma içten bir dünya aramakla görevlendirilmişlerdir. Muhtemelen Fellini, kahramanına böyle bir görevi verdiğiğinde, yolunun sadece Orson Welles ile değil; aynı zamanda bir yönüyle dışavurumculukla ve hatta gerçeküstülikle kesişeceğini de bilmektedir.

Thomas S. Eliot’a göre, şaire önyargılardan sıyrılarak yaklaşıldığında onun

yapıtlarındaki en ayırt edici özelliğin, kendinden öncekilerini yani geleneği dipdiri ayakta tutabilmesi ya da ölümsüzleştirmesi olduğu görülecektir. Tarih şuuruna sahip bir şair ancak, bireysel yeteneğini yapıtlarında ortaya koyabilir (Eliot, 1990: 2). Jean Luc Godard da çağdaş bir yazar nasıl Moliere’i ve Shakespeare’i bilmeden edemezse, bir yönetmen de Griffith’i bilmeden edemez; sinemada bizden önce eleştirel ve tarihsel bir gelenek yoktu (Akt. Kovács, 2010: 16), derken, Eliot’la neredeyse aynı şeyleri söylemektedir. Şu küçük örnekten de çıkarılabileceği gibi Fellini’yi, tarih şuuruna sahip bir yönetmen olarak nitelendirmek mümkündür ve onu, yeni gerçekçiliğin şimdisi ile değerlendirebilmek için bile sinemanın kısa tarihi içindeki yerini tespit edebilmek gerekir.

Luchino Visconti de Yeni Gerçekçidir ve tıpkı Fellini gibi Visconti de yeni gerçekçiliğin şimdisi ile değerlendirilemeyecek kadar tarih şuru ile hemhal olmuş bir yönetmendir. Filmlerinin genel seyri dikkatle incelendiğinde bu çok açık bir şekilde görülecektir. Bu makalede, Visconti’nin Yeni Gerçekçi akımın genel seyrinin dışında değerlendirilip değerlendirilemeyeceği; sözü edilen tarih şuuruna sahip olup olmadığı ve eğer böyle bir tarih şuuruna sahipse onu var eden sanatsal birikimin ne olduğu sorularına cevap bulunmaya çalışılmaktadır. Gerçekte, Visconti’nin filmlerinin zaman içinde, içerik ve biçim açısından farklılaştığı, Jean Renoir ile başlayan sinema serüveninin romantik bir eğilimle sonlandığını iddia edilmektedir. Ayrıca bu farklılaşmanın izinin sürülmesinin amaçlandığı bu makalede, post-modern anlamının dışında ‘metinlerarası’ bakış açısıyla, sinema tarihinde genel geçer değerlendirmeler dışında kalan ayrıntıları keşfetmenin, Yeni Gerçekçilik gibi belirli bir akım içindeki farklılıkları görebilmenin mümkün olduğu düşünülmektedir. Sözü edilen iddiaları tartışabilmek ve Visconti’nin kendine özgü sinema eğilimini ortaya koyabilmek için makalede öncelikle, İtalyan Yeni Gerçekçi akımın sinema tarihi içindeki yeri ve özgün nitelikleri üzerinde durulacak; sonrasında ise bu özellikler çerçevesinde Visconti’nin sinema serüveni, değişimi ve bu değişimde etkili olan sanatsal geleneğin izleri sürülecektir. Bu makale, nitel ve betimleyici bir biçimde yazılmış, gerekli veriler literatür taraması yöntemi ile elde edilmiştir.

1. BULGULAR VE YORUM

1.1. Sinema Tarihi ve Yeni Gerçekçilik

Andre Bazin, film dilinin geçirdiği evrimi tartışırken ses gibi teknik buluşların estetik evrime katkısını sorgulayarak, bu katkı yerine iki eğilimi ya da film yapma niyetini dikkate alır. Ona göre bazı yönetmenler, bütün dikkatini

simgesel anlatıma yoğunlaştırırken; öbür yönetmenler de gerçekliğin peşinden gitmektedir. Simgesel anlatım, montajın ve plastik öğelerin (makyaj, ses, ışık ve performans vb...) yardımıyla, temsil edilen nesnelere ekran üzerine yansıtılma biçimleri ile ilgilenir (Bazin, 1967: 23-24)². Ancak bu öğeler, gerçekliğin simgesel tasarımı için kullanıldığı gibi ‘gerçekçi’ yeniden üretimi için de kullanılır (Bazin, 1967: 23- 31).

Aslında Bazin’in söylediği gibi ne Edison’un ne de Lumière’in, ‘kinetoskop’un ve sinematograf’ın icadından hemen sonra sinemanın geleceği ile ilgili hayalleri vardır (Bazin, 1967: 21, 22). Lumière’in kendisinin dahi 28 Aralık 1895’te Paris’teki Bolulevard des Capucines’de bulunan Grand Kafe’de yapılan ilk ticari gösterime katılmadığı görülür. Yine de her iki mucit de tarihe geçecektir. Özellikle Lumière, kardeşi ile birlikte sıradan bir aleti icat etmenin çok ötesinde bir işi başarmış; sinemanın hareket halindeki gerçekliği kaydetme biçimi olarak gelişiminin ilk adımlarını atmış (Armes, 2011: 22, 23) ve artık “gerçekliğin teknik ve mekaniksel yeniden üretimi on dokuzuncu yüzyıldan itibaren sinema ile gerçekleştirilmeye başlanmıştır” (Bazin, 1967: 21) .

Özellikle sanat söz konusu edildiğinde, gerçeklik konusunun oldukça karmaşık ve tartışmalı bir tarihi olduğunu söylemek mümkündür. Sözü edilen hangi gerçekliktir? Klasik akımda olduğu gibi on dokuzuncu yüzyıl romantikleri de gerçekliği yansıttıklarını iddia etmektedir. Aynı şekilde simgeciler, insanlığın varoluşu ile ilgili derin gerçekliğe temas ettiklerini düşünmekte ya da natüralistler kendilerini pozitivist dönemin en gözde temsilcileri olarak gördükleri için eserlerinde fiziki ve toplumsal gerçekliği olduğu gibi yansıtılma becerilerinden söz etmektedir (Nutku, 2001: 88-95, 95-102, 106-113). Yirminci yüzyılın başlarında ortaya çıkan birçok farklı sanat akımı da benzer iddialara sahiptir. Fütüristlerden dadacılara, dışavurumculardan gerçeküstülere, birçok akım da gerçeklikle ilgilenir.

1920’ler ve 1930’lar sessiz sinema döneminin de, bu akımların etkisi ile şekillendiği görülür. Bu erken modernist dönem, sinemanın özellikle kendi dışındaki sanatsal ve kültürel gelenekler üzerine düşünmesiyle geçmiştir (Kovács, 2010: 17). Sözü edilen yirminci yüzyılın sanat akımlarının sinemanın potansiyelini ortaya çıkarmak üzere işe koşulduğu, geç modern sinema biçiminin gelişmesinde etkisi büyük ve sesin, henüz oyuna dâhil olmadığı bir dönemdir. Dışavurumculuk, Fritz Lang ve Friedrich Wilhelm Murnau; gerçeküstücülük, Fernard Léger, Luis Bunuel ve Salvador Dali; fütürizm, Dziga Vertov; dadacılık, Rene Clair, Francis Picabia ve Hans Richter ve kübizm, Marcel L’Herbier ile sinemada kendini göstermiştir (Kovács, 2010: 18).

Bu sinemacıların hemen hepsi geleneksel anlatı sinemasını, öbür sanat

² Bkz. file:///C:/Users/user/Downloads/Bazin%20Andre%20-%20What%20Is%20Cinema %20Volume%201.pdf (20.12.2014)

dallarında yaşanan biçimsel gelişmelerin uygulama alanı olarak modernleş-tirmeye çalıştıkları sinemanın sanatsal kullanımı kadar eleştirmemişlerdir. Bu ancak bir süre sonra, 1920'lerin sonunda; hareketin temsili ve yönlendirilmesi, zamanın ifade edilmesi ile görüntülerin alışılmamış ilişkisi üzerine yönelin-mesi; yani katıksız sinema hayaliyle gerçekleşmiştir. Katıksız sinema çabaları, geleneksel sinemanın gerçeklik temsiline karşı gelişen bir eğilimdir. Film di-linin geçirdiği evrimde, bu eğilime özgü çalışmalarıyla Walter Ruttmann, Jean Vigo ve Vertov gibi yönetmenlerin katkısı büyüktür (Kovács, 2010: 17, 18, 19).

Simgesel anlatım kategorisinde değerlendirilebilecek erken modern dönem eğilimlerinden bir başkası ise izlenimciliğin (empresyonizm) etkisin-deki sinema hareketidir. Germaine Dulac, Louis Delluc, Jean Epstein, Abel Gance ve Marcel L'Herbier gibi temsilcileri ile Fransız İzlenimciler, "sinema-nın yalnızca fiziksel olayların ve insan eylemlerinin dışsal biçimini değil, aynı zamanda karakterlerin içsel yaşamını ve ruhsal süreçleri gösterme potansiye-line" (Kovács, 2010: 19) dikkat çekmeyi denemişlerdir. Aslına bakılırsa bu üç erken modern dönem sinema eğilimi de gerçekliğin sembolik temsili ile ilgili çabaların ürünüdür ve bu yöndeki geç modernist sinemanın bir anlamda temelini teşkil etmektedir. Bunların dışında Yeni Gerçekçilik açısından Fransız şiirsel gerçekçiliği de, gerçekliğin 'gerçekçi' yeniden üretimi açısından yeni-den incelenmeyi hak etmektedir.

Sinemada 'gerçekçi' yeniden üretim ile ilgili olarak, özellikle Lumière ile başlayan geleneğin izlerinin sürülmesi oldukça önemlidir. Burada gerçekçi film yapımının, belgesel ile 'kurmaca' arasında gidip geldiği görülür. 1920-1940 arası, sinemanın modernist ilk döneminde, ses gibi plastik öğelerin oyuna dâhil olmasının yanı sıra iki çekimi biraraya getirmekle sınırlandırılan mon-tajın kullanımının gerçekliğe vakfedilişi ile birlikte; belgeselde, Amerikalı yö-netmen Robert Flaherty'den İngiliz Belgesel Okulu'nun kurucusu John Grierson'a; kurmacada da David W. Griffith ve Eric von Stroheim'den, Fran-sız Şiirsel Gerçekçi yönetmenlere ve hatta Yeni Gerçekçiliğe kadar uzanan 'gerçekçi' bir tarihin söz konusu olduğu söylenebilir. Her ne kadar Holly-wood'un yanılısamaya dayalı kurmaca film biçiminin tohumlarını ekmiş ol-salar da, Griffith'in ve Stroheim'in ve belki de Jean Renoir gibi kimi Şiirsel Gerçekçi yönetmenlerin, on dokuzuncu yüzyılın doğalcı (natüralist) romanının etkisi altında kalarak film yapmış 'gerçekçiler' olarak tanımlanması çok daha anlamlı olur. Visconti üzerindeki Renoir'ın, Yeni Gerçekçiler üzerindeki Fran-sız Şiirsel Gerçekçilerin izlerini sürmek (Armes, 2011: 19, 61, 62) isteyenler için önemli bir ipucu da sağlayacağı düşünülürse, bunun yerinde bir davranış olacağından da kuşku yoktur. Belki de burada yeni gerçekçi (İng. Neo-Rea-

lism) tabirinin ilk kez Umberto Barbora tarafından 1930'lar Fransız sineması için ve hatta 1945'te Guido Aristarco tarafından Renoir, Marcel Carné ve Julien Duviver'in çalışmalarına atıfta bulunmak için kullandığını da hatırlatmakta yarar vardır (Bacon, 1998: 11, 12).

Buraya kadar anlatılanlar Bazin'in söylediği gibi simgesel gerçeklik ile gerçekçi eğilimin sürekliliği içinde daha anlamlı hale gelen film dilinin evrimini anlamayı kolaylaştırdığı gibi, Yeni Gerçekçiliğin sanatsal kökenlerini görmeye de imkân vermektedir. Yine de bu iki eğilim içinde evrilen film dilini, şu üç temel yaklaşımla özetlemek mümkündür: (Armes, 2011: 10, 11)

- Sinemada asıl olan hayal etmek ya da yaratmak değil, insanları, nesnelere, mekân ve olayları olabildiğince müdahalesiz bir biçimde kamera önüne getirmek ve seyircinin görmesini sağlamaktır.

- Gerçeklikle kurulan bu doğrudan bağlantıyı koparmalı ve sinema, gözlerini yaşamın taklidini ya da benzerini sunmaya odaklanmalıdır. Benzerlik tatmin edici kurmacaların yaratılmasının bir aracıdır. Sinemanın başlıca işlevi anlatıdır ve gerçeklik yansımalarını güçlendirdiği için benzerlik kullanılabilir.

- Sinema yüzeysel gerçekliği nakletmek ya da taklidi güçlendirmek yerine görünenin ardındaki derin gerçekliği keşfetmekle ilgilenir.

Hollywood'un tecimsel sinema geleneğinin özeti niteliğindeki ikinci yaklaşım dışında kalanlar, örneğin ilki, gerçekçi geleneği tarif ederken, sonuncusu simgesel yönelimlerin temelindeki güdüyü işaret etmektedir. Yeni Gerçekçilik ise, bir yönüyle insanları, nesnelere, mekân ve olayları olabildiğince müdahalesiz aktarmaya çabalasa da öbür yönüyle, görünenin ardındaki derin gerçekliği keşfetmekle ilgilidir. Bu akımın filmlerinde, Grierson'un 'Balıkçı Tekneleri'nde (İng. 'Dirfters', 1929) görülen plan sekanslara ve fiziki çevreye karşı verilen gerçek mücadelenin gerçekçi yansımalarına rastlamak mümkün olduğu kadar; Renoir'ın 'Büyük Yanılsama' (Fra. 'La Grande Illusion', 1937) filminde olduğu gibi toplumsal belirlenmişliklerin ve sınıfsal temsillerin tipik bir öyküsünü bulmak da mümkündür. Bu filmler, belgesel olarak nitelendirilebileceği kadar 'kurmaca' olarak da görülmelidir.

İtalyan Yeni Gerçekçiliğinde kurmaca, gerçekliğin bir benzerini yaratarak ya da taklidini sunarak izleyicide sahte bir arınma hissi uyandırma amacını taşımaz. Böyle bir kurmaca, senarist Cesare Zavattini'nin söylediği gibi ezberlenen anlatı biçimi ya da öyküler yoluyla düş gücünün ölü kalıplarını canlı hayata uygulanmaktan başka bir şey değildir. Yönetmen ise tersine, katıksız gerçek üzerine düşünmeye yönelmelidir. Yeni Gerçekçiler, kendilerini çevreleyen derin gerçeklikle ilişkili oldukları sürece, konu ya da tema kılıfı çekmeyeceklerdir. Dolayısıyla düş gücünün ölü kalıplarını canlı olaylara uygulamaktan daha çok, canlı olayların bizzat kendisi ile ilgilenmekten başka

bir şeye ihtiyaçları yoktur. Öyleyse Yeni Gerçekçi filmlerin dramatik yapısını ya da ‘kurmaca’ ile ilişkisini de bu canlı olaylar belirleyecektir: (Zavattini, 1968: 381, 382)

- Yeni gerçekçilerden önceki sinemada bir olay anlatılır, bundan bir başkası, sonra bir üçüncüsü çıkar. Bu böyle sürüp giderken, her sahne hemen unutulmak üzere düşünülür. Bugün biz bir sahneyi tasarladığımızda bu sahne üzerinde ‘durmak’ ihtiyacı duyarız, çünkü bu sahnenin çok uzun yankıların bütün olanaklarını kendinde taşıdığını biliriz. Şu halde rahatça şunu rahatça söyleyebiliriz: Bize herhangi bir olay verin, ondan size bir seyirlik çıkaralım. Böylece sinemanın (teknik yönden olduğu kadar törel yönden de) temel niteliği olan merkezkaç gücü, merkezci güce dönüşür.

- Sinema yaşamı hep en dıştan görünen olaylarıyla anlattığı halde, Yeni Gerçekçilik dokundurmalarla yetinmeyip çözümlenmeye yönelmek gerektiğini öne sürer; daha doğrusu bir çözümlenmenin içinde bir bileşime.

Canlı olayların kendisine yönelim, aslında dramatik yapının kendisine gerçeğin olağan akışını örnek alması ile sonuçlanır. Gerçeğin akışı da gerçekçiliğin temelini oluşturur. Örneğin Bazin, ‘Bisiklet Hırsız’ (İta. ‘Ladri di biciclette’, 1948) filmini belgesel niteliğindeki gerçekliğinden dolayı, şeytani tuzaklarla örülmüş bir haber olarak nitelendirmekten daha çok, dramatik yapısını sosyal gerçekliğinden alan bir film olarak nitelendirir (Bazin, 1971: 50)³. Yeni Gerçekçilerin böyle bir yönelimle film yapıyor olmalarını, sadece sözü edilen sinemanın kısa tarihine özgü birikimleriyle açıklamak yanlış olur. Gerçekçi sinemanın yeni bir biçimle ortaya çıkması, tarihsel koşullarla da yakından ilişkilidir.

İtalya’nın İkinci Dünya Savaşı sonrası içine düştüğü durum, yeni gerçekçilerin içerik ve biçim olarak eğilimlerini belirleyen zorunlu bir etkidir. Ülke, Almanya ile birlikte kazanılacak ganimetlerin hayaline düşen Mussolini iktidarında savaşa sürüklenirken, aynı zamanda büyük bir yıkım ile karşı karşıya kalır. Almanya savaşı kaybeder, Roma bombalanır ve Sicilya müttefiklerce işgal edilir. Kendi faşist konseyinin desteğini yitirerek azledilen Mussolini, Almanlarca tekrar iktidara getirilir. Artık İtalya’da aynı anda iki savaş sürmekte, bir yandan Almanlarla müttefikler, öbür yandan sosyalist partizanlarla Mussolini’nin faşistleri savaşmaktadır. Bu karmaşa içinde doğan yeni gerçekçiler, Duce’nin (lider) sloganları ve aldaticı vaatlerinin aksine çıplak gerçekle ilgilenmeyi tercih ederek (Armes, 2011: 70), Zavattini’nin söylediği gibi onu görme ve çözümlenme isteğiyle, başkalarına hatta var olan her şeye karşı bir çeşit somut saygı göstermiş olurlar (Zavattini, 1968: 381).

³ Bkz. file:///C:/Users/user/Downloads/Bazin%20Andre%20%20What%20Is%20Cinema%20 Vol-ume%202%20(1).pdf (21.12.2014)

Yeni Gerçekçiler, savaşı ve öldürücü siyasal kargaşayı, açlığı, işsizliği, yoksulluğu ve böyle bir ortamda insan ilişkilerinde yaşanan çözülmeyi ve bozulmayı (Niş ve Eryılmaz, 1981: 147) filmlerine konu edinirken; sözü edildiği gibi bir anlamda da belgeselin ve kurmacanın estetik bileşimini zorunlu kılan teknik yoksunluklar ile de mücadele etmektedir. Öncelikle şunu söylemek gerekir: İtalya’da sinemayı Yeni Gerçekçiler keşfetmemiştir. Yeni Gerçekçi olarak tanımlanan ve Roberto Rosselini’nin yönetmenliğini yaptığı ‘Roma, Açık Şehir’ (İta. “Roma, Città Aperta”, 1945) filmi çekilmeden çok önce İtalya’da sinemanın oldukça önemsendiğini söylemek mümkündür. Örneğin faşist rejimin devriliş gideceği hayaliyle yaşayan ve aralarında Gianni Puccini, Giuseppe De Santis, Michelangelo Antonioni ve Pietro Ingrao gibi komünist yazarların bulunduğu ‘Cinema’ dergisi, üstelik Mussolini’nin oğlu Vittorio yönetiminde yayımlanmaktadır. Gerçekten özellikle 1930’ların başlarında faşist rejimin Almanya ya da Sovyetlerdeki gibi sinema üzerine baskı uygulama gibi bir kaygısı yoktur. Entelektüellerin sinema endüstrisi sayesinde eğlenceye boğulan ve faşist rejim ile yönetilen ülke üzerindeki etkileri oldukça küçümsenir (Bacon, 1998: 10).

1930’ların ortalarına gelindiğinde ise ilk sansür olarak nitelendirilebilecek sert önlemler hayata geçirilmeye başlanır. Aynı zamanda ulusal sinema kültürünün de teşvik edildiği görülür. 1934’te sinema Venedik Sanat Festivali’nin bir parçası haline getirilir. İzleyen yılda, Centro Sperimantale Cinematografico film okulu açılır ve L’Ente Nazionale Industrie Cinematografiche (ENIC) adındaki ulusal film yapım şirketinin yanı sıra, film yapımını finanse etmek için bir fon kurulur. ENIC’in film ithalatında tek söz sahibi olması sağlanır, böylece bu şartlar altında çalışamayan büyük Hollywood şirketleri İtalyan pazarından çekilmek zorunda kalırken, ulusal film endüstrisinin gelişimine de fırsat tanınmış olur. Mussolini’ni bir film stüdyosu da (Cinecittà) kurar. Dünyaca kabul edilen ve hala yayım hayatına devam eden bir derginin (İng. Black and White) çıkarılması da sağlanır (Bacon, 1998: 10).

Genelde melodram olarak adlandırılan yakışıklı ve fakir bir gencin üst sınıftan bir kıza âşık olmasını ve gerçek mutluluğun kendi sınıf üyeleri arasında olduğunu fark etmesini anlatan beyaz telefon (İng. White Telephone) filmlerinin revaçta olduğu bu yıllarda, her şeye rağmen faşist rejimin geleceği adına düşünsel derinliğe sahip Avrupa filmlerinden daha çok Amerikan filmlerinin önemsendiğini ve desteklendiğini söylemek de mümkündür. Ancak İtalyan sinemasının gelişimine ket vuran bu duruma rağmen Fransız ve Sovyet filmlerinin düşünsel birikiminden yararlanan yönetmenler çalışmalarına devam etmiştir (Bacon, 1998: 11).

1940'larda ise İtalyanlar bir yandan büyük bir yıkımla yüz yüze kalırken öbür yandan da yeniden inşa çabası içinde ülkelerini canlandırmakla uğraşmışlardır. Özellikle savaş sonrası, faşizmin izlerinin silinmeye çalışıldığı, yeni ve antifaşist bir İtalya'nın temellerinin atıldığı bir dönemdir. Faşizmin izlerinin nasıl silineceği konusunda farklı anlayışların ortaya çıktığı, kimilerinin sadece kısa süreli bir sapkınlık olarak görerek unutmayı, kimilerinin ise hükümetin ve toplumun, faşistlerin uzun süre iktidarda kalmasını sağlayan kurumlardan ve insanlardan temizlenmesini önerdiği bu dönemde (Bacon, 1998: 25), Yeni Gerçekçilerin tartışmak yerine sıradan insanların sorunlarıyla ilgilenerek umutla çalışmayı tercih ettikleri görülür (Armes, 2011: 70). Ancak söylenildiği gibi yaşanan büyük yıkım, film yapımına dair çeşitli zorunlulukların ortaya çıkmasına neden olduğu gibi, alışılan film yapma biçimini de değiştirir. Artık stüdyolar yoktur. Pahalı teknik teçhizatlar yerine haber amaçlı kullanılan kameralar ile doğal ışık altında ve doğal mekânlarda çekimler yapılmak durumundadır. Film ham maddesini bulmak çok zor olduğu için eski ve oldukça yıpranmış olan filmler ile tekrar tekrar çekimler yapılamamakta ve çekimler çoğu zaman tekrar alınmadan yapılmaktadır. Bütün bunların yanı sıra, film yapım maliyetlerini karşılamak oldukça zorlaşmış olduğu için pahalı yıldız oyuncular yerine, sıradan insanların oyuncu olarak kullanılması söz konusudur (Armes, 2011: 70, 71; Niş ve Eryılmaz, 1981: 148, 149). Aslında kameralarını yıldızların dünyasından sıyrarak sokaktaki sıradan insanın dünyasına yöneltmeyi tercih eden (Bazin, 1971: 48) Yeni Gerçekçiler için bütün bu kısıtlılıkların birer fırsata dönüştüğü söylemek de mümkündür.

Sıradan insanın gerçek sorunlarıyla ilgilenmeyi kendine görev edinen Yeni Gerçekçiler ister istemez sokağa çıkmak; stüdyo tekniğinin getirdiği yapaylıktan, düşsel öykülerin gerçek gibi gösterilmesinden kurtulmak, bu içeriğe uygun bir biçim oluşturmak zorundadır. Gerçekliğin sürekliliğini sağlamak önemli bir amaçtır. Bu nedenle kurgudan kaçınılmasına, dışavurumcu bir simgesellik yerine uzun ve kesintisiz çekimler ile gerçekliğin gerçekçi bir biçimde yansıtılmasına çalışılır. Özellikle film kısıtlılığı nedeniyle yeniden çekim yapılması mümkün olmadığı için niteliği iyi olmayan görüntüler kullanılarak bir yandan 'kurmaca' ile belgesel koşutluğu sağlanmış öbür yandan da teknik kısıtlılıkların fırsata çevrilmesi sağlanmış olur. Yine gerçekliği vermek için gerçek karakterlerin kullanılması, yakın çekimden kaçınılmasına, bel ve boy çekimlerin kullanılmasına (Niş ve Eryılmaz, 1981: 148, 149) neden olur ki bu tercihte aynı zamanda birazda savaş sonrası ekonomik koşulların film yapımına dayattığı zorunluluklar etkilidir.

1.2. Yeni Gerçekçilik ve Visconti

Senarist ve kuramcı Cesare Zavattini'nin söylediği gibi Yeni Gerçekçilik, senaryo da dahi olmak üzere, her çeşit teknik ve mesleki işbirliğinin ortadan kalmasını içerir. Tek yaratıcı yönetmendir ve her bir yönetmen aynı insani kaygularla hareket etse de aynı biçimde film yapmama konusunda hemfikirdir. Bazin, belki de bu nedenle Yeni Gerçekçilerin estetik olarak kendilerini tekrar etmekten kaçındıklarını söylemiştir (Bazin, 1971: 48). Zavattini için asıl olan günlük ve katıksız gerçektir (Zavattini, 1968: 381). Victoria de Sica'yı film çekmeye iten şey, insan dayanışmasını araştırma, bencilliğe ve adam sendeciliğe neden olan yıkım ile mücadele etmek ve insanı yalnızlığına sürükleyen rekabeti işlemektir (De Sica, 1968: 456, 457). Roberto Rossellini, yıkıntılar içinde Hollywood egemenliğine direnerek, ülkesinin acılarına kendine özgü bir biçimde film yaparak çare aramaya yönelir (Rossellini, 1968: 451- 453). Luchino Visconti ise beni ilgilendiren şey insanbiçimci sinema diyerek, yaşayan insanların öykülerini, şeyler yerine şeylerin arasında yaşayan insanları yansıtmakla ilgilenir (Visconti, 1968: 455).

Görüldüğü gibi Yeni Gerçekçileri film yapmaya iten ve harekete geçiren temel bazı gerekçeler söz konusudur. Bu temel gerekçeler çevresinde yine temel bazı biçimsel yönelimlerle film yapıldığı görülmektedir ve bu film yapma gerekçeleri ile yönelimlerini tarihsel olarak besleyen önemli bir sinema geleneği söz konusudur. Henry Bacon, Jean Renoir özelinde Fransız Şiirsel Gerçekçiliğinin İtalyan Yeni Gerçekçileri ve özellikle Visconti üzerinde oldukça etkili olduğunu iddia etmektedir. Örneğin Renoir'ın 'Toni' (Fra. "Toni", 1934) filmi, birçok yönüyle Yeni Gerçekçiliğin habercisi olarak görülür. Bunun nedeni, dünya sinemasının gerçekçi geleneğinde merkezi bir yer işgal eden ve gerçek olaylara dayanan 1934 yılı yapımı bu filmin yıldız oyuncular kullanılmadan ve dış mekânlarda çekilmesidir (Bacon, 1998: 7, 8).

Renoir'ın kendisi de, filmi ile ilgili amacının, yakaladığı her şeyin önem sıralaması gözetmeksizin cebinde gezdirdiği kamera ve mikrofonla kaydedilmiş gibi görünmesini sağlamak olduğunu; yine de bir çerçeve çizmek gerekirse 'Toni'nin bir belgesel değil ama Les Martigues'te gerçekleşen bir aşk öyküsüne ait bir haberden hareketle yapıldığını söylemektedir (Akt. Bacon, 1998: 7). Yeni Gerçekçilerin film yapma biçimleri ve kaynakları ile Renoir'ın yaratmak istediği izlenim için işe koşmak istedikleri neredeyse aynıdır. Bunu anlamak için Rossellini'nin 'Roma, Açık Şehir' adlı filmine bakmak yeterlidir. 'Roma, Açık Şehir' tam anlamıyla yeni gerçekçi bir filmidir. Almanların Roma'yı işgalinin son günlerini öylesine iyi yakalamıştır ki, Almanlar hala oradayken gizli kamera ile çekilmiş izlenimi verir. Gerçek bir dekor söz konusudur, çünkü yönetmen, hala işgalin ve yıkımın izlerini taşıyan şehrin semt-

lerini ve sokaklarını kullanmıştır: yani kamera sokaktadır. Filmin başındaki sahnelerin birçoğu, filmdeki kahramanın yaptığı gibi birçok defa Almanlardan çatıları kullanarak kaçmak zorunda kalan senarist Sergio Amidei'ye aittir. Filmde Alman işgali altında yaşamış ve direniş hareketi ile birlikte savaşmış insanlarla birlikte çalışılmış, oyuncular onlar arasından seçilmiştir. Hatta SS tarafından bir kadının sokakta vuruluşuna tanıklık eden bir kişi oyuncu olarak kullanılmıştır. Bu filmle üne kavuşan Anna Magnani adında tek bir profesyonel oyuncu vardır. Yardımcı oyuncular, çoğu zaman kamera etrafında toplanan izleyiciler arasından seçilir. Öykü oldukça basittir. Yaşamın içindedir ve yakın tarihten izler taşır. Biraz görüntülerin niteliği biraz öykünün tarihsel gerçekliği ve biraz da hala savaşın izlerinin taşıyan gerçek mekânların kullanımı nedeniyle filmi bir belgesel olarak nitelendirmek mümkündür. Farklı toplumsal kesimlerin temsil eden ve Alman işgaline karşı örgütlenen üç karakterin (komünist direnişçi, Katolik papaz, dul kadın) direnişlerini ve yakalanarak öldürülmelerini konu edinen bu filmi (Armes, 2011: 70-71; Niş ve Eryılmaz, 1981: 150-151), hem içerik hem biçim açısından Renoir'ın yapmak istedikleri ile karşılaştırarak, benzer yönler bulmak mümkündür. Bunun gibi De Sica'nın 'Bisiklet Hırsız'ı' filmi de tıpkı gizli kamera ile çekilen bir üçüncü sayfa haberi gibidir. İşe başlamak için bisiklete ihtiyacı olan bir işçinin, işe başlar başlamaz bisikletini çaldırmasını, ardından oğluyla çaresizce çaldığı bisikleti sokak sokak aramasını ve günün sonunda işini kaybetmemek adına oğlunun gözü önünde hırsızlık yaparken yakalanmasını konu edinir. Kamera, çaresizliğin kol gezdiği toplumsal yaşamı sergilemeye yardım ederken, yıkıma şahitlik eden ve çaresizliği besleyen sokakları bütün çıplaklığıyla göstermeyi de becerir. Başrol oyuncusu da (Lamberto Maggiorani), Breda fabrikasında çalışan gerçek bir işçidir (Armes, 2011: 76).

Yine de ne Rossellini'nin sözü edilen filmi ne de 'Bisiklet Hırsız'ı ile Fransız doğalcılığı arasında bir benzerlik kurmak mümkündür. Her iki filmde de karakterlerin tipik toplumsal temsillerinin ve bu temsillerin içinde çıktığı toplumsal koşulların derinlikli çözümü söz konusu değildir. Öykü tarihsel bir süreç içinde ve onunla etkileşim halinde sunulmamıştır. Mike Wayne 'Bisiklet Hırsız'ı' filmi örnek vererek bu durumu, kahramanın anlık ilişkilerinin yarattığı izlenimin filmik sonuçları ile açıklar. İşçi bisikletini ararken sadece oğluyla birlikte. Dolayısıyla yalnızdır. İşsizlerle, işçi pazarıyla, rehinciyle, polisle, kiliseyle, sendikayla, hırsızlarla ve işçilerle kurulan ilişkiler toplumsal güçlerin ve grupların oldukça geniş bir tuvalini sunsa da, geçicidir ve film bu nedenle, gerçek tarihsel ilişkileri yansıtacak bir bütünlük kuramamaktadır (Wayne, 2011: 54, 55). Bazin de bu film ile ilgili aynı şeyi söyler. Ona göre işçi, bağlı bulunduğu sendikadan tecrit edilmiş bir şekilde gösterilmekte ve

burjuva yaşantısının koşullandırdığı zorunluluğa mahkûm kalacak biçimde sendika tarafından yalnız bırakılarak bisikleti bulmasına yardım edilmemesi özellikle vurgulanmaktadır (Bazin, 1971: 52). Belki de bu nedenle Wayne'nin söylediği gibi toplumsal ilişkilerin küçük bir evreninin yaratılma şansı elden geçirilmektedir (Wayne, 2011: 55). Ancak De Sica'nın bunu bilinçli bir şekilde yaptığı da söylenebilir. Çünkü hem Zavattini hem de Rosellini ve De Sica savaşın ve savaş sonrası yaşanan toplumsal sorunların ezdiği sıradan insanları konu etme derdine düştükleri için film çekmektedir (Zavattini, 1968: 380-384; De Sica, 1968: 456-459; Rosellini, 1968: 450-453). Onlar toplumsal sorunlardan daha çok sıradan insanlarla ilgilenir (Armes, 2011: 74). Bu derdin, Yeni Gerçekçileri; Zavattini öncülüğünde Rosellini ve De Sica gibi yönetmenleri, Fransız Şiirsel Gerçekçiliğinin, özellikle Renoir'ın Fransız doğalcılığı ile bezenmiş film yapma biçiminden (Armes, 2011: 62) uzaklaştırdığı söylenebilir.

Visconti'nin Yeni Gerçekçilerden ayrıldığı ilk nokta da burasıdır. Renoir ile derin sanatsal ilişkisi onun daha ilk filminde, Fransız doğalcılığı ile bezenmiş bir biçimle izleyicinin karşısına çıkmasına neden olur. 1942 yılında çektiği ilk filmi 'Tutku'nun (İta. "Ossessione", 1943) Renoir'ın 'Toni'sine benzetilmesinin nedenlerinden biri de budur.

"Birçok gerçekçi başyapıttan farklı olarak Toni, tıpkı tutku gibi temelde zaman dışı kalan bir filmidir. 1934 Fransa'sının özgül toplumsal koşullarıyla ilişkili değildir (dayandığı gerçek olaylar bu tarihten yirmi yıl öncesinde olmuştur) ve her ne kadar gerçek kahraman İtalyan bir göçmen işçisi ise de, filmin modeli, söz gelimi kahraman bir Fransız köylüsü olsaydı da, değişmez. Toni'nin görsel tarzı, Renoir'ın en ölçülü halini gösterir. Vurgusuz çekimler ve sahneleri dramatik olarak oluşturmayı kasten reddetme, filme karakterlerin duyguları, gereksinimleri ve ihanetlerinin yönetmen tarafından tarafsız kabulü ile uyumlu olan bir haber filmi niteliği verir. Toni gibi bir çalışmanın sinema dışından benzerleri aransa kaçınılmaz olarak Fransız doğalcılığına yönelmek zorunda kalınır" (Armes, 2011: 62).

Bacon'un söylediği gibi Visconti, 'Toni' çekilirken Renoir'ı gözlemleme fırsatını elde etmiştir (Bacon, 1998: 8). Bu bilgi kuşkusuz Visconti ile Renoir arasındaki sanatsal bağı açıklamak için tek başına yeterli değildir. Ancak James M. Cain'ın 'Postacı Kapıyı İki Kez Çalar' (İng. The "Postman Always Rings Twice", 1934) adlı romanından uyarlanan 'Tutku'yu tam olarak yeni gerçekçi olarak nitelendirmek zordur. Renoir'ın 'Toni'si ne kadar yeni gerçekçi ise 'Tutku' da o kadar yeni gerçekçidir ve aslında bu film Visconti'nin yeni gerçekçi filmlerinin haberci olarak gösterilirken (Niş ve Eryılmaz, 1981: 153), incelendiğinde daha çok 'Toni'nin beslendiği sanatsal gelenek ile ancak anlaşılabildiği görülür.

Onu tam anlamıyla yeni gerçekçi yapan ilk film ise ‘Yer Sarsılıyor’dur (İta. “La Terra Trama”, 1948). Şunu söylemek gerekir ki bu filmde bile Fransız doğalcılığının izlerini sürmek, dolayısıyla Renoir etkisini gözlemlemek mümkündür. Visconti’nin aristokrat geçmişine rağmen Fransa’ya gidip geldiği, orada kaldığı yıllar boyunca Fransız sanat çevreleri ile hemhal olduğu ve hâkim olan Marksist düşünce dünyasının etkisine girdiği söylenir (Bacon, 1998: 6-9). Biraz daha yakından bakıldığında savaş sonrasında, İtalya’nın yeniden inşasında da benzer düşünsel etkilerin söz konusu olduğu görülür. Özellikle İtalyan Yeni Gerçekçiliğinin yönetmenleri için Marksist düşünce oldukça önemlidir (Niş ve Eryılmaz, 1981: 147). Ancak Visconti ile öbür Yeni Gerçekçi yönetmenler arasındaki anlayış farkı büyüktür. Visconti zaman zaman değişse de konularını daha çok tarihsel süreci dikkate alarak; karakterlerini de toplumsal süreç içindeki gerçek ilişkiler yumağı içinde şekillendirir. Armes’in söylediği gibi Yeni Gerçekçilikler ise genel olarak toplumsal sorunlardan daha çok yalıtılmış izlenimi yaratacak bir biçimde sıradan insan öyküleri ile ilgilenir (Armes, 2011: 74). Burada da Visconti’nin, Fransız doğalcılarının etkisinde tipik karakterler ile var olan toplumsal ilişkilerin küçük bir evrenini yaratma çabası içinde olduğu söylenebilir (Akt. Wayne, 2009: 50-51). Özetle onun Marksist yönelimi Yeni Gerçekçilerden ayrılmaktadır:

“Filmleri, malzemesini ister ‘Tutku’ (“Ossessione” -1942), ‘Yer Sarsılıyor’ (“La Terra Trama” -1947/48) ya da ‘Rocco ve Kardeşleri’ (“Rocco E I Suoi Fratelli” -1960) gibi yaşanılan günden alsın, ister ‘Günahkâr Gönüller’ (“Senso” -1953/54), ‘Leopar’ (“Il Gattopardo” -1962) ya da ‘Venedik’te Ölüm’ (“Morte A Venezia” -1970) gibi yazınsal tarihsel konulara yönelsin, Visconti için tarihsel ilişkilerin çözümlenmesi her şeyden önemlidir” (Geitel, Prinzler, Schlappner ve Schütte, 2006: 31).

‘Yer Sarsılıyor’ filmi bunun için oldukça iyi bir örnektir. Film kuşkusuz Yeni Gerçekçiliğin temel biçimsel özelliklerini içinde barındırır. Filmde sıradan oyuncular, Sicilya köylüleri başroldedir. Sekans planlar, kurgunun zorunlu filmik kullanımı dışında reddi, yakın çekimlerin kullanımından kaçınılması, doğal ışık ve mekânların tercih edilmesi gibi oldukça Yeni Gerçekçi eğilimler söz konusudur. Ancak öyküde sıradan herhangi birinin savaş sonrası yaşadıklarının temsiline yer vermek yerine Sicilya köylüleri üzerinden İtalya’da yaşanan kuzey güney sorununun⁴ toplumsal koşullarının yansıtılması tercih edilmiştir. Ntoni ile küçük kardeşinin köyün balıkçılarının kendilerine bağlayan büyük tüccarların sömürüsüne başkaldırıışlarını konu edinen film, temelde birlikte hareket etmeyi beceremeyen köylülerin henüz buna hazır olmayışlarına dikkat çekmektedir. Ntoni’nin tek başına tüccarlara rağmen balıkçılık ya-

⁴ Bkz. Gramsci, A. (2010). Seçme Yazılar 1916-1935, (Çev. İ. Yıldız). Ankara: Dipnot Yayınları, ss. 209-226

pabilmesi mümkün değildir. Bu nedenle Visconti, bireylerin kurtuluşunun ancak sınıfsal dayanışma ile mümkün olabileceğini göstererek (Geitel, Prinzler, Schlappner ve Schütte, 2006: 71-75), feodalizmin ezdiği güneyli köylülerin, kapitalistlerin ezdiği kuzeyli işçilerle bir araya gelebilmesi için bu dayanışmayı gerekli gören Gramsci'nin izinden gider.

Bu filmden hemen sonra çekilen 'Güzeller Güzeli' (İta. "Bellissima", 1951), Visconti'nin Yeni Gerçekçilikle bağının giderek zayıfladığını kanıtlayan ikinci filmidir. Filmin senaryosu aslında Zavattini tarafından yazılır, ancak Visconti senaryoyu kendi düşünce dünyasına uygun bir biçimde dönüştürür (Geitel, Prinzler, Schlappner ve Schütte, 2006: 81). Bunun nedenlerinden ilki, yeni gerçekçiliğin biçimine de yansıyan, gerçekliğin küçük bir evreninin yaratılmasına çoğu zaman engel olan nesnel tutumudur. Rossellini'nin, görüntüyü oluşturan verilerin, herhangi bir yoruma ve etrafındakilerle herhangi bir diyalektik etkileşim içinde değerlendirilmesine olanak sağlamayacak halde var olması gerektiğini söylemesi (Rossellini, 1983: 150), (tarafsızlık gereği) bu nesnel tutumun yeni gerçekçiler için önemini gösterir. Bu tutum aslında bireylerin yaşantılarını ve ilişkilerini içinde yaşadıkları gerçekliğin bütünlüğü içinde tipik bir şekilde yansıtılmasına engeldir. Bu, Zavattini'nin yazdığı senaryo taslağının da içine düştüğü tuzaklardan biridir. Kendine bir parça mutluluk sağlamak için kızını film dünyasına sokmak isteyen Romalı bir kadının öyküsü üzerine yazılan ilk taslakta, bu amacını gerçekleştirmek için var gücüyle çabalarken, sonunda tek kazancının, kendisini ve küçük kızını, filmcilerin önünde küçük düşürmesi olduğu görülür. Zavattini'ye sadık kalındığında, bu film de tıpkı De Sica'nın 'Bisiklet Hırsız' gibi bitecektir. Ricci'nin babasına yaptığı gibi bu filmde de küçük Cecconi, elini annesine uzatarak tesselli verecektir (Geitel, Prinzler, Schlappner ve Schütte, 2006: 81, 82). Bu nesnel tutumu, Walter Benjamin'in 'Üretici Olarak Yazar' adlı makalesinde, Alman kültür hareketinde etkin olan yeni nesnelci yönelimin fotoğraf üzerindeki etkisini incelerken getirdiği eleştirilerden esinlenilerek değerlendirmek mümkündür. Benjamin, işçi sınıfını, doğalcı tarzda resmetmede uzmanlaşan bu yeni nesnel tutumun, bir yandan uçlarda yaşayan ve ihmal edilen insanların yaşam alanlarına seslenerek, onları görünür hale getirirken; öbür yanda, sefil yoksulluğu, son moda ve teknik olarak mükemmel bir tarzda işleyerek onu haz nesnesine dönüştürdüğünü söylemektedir (Akt. Wayne, 2009, s. 61; Benjamin, 1984: 22-25). Dolayısıyla yeni gerçekçilikteki bu benzer yöntem de adaletsizlikleri gösterirken, bu adaletsizliklerin yansımalarını, onları yaratan düzenin işine yarar bir haz nesnesine dönüştürür. Visconti de bu yüzden, bu tür küçük burjuva duygusallıklarından taslağı arındırarak (Geitel, Prinzler, Schlappner ve Schütte, 2006: 82), sınıfsal bilinçlenmenin gerekliliğine dikkat

çeken bir senaryo haline dönüştürür. Annenin kızını film dünyasına sokmama kararı, bilinçli bir vazgeçişdir. Film ekibinin önünde ağlayan çocuğuna gülünmesi karşısında, anne, kızı özelinde kendi gibilere gülünmesini, onları küçük gören adaletsiz işleyişin içine girmeyerek reddetmiştir (2006: 82).

İkinci neden ise Zavattini'nin taslağında, öncesinde bu adaletsizliğe katılmayan, küçük kıza gülündüğü sırada sessizliğini koruyan ve bu anlamda, nesnel bir duruş sergileyerek yeni gerçekçilere özgü davranan yönetmen, Blassetti'nin filmin sonunda sistemin suç ortağı haline getirilmesidir. Yönetmenin sessizliğinin, deneme çekiminin ikinci kez izlenmesinden ve küçük kızın, öbür kaprisli profesyonel oyuncularından daha inandırıcı olabileceğinin anlaşılmasından sonra bozulduğu görülür. Çünkü Blassetti, filmini daha gerçekçi ve izlenebilir kılabilmeyen bir yöntemi olarak gördüğü için kızın toplumsal durumunu sömürerek, onu bir artı değer nesnesine dönüştürebilecektir (2006: 82, 83). Visconti'nin sonraki yıllarda, filmlerinde amatör oyuncular yerine, ünlü yıldızları (Alain Delon, Burt Lancaster ve Dirk Bogarde gibi) tercih eder hale gelmesini, özellikle bu film ile gösterdiği gibi yeni gerçekçilerin sıradan insanları oyuncu olarak kullanma nedenleri ile ortaya çıkan sonuç arasındaki uçurumu görmesiyle açıklamak mümkündür.

'Güzeller Güzeli'nin, sınıfsal temsiller ve tarihsel koşullar eşliğinde bilinçlenmenin gerekliliği üzerinde durarak, bireysel sorunlar yerine toplumsal ilişkilerin gerçekçi yansıtımına öncelik vermesi nedeniyle yeni gerçekçilikten daha çok Fransız Şiirselliğini ve doğalcılığını kendinde canlandıran bir film olarak nitelendirilmesi mümkündür. Visconti'nin değişimi, kendine özgü sinema anlayışını örneklendiren bu filminden sonra çok daha açık bir şekilde gözlemlenebilir hale gelir. Aristokrat kökeni giderek su yüzüne çıkar, kendisinin de söylediği gibi Thomas Mann, Marcel Proust ve Gustav Mahler dönemine mensubiyeti daha fazla baskılanamaz. Öncelikle Richard Wagner'den Gustav Mahler'e kadar uzanan ve filmlerine yansımaya başlayan müzikal birikimi ile opera yönetmenliği tamamen onun aristokrat kimliği ile ilişkilendirilebilir. Visconti'nin tepeden inme feodal devrimin sonuçları ile savaş sonrası İtalya'nın tarihsel koşullarına atıfta bulunduğu ilk renkli filmi 'Günahkâr Gönnüller' (İta. "Senso", 1953-54), bu değişimin bütün izlerini taşır (Geitel, Prinzler, Schlappner ve Schütte, 2006: 95-96). Oyuncular ünlüdür (Heinz Moog, Ahda Valli, Massimo Girotti ve Farley Granger) ve özellikle Granger'in canlandırdığı Avusturyalı subayın ismi (Franz Mahler) oldukça dikkat çekicidir (2006: 88). Visconti bu filmi ile yeni gerçekçilerin belgesel tadındaki görüntülerinin tersine operayı andıran ve 19. yüzyıl manzara tabloları ile örülmüş sahne düzenlemeleri ile neredeyse tarihsel bir epiği yeniden canlandırmış gibidir (Geitel, Prinzler, Schlappner ve Schütte, 2006: 106, 107). Edward Said

de, bunun Visconti'nin bilinçli tercihi olduğunu düşünür. Özellikle 1962 yılında çektiği ve Sicilyalı aristokrat Giuseppe Tomasi di Lampedusa'nın (1896-1957) yayımlanmış tek romanından uyarladığı 'Leopar' (İta. "Leopard") filmi eski dönem üslubu çerçevesinde değerlendirirken söyledikleri oldukça ilgi çekicidir:

"Visconti'nin Marksist olduğunu ve bir film yapımcısı olarak kariyerine de tam anlamıyla, hatta uzlaşım sal olarak Rossellini'nin ve erken dönem De Sica'nın yeni gerçekçi geleneği içinde yer alan (La Terra Trema/Yer Sarsılıyor gibi) filmler yaparak başladığını belirtmekte yarar var. Visconti, tıpkı kendisi gibi Rossellini'nin yarattığı dalgada iş yapmaya başlayan nispeten genç çağdaşı Gillo Pontecorvo'nun aksine, kariyerine bu dalganın dışında devam eder... Pontecorvo tarzını yeni gerçekçilikten, zekice tasarlanmış, belgesel niteliği taşıyan, devrimci, hatta kışkırtıcı bir üsluba çevirir... Visconti ise daha eski bir biçiminin, 1940'ların ve 1950'lerin Hollywood sinemasını çağrıştıran büyük tarihsel epiğin daha sofistike ve daha incelikli bir versiyonuna geri çekilmiş; konu olarak, hem halk devrimlerinin hem de yeni burjuva düzeninin talancılığı tarafından tehdit edilen eski bir sınıfa duyulan nostaljiyi seçmiştir" (Said, 2007: 110).

Visconti, hem burjuva düzeninin hem de halk devriminin yarattığı yıkıma şahit olmuş bir aristokrat olarak, kendisi gibi aristokrat Lampedusa'nın romanını filme uyarlarken, hem romanın hem de filmin kahramanı Sicilyalı Salina Prensi yaşlı Don Fabrizio ile (Burt Lancaster) özdeşleştiği söylenebilir (Akt. Said, 2007: 114). 'Rocco ve Kardeşleri/Düşman Kardeşler' (İta. "Rocco E I Suoi Fratelli", 1960) ile Visconti, 'Yer Sarsılıyor' ya da 'Güzeller Güzeli' filminde olduğundan daha çok bir halk devriminden oldukça uzak olduğunu, sıradan insanların modern kapitalist örgütlenme içinde dayanışmadan giderek daha fazla uzaklaştığını ve lümpenleştiğini düşündürür. Aslında Visconti'nin söylemek istediği, onun aristokrat geçmişine ait özlemlerine ilişkindir. Bu nedenle 'Rocco ve Kardeşleri' epik bir opera olarak nitelendirilir:

"Gerçekten bir ailenin antropolojik, psikolojik ve sosyolojik anların iç içe geçtiği bu çöküş öyküsünde Visconti'nin ikili kıyaslayıcı tavrı bir kez daha gözler önüne serilir: bir yanda kendi kendini silip yok eden eski, öte yanda başlangıçta gerçekliğe dönüşmemiş bir çekirdek olarak, bir istek, bir umut olarak boy gösteren yeni. Silinip gitmekte olan eskiyi Visconti, bu vedalaşmadan duyduğu üzüntü yüzünden adeta bir melodram, duyguların doruk noktası, bir opera sınırlarında ele alınmıştır" (Geitel, Prinzler, Schlappner ve Schütte, 2006: 106, 107).

Aristokrat ve artık yaşadığı zamana uygun düşmeyen Visconti (Said, 2008: 108), yeni gerçekçiliğin bütün içerik ve biçimsel kalıplarını yıkarak,

Fransız doğalcı romanlarını andıran bir biçimle epik filmler yapmaya koyulurken aslında kendi geçmişine geri dönmektedir. Thomas Mann, tıpkı Proust ya da Mahler ile ilişkisi ve aristokrat geçmişi, Marksist okumalarını günlük ve anlık olmaktan çıkarıp daha tarihsel bir perspektife yerleştirmesini sağlarken, aynı zamanda yaşadığı zamanın yıkımları karşısında, kendisine geçmişten bir sığınak inşa etmesini de kolaylaştırmaktadır. Yıkıntıların arasında ve veba gibi yayılan yozlaşmanın karşısında güzeli/Apollon'u⁵ aramak üzere Profesör Gustav Aschenbach (Dirk Bogarde'ın canlandığı karakter, "Morte A Venezia"/"Venedik'te Ölüm", 1971) ile yola çıktığında da, kendisine sadece Thomas Mann değil, aynı zamanda Gustav Mahler ve Friedrich Nietzsche de eşlik etmektedir. Onun nostaljik ve romantik tavrı; güzeli geçmişte arama hayali, daha filmin hemen başında Aschenbach'ın 'Esmeralda' adlı gemi ile Venedik'e yaklaşırken duyulan müzikte; Mahler'in karanlıktan aydınlığa adlı beşinci senfonisi çalarken kendini gösterir ve bu tercih, Mahler ile ilgili Alfred Einstein'ın söyledikleri dikkate alındığında çok da tesadüf değildir.

"Sıradan ayrıntılar, yeni müzikte Mahler'le başlar. Bunlar bilinçli olarak kullanılmıştır. Son senfonisinde özellikle mevcuttur. Nasıl olmasınlar ki; bu dünyayla yapılan son bir hesaplaşmanın umutsuzluğunda ve avuntusuzluğunda... Sıradan ayrıntılarla dolu ezgilerden başka hangi gereçlerle betimlenebilirdi bu dünya? Karşıtlıkları yansıtan adi ve sırtkan bir müzikten daha çıplak bir şey düşünülebilir mi? Kişisel ve sanatsal sorunlarla yüklü 19. yüzyıla ve romantizmine daha başka nasıl vurulabilirdi" (Akt. Eren, 171: 2014).

SONUÇ

Film dilinin evrimi içerisinde sinema tarihine mal olmuş herhangi bir akım incelendiğinde, ilk olarak onun kendine özgü içerik ve biçim özelliklerinden söz edilir. O akıma ait olduğu iddia edilen yönetmenlerin filmlerinde bu özelliklerin bulunmasına çalışılır. Böyle bir değerlendirme ya da inceleme tarihsel bir sınıflandırma yapabilmek için kuşkusuz gereklidir. Ancak çoğu zaman bu tür bir genel değerlendirme ayrıntılara ulaşılması önünde engel oluşturabilir. Özellikle sinema tarihinin kısa ama derin birikimiyle film yapmayı becerebilmiş, sanat tarihinin uzun ve derin birikimiyle filmlerini bezemiş bir yönetmenin o akım ile ayrıştığı anı görebilmek ve kendine özgü dilinin özelliklerini ortaya çıkarabilmek zorlaşabilir. Bu düşüncenin bütün akımlara ya da o akımlara özgü film ve yönetmenlerine uygulanabileceğini söylemek

⁵ "Apollon herşeyi ile 'görünen'dir: kendini bütünüyle aydınlıkta gösteren, güneş ve ışık tanrısıdır" (Nietzsche; 2005: 36). Bkz. Nietzsche, F. (2005). Yunan Tragedyası Üzerine İki Konferans (Çev.M. Kahraman). İstanbul: Say yayınları. ss. 35- 55

zordur. Yine de denemek, bazı yönetmen ve filmleri ait olduğu iddia edilen akım dışında değerlendirmek için çaba sarf etmek gerekir. Bunun çoğu zaman, post-modern anlamının dışında 'metinlerarası' bir incelemeyi gerekli kıldığı söylenebilir. Böyle yönetmenlerin filmlerinin içince sanat tarihinin ve onun izinde yeşeren sinema tarihinin canlandığını görmek mümkündür. Visconti de böyle eleştirilmeyi hak eden bir yönetmendir. Yeni Gerçekçi olarak nitelendirilse de sinematografisi tarihsel olarak incelendiğinde, bu akımın genel seyrinin oldukça ötesinde kendine özgü bir film diliyle kariyerini tamamladığını söylemek mümkündür. Bu tarihsel akış içinde Marksizmden Marcel Proust'a ve Gustav Mahler'e, Jean Renoir'dan Thomas Mann'e ve Fransız doğalcılığından romantizme doğru evrilen bir filmler manzumesi ile karşılaşılacağı görülecektir. Visconti böylece tarih şuuruna sahip bir yönetmen olarak filmlerinde, geçmişin büyük birikimine tekrar tekrar hayat vererek kendine özgü bir film dili oluşturmayı başarmıştır. Bu yönüyle sadece Yeni Gerçekçiliğin kendine özgü nitelikleriyle değerlendirilemeyecek kadar sinema tarihine ait bir yönetmendir. Onun filmlerinde sinema tarihinin köşe taşları ile karşılaşmak ne kadar mümkünse sanat tarihinin bütün tartışmalarıyla tekrar tekrar canlanışına şahitlik etmekte o kadar mümkündür. Bu makalede bu özellikleriyle Visconti'nin Yeni Gerçekçilerden ayrılışının izleri sürülmeye çalışılmıştır. Kuşkusuz bu tür bir inceleme sadece Visconti'ye özel değildir. Makalenin girişinde sözü edildiği gibi Fellini'nin de bu tür bir incelemeyi hak ettiği iddia edilebilir. Hatta Yeni Gerçekçiliğin sona erişiyile bu tür biçimsel ayrışmaları koşut değerlendirmek, sinema tarihinin sürekliliği açısından çok daha anlamlı sonuçlara ulaşılmasını sağlayabilir.

KAYNAKÇA

- Armes, R.** (2011). “*Sinema ve Gerçeklik*” (Çev. Z. Ö. Barkot). İstanbul: Doruk Yayıncılık.
- Bacon, H.** (1998). “*Visconti.*” UK: Cambridge University Press.
- Bazin, A.** (1967). “*What is Cinema?*” (Volume 1) (Transt. H. Gray). Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press.
- Bazin, A.** (1971). “*What is Cinema?*” (Volume 2) (Transt. H. Gray). Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press.
- Benjamin, W.** (1984). “*The Author as Producer. In V. Burgin (ed.) Thinking Photography*” (ss.15- 32). London: Macmillan Publishers.
- De Sica, V.** (1968). “*Sinema Üzerine*” (Çev. N. Özön) Türk Dili ve Edebiyatı Dergisi Sinema Özel Sayısı. (1968-Ocak), 196, 456-459.
- Eliot, T. S.** (1990). “*Edebiyat Üzerine Düşünceler*” (Çev. S. Kantarcıoğlu). Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Eren, O.** (2014). “*Klasik Batı Klasik Müziği Tarihinde Kırılma Anları*”. Ankara: Sevda-Cenap ve Müzik Vakfı Yayınları.
- Geitel, K., Prinzler, H. H, Schlappner, M., ve Schütte, W.** (2006). “*Luchino Visconti*” (Çev. F. Ant). İstanbul: Es Yayınları.
- Gramsci, A.** (2010). “*Seçme Yazılar*” 1916-1935 (Çev. İ. Yıldız). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Kovács, A. B.** (2010). “*Modernizmi Seyretmek*” (Çev. E. Yılmaz). Ankara: De Ki Basım Yayım.
- Mükerrem, Z.** (2012). “*Sinematografi Üzerine Düşünceler.*” İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Nietzsche, F.** (2005). “*Yunan Tragedyası Üzerine İki Konferans*” (Çev.M. Kahraman). İstanbul: Say yayınları

Niş, N. Ve Eryılmaz T. (1981). “*Sinemanın Çağdaşlaşması: Yeni Gerçekçilik, Yeni Dalga.*” Yıllık, Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın Yayın Yüksek Okulu.

Nutku, Ö. (2001). “*Dram Sanatı*” (4. bas.). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

Rosselini, R. (1968). “*Yeni-Gerçekçilik.*” (Çev. S. Birsen) Türk Dili ve Edebiyatı Dergisi Sinema Özel Sayısı. (1968-Ocak), 196, 450-453.

Rosselini, R. (1983). “*Marx, Freud and Jesus. In D. Georgakas and L. Rubenstein*” (ed.). The Cineaste Interviews (ss. 149- 155). Chicago: Lake View Press.

Said, E. (2008). “*Geç Dönem Üslubu.*” (Çev. Ö. Çelik). İstanbul: Metis Yayınları.

Visconti, L. (1968). “*Kadavralar.*” (Çev. N. Özön) Türk Dili ve Edebiyatı Dergisi Sinema Özel Sayısı. (1968-Ocak), 196, 454-456.

Wayne, M. (2011). “*Politik Film*” (Çev. E. Yılmaz). İstanbul: Yordam Kitap.

Zavattini, C. (1968). “*Yeni Gerçekçilik Üzerine Görüşler.*” (Çev. N. Özön) Türk Dili ve Edebiyatı Dergisi Sinema Özel Sayısı. (1968-Ocak), 196, 380-384.

ESNEK UZMANLAŞMA PERSPEKTİFİNDEN AMERİKAN FİLM ENDÜSTRİSİ

Derya ÇETİN*

ÖZET

Amerikan film endüstrisinde, Keynesyen refah devleti döneminde destekleyici hükümet politikalarının da varlığıyla yapım, dağıtım ve gösterim alanında bütünleşmiş şirketler pazara hakim olmuşlar, yapım sürecini kitle üretim ilkelerine göre örgütlemişlerdir. İkinci Dünya Savaşı'nın sonuna kadar başarıyla sürdürülen bu sistem teknolojik bir yenilik olan televizyonun rekabeti karşısında krize girmiş, değişen izleyici tercihleri ve hükümetin tekel karşıtı yeni politikaları bu krizi şiddetlendirmiştir. Kriz karşısında sabit giderlerini azaltmak zorunda kalan stüdyolar uzun süreli kontratlarla çok sayıda personeli çalıştırmaya son vermiş ve yapmak istedikleri projeye uygun personeli bir araya getiren bağımsız yapımcılara yönelmiştir. Böylelikle Amerikan film endüstrisi üretimin bütün aşamalarının tek merkezde gerçekleştirildiği kitle üretim sisteminden koparak, üretimin çeşitli aşamalarının dışsallaştırıldığı ve taşeron şirketlere aktarıldığı esnek üretim biçimine geçmiştir. 1970'lerden itibaren iyice pekişen bu yapı günümüz Amerikan film endüstrisinde yapım sürecinin karakteristiğini oluşturmaktadır.

Anahtar kelimeler: Esnek uzmanlaşma, Amerikan film endüstrisi, Hollywood stüdyo sistemi, Yeni Hollywood, dikey bütünleşme

ABSTRACT

In American film industry, companies which integrated in production, distribution and exhibition phases with the effect of supportive government policies in Keynesian Wealthfare State era, organized the production process according to mass production principles. This system which was practiced succesfully until the end of the Second World War, got into crisis against the competition of the new technology television, and this crisis became deeper through the changing audience preferences and new government policies against monopoly. The companies which had to decrease their standby costs, stopped employing staff in long-term contracts and tended to independent producers who gets the suitable staff together for the project to be re-

*Yrd. Doç. Dr., Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi, Eposta: dryctn@yahoo.com

alized. Thus the American film industry changed its mass production system in which the entire phases of the production process carried out in one center, to flexible production in which various phases of production process are outsourced to subcontractor companies. Becoming rigid since 1970's, this structure forms the characteristics of production process in recent American film industry.

Keywords: Flexible specialization, American film industry, Hollywood studio system, New Hollywood, vertical integration

GİRİŞ

Amerikan film endüstrisi Birinci Dünya Savaşı'nın Avrupa'da film yapımını kesintiye uğratmasının ardından uluslararası pazar üzerinde egemenlik kurmuş ve bu egemenliği günümüze dek sürdürmüştür. 1929 Büyük Bunalım'ın ve sese geçişin getirdiği sorunların çözümünden sonra Hollywood Stüdyo Sistemi olarak adlandırılan dönem başlamış ve 1940'ların sonuna kadar filmler kitlesel olarak üretilip tüketilmiş, yapım-dağıtım-gösterim alanında dikey olarak bütünleşen şirketler pazara hakim olmuştur. 1950'lerden itibaren ise çeşitli sebeplerle Hollywood Stüdyo Sistemi ve onun üretim pratiği olan kitlesel üretim şekli sona ermiş, o döneme ait endüstri ilişkileri de dönüşmeye başlamıştır. Amerikan film endüstrisinin 1970'lerden sonraki yapısı ise sıklıkla "yeni Hollywood" terimleriyle tanımlanmaktadır.

Literatürde Amerikan sinemasının yeni yapısını geniş bir yaklaşım kullanılarak kavramaya yönelik çalışmalar sınırlıdır. Bu konudaki çalışmaların en erkeni ve etkili olanı Susan Christopherson ve Michael Storper'in çalışmaları olmuştur (Storper ve Christopherson, 1987; Christopherson ve Storper, 1989; Storper, 1989, Storper, 1993). Yazarlar Amerikan film endüstrisinde 1950'lerden 1970'lere kadar bağımsız yapımcağına doğru bir geçiş yaşandığını 1970'lerden itibaren Hollywood sinemasındaki filmlerin çoğunun uzmanlaşmış küçük taşeronlar olan bağımsız yapım şirketleri tarafından gerçekleştirildiğini söylerler. Film endüstrisindeki üretim organizasyonunun bu şeklini 'esnek uzmanlaşmış' olarak tanımlarlar. Bu çalışmada esnek uzmanlaşma yaklaşımının temel öncülleri kullanılarak Amerikan film endüstrisinin tarihsel bir değerlendirmesi yapılmaktadır. Çalışma iki ana bölümden oluşmaktadır. Günümüz Amerikan film endüstrisinin üretim örgütlenmesi biçimini ortaya koyabilmek için öncelikle Hollywood Stüdyo Sisteminin oluşumu ve krizi ilk başlıkta ele alınmakta ardından endüstrinin yeni yapısı incelenmektedir.

Esnek uzmanlaşma yaklaşımı Michael J. Piore ve Charles F. Sabel'in 1984 yılında yayınlanan *The Second Industrial Divide* adlı çalışmasına dayanmaktadır. Piore ve Sabel'e göre işgücü ve makinelerin kullanımında nadiren ortaya çıkan yenilikler bir genişleme dönemine yol açar. Bu genişleme dönemi var olan düzenlemelerin sınırlarına ulaşılmasıyla krizlerle sonuçlanır. Bu krizler iki türdür. Birinci tür kriz var olan düzenleme kurumlarının malların üretimi ve tüketimi arasında uyumu sağlayamamasıyla ortaya çıkar. Bu durumda arz ve talebi düzenleyen kurumlar geliştirilmeli ya da değiştirilmelidir. 1930'larda ortaya çıkan kriz bu tür krizlere örnektir. İkinci tür kriz teknolojik seçimle ilgilidir. Yazarlar teknolojik gelişmenin yol

ayırımına geldiği bu anlara ‘endüstriyel yol ayrımı’ demektedir. Bu tür anlarda çoğu birbiriyle bağlantısız olan sosyal çatışmalar teknolojik gelişmenin yönünü belirler. Sanayiciler, işçiler, politikacılar ve entelektüeller teknolojik seçeneklerin tam olarak farkında olmamalarına rağmen onların eylemleri gelecekteki ekonomik kurumları şekillendirir.

Piore ve Sabel’e göre birinci endüstriyel yol ayrımı 19. yüzyılda meydana gelmiştir. Öncelikle İngiltere’de ve ardından ABD’de ortaya çıkan kitle üretim teknolojileri Batı Avrupa’nın çeşitli bölgelerinde birincil olan daha az katı zanaat üretim teknolojilerinin gelişimini kısıtlamıştır. Zanaat sistemlerinde nitelikli işçiler, sürekli değişen pazarlara yönelik, değişen çeşitlilikteki malları üretmek için çok yönlü genel amaçlı makineler kullanırlar. Kitlesele üretimde ise özel bir ürüne yönelik özel amaçlı makineler yarı nitelikli işçiler tarafından standartlaşmış ürünlerin üretimi için kullanılır. Yazarlar 1970’lerden beri yaşanan ekonomik gerilemenin kitle üretimine dayalı endüstriyel gelişimin sınırlarından kaynaklandığını ve ikinci endüstriyel yol ayrımını yaşadığımızı savunurlar (Piore ve Sabel, 1984: 4-6). “Kitlesele üretimin krizi derinleşirken yeni gelişen mikroelektronik teknolojilerin de katkısıyla yeniden canlanan zanaat üretimine (esnek uzmanlaşmaya) doğru bir eğilim başlamıştır (Taymaz, 1993: 11)”

Kitle üretimini ve esnek uzmanlaşmayı iki ayrı teknolojik paradigma olarak gören Paul Hirst ve Jonathan Zeitlin’e göre her iki paradigmanın da uzun dönemli ekonomik başarısı için çözülmesi gereken makro ve mikro düzenleme sorunları vardır. Kitle üretimi için en önemli mikro düzenleme sorunu pazarlarda arz ve talebin dengelenmesi sorunudur. 1930’lardaki Büyük Bunalım, büyük şirketlerin pazarı kendi kendilerine sabitleme stratejilerinin kitle üretiminin merkezi düzenleme sorununu çözmediğini göstermiştir. Keynesyen refah devleti savaş sonrası dönemde baskın makro düzenleme biçimi olarak ortaya çıkmıştır. Esnek uzmanlaşma için ise en önemli mikro düzenleme sorunu üretim birimleri arasında rekabet ve işbirliğinin dengelenmesi yoluyla kaynakların yenilikçi karışımını devamlı kılma sorundur. Bu işlevleri yerine getirebilecek iki ana kurumsal çerçeve tanımlanabilir: küçük ve orta ölçekli şirketlerden oluşan endüstriyel bölgeler ya da büyük merkezless (adem-i merkezliyetçi) şirketler ya da gruplar (Hirst ve Zeitlin, 1991: 3-4).

Christopherson ve Storper (1989) Amerikan film endüstrisinde yaşanan dönüşümün esnek uzmanlaşmaya geçişin iyi bir örneği olduğunu düşünürler. Endüstri 1950’lere kadar kitle üretim esaslarına göre örgütlenmiş, 1950’lerde teknolojik bir yenilik olan televizyonun gelişi ve anti-tröst kararının etkisiyle esnek uzmanlaşmaya geçiş dönemi başlamış, 1970’lerde ise endüstri dramatik şekilde dönüşmüştür. Esnek uzmanlaşmaya geçilirken bir yandan küçük ve

orta ölçekli şirketlerin sayısı artmış bir yandan da büyük Hollywood stüdyolarının dikey bütünleşmiş yapısı parçalanmış ve filmin değişik aşamalarında uzmanlaşmış farklı şirketlerin katılımıyla filmler gerçekleştirilmiştir. Diğer taraftan üretim sürecindeki riski bölüştürmek ve artan maliyetleri karşılamak için diğer eğlence alanlarındaki şirketlerle finansal işbirlikleri yapılmış, sinemanın yanında ses, video ve televizyonu da içeren yeni eğlence endüstrisi kompleksi doğmuştur. Amerikan film endüstrisinin bu yapısı günümüzde de sürmektedir.

1. AMERİKAN FİLM ENDÜSTRİSİNİN YENİ YAPISI

1.1. Bağımsız Yapımcılığın Yükselişi

“Bağımsız yapımcı” terimi Hollywood’ta genelde kullanıldığı anlamıyla, bir dağıtım şirketiyle kalıcı bir ilişkisi olmayan küçük yapım şirketlerini ifade etmek için kullanılır. Bağımsız yapımcı bir dağıtım şirketiyle anlaşma imzalayabilir ya da bir dağıtım ağına katılabilir ancak bir dağıtım şirketine sahip olmadığı gibi bir dağıtım şirketi de ona sahip değildir. Terim aynı zamanda yılda sadece birkaç film yapan küçük bir şirket iması da taşır. Bu anlamıyla bağımsız yapımcıların çok makaralı filmlerin görülmeye başladığı 1911-1914 yılları civarında doğduğu söylenebilir (Bordwell vd., 1988: 317). Bağımsız yapımcılık, stüdyo sistemi döneminde dahi Hollywood’un bir parçası olmasına karşın güçlenmeye başlaması öncelikle 1940’lara değişmeye başlayan üretim pratikleriyle ilgilidir. Hükümetle ilişkilerini düzeltmek isteyen majörlerin 1940’ta kendi aralarında imzaladıkları Uzlaşma Kararı kitlesel film üretiminden kopmaya başlamanın ilk belirtisi olmuştur. Bu kararla blok satıştaki filmlerin sayısını beş filmle sınırlandırıldığı ve önceden izleme yaptırmadan satışa son verildiği için stüdyolar daha az miktarda ve daha pahalı yapımlara yöneldiler. Bu arada stüdyo sisteminin katı hiyerarşik denetiminden kurtulmak isteyen bazı yazar ve yönetmenler sözleşmeli çalışmaya geçti. Arz tarafındaki bu değişim izleyicinin yüksek kaliteli pahalı yapımlara olan talebiyle de desteklenince Hollywood kitlesel üretimden uzaklaşmaya başladı. İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra Paramount Kararı’yla gelen ilk gösterim salonlarına eşit erişim imkanı, vergi düzenlemeleri ve yüksek bütçeli filmlere gösterilen talebin devamı kitlesel üretimden kopup bağımsız yapımcılığa geçişi arttırdı. “1946’nın sonunda MGM hariç bütün majörler normal üretimlerinin yanında bazı bağımsız projelere sahiptiler (Staiger, 1985: 332)”.

1950’lerde televizyon yaygınlaşması, değişen tüketici tercihleri sonucu izleyici sayısı düşünce stüdyolar sabit giderlerini azaltmak için uzun süreli kontratlarla personel çalıştırmaya son vermek zorunda kaldı. Diğer taraftan

salonlarını kaybetmeleri ve dolayısıyla filmleri için gösterim garantilerinin ortadan kalkması stüdyolar için yetenek ve ekipleri sözleşme altında tutmayı ekonomik bir sorun haline getirdi. Dereceli olarak yıldızların, yönetmenlerin, yazarların ve teknik personellerinin uzun dönemli sözleşmelerini feshetmeye başladılar. Bu onların ödemelerine olumlu bir etki yaptı (Tzioumakis, 2006: 106). Artık çok sayıda yapım personelini uzun süreli anlaşmalarla elde tutmak pratik olmadığından yeni şartlarda film yapmanın en iyi yolu bir projeye uyan yetenekleri bir araya getiren bağımsız yapımcıları finanse etmektir (Balio, 1990: 165). Üretim, tek bir film bazında planlanıyor ve finanse ediliyordu. Stüdyolar gitgide daha fazla şekilde bağımsız yapımcılara finans, stüdyo alanı ve en önemlisi dağıtım sağlıyorlardı. Bağımsız yapımcıların stüdyolarla uzun süreli bağları yoktu, genelde tek film için anlaşılıyorlardı. Çoğu bağımsız yapımcı, stüdyolarla uzun süreli kontratları biten ve kendi şirketlerini kuran eski stüdyo çalışanlarıydı (Maltby, 2003: 170).

Bağımsız yapımcılığın yükselmesinin bir diğer sebebi televizyon kanallarının büyük stüdyoları televizyon film fiyatları üzerinde rekabete girmeye zorlamak için küçük stüdyolarla sözleşme yapmaya başlamasıydı. Varlıkları küçük stüdyolara taşeronlukla başlayan bağımsız yapım şirketleri düşük bütçeli sinema ve televizyon filmleri yaparken, büyük fiziksel alanlara sahip stüdyolar rekabette zorlandı. 1960'ların başında Avrupalı yapımcıların Amerikan pazarlarındaki varlıklarının gelişmesiyle durum ağırlaştı. Dolayısıyla 1960'larda pazar büyümesine rağmen majör stüdyolar bunu kontrol edemedi (Storper, 1989: 284). Diğer taraftan bağımsız yapımcılarla koşullara uygun bir ilişki kurulduğunda karların artabileceğini gösteren örnekler de oldu. Tino Balio'ya göre sayıları hızla artan bağımsız yapımcılarla nasıl bir ilişki kuracağını en erken belirleyen ve böylece yeni dönemdeki şirketlerin prototipi haline gelen şirket United Artists'tir. United Artists 1919'daki kuruluşundan beri endüstride baskın olan diğer şirketlerden farklı olarak sadece bağımsız yapımlara dağıtım hizmeti vermiştir. Şirketin stüdyoları, sözleşmeli personeli ve salonları olmamıştır. 1950'lere kadar sekiz şirketin en küçüğü olarak kalmasına ve 1951'de iflasın eşiğine gelmesine rağmen yeni dönemde geliştirdiği stratejilerle 1960'larda dünyanın en geniş yapımcı ve dağıtımcısı haline gelmiştir.

Balio, United Artists'in bağımsız yapımcılara temel içerik üzerinde özerklik vermesinin önemini vurgular. Şirket yöneticileri film öyküsü, oyuncular, yönetmen ve bütçe taraflarca onaylandıktan sonra her şeyi yapımcılara bırakıp, masrafları veya yönetmenin yaratıcı kararını sorgulamadılar. Stüdyo sisteminin katı hiyerarşik denetiminden hoşnutsuz olan yönetmenlere büyük bir özerklik

tanyan United Artists ayrıca bağımsız yapımcıya filmin sahipliğini ve filmde kar payı verdi. Majörlerle çalışırken jenerikte baş ismi alamayan yönetmenler United Artists'le çalıştıklarında filmin sahipliğini de elde ettiler. Son olarak diğer majörler bağımsız yapımcıları stüdyolarında çalışmaya zorlarken United Artists yapımcıya projenin gereklerine uygun olan dünyanın herhangi bir yerinde çalışma imkanı verdi. Yıllar geçtikçe diğer majörler United Artists'in yöntemlerine yaklaştılar (Balio, 1990: 166-170).

Böylece bağımsız yapımcılığın anlamı da değişmeye başladı. Artık sadece bir dağıtım şirketiyle sahiplik ilişkisi olmamasıyla tanımlanmıyordu. Stüdyo döneminde yapım öncesi, yapım ve yapım sonrası aşamaları bölünerek stüdyolar tarafından kontrol edilmekteyken artık filmin bütün aşamalarını gerçekleştirmek üzere gereken unsurları bir araya getiren "paketleyici" bağımsız yapımcılar önem kazanıyordu (Braston, 2000: 41). Balio, paketleyicilerin bağımsız yapımcıların en tipik örneği olduğunu söyler. Bunun dışında "yaratıcı yapımcı" ve "yıldız/yönetmen yapımcı" olmak üzere iki bağımsız yapımcı türü daha vardır. Yaratıcı yapımcı yapım sürecinin çoğu aşamasında bulunur. Senaryonun geliştirilmesi, denetleme, ekibi oluşturma, bütçeyi kontrol etme gibi işlevleri yerine getirir. Paketleyiciden farkı yapımda daha birincil bir pozisyon almasıdır. Bu tür yapımcılığın en iyi örneği James Bond serisinin yapımcıları Harry Saltzman ve Albert Brokoli'dir. Yıldız/yönetmen yapımcı ise yıldızın ya da yönetmenin yapım sürecine dahil olduğu yapım şeklidir. Yapım amiri, hikaye editörü, muhasebeci ve avukat gibi kişilerden oluşan bir ekip ile desteklenir. Böylece yıldız ya da yönetmen yaratıcı meseleleri düşünürken ekip iş ilişkileriyle ilgilenir. Stanley Kramer bu tip bağımsız yapımcılığa örnek gösterilebilir. Stüdyo sisteminden ayrılış sürecinde yaratıcı yapımcılık güç kazansa da 1960'lerden itibaren paketleyici bağımsız yapımcılık öne çıkmıştır. Mirisch Company 1960'lar boyunca bağımsız yapım için ideal yapı haline gelmiştir (Balio, 1990: 171-175).

Filmlerin yapım aşamasının bu şekilde değişmesi sektörde uzmanlaşmış yeni şirketlerin doğmasına neden olmuştur. Işık, özel efekt, dekor gibi film yapımının farklı alanlarına yönelik bu şirketlerin sayısındaki artış 1974-1982 yılları arasında en üst noktaya ulaşmıştır (Storper, 1989: 286). George Lucas'ın Industrial Light and Magic şirketi gibi özel efekt şirketleri, yiyecek tedarik şirketleri (catering), özel makyaj uzmanları ve ekipman kiralayan çok sayıda şirket ortaya çıkmıştır (Braston, 2000: 41). Hollywood'ta film yapımı günümüzde de genellikle, ek hizmetler sunan bu şirketlerden ve nitelikli işgücünden projeye uygun olanları bir araya getiren paketleyici bağımsız yapımcılarla gerçekleşmektedir.

Tablo 1: Los Angeles bölgesi kuruluşları: Yapım şirketleri

	1966	1974	1982
Yapım Şirketleri	563	709	1473
Kiralama	13	24	67
Aksesuar	66	33	184
Kurgu	4	31	113
Aydınlatma	2	16	23

Kaynak: (Storper, 1989: 286)

Tablo 2: Los Angeles bölgesi kuruluşları: Yapım sonrası şirketleri

	1966	1974	1982
Kayıt/Ses	563	709	1473
Film İşleme	13	24	67
Film Efektleri	66	33	184

Kaynak: (Storper, 1989: 286)

Dolayısıyla günümüzde stüdyolar film yapımından çekilmiş, yapım finansmanı ve dağıtım alanına yoğunlaşmıştır¹. Çekim alanlarını televizyon ürünü ve film yapımı için kiralarlar. Ayrıca artık her aşama tek bir şirketin çatısı altında yapılmaktansa ayrı şirketler tarafından yapıldığı için anlaşmaların yapılmasını sağlayan ajansların önemi de artmıştır (Hauptert, 2006: 123). International Creative Management (ICM) ve Creative Artists Agency (CAA) gibi nitelikli işgücünü yani yönetmen, oyuncu ve yazarları temsil eden ajansların önemi 1970'lerin ikinci yarısından itibaren artmıştır (Branston, 2000: 41).

1.2.Dijital Teknolojiler ve Yeni Pazarlar

Amerikan film endüstrisi için yeni bir pazar olanağının doğmasına neden olan ilk teknolojik yenilik televizyon olmuştur. 1955'e kadar film endüstrisi, kendilerinin yerini alacağı korkusuyla filmlerini televizyondan esirgemmiştir. 1955 yılında RKO mallarını General Teleradio şirketine satarak film sektöründen çekildi. Böylece ilk kez bir majör stüdyonun film arşivine bir yayıncı sahip oldu. General Teleradio filmleri kendi istasyonları için kullandı ve kendi pazarları dışında kalan istasyonların kullanımı için de lisansladı. Böylece ken-

¹ Ancak 1990'lardan itibaren gösterim alanına doğru bir hareket başlamıştır

disi sadece beş istasyon işletmesine rağmen lisanslama yoluyla çoğu izleyici filmleri izledi. 1956 yılında Warner Brothers eski filmlerini 21 milyon dolara sattı. 1958 yılında Paramount 1948 yılından önceki filmlerini MCA'ya 50 milyon dolara sattı. MGM ve Columbia gibi film arşivlerini tutan stüdyolar ise eski filmleri televizyona kiralamak için ayrı bölümler kurdular. Filmleri televizyona kiralamak Hollywood'la televizyon arasında artan ilişkilerin ilk aşamasıydı. Bir sonraki aşama televizyon için programlar yapmaktı (Haupt, 2006: 131). 1965 yılında prime time programlarının %70 büyük ve küçük stüdyoların dönüştürülmüş televizyon birimlerinden çıkıyordu. Bağımsız yapımcıların sayısının hızla artması majörlerin dağıtım alanına yoğunlaşmasına ve çekim alanlarında doğrudan stüdyo yapımları için kullanılmayan boş yerleri bağımsız yapımcılara kiralamasına neden oldu. 1960'larda televizyon gelirlerinin artması düzenli teatral filmler göstermelerine olanak verdi, bu teatral filmler başarılı olunca "televizyon için film" denen yeni bir tür doğdu. Hollywood bu süreçte televizyon için çok sayıda yapım gerçekleştirdi (Hilmes, 2003: 528-530). 1969'da televizyon kanallarının haftanın yedi akşamı uzun metrajlı filmler ve televizyon için filmler yayınlamaya başlamasıyla birlikte pazar doymaya başladı. İzleyiciler çok daha seçici hale geldiler. Böyle olunca kısa sürede yüksek bütçeli filmlerde risk yüksek hale geldi. Büyük kayıplar karşısında Hollywood 1970'ler boyunca yapımların kabaca yarısını kesti. Yılda sadece 10 ya da 12 film gişeye hakim oluyordu ve hangi filmlerin bu statüyü alacağını önceden kestirmek olanaksızdı. Riskten kaçınmak için stüdyolar kendilerinin ve diğer stüdyoların başarılı yapımlarını taklit etmeye başladılar. Başarılı bir filmin ardından devam filmleri yapılıyordu. 1970'lerin ortasında majör stüdyolar yıllık yapımlarının yaklaşık %10'unu bu benzer filmlere ayırmaya başladılar. Günümüzde de başarılı bir film yakın gelecekte bir benzerinin geleceğini garantiler (Haupt, 2006: 128).

1971'de çıkan mali çıkar ve ajansçılık yasalarının televizyon kuruluşlarından yapımcılık faaliyetlerini azaltmasını istemesi Hollywood stüdyolarının televizyon için üretimde ve ajansçılıkta zaten güçlü olan konumları pekiştirdi. 1970'lerde stüdyoların arazileri büyük ölçüde televizyon üretim merkezi oldu (Hilmes, 2003: 530). Sinema için yüksek bütçeli az sayıda film önem kazanırken bir yandan da gösterim şekli değişmeye başladı. ABD'deki araba sahibi ailelerin oranı 1950'lerde %59 iken 1960'larda bu oran %77'ye çıktı (Baughman, 2005: 62). 1950'lerde kent merkezlerinden uzaklaşan banliyölerdeki izleyicileri yakalamak için bütün ülkede 400'den fazla arabalı salon inşa edildi. 1960'larda inşa edilen beş-altı salon içeren çok sayıda büyük alışveriş merkezi ise sinemaya gitmenin odağını kalıcı biçimde değiştirdi. Böylece kent merkezlerinde prestijli filmler gösteren birinci gösterim salonları ile yerel mahalle sinemaları arasındaki ayırım da ortadan kalktı (Gomery, 2003: 504).

Ancak film izleme biçimiyle ilgili daha büyük bir değişiklik 1970'lerin sonunda uydu yayıncılığındaki gelişmelerle gerçekleşti. Aslında kablolu televizyonun kökleri 1940'lara kadar uzanır. Televizyon sinyallerinin havadan aktarımının zor ya da imkansız olduğu bölgelerde sinyallerin kablo yoluyla taşınmasıyla sorun çözülmüştür. Ancak bu, istisnai bir durum olarak kalmış, 1963'e kadar kablolu televizyon abonelerinin sayısı bir milyonu bulmamıştır (Hauptert, 2006: 165). 1970'lerin sonunda ise uydu potansiyeli ve kablolu yayıncılıkla ilgili yönetmeliklerin gevşemesiyle 1972-1982 yılları arasında ABD'deki kablolu televizyon abone sayısı 6,5 milyondan 29 milyona yükselmiştir (Hilmes, 2003: 536). Uydu yayıncılığında televizyon programları uyduya gönderilmekte, uydu üzerinden kablolu televizyon şirketlerine dağıtılmaktadır. Oradan da kablolu televizyon aboneleri izleyicilere dağıtılır (Mirabito ve Morgenstern, 2004: 76). Bu olanakla birlikte kablolu sistemlere uzun metrajlı film sağlayan uydu dağıtımını ücretli televizyon servisleri geliştirmiştir. Time Inc.'in Home Box Office (HBO) adlı kanalı ve rakibi Viacom'un sahip olduğu Showtime kanalı bu yeni pazara egemen olmuştur. Bu iki şirketin egemenliğiyle savaşmak için Columbia, Paramount, 20th Century Fox ve Universal 1978'de Premiere adıyla kendi ortak ücretli televizyon servislerini tasarlamışlardır. Ancak Adalet Bakanlığı'nın yürürlüğe koyduğu anti-tröst yönetmelikleri bu servisi pazar girme şansı bulmadan durdurmuştur (Hilmes, 2003: 536). O dönemde Hollywood majörlerinden hiçbirisiyle bağlantılı olmayan Time (HBO), RCA'nın Satcom 1 uydusundan yer aldığı 1975'ten itibaren bir numaralı kablolu kanal haline gelmiştir ve ulusal kablolu abonelerinin %60'ından fazlasını elinde tutmuştur. Rakipleri Showtime (1983 yılında The Movie Channel'la bileşmesinden önce Viacom'un sahip olduğu) ve The Movie Channel (Warners ve American Express'in ortak girişimi) toplam olarak, HBO'nun abonelerinin sayısının yarısından daha azına sahiplerdi. HBO pazardaki baskınlığı tekelci uygulamaları ve pazarın yapısını değiştirecek yeni finans yöntemini beraberinde getirdi. Örneğin Fox, *Breaking Away* (1979) filmine HBO'nun verdiği fiyatı reddedip televizyon haklarını başka bir şirkete satınca HBO Fox'tan bir yıl boyunca hiç film almadı. Ancak daha da önemlisi HBO'nun büyük sermayesi sayesinde ve pazardaki baskınlığı bir filmin kablolu kanal haklarını önceden almasına olanak tanıyordu. Ön alımda HBO film henüz yapım aşamasındayken kablolu haklarını satın alıyordu (Prince, 2000: 26). Bu şirketler dışında 1977'de Ted Turner, Super Station kanalı ile 1980'lerin sonunda Rupert Murdoch, BSkyB ile uydulu kanallara geçtiler (Belton, 2003: 550).

Hollywood şirketleri için en önemli yeni pazar 1980'lerde ortaya çıkan video pazarı olmuştur. 1975'te Sony Betamax video kaydedicisini piyasaya

sürmüştü ancak 1500 dolar gibi yüksek bir fiyatla satılıyordu. 1980'lerin ortasında çıkan VHS'nin fiyatı ise 300 dolar kadardı. Böylece 1989'da Amerikan ailelerinin üçte ikisi video donanımına sahip oldu. Bu yeni talebi karşılamak için eski ve yeni filmlerden oluşan milyonlarca videokaset sayıları gittikçe artan video marketlerde kiralanmaya başladı. 1986'da destekleyici video satışları, ABD'de sinema salonlarından elde edilen gişe hasılatını geçti. Gişede çok başarılı olan filmler video dağıtımıyla ikinci kez hayat buluyordu (Gomery, 2003: 539). Bu büyük pazardan gelen talebi doldurma konusunda öncülük eden Hollywood majörleri değil daha küçük şirketler ve bağımsızlar oldu. 1980'lerin başında pazar genişlerken ve bağımsız yapımcılık yükselirken büyük stüdyolar hala tereddütteydi. Bunun sebebi film endüstrisinin başlangıcından beri gücünü filmlerin satılmasından değil kiralanmasından almasıydı. Kiralama, film dağıtımıcısının gösterilen her filmi kontrol etmesini garantiliyordu. Milyonlarca küresel müşterinin filmlere sahip olması fikri korkutucuydu. Video pazarından gelen talebi bağımsızlar doldurdu (Wasser, 2002: 10). 1983 yılında iç pazar için üretilen film sayısı 350 iken 1988'de bu sayı 600'e çıktı. Ancak majörlerin yıllık film üretimi sabit kamıştı. Aradaki farkı mini-majörler denilen Orion Pictures, Cannon Films ve Dino De Laurentiis Entertainment gibi şirketler ve Atlantic Release, Carolco, New World, Hemdale, Troma, Island Alive, Vestron ve New Line gibi bağımsızlar doldurdu. Bu şirketler en mütevazî filmlerin bile kablolu ve video dağıtım haklarının ön satışı yoluyla masraflarını çıkaracağını bilerek sektöre girdiler. Majörler ise yaptıkları film sayısını arttırmaktansa ultra yüksek bütçeli yeni film formatında film yapmaya devam etti (Balio, 1998: 59).

Video ve kablolu televizyon gösterim olanakları, salonlardaki gösterim olanaklarını ortadan kaldıracak şekilde değil de tamamlayıcı olacak şekilde gelişmiştir. Çünkü yan pazarların yükselişi salonların statüsünü "sadece gösterim" den "ilk gösterim" statüsüne yükseltmiştir. Başka bir deyişle gösterim alanlarının artışıyla salonların statüsü müşterilerin gözünde yükselmiştir. Ayrıca yan pazarlara olan talep filmlerin salondaki başarısına bağlıydı. Bir filmin gişe başarısı, video başarısının temel belirleyicisiydi. Video ve kablolu kanalların Hollywood'a asıl etkisi 1977'de HBO'nun ön-alıma başlamasıyla yapım şeklini bağımsızlar lehine döndürmesi olmuştur. Film henüz yapım aşamasındayken senaryoya ve oyunculara dayanarak filmin yan pazarlarda yayın hakkının önceden alınması finans bulmakta zorluk çeken bağımsız yapımcılar için avantaj olmuştur. Ön-alım filmleri finanse etmede ortak yol haline gelince pazar gelişmiş ve film yapmak görece kolay hale gelmiştir. Birkaç büyük stüdyodan birinin sınırlı bütçesinin büyük bir kısmını bir filme yatırmaya ikna etmektense gönüllü bir ön-alıcıya satmak bağımsızların işlerini

kolaylaştırmıştır. Dolayısıyla ön-alım uygulamasıyla birlikte bağımsız bir stüdyonun finans bulamama sorunu azalmış, film arzı artmış ve daha az bilinen yönetmenlerin ve aktörlerin filmleri artmıştır. Orion Pictures ve Cannon gibi küçük stüdyolar bu sayede büyüyüp başarılı olabilmışlerdir (Hauptert, 2006: 129).

Tablo 3: Gelir kaynakları

	1980	1990	2000
ABD Şebeke TV	13.1	0.9	1.7
Ödemeli Kablolu	7.3	9.8	8.9
Video	8.5	45.5	43.6
Uluslararası TV	3	8.9	7.8
ABD Sendikasyonu	4.6	5.4	4.5
Ulusal gösterim	35.9	18.8	17.3
Uluslararası Gösterim	27.7	10.7	16.2

Kaynak: (Maltby, 2003: 196-197)

Tablo3'te 1980'lerden 2000'lere kadar Hollywood'un kar kaynaklarındaki değişim görülmektedir. 1980'de iç ve dış salon gösterimlerinden gelen kar toplam gelirlerin %64'ünü oluşturmaktayken, 2000 yılında bu oran %33'e düşmüştür. Video gelirleri ise 1980'de %8,5 iken 2000 yılında %43'e yükselmiştir.

1.3. Yatay Bütünleşmeler ve Çok Uluslu Şirketler

Televizyon, uydu yayıncılığıyla ortaya çıkan paralı kablolu kanallar ve video ile gelen gösterim olanakları Hollywood için daha geniş ve parçalı bir pazar yaratmıştır. Film yapımcılığında blockbuster denilen çok yüksek bütçeli filmlere doğru olan eğilim yerleşik hale gelince şirketlerin riskleri büyümüştür. Yüksek bütçeli bir filmin yüksek gişe yapması şirketlere çok kazandırırken hangi filmin beğenileceği önceden bilinemediği için filmin tutmaması durumunda şirketlerin kaybı çok büyük olmuştur. Hollywood şirketleri finansal sorunları aşmak için diğer alanlardan büyük sermaye gruplarıyla birleşme yoluna gitmiştir. 1980'lere kadar olan birleşmeler daha düzensiz ve genelde ulusal ölçekteyken 1980'lerden sonra değişen pazar yapısı ve yükselen küreselleşme hareketleriyle birlikte bu birleşmeler daha uluslararası bir nitelik kazanmıştır. 1950'lerde stüdyo sisteminin yıkılışı boyunca Hollywood yaşadığı mali sorun-

lar karşısında ekonominin diğer alanlarında faaliyet gösteren holdinglerle birleşmiştir. 1950'li yılların başında RKO General Tire and Rubber adlı şirkete satılırken, 1966 yılında Paramount, Gulf+Western Industries adlı holding tarafından ele geçirildi. 1960'lar boyunca United Artists, Transamerica Corporation ile, Warner Brothers, Kinney National Services ile birleşti. MGM'nin hisseleri ise Kirk Kerkorian'ın emlak şirketi tarafından ele geçirildi (Monaco, 2000: 239). Bu yeni sahiplerin çoğu eğlence ile ilgili holdingler değildi, stüdyoları portföylerini çeşitlendirmek için almışlardı. Gulf and Western bir petrol şirketi idi, Transamerica Corporation sigorta şirketi idi. Bu alımlar bazıları için kötü sonuçlandı ve onları iflasın eşiğine getirdi. Buradaki temel sebep film sektörünün doğasını anlamamalarıydı (Hauptert, 2006: 121). Şirketler defalarca el değiştirmelere ve yönetim değişikliklerine sahne olurken 1970'lere girerken yaşanan yeni ekonomik sorunlar ve çok uluslu şirketlerin artan gücüyle birlikte 1980'lerde yeni bir birleşme dönemine girmiştir.

Yeni birleşme hareketi 1985 yılında Avustralyalı yayıncılık holdingi News Corporation'ın sahibi Rupert Murdoch'ın 20th Century Fox'u almasıyla başlamıştır. Sidney, Londra, New York ve Chicago'da 1 milyar dolar değerinde gazete ve magazinlerin sahibi olan şirket Fox Broadcasting adlı televizyon şebekesini kurmak için 600 milyon dolara Fox'u almıştır. Ardından ülkedeki en büyük bağımsız televizyon istasyonları grubu olan Metromedia Television'ı ele geçirerek üç yıl süren masraflı bir uğraşla yüzden fazla bağımsız istasyonu bir araya getirmiştir. Böylece 1989'da News Corporation dünyanın ikinci büyük iletişim şirketi haline gelmiştir İlk sırayı ise 1989 yılında Time'ın Warner Brothers'la birleşmesiyle oluşan Time-Warner Inc. yer aldı (Balio, 1996: 25-26). Aynı zamanda Time-Warner 2000 yılında internet servis sağlayıcısı America Online (AOL) ve müzik şirketi Electric&Musical Industries Ltd. (EMI) ile birleşti. Japon elektronik holdingi Sony Corporation ise 1989 yılında Columbia Pictures'ı aldı (Braston, 2000: 53). Bir başka Japon elektronik şirketi Matsushita 1990 yılında Universal Pictures'ı aldı. 2000 yılında Fransız holding Vivendi Seagram ve Universal'ı alarak Vivendi-Universal adlı küresel medya holdingini kurdu (Maltby, 2003: 195).

Bu birleşme hareketleriyle birlikte sahipliği ABD'de olan sadece iki büyük şirket kalmıştır: Walt Disney ve Viacom Inc. bünyesindeki Paramount Pictures. Ayrıca Hollywood şirketlerinin faaliyetleri televizyon, video, kablolu televizyon, müzik, bilgisayar oyunları, eğlence parkları ve oyuncakları içeren geniş bir alana yayılmıştır. Bu pek çok tür arasında faaliyet gösterirken dağıtım olanakları oldukça önemli hale gelmiştir. Öncelikle büyük alışveriş merkezlerinde yer alan çoklu salonların yaygınlaşmasıyla gösterim pazarı oldukça değişmiştir. 1960'larda ekran sayısı 13 bin iken 1990'da 24 bine ve 2002'de

35 bine yükselmiştir. 1980'lerle birlikte gösterim pazarı birkaç ulusal zincirde yoğunlaşmıştır. United Artists Theaters, Cineplex Odeon, General Cinema ve American Multi-cinemas toplam ekranların üçte birini kontrol etmektedir. Fakat gişenin %90'ını almaktadırlar. Stüdyoların dikey bütünleştiği günlerdeki gibi pazarın kontrolü büyük salon pazarlarının kontrolünden geçmektedir. Salonların öneminin artması stüdyoları gösterim alanına geri çekmektedir. Stüdyolar 1980'lerin sonu ve 1990'ların başından itibaren gösterim alanına geri dönmeye başlamışlardır (Haupt, 2006: 130). Gösterim alanına giriş 1985 yılında Amerikan pazarına giren Kanada asıllı salon zinciri Cineplex-Odeon'ın %50'sinin 1986 yılında MCA tarafından alınmasıyla başlamıştır. Aynı yıl Gulf and Western New York ve Connecticut'ta 24 salona sahip olan Trans-Lux zincirini ve Mann Theaters zincirini almıştır. 1986 aralık ayında Festival Enterprises zincirlerini de alan Gulf and Western 1987'de Warner Bros'u salonlarına %50 ortak yapmıştır. Paramount ve Universal ise Avrupa'da 76 ekranlı salon zincirinin ortak sahibi olmuşlardır. 1986'da Tristar Pictures Loew salon zincirlerinden 230 salon alırken, 1988'de Columbia Pictures Entertainment (Tristar dahil) USA Cinemas zincirinden 317 salon almıştır. 1948 yılındaki Uzlaşma Kararı'ndan beri gösterim alanından uzak duran stüdyoların salonları tekrar almaya başlamaları Liberal bir Adalet Bakanlığı'nın onayıyla mümkün olmuştur (Prince, 2000: 84, 88). Hollywood majörlerinin salon almaya başlaması stüdyo sistemi dönemindeki dikey bütünleşmiş yapıyı anımsatsa da aslında büyük farklılıklar göstermektedir. Stüdyo sistemi döneminde salon sahipliğine ek olarak pek çok teknelci uygulama bulunmaktaydı. Blok satış ve görmeden fiyat arttırma gibi teknelci uygulamalar stüdyo sisteminde çok önemli bir rol oynamaktaydı. Daha da önemlisi Hollywood stüdyoların kar kaynakları şimdiki gibi parçalı ve değişik pazarlara yayılmış bir durumda değildi. Tablo 3'te gösterildiği gibi 1980'lerden 2000 yılına kadar salonlardan gelen karlar video pazarından gelen karlar karşısında büyük bir düşüş göstermiştir. Bir filmin video ve kablolu televizyonda göstereceği ticari başarı gişe gelirlerine bağlı olmasına karşın, salon sahipliğinin önemi değerlendirilirken kar kaynaklarının şimdiki dağılımını göz önünde bulundurmak önemlidir.

Küreselleşmeyle birlikte ortaya çıkan eğilimlerden biri de film yapımında uluslararası finansal işbirliklerinin artmasıdır. Yabancı yatırımları paketleme uygulaması, yüksek bütçeli yapımlar gerçekleştirme yolu arayan Dino De Laurentis veya Carolco gibi bağımsız yapımcılar tarafından geliştirilmiştir. Ancak majörlerin riskleri dağıtma stratejileri onları da denizaşırı yatırımlara ve uluslararası ortak yapımlara itmiştir. Mutual Film gibi yapım şirketleri yabancı dağıtımcıların kaynaklarını 'Hollywood' filmlerini finanse etmeye yöneltmiştir. Örneğin 1998'de, Mutual Film tarafından yapılan ve Dance

Mikael Saloman tarafından yönetilen *Hard Rain* adlı film Fransa'da, Britanya'da, Almanya'da, Hollanda'da, Danimarka'da ve Japonya'da bulunan dağıtımclar, gösterimciler ve televizyon şirketleri konsorsiyumu tarafından finanse edilmiştir (Maltby, 2003: 216, 217). Ancak stüdyoların bu finans yöntemini çoğunlukla orta ve düşük bütçeli filmler için tercih ettiğini belirtmek gerekir (Balio, 1996: 31)

SONUÇ

Amerikan sineması uluslararası film pazarındaki hakimiyetini korumaktadır. Küresel ekonomik krizler ve yeni teknolojilerin rekabeti karşısında yeniden yapılanmış ve dönemin koşullarına göre üretim örgütlenmesi biçimini yenilemiştir. Keynesyen refah devleti döneminde destekleyici hükümet politikalarının da varlığıyla yapım, dağıtım ve gösterim alanında bütünleşmiş şirketler gişe gelirlerinin neredeyse tamamını elde etmişler, yapım sürecini kitle üretim ilkelerine göre örgütlemişlerdir. İkinci Dünya Savaşı'nın sonuna kadar başarıyla sürdürülen bu sistem teknolojik bir yenilik olan televizyonun rekabeti karşısında krize girmiş, değişen izleyici tercihleri ve hükümetin tekel karşıtı yeni politikaları bu krizi şiddetlendirmiştir. Kriz karşısında sabit giderlerini azaltmak zorunda kalan stüdyolar uzun süreli kontratlarla çok sayıda personeli çalıştırmaya son vermiş ve yapmak istedikleri projeye uygun personeli bir araya getiren bağımsız yapımcılara yönelmiştir. Böylelikle Amerikan film endüstrisi üretimin bütün aşamalarının tek merkezde gerçekleştirildiği kitle üretim sisteminden koparak, üretimin çeşitli aşamalarının dışsallaştırıldığı ve taşeron şirketlere aktarıldığı esnek üretim biçimine geçmiştir. 1970'lerden itibaren iyice pekişen bu yapı günümüz Amerikan film endüstrisinde yapım sürecinin karakteristiğini oluşturmaktadır. Diğer taraftan dağıtım ve gösterim alanında tekrar bir dikey bütünleşme sürecine giren Amerikan majörleri özellikle 1980'lerden itibaren uluslararası sermayenin kontrolüne geçmiştir. Dağıtım ve gösterim alanında görülen bu yoğunlaşma ve bütünleşme yapım sürecindeki radikal dönüşümün dikkatlerden kaçmasına neden olmuş ve Amerikan film endüstrisinin tekrar İkinci Dünya Savaşı öncesi Hollywood Stüdyo Sistemi dönemine benzer eğilimler taşıdığı öne sürülmüştür. Örneğin Asu Aksoy ve Kevin Robins Amerikan film endüstrisinin 1990'larda her zaman olduğundan çok daha fazla yoğunlaşmış ve bütünleşmiş olduğunu öne sürmüşlerdir. Birleşen Time ve Warner'ın toplam karları yılda 11 milyar dolara çıkmıştır. Japon şirket Matsushita

tarafından alınan MCA (Universal) 1990 yılının ilk dokuz ayında 2.92 milyon dolar kar elde etmiştir. Sony ile birleşen Columbia Pictures dünyanın en büyük onuncu eğlence grubunu oluşturmuştur (Aksoy ve Robins, 1992: 7-11). Benzer şekilde Janet Wasko da Amerikan film endüstrisinin 1980'lerin sonu ve 1990'ların başında tekrar bir bütünleşme sürecine girdiğini yineler (Wasko, 1994: 16). Ancak dağıtım ve finans alanında görülen bütünleşmenin yapımda da bütünleşme gerektirmediğini belirtmek gerekmektedir. Storper'a göre artan maliyetlere tepki olarak finansal bütünleşme ortaya çıkmıştır. 1950'ler ve 1960'lardaki kar düşüşlerinde parçalanmış² ve dışsallaştırılmış³ yapımın bütünleşmiş yapımdan daha etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Karların çoğu majörlerle yaptıkları kontratlar altında film yapan bağımsız yapımcılara gittiği için majörler artan maliyetleri karşılamakta yetersiz kalmıştır. Buna tepki olarak da finansal bütünleşme ortaya çıkmıştır. Maliyetler arttığı ve majörler yapım üzerindeki kontrollerini kaybettikleri için stüdyolar dağıtım ölçeklerini genişletmiştir. Majörlerin yapımda kontrolü kaybetmeleri onları bu kontrol kaybını telafi edebilecek finans ve dağıtım stratejilerine yöneltmiştir ki bu da küreselleşmedir. Kısaca Storper'a göre yapım alanındaki parçalanma gösterim ve finans alanındaki bütünleşmeyi dışlamaz hatta bu iki süreç karşılıklı bağımlıdır (Storper, 1993). Dolayısıyla sinemayı ekonomik yönüyle ele alan ve yapım sürecine odaklanan çalışmalarda esnek uzmanlaşma yaklaşımının önemini koruduğu söylenebilir. Sermayenin karşılaştığı finansal zorlukları aşmasının bir yolu olan esnek üretim biçimi özellikle 1980'lerden itibaren pek çok ülkede ve endüstride hızla yaygınlaşırken, esnek üretim biçimine çok daha erken geçen sinema endüstrisi üzerine düşünmek başka endüstrileri anlamaya da ışık tutabilir.

KAYNAKÇA

Acheson, K. ve Maule, C. J., (2005), "*Understanding Hollywood's Organization and Continuing Success*", Sedgwick, J., ve Pokorny, M., (eds.) içinde ss. 312-346.

Aksoy A., ve Robins, K., (1992), "*Hollywood for the 21st Century: Global Competition for Critical Mass in Image Markets*", Cambridge Journal of Economics, Vol. 16, No. 1, ss. 1-22.

² Her aşamanın taşeron ve uzmanlaşmış şirketler tarafından yerine getirilmesi.

³ Yapım birimlerinin stüdyo dışındaki başka şirketlere kaydırılması.

Allen R., ve Gomery, D., (1985), *Film History: Theory and Practice*, NY: Knopf.

Allen, R. C., (1985), “*The Movies in Vaudeville: Historical Context of the Movies as Popular Entertainment*”, Balio, T., (ed.) içinde, ss.57-82.

Anderson, R., (1985), “*The Motion Picture Patents Company: A Reevaluation*”, Balio, T., (ed.) içinde, ss. 133-152.

Bakker G., (2005), “*Stars and Stories: How Films Became Branded Products*”, Sedgwick, J., ve Pokorny, M., (eds.) içinde, ss. 48-85.

Bakker, G., (2008), *Entertainment Industrialised: The Emergence of the International Film Industry 1890-1940*, Cambridge: Cambridge University Press

Balio, T., (1976), *United Artists: The Company Built by the Stars*, Wisconsin: The University of Wisconsin Press.

Balio, T., (1996), “*Adjusting to the New Global Economy: Hollywood in the 1990’s*”, Moran, A., (ed.) içinde, ss.21-36.

Balio, T., (ed.) (1985), *The American Film Industry*, Wisconsin: The University of Wisconsin Press.

Balio, T., (ed.) (1990), *Hollywood in the Age of Television*, Boston: Unwin Hyman.

Balio, T., (1998), “*A Major Presence in all of the World’s Important Markets*”, Neale, S. ve Smith, M. (eds.) içinde, ss. 58-73.

Baughman, J. L., (2005), *The Republic of Mass Culture: Journalism, Film-making and Broadcasting in America since 1941, 3rd ed.*, Baltimore, Maryland: Johns Hopkins University Press.

Belton, J., (2003), “*Teknoloji ve Yenilik*”, G. Nowell-Smith (ed.) içinde, ss. 303-311.

Bordwell, D., Staiger, J., Thompson, K., (1988), *The Classical Hollywood Cinema: Film Style and The Mode of Production to 1960*, London&NY: Routledge.

Branston, G., (2000), *Cinema and Cultural Modernity*. Buckingham and Philadelphia: Open University Press

Christopherson S, Storper M, (1986), "*The City as Studio; the World as Back Lot: The Impact of Vertical Disintegration on the Location of the Motion Picture Industry*", *Environment and Planning D: Society and Space*, Vol. 4, No. 3, ss. 305-320

Christopherson, S. ve Storper, M., (1989), "*The Effects of Flexible Specialization on Industrial Politics and the Labor Market: The Motion Picture Industry*", *Industrial and Labor Relations Review*, Vol. 42, No.3, ss. 331-347

De Vany, A., (2006), *Hollywood Economics: How Extreme Uncertainty Shapes the Film Industry*, NY&London: Routledge.

Finler, J. W., ve Finler, B., (2003), *The Hollywood Story*, London: Wallflower Pres.

Gomery, D., (1992), *Shared Pleasures: A History of Movie Presentation in the United States*, Madison: University of Wisconsin Press.

Gomery, D., (2003a), "*Hollywood Stüdyo Sistemi*", G. Nowell-Smith (ed.) içinde, ss. 64-75.

Gomery, D., (2003b), "*Hollywood Sisteminin Dönüşümü*", G. Nowell-Smith (ed.) içinde, ss. 504-512.

Hauptert, M., (2006), *The Entertainment Industry: Emerging Industries in the United States*, CA: Greenwood Publishing Group.

Hayward, S., (2000), *Cinema Studies: Key Concepts*, NY&London: Routledge.

Hilmes, M., (2003), "*Televizyon ve Film Endüstrisi*", G. Nowell-Smith (ed.) içinde, ss. 528-538.

Hirst, P., ve Zeitlin, J., (1991), "*Flexible Specialization versus Post-fordism: Theory, Evidence and Policy Implications*", *Economy and Society*, Vol. 20, No.1, ss. 5-9.

Koszarski, R., (1990), *An Evening's Entertainment: The Age of Silent Feature Picture, 1915-1928*, NY: Charles Scribner's Sons.

Maltby, R., (2003), *Hollywood Cinema, 2nd Ed.*, UK: Blackwell Publishing.

Merritt, R., (1985), "Nickelodeon Theaters, 1905-1914: Building an Audience for the Movies", Balio, T., (ed.) içinde, ss. 83-102.

Mirabito, M. A., ve Morgenstern, B. L., (2004), *The New Communication Technologies: Applications, Policy and Impact*, UK: Focal Press.

Monaco, J. (2000), *Bir Film Nasıl Okunur*, çev. Ertan Yılmaz, İstanbul: Oğlak Yayınevi.

Neale, S., (2000), *Genre and Hollywood, London and NY*: Routledge.

Pearson, R., (2003), "Sinemanın İlk Dönemi", G. Nowell-Smith (ed.) içinde, ss. 30-41.

Piore M. J., ve Sabel, C. F., (1984), *The Second Industrial Divide: Possibilities for Prosperity*, US: Basic Books.

Prince, S., (2000), *A New Pot of Gold: Hollywood Under the Electronic Rainbow, 1980-1989*, Berkeley: University of California Press.

Schatz, T., (1981), *Hollywood Genres: Formulas, Filmmaking, and the Studio System*, NY: Random House.

Schatz, T., (1999), *Boom and Bust: American Cinema in the 1940's*, Berkeley: University of California Press.

Schatz, T., (2003), "Hollywood: Stüdyo Sisteminin Zaferi", G. Nowell-Smith (ed.) içinde, ss. 259-275.

Staiger, J., (1988), "The Hollywood Mode of Production 1930-60", 309-339

Staiger, J., (1979), "Dividing Labor for Production Control: Thomas Ince and the Rise of the Studio System", *Cinema Journal*, Vol. 18, No. 2, ss. 16-25.

Storper M., ve Christopherson, S., (1987), “*Flexible Specialization and Regional Industrial Agglomerations: The Case of U.S. Motion Picture Industry*”, Annals of Association of American Geographers, Vol. 77, No.1, ss.104-117.

Storper, M., (1989), “*The transition to flexible specialisation in the US film industry: external economies, the division of labour, and the crossing of industrial divides*”, Cambridge Journal of Economics, Vol. 13, No.2, ss.273-305.

Storper, M., (1993), “*Flexible Specialisation in Hollywood: A Response to Aksoy and Robins.*” Cambridge Journal of Economics, Vol. 17, No. 4, ss. 479-484.

Taymaz, E. (1993). “*Teknoloji ve Kriz*”, Toplum ve Bilim (56): 5-41.

Tzioumakis, Y., (2006), *American Independent Cinema: An Introduction*, Edinburgh: Edinburgh University Press.

Wasko, J., (1994), *Hollywood in the Information Age*, UK: Blackwell Publishing.

Wasser, F., (2002), *Veni, Vidi, Video: The Hollywood Empire and the VCR*, Texas: University of Texas Press.

Whitney, S. N., (1955), “*Vertical Disintegration in the Motion Picture Industry*”, The American Economic Review, Vol. 45, No.2, ss. 491-498.

GÖZETİM TEKNİKLERİNİN GÜÇ İLİŞKİLERİ BAĞLAMINDA DÖNÜŞÜMÜ VE TOPLUMSAL DENETİM

Oğuzhan Özgür GÜVEN*

ÖZET

Bu çalışmada, gözetimin güç ilişkilerini belirleyen bir teknik olarak tarihsel dönüşümü analiz edilerek, özellikle modern ulus-devlet çağında aldığı biçimler tartışılmaktadır. Ulus-devletle birlikte yoğunlaşan iktidara paralel genişleyen gözetim pratiklerinin yönetsel işlevi, gözetim tekniklerinin “güvenlik” ile kurulan ilişkisi bağlamında incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gözetim, Modernlik, İktidar, Güvenlik

ABSTRACT

Analyzing the historical transformation of surveillance as a technique determining power relations, this study discusses the forms of surveillance particularly at the modern nation-state era. The governmental function of surveillance practices, which has broadened in parallel with the concentration of power in the nation-state, is examined in the context of the relationship constituted between surveillance techniques and “security”.

Keywords: Surveillance, Modernity, Power, Security

* Dr, Oğuzhan Özgür Güven, E Posta: ozoguvan@gmail.com

GİRİŞ

İktidar ilişkileriyle birlikte ele alınan gözetim, hızla dönüşen toplumsal dinamikler düşünüldüğünde oldukça önemli bir kavram olarak öne çıkmaktadır. Bilişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte küreselleşen dünyadan söz edilen günümüz toplum formlarında gözetim olgusu giderek daha merkezi bir yer teşkil etmektedir. Böyle olmakla birlikte gözetim meselesi sadece günümüz toplumuna özgü bir iktidar pratiği olmaktan öte tarihsel bir arka plana da sahiptir ve tarihsel olarak farklı gözetim teknikleriyle toplumların kontrol altında tutulduğunu görmekteyiz. Modern öncesi siyasal yapılarda gözetim teknikleri; idari uzmanlaşma ve faaliyetlerin düzenlenmesi şeklinde bir kontrol işlevi görürken, günümüzde “güvenlik” paradigması bağlamında gündelik hayatın denetlenmesini amaçlayan esaslı bir iktidar pratiği olarak genişletilmiştir. Gözetim uzamındaki genişleme aynı zamanda bir teknik olarak gözetimde farklılaşmayı da beraberinde getirmiştir. Zygmunt Bauman’a göre modern öncesi zamanlarda güç, sıradan insanın onun heybetini korku ve hayranlıkla seyretmekte serbest bırakılması yoluyla halkın üzerinde etkili olurken; yeni modern güç ise uyrukları tarafından seyredilmektense onları seyrederek gölgede kalmayı tercih eder (Bauman, 1999: 61-62). Dolayısıyla gözetim, yol açtığı kontrol edebilme kapasitesi ile güç ilişkilerini belirleyen ayrıcalıklı bir politik tasarrufa işaret etmektedir. Bu çalışmada, bir yönetim tekniği olarak gözetim olgusunun tarihsel olarak geçirdiği dönüşüm, iktidar ilişkileri bağlamında ele alınarak, modern devlette aldığı biçimler özellikle “güvenlik” söylemi bağlamında analiz edilecektir.

1. GÖZETİMİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

Fransızca kökenden gelen gözetim (ing. surveillance) kelimesi ilk olarak 18. yüzyılın sonlarına doğru kişi davranış, durum ve hareketlerini yakından izleme için kullanılmıştır.² Gözetim kavramı, Oxford sözlüğünde bir şüphelinin gizlice gözetim altına alınması; Türk Dil Kurumu sözlüğünde ise, gözetme işi, nezaret şeklinde açıklanmaktadır. Ancak bu tanımların günümüzde kullanılan gözetim kavramını karşılamada yetersiz kaldığı düşünülmektedir. Gary Marx, şüpheli olma durumunun günümüz gözetim kavramıyla örtüşmediğini belirtir. Günümüz gözetim teknolojileri, özellikle bir şüphelinin yakalanması için değil, genel olarak ve bir takım kategorilere göre uygulanmaktadır. Marx’a göre değişen gözetim kavramında çarpıcı yenilik gözetimin sadece önceden bilinen bir kişiye değil, aynı zamanda coğrafi alan-

² Roger Clarke, “Have We Learnt to Love Big Brother”, Rogerclarke.com (çevirimiçi) <http://www.rogerclarke.com/DV/DV2005.html> Erisim: 22 Kasım 2010

lara, belirli zaman dilimlerine, şebekelere, sistemlere ve insan kategorilerine de uygulanabilir (Marx, 2002: 10-11) olmasıdır. David Lyon ise gözetimin iki yüzü olduğuna dikkat çeker. Gözetleme hem kontrolü, örneğin; küçük çocukların incinmemesi için onları yakından takip edilmesiyle de aynı zamanda korumayı içermektedir (Lyon, 2006: 14).

Bakmak fiili sonucu çevremize ve/veya çevremizdeki insanlara dair edindiğimiz bilgi de yine gündelik hayat pratiğinde kaçınılmaz olmaktadır. Bu durumda gözetim meselesi insanların ilk toplumsal yaşam tecrübelerine kadar geri götürülebilir. Ancak gözetleyene bilgi sağlamayı ve gözetlenenin davranışlarının oto-kontrolünü amaçlayan günümüz gözetim kavramının çağrışımlarının, bir arada yaşam pratiği içinde kimi zaman gayri ihtiyari birbirinden haberdar olmak durumundan farklı olduğunun altını çizmeliyiz. Sosyal bilimlerden gözetim, kişi ya da grupların iletişim ve eylemlerinin sistematik bir biçimde izlenmesi şeklinde tanımlanabilir (Bozkurt, 2000: 69). Brian Martin, bir olayın gözetim olarak adlandırılması için öncelikle ortada büyük bir güç farkının veya güven yoksunluğunun olması gerektiğini söyler (Martin, 1998: 64-65). J. Rule ve P. Brantley de paralel bir yaklaşımla gözetimi, yetkili olan ile davranışı kontrol edilecek olan arasındaki ilişki olarak tanımlamaktadır (Rule ve Brantley, 1992: 405-423).

Anthony Giddens ise gözetim faaliyetlerini iki büyük eksene ayırır. İlki, bireylerin eylemlerini yönetmek üzere kullanılabilen kodlanmış bilgi birikimidir. Bütün bilgi depolama usulleri, sözlü kültürlerde insan etkileşiminin bütününe oluşturmakta olan yüz yüze iletişimi aşan iletişim biçimleridir. Diğer anlamı ise, bazı bireylerin eylemlerinin, bunlar üzerinde otorite kuran diğer bazı bireyler tarafından doğrudan izlenmesidir. Eylemlerin, sınırları açıkça belirlenmiş ortamlar içerisinde yoğunlaşması ve sıkıştırılması, bu eylemlerin hâkim kesimler tarafından izlenebilme ve böylece denetlenebilme derecesini de büyük ölçüde genişletir (Giddens, 2008: 24-25). Giddens'in yaptığı ayırım esasında kapitalist emek sözleşmesiyle, devlet tekelindeki şiddetin tarihsel olarak birbirine bağlı oluşunu aydınlatmaya çalışır. Suçluluğun ve sapkınlığın devlet gözetiminin merkezi bir yönü olması ile kapitalist "işletme yönetimine" ve bilişim teknolojilerinin uygulanmasıyla piyasalara odaklanan farklı gözetim pratikleri arasındaki paralelliktir bu (Lyon, 1997: 99).

Anlaşılabileceği üzere, gözetim olgusu güç ilişkileri bağlamında kontrol ve denetim süreçlerini kapsayan pratikler bütünü olarak görülmektedir. Doğrudan izleme de bu pratiklere içkin bir yöntem olarak ele alınmaktadır. Bu açıdan, Lyon'un "modernitenin merkezi bir boyutu, kendi başına var olan ve kapitalizme, ulus-devlete, hatta bürokrasiye indirgenemeyecek bir kurum"

(Lyon, 1997: 303) olarak özerk bir konum atfettiği gözetimin günümüz sosyal bilimlerdeki ayırt edici anlamlarına ulaşmak için bu olgunun tarihselliğini irdelemeye çalışacağız.

2. MODERNLİK ÖNCESİ GÖZETİM PRATİKLERİ

Platon yazıya getirdiği eleştirilerinde, yazının insani olmadığını; gerçekte sadece insanın zihninde var olan düşünceyi zihnin dışında kurmaya kalkıştığını söyler; “yazı bir nesne, imal edilmiş bir üründür.” Platon, tıpkı bugün birçok insanın bilgisayarı gördüğü gibi, yazıyı dışsal, yabancı bir teknoloji olarak görmektedir. Yazı bir teknolojidir çünkü; kalem, fırça, özenle işlenmiş kâğıt, hayvan derisi ve tahta gibi yüzeyler, boya, mürekkep gibi “araç gereç kullanımını zorunlu kılar” (Platon, 1973: 74-77). Walter J. Ong da sözlü gelenekten yazıya geçişi “insan bilincini en çok değiştiren tekil buluş” olarak değerlendirir (Ong, 1999: 97).

Yazıyı dışsal bir teknoloji şeklinde ele alan bu değerlendirmelere paralel olarak Giddens gözetimi yazının bulunuşuyla başlatır. Giddens’a göre, yazının modern olmayan devletlerin gözetleme faaliyetleri açısından pek çok anlamı vardır. Yazı, zaman ve mekanı birbirinden ayıştırmış ve toplumsal ilişkilerin, sözlü kültürlerde olduğundan daha geniş zaman ve mekan aralıkları boyunca uzamasını mümkün kılmıştır. Bilginin sistemli bir şekilde kategorize edilmesini mümkün kılan yazı, devletin hem nesnelere hem de kişiler üzerinde uyguladığı denetimin kapsamını genişletmek üzere kullanılabilir bir şifreleme bilgisi sağlamıştır. Özellikle kayıt ya da çetele tutmak suretiyle, başka şekilde kategorize edilemeyecek olayların ve faaliyetlerin düzenli sıralanması mümkün hale geldi. Böylece hem belli olay sahalarının standartlaşması hem de aynı zamanda bunların daha etkin biçimde koordine edilmesi olanaklı hale gelmiştir. Geleneksel metinlerin gelişimine paralel olarak edebi metinler de artmıştır. Yazılı metinler, anlamlı bir içerik yaratmak suretiyle işaretleri bir araya getirdiklerinde, artık yalnızca olaylar, nesnelere ya da kişileri sınıflandırmaz, bunların tanımlanmasını da mümkün kılarlar. Metinlerin tanımlanmasıyla birlikte yazı artık anlamlı bir içeriğe sahip olmuştur. Bunun sonucunda da sözlü gelenekteki geleneksel davranış biçimleri artık devlet tarafından ele alınıp idare edilir hale gelmiş olur. Böylece yazı, nüfusun potansiyel olarak itaatsiz kesimlerinin faaliyetlerini tanımlamak ve izlemek üzere doğrudan kullanılabilir hale gelmiştir (Giddens, 2008: 64-67).

Giddens’a göre yazı, elektronik olmayan bir bellek aygıtı olarak işlev görmektedir, malumatların depolanmasını ve faaliyetlerin düzenlenmesini sağlamaktadır. Bilgiyi toplama ve saklamayı olanaklı hale getiren yazı; bu özelliği

ile stratejik bir bağlama yerleşmiş, gözetim faaliyeti olarak uzman yönetici kadroların ortaya çıkmasında etkili olmuş ve hiyerarşik tabakalaşma yolu ile alt sınıfların denetim altında tutulmasında önemli bir rol oynamıştır (Giddens, 2000: 186). Yazı ve dolayısıyla bilgi ile kurulan ilişki neticesinde idari alanda uzmanlaşmış bir yönetici kadronun ortaya çıkışı aynı zamanda yöneten-yönetilen ayrımında bilginin bir iktidar etme aracı olarak işlevselleşmesine yol açmıştır. Sosyolog Baykan Sezer, bu durumun halkın gündelik dili ile devletin yönetim dili arasında ayrımı da beraberinde getirdiğini belirtmektedir. Yönetici kadrosu, sahip olduğu imtiyazları korumak ve alt tabakaları yönetim alanının dışında tutmak için, bu eğilimi adeta bir kast sistemine dönüştürmüştür (aktaran Dolgun, 2005: 29-30).

Bunun en karakteristik örneklerine doğuda Çin ve Hint uygarlıklarında rastlanır. Çin, iki bin yıldan fazla bir süre mevcudiyetini sürdürmüş olan Konfüçyüs sistemine göre eğitilmiş edip-bürokratlar tarafından yönetilmiştir. Bir iktidar tekeline sahip olan ve patrimonyal bürokratik yapı içinde yer alan bu ediplerin itibarları, kitlelerin büyüyle bir tuttukları bir ustalık olan yazı ve metinler hakkındaki derin bilgilerine dayanır. Burada, dinsel inanç ile politik otoritenin birbirini takviye etmesi söz konusudur (Schroeder, 1996: 68-71). H. Loon'a göre, Hint uygarlığında da benzer bir kast sistemi uygulanmaktadır. Kastın en tepesinde savaşçılar ile soylular bulunurken, ardından rahipler ve sonra da köylüler ile tüccarlar gelir; köle statüsündeki yerli halk ise bir üst kasta geçme şansı olmayan paryalardan oluşmaktadır. Veda adlı kutsal kitapta, sadece ilk üç kastın mensupları okuyabilir; paryaların bu kitapta yazılı olan kutsal bilgileri öğrenmeleri yasak olduğu gibi, bir paryaya kutsal kitabı okumasını öğreten kast üyeleri de ağır cezalara çarptırılırdı (Loon, 1990: 109).

Henri Pirenne, dinin baskın olduğu Ortaçağ Avrupa'sında ise eğitilmiş kişilerin sadece kilise mensupları olduğuna işaret etmektedir. 8. yüzyıl ortasından 9. yüzyıl sonuna kadar devam eden Karolenjler çağında İmparatorluklar okuma yazma bilen kişilere ihtiyaç duyduğunda bunu kiliseden sağlardı. Hemen hemen hiç kimsenin Latince'yi anlamadığı imparatorluk içinde, bu ölü dil yüzyıllar boyunca bir yönetim dili olarak kullanılmış ve kilisenin bu noktadaki önemi ortaya çıkmaktadır. İktidarın kaynağının Tanrı'dan geldiğini vaaz eden kilise, aristokrasiye karşı monarşik otoriteyi meşrulaştırma uğraşı içine girmiş; monarşiye, yazı işleriyle uğraşmak ve idareyi çekip çevirmek üzere yetişmiş insan yardımı sunmuştur (aktaran Dolgun, 2005: 31-32). 15. yüzyıla gelindiğinde de güçlü bir dini polislik söz konusuydu. Bu, sapkınların, şeytanların ve cadıların aranmasını veya dini bilinç, gelenek ve kuralların takibi gibi rutin olayları içermektedir. Dini kuruluşlar doğum, evlilik, vaftiz ve ölüm gibi kayıtları da tutmaktaydı. Beri taraftan modern öncesi toplumların ekseri-

yetle köy, kasaba gibi küçük yerleşim birimlerinde yaşamaları, onların birbirlerini yakından tanıyabilmelerine olanak sağlamaktaydı. Bu durum, yaygın ve etkin bir otorite olan dini gözetim kurumlarının yüz yüze iletişimle gerçekleşen bu sosyalleşme ortamında izleme olanaklarını çoğaltmaktaydı. Keza cemaat üyeleri bir taraftan birbirlerini denetlerken diğer taraftan içlerine karışan “yabancı”yı fark edip ona karşı önlem alabilmekteydi. Ancak, hızla artan nüfus ile birlikte herkesin birbirini tanıdığı küçük yerleşim yerlerinin yerini, birbirini daha az tanıyan insanların oluşturduğu nispeten büyük şehirler almaya başladı. 16. yüzyılla birlikte, hem yeni ihtiyaçları olan hem de gelişen bilgi toplama ve kullanma kapasitesine sahip ulus-devletlerin ortaya çıkmasıyla siyasi gözetim dini gözetime benzer şekilde önem kazanmıştır. Biçim, içerik ve kural-ları itibariyle önemli ölçüde değişen gözetim pratikleri sonraki birkaç yüzyıl boyunca da, devlet ve ekonomi aktörlerinin çok daha geniş sosyal, coğrafi ve zamansal alanları kontrol ettiği “polis devleti”ne tedrici bir geçiş şeklinde gerçekleşmiştir (Marx, 2005a). Bu bakımdan değişen gözetim pratiklerinde; kapitalizm ve ulus-devlet olarak cisimleşen modern dönemin ekonomik ve siyasi aktörlerinin etkinliklerini daha ayrıntılı olarak ele alacağız.

3. MODERN DÖNEM GÖZETİM PRATİKLERİ

Matbaa sayesinde İtalyan Rönesansı’nın yayılıp sürekli bir Avrupa Rönesansı’na dönüştüğünü belirten Elizabeth Eisenstein, böylece Protestanların reform hareketinin başladığını ve bu nedenle Katolik kilisesinin kendine yeni bir yön verdiğini, modern kapitalizmin geliştiğini, Batı Avrupa’da keşifler devrinin açıldığını, aile yaşamı ve devlet politikasının değiştiğini, o ana dek mümkün olmayan hızlı bir bilgi yayılımıyla evrensel okuryazarlığın hedef alındığını, modern bilimlerin önünün açıldığını ve toplumsal ve zihinsel yaşamda başka birçok değişiklikler olduğunu yazmaktadır (aktaran Ong, 1999: 140-141). Özellikle matbaanın gelişimiyle birlikte on yedinci yüzyılda Avrupa’da başlayan ve sonraları neredeyse bütün dünyayı etkisi altına alan toplumsal yaşam ve örgütlenme biçimlerine işaret eden bir düşün sistemi olarak modernlik (Giddens, 1998: 11) bu bakımdan rasyonelleşme, kentleşme, endüstriyelleşme, demokratikleşme, ulus-devletleşme, kitle iletişiminin yaygınlaşması, sermayeye dayalı dünya pazarı gibi toplumsal dönüşümlere gönderme yapar (Berman, 1999: 28). Thomas Mathiesen ise yeni bir toplumsal duruma karşılık gelen modernliği gözetim olgusu bağlamında, “çok fazla kişinin pek az kişiyi gözlediği bir durumdan pek azın çok fazlayı gözlediği bir duruma geçiş” olarak tasvir etmektedir (Mathiesen, 1997: 215-234). Gücün kullanımında, seyrin yerini gözetimin aldığını belirten Zygmunt Bauman’a göre, mo-

dern öncesi zamanlarda güç, sıradan insanın onun heybetini, haşmetini ve servetini gıptayla korku ve hayranlıkla seyretmekte serbest bırakılması yoluyla halkın üzerinde etkili oluyordu. Yeni modern güç ise uyrukları tarafından seyredilmektense onları seyrederek gölgede kalmayı tercih etmektedir (Bauman, 1999: 61-62). Dolayısıyla modern devlet her şeyden önce gözetimle, sosyal düzeni sürdürmekle ve ekonomik işletme yönetimiyle ilgili olan gelişmiş bir örgüt biçimi olarak düşünülmektedir. Böylece ulus-devletler insan faaliyetlerinin içinde meydana geldiği ortamların yönlendirilmesinde ve bu şekilde bu faaliyetlerin zaman ve mekandaki belirlenişinin kontrol edilmesinde önemli rol oynarlar (Cohen, 1985: 142-202).

Resmi istatistiklerin tutulması, bireylerin yaka kayıtlarının ve gündelik yaşamlarına ilişkin oldukça ayrıntılı belgelendirme biçimleri modern devletlerin ve örgütlenmelerin kendine has özellikleri (Giddens, 2008: 67) olarak öne çıkmaktadır. Bu tür bir yönetimsel yoğunlaşma, geleneksel uygarlıklara özgü olanın çok ötesindeki gözetim kapasitelerinin gelişimine dayanır. Gözetim, gözetime konu olan toplulukların siyasal alandaki etkinliklerinin denetimine işaret eder; ancak bir yönetimsel güç temeli olarak önemi, hiçbir biçimde yalnızca bu alanla sınırlı değildir. Denetim, doğrudan olabilir ancak daha karakteristik olarak, dolaylıdır ve enformasyon kontrolü üzerine kuruludur. Bu bakımdan, Giddens'in "devletin mutlakiyetini pekiştirdi" dediği matbaanın keşfi (Giddens, 1998: 61; Giddens, 2008: 237) ile gözetim faaliyetleri esaslı ilerleme kazanmıştır. Devletle ilgili olarak, basılmış malzemeye kolay ve ucuz ulaşılması devletin "politik" sahasını genişletmek gibi çok önemli bir sonuç doğurmakta, devletin gözetim operasyonlarında çok büyük ilerleme sağlamaktadır. Giderek artan okuryazar olan bir kültürde basıl kanun maddeleri devlet yönetimi pratiği içerisinde giderek bütünleşmesine ve standartlaşmış yargısal prosedürlerin halk kitlesi faaliyetlerine daha tutarlı ve doğrudan uygulanmasına yarar. Diğer taraftan ulus-devletlerin idari birliğinin pekişmesi haberleşmenin yaygınlaşmasıyla ilişkili bir seyir izler. Giddens, telgraf ve daha sonra telefon gibi iletişimin elektronik mecralarının icat edilmesinin, haberleşmeyi taşımacılıktan ayırdığını ve böylece devletin "belgeleme" faaliyetlerinin genişlettiğini belirtir. Devletin idari gücünü genişleten bu gelişmeleri Giddens, "idari iktidar" kavramı ile açıklar. Ona göre, "idari iktidar, içerisinde yer aldığı ortamların yönetimi yoluyla, insan davranışlarının düzenlenmesine ve koordinasyonuna" dayanır. Bilginin şifrelenmesi olarak gözetleme, böyle bir iktidarın esas unsurudur. Giddens, resmi istatistiklerin sistematik bir biçimde toplanmasının devletlerin iç işleri bakımından özellikle iki alanda yoğunlaştığını vurgular. Bunlardan birisi maliye ve vergilendirme, diğeri ise nüfus istatistiklerinin tutulmasıydı. 18. yüzyıla kadar merkezi olmaktan çok yerel olmak

eğiliminde olan bu operasyonlardan ilki mali yönetimin önemine tanıklık eder. İkincisi ise merkezileşen devletin “iç düzen”inin isyan, haydutluk ve suçlardan korunması uğraşısıyla ilgilidir. Bütün devletlerin 18. yüzyıl ortalarından itibaren tutmaya başladıkları resmi istatistikler bu kaygıları sürdürür ve genişletir (Giddens, 2008: 69; 230-238). Teritoryal tanımı ile modern devlete sınırları içerisinde tam bir bütünleşme sağlanırken dışarıya karşı keskin sınırlar çekilir. Devletin idari iktidarını “dahili pasifleştirme” kavramıyla açıklayan Giddens’a göre devletin idari kapsamı, devlet gücünün en çok yoğunlaştığı merkezlerden uzamsal olarak uzak olan şehirlerde bile yerel toplumun uygulamalarını kapsayacak genişliği temsil eder. Devlet için oldukça temel olan bu gücün tam olarak başarı kaydetmesi gözetim yetenekleri ve “dahili pasifleştirme”nin genişlemesiyle mümkündür. Modern devletin nüfusun geniş yaşam alanlarına hükmetmeyi sürdürebilmesi ise izleme operasyonlarının başarısıyla ilgilidir ve bu başarı halkın günlük yaşamının kontrolüne izin verdiği oranda bir geçerliliğe sahip olur (Giddens, 2008: 241-253, 416-417).

Giddens, ulus-devlette bilgi oluşturulması ve kontrolü, iletişim ve taşımacılıktaki gelişmelerle izlemenin daha önceki toplumsal düzen türleriyle kıyaslanamayacak ölçüde bir yoğunluğa erişmesini “ekonomik” olanın “politik” olandan ayrılmasına bağlar. Keza özel sermaye mülkiyeti ile mülksüz ücretli emek arasındaki ilişki merkezinde yoğunlaşmış bir meta üretim sistemi olarak kapitalizmin gelişmesi yaşam çevriminde büyük kopuşlarla gerçekleşti. Ortaçağ’da atölyelerin ve ticarethanelerin fiziksel olarak evlerde olmasına karşılık 18. yüzyılda hızla büyüyen işletmeler, birbiriyle akrabalık bağı bulunmayan çok sayıda insanın bir arada çalıştığı ve insanların aile birimlerinin parçası olarak değil de bağımsız bireyler olarak çalışmaya başladığı geniş mahallere taşındı. Benzer kopuş toprağın özel mülk olarak çitlerle çevrilmesiyle tarım işçileri olan kitlelerin yaşamlarında da gözlendi. Toprağın özel mülk olarak çitlerle çevrilmesi çok sayıda göçebe tarım işçisi, ortakçı ve kiracı köylü yarattı. İnsanoğlunun modernlik koşullarında doğayla olan etkileşiminin ana eksenine durumuna gelen endüstriyel gelişmeler, toplumsal yaşam ve maddi dünya arasındaki ilişkileri radikal olarak değiştirmenin araçlarını sağlayarak kentleri ana güç kabı haline getirmiştir (Sennett, 1992: 63; Giddens, 1998: 60-63; Giddens, 2008: 197, 252). Önceden varolan sınıfsal sistemlerin tersine işverenler alt sınıflardan bekledikleri ekonomik çıkarları güvenceye almada şiddet araçlarının doğrudan erişimine sahip değillerdir. Şiddet araçlarının hakim sınıf tarafından doğrudan kontrolüne dayanmayan bir sınıfsal sistemin gelişmesini teşvik eden kapitalizmin ortaya çıkması modern devletin şiddet araçlarının kontrolünü de tekeline almasına yol açmıştır. Bir yandan toprağın ve ürünlerin diğer yandan işgücünün hızla metalaştırılmasıyla birlikte ekonomik faaliyet

alanının son derece yayılması tarihsel olarak kapitalizmle ulus-devleti iç içe geçirmiştir. Bu bakımdan Giddens, gözetlemeyi tarihsel olarak kapitalizmle iç içe geçmiş ulus-devletin temeli olarak görmektedir. Giddens, ulus-devletin ortaya çıkışından önce, devlet aygıtının idari iktidarının, belirli teritoryal sınırlarla uyuşmasının pek mümkün olmadığını ancak ulus-devletin hâkim olduğu çağdaysa, bunun neredeyse evrensel bir olgu olarak kabul edildiğini belirtir. Egemenlik işareti olarak sınırları belirlenen ulus-devletle birlikte geliştirilmiş yönetsel eşgüdüm ile karakterize olan modern toplumlar Giddens’in ifadesiyle modern öncesi devletlerin yaklaşamayacağı bir düzeyi ifade eder. Böylece modern devlet, kapitalist mülkiyet biçimine uygun olarak suç hukukuyla ilgili kodları dünyevi bir biçimde koruyarak ve “sapkınlığın” gözetimsel kontrolü ile şiddet araçları üzerindeki tekeli de kurar (Giddens, 1998: 63; Giddens, 2008: 69-75, 237, 252; Lyon, 2007a: 19).

İzlemenin polislikle bağlantısının modern toplumda “sapkınlığın” baskı altına alınmasıyla eşzamanlı olduğunu vurgulayan Giddens’a göre “sapkınlık”; “devletin izleme operasyonlarından ayrı bir faaliyet ya da tutumlar dizisi değildir, ama bunun içerisinde ve sayesinde şekillenmiştir.” Giddens totaliter tehditlerine işaret ettiği modern ulus-devletin, günlük yaşamın ayrıntıları ve en gizli kişisel eylem ve ilişkilerin içerisine artarak girdiğini vurgular. Giddens’a göre totaliter yönetimin olanakları uyrukların çoğunluğunun gündelik faaliyetleri içerisinde devletin başarıyla girebildiği toplumların varlığına dayanmakta ve izlemenin azamileştirilmesiyle, uyrukları hakkında bilgilerin kodlanması ve önemli bölümlerinin davranışlarının gözlemlenmesini varsayar. Bu bağlamda, giderek artan elektronik bilgi depolama, düzenleme ve yayma usullerinin istilasındaki bir çağda hükümet uygulamasıyla ilgili bilgi toplama olanakları neredeyse sonsuzdur. Modern devletlerin içerisindeki çok hızlı iletişim, taşımacılık sistemleri ve sofistike müsadere etme teknikleriyle birlikte bilgi kontrolü, yüksek bir devlet gücü yoğunlaşmasını sağlayacak biçimde davranış gözetimiyle doğrudan bütünleşebilir (Giddens, 2008: 382-401).

3.1. İlk Gözetim Analizleri

19. yüzyılda Amerika Birleşik Devletleri’nde hayata geçirilen şirket kasabaları ve bir takım özel amaçlı fabrikalar; işçilere istenilen doğrultuda çalışma alışkanlıkları edindirme ve fabrika dışındaki hayatlarını “ıslahı” açısından dikkat çekici örneklerdir. Richard Sennett “Otorite” başlıklı çalışmasında ifade ettiği üzere, ABD’deki Pulman Palace Car Company kasabası, işçileri bütünleşik bir ortamda endüstriyel üretimin ve tüketimin bir parçası haline getirecek şekilde tasarlanmıştı. İşçilerin çalıştıkları fabrika, kaldıkları evleri ve alışveriş alanlarının tümü bu kasaba içinde yer almaktaydı ve mül-

kiyeti şirketin sahibi George Pulman'a aitti. İşçilerin mülk edinemedikleri ve sıkı bir denetim altında tutulduğu bu kasabada içki ve sigara yasağının yanı sıra gece sokağa çıkma yasağı da uygulanıyordu. Massachusetts'teki Waltham ve Lowell'da kurulan fabrikaların da "aile değerlerinin sağlıklı biçimde korunacağı sanayi toplulukları oluşturmak" amacıyla yapılmasına karar verilmişti. Bu deneylerde kullanılan kadınlar, fabrikalarda yalnızca birkaç yıl çalışmak üzere işe alınan genç kadınlardı. Bunların evleninceye kadar bir miktar para biriktirmeleri ve uygun koca bulduktan sonra işten ayrılmaları bekleniyordu. Bu amaçla fabrikaları tasarlayanlar, işçilerin akşamları katılacağı okuma grupları, dersler ve Kitabı Mukaddes sınıfları oluşturdular. İşçi kızlar, uzun, yüksek tavanlı odalardan oluşan ve yataklar bir hastane koğuşundaki gibi düzenlenen yatakhanelerde kalıyorlardı. Gece iş dönüşünden ertesi sabah işe gidişlerine kadar görevlilerin gözetimi altında kalıyorlardı. Görevli kadınlar, işçi kızlar uyurken bile bu odalarda nöbet tutuyordu; kızları yabancılardan korumakla kalmıyor, onların yatakhanelerden kaçmalarını da engelliyorlardı (Sennett, 1992: 65-66; 69-73). Belli bir mekana bağlı kalan bu türden erken dönem izleme faaliyetlerine karşın, kapitalist ekonomik sistem ile birlikte ortaya çıkan sistemli gözetim; işçileri disipline etmede yeni uygulamalara yol açtı. Çalışmanın zamanlaması, yerleştirilmesi, gözlenmesi ve sınılanması aracılığıyla, öncelikle fabrikadaki gözetim bu uygulamaların başında gelmektedir. Ancak, fabrikalarda başlayan gözetim, tüm gündelik hayat rutinlerine de yansımıştır. Geleneksel toplumlarda gündelik hayat pratiklerini mevsim, günüşiği, gelgit gibi "doğal" etkenler yönetirken, modern kapitalist toplumlarda bunların yerini saat almıştır. Sanayi kapitalizminde fabrika ve atölyenin "saate bağlı işi" çalışmanın yeni ritmini belirlemiştir. Kapitalist üretimdeki metalaşmış zaman esası ile modern insanın faaliyetleri zaman-uzay içinde senkronize edilir ve sosyal hayat tüm yönleriyle koordine edilmiş olur (Giddens, 2008: 231-233). Sosyal teoride, sistematik izleme olarak gözetim olgusuna ilk olarak, kapitalizm çözümlemelerinde Karl Marx dikkat çekmiştir (Bozkurt, 2000: 69). Marx'a göre gözetim, emek ve sermaye arasındaki mücadelenin bir unsurudur. Köleliğin ortadan kalkması ve kapitalizmin gelişimine paralel olarak, emeğin eski yöntemlerle üretim sürecine katılımı imkânsızlaşmıştır. Kapitalist üretimin başlıca motivasyonu artı-değeri azamileştirmektir. Üretim sürecinde bir maliyet değişkeni olarak ele alınan emeğin minimum ücretle maksimum üretime koşullanması ile sermaye birikimi mümkün hale gelmekte ve böylece işçi sınıfının mümkün olan en geniş ölçüde sömürülmesinin önü açılmaktadır. Öncelikle kapitalizme özgü üretim alanı olarak fabrikayı ve işçilerin "elbirliği" etmelerinin koşullarını analiz eden Marx'a göre, işçiler, bir araya getirilmeksizin elbirliği yapamazlar ve tek bir yerde toplanmaları, elbirliğinin zorunlu

bir koşuldur. Ücretli işçiler aynı sermaye, aynı kapitalist tarafından, aynı zamanda çalıştırılmadıkça ve bunun için de emek-güçleri kapitalist tarafından aynı zamanda satın alınmadıkça, elbirliği yapamazlar. Ve sermayenin denetimi altındaki emeğin elbirliği haline geldiği andan itibaren yönlendirme, denetleme ve düzenleme işi, sermayenin işlevlerinden biri haline gelir (Marx, 1997/1: 320-321). Elbirliği yapan işçi sayısının artmasıyla, sermayenin egemenliğine karşı direnme potansiyelinin de artacağını belirten Marx, sermayenin bu direnmenin üstesinden gelmek için uyguladığı karşı-baskıyı şu şekilde analiz eder:

“Kapitalistin uyguladığı denetim, yalnızca, toplumsal emek-sürecinin niteliğinden doğan ve bu sürece özgü özel bir işlev değil, aynı zamanda, bu toplumsal emek-sürecinin sömürülmesi işlevidir ve kökleri, sömürücü ile onun sömürdüğü canlı ve çalışan hammadde arasındaki kaçınılmaz uzlaşmaz karşıtlıkta bulunur. (...) [K]apitalistin denetimi, özünde, üretim sürecinin iki yanlı niteliğinden dolayı, -bu süreç, bir yandan kullanım-değerleri üreten toplumsal bir süreç, öte yandan da artı-değer yaratan bir süreçtir- iki yanlıdır ve şekil bakımından zorbacadır. Elbirliğinin boyutları büyüdükçe, bu zorbalık da kendine özgü biçimlere girer. (...) Bir kapitalistin komutası altında sanayi işçilerinden kurulmuş ordu, ger çek bir ordu gibi subaylara (yöneticilere) ve astsubaylara (ustabaşı, postabaşı) gereksinme gösterir; ve bunlar, işin yapılması sırasında, kapitalist adına bu orduyu komuta ederler. Denetim ve gözetim işi, bunların yerleşmiş ve özel görevleri olur” (Marx, 1997/1: 321-322).

Kapitalistin, üretim giderleri üzerinde daha sıkı bir denetimde bulunmasını bir zorunluluk olarak gören Marx, çalışma hızının gereklerine uygun düşen disiplin kurallarının uygulandığı fabrikalar için, Charles Fourier’in³ “ıslah edilmiş haphaneler” belirlemesini kullanır. Marx’a göre, denetim ve gözcülük işinin ayrı bir uğraş haline geldiği fabrikalarda; bu uzmanlık alanı ile hedeflenenin “her şeyden önce, insanları gelişigüzel çalışma alışkanlıklarından kurtarmak ve onları karmaşık otomatın değişmeyen düzenliliği ile özdeş hale gelecek biçimde eğitmek”tir (Marx, 1997/1: 406-409).

Fabrikalarda makine kullanımının yayılması ve makine ile çalışmaya alışan işçi sınıfının deneyimlerinin birikmesiyle orantılı olarak, emeğin hızıyla yoğunluğu da artar. Her gün değişmeyen bir tekdüzeliğin yinelenerek yapılan bir işin söz konusu olduğuna dikkat çeken Marx, sermayenin elinde bulunan makine aracılığıyla işgününü alabildiğince uzatmasının işçi sınıfının direnişle karşılaştığını belirtir. İşçilerin direnişi karşısında çalışma saatlerinin zo-

³ François Marie Charles Fourier (7 Nisan 1772 - 10 Ekim 1837) Fransız ütöpic sosyalist ve filozof.

runlu olarak kısaltılmasıyla birlikte sermaye artı-değer üretimini makineleşmedeki gelişmeleri hızlandırarak elde etmeye yönelir. Marx'ın ifadesiyle "artı-değer üretim tarzı, işçinin üretken gücünü, belli bir sürede, aynı miktarda emek harcayarak daha fazla üretimde bulunabilecek hale getirmektedir." Bu makineler, sermayenin elinde, belli bir sürede daha fazla emek sızdırmak için sistemli bir şekilde kullanılan nesnel araçlar halini alırlar. Söz konusu sistemli sömürü makinenin hızı artırılarak veya işçiye çalıştıracağından daha fazlası verilerek gerçekleşmektedir (Marx, 1997/1: 393-396). Böylece farklı aksamalarını çalışır halde tutmak suretiyle işçi makineye bağımlı kılınır ve makinenin durmaması için işçinin harcadığı çaba onu makinenin denetleyici işlevine maruz bırakır.

Gözetim ile ilgili ilk dönem analizcilerden Max Weber ise kapitalist işletmelerde gözetimin rolünü kabul etmesine karşın, bunun sermaye sahipleri ile işçi sınıfı arasındaki ilişkiyle sınırlandırılmasına direnmiştir. Ona göre, kapitalizmin yayılmasının koşulu olarak, bürokratik devlet mekanizması önceden gelişmiştir. Gözetim, bürokrasinin bir özelliği olup, kapitalist işletmeler de bürokrasinin bir türüdür. Weber'e göre gözetim, dünyanın hızla rasyonelleşmesine eşlik eden, kaçınılmaz eşitsizliklerle dolu acımasız bürokratikleşme sürecinin en belirgin unsurudur; insanları, her türlü girişimi ve bireyselliği yok eden, kurallar ve prosedürlerden oluşan "demir kafes"e sokan bir araçtır (Webster ve Ball, 2003: 11). Weber, gözetimi en belirleyici unsur olarak gördüğü bürokratik mekanizmanın gücünü ise bu yapının teknik üstünlüğüne bağlamaktadır. "Bir kez tam kurulduktan sonra artık ortadan kaldırılması en zor olan sosyal yapı" olarak bürokrasi, esasında bilgi temeline dayalı denetim anlamına gelmektedir. "Toplu eylemi" rasyonel düzenlilik kazanmış "toplumsal eylem"e dönüştürmenin başlıca aracıdır. Bu özellik, bürokratik yönetimi ayrıca rasyonel kılmaktadır. Söz konusu bilgi, yönetime olağanüstü güç sağlamaya yeten teknik bilgidir. Tüm yönetsel işler, maaşlı memurlardan oluşan bir hiyerarşi tarafından işlenen yazılı dokümanlara ve güncel teknik bilgiyi temel alan gayri şahsi kurallara dayanır. Bu yolla bir taraftan verimliliğin maksimize edilmesi hedeflenirken diğer taraftan da sosyal denetim sağlanır. Bürokratik kuruluşlar ya da onları kullanan güç sahipleri, hizmetin bilgisine sahip olarak güçlerini artırma eğilimindedirler. Diğer taraftan parçası haline geldikleri aygıt içinde yani "demir kafes"e sokulmuş "bürokratik bireyler" in hareket esnekliği de pek kalmaz. Çünkü, "bürokrasinin disiplini, kamu sektöründe olsun, özel sektörde olsun, resmi görevlilerin her zamanki çalışmaları içinde mutlak itaate yönelik bir tutumlar yumağına sahip olmaları anlamına gelir" (Weber, 2006: 307-318).

Gözetime ilişkin Marx'ın ve Weber'in yaklaşımlarını karşılaştıran değerlendirmeler yapılmaktadır. Lyon ve Zureik'e göre, Marxist fikirlerden çıkarılan ilk yaklaşım, gözetlemenin esas hamlesinin daha fazla kâr etme dürtüsü ile birleştiği yönündedir ve söz konusu dürtü, verimlilik ve üretkenliği artırmayı amaçlayan sürekli teknolojik yenilenme, üretimi idare amaçlı çabaların ihracı veya daha güncel olan tüketimi idare etme amaçlı girişimlere kadar pek çok farklı yolla ifade edilebilir. Weberci bakış açısı ise modern kurumların gelişimini karakterize eden rasyonalizasyon süreci üzerinde odaklanır. Bir kapitalist firma ile hükümet bürokrasisi benzer özellikler gösterebilir ancak bu özellikler kapitalist işletmelerin iç işleyişine indirgenemez. Kurumların sürekli işleyişini sağlama alma aracı olarak gözetim her zaman kapitalist hedefleri takip edemeyebilir. Weber için gözetim hiçbir zaman tek mantıkla izah edilebilecek bir süreç değildir. Aksine, her bir durum yerinde ve kendi başına incelenerek yapısı ve sonuçları ortaya çıkarılmalıdır (Lyon; Zureik, 1996: 6-7). Richard Kahn ve Douglas Kellner'a göre ise Marksist teori, gözetim ve teknolojinin vatan-daşların kontrol edilebilmesi için sermayenin gücüne eklendiğine odaklanırken, Weberci yaklaşımda gözetim, modern organizasyonlar içindeki rasyonel sürece, yöntemlere ve bireyler üzerinde organizasyonların gücünü artıran yeni teknolojilere odaklanmaktadır (Kahn; Kellner, 2003).

Marx ve Weber'in ilk gözetim analizleri, gözetimin toplumsal bağlamlarını tartışmaları bakımından oldukça önemlidir. Böyle olmakla birlikte, kullanılan araçların çeşitlenmesiyle gözetimin içeriği ve alanları da genişlemiştir. Ve söz konusu genişleme devlet ve/veya kurumların gözetimi disipline edici bir araç olarak kullanma eğilimini daha da kuvvetlendirmiştir.

4. GÖZETİMDE KAVRAMSALLAŞTIRMA SÜRECİ

Geleneksel devletlerin aksine; idari sahası kesin olarak bölgesel sınırlara tekabül eden ve ulus-devlet biçiminde örgütlenen modern toplumlarda devlet, kendi kurumlarını da oluşturmuştur. 19. yüzyıl boyunca filizlenen ulus-devlet giderek, insanların faaliyetleri, bireylerin geçmiş davranışları hakkında kayıtlara sahip, bunları koordine ve kontrol eden bir iktidar biçimini almıştır. Öyle ki Giddens, gözetlemenin tarihsel olarak kapitalizmle iç içe geçmiş bulunan ulus-devletin temeli olduğunu söyler (Giddens, 1998: 63). Böylelikle ulus-devlet içinde gözetlemeyi esas alan idari görevlerde niteliksel ve niceliksel artış söz konusu olmuştur. Weber'in belli bir olumsuzluk içeren bakış açısına göre, bu artışın her şeyi dağılmadan bir arada tutabilecek bir sistem ihtiyacı doğurduğunu ve bunun da bürokratik egemenlik olduğunu belirtir. Oysa gözetim konusundaki kapsamlı çalışmalarıyla Foucault, bu pratikleri modern

dünyayı karakterize eden disipline edici bir toplum türünün yükselişi olarak görür. Uyruklarını bürokratik gözetim biçimine boyun eğdiren modern devletler geleneksel devletlerden farklı olarak kitlelerin hoşnutsuzluğunu dizginlemek için, doğrudan şiddet dışındaki araçlara giderek daha çok başvurmaktadır (Lyon, 1997: 49-51). Gözetim teknolojilerindeki yoğunlaşma ve gelişmelerle birlikte, gözetim olgusuna ilişkin kavramsallaştırma süreci de hız kazanmıştır. Günümüzde gözetim olgusuna dair yapılan tartışmalarda hatırı sayılır bir ağırlığı olan George Orwell'in "Big Brother"ı ile Michel Foucault'nun "panoptikon" imgesi analizleri ilk kavramsallaştırma girişimleri olarak ele alınabilir.

4.1. "Big Brother"

İlk olarak 1949 yılında yayımlanan anti-ütopik eseri "1984" ile Orwell, (Orwell, 1999) ileriye görebilen bir vizyon sunar. Orwell, 1984'ün bir kehanetler veya tahminler kitabı olmadığını geleceği konu alan bir roman olduğunu şu sözlerle anlatır: "Anlattığım türden bir toplumun mutlaka gerçekleşeceğini sanmıyorum, ama (kitabın bir hiciv olduğunu da yadsımayarak) benzer bir toplumun gelebileceğine inanıyorum. (...) Geleceği konu alan bir roman bu, yani bir anlama bir fantezi ama doğalcı roman biçiminde. İşin zorluğu da buradan geliyor. Sadece tahminler kitabı olsaydı yazması çok daha kolay olurdu" (aktaran Williams, 1985: 91-92). "Tele ekran", "yenikonuş", "bellek deliği", "iki dakika nefret duruşu", "anti-seks birliği" gibi, merkezi toplumsal düzeninin iktidar etme biçimlerini hicveden öğeler, 1984'ün akıl yürütme yöntemiyle yazılmış tarihi ve siyasi bir deneme niteliği taşıdığını göstermektedir. Keza Orwell, "Totaliter düşüncelerin her yerdeki aydınların kafasında kök saldığına... inanıyorum. Bu düşüncelerin mantiki sonuçları ne olur, onu göstermeye çalışıyorum" sözleriyle o dönemki siyasi düşünceler ile kitabın içeriği arasındaki paralellige işaret etmektedir (Williams, 1985: 91-92). Romandaki "Okyanusya devleti", yurttaşlarının gündelik hayatlarının en küçük ayrıntılarına müdahale etmek üzere örgütlenen dev bürokratik aygıttır. Her yere uzanan televizyon ekranında "Big Brother" figürünü kullanan bu devlet, "düşünce polisi", "tele ekran" ve mikrofonlar yardımıyla herkesin ne dediğini ve ne yaptığını sürekli izleyebilmekte, denetlemekte ve disipline etmektedir. Dolayısıyla gözetimi, hiyerarşik sosyal kontrol biçimini sürdürmenin bir aracı olarak ele alan Orwell, ulus-devletin gözetim ajanı olarak işlev gördüğü bir toplum üzerinde durmaktadır. Bu toplumda hem devlet kurumları hem de devlet dışı kurumlar farklı nüfus kesimlerini izlemek için büyük bir çapa göstermektedir. O'nun fütüristik ülkesinde yurttaşlar evlerinin içindeyken tele ekranlarla takip edilmekte, bir cihaz aracılığıyla davranışları görüntülenip kayıt altına alın-

maktadır. İzleme işlemlerini koordine eden düşünce polisleri, gözetimi öncelikli olarak sosyal düzeni sağlama aracı olarak kullanan merkezi totaliter devletin ajanlığını da yapmaktadırlar. Ancak böylesine detaylı incelemeye yurttaşların tümü maruz kalmaz. Nüfusun büyük çoğunluğunu oluşturan proleter alt sınıflar (proles) ve yoksullar sadece cihazların gözetimine terk edilmekteyken üst ve orta sınıflar yoğun bir biçimde takip altında tutulmaktadırlar. Ancak Haggerty ve Ericson, Orwell'in yoksul alt sınıfların genellikle gözetimden muaf tutulduğu kehanetinde tamamen yanıldığını savunurlar. Onlara göre, güncel gözetim teknolojileri çalışmalarının gösterdiği gibi, gözetimdeki yoğunlaşma ve genişlemenin bir sonucu olarak baştan aşağı toplumdaki tüm sosyal gruplar izlenebilmektedir (Haggerty; Ericson, 2000: 606-607). Oysa Stanley Cohen, Orwell'in gözetimin bölücü niteliği aracılığıyla iktidarın nasıl daha yaygın bir düzeyde sürdürüldüğünü gösterdiğini öne sürer. Ona göre, yoksullar gettolarında "hırsızlar, haydutlar, uyuşturucu satıcıları, haraç kesiciler" gibi temalar etrafında tecrit edilmişlerdir. Hayvanlar gibi birkaç basit kurala maruz bırakılarak gettolarında "güvenli" bir biçimde "çalışmaya, karnını doyurmaya ve ölmeye" terk edilmişlerdir (Cohen, 1985: 142). Cohen'in analizinden hareketle, uyrukların sınırları belirlenmiş bir alanda ve belli bir hiyerarşik yapıya karşılık gelen "hırsız", "haydut" veya "haraç kesici" gibi kategorilerle sınıflandırılarak tecrit edilmeleri Orwell'in anti-ütopyasında bir yönetme ve kontrol altında tutma pratiği olarak görülebilir.

Diğer taraftan "Big Brother" gözetiminin bir başka önemli özelliği ise uygulanamazlığıdır. Gözetim altındakiler, rahatlayabilecekleri herhangi bir an olup olmadığından emin değildirler. Bu saptanamayan gözetim modeli, belirsizlik sayesinde, gözlenenleri bağımlı kılar (Lyon, 1997: 89). Orwell'in düşünce denetimi kavrayışı ve kurguladığı söz konusu saptanamayan gözetim modeli bu noktada, Jeremy Bentham'ın "panoptikon" adlı cezaevi planı ile örtüşür.

4.2. Bentham'dan Foucault'ya Panoptikon

18. yüzyılın sonlarında önde gelen İngiliz cezaevi reformcusu Bentham, "her şeyi gören" anlamına gelen panoptikon adlı cezaevi için 1791'de ideal bir mimari plan geliştirdi. Bu hapishane bir gözetleme kulesini çevreleyerek etrafında halka oluşturan hücrelerden oluşacaktı. Hücrelerin her biri kuleye doğru açılacak ve kendi dış cephesindeki pencereden aydınlatılacaktı. Böylece, arka aydınlatma etkisi ile gözetleme kulesindeki tek bir bekçi ayrı ayrı hapsedilmiş birçok esiri gözetleyebilecekti.

Kendilerini izleyen denetçiyi göremeyecek olan esirler, denetçi kulede olmadığı zamanlarda bile her an izlendiklerini varsayacaktı. Panoptikon, trans-

paran bir mahkumlar topluluğuna gözünü diken bir denetim anlayışıyla hakim gücü en üst düzeye çıkarmak için tasarlanmıştır. Panoptikonun amacı günahkarları (Hıristiyanlık inancında insanların doğuştan günahkar olduğu kabul edilir) cezalandırmaktan öte, tamamıyla görünür ve sürekli gözetlenebilen bir alanda, mahkumları baskı altında tutarak sınırlamak ve onların günah işlemesini engellemektir. Lyon, panoptikonun sapkınlığın denetiminde örnek bir hapisane, sosyal disiplinin ise yeni bir aracı olduğunu vurgular. Bu gözetim tekniğinin esas hedefi her bir esiri kendi kendisinin bekçisi haline getirmektir. Böylece, sürekli bir gözetim durumunun söz konusu olmadığı zamanlarda bile, esirler kendi kendilerini denetleyerek gözetimi kalıcılaştırmış olacaktı. İzlenip izlenmediklerini bilmeyen, ama orada izlenmek için birilerinin bulunduğunu varsaymak durumunda olan mahkumun tek seçeneği itaat etmektir. Bentham'ın gözetim olgusuna bir yenilik getirdiğini söyleyen Lyon, söz konusu yeniliğin belirsizliği, itaat ettirmenin bir aracı olarak kullanılması olduğunu belirtir (Lyon, 1997: 95).

Bentham'a göre, panoptikon hapisane dışındaki amaçlara da uygundu. Bentham, "ıslah edilemez olanın cezalandırılması, delilerin gözetimi, kötülerin ıslahı, şüphelilerin kapatılması, tembellerin çalıştırılması, acizlerin bakılması, hastaların sağaltılması, sanayinin herhangi bir dalına gönüllülüğün veya eğitim yolunda hızlanan yarışın öğretilmesi" için, gözetimi gerektiren herhangi bir bağlama uygun bir varlık olarak panoptikonun erdemlerini ilan etti (Lyon, 1997: 95).

Cezalandırma düşünceleri veya sistemleri üzerine çalışan pek çok tarihinin önemini bilmesine karşın panoptikon ancak Foucault'nun onunla ilgilenmesinin ardından bugün geniş bir tartışma zemini bulmuştur. Foucault'ya göre, Bentham'ın panoptikon mimarisi şu ilkelere dayanmaktaydı:

"Çevrede halka halinde bir bina, merkezde bir kule; bu kulenin halkanın iç cephesine bakan geniş pencereleri vardır. Çevre bina hücrelere bölünmüştür; bunlardan her biri binanın tüm kalınlığını kat etmektedir. Bunların biri içeri bakan ve kuleninkilere karşı gelen, diğeri de dışarı bakan ve ışığın hücreye girmesine olanak veren ikişer pencereleri vardır. Bu durumda merkezi kulede tek bir gözetmen ve her bir hücreye tek bir deli, bir hasta, bir mahkûm, bir işçi veya bir ilkokul çocuğu kapatmak yeterlidir. Geriden gelen ışık sayesinde, çevre binaların içindeki küçük silüetleri olduğu gibi kavramak mümkündür. Ne kadar kafes varsa, o kadar küçük tiyatroya vardır; bu tiyatrolarda her oyuncu tek başındadır; tamamen bireyselleşmiştir ve sürekli olarak görülebilir durumdadır. Görülmeden gözetim altında tutmaya olanak veren düzenleme, sürekli görmeye ve hemen ta

nımayaya olanak veren mekânsal birimler oluşturmaktadır. Sonuç olarak, hücre ilkesi tersine döndürülmekte veya daha doğrusu onun üç işlevi – kapatmak, ışıktan yoksun bırakmak ve saklamak- ters yüz edilmektedir; bunlardan yalnızca birincisi korunmakta ve diğer ikisi kaldırılmaktadır. Tam ışık altında olma ve bir gözetmenin bakışı, aslında koruyucu olan karanlıktan daha fazla yakalayıcıdır” (Foucault, 2006: 295-296).

Banham’ın panoptikon imgesini modern gözetim tekniklerine uyarlayan Foucault, iktidar ve görünürlük arasındaki ilişkiyi tanımlamak için bu imgeyi kullanır. Ve tipik bir iktidar biçimi olarak gözetimin modernitenin tüm kurumlarına içkin ve yönetsel bağlamlarının her türünde var olduğunu varsayar. Panoptikon ve modernite arasındaki bağlantılara ışık tutan Foucault’ya göre, görünürlüğü tuzak haline getiren panoptikon mimari bir dizayn olmanın ötesinde, modern toplumlarda iktidarın otomatik işleyişini sağlayan, bilinçli ve sürekli bir görünürlük hissi yaratır. Bentham’ın yukarıda, hapishane dışındaki uygulanabilir alanlarını sıraladığı panoptik denetimin gerçekten de bu alanların pek çoğunda önemli hale geldiğini savunur. Bu bakımdan Foucault, Weber’e yakın bir pozisyon alarak, kapitalist işyerindeki gözetimi de, modern dünyayı karakterize eden disipline edici toplum türünün yükselişinin sadece bir örneği olarak görür. Bu argümanı geliştirirken, dikkatini, iktidarın toplumsal örgütlemesi üzerinde doğrudan etkisi olan konulara veren Foucault, hapishanenin doğuşunu ve disiplin, gözetim tekniklerinin geleneksel cezalandırma ve toplumsal denetim biçimlerinden farklılaşan yönlerini analiz eder. “Hapishanenin Doğuşu” başlıklı eserinde Batı toplumlarında 18. yüzyılla birlikte, iktidarın baskıcı ve şiddete dayalı işleyişinin gittikçe azaldığının, iktidarın disipline edici, düzenleyici ve normalleştirici biçimde işlediğinin altını çizen Foucault’a göre disiplinci iktidar işleyiş prensipleri açısından 18. yüzyıla kadarki egemen iktidardan tamamıyla farklılaşmıştır: Egemen iktidar, etkinliğini görünür olmakla kazanırken, disiplinci modern iktidar görünmezlikle çalışır. Egemen iktidar, bedenlere acı vererek insanları cezalandırırken, disiplinci iktidar ruhları, zihinleri terbiye ederek bedenleri rasyonel bir biçimde kullanarak onları üretici ve işlevsel bir hale getirir. Kapitalist toplum artık birçok yerde uygulanabilecek bir kontrol aracına, bir “iktidar teknolojisi”ne sahipti. İktidarın otomatik işleyişini sağlayan, panoptikonda her şey öyle bir düzenlenmelidir ki, gözetim eylemi kesintili bile olsa etkileri sürekli olsun; iktidarın mükemmelliği, fiilen uygulanmasını gereksiz kılma eğiliminde olmalıdır; bu mimari aygıt, kendisini uygulayan kişiden bağımsız bir iktidar ilişkisini yaratan ve sürdüren bir makine olmalıdır; kısacası, sakinler, kendilerinin taşıyıcısı oldukları bir iktidar durumunun tutsağı olmalıdırlar (Foucault, 2006: 295-302).

Bilginin oluşumunun ve iktidarın genişlemesinin birbirini döngüsel bir süreç içinde sürekli güçlendirdiğini ifade eden Foucault'ya göre, böylelikle iktidarın daha eski, daha pahalı ve daha fazla şiddet içeren biçimleri kullanışsız kaldı ve bunların yerini “incelikli ve hesaplı boyun eğdirme teknolojisi” aldı. Panoptikonla birlikte etkinleşerek artan izleme ve gözetimin başta okul, işyeri, klinik, hastane ve cezaevi olmak üzere pek çok alanda uygulandığını belirten Foucault'ya göre, panoptikon modernitenin sosyal disiplinlerini özetler. “Toplum”un arzulanan normlarından sapanları toplumdan ayırma yöntemi kuvvetli bir eğilim olarak kendini gösterir. Fabrika, okul, hastane ve hapisaneler gibi kurumlar itaatsiz ve sapkın olanların “uzaklaştırıldığı” veya makul yurttaşlara “dönüştürüldükleri” yerler olarak hizmet eder. Mahkumlar cezalandırılmanın yanında çalıştırılır, hastalar tedavi edilir, öğrenciler eğitilir, deliler muhafaza edilir, işçiler gözetlenir. Ve tüm bunlar için güç kullanmaya gerek kalmamaktadır. Zira uygulama olarak hiyerarşik örgütlenme; iktidar merkezleri ve kanalları düzenleme, bir iktidarın araçlarını ve müdahale biçimlerini tanımlama tarzıdır. İlk dönemlerde sosyal denetimin başarısızlığı, kamu önünde ve zalimce cezalandırmayla sonuçlanırken, modernite sosyal denetimin ve cezanın temiz ve akılcı biçimlerini uygulamaya koydu. Azgın kalabalık, yönetilebilir bir kalabalığa dönüştürüldü. Foucault'ya göre, gözetim mekanizmaları sayesinde, insanların tutumları üzerinde daha etkin olunmakta ve daha fazla nüfuz olanağı sağlanmaktadır. Muazzam bir bilgi artışı ile iktidarın icra edildiği bütün yüzeyler ve bu yüzeyler üzerindeki nesnelere bilinebilir kılınmaktadır. Eğitim, tedavi, üretim, cezalandırma işlevleri ile bütünleşebilen panoptikon, denetlenmesi gereken süreçler arasında uyum oluşturmakta ve “daha fazla iktidar” ile “daha fazla üretim” arasında doğru bir orantı kurmaktadır. Toplumsal bünyeye yayılan panoptikon bu bünye içinde; iktidarı daha güçlü kılmak, üretimi artırmak, ekonomiyi geliştirmek, eğitimi yaygınlaştırmak, kamusal ahlak düzeyini yükseltmek gibi genelleşmiş bir işlev olma eğilimindedir (Foucault, 2006).

4.3. Elektronik Gözetim ve Panoptikon

Bilişim teknolojilerindeki gelişme, enformasyon artışı ve elektronik gözetim olanaklarının genişlemesi beraberinde farklı tartışmaları da getirmektedir. Foucault'nun panoptikon analizleri de bu bağlamda farklı bakış açılarıyla yeniden ele alınmaktadır. Foucault'yu takip eden çalışmaların yanı sıra eleştiriler de yapılmakta ve panoptikonun elektronik gözetim araçları için uygun bir tanımlama olup olmayacağı tartışılmaktadır.

Foucault'ya yönelik eleştiriler esas olarak panoptik gözetim modelinin “hareketsizlik” ilkesine dayandığı varsayımı üzerinden geliştirilmektedir. Fou-

Foucault'yu, yeni medya teknolojilerinin gözetimdeki rolünü yeterince önemsemediği noktasında eleştiren Mathiesen, izlemenin aşağıdan yukarıya geçiş yapan eğilimine dikkat çeker. Panoptikona paralel olarak, başta televizyon olmak üzere kitlesel medya tarafından önyak olunan “sinoptikon” adını verdiği başka bir güç mekanizmasının yükselişine işaret eder. Panoptikon, doğası gereği yerel bir oluşumdur. Uyruklarının hareketsizliğini esas alarak kural dışı hareketleri engellemek ve kaçışı önlemek için vardır. Oysa sinoptikon doğası gereği evrenseldir. Seyretme eylemiyle seyredenlerin yerellekle bağları kopar. Sinoptikonun hedefine ulaşması için seyredenlerin bağlanacakları bir şebeke veya uydu yayını yeterlidir. Kaldı ki sinoptikon onları bu izleme ortamlarına çekecek pek çok ayartıcı mekanizmayı da içerir. Ve onların, panoptikonun tersine, bir yere bağlı olup olmamasının veya hareketli olup olmamasının da bir önemi yoktur (Mathiesen, 1997: 215-234).

Bu görüşe paralel olarak Giddens de, panoptik disiplinin “doğrudan” gözetime dayandığını buna karşın günümüzde gözetimin, enformasyon kontrolü üzerinden ve “dolaylı” bir biçimde yapıldığı görüşündedir (Giddens, 1998: 61). Foucault'nun panoptik gözetim modeline temkinli yaklaşan Lyon da, Foucault'nun iktidar sosyolojisi içinde sıklıkla sorgulanan ve analize tabi tutulan bu varsayımının günümüz elektronik gözetim bağlamında yeniden sorulmasının şart olduğunu vurgular. Foucault'nun özellikle 1960'lardan beri idari iktidarın bilgisayarlar tarafından genişletilip güçlendirilmesinin yolları için panoptik disiplinin geçerliliği hakkında hiç yorum yapmadığına dikkat çeken Lyon yine de elektronik gözetimin hangi yollarda ve hangi bağlamlarda panoptik özellikler sergileyebileceği sorusunu sorar (Lyon, 1997: 98, 113). Lyon, panoptik imgenin, elektronik gözetim yöntemlerinin incelenmesinde uygulanabileceğini ancak bu imgenin kullanımının bazı potansiyel tehlikeleri de beraberinde getireceğini ileri sürer. Panoptik gözetimin, idarede, polislikte, işyerinde ve tüketici piyasasında geniş bir alanda potansiyel geçerliliği bulunduğu işaret eden Lyon'a göre, panoptikon, incelikli, bilgisayar temelli gözetim çağı için bir vaat içerir gibi görünmektedir. Ancak bilgisayarların benimsenmesi gözetim alanları arasındaki ayrımları bulanıklaştırır ve panoptikon, gözetimin hiçbir düz “bütünlüklü” açıklamasını sunmaz. Lyon, panoptikonun gelişmiş toplumları üstün hâkimiyeti altına alan tüketiciliğin gölgesinde kalabileceğini ve sadece daha sert panoptik rejimlerde önemsiz bir rol edinebileceği görüşündedir. Ona göre, Orwell'ın “Big Brother”ı ile Foucault'nun panoptikonu günümüz gözetim olgusuna yaklaşımlarda uygulanabilir ancak yeterli argümanları sunamaz. Buna karşın yeni enformasyon teknolojilerinin gözetim anlamında yaptığı en büyük değişiklik, gözetimin daha derine sızması olmuştur. Elektronik araçlarla yapılan gözetim, veri tabanlı

bir idare tarzına dönüşme eğilimindedir. Günlük yaşam artık o kadar çok sayıda denetleme, izleme, kaydetme ve analiz edilme üzerinedir ki, artık nerede bulunduğu ve ne yapıldığıyla ilgili izlerin takibinin yapılması normal sayılmaktadır (Lyon, 1997: 61, 113). Sosyal entegrasyon mekanizması olarak panoptikonun günümüz toplumlarındaki öneminin azaldığını savunan Bauman da benzer analizler yapar. Bauman, nüfusun disipline edici gözetiminin veya basit baskının nesnesi olmak yerine; giderek tüketiciler olarak kurgulandığını ve ayartılarak pazar ekonomisinin içine çekildiklerini belirtir (Bauman, 1992: 51). Gözetimin, tüketim biçimlerini izleyip düzene koymak için kullanıldığını belirten Bauman, Foucault'nun panoptikonu ile çağdaş veritabanları arasındaki benzerliklerin yüzeysel olduğu görüşündedir:

Panopticon'un ana amacı disiplini sağlamak ve yurttaşlarının davranışlarını tek bir kalıba sokmaktır; Panopticon her şeyden önce farklılık, tercih ve çeşitlilik karşısında silahtır. Veritabanı ve onun potansiyel kullanım alanlarının önünde ise böyle bir hedef yoktur. (...) Panopticon, vatandaşlarını üreticiler ve/veya askerler olarak pençesine alır, onlardan rutin ve tekdüze davranış sergilemesini bekler ve ister; veritabanı ise güvenilir ve ehil müşterilerini kayda geçirir, hayatlarında kayda değer bir şey olmayan, tüketim oyununu oynamaktan aciz güvenilmez insanları eler. Panopticon'un asli işlevi, hiç kimsenin sıkı korunan mekânın dışına kaçama masını sağlamaktır; veritabanının asli işlevi ise hiçbir kimsenin uygun va sıfları taşımaksızın ve yanlış izlenimler uyandırarak o alana girememesini temin etmektir (Bauman, 1999: 60-61).

Panoptik gözetim modeline getirilen eleştiriler bu modelin “hareketsizlik” ilkesine dayandığı noktasında yoğunlaşmaktadır. Ancak Foucault “panoptisizm” tartışmasında; bilgi ve iktidar arasındaki ilişkiye ve iktidarın kontrol dışına çıkanları belirleme ve ayırma, kültürle pekiştirilen normları yaratma eğilimine dikkat çeker. Panoptik gözetimin toplum üzerindeki iktidarının keskin ve türdeş bir temelde sürdüğünü savunan Foucault'ya göre “hapishane” evini terk ettiği anda hatta daha önce başlar. Modern bireylerin içselleşmiş ahlâki gözetim yoluyla devamlı surette iktidarın gözetimi altında olduklarını belirten (Foucault, 2006: 255-287) Foucault, bir yönetim pratiği olarak bilgisayarın iktidarın genişlemesine etkileri üzerine yorum yapmamışsa da, çağdaş gözetim uygulamalarının yaratacağı totaliter tehditlere işaret etmiştir. Dolayısıyla yukarıda panoptikon ve veritabanı arasında kurulan tezatlık tartışmalı noktalar içermektedir. Panoptikon, okul, işyeri, hastane veya hapishane gibi disipline edici kurumlarla “anormal” hayatları ayıklayıp ıslah ederken; esa-

sında hedefine “normal” hayatı koyar. Panoptik ayrıştırma “içsel gözetim” (self-surveillance) yolu ile “normal” hayatı kontrol altında tutar. Gözetimin içselleştirilmesi içeri/dışarı ayrımını silikleştirirken, disipline edici iktidarın tesir alanından kaçabilme ihtimalini de güçsüzleştirir. “Normal” hayatı düzene sokan iktidar pratikleri kurumların tesir alanını mekanın dışına taşıırken “normal” olanın sınırlarını da belirler. Bu nedenle gözetimin güncel uygulamalarının panoptik ayrıştırma prensiplerinin uzantısı ve yoğunlaştırılması olarak görülebilir. Bununla birlikte, Orwell’in anti-ütopyasında gözetiminin algılanamazlığı ve gözetim altındakilerin, rahatlayabilecekleri herhangi bir an olup olmadığından emin olmama durumuyla da paralellik kurulabilir.

Bu bakımdan Gandy’nin özellikle panoptik ayrıştırma üzerine yaptığı değerlendirmeler yukarıdaki tartışmaya katkı sunar niteliktedir. Ona göre, panoptik ayırma, kişisel enformasyonun toplanması ve değerlendirilmesi için kullanılmaktadır. Bireyin kişisel statüsü ve davranışları hakkındaki tüm enformasyon, kişinin ekonomik değeri konusunda istihbarat sağladığı için panoptiktir. İnsanları, bu tahminleri baz alarak kategorilere ayırdığı için de ayrımcı bir teknolojidir. Panoptik ayırma, karmaşık bir teknoloji olarak, hem kişisel enformasyonun toplanması, saklanması, işlenmesi ve paylaşılmasını sağlayan bilgisayar ve telekomünikasyon sistemlerini hem de birey ve grupları, kârın ve riskin maksimum hale getirilmesini gerektiren modeller, tahminler ve stratejik oryantasyonları baz alarak birbirinden ayıran, gruplandırır ve hedefleyen analitik yaklaşımlar içerir. Panoptik ayırma alıcı ile satıcı arasındaki kişisel ilişkiyi, sibernetik istihbarat tarafından kontrol edilen gayri şahsi bir işleme dönüştüren evrimsel veya diyalektik bir sürecin sonucudur. Bu panoptik ayrıştırma sisteminde kişisel enformasyonlar teşhis edilir, sınıflanır ve sınıflanan enformasyona değer biçilir. Sınıflandırma sistemi Foucault’nun panoptikon modeli içinde önemli bir süreçtir. Çünkü sınıflandırma gücün uygulanmasına dahil olan bir süreçtir. Gandy, sınıflandırmanın ve ayırmanın etkinliği ve verimliliği artıracığını düşünmektedir. Böylece disipline maruz kalanların gelecekteki davranışları konusundaki belirsizlik azaltılmış olur. Sınıflandırma, artık sadece disipline maruz kalanlar için değil, ticari firmaların kendi pazar paylarını ve kar oranlarını artırmaya veya sürdürmeye çalıştığı piyasada da önemlidir. Bu süreç sayesinde firmalar tüketicinin potansiyel değeri hakkında bir fikre sahip olabilirler. Panoptik ayırma, ona göre panoptik sistemin ayrılmaz bir parçası olarak görülmektedir (Gandy, 1996: 133-136).

Elektronik veritabanları üzerine yaptığı çalışmada Mark Poster ise şu görüşleri ifade eder: “Bedenlerimizin şebekelere, veritabanlarına, enformasyon koridorlarına tespih tanesi gibi dizildiği” ve böylelikle bedenlerimizin adeta “enformatik olarak ipe geçirildiği” tüm bu enformasyon depolayan siteler

“artık gözlenmekten kaçabileceğimiz ya da etrafında bir direniş hattı çekebileceğimiz bir sığınak sağlamamaktadır.” Her bir kredi kartı kullanımı ve hemen her bir satın alma eylemiyle çoğalan muazzam miktardaki veri, Poster’a göre bir “süper-panoptikon” sonucunu doğurur; ancak bu bir farkla değişik bir panoptikon’dur: Depoya veri sağlayan “gözetim altındaki” kişi gözetimde birincil ve gönüllü bir unsur haline gelmiştir (Poster, 1996: 284-291). Paulo Vaz ve Fernanda Bruno’ya göre de panoptikonun önemli unsurlarından birisi içsel gözetimdir. Sisteme, beklenen uygunluk doğrultusunda boyun eğildiğini belirten Vaz ve Bruno’ya göre, içsel gözetimin oluş noktası ise gücün bizden beklediği doğrultuda davranma eğilimiyle başlar. Ancak bu, izlenme olasılığının farkında olunmasından kaynaklanır. Ve gözleniyor olduğumuzu düşündüğümüz süre boyunca bir maske taşırız ancak eğer gücün gözünden kaçma şansı verilirse farklı bir şekilde davranırız. Onlara göre, içsel gözetim aslında aidiyet kurulmadan içselleştirilmiş olanın gözetimidir (Vaz; Bruno, 275-276).

5. İZLEMEDE YENİ YOLLAR

İkinci Dünya Savaşı yıllarında askeri amaçlarla kullanılan ilk bilgisayar örnekleri dijital teknolojilerinde yaşanan büyük değişimin temellerini attı. Günümüz dijital teknolojilerinde yaşanan gelişmeler elbette ilk bilgisayar örneklerinin oldukça ötesine işaret etmektedir. Ancak, iletişim ağları aracılığıyla enformasyonun küresel boyutta entegrasyonuna öncülük eden bu teknolojiler günümüz toplumunun “enformasyon çağı” şeklinde tanımlanmasına da yol açmıştır. Küresel ağlar ve uluslararası bilgi akış mekanizmalarıyla mekân algısını yeniden şekillendiren iletişim teknolojileri devlet alanında gözetimin yoğunlaşmasına muazzam katkı sunmaktadır. Veri depolayan ve anlık izleme olanağı sağlayan bilişim teknolojileri, izlemede bireyi belli bir mekan dahilinde sabitleyen kısıtlamayı ortadan kaldırarak, uyrukların oldukça geniş bir uzamda izlenebilmesini de mümkün hale getirmektedir. İzlemenin bireysel boyutlarda gerçekleşmesini mümkün kılan yeni teknolojiler hem devlete hem de özel şirketlere insanların her hareketini izleme olanağı sunmaktadır. Bu son cümle elbette devlet ile özel şirketlerin izleme yöntemlerine ilişkin kesin bir ayırım yaptığımız anlamına gelmemeli. Marx’ın işaret ettiği gibi, entegre edilebilen enformasyon paylaşım ağları; devlet organları, bankalar, sigorta şirketleri, sağlık, eğitim, iş yeri, satış ve pazarlama organizasyonları gibi geleneksel kurum ve örgütlerin sınırlarını giderek bulanıklaştırmakta (Marx, 2001) ve böylece izleme olanaklarına bütünlük bir boyut kazandırmaktadır. Şimdi uyruklarının kurallara itaat edip etmediklerinin izini süren devletin yeni teknolojilerle yeteneklerini olağanüstü çeşitlendirip yükseltmesine ve dolayısıyla birey üzerindeki gözetimin keskin yanına dikkat çekeceğiz.

5.1. Yeni Teknoloji ve Güvenlik

Gözetimdeki güvenlik amacı elbette sadece günümüze ait bir olgu değildir. Ancak günümüzde iletişim ve gözetim teknolojilerindeki devasa dönüşüm, önceki biçimleriyle kıyaslanamayacak ölçüde, güvenlik söyleminin erişim alanını genişletmiş ve gözetim pratiklerinin oldukça geniş bir yelpazede çeşitlenmesine yol açmıştır. Zira, daha önce Giddens'tan aktardığımız gibi, giderek artan elektronik bilgi depolama, düzenleme ve yayma usullerinin istilasındaki günümüz dünyası aynı zamanda yüksek bir devlet gücü yoğunlaşmasını da gerektirmiştir. Ve devletler bu güç yoğunlaşmasını çoğu zaman uyruklarını ve sınırlarını korumak için gerekli olan caydırıcı ve önleyici tedbirler olarak sunmaktadırlar.

İletişim teknolojilerinde sağlanan ilerlemeler sonucu geliştirilen ilk bilgisayar teknolojisi İkinci Dünya Savaşı yıllarında, çeşitli balistik hesaplamalar ve atomik patlama analizlerinde kullanılmıştır (Mattelart ve Mattelart, 1998: 46). Ancak bilgisayar teknolojisine dayalı gözetim ve kontrol teknolojilerinin gelişimindeki esas sıçrama İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra başlayan “soğuk savaş” döneminde gerçekleşmiştir. “İki kutuplu” olarak tanımlanan soğuk savaş dönemi dünyasının bir kutbunda, İkinci Dünya Savaşı sonrası giderek emperyal bir güç haline gelen kapitalist piyasa ekonomisini temsil eden ABD, diğer kutbunda ise “sosyalist” ideolojik formasyonu ile Sovyetler Birliği bulunmaktaydı. Ve bu iki kutuplu dünya gerçeği, Sovyetler Birliği'nin dağıldığı 1991 yılına kadar sürdü. Bu dönemde ABD'nin ve Sovyetler Birliği'nin karşılıklı strateji denemeleri ışığında hayatlarımıza birçok istihbarat ve gözetim uygulaması girdi. “Güvenlik” tüm bu pratiklerin gerekçesi olarak sunulurken, özellikle ABD'nin dünya çapında üstlendiği askeri rol, gelişkin enformasyon teknolojisi sistemlerini giderek daha fazla ihtiyaç haline getirmiştir. ABD gözetim teknolojilerinin geliştirilmesinde öncü bir devlet olmuştur.

Tarihsel olarak kimi örneklere bakıldığında örneğin, Poul Lazarsfeld'in Columbia Üniversitesi'ndeki Uygulamalı Sosyal Araştırmalar Bürosu (BASR), Hadley Cantril'in Princeton'daki Uluslararası Sosyal Araştırmalar Enstitüsü (IISR) ve Ithiel de Sola Pool'un Massachusetts Teknoloji Enstitüsü (MIT) Uluslararası Araştırmalar Merkezi (CENIS) gibi sivil iletişim araştırma merkezlerinde, istihbarat, propaganda ve ordu kuruluşlarının destekleriyle araştırma ve geliştirme projeleri yürütülmüştür (Simpson, 2000: 20-22). Ayrıca, dünyada kullanılacak psikolojik savaş taktiklerini geliştirmek amacıyla ordunun güvenilir bulduğu seçkin sosyal bilimcileri bir araya toplayan Donnanma Araştırmaları Merkezi tarafından finanse edilen “Truva Projesi” de bu bakımdan en önemli örneklerdendir. Truva Projesi'nin nihai raporunun öns-

özünde, projenin, Sovyetler Birliği'nin Amerika'nın Sesi'nin yayınlarını engelleme çabalarını bertaraf etmenin nasıl ötesine geçtiği ve "Demir Perde"yi delegecek başka yolların arayışına girdiği" anlatılıyor, Amerika'nın Sesi'nin etkinliğinin, "kaçınılmaz olarak, hedefe, iletilecek mesajın içeriğine ve de sonuçta yaratılmak istenen etkiye bağlı olduğu" ifade ediliyordu (Needell, 2000: 41). Diğer taraftan, 1952 yılında Amerika'da dünyanın en gelişmiş istihbarat örgütü olan "Ulusal Güvenlik Konseyi" (National Security Agency - NSA) yabancı diplomatları, askeri üstleri dinlemek amacıyla kurulmuştur. Analog telefonlarda düşük maliyetli gereçlerle kolaylıkla yapılabilen bu gözetim biçimi, günümüzde oldukça yaygınlaşan ve birçok ekstra özellikle donatılmış dijital cep telefonları üzerinden gerçekleşmektedir. Servis istasyonları sayesinde konuşmaların içeriğinin yanı sıra bulunulan yer de tespit edilebilmektedir. Bu gözetim uygulamasını mümkün hale getiren ise, yine soğuk savaş döneminde yaşanan uzay yarışı sonucu ortaya çıkan uydu teknolojisi olmuştur. Dijital haberleşme ve veri transferi için kullanılmalarının yanı sıra, uydular sayesinde ABD'nin "Yeryüzü Konum Belirleme Sistemi" olan GPS uygulaması da geliştirilmiştir. Yeni teknoloji sayesinde günümüzde NSA yeryüzünde telefon, faks, bilgisayar, internet dahil her türlü yazışmayı ve konuşmayı izleyebilmektedir. Bunun için "Promis" ve "Echelon" adında sistemlerini kullanmakta ve bu sistemlerin dünyada birçok ülkede uydu trafiğini izleyen antenleri bulunmaktadır. Bu programlarda uydu-bilgisayar korelasyonu sayesinde görüntü istihbaratı da bulunmakta ve bu sayede gerek görsel gerekse işitsel izleme kolaylıkla gerçekleşmektedir. Bu sistemler her gün uydulara 50'den fazla anahtar kelime yüklemekte, içinde bu kelimelerin geçtiği her türlü konuşma otomatik olarak izlemeye alınmaktadır. Sonra yapay zekaya sahip bilgisayar sistemleri devreye girmekte ve bu konuşmaları ayıklamaktadır. Önemsiz görülenler imha edilmekte, en önemliler ise analizciler tarafından raporlaştırılıp ilgililere sunulmaktadır. NSA'da her gün 40 ton evrak atıldığı bildirilmektedir (Dolgun, 2006).

Günümüz iletişim ortamları açısından oldukça ayrıcalıklı bir konumda bulunan internet de, esasen soğuk savaş döneminde ordu içinde alternatif bir haberleşme sistemi olarak düşünülmüştür. İnternet herhangi bir nükleer saldırı halinde iletişim kanallarının tamamen yok olmasını engellemek için tasarlanan ve ilk kez ARPANET olarak anılan bir iletişim sistemi olarak ortaya çıkmıştır. ABD Savunma Bakanlığı'na bağlı ARPA (Advanced Research Projects Agency/Gelişmiş Araştırma Projeleri Ajansı) olarak bilinen birim bünyesinde geliştirilen bu askeri haberleşme ağında ilk bağlantı 29 Ekim 1969'da gerçekleştirilmiştir. 1980'lerde sivil ağ şebekeleri fazla bilinmemesine karşın üniversiteler ve araştırma birimleri bünyesinde artmaya devam etmiş ve

1990'larda "World Wide Web" in (WWW) ortaya çıkışıyla internet yaygınlaşarak gündelik hayatın bir parçası haline gelmiştir.⁴ 1970'lerin sonundan itibaren ordunun dönüştürülmesinde önemli rol oynayan bu teknolojiler güvenlik alanında önemli etkiler yaratmış, devletlerin uyruklarının gündelik pratiklerini izleme faaliyetlerine entegre edilmiştir.

Öte taraftan günümüzde neoliberal politikaların hayata geçirilmesi, eşitsizliği derinleştirerek yoksulluk, kayıt dışılık, yolsuzluk gibi toplumsal sorunların daha da artmasına neden olmuştur. Derinleşen toplumsal eşitsizliklerin kapitalizm üzerindeki olası yıkıcı sonuçlarının önlenmesi açısından bu dönemde devletler güvenlik aygıtlarını ideolojik ve stratejik olarak yeniden yapılandırma yoluna gitmiştir (Bedirhanoglu, 2010: 49-50). Neoliberal dönemde yoksulluğun kriminalizasyonu başat stratejilerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Bu dönemde küresel bir eğilim olarak "yoksullukla savaş", "suç ile savaş", "terörle savaş" gibi söylemler yaygınlaşmıştır. Böyle olmakla birlikte ABD'deki Dünya Ticaret Merkezi'nin ikiz kulelerine yönelik 11 Eylül saldırılarının ardından "terörle savaş" söylemi daha da yükseldi. Bu söylem dünya genelinde güvenlik uygulamalarının zemininin güçlenmesine neden oldu ve böylece gözetim teknolojilerinin günümüz toplumunda olağanüstü genişlemesinin önü açıldı. İki kutuplu dünya düzeninin sona ermesinin üzerinden 10 yılı aşkın bir sürenin geçmesinin ardından gerçekleşen 11 Eylül saldırıları aslında yeni dönem güvenlik algısının uluslararası esaslarının belirlenmesinin miladı olarak görülmektedir. Bundan böyle devletlerarası güç mücadelesine, ulus-devletler ile "terör" örgütleri veya mensupları arasındaki mücadeleler eklenecektir (Güvenç, 2001: 8-15). Keza saldırıya maruz kalan yapıların sadece ABD'nin değil, küreselleşmenin de simgeleri olmaları nedeniyle hedef seçtikleri yönündeki yaklaşım bu döneme damgasını vurmuştur. Bu bakımdan "terörle savaş" söylemi küresel ölçekte dolaşıma giren ve bu yönde devletlerin tedbirler aldığı bir fenomene dönüşmüştür.

"Terörle savaş" söyleminin yarattığı meşruiyet olanakları, ABD'nin gözetim uygulamalarını genişletme noktasında çok hızlı refleks göstermesine yol açmıştır. Örneğin, 11 Eylül saldırılarının ardından 26 Ekim 2001 tarihli ABD Yurtsever Yasası (USA Patriot Act) yurtiçi telekomünikasyonun ağlarının yetki almadan NSA tarafından izlenmesini mümkün kılmaktadır. Güvenlik adına uyrukların gündelik faaliyeti kontrol altında tutulmakta, hareketleri izlenebilmektedir. Özellikle 11 Eylül saldırılarının ardından rutin gözetim faaliyetleri, istisnai önlemleri normalleştiren ve hukuk kurallarını askıya alan "terörle savaş" bağlamından cereyan etmektedir (Agamben, 2006). Kalkınmış ülke-

⁴ Barry M. Leiner, Vinton G. Cerf vd.: "Brief History of the Internet", ISOC.org. (çevirimiçi) <http://www.isoc.org/internet/history/brief.shtml> Erişim: 08 Aralık 2011.

lerde “güvenlik” ve “ulusal güvenlik” endişeleri bu bakımdan belli etnik ve dini gruplara (ABD’de “Arap öğrenciler”, Kanada’da Meksikalı göçmen işçiler ya da pek çok Avrupa ülkesindeki göçmenler vb.) yönlendirilmektedir (Lyon, 2007b).

Gelinen noktada gözetim ve kontrol teknolojileri günümüzde oldukça geniş bir alanda uygulanmaktadır. Yeni teknolojiye dayalı gözetim pratikleri suça ve/veya potansiyel suç fiiline karşı mücadele adı altında günümüz polislik uygulamaları olarak görülmektedir. Bu bağlamda özellikle e-devlet uygulamaları devlet gözetimine ilişkin karakteristik bir özellik olarak ortaya çıkmaktadır. Elektronik kimlik kartları, mikroçipli pasaportlar, sosyal güvenlik numaraları, vatandaşlık işlemlerinin online gerçekleştirilmesi gibi yeni teknolojiye dayalı pratikler bireylerin gündelik hareketlerinin izlenmesini kolaylaştırmaktadır. Ancak yeni teknolojiye dayalı gözetim e-devlet gibi kurumsal düzenlemelerin çok ötesini işaret etmektedir. Ulusal ve uluslararası güvenlik düzenlemeleri, çeşitli sosyal sınıflandırma temaları ile gözetimin boyutlarını genişletmiştir. Kişisel yaşama ait bilgilerin takip edilmesini ve bu verilerin veri tabanlarında depolanmasını ve işlenmeye uygun hale getirilmesini sağlayan yeni teknolojiyi Dan Schiller, aynı zamanda devlet birimleri ve iş dünyası arasında daha sıkı ilişkilerin de başlangıcı olarak görür. Ona göre şirketler, tüketiciler ve çalışanlara karşı yeni enformasyon izleme ve düzenleme şekillerini de yönetmektedirler (Schiller, 2006: 36). Schiller, yeni teknolojinin kullanılmasıyla verileri saklama ve gerektiğinde yeniden inceleme imkanına sahip olan şirketlerin böylece polislik işlevi de gördüğü görüşündedir. Schiller, veri toplama, erişim denetimi, sistem bütünlüğü, şifreleme, denetim ve izleme gibi uygulamaların zararsız hatta iyi olarak sunulmasına karşın bu teknolojilerin aslında merkezi mülki denetimi büyük ölçüde genişlettiğini yazar. Özellikle son yıllarda “terör savaşı” retoriğinin bu eğilime esaslı bir kılıf sağladığını belirten Schiller, 11 Eylül saldırılarından kısa bir süre sonra ABD’li senatör Sam Brownback’ın “terörizm savaşı, geniş anlamda, enformasyon savaşıdır” iddiasını hatırlatarak şu veriyi aktarmaktadır: ABD’de, federal, eyalet ve yerel polis güçleri müşteri verileri için Time AOL şirketinden yılda yaklaşık olarak 12 bin istek yapmakta; AOL çalışanları günde 24 saat çalışarak bu tip isteklere ve bu amaca hizmet eden çağrı merkezine bilgi sağlamaktadır. Ayrıca devletin uyruklarını izleyebilmesi için gerekli program ve donanımlar; EMC, Cisco, Microsoft ve IBM gibi birçok büyük ileri teknoloji şirketlerinden oluşan bir “sıcak pazar” haline gelen yeni bir güvenlik endüstrisinden (Schiller, 2006: 36-38) tedarik edilmektedir. Bilgisayar ağları, elektronik kimlik kartları, profil ve veri bankaları, kapalı devre gözetim kameraları, elektronik konum izleme teknikleri, DNA analizi, uyuşturucu testleri, yalan tespiti için beyin taraması,

termal kameralar gibi mikro-elektronığe dayanan yeni bilişim teknolojiler, veri saklama kapasitesinin ve işlem potansiyelinin genişlemesini mümkün kılar ve istenildiğinde saklanan verilerin geri çağırılmasını kolaylaştırmaktadır. Bu bakımdan bilişim teknolojisi gözetim pratiklerinde oldukça önemli bir yer tutar. Amerikan Yönetim Derneği tarafından yapılan şirket uygulamalarına ilişkin anket, örneklenen şirketlerin dörtte üçünün internet kullandığı, yüzde 55'inin e-mail depolayıp tekrar gözden geçirdiği, yüzde 51'inin video ile izlemeyi kullandığı ve yüzde 22'sinin telefon görüşmesi kaydettiği bilgisini vermiştir. Veri toplama, erişim denetimi, şifreleme, denetim ve izleme gibi pratiklerin ortak kullanıcılar tarafından zararsız hatta iyi olarak sunulduğunu ancak bu teknolojilerin aslında merkezi mülki denetimi büyük ölçüde genişlettiğini yazmaktadır (Schiller, 2006: 36-38).

Tek tek yurttaşların bir araya getirilen profillerinin giderek artan ölçüde kullanılabilir hale gelmesi, bilişim teknolojisini gözetim amacıyla kullanan kurumların, gündelik hayatlara ilişkin ayrıntılı tablolara erişmelerini mümkün hale getirmektedir. İnsanların mali durumları, sağlık kayıtları, tüketici öncelikleri, telefon ya da internet üzerinden yapılan mali işlemler, sosyal yardım almaya uygunluk, ikamet, milliyet ve etnik geçmiş, eğitim deneyimi ve suç oluşturan faaliyetler gibi konulara ilişkin veriler yeni teknolojilerle çok daha kolayca elde edilebilmektedir (Lyon, 1997: 119-120). Bu veriler ışığında kişi veya gruplar hakkında çeşitli profiller oluşturulması sağlanırken aynı zamanda veritabanları ayıklama, ayırma ve dışlama aracına dönüşmektedir (Bauman, 1999: 61). Rule ve diğerleri, yirminci yüzyıl boyunca bürokratik gözetimin büyümesinin, “sıradan insanlar ve büyük merkezi örgütler arasındaki ilişkilerin yeni bir kategorisi”ni üretmiş olduğunu savunurlar. Onlara göre, veri-özneleri hakkındaki kararlar, bu öznelerle ilgili elde edilen bilgiyle yakından bağlantılıdır. Bilgisayarlaşmayla birlikte bu trendin daha da yoğunlaştığını belirtirler (Rule vd., 1983: 230). Böylece, Kenneth Laudon'un “veri-imgesi” dediği şey inşa edilir ve bundan sonuçlar ve yargılar çıkarılır (Laudon, 1986). Örneğin, “bu kişi kredi verilebilir biridir”, “bu kadın suça eğilimlidir”, “bu adamın sigorta riski fazladır” veya “bu kişi kötü bir kiracıydı” gibi parametrelerle veri-özneler hakkında kararlar oluşturulur. Dolayısıyla gözetim kapasitesinin yeni teknolojilerin kullanımıyla arttığını ve kişisel veri elde etmeye uygulandığında büyük sonuçları olduğunu söylemek mümkün. Bu noktada Vincent Mosco'nun uyarısı oldukça önemlidir. Mosco, gözetimin, ticari alanda hem daha yaygınlaştığını hem de daha derine nüfuz ettiğini ve bunun sonuçlarının, “mahremiyete tehdit” terimlerinin kapsayabildiğinin çok ötesine geçtiğini belirterek, bu tip ticari gözetimin, sosyal denetimle ayrılmaz biçimde bağlı olduğunu söyler (Mosco, 1989: 37-38). Bir taraftan şirketlerin pazarlama stratejilerinin bir par-

çası olarak işlev gören yeni gözetim teknolojileri diğer taraftan zaten varolan ve modern toplumları karakterize eden uyruklarının gündelik hayatını izleme tekniklerinde de esaslı bir genişleme yaratmaktadır.

Öte taraftan, yeni teknoloji ve ABD’de gerçekleşen 11 Eylül saldırılarının ardından yükselen güvenlik paradigması kameralı izleme sistemlerinin de tüm dünyada yaygın bir şekilde kullanımına yol açtı. Başlangıçta resmi binalarda, havaalanlarında, metro istasyonlarında, alışveriş merkezlerinde kullanılan gözetim kameraları daha sonra kentlerin merkezi ve işlek alanlarından başlamak suretiyle sokaklarda uyrukların izlenmesinde bir araç olarak kullanılmaya başlandı. Bir kısmı biyometrik ve yüz tanıma özelliğine de sahip olan gözetim kameraları, pek çok ülkede sokakları görüntülemekte ve bu görüntüleri kayıt altına almaktadır. Böylece pek çok kentsel alanda sürekli ve yoğun izleme ile gözetim kameraları günlük yaşamımızın bir parçası olmaya başladı.

Gözetim ve kontrol etme mekanizmalarının giderek bütünleşik bir hal alması polislik ve devlet güvenliği konularında; düzenin sağlanması ve sapkınlığın kontrol altına alınması şeklinde tecelli etmektedir. Böyle olmakla birlikte Lyon, özgül siyasi ve ekonomik koşulların yeteneklerinin yükselmesiyle izleme sistemlerinin çeşitlenmesi arasındaki paralellığe işaret eder. Fiziksel zor tehdidi giderek yerini idari denetime, yeni yasal mevzuatlarına ve polislik sistemlerine bırakmaktadır. Günümüzde bunları daha verimli kılmak için, bilişim teknolojisinin yaygın kullanımını da kapsayan sürekli bir yeni teknikler arayışı vardır. Yeni teknolojiler suçu hem ulusal hem de uluslararası olarak çok daha geniş bir coğrafi alanda kontrol altında tutulması mümkün kılmaktadır. İşitsel gözetim (telefon dinleme aletleri, gizli mikrofonlar vb.), görsel gözetim (sokaklar, resmi kurumlar, havaalanları, alışveriş merkezleri gibi halka açık yerlerde uygulanan kameralar, karanlıkta görmeyi sağlayan aygıtlar, uydu temelli gözlem), veri gözetimi (dağıtılmış bilgi işlem, bilgisayar ağları, vb.), algılayıcı teknolojik gözetim (manyetik, sismik, kızılötesi, mekanik gerilim, elektromanyetik kimlik ve pasaportlar, taşıtların yerini saptama sistemleri vb.) gibi sistemler izlemede coğrafi sınırları kaldıran yöntemlerdir (Lyon, 1997: 141-148).

Gary Marx, teknolojinin geldiği bu noktaya binaen günümüz toplumu için “gözetim toplumu” terimini kullanır. Marx bu tanımı, “bilgisayar teknolojisiyle üstün toplumsal kontrolün sağlanmasında son engelinin de yok olduğu” fikrinden hareketle yapmaktadır. Zira günümüz gözetim teknolojileri kişilerin ya da belli grupların derinlemesine araştırılmasını mümkün kılarak, bürokratik idarenin rasyonel metotlarını da bünyesine katmıştır (Marx, 1985: 26-34). Lyon da, günümüzdeki tüm bu teknolojik dönüşümlerin, Orwell’in 1984 romanında tasvir edilen polis devleti ve düşünce polisi gibi oluşumları gerçek kılabilme potansiyeline dikkat çekmektedir:

“Bilimsel gelişmelerin sonucu olarak teknolojinin insan hayatını her yönden kuşatmasıyla, insan teknolojinin boyunduruğu altına girmiştir. İktidar kendini teknolojiyi kullanarak ölümsüzleştirmekte ve genişletmektedir. Modernleşen şehirler, bilgisayarlar, uydu sistemleri ile ‘gözetim’ artık her yerdedir. 1980’ler boyunca yeni sağ politikalarının gelişmiş toplumlardaki yükselişi yeni gözetim teknolojilerinin gelişimini teşvik eder. 1984’te tasvir edilene benzeyen bir gözetim ortamı toplum bireylerini kameralar aracılığıyla esir almayı hedefler” (Lyon, 1997: 82).

Politik sistemin gözetim ve kontrol mekanizmalarını birleştirme yönündeki eğilimi, gözetimin süreklileşmesi, normalleştirilmesi ve giderek merkezileşmesi şeklinde tecelli etmektedir. İleri teknolojlili gözetim sayesinde uyrukların günlük hareketlerine nüfuz edildiğini ve böylece idari gücün kontrol alanının genişlediğini söyleyen Giddens, yeni gözetim sistemleriyle gayet incelikli bir doğaya sahip olan totaliter eğilimlerin demokratik süreç ile birlikte genişleyebildiğine dikkat çekmektedir (Giddens, 2008). Zira “kamu güvenliği” adı altında yapılan elektronik takip, devletin bireyler üzerindeki gözetiminin keskin yanını temsil eder. Burada, yasa, düzen ve sapkınlığın kontrol altında tutulması esasen polislik ve devlet güvenliği konuları olarak öne çıkmaktadır. Devlet, gözetim sistemlerini, uyruklarının kurallara itaat etmelerinin izini sürmek ve tanımlayıp gruplamak için kullanmaktadır. Bu noktada kentlerin denetim için öncelikli yerler olarak sabitlendiğini vurgulayan Lyon, kentsel alanın, her türden suçluların rahatsızlık verme potansiyeli için elverişli bir alan olarak görüldüğünü ve günümüzde kent suçlarının hala ciddi bir tehdit olarak ele alındığına dikkat çekmektedir (Lyon, 1997: 141-148).

SONUÇ

Gözetim pratiklerinin tarihsel dönüşümünü tartıştığımız bu çalışmada, sistematik gözetim ve kontrol etme pratiklerinin, öncesinden belirgin bir ayrımla, kapitalist toplumlardaki yükselişine tanık olmaktayız. Modern devlet, kapitalist mülkiyet hukukuna ve ulus-devlet paradigmasına uygun olarak “suç”un gözetimsel kontrolünü gözetim teknikleri üzerindeki tekeli ile sağlamaktadır. Bu dönemde kavramsallaştırılan gözetim olgusu gelinen noktada, yeni teknolojiyle birlikte daha da genişlemiş ve yoğunlaşmıştır. Yeni teknoloji gözetimi belli mekansal stratejilerle sınırlı uygulamalar olmaktan çıkarmış, gündelik pratiklerin izlenip kontrol edilmesini mümkün hale getirmiştir. Özellikle yükselen “güvenlik” söylemi eşliğinde insan faaliyetlerinin içinde mey-

dana geldiği ortamlar yönlendirilmekte ve bu faaliyetlerin zaman ve mekan-daki belirlenişi kontrol altında tutulmaktadır. Uyrukları ıslah edici pratikler olarak gözetim teknikleri, bir taraftan “gözetleyeni” görünmez kılarken, diğer taraftan bu görünmezlik, iktidarın uzamdan bağımsız olarak “her yerde mevcut” ve “her an seyreden” bir olgu olarak ortaya çıkmasına yol açmaktadır.

KAYNAKÇA

AGAMBEN, Giorgio (2006), “*İstisna Hali.*” çev. Kemal Atakay, İstanbul: Otonom Yayıncılık

WEBSTER, Frank; BALL, Kirstie (2003), “*Intensification of Surveillance: Crime, Terrorism and Warfare in the Information Age*”, Londra: Pluto Pres

BAUMAN, Zygmunt (1992), “*Intimations of Postmodernity,*” Londra: Routledge

BAUMAN, Zygmunt (1999), “*Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları*”, çev. Abdullah Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı Yayınları

BEDİRHANOĞLU, Pınar (2010), “*Türkiye’de Neoliberal Otoriter Devletin AKP’li Yüzü*”, “*AKP Kitabı: Bir Dönüşümün Bilançosu içinde,*” der. İlhan Uzgel ve Bülent Duru, Ankara: Phoenix Yayınevi

BERMAN, Marshall (1999), “*Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor,*” çev. Ü. Altuğ ve B. Peker, İstanbul: İletişim Yayınları

BOZKURT, Veysel (2000), “*Gözetim ve İnternet: Özel Yaşamın Sonu mu?*”, Birikim, no. 136, Ağustos, s. 69-74

CLARKE, Roger, “*Have We Learnt to Love Big Brother*”, (çevirimiçi) <http://www.rogerclarke.com/DV/DV2005.html> Erişim: 22 Kasım 2010.

COHEN, Stanley (1985), “*Vision of Social Control: Crime, Punishment, and Classification,*” Cambridge: Polity Pres

DOLGUN, Uğur (2005), “*Enformasyon Toplumundan Gözetim Toplumuna,*” Bursa: Ekin Kitapevi

DOLGUN, Uğur (2006), “*Artık hepimiz Her An İzleniyoruz*”, Radikal Gazetesi, 28 Aralık 2006

FOUCAULT, Michel (2006), “*Hapishanenin Doğuşu,*” çev. Mehmet Ali Kılıçbay, İstanbul: İmge Yayınları

GANDY, Oscar (1996), “*Coming to Terms with the Panoptic Sort*”, Surveillance, Computers, Privacy içinde, ed. by David Lyon and Elia Zureik, Londra: Universty of Minesota Press

GIDDENS, Anthony (1998), “*Modernliğin Sonuçları,*” çev. Ersin Kuşdil, İstanbul: Ayrıntı Yayınları

GIDDENS, Anthony (2000), “*Tarihsel Materyalizmin Çağdaş Eleştirisi,*” çev. Ü. Tatlıcan, İstanbul: Paradigma Yayınları

GIDDENS, Anthony (2008), “*Ulus, Devlet ve Şiddet,*” çev. Cumhuriyet Atay, İstanbul: Kalkedon Yayınları

GÜVENÇ, Serhat (2001), “*11 Eylül Sonrasında Dünya: Ulus-devlet, Küreselleşme ve Terörizm*”, Görüş Dergisi, Kasım, s. 8-15.

HAGGERTY, Kevin D.; ERICSON Richard V. (2000), “*The Surveillant Assemblage*”, British Journal of Sociology, vol. 51, no. 4, Aralık, s. 605-622.

KAHN, Richard; KELLNER, Douglas (2003), “*Internet Subcultures and Oppositional Politics*”, (çevirimiçi)

<http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/internetsubculturesoppositionalpolitics.pdf>, Erişim: 20 Aralık 2010.

LAUDON, Kenneth C. (1986), “*Dossier Society: Value Choices in the Design of National Information Systems,*” Columbia University Press

LOON, Hendrik Van (1990), “*İnsanlığın Vatanı,*” çev. Mehmet Harmancı, İstanbul: Güneş Yayınları

LYON, David (1997), “*Elektronik Göz: Gözetim Toplumunun Yükselişi,*” çev. Dilek Hattatoğlu, İstanbul: Sarmal Yayınevi

LYON, David (2006), “*Gözetlenen Toplum,*” çev. Gözde Soykan, İstanbul: Kalkedon Yayınları

LYON, David (2007a), “*Surveillance Studies: An Overview,*” Cambridge: Polity Press

LYON, David (2007b), “*Surveillance, Security and Social Sorting: Emerging Research Priorities*”, International Criminal Justice Review, vol. 17, no. 3, Eylül, s. 161-170

LYON, David; ZUREIK, Elia (1996), “*Surveillance, Privacy and the New Technology*”, Surveillance, Computers, Privacy içinde, ed. by David Lyon and Elia Zureik, Londra: Universty of Minesota Press

MARTIN, Brian (1998), “*Antisurveillance*” “*Information Liberation Challenging the Corruptions of Information Power,*” Londra: Freedom Press

MARX, Gary T. (1985), “*I’ll Be Watching You: Reflections on The New Surveillance*”, Dissent, no. 32, s. 26-34.

MARX, Gary T. (2001), “*Technology and Social Control: The Search for the Illusive Silver Bullet*”, The International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences içinde Elsevier Ltd.

MARX, Gary T. (2002), “*What’s New About the ‘New Surveillance?’ Classifying for Change and Continuity*”, Surveillance and Society, vol.1, no.1, s. 9-19.

MARX, Gary T. (2005), “*Traditional Surveillance*”, Encyclopedia of Social Theory, 2005, (çevirimiçi) <http://web.mit.edu/gtmarx/www/surandsoc.html> Erişim: 23 Kasım 2010.

MARX, Karl (1997), “*Kapital*”-Cilt 1, çev. Alaattin Bilgi, Ankara, Sol Yayınları

MATHIESSEN, Thomas (1997), “*The Viewer Society Michel Foucault’s ‘Panopticon’ Revisited*”, Theoretical Criminology, vol. 1, no. 2, Mayıs, s. 215-234.

MATTLART, Armand; MATTLART, Michele (1998), “*İletişim Kuramları Tarihi*,” çev. Merih Zıllıoğlu, İstanbul: İletişim Yayınları

MOSCO, Vincent (1989), “*The Pay-Per Society: Computers and Communication in the Information Age*”, Garamond Press

NEEDELL, A. Allan (2000), “*Truva Projesi ve Sosyal Bilimlerin Soğuk Savaş Tarafından İlhakı*”, Üniversiteler Amerikan İmparatorluğu içinde, der. Christopher Simpson, çev. Musa Ceylan, İstanbul: Kızılelma Yayıncılık

ONG, J. Walter (1999), “*Sözlü ve Yazılı Kültür*,” çev. Sema Postacıoğlu Banon, İstanbul: Metis Yayınları

ORWELL, George (1999), “*Bin Dokuz Yüz Seksen Dört*,” çev. Nuran Akören, İstanbul: Can Yayınları

ÖZCAN, Mehtap (2010), “*İstanbul'da 100 bin kamerayla izleniyoruz*”, Hürriyet Gazetesi Emlak Yaşam Eki, 26 Mart 2010.

PIRENNE, Henri (1984), “*Hız Muhammed ve Charlemagne*,” çev. Mehmet Ali Kılıçbay, Ankara: Birey ve Toplum Yayınları

PLATON (1973), “*Phaedrus and Letters Seventh and Eighth*,” çev. Walter Hamilton, Harmondsworth: Penguin Books

POSTER, Mark (1996), “*Databases as Discourse, or Electronic Interpellations*”, Detraditionalization içinde, ed. by Poul Heelas, Scott Lash and Poul Morris, Oxford: Blackwell

RULE, James B.; BRANTLEY, Peter (1992), “*Computerized Surveillance in the Workplace: Forms and Distributions*”, Sociological Forum, vol. 7, no. 3, s. 405-423.

RULE, James B.; McADAM, Douglas; STEARNS, Linda ve UGLOW, David (1983), “*Documentary Identification and Mass Surveillance in the United States*”, Social Problems, vol. 31, no. 2, Aralık, s. 222-234.

SCHILLER, Dan (2006), “*İletişim ve Kriz: Enformasyona Dayalı Kapitalizm ve Kontrol Devleti*”, Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi, çev. Aytül Tamer ve Esra Keloğlu İşler, no. 23, Yaz-Güz, s. 27-40.

SENNETT, Richard (1992), “*Otorite,*” çev. Kamil Durand, İstanbul: Ayrıntı Yayınları

SEZER, Baykan (1981), “*Toplum Farklılaşmaları ve Din Olayı,*” İstanbul: İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları

SIMPSON, Christopher (2000), “*Üniversiteler, İmparatorluk ve Bilginin Üretimi*”, Üniversiteler Amerikan İmparatorluğu içinde, der. Christopher Simpson, çev. Musa Ceylan, İstanbul: Kızılelma Yayıncılık

VAZ, Paulu; BRUNO, Fernanda (2003), “*Types of Self-Surveillance: From Abnormality to Individuals ‘at risk’*”, Surveillance and Society, vol.1, no.3, s.272-291.

WALBY, Kevin (2005), “*Open-street Camera Surveillance and Governance in Canada*”, Canadian Journal of Criminology and Criminal Justice, vol. 47, no. 4, Ekim, s. 655-684.

WEBER, Max (2006), “*Sosyoloji Yazıları*”, çev. Taha Parla, İstanbul: İletişim Yayınları

WILLIAMS, Raymond (1985), “*Orwell,*” çev. Nejat Bayramoğlu, İstanbul: Afa Yayıncılık

TELEVİZYON DİZİLERİNDE DİNDARLIĞIN TEMSİLİ: “HUZUR SOKAĞI” DİZİSİ ÜZERİNDEN BİR İNCELEME

Mehmet Ferhat SÖNMEZ *

ÖZET

Son birkaç yıldır ülkemiz televizyonlarında yayınlanan dizilerin sayısı belirgin bir biçimde artış göstermiştir. Bununla birlikte bu dizilerin pek çoğu, izlenme oranları açısından da üst sıralarda yer almaktadır. Bu dizilerde işlenen konular, gündelik sohbetlerin içeriğini oluşturmakta ve izleyiciler aşk, entrika, güç, intikam gibi heyecanlar üzerinden ekrana bağlanmaktadır. Toplumsal yaşamın içerisinden alınan bu konular medya temsillerinin içeriğinin belirlenmesinde ve biçimlendirilmesinde etkin rol oynamaktadır.

Bu çalışma, medyada temsil konusunu ortaya koymayı amaçlamakta ve televizyon dizileri üzerinden dindarlığın temsili konusunu işlemektedir.

Anahtar Kelimeler: Medya ve temsil, televizyon dizileri, dindarlık.

ABSTRACT

Numbers of television serials have been increased last a few years in Turkey. They also have high ratio. (TV channel’s commercial earnings mostly depend on these serials at the same time). Audience’s daily conversations include themes and characters of these serials. Audiences are influenced by these sentimentals like love, contrivance, power and revenge etc. These elements which come from social life, act an active role to determining and designing content of media representations. This study aims to examine (discuss) representation in media and representation of religiousness in tv serials.

Keywords: Media and representation, television serials, religiousness.

* Arş. Gör. Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, E Posta: mfsonmez@firat.edu.tr

GİRİŞ

“Dindar olma durumu”, “dini kurallara bağlı kalma durumu” (TDK) anlamlarına gelen dindarlık, yaşama ve hissetme bakımından bireysel, etkileri bakımından ise sosyal bir olgudur. Öznel bir karaktere sahip olan dindarlık, sosyal yansımaları açısından nesnel ve gözlemlenebilir bir durum arz etmektedir (Onay, 2004: 197. Din ve dindarlık olguları birbirleriyle yakın bir ilişki içerisindedir. Bu nedenle din psikolojisinde dindarlığın tanımından çok dindarlığın yaşamdaki yansımalarına bakılarak bu kavramın anlaşılmasına çalışılmaktadır (Yılmaz, 2002: 62).

Dindarlık, toplumsal kimliğin tanımlanmasında ve aidiyet ihtiyacının giderilmesinde yardımcı/destekleyici bir kimliktir. Bu kimlik kitle iletişim araçlarında da temsil edilebilmektedir. Çünkü kitle iletişim araçları toplumların özellikleri çerçevesinde, toplumsal yapıya ve kültüre ait değerlerin üretildiği, anlamlandırıldığı, temsil edildiği mecralardır ve medya metinleri toplumsal temsiller aracılığıyla üretilmektedir (Karadaş, 2013: 69).

1. KURAMSAL ÇERÇEVE

“Bir şeyin yerini tutmak, simgesi ya da işareti olmak, onun örneği olarak bulunmak, belirgin özellikleriyle yansıtmak gibi anlamlara gelen temsil kavramı üçlü bir ilişkiyi ifade etmektedir: bir şeyin veya birinin bir şey ya da biri tarafından başka birine temsili ya da sunumu” (Mutlu, 2012: 299).

Temsil kavramı, imge ve metinlerin temsil ettikleri orijinal kaynakları doğrudan yansıtmalarından çok onları yeniden kurma sürecini anlatmaktadır. Bir ağaca dair fotoğraf, resim veya yazılı metin gerçekte ağaç değil, ağacı temsil etme çabasındaki kişiye ifade ettiği şeyin yeniden kurulmasıdır (Marshall, 1999: 725). Belli nesnelere, kavramları ve kişileri temsil eden sözcükler, biçimler ve renkler, temsil edilenlerin insan zihnindeki yerini ve anlamını yansıtırken aynı zamanda bu anlamlara meşruluk kazandırmaktadır. Dolayısıyla temsiller, toplumdaki değer, davranış biçimleri ve rollerin devamlı olarak yeniden üretilmesine katkı sağlamaktadır (Tanrıöver, 2007: 153).

Temsil, üretileni anlamlandıran medya gücü ile yakın bir ilişki halindedir ve medya, temsilin en önemli sağlayıcılarından biridir. Birey için, dünyayı ve yaşamı anlamlandırmak medya temsilleri aracılığıyla olmaktadır. Medyanın sunduğu gerçeklik temsilleri, gerçek dünyaya ilişkin kişisel deneyim ve yorumlamaları önemli ölçüde belirlemektedir. Bu nedenle temsil, yorumlanılan gerçekliğin bir parçasıdır. Örneğin, Bhutan’ı hiç görmeyen biri için bu ülkeye

ilişkin kişisel yorumlamaları Bhutan ile ilgili belgeseller, gezi kitapları gibi temsillerdir. Böylesi bir temsil ise sadece gerçekliği temsil etmekle kalmayıp, gerçekliğin inşasına da katkıda bulunmaktadır (Laughey, 2010: 81).

Medya içerikleri, toplumsal ilişkilerin kurulmasında rol oynayan sembolik biçimlerin inşasında ve iktidar ilişkilerinin yeniden üretiminde merkezi bir konumdur. Dolayısıyla, toplumsallık sürecindeki iktidar mücadelelerinin her türlüşününün medya metinlerindeki karşılığının ne olduğu sorusu, dikkatlerin medyaya yöneltilmesini zorunlu kılmaktadır. Bu soruya cevap aranırken, hem medya metninin gerçekliği doğru ya da yanlış yansıtıyor ve temsil ediyor olduğundan hareketle analizler yapılır hem de gerçek dünya ile medya dünyasının ilişkisi sorgulanır. Bu kavrayışla medyaya yönelirken, medya metninin gerçekliğin yeniden inşa edildiği alanlar olduğundan hareket edilir (Dursun, 2004: 8).

Modern toplumlarda baskı ve zora dayalı egemenliğin yerini rızaya dayalı hegemonyaya bıraktığını öne süren Gramsci, egemen kesimlerin bağımlı kesimler üzerinde hâkimiyet kurmak için eğitim, din, aile gibi araçlar kullandığını iddia eder. Kitle iletişim araçları da bu araçlardan biridir ve toplumdaki egemen kesimlerin değerlerini, yaşam biçimlerini yani ideolojilerini kitlelere aktarmakta ya da kitleler için uygun görünen değerleri empoze etmektedir (Güngör, 2011: 293–294).

Althusser de Gramsci'yi tamamlar nitelikte eleştirel bir kuram geliştirmiş ve ideolojinin yeniden üretiminin belli aygıtlarla gerçekleştiğini ileri sürmüştür. Kolluk kuvvetleri ve yargı sistemini devletin baskı araçları olarak tanımlarken, eğitim sistemi ve kitle iletişim araçlarını ideolojik üretim yapan aygıtlar olarak görmüştür. Güngör, 2011: 195).

Temsil; bir konunun, olayın, durumun ve insan yaşamının, bir ilişkinin veya bir düşüncenin medyada sunulmasıdır. Bu sunum; yazı, söz, hareketli ya da hareketsiz resim ya da tiyatral canlandırma ile mümkün olmaktadır. Medyada temsil, gerçeğin haberlerden filmlere kadar her program türü aracılığıyla yeniden inşasıdır. Temsil ile temsil edilen arasında tümüyle örtüşmeden tümüyle örtüşmemeye kadar değişen benzeşme olabilmektedir. Bu temsil anlayışı ise dışarıda bir gerçek olduğu ve bu gerçeğin temsiline doğru (gerçek) ya da yanlış (sahte) olabileceği görüşüne dayanmaktadır. Hall'e göre böylesi bir temsil tanımlaması eskimiş ve yanıltıcıdır. Oluşturucu temsil anlayışı daha modern bir tanımlamadır. Ön planda tutulması gereken temsiline doğru ya da yanlış olması değil, oluşturucu olması niteliğidir. Medya temsilleri ile temsil edilen nesne, kavram ve düşünceler kurulup belirlenmekte ve temsili inşa edecek olan imajlar yaratılmaktadır. (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 309).

Kitle iletişim araçları toplumsal yapı ve pratiklerin oluştuğu alanın bir parçasıdır. İletişim kurumları ve ilişkileri, toplumsal alanı tanımlayıp inşa etmekte, siyasal alanın inşasına yardım etmekte ve modern endüstriyel sistemler içinde maddi bir güç oluşturmaktadır (Hall, 1997: 84).

Stuart Hall, dili kullanmak suretiyle anlamlı bir şey söylemek veya dünyayı anlamlı bir biçimde sunmak şeklinde tanımladığı temsil kavramını kültürel ürünlerin çözümlenmesi sürecinde önemli bir konuma yerleştirmektedir (Kırel, 2010: 327–328) Dil, insanların kendileri ve toplum hakkındaki bilgilerini biçimlendiren ve bu bilgilerin iletildiği araçtır ve tarafsız değildir. Gerçek dünyadaki nesnelere ve ilişkileri anlamlandırıp biçimlendiren dil aynı zamanda değer, anlam ve bilgilerin oluşturulduğu bir mücadele alanıdır (Barker, 1999: 11'den akt., Yaylagül, 2010: 126).

Hall'e göre dil bir anlamlandırma pratiğidir ve genel anlamda her temsil sistemi dil aracılığıyla çalışmaktadır. Bu bağlamda televizyon da kültürle etkileşime girebilmek için tıpkı dil gibi çalışan bir araç olarak dil ve anlamı kültüre bağlamaktadır. Televizyon, diğer sözlü ve semiyotik dillerden farklı olarak görsel yani ikonik göstergeler kullanmaktadır. Dolayısıyla televizyon, kültürün yansıtıldığı bir ortam değil, kültür olarak nitelendirilen paylaşılan anlamların ve toplumsal tabakaları birbirinden ayırt etmede kullanılan ortak yaşam pratiklerinin dolaşıma sokulduğu ve temsil sistemi içinde yeniden üretime geri döndüğü yerdir (Çelenk, 2005: 82-83).

2. TELEVİZYON VE TEMSİL

Televizyonun gündelik hayatın en önemli enformasyon ve eğlence araçlarından biri olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Tüm dünyada olduğu ülkemizde de sosyal yaşamın en önemli aktörlerinden biri haline gelmiştir. Basit bir teknolojik alet olmasının çok ötesinde işlevleri olan bu alet, sağladığı faydalar ve verdiği zararlarla sürekli tartışma konusu olmuştur.

Son birkaç yıldır ülkemiz televizyonlarında yayınlanan dizilerin sayısında belirgin bir artış gözlemlenmektedir. Niceldeki bu artış dizilerin konularına yansımıştır ve bu dizilerde kent yaşamından yoksulluğa, intikamdan töreye ve aşka kadar pek çok konu izleyicinin beğenisine sunulmaktadır.

Yerli dizilerde bireyin inanma duygusunu güçlendiren kurgusal gerçekler aracılığıyla izleyici için yeni bir dünya oluşturulmaktadır. Kurgulanan bu dünya, izleyiciyi kendi toplumsal gerçekliğinden uzaklaştırmakta ve sınıf, cinsiyet, etnisite gibi farkların yeniden üretildiği bir alan açmaktadır. Bilinçli olarak kurgulanan bu dünyada ise toplumsal yapılar yeniden tasarlanmaktadır (Özsoy, 2006: 38).

Kitle iletişim araçları, toplumsal gerçekliğin yeniden üretilmesine hizmet etmektedir. Gerçeğin devamlı olarak yeniden üretilmesi ile bir hiper-gerçeklik oluşmakta ve bir daha asla gerçekliğe geri dönülemezdir. Hiper-gerçek, “gerçeğin tüm göstergelerine sahip olan ancak gerçeğin tüm aşamalarına kısa devre yaptıran bir makine” olarak tanımlanmaktadır. Televizyon dizileri de, olayları ve karakterleri gerçek hayatta var olan benzerlerinden seçmekte ve nihayetinde gerçekliği yeniden yapılandırarak bir hiper-gerçeklik yaratmaktadır (Baudrillard, 1998: 13 – Demir, 2007: 253).

Televizyon örgütlenmiş bir merkezi temsil sistemidir. Bu temsil televizyon programları denilen anlatı türleriyle yapılmaktadır (Erdoğan, 2009). Televizyonun popüler anlatı türleri arasında üzerinde en çok durulan ise dramatik yapımlardır. Bu yapımlar, seriler, seriallar ve süren seriallar olarak üçe ayrılmaktadır. Her bölümde başlayıp biten bir öyküyü içeren yapımlar (durum komedileri, polisiye diziler) serilerdir. Seriallar, belli bir bölüm sayısına ulaşıktan sonra biten dizilerdir. Süren seriallar ise başlayan ancak bitmeyen, devamlı bir merak duygusu uyandıran, başı unutulup sonu beklenmeyen (pembe diziler) öykülerdir (İnal, 1999: 263). Televizyon melodramları, çatışmalar, gözyaşı, acı çekmeler, öfkeler, kötülük ve entrikalar ve nihayetinde hep ahlaki çözümlenmelerle doludur. İyi ve kötü arasında yoğun bir çatışma yaşanmaktadır. Bu çatışmada iyiyi ve kötüyü, ahlaklı ve ahlaksız tanımlamada kesin belirli kodlar yerleştirilmiştir (Erdoğan, 2009).

3. METODOLOJİ

Ülkemizde yayınlanan televizyon dizilerinin birçoğu oldukça popülerdir ve en çok izlenen programlar arasında üst sıralarda yer almaktadır. Bu dizilerde güç, zenginlik, kent yaşamı, intikam, töre vs... konular işlenmekte, toplumsal değer ve kimlikler bu konular üzerinden temsil edilmektedir.

Güngör’e göre dini kodların yaygın olduğu toplumlarda dini motifleri içeren programların toplumda genel kabul görmesi ve izlenilirliğinin yüksek olması beklenebilir bir şeydir. Aynı şekilde politikacıların, seçim kampanyalarında dinsel motifleri sıkça kullanmalarının altında da yine aynı gerçek yatmaktadır. Bireylere alışkın olmadıkları kodları göndermek yerine alışkın oldukları ve benimsemeleri kolay olan kodlarla örülü metinler sunmak, alımlama ve onaylamanın çok daha hızlı ve etkili gerçekleşmesini sağlayacaktır (2011: 201).

Enneli’ye göre (2010: 104) İslami içerikli dizilerde, karakterlerin neden iyi veya neden kötü oldukları sadece dini ele alışları ve dine karşı konumlanışları üzerinden kodlanmaktadır. İyi, düşüncelerini ve yaptıklarını dini refe-

ranslara dayandırdığı için iyidir. Kötü ise dini referansların ya karşısındadır ya da bu referansları hayatını yönlendirici ilkeler olarak önemsememektedir. Dini doğrular, ya sorgulanmadan kabul edilmiş ya da yaşam pratiği olarak uygulanmamıştır. Bu ise iyilik ve kötülüğü temsil eden bir çerçeve kurulmasına neden olmuştur.

Huzur Sokağı adlı dizi, ana-akım medyada yayınlanan diğer dizilerden farklı bir biçimde dindarlık kavramını ağırlıklı olarak işlemektedir. Ana-akım medyada yayınlanan diziler çoğunlukla kent yaşamı, intikam, töre gibi konuları işlerken, bu dizi dindarlıkla ilişkili olay ve imajları daha sık yansıtmaktadır.

Örneklemin incelenmesine geçmeden önce bir literatür taraması yapılarak dindarlık, televizyon ve temsil gibi ana başlıklar hakkında bilgi toplanmış ve kuramsal altyapı oluşturulmuştur. Uygulama boyutunda ise dizinin anlatı yapısı incelenmiş ve dizide yer alan karakterler, bu karakterlerin özellikleri, olayların geçtiği mekânlar üzerinden bir değerlendirme yapılmaya çalışılmış ve hem göstergebilim hem de yapısalcılıktan istifade edilmiştir.

Bilindiği gibi göstergebilim gerek sözlü gerekse sözsüz gösterge sistemlerinin ve bu sistemlerin anlamın kurulmasında ve yeniden kurulmasındaki rollerini konu edinmektedir (Mutlu, 2012: 121). Göstergebilim, işaretler ve göstergeler bilimi olarak tanımlanmaktadır. Saussure tarafından semiology olarak isimlendirilen göstergebilimin amacı göstergelerin doğasını, topluma etkilerini ve bu göstergeleri yöneten yasaları incelemektir. Kendi başına bağımsız bir bilim olmayan göstergebilim; kültürün farklı yanlarıyla ilgilenen edebiyat, müzikoloji, arkeoloji ve sanat tarihi, iletişim, sosyoloji gibi pek çok bilim dalının doğal ve kültürel karakterini incelemektedir (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 314)

Bu çalışmada örneklem olarak özel bir televizyon kanalında yayınlanan Huzur Sokağı isimli televizyon dizisi seçilmiştir. Bu dizinin ilk 15 bölümü ise çalışmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır.

4. BULGULAR VE ANALİZ

Huzur Sokağı dizisi, İslami kesimin önde gelen romancılarından Şule Yüksel Şenler'in aynı adlı romanından televizyona uyarlanmıştır. Dizi, biri dindar ve geleneksel diğeri ise seküler ve modern bir sosyal çevrede yaşamını sürdüren birbirine tamamen zıt iki insan arasındaki aşk hikâyesini anlatmaktadır.

Dizide mekân olarak İstanbul seçilmiş ve İstanbul'un bir semtinde, aynı mahallede yaşayan farklı karakterler üzerinden olay örgüsü işlenmiştir. Dindar

kesimle dindar olmayan kesimin öykülendiği bu dizide her iki sosyal sınıfı sembolize eden ikon ve göstergelere yer verilmiştir. Bunlar:

Dindar	Dindar Olmayan
Başörtüsü	Mini Etek
Seccade (Namazlık)	İçki Şişeleri
Türbe	Bar Gece Klubü
Dua	Şarkı



Bütün televizyon dramaları bir öyküye ve öykünün geliştirdiği olay örgüsüne dayalıdır. Olay örgüsünde ise olaylar arasında bir nedensellik ilişkisi kurulması gerekmektedir (Kars, 2012: 160) Olay örgüsünü yürüten ise karakterlerdir. Kars'a göre bir televizyon dizisinin başarısı, ana karakterlerin izleyici tarafından sempatik, çekici, ilginç ve gerçekçi olarak algılanmasına bağlıdır. Çünkü olay örgüsü, açılış sahnesinden doruk sahnesine kadar karakterler ve karakterlerin karşılıklı ilişkileri, aksiyon ve reaksiyonlar ile ilerler. Dizilerin başarılı olması için karakterlerde bulunması gereken temel özellikler ise şunlardır (2012: 164):

- İzleyicilerin karakterle özdeşleşmesi gerekir, onların başlarına gelenler izleyiciyi kaygılandırmalıdır. İzleyici karakterleri ya sevmeli ya da nefret etmelidir.

- İzleyiciler, karakterler arasındaki çatışmalarda taraf olmalıdır. Bu duygu ise, yapımın hemen başlarında ve aşılıp uygulanmalı ve sürdürülmelidir.

- Ana karakter sayısının sınırlı olmasına dikkat edilmelidir.

- Oyuncu seçimleri, karakterlerin özelliklerini yansıtacak biçimde yapılmalıdır.

Olay örgüsünün merkezinde yer alan iki karakterden biri olan Bilal, dindar bir ailede yetişmiş, muhafazakâr bir çevrede yaşayan ve dini hassasiyetleri ön planda tutan bir gençtir. Hem üniversite okumakta hem de annesi ve kız kardeşine bakabilmek için geceleri taksicilik yapmaktadır. Bu yönüyle çalışkan biri olduğu izlenimi vermektedir. Yaşadığı dünyayı ve cereyan eden olayları yorumlayan, arkadaşları ve hocasıyla fikir alışverişinde bulunan, entelektüel yönü gelişmiş birisidir. Oturduğu mahallede yaşlılara yardım eden yardımsever bir kişiliktir. Mahallenin sevgilisi olan Bilal, aynı zamanda maharetlidir. Aşk yaşadığı Feyza'nın kardeşinin oyuncağını tamir etmesi bunun göstergesidir.

Feyza karakteri, anlatının merkezinde yer alan diğer karakterdir. Feyza zengin ve dindar olmayan bir çevrede yetişmiş genç bir kızdır. Dolayısıyla dindar olma gibi bir kaygısı yoktur. Bilal ile aynı üniversitede okumasına rağmen eğitimi pek önemsememektedir. Çalışmayan, baba parasıyla yaşayan Feyza barlarda ve partilerde gezmektedir. Mini etek giyip ramazan ayında bile alkol almaktadır. Sorumluluk duygusundan yoksun ve şımarık bu genç kız hayatı eğlenceden ibaret görmektedir. Öyle ki, Bilal'ı tavlama için arkadaşlarıyla iddiaya bile girmiştir.

Şükran, Bilal'la aynı mahallede oturan, anne ve babasıyla yaşayan başörtülü ve dindar bir genç kızdır. Bilal'in annesi tarafından ideal gelin adayı olarak görülmektedir. Şükran, ailesine yük olmamak ve kendi parasını kazanmak için kreşte çalışmaktadır. Bu yönüyle sorumluluk sahibidir. Şükran, Bilal'a âşıktır fakat gerek yaşadığı geleneksel çevreden kaynaklanan öncelikler gerekse inancının gereği duygularını ifade edememekte ve ilk adımı Bilal ve ailesinden beklemektedir. Bilal'in Feyza'ya âşık olduğunu öğrenince, Bilal'i elde edebilmek adına entrika çevirmeyecek kadar saf ve gururludur. Aşkına karşılık bulabilmek için kadınlık cazibesini kullanmak yerine tevekkül etmiş ve sabretmeyi tercih etmiştir.

Bilal'in annesi Kevser Hanım ise çocuklarına karşı hoşgörülü ve şefkatle yaklaşan bir kadındır. Geleneklerine bağlı ve mütevazı bir yaşam sürmektedir. Komşularıyla iyi geçinen uyumlu ve sakin bir kişiliğe sahiptir.

Feyza'nın üvey annesi Emel hırslı bir kadındır. Üvey kızına karşı soğuktur ve evin hizmetçisine kötü davranmaktadır. İhtiraslarının esiri olmuş bir karakter olarak karşımıza çıkmaktadır. Şirket müdürü ile yasak aşk yaşamakta ve şirketi ele geçirmenin hesaplarını yapmaktadır.

Feyza'nın dadısı ise dindar olmayan kesimin içine yerleştirilmiş dindar bir karakter olarak karşımıza çıkmaktadır. Sevgi dolu ve merhametli bu kadının tek derdi Feyza'nın iyiliğidir. Genç kızın iyiliği için her türlü fedakârlık ve zorluğa katlanabilecek bir karakterdir.

Dizide farklı dünyalarda yaşayan farklı karakterlere de yer verilmiştir. Örneğin Şükran'ın annesi Saadet, karşındakileri sadece dış görünüşleriyle değerlendiren, ahlaksız olmasa da hataları olan biridir. Feyza da ilk başlarda sürekli mini etek giyen, içki içip serbestçe dolaşan biri olarak anlatılırken, ilerleyen bölümlerde, özünde iyilik olan ve ahlaki değerlerini kaybetmemiş biri olarak resmedilmiştir.

Bütün bu değerlendirmeler ışığında, dizide temsil edilen dindar ve dindar olmayan kesim arasındaki karşıtlıklara dikkat çekmemiz yerinde olacaktır. Bu karşıtlıkları ortaya koyabilmek için yapısalci yöntemden istifade edilmiştir. Her dil ve kültürün ikili karşıtlıklarla var olduğunu öne süren bu görüşün temel önermesi tıpkı dilde olduğu gibi kültürün de altında yatan bir yapının olduğudur. Bu yapının analiz edilmesi ise toplumun kolektif bilincinin açığa çıkarılmasını sağlayacaktır (Yaylagül, 2010: 122). Yapısalcılık, biyolojik ve psikolojik yapılardan mantıksal yapılara ve oradan da sosyal bilimlere uzanan pek çok disiplinde kendine uygulama alanı bulan bir yöntemdir (Piaget, 1999: 124). Dilsel yapıları öne çıkaran bir yaklaşım olan yapısalcılığın temeli dilbilim ve göstergebilime dayanmaktadır. Yapısalcılıkta özne geri plana itilmiş ve pratiklere dilsel anlamlar yüklenmiştir. Önemli olan da anlam yüklü yapılarıdır. Gerçek, dil aracılığıyla şifrelenmiştir ve bu şifreleri çözmek gizlenen gerçeğe ulaşmak demektir. Yapısalcılıkta anlamlar, iyi-kötü, beyaz-siyah, erkek-kadın gibi ikili karşıtlıklar üzerine kurulmuştur. Güngör, 2011: 190-191). Bu dizideki ikili karşıtlıklar ise şöyledir:

Karakterler:

Dindar	Dindar olmayan
Sadık	Aldatan
Aile Bağları Güçlü	Yalnız
Sorumluluk Sahibi	Sorumsuz
Vicdanlı	Vicdansız
Dürüst-Saf	Entrikacı
İnsancıl	Menfaatperest
Ahlaklı	Ahlaksız
İyi	Kötü

Sumru Aydın, Huzur Sokağı' nı konu edindiği köşe yazısında çarpıcı tespitler yapmaktadır (<http://www.oncevatan.com.tr/ideoloji-kokan-huzur-sokagi-makale,28573.html>):

“... Aslında dizi çok karışık değil. Her şey açık... Dindar bir genç başı kapalı bir kız tarafından seviliyor ve aileler bu iki dindar ve namuslu gencin evlenerek sadece birbirleriyle yuva kurmak ister. Bu normal hayatta da böyledir. Sonra işin içine bir de zengin, kısa etekli, içki içen kâfir bir kız girer... Dizide türbanlılar iyi, başı açık olanlar ise; fattan, kendilerinden her şey beklenen kadınlar olarak sunuluyor... Dizide kendileri ideolojilerine uyanların iyi, karşıt olanların kötü yönleri o kadar açık ve imalı ki... İşte ideoloji kokan huzur sokağı böyle!... Türbanlı-türbansız. İçki içen-oruç tutan. Mini etekli-dini bütün!...”

Egemen grupların, topluma aktarmak istenilen egemen ideolojinin yayılmasındaki gücü düşünüldüğünde, toplumsal kurumların bir ideoloji aktarım aracı olduğu görülecektir. Din ögesi de, tıpkı aile ve eğitim sistemi gibi toplumsal kurumlardan biridir ve ideolojinin aktarımında zengin bir içeriğe sahiptir. Örneğin Hıristiyanlıkta, bedenün günahkâr oluşu dogması, onu bu ideoloji çerçevesine şekillendirmiştir. Hıristiyanlıkla benzer olmasa bile Müslümanlıktaki bazı inanç esasları da egemen ideolojinin aktarılmasında önemlidir (Takımcı ve Sebik, 2010: 6). Hele ki bu esaslar, hâlihazırdaki iktidarların görüşleriyle birleştirildiğinde dizinin basit bir vakit öldürme etkinliği olmadığı daha iyi anlaşılacaktır.

SONUÇ

Bu çalışmada televizyon dizilerinde dindarlığın temsili konusu incelenmeye çalışılmış ve ana akım medyada dini motiflerin ağırlıkla işlendiği tek örnek olan Huzur Sokağı dizisi incelenmiştir.

Huzur Sokağı dizisinde, sadece dindarlık ile ilgili temsillere yer verilmemektedir. Zenginlik ve orta sınıf temsilleri de bu dizide işlenmektedir. Bunun yanı sıra toplumsal cinsiyete ve ataerkilliğe dair kodlar da dizide kendine yer bulmuştur.

İncelenen bölümlerde görüleceği üzere, dizide ortaya çıkan çatışmalar büyük oranda geleneksel ile modern, dindar ile dindar olmayan etrafında şekillenmiştir. Dindarlık ve muhafazakârlık, karakterler üzerine yüklenen kod ve imajlar üzerinden yüceltilirken, dindar olmayan yaşam biçimi yine karakterler aracılığıyla yerilmiştir. Dindar cephenin başkarakteri Bilal, tüm insani kusurlarından neredeyse arınmış insanüstü bir kişi olarak resmedilirken Bi-

lal'ın karşısı Feyza alabildiğine kötü bir şekilde tasvir edilmiştir. Aynı şekilde iki anne arasındaki karşıtlık da dikkate değerdir. Dindar oğlanın annesinin tek gayesi huzurlu olmak ve çocuklarını mutlu görmek iken, modern kızın üvey annesi kendinden başka kimseyi düşünmeyen ve kişisel çıkarları için her türlü entrikayı çevirebilecek bir insan olarak karşımıza çıkmaktadır.

Dizideki karakterlerin yanı sıra anlatıdaki bazı örnekler de dindarlık kavramının ve zıddının temsili hakkında birtakım ipuçları vermektedir. Erkek kahramanın, sarhoş olduğu için dengesini kaybeden kızı olası bir kazadan kurtarması, başı açık zengin kız Feyza'nın, mini etekli kız arkadaşlarıyla Bilal'ı tavlama konusunda iddiaya girmesi, içki içip günah işledikleri için kızların durumuna üzülen dindar kızın (Şükran) iyi niyeti gibi anlatılar bu duruma örnek olarak gösterilebilir.

Böylesi ikili karşıtlıkların sunulmasında romana sadık kalma kaygısının güdülmesi ihtimal dâhilinde olsa da, bu düşüncenin safdillikten öteye gitmeyeceği unutulmamalıdır. Althusser'in devletin ideolojik aygıtı olarak nitelendirildiği kitle iletişim araçlarının ideoloji üretimi yapan ve dağıtan araçlar olduğu düşünülürse çalışmaya konu dizinin izleyiciler üzerinde nasıl bir etki yapacağı daha net anlaşılacaktır. Bununla birlikte kanalın yayın politikası, kanal sahiplerinin siyasal iktidarla ilişkileri, siyasetin medyadan beklentileri ve ülkemizdeki mevcut siyasal durumun da belirleyici olduğu unutulmamalıdır.

KAYNAKÇA

Baudrillard, J., (1998), "*Simülarklar ve Simülasyon*," çev. Oğuz Adanır, Dokuz Eylül Yayınları, İzmir.

Çelenk, S., (2005), "*Televizyon Temsil Kültür, Ütopya*," Ankara.

Demir, N. K., (2007), "*Elazığ'da Kurtlar Vadisi Dizisinin Alınlanması*", F.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, C.: IX, S.: 2, 251-266.

Dursun, Ç., (2004), "*Televizyon Haberlerinde Siyasal İslamcı Partinin Temsili: 1999 Seçimlerinde Fazilet Partisi*", Selçuk İletişim Dergisi, 3(3), 5-20.

Enneli, Ç., (2010), "*Televizyondaki İslam ve Gündelik Hayatın Siyaseti*," A.Ü. Rektörlüğü Yay.: 255, Ankara.

Erdoğan İ., (2009), “*Televizyon Reklamlarında Gündelik Hayatın Temsili: Seks ve Çikolata*”, Bilim ve Ütopya, S.: 179.

Erdoğan İ., Alemdar K., (2010), “*Öteki Kuram*,” 3. Baskı, Ankara.
Güngör, N., (2011), *İletişim Kuramlar Yaklaşımlar*, 6. Baskı, Siyasal Kitapevi, Ankara.

Hall, S. (1997). “*İdeoloji ve İletişim Kuramı*”, Medya, Kültür, Siyaset, Süleyman İrvan (der.) içinde, Ark Yayınları, Ankara.

İnal, A., (1999). “*Televizyon Tür ve Temsil*”, AÜİF Yıllık, .A.Ü Basımevi, 255-286.

Karadağ N., (2013), “*Televizyon Dizilerinde Gücün Temsili*”, Gümüşhane Ün. İletişim Fak. Elektronik Dergisi, C. 2, S. 2, 67-90.

Kars, N., (2012), “*Televizyon Programı Yapalım Herkes İzlesin*,” Derin Yay., İstanbul

Laughey, D., (2010), “*Medya Çalışmaları*”, Kalkedon, İstanbul.

Marshall, Gordon (1999), “*Sosyoloji Sözlüğü*”, Çev.: Akinhay, O., Kömürcü, D., Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.

Mutlu, E., (2012), “*İletişim Sözlüğü*”, Sofos, Ankara.

Onay, A. (2004), “*Dindarlık, Etkileşim ve Değişim*”, Dem yayınları, İstanbul.

Özsoy, A., (2006). “*Ayin mi Seyir mi? Aynı Aşk Masalına Tiryaki Olma(ma)k*”, Uçan Süpürge Kadın Dergisi (24), 37-40.

Piaget, J., (1999), “*Yapısalcılık*”, Doruk Yayınları, Ankara.

Takımcı, D., Sebik, Ş., (2012), “*Sinemada Beden İktidar ve İdeoloji: 1990 Sinemasında Beden Temsili, Medya Temsilleri*”, Ed.: Takımcı, D., Nobel, Ankara.

Tanrıöver, H. U., (2007), "*Medyada Kadınların Temsil Biçimleri ve Kadın Hakları İhlalleri*", (Haz.) Sevda Alankuş, Kadın Odaklı Habercilik, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul.

Yaylagül, L., (2010), "*Kitle İletişim Kuramları*", Dipnot, Ankara.

Yılmaz, H. (2002), "*Türk Müslümanlığı, Dindarlık ve Modernlik*", İslamiyat Dergisi 5(4), 57-66.

<http://egifder.gumushane.edu.tr/media/uploads/egifder/articles/2.2.4.pdf>
(26.12.2013)

<http://irfanerdogan.com/makalelerson/reklamsex.pdf> (29.12.2013)

<http://www.oncevatan.com.tr/ideoloji-kokan-huzur-sokagi-makale,28573.html>

http://www.selcuk.edu.tr/dosyalar/files/009/dergi/1/2004_cilt3s3.pdf
(01.01.2014)

<http://www.tdk.gov.tr/> (28.12.2013)

POSTMODERN BİR KİTLE İLETİŞİM ARACI OLARAK TELEVİZYON

Mesut AYTEKİN*

ÖZET

Postmodernizm, 21. yüzyılın en popüler konularından biridir. II. Dünya Savaşı'ndan sonra ortaya atılmış bu kavram gerek bir düşünce biçimi gerekse felsefik bir yapı olarak devamlı tartışılmış mimariden sanata, edebiyattan sinemaya birçok alanda incelenmiştir. Kimi zaman modernizmin bir uzantısı kimi zaman modernizmi bitiren ona karşı bir anti-tez, kimi zamansa yeni bir dönemin başlangıcı, bir milat olarak nitelendirilmiştir.

Bu çalışma da postmodernizm çerçevesinde televizyonu irdelemektedir. “Televizyon postmodernizm sürecinde kendini nasıl konumlandırmıştır; televizyon postmodern bir araç mıdır?” sorularına cevap aranmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Modernizm, Postmodernizm, Televizyon, Kültür, İletişim

ABSTRACT

Postmodernism is one of the most popular subjects of 21th century. This notion suggested after the second world war is always discussed as both a way of thinking and a philosophic structure and is analysed in a lot of fields from architecture to art, from literature to cinema. This notion is called as sometimes an extent of modernism, sometimes an antithesis finishing modernism and sometimes a beginning of a new period ,a milestone.

This study is to examine television within the frame of postmodernism, too. How does television position its own in this process? Is television a postmodern medium? An answer for these questions is researched.

Keywords: Modernism, Postmodernism, Television, Culture, Communication

* Araş. Gör. Dr., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, E Posta: mesutaytekin@gmail.com

GİRİŞ

Çok farklı tarihsel süreçlerden geçen insanoğlu, bilim ve teknolojinin izinde daha güzel daha kaliteli ve daha ferah bir yaşam için sürekli bir mücadele içindedir. Sanayii devrimi ve aydınlanma çağı sonrası gelişen dünya uygar bir medeniyetin tohumlarını ekmıştır. İnsan haklarına verilen önem, demokratik yönetim sistemleri ve iş bölümleri dünyayı daha yaşanabilir bir hale getirmiştir.

Modern dünya ile birlikte şehirleşmenin hakim olduğu bir dünyada sanayii baş aktör olarak ekonominin belirleyici gücü olmuştur. Bir tarafta işçiler ve emekçi kesim diğer tarafta patronlar ve yöneticiler. İktidar bu iki sınıf arasındaki dengeyi koruyarak varlığını korumuştur.

II. Dünya Savaşı'nın getirdiği korkunç yıkım Batı'nın ahlaki ve etik değerlerini altüst etmiş, modernizmden kaçış başlatmıştır. Savaşın getirdiği ölüm, acı v yok oluş insanoğlunu kökünden sarsmıştır.

Postmodernizm, Batı medeniyetinin modernizmine karşı oluşmuş bir tepki hareketidir. Postmodernizm, gerçeği ne tanrı ne de insanoğluna dayanarak tanımlayan merkezless düşünce biçimidir. Ona göre hiçbir merkez yoktur. Birleştirmek değil anlamak önemlidir. Postmodernizm içinde bulunduğumuz çağın adıdır.

1. MODERNİZM

Modernizm kök olarak latince “modo” kelimesinden türetilmiş olan “modernus”tan (hemen şimdi) gelmektedir. (Sevsay, 1993; 14) İlk olarak beşinci yüzyılda, dinsizliği reddetmek (paganizm) anlamında, Hıristiyan toplulukları işaret etmek için kullanılmıştır. Rönesans düşünürleri, modern ve antik toplum ve devlet ayrımı yaparak kelimenin anlamını daha da genelleştirmişlerdir. Aydınlanma çağında ise, modernizm aynı istikamette, fakat daha yaygın ve geniş bir anlam kazanmıştır. (Birkök, 2004) Zaman içinde de modernizm birçok anlamda kullanılmış, geniş bir anlam yelpazesine kavuşmuştur. Değişme, gelişme, eskiyi terk etme, yenilenme gibi birçok kavramla tanımlanmaya çalışılmış, insanı ve akli ön planda tutan bir düşünce biçimi olarak insanoğlunun tarihsel sürecinde kendi yerini almıştır.

Muasırlaşma, asrileşme olarak Türkçe de çeşitli karşılıkları bulunan modernizm, Ansiklopedik Sosyoloji Sözlüğü'nde, “çağdaşlaşma” kelimesiyle karşılanmış; birinci anlam olarak, “çağımızın bütün insanlığa sunduğu, maddi ve manevi kültür unsurlarından ülkemizin şartlarına ve ihtiyaçlarına göre alabilme, kullanabilme, değerlendirebilme sanatı ve kabiliyeti”; ikinci anlam ola-

rak da “çağa hakim olabilmek veya damganızı, katkınızı yaşadığınız döneme vurabilmek için, oyunu kurallarına göre oynamak” şeklinde tanımlanmıştır. (Erkal ve Baloğlu, 1997) Bu tanımlamalara göre modernizm daha çok modernleşme ile eş anlamlı olarak kabul edilmiştir, oysaki modernizm insanın merkeze alındığı ve gerçeğin insana dayalı olarak tanımlandığı düşünce biçimidir. Modernizme göre tek gerçek insanoğlu ve akıldır. Evrendeki her şey insanın beyni, duyguları ve inançları ile anlam kazanır. (Doltaş, 2004) İnsan akli her şeye yapmaya muktedirdir; o mutluluğun ve ideal yaşamın anahtarıdır. Edibe Sözen (2000) ise modernizmi bir sıçrama ve dönüşüm olarak, modern bilimin doğuşu, olguların keşfi, objektif gerçeklikler, evrim teorisinin ilerleme fikrinin temel taşı olması, sermaye birikimi, doğanın istismarı, hayatın rasyonelliği, kurumsallaşma ve şehirleşme/şehirleşme süreci olarak tanımlamıştır. Ona göre modernizm en iyisiyle aklın kutsandığı, en kötüsüyle de bir bataklık durumudur. (Sözen, 2000) Modernizmle birlikte hızlı bir endüstrileşme çağına giren daha doğrusu modernleşme ile hızlanan endüstrileşme, kitleleri şehirlere göçe zorlamıştır. Kentsel yaşam hareketlenmiş, iktisadi hayat hızla kurumsallaşmaya başlamıştır. Bu kurumsallaşma ile modernizmin temel taşlarından daha doğru bir ifadeyle modernleşmenin temel taşlarından bir tanesi, bürokrasi ortaya çıkmıştır. Bürokrasi modernizmin sınıflara bölme, sınıflandırma özelliğinin bir getirisidir. Bürokrasi ile işler yetkili kişi ve kurumlar arasında paylaştırılırken bir başka başat ögesi olan iş bölümü ile işte uzmanlaşmalar başlamış, üretim hızlanmıştır. Buna paralel olarak da tüketim ivme kazanmıştır. Yani modern insan üretirken tüketmeyi de öğrenmiş; öğrenmek zorunda kalmış, postmodern süreçte tüketim ihtiyaçtan ziyade zevk ve eğlence aracına dönüşmüştür.

Modernizme göre insanoğlu akli sayesinde her şeyi öğrenebilir ve mutlak hâkimiyet çizgisinde bu gücünü kullanarak yönettiği ve kontrol altında tuttuğu bilgi ile mutluluğa ulaşabilir. (Doltaş, 2004) Değer, insanoğlunun kavrayış ve duygularına göre şekillenir. Rönesans ve hümanizmde belirginleşen bu düşünce biçimi, yani aklın merkeze alan anlayış, modernizmde daha da açığa çıkarılmıştır. Bu düşünceye göre insan tanrı gibi yaratıcı, özgün ve özgürdür. (Doltaş, 2004) Yaşamın kaos ortamında kendi bilgi ve birikimi ile kararlar verir, yaşamı yönlendirir. Kendisi “yapabilme”, “düşünebilme”, “yaşayabilme” kısaca “...bilme” yetisine sahip varlıkların en üstünüdür. Bu bakış açısının ünlü kuramcılarında John Locke’a göre, insan doğuştan hiçbir bilgiye sahip değildir. Toplumunu, doğayı ve kendini, başta akıl ve bir ölçüde de duygularıyla gözleyerek, sınıflandırarak, irdeleyerek tanımlar ve böylece bilgi edinir. Ancak bilgiyi elde ederken ve onu gerektiğinde kullanırken belli bir sistematik yön-

tem gerekir. Buna göre bilgiyi elde etmek ve istendiği zaman kullanmak için onu bölmek, sınıflara ayırmak şarttır. (Doltaş, 2004) Sınıflara ayırmak bölmek, başka bir ifadeyle rasyonalizasyon, işbölümü modernizmin en belirgin özelliğidir.

Modernizmin en belirgin özelliklerinden bir diğeri de ulaşım ve iletişim araçlarındaki artıştır. Üretilenin tüketilmesi, aklın gücünün gösterilmesi için modernin ürettiği, icat ettiği, yaptığı şeylerin insanlara ulaşması gerekmektedir. Modernleşme süreci iletişim araçları ile desteklenmektedir. Yenilikler, topluma biçilen kalıplar, örnekler, iletilmek istenen mesajlar, ideolojiler hep iletişim araçları sayesinde topluma yayılmıştır. İletişim araçlarının gücünün ve toptan bilgi sunumunun faydalarının anlaşılması onların daha da önem kazanmasına neden olmuştur. Çünkü enformasyon başlı başına bir güçtür. Bu gücü en etkin kullananlar ise modern devletlerdir. Modern devletler enformasyon organizasyonundan ve enformasyon üretiminden mesuldürler ve bunları hızlandırmak onların görevidir. Bu görevin etkin şekilde ifa edilmesi yani enformasyon bombardımanı ve hızlı iletişim ile modernizm içinde birçok kavram ve şey değişmiş ya da gelişmiştir. Örneğin sözlü kültür yerini yazılı kültüre, dayanışma yerini iş bölümüne, geniş aile çekirdek/nükleer aileye ve sınırları belirlenmiş ‘ev’ e bırakmıştır. Çalışma zamanı dışında kalan tüm zamanlar boş zaman şeklinde tanımlanır olmuş ve “yapmak” fiili diğer bütün fiillerin önüne geçmiştir. Önemli olan yapmaktır, anlatmak değil. Modern dünya yazmayı teorize eder, okumayı değil. İnsanlardan istenilen sadece işlerini yapmalarıdır. (Sözen, 2000)

Modernizm kavramı Batı’da doğmuş, onunla gelişmiş ve bütünleşmiş bir düşünce biçimidir. Modernleşmek Batılılaşmak ile eş değer tutulmuştur. Ne kadar Batılılaşırsan o kadar modernleşirsin. Çünkü Batı teknolojide, bilimsel alanda daha ileri; bu ileri düzeylilik ve iyi yaşam koşulları onu her alanda modern olarak algılanmasına yol açmıştır. Batı’nın da bu düşünceyi desteklemesi, bundan güç alması Batı ile modernizmi pekiştirmiş, iç içe geçirmiştir. Bu yüzden de modern toplumlar on sekizinci yüzyıldan itibaren Batı damgasını taşırlar. (Birkök, 2004) Başka bir ifadeyle Batı gelişmişliğin, modernliğin bir kıstası olmuştur. Modernizm Batı toplumlarının vasıflarını açıkladığı gibi, Batı’nın, “kendi ötekisine” de bakışıdır. Kısaca modernizm ilk anlamda Hıristiyan günümüzde ulaştığı son anlamda ise Batılı olmaktır. (Birkök, 2004)

Klasik modernleşme anlayışı olarak kabul edilen bu düşünceye göre modernleşme Batı’ya ait bazı somut kurumları ve Batı’nın yaşam tarzını benimsemektir, modernleşme süreci ise Batı’nın üst yapı kurumlarını aktarma sürecini ifade eder. (Sevsay, 1993) Yani Batılılaşmayı, Batı’yı örnek alıp şe-

killenmeyi, onun sonradan ikizi olmaya çalışmayı, kopya olmayı... Modernizmde, “Batı’nın en iyi olduğu” ve dünyanın bütün kültürlerinin sonunda zamanla evrenselleşecek olan Batı’ değerlerini kabul edeceği görüşü hâkimdir. Zaten modernizm Batı’nın “ilerlemenin kaçınılmazlığı, bilimin yenilmezliği, demokrasinin çekiciliği ve tartışmasız bireysel haklar” varsayımları tarafından şekillenmiştir. (Adams, 1999)

Modern toplumu tanımlarken iki ana kritere bakmak gerekir. Bu kriterler “teknoloji”, “endüstrileşme düzeyi”dir. Bu bağlamda modern toplumu, yüksek düzeyde gelişimini tamamlamış ve ileri düzeyde endüstrileşme süreci içerisindeki toplum olarak tanımlamak mümkündür. Bugünkü düzen içinde iktidar oldukça etkin konumdadır. Bu etkinlik ile iktidar kendini sağlama aldığı gibi düzeni, modernleşmeyi destekler. Modern toplum, devlet ve teknik tarafından teminat altındadır.

Enformasyon/malumat, iletilen bir şey olarak modern toplumların merkezinde yer alır. Zaten iletişimin yaygınlığı ve hızlı olması modernizmin belirgin özelliklerindedir. Modern toplumlarda temel ideolojiler liberalizm ve sosyalizm olarak görünmekle birlikte, esas olan hümanizm/hümanist ideolojidir. Ancak bu hümanist anlayış “Aydınlanma Hümanizması” değil, “Us Hümanizması”dır. (Adams, 1999)

Adams’a göre (1999) Modern toplumun süreçlerini üç ana başlıkta toplanabilir:

- 1- Hıristiyan Orta Çağ’dan ve cemaatlerden kopuş
- 2- Ulus devletlerin inşasıyla hayali cemaatlere geçiş
- 3- Makine-insan ilişkisinin egemen olmasıyla ortaya çıkan makro teknolojiden (fabrikalar) mikro teknolojiye (cep telefonları, internet ağ) geçiş.

Aklın evrenselliğine, birliğine, gücüne, ürettiği kuram ve yöntemlere bütünüyle dayanan ve güvenen modernizmin doğuşundan bugüne birçok kuramcısı ve savunucusu olmuştur. Modernizmin ilk kuramcıları olarak John Locke ve Descartes gösterilmektedir. Bunun yanında on sekizinci yüzyılda İngiliz filozof Berkeley, on dokuzuncu yüzyılda Kant daha sonra Marx, Stuart, Mill ve Freud gibi birçok ünlü düşünür ve kuramcı çalışmalarında aklın yanında bilimsel eğitime ve yöntemlere değer vererek düş gücünü, duyguları da kullanarak bir anlamda ideal insan ve toplum reçeteleri üretmekle mutluluğun formülünü çıkarmaya çalışmışlardır. (Doltaş, 2004)

2. POSTMODERNİZM

Postmodernizm çok farklı anlamlarda kullanılmaktadır: Modernden önce, modernden sonra, modern ötesi, modernizmin zıddı, Geç kapitalizm (sanayi-ötesi, tüketici, çokuluslu ve milletlerüstü kapitalizm), eklektizm (sanatta ve üslupta seçmecilik), avangart yani öncü olan, bireyselleşme, cemaatleşme... Modernizm gibi tam bir tanımlamadan yoksun olarak postmodernizmi, araştırma alanlarına ve bilimsel görüşlerine göre bilim adamları, sosyologlar ve sanatkarlar farklı anlamlara gelecek şekilde tanımlamışlardır. Bu kullanımlardan biri de postmodernitedir. Sanat çevresindekiler ve insan bilimciler postmodernizm terimini tercih ederken; sosyal bilimciler postmoderniteden bahsetmektedir. Postmodernizm, daha çok bir kültürel hareket veya bir kültür içindeki hareketlerin çokluğu üzerinde odaklaşırken; postmodernite bir kültürel durum veya oluşun ifadesine nispet edilmektedir. Başka bir ifadeyle postmodernite, 20. asrın içinde kendini bulduğu durumdur. Postmodernizm ise o durum üzerinde düşünme ve ona cevaptır. Postmodernizm ve postmodernite hakkında söylenebilecek en iyi şey zihnin bir ifadesi olmalarıdır. (Adams, 1999)

II. Dünya Savaşı'nın getirdiği korkunç yıkım Batı'nın ahlaki ve etik değerlerini altüst etmiş, modernizmden kaçış başlatmıştır. (Birkök, 2004) Savaşın getirdiği ölüm, acı ve yok oluş insanoğlunu kökünden sarsmıştır. Aklın mutluluğun formülünü gösterdiğine, ona ulaştırdığına olan mutlak inanç çatlamıştır. Çünkü artık aklın tehlikeli buluşlara ve de acıya neden olduğu kanıtlanmıştır. Akıl, her daim doğruyu ve iyiyi göstermemektedir. Öyleyse modernizm ideal bir düşünce biçimi değildir; yeni arayışlara, yeni düşünce biçimlerine, yeni felsefeler yönelmek gereklidir. Bu bağlamda postmodernizm modernizmin sorgulanması sonucu ortaya çıkmış anti-modernist bir düşünce biçimidir. Postmodernizmle insanlar eskiyi sorgularken yeni arayışlara yönelmişlerdir. 1960'larda özellikle Fransa'da başlayan postmodernizm 1970'lerde Amerika'da ağırlık kazanmıştır. (Doltaş, 2004)

Modernizmin sorgulanma süreci başladıktan sonra ortaya çıkan postmodernizmle ilgili ilk çalışmalar dilde başlamıştır. Postmodernizmin gerçeğe olan yaklaşımı temelden sarsması, yayılmasını kolaylaştırmıştır; içindeki farklı yaklaşım ve modernizmin sınırlandırıcı, otoriter tavrına karşı daha özgürleştirici bir bakış açısı izlemesi bu yayılmayı hızlandırmıştır. (Doltaş, 2004)

Postmodernizm, Batı medeniyetinin modernizmine karşı oluşmuş bir tepki hareketidir. Aynı zamanda "o, bugün dünyada devam etmekte olan daha geniş ve köklü (derin) değişikliklerin bir parçasıdır." (Adams, 1999) Bu anlamda postmodernizm içinde bulunduğumuz çağın adıdır.

Postmodernizm, gerçeği ne tanrı ne de insanoğluna dayanarak tanımlayan merkezsiz düşünce biçimidir. (Doltaş, 2004) Ona göre hiçbir merkez yoktur.

Birleştirmek değil anlaşmak önemlidir. Bu yüzden evrensel değerler göz ardı edilir. Başka bir ifadeyle globalizmin (küreselleşme) yerini glokalizm (küyerelleşme) almıştır. Her birey kendi içinde bir dünyadır. Postmodernizmi, II. Dünya Savaşı ertesinde sanat, edebiyat ve bilimsel etik alanındaki inançların ve iyimserliğin kaybolmasını ifade eden bir yaklaşım olarak da tanımlamak mümkündür. (Postmodernizm Nedir?, 2004) Yani aklın mağlubiyeti, akla olan güvenin sarsılması, bir önceki dönemden kopuş...

Postmodernizme göre gerçek kişiden kişiye, durumdan duruma ve tabii, toplumdan topluma değişir. Kesin ve evrensel gerçek yoktur. Dolayısıyla “merkez”, “kaynak”, “temel”, ve “evrensellik” gibi kavramlar ve onlara dayalı ideoloji, kuram, yaklaşım ve konular kökten sorgulanır. (Doltaş, 2004) Çünkü her şey her an değişebilir. Ne dünya ne de insan durağandır. Hayal, düşünce, görüş kişiden kişiye değişir. Postmodernizm her türlü belirlenmenin karşısında yer alır. (Postmodernizmden anlaşılanlar., 2004)

“Postmodernizmde insan sürekli bir oluşum halindedir; o, her an hem çevresinden etkilenir; duyularıyla çevresini algılar, duygulanır, yorumlar ve anlar, hem de çevresini kendi söz etmek eylem tavır görüşleriyle de etkiler. Böylece insandan özgün ve özgür kişiymiş gibi söz etmek, yaşam gerçeğini çarpıtmak olur. Postmodernistler bu nedenle kişi sözcüğü yerine özne sözcüğünü kullanırlar.” (Doltaş, 2004)

Postmodernizm, dış gerçekliğin nesnel ve kararlı temsil edilebileceği inancının bir aldaniş olduğunu kabul edip epistemolojiyi reddederek onun yerine yorum bilimi (hermeneutic) koyar. (Postmodernizmden anlaşılanlar..., 2004) Her insan kendi görüşünü temsil eder; kendi aklı, duygu, düşünce ve yetileri ile bunu çevresine yansıtır. İnsanoğlunun öznel dünyasında özel, özgün bir yaşamı vardır. Bu zenginlik içinde insan gözlem, deney, tecrübe ve yönlendirmeler neticesinde eleştirel bakış açısı ve yorumlama yetisinin katkıları ile doğruyu, kendi doğrusunu bulur.

Bir insanın öncelikle modernizmden bahsetmeksizin, postmodernizmden söz edebilmesi düşünülemez. Zaman zaman birbirine geçmiş iki kavram olarak kabul edilen postmodernizmin, modernizmin bir devamı olduğu hatta modernizmin içinde bir dönem olduğu da bazı bilim adamları ve felsefeciler tarafından savunulmaktadır. Postmodern aslında Batı’ya ait kültürel bir hareket ise de, Asya ülkeleri de dahil bir çok kültürün entelektüel yaşamına etki etmektedir. (Adams, 1999)²

Jacques Derrida, Michel Foucault, Roland Barthes dil, politik felsefe ve okuma edimi konularını postmodernist bir görüş açısıyla değerlendirirler. Post-

² Örneğin Kore’de devlet TV kanalı KBS postmodernizm ve etkileri hakkında iki bölümlük bir dizi yayımlamıştır. Yine ülkemizde birçok alanda, yazılı ve görsel basında Postmodernizm üzerine birçok şey söylenmiş, yorumlar yapılmıştır. Oysaki Türkiye gibi üçüncü dünya ülkeleri diye nitelendirilen az gelişmiş ülkeler daha modernizmi tam olarak anlamamış, yaşayamamıştır.

modernist anlam oluşturabilecek bir merkezi kabul etmediklerinden hiçbir konunun diğer konulardan bağımsız tartışılmayacağını savunmuşlardır. Çünkü her şey, bilim, sanat, tarih, politika... insan gerçeğinden doğar hem de onu oluşturur. Bu yüzden modernistler gibi ilgi alanlarını değişik bölümlere ayırmak, sınıflandırmaya tabi tutmak gerçeği çarpıtmaya, yapaylaştırmaya, anlamaya yol açar. (Doltaş, 2004) Postmodernizme göre bölümlere ayırıp sınıflandırmak gereksiz ve yıkıcı bir eylemdir. Doğa ve insan bir bütündür. Onu anlamak için bölmeye gerek yoktur. Yaşamsal süreçte insan ve doğa karşılıklı aktif etkileşim içindedir; Onu kalıplara sokup irdelemek, çözmeye çalışmak; bir başka ifadeyle parçadan bütüne gitmek yersizdir. Bu filin organlarını tutup ne olduğunu tahmin etmeye benzer.

Adams'a göre (1999) postmodernizmin dört temel özelliği vardır:

• **Batı'nın Çöküşü:** Batı felsefesi, dilbilimsel çözümlerinin kördüğümüne erişmiş, Batı sanatı soyut düşünce âleminde kaybolmuş ve Batı bilimi bizzat kendi kirliliği içinde kaybolmaktadır. Modern dünya görüşü Batı'nın erişilmezliği düşüncesi çökmüştür. İkinci Dünya Savaşı, atom bombası, o dönemdeki siyasi ve iktisadi kargaşalar, gençlik hareketleri bunun en güzel örneğidir. Toplumda top yekûn bir karşıtlık ve isyan vardır.

• **Meşruluk Çıkmazı:** Geçmişteki güvenilir öyküler şimdi ciddi sorun olmuştur. Hayal edilen, olmaz denilen şeyler olur hale gelmiştir ve ne yazık ki kutsanan akıl bunun önüne geçememektedir. Çevre kirliliği, küresel ısınma korkusu, nükleer santral ve tesislerdeki kazalar, ozon tabakasının yok edilmesi... Her şey ardı arkasına gelmeye başlar.

Batı toplumunda daha çok kişisel düzeyde olanı ise Hıristiyan cinsel ahlakının meşruluğunu kaybetmiş olmasıdır. Evlilik dışı birlikte yaşama, lezbiyen ve homoseksüel ilişkiler gibi geleneksel evlilik alternatifi davranışlar tarzındaki evlilik öncesi cinsel aktiviteler, çağdaş Batı kültüründe öylesine yaygındır ki çoğu kimseler bu yeni durumu (artık) bir değer olarak benimsemektedirler. Postmodernizmin insana sunduğu kalıpları kırma ve süresiz özgürlük, sınır dışılık, insanı kabına sığmaz hale getirmiştir. Marjinal olan artık sıradanlaşmaya başlamıştır. Çünkü artık herkes marjinalleşmekte ve arzularının doğrultusunda yaşamaktadır. Modernizmin "akıllı ol, aklına uy felsefesi, duygularınla yaşa-hisset"e dönüşmüştür. Bu olayların yaygınlaşması ve değişen geleneksel, ahlaki değerler, erozyona uğrayan toplumsal yapı bir zamanların tabularını yıkmıştır. Her kesin özneleşmesi ve varlığını ortaya koyabilmesi saklı grup, düşünce ve fikirlerin ortaya çıkmasına, yeşermesine neden olmuştur.

Toplumun özel ilgi gruplarına ayrılmasıyla oluşan parçalanmışlık siyasi süreci felce uğratmış, müşterek çıkar fikrini tahrip etmiş siyasi ve ekonomik kolaycılığın en küçük birimleri için artan şekilde şiddetli rekabeti doğurmuştur. Evrensel ve ortak değerlerin reddi ile yanı dairede buluşmak imkânsızdır ki bu daire zaten bir merkeze işaretler; postmodernizm merkezi reddeder.

• **Entelektüel Pazar:** Geçmişte, kültürel ve dini bilgi ve değer, etkili bir şekilde entelektüel ve siyasal elit tarafından kontrol edilmekteydi. Bilgi bir güçtü ve bilginin yayılması sıkı bir şekilde kontrol edilmekteydi. Uydu televizyon ağları, bilgisayarlar ve internet hem sansür hem de kontrolün moda-sınının geçmesine neden oldu. Eskiden uzun uğraşlar sonunda, emekle elde edilen bilgi teknolojinin gelişimiyle herkesin ulaşabildiği, alın terinden yoksun bir hale gelmiştir. Bilim adamı ve entelektüelin ayrıcalığı, olaylara hakimiyeti zedelenmiştir. Zira sokaktaki herhangi bir adam bile entelektüel ve bilim adamının sahip olduğu bilgilere ulaşabilmekte, bunlar hakkında fikir yürütebilmektedir. Her mekana ve ana yayımlı bilginin kontrolü zor, kullanımı açıktır. Herkesin köşe yazarı, şair ve yazar olması bunun en güzel örneğidir. Ülkemiz seri üretim halinde olan edebiyatçı, televizyoncu, gazeteci, akademisyen, bilim adamı (...) yaygın bilgi akışından faydalanarak imajlar dünyasında dışı renkli içi siyah beyaz figürler olarak kamuoyunu meşgul etmektedirler.

• **Yapısal parçalanma süreci (deconstruction):** Bu, tıpkı bir soğanın kabuklarının soyulması işlemi gibi metinlerin parçalanması anlamına gelen bir sözcüktür. İstenilerek yapılan bir süreçtir. Jaques Derrida “neden şeyleri oldukları gibi bırakmak yerine onları parçalamak için uğraşılır. Burada bulunan hiçbir şey bir kuvvetin etkisi olmadan şuraya hareket edemez. Benim üzerinde ısrar ettiğim parçalanma nötr değil, kasıtlıdır.” Parçalama, metnin bireysel bilgi kırıntılarını ekarte etme ve birbirinden ayırmak amacıyla bir metnin olası bütün perspektiflerinin kontrol edilmesidir.

Postmodernizmin en başat kavramlarından biri de “öteki” kavramıdır. “Postmodern yazarlar bilinçli biçimde işçi sınıfı, ezilenler, yoksullar dememek için ötekiyi tercih ediyorlar. Bu kavram aynı zamanda yabancılaşmaya karşılık olarak da kullanılıyor. Öteki o kadar muğlak bir kavram ki herkes bir diğerine karşı öteki olabiliyor. Ötekiler olarak ifade edilenler, yani dışlanmışlar kendi var oluşlarıyla kutsanıyorlar. Homoseksüeller, lezbiyenler, dazlaklar, Naziler, kadınlar vb. hepsi ötekinin içinde...” (Özkan, 2001) Ötekinin muğlaklığı bir yandan karşıdakini tanımlama olanağı sağlarken bir yandan da onu meçhulleştirmekte, bilinmez yapmakta, adını silmektedir. “Ötekinin” kullanımıyla ötekileştirilenin yalnızlaştırılması öznenin intikamı olarak da yorumlanabilir.

Sınıftan söz edilemeyeceği için “çokluk”, “öteki” öne çıkarılmalıdır. Çünkü “bütüncül kimlikler” yoktur, “tikel kimlikler” vardır. Toplum, sistem, kimlik birleşik değil a simetriklerdir. (Özkan, 2001)

Sosyolog Zygmunt Bauman’ın dediği gibi “Postmoderniteye atfedilen başlıca özellik, kültürlerin, toplumsal geleneklerin, ideolojilerin, hayat stillerinin veya da dil oyunlarının sürekli ve azımsanamayacak çoğulculuğu veya bu çoğulculuğun tanınması ve bilincinde olunmasıdır. Postmodern dünyada çoğul olan şeyler, evrimsel bir sıraya dizilemez veya da yaygın problemlerin doğru veya yanlış çözümü olarak sınıflamayacağı gibi, birbirinden üstün veya önemsiz olarak ta görülemezler. Hiçbir bilgi, onun mümkün kılarak anlamlandıran kültür, gelenek, dil oyunları vs. bağlamları dışında değerlendirilemez. Bundan dolayı, bu bağlamın dışında doğrulanabilecek hiçbir “geçerlilik kriteri” kullanılamamaktadır. Evrensel değerler olmadan, postmodern problemi üst kültürü nasıl evrenselleştireceği değil, kültürler arasında karşılıklı anlayış ve iletişim nasıl sağlayacağı noktasında olmaktadır. (Adams, 1999)

“Postmodernizmde iktisadi yapı postendüstriyel’dir. Bu dönemde üretimin miktarı ve verimliliğinden ziyade bilim ve teknoloji ağırlıklıdır... Postendüstriyel toplum bilgiyi üretme ve aktarma kapasitesiyle tanınmaktadır.” (Birkök, 2004) Üretim, teknolojinin gelişmesi ve yaygınlaşması ile daha da artmıştır. Toplum, kitle iletişim araçları ile enformasyon bombardımanına tutulmaktadır. Dünya Mc Luhan’ın Global Köy’üne dönüşmüştür.

3. POSTMODERNİZM VE TELEVİZYON

Çağdaş televizyon pek çok postmodern biçimsel özelliği sergiler. Bunun yanında postmodern kuramda bize televizyonun metinselliği konusunda birçok kışkırtıcı kavrayış sağlar. Bu yüzden televizyona çok sayıda postmodern kuram uyarlaması yapılmıştır. (İrvan, 2002) Televizyon postmodernizme çok malzeme sağlayan bir yapıya sahiptir. Teknoloji dünyasında görsel ve işitsel özellikleri ile bilgiyi imajlar yığını içinde toptan sunumu, hedef kitleye bütüncül yaklaşımı ve kolay algılanır yapısı ile toplumun vazgeçemediği bir kitle iletişim aracıdır. “Kitle İletişim Araçları (mass media) dünya insanları için geniş bir ürün, değer ve düşünce pazarını kullanılabilir hale getirmiştir. Hatta dünyanın en ıssız bölgelerinde, bile bir insan en umulmayan yerlerde güneş enerjisine ve uydu antenlerine rastlayabilir.” (Adams, 1999)

Prof. Dr. Ali Akay’ın ifadesiyle, postmodernizm içerik değil görüntüdür. (Postmodernizm Nedir?, 2004) Televizyon postmodernizmin bu özelliği ön plana çıkaran bir yapıya sahiptir. Görselliğin ağır bastığı bir kitle iletişim aracı

olan televizyon bu yapısını korumak için postmodern dönemde tüm içeriğini görselliğe göre ayarlamıştır. Dizilerden, yarışmalara, filmlerden haberlere tartışma programlarından reality showlara her şey görsellik üzerine kuruludur. Colour Correction'lar (renk düzeltilmesi), sunucuların alımlı, moda uygun kıyafetleri, bakımlı şık saçları, renkli ve süslü dekorlar, programın yapısına göre renkli, canlı ışıklar, farklı aksesuarlar hep bunların bir göstergesidir.

Televizyon modern bir sirk gibi her gece hedef kitlesini büyülemek için hazırdır ve kanal açıldığında/sırası geldiğinde şovunu yapar. Sunucular mankenlerden seçilir, makyajlar saatlerce sürer, istenileni en iyi ve güçlü şekilde vermek için sanal dekorlar kurulur, kameralar çoğaltılır. Görsel bir tat yakalamak ve şöleni unutulmaz kılmak için hiçbir masraftan kaçınılmaz. İçerik önemli değildir önemi olan kurgudur. Kurgudaki çarpıcılık ve sunum içeriğin boşluğunu kapatmaktadır. Bu telegörsel yapı gerçeklik üretimi sırasında nesnel gerçekliği değil kapitalizmi yeniden üretir. (İrvan, 2002) "Dallas Smythe'in belirttiği gibi kitle iletişim araçları (özellikle ticari televizyonlar) tekeli kapitalist sistemin bir buluşudur. Bu araçların amacı bütün nüfus ve öteki örgütlerin önderliği için sorunlar, değerler ve politikalar 'gündemini' oluşturmaktır. Bu araçlar aynı zamanda izleyicileri kitle halinde üretirler ve reklâmcılara satarlar." (Erdoğan, 2000) Televizyon bir anlamda bu görselliği yapmak yükümlüdür. Çünkü kendinin sadece ticari bir kaygıyla kurulduğunun farkındadır. Onun için kamu yararı sadece bir kılıftır. İzleyici ürettiklerini tüketmeli, cam ekranın önünde mümkün olduğu kadar fazla kalmalıdır. İzleyiciyi, potansiyel tüketiciyi ekrana çekmek için Makyevelist bir anlayışla her yol mubahtır.

Baudrillard, televizyon programlarının, uydu yayınlarının ve reklamlarının nasıl ve ne biçim özneler ya da toplum bireyleri oluşturduğunu "Precession of Simulacra" adlı makalesinde tartışır. "Baudrillard'a göre günümüz iletişim araçları gerçek olmayan bir gerçek-bir "hipergerçek" yaratarak insanların kendilerini tanımlarken, doğal ve sosyal çevrelerinden kopmalarına, onlardan yabancılaşmalarına neden olmaktadır. Ekrandaki mesajlardan, görüntülerden yakın çevresinden etkilenirmişçesine etkilenen özne, ona o söylemi, görüntüleri aktaranları gerçek yaşamda olduğu gibi doğrudan etkileyemez. Onun bu bir yandan aktif, etkileyen, öbür yandan pasif, etkileyemeyen durumu hipergerçeğin önemli bir özelliğini oluşturur. Ayrıca, yaşamla bu biçimde iletişim kuran öznenin içinde bulunduğu durum yapay olduğundan ve onun özgürlüğünü sınırlandırdığından iletişim araçlarını kontrol edenlerin politik gücünün artmasına da olanak verir." (Doltaş, 2004) Televizyonun etken izleyicinin edilgen durumu izleyiciyi bu güç karşısında pasifize eder. Bu süreçle beraber izleyici tepkisizleştiği gibi sadece alıcı konumunda kalır. "Baudrillard kitlelerin devamlı mesaj bombardımanına tutulmalarından dolayı bezginleşerek sessiz-

leştiklerini söylemektedir. Bu durum toplumsalın sonu anlamına gelmektedir. Toplumsalın yok olmasıyla birlikte, sınıflar, ideolojiler, kültürler ve bizzat gerçek arasındaki ayrımlar infilak edip göçmüştür. Bir yandan emredici tüketim kalıpları (marka çılgınlığı), diğer yandan ‘civalı devri’ ile kitleler yönlendirilmekte, medya da kontrolü sağlamlaştırmaktadır. Böylece devletin diğer ‘ideolojik aygıtları’ ile ‘kontrol toplumu’ inşa edilmektedir.” (Özkan, 2001)

Postmodernizm bir yapı oluşturma ya da sistem kurmanın yerine kolaj, montaj geçiyor. Bir toplulukta bütünlük, homojenlik, süreklilik ve belirlenimler görmenin yerini parçalanma, farklılık, belirlenemezlik, kaos, geçici ve süreksizlik görme alıyor. (Postmodernizmden anlaşılanlar..., 2004) Televizyon montaj, kurgusal bir sistem üzerine inşa edilmiştir. Sürekli bir görme mümkün değildir. Televizyon görece olarak birbirinden farklı “bölümlerden” oluşur. Bir düzen ve sınıflandırma yoktur. Farklı yapılar ard arda gelir. Örneğin bir pembe diziyi onbeş dakika izlemek, aşağı yukarı beş farklı anlatı öbeğinden kısa sahneleri, yarım düzine kadar farklı ürünün reklamını diğer televizyon programlarının tanıtımlarını ve büyük olasılıkla kısa haber spotlarını içerecektir. Bunlar seri imajlar halinde izleyiciye sunulur. İzleyici akışkan imajlar bombardımanı içinde kontrolü dışındaki bu görsel şölene sadece izleyici olarak katılır.

Televizyonda imgelerin, sözcüklerin yinelenmesi, parodi, değişik aktarma biçimlerinin aynı yapıtta birlikte kullanılması, anlam birliğini yadsıyan, anlam kaynağını vurgulayan göstergelere yer verilmesi sık sık görülür. (Doltaş, 2004) Sanatsal anlamda ise postmodernizm; filmlerde, televizyonda, gazete karikatürlerinde ve pop müzikte ‘kitle kültürünü’ üstün kılarak ‘yüksek sanatlara’ yaslanan elitizmi tahtından indirme şeklinde kendini gösterir. (Postmodernizm nedir?, 2004) Televizyonda bu elitizmi yok ediş açık şekilde ön plana çıkar. Sıradan kişiler renkli camda bir anda ünlü olabiliyor. Popüler kültür ön plana çıkartılıp gündemde kalmak sağlanıyor. Önemli olan bir şeyler öğretmek, vermek, kamu yararı değil. Televizyon, toplumu sadece eğlendiren, meşgul eden ve sansasyon, izlenirlik sağlayan popüler kültür ile ekran karşısında tutmaya çalışıyor. Bunu yaparken de “toplumu bunu istiyor” kılıfını kullanıyor. Oysaki böyle bir kanı yok. Televizyon ardına tüm toplumu alıp sanal bir baskı ile içi boş hikayeler anlatıyor ve kapitalist çarkını işletiyor. Bu popüler kültürün, kitle kültürünün ön plana çıkmasını şu şekilde açıklanabilir: “Resim, heykel, tiyatro, bale ve klasik müzik gibi anlaması ve tadına varılması belli bir kültür birikimi gerektiren sanatlara ‘yüksek sanat’ deniyor. Bunlar, adı üstünde “yüksek” olduğundan bunlara herkes erişemiyor, erişse de çoğu insan bu tür sanattan bir şey anlamıyor ya da zevk almıyor. O zaman ne olacak? İnsanları düşündürmek ve eğlendirmek için “kitle kültürü”nü ön plana çekeceksiniz. Bunun sonucunda estetik değerler aşınıyor, sanat metalaşım ‘tüketilebilir’ bir

kavrama dönüşüyor.” (Postmodernizm nedir?, 2004) Gün geçtikçe yaygınlaşan bu anlayış ile sanatta elitist dışı seçimler meşrulaşıyor. Bu yüzden de serbest piyasa populizminin beğenileri ön plana çıkarılıyor.

Popüler kültürün renkli sunumu ve çekiciliği sayesinde televizyon kanalı en yüksek rating alıyor ve bu kanal kendini en iyi kanal ilan ettiğinde, nicel kriterler kullanarak, kendine nitel değerler atfetmiş oluyor. “Biz de bunu normal karşılıyoruz. Kendimiz de seyrettiğimiz film veya televizyon kanalını nitelerken yapıyoruz ve bundan rahatsızlık duymuyoruz. Bu bize ters ya da yanlış gelmiyor. Çünkü kitle kültürü postmodern marifetiyle üstün kılınıyor.” (Postmodernizm Nedir?, 2004)

Postmodernizmde Baudrillard’ın modernizmi tanımlarken dayandığı geçici ile kalıcı arasındaki gerilimin kalıcı yanı ortadan kalkmış, geçicilik, süreksizlik, parçalanma ve kaos yanı ortada kalmıştır. Buna paralel bir derinlik kaybı olmuş ve yüzeysel olunmuştur. (Postmodernizmden anlaşılanlar..., 2004) Televizyondaki sürekli imaj akışı ile kaybolan süreklilik, bunun oluşturduğu düzensizlik ve meşrulaşan popüler kültür, televizyondaki derinliğin kaybolmasına neden olmuş yüzeysel bir anlatım ön plana çıkmıştır.

SONUÇ

Günümüz gelişen dünyasında iletişim süreçleri kısılırken insanoğlu farklı kitle iletişim araçları ile birçok mesajı içerik olarak zenginleştirerek gönderebilmektedir. Multimedya araçlarının popüler olmasının yanısıra kamuoyu daha işlevsel kitle iletişim araçlarına da yönelmektedir. Beklentiler de bu yöndedir. İnternet medyasının hızla güçlendiği teknoloji çağında televizyon güncellenen teknolojik ve içerik yapısı ile halen en güçlü iletişim araçlarından biridir. Dünyanın pek çok yerinden insanlar televizyon ile bilgi, haber alma, eğlenme ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Evlerde, iş yerlerinde, arabalarda, uçaklarda kısaca insanın olduğu her yerde büyüdü kutu verilen mesajları hedef kitlelere iletmektedir.

Televizyon, savaşlarla sarsılan dünyada modernizm düşüncesine karşıt şekilde doğan postmodernizm sürecine de uyum sağlamıştır. Bireysel düşüncelerin ön plana çıktığı merkeziz yaşamların önerildiği günümüz dünyasında televizyon da parçalanmışlık ve bireysellik aşılacaktır. Farklı içerikleri ile aklın kutsandığı bir dünyadan fantazy ve hayal dünyasına kapılar açmaktadır. Televizyon, postmodernizm gibi kalıplar yerine zamana ve mekâna uyum sağlayabilen esnek anlayışlar, yeni düşünceler yeni fikirler sunmaktadır. Televiz-

yon istenilen değişimlerin propagandacıdır. Postmodernizm nasıl yeni dünyanın değişmesi gerektiğinin altını çiziyorsa televizyon da amacı ne olursa olsun, farklı egemen güçlerin güdümünde olsa da halkı değişime davet etmektedir.

Ortak uzlaşma zemininde hedef kitleyi buluşturan televizyon kendi kahramanlarını ortaya çıkarmaktadır. Herkesin kahraman olmaya, meşhur olmaya, kitlelerin alkışlarını duymaya hakkı vardır. Farklı olanın, yerel ve otantik olanın ön plana çıkarıldığı televizyonun içeriksel düzleminde evrenselden yerele değil yerelden ervensele doğru bir yönelim söz konusudur. Her insan, her kültür her ortam kendi özellikleri içinde bir bütün olup görsel dünyanın içinde temsil edilmeyi hak etmektedir. Bu farklılığı ve özgünlüğü de tüm insanlar görmelidir. İzleyiciler kendilerine sunulan sıradan yaşamlar içindeki farklı kimlikleri özgürce yorumlarken onların haklarına da saygı duymaktadırlar. Farklılıkların oluşturduğu birliktelik içinde sınıflandırmaya, ayırtırmaya, onları tek tek ele almaya gerek yoktur. Ancak bütünlük içinde marjinal grupların, uç düşüncelerin sunumuna ve ortaya çıkmasına olanak tanıyan postmodernizm gibi televizyon da farklı, uç ve marjinal kişi, öykü ve konulara bünyesinde yer verir.

Televizyon ele aldığı malzemeyi çabucak tüketir bir hale gelmiştir. Sürekli devinim kullanılan içeriklerin tekrarına yol açmakta; rekabet içerik üretimindeki özgünlük ve çeşitliliği yukarılara çekmektedir. Hedef kitle beğenileri doğrultusunda aynı popüler içerikler farklı kanallar tarafından da kullanılmaktadır.

Bilgi akışının hızlandığı, insanların kolayca bilgiye ulaşabildiği postmodernizm sürecinde televizyon da birçok bilgiyi insanlara ulaştırır hale gelmiştir. Haber kanallarından belgesel kanallarına, tematik kanallardan ulusal yayın yapan genel izleyici kanallarına artan kanal sayısı farklı bilgilere ve içeriklere ulaşma imkânı sağlamıştır. Kablolulu kanallardaki ve uydu kanallarındaki artış, internet televizyonlarının ortaya çıkışı ve internet tabanının yayınları kolaylaştırıcı etkisi seyirciye televizyon kanallarını mekândan bağımsız şekilde seyretme olanağı tanımıştır.

Televizyon pek çok postmodern biçimsel özelliği taşımaktadır. Bunlardan biri olan görsellik televizyonun en çok ön plana çıkardığı özelliktir. Daha güzel, daha iyi, daha şık ve özenilir göstermek için en iyi görüntüler, en estetik açılar seçilmekte en çekici makyajlar yapılmakta, en renkli, sıcak ve iç açıcı dekorlar düzenlenmektedir. Hedef kitleyi etkilemek için algıları harekete geçiren görüntü kompozisyonları planlanmakta teknolojinin teknik hilelerinden sık sık yararlanılmaktadır. Program içerikleri ve akışları hep bu doğrultuda hazırlanmaktadır. Görüntünün toptan bilgi aktarımı en kaliteli şekilde gerçek-

leştirilmeye çalışılmaktadır. Şovun devam etmesi için görüntü kusursuz olmalıdır. Ekran önündeki sunucuların, oyuncuların fiziken güzel ve yakışıklı olmaları da hep bu nedenledir. Çünkü televizyon göze hitap etmektedir.

Televizyon, karşısında edilgenleştirdiği insanı, hâkim iktidarın ya da sahip olduğu güçlerin ideolojileri doğrultusunda şekillendirmeye çalışır. Yeniden inşa ettiği gerçeklikle hakikati değiştirip yeni bir doğrular dizgesi kurarken yabancılaşan insana, kapitalist sistemin rollerine uygun olarak, sadece tüketen bir kimlik verir. İzleyici, mesajı şartsız bir şekilde kabul eder, kendisine sunulan ürünleri alır, programları itirazsızca izler. Gerçek yaşamdan etkilendiği şekilde etkilenmediği televizyonun büyülü dünyası arasında hipergerçeklikle tanışan izleyici, bu yapay iletişim ortamında özgürlüğünden taviz verip erkler karşısında suskunlaşır.

Elitist kültürü yıkan postmodernizm gibi televizyon da sıradan kişileri ön plana çıkarır. Herkese eşit haklar tanıyarak onların ünlü olmalarını sağlar. Hollywood yıllardır bu proje ile Amerikan halkını avutmuştur. Her Amerikalı inandığında bir kahramana dönüşme gücüne sahiptir. Kitle kültürünü ön plana çıkaran bir anlayışla yarışmalarda, dizilerde çoğunluğu temsil eden örneklemeler seçilir. İzleyicilerin seveceği, benimseyeceği ya da ilgi göstereceği, televizyonun jargonu ile hikâyesi olan, kişiler tercih edilir; programlara çıkartılır; hatta kurgulanır. Hedef kitlenin beklentileri doğrultusunda hikâye baştan yazılıp rol tanımlanır. Kadın programlarına para ile katılan seyirciler gibi... Programın içeriği ve düzeyi ne olursa olsun sürekli orada olan seyirciler (ki şimdilerde yorumcu olarak anılıyorlar) her an bir şeyler söyleme gereği duyarak ya da hazır bekleyerek programdaki tansiyonu alçaltıp yükseltmeye, ratingi arttırmaya oynarlar.

Sonuç olarak televizyonun, İkinci Dünya Savaşı sonrası ortaya çıkarak dünyayı etkisi altına alan postmodernizm sürecine uyum sağlamış, postmodernizmin belirgin özelliklerini taşıyan, yapısı itibariyle de postmodernizm sürecine hizmet eden bir kitle iletişim aracı olduğunu söylemek mümkündür.

KAYNAKÇA

Adams, Daniel J. (1999) “*Postmodernizmin Teolojik Anlamı*”, Çev: Temel Yeşilyurt, Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı: 4, Elazığ.

Birkök, M. Cüneyt. (2004) “*Modernizmden Postmodernizme: Yeni Problemler*”, www.insanbilimleri.com/makaleler /sosyoloji/modernizmden postmodernizme.htm, Erişim Tarihi:20.05.2004.

Doltaş, Dilek. (2004) “*Postmodernizmin Getirdikleri Ve Götürdükleri*”, www.mimoza.marmara.edu.tr/~avni/dersbelgeligi/dersbelgeyazilari/dbonbir/postmodernizm.htm, Erişim Tarihi: 20.05.2004.

Erdoğan, İrfan (2000) “*Televizyonda Dışa Bağımlılık ve Alternatif Olasılıkları*”, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi, Bilim ve Ütopya, Ankara, Kasım-2000.

Erkal, Mustafa, E., Baloğlu Burhan, Baloğlu, Filiz. (1997) “*Ansiklopedik Sosyoloji Sözlüğü*,” Der Yayınları, İstanbul.

İrvan, Süleyman. (2002) “*Medya Siyaset Kültür*”, Alp Yayınevi, 2. Basım, İstanbul, Şubat-2002.

Özkan, Naki. (2001) “*Burjuva Tükenişin Felsefesi Postmodernizm*” Milliyet, 23.01.2001.

“**Postmodernizmden Anlaşılanlar**”, (2004).

<http://www.felsefekibi.com/site/default.asp>, Erişim Tarihi: 14.05.2004.

“**Postmodernizm Nedir?**”. (2004)

arsiv.hurriyetim.com.tr/agora/01/02/02/pop_a_egmir.html, Erişim Tarihi: 14.05.2004.

“**Postmodernizm Nedir?**”. (2004) www.felsefekibi.com, erişim tarihi, 14.05.2004.

Sevsay, M. Emel Yükselmiş. (1993) “*Modernleşme ve Toplumsallaşma Sürecinde Kitle İletişim Araçları*”, Marmara İletişim Dergisi, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, sayı: 2, İstanbul, Nisan-1993.

Sözen, Edibe. (2000) “*Modern Dünyada İletişimin Rolü ve İletişim Problemi*”, 3. Yarıyıl İletişim ve Toplum Dersi Ders Notları, 2000

KADINA YÖNELİK ŞİDDETİ ÖZENDİREN DİZİLER ÜZERİNE ETKİ ARAŞTIRMASI

Süleyman Türkoğlu*

ÖZET

Kadınların eşlerine karşı gelmesi veya eleştirilmesi erkeklerin kadınlara gösterdikleri şiddet gerekçeleridir. Kadınların şiddet karşısındaki en sık tepkileri sessiz kalmaktır. Bazıları sabretmeleri gerektiğine inanmaktadırlar. Şiddetle baş etmeyi en çok zorlaştıran dışsal faktör toplumun boşanmış kadına karşı tutumudur. Toplumun, ataerkil yapıyı destekleyen düşünceleri, evlilik ve aile kurumuna yüklenen değer şiddet ilişkisini devam ettirmelerinin başlıca nedenleridir.

Günümüzde televizyon kanallarında oldukça fazla işlenen kadına yönelik şiddet içerikli diziler toplum tarafından rağbet gösterilmektedir. Kadına yönelik şiddetin dizilerde sürekli işlenmesi sindirici etki yapabilmektedir. Dizi filmlerde işlenen kadına yönelik şiddet içeriklerinin gerçek hayatta şiddete maruz kalan bir kadının travmasını etkileyebileceği ve travmanın yaratacağı olumsuz sonuçları daha da derinleştireceği bir gerçektir. Kadına şiddetin ele alındığı bu araştırmada; televizyon dizilerinde yansıtılan kadına yönelik şiddet içerikli sahneler incelenecek ve birtakım sonuçlara varılmaya çalışılacaktır.

Bu çalışmada, toplumun önemli bir sorunu olan kadına yönelik şiddet olgusunun Türk televizyon dizilerinde ele alınış biçimi ve ATV televizyon kanalında yayınlanan “Alemin Kıralları” dizisinde yer alan şiddet sahnelerinde kadına yönelik şiddet içeriğinin kapsamı ve etkisinin ne olduğu incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Tv Dizileri, Kadına Yönelik Şiddet, Şiddet Sahneleri, Korku, Suçluluk

ABSTRACT

When women come against their husbands and criticize them, these become the main reasons of violence that men show them. Staying silent against violence is the most common reaction that women give. Some of them believe that they need to be patient. Attitude towards divorced women is an exterior fact which gets hard to cope with violence. Society's thoughts which support patriarchal structure are the main reasons of the maintenance of value and violence relationship which is undertaken to family institution.

Nowadays in television channels, violence against women thematic serials are lionised by society quite a lot. Processing violence against women constantly in serials

fl Öğr. Gör. Dr. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, Radyo Tv ve Sinema, E-Posta: turkoglu@gmail.com

may have a saturater impact.It is a real fact that processing violence against women thematic serials may affect on a woman's trauma's who is exposed to violence in real life and get deeper trauma's negative results.Dealing with violence against women in this investigation,violence against women thematic serials will be examined which are reflected in TV channels,and several conclusions will be found.

In this investigation,violence scenes which take place in '' Alemin Kırılı '' serials which is shown in ATV television channel and as an important problem,dealing with the fact with violence against women's extents and impacts are examined.

Keywords: TV Serials, Violence Against Women, Violence Scenes, Fear, Guilt.

GİRİŞ

Televizyon, yaygınlığı ve görsel işitsel anlam aktarımı özelliğinden dolayı yetişkinler ve çocuklar üzerinde en etkili kitle iletişim aracıdır. Günümüzde yeni medya ve ürünlerinin çok etkili ve her geçen gün etkisini arttıran bir olgu olsa da televizyon insanlar için hala çok önemli, çok sıcak, çok yakın ve gündelik hayatın merkezindeki yerini korumaktadır. 2000’li yıllara kadar televizyon cihazlarına mahkûm olan izleyici artık televizyon yayınlarına ulaşmak için sabit mekânlara da bağımlı değildir. Akıllı telefonlar, bilgisayar, tablet ve diğer mobil ürünler aracılığıyla internet üzerinden izlenebilen televizyon, kendine bulduğu yeni mecralar sayesinde gündelik hayatta izleyiciyle irtibatını hiç kesmeden devam ettirmektedir. Etkin bir kitle iletişim aracı olarak televizyon hayatımızdaki önemini koruyor ancak birçok olumsuz tarafıyla da tartışmaların merkezinde yer almaya devam etmektedir. İnsanlar her ne kadar izledikleri, duydukları ya da okudukları şeylerden etkilenip etkilenmedikleri sorulduğunda bunu itiraf etmekten çekiniyor olsalar da, medyanın insanların duygu ve düşünceleri üzerinde etkili olup olmadığını tartışmak yersizdir. Sağlıksız etkilerine karşılık olarak, hemen bütün medya sağlayıcıları insanlara istedikleri şeyi verdiklerini, kamu yararına hizmet ettiklerini, yaygın beğeni algısının ihtiyaçlarını karşıladıklarını, topluma ayna tuttuklarını belirtir. (Laughey, 2010:39)

Televizyon izlemek çoğu yetişkin ve çocuk tarafından paylaşılan bir deneyimdir. Bu ucuz ve çekici iletişim mecrasıyla toplumun geneline ulaşabilirsiniz. Günümüzde eğlence programları arasında yer alan diziler ve beraberindeki reklamlarda önemli bir ekonomik değere sahiptir. Televizyon yayıncılığının ilk yıllarında fazlaca dikkate alınmayan diziler, günümüzde giderek büyüyen bir sektör haline gelmiştir. Birçok TV program içeriğinin eğitime yönelik olmadığı kesindir; günümüzün en fazla izlenen program türleri olarak film ve dizi programlarında sıklıkla şiddet ve cinselliğe vurgu yapılan sahnelere yer verilmektedir. Özellikle kadına yönelik şiddetin komik bir şeymiş gibi sunulduğu bu sahnelerde şiddet görüntüleri izleyiciye gülünecek eğlenecek bir görüntü gibi verilmekte ve görüntü esnasında gülme efektleri de kullanılarak izleyenlerin bu görüntüleri izlerken eğlenmeleri amaçlanmaktadır. Bu durum, izleyenler üzerinde olumsuz bir etki yaratarak gerçek hayatta yaşanan şiddet olaylarını normal gibi görme ve bu olaylara karşı duyarsızlaşmaya yol açmaktadır.

Çalışmamızda, şiddetin kökeni açıklanarak tanımlanırken şiddetle ilgili kuramlar irdelenmektedir. Televizyon dizilerinin olumsuz yanlarının vurgulanacağı bu çalışmada özellikle izleyicilere dayatılan eğlence anlayışı ve bu anlayışın izleyenlerde yol açtığı duygu kaybı ele alınmaya çalışılmıştır.

1. ŞİDDET KAVRAMI

Türk Dil Kurumu büyük sözlüğünde Arapça kökenli olan “şiddet”in altı tanımı bulunmaktadır. Şiddet: “bir hareketin, bir gücün derecesi, yeğlilik, sertlik, hız, bir hareketten doğan güç, karşıtı görüşte olanlara kaba kuvvet kullanma, kaba güç, duygu ya da davranışta aşırılık” olarak tanımlanmaktadır. (TDK, 2014)

Şiddet kavramı; sertlik, sert ve katı davranış, kaba kuvvet kullanma olarak tanımlanır. Şiddet olayları ise; insanları sindirmek, korkutmak için yaratılan olay ya da girişimler olarak tanımlanmaktadır. Fransızca’da şiddet (violence) bir kişiye güç ya da baskı uygulayarak; istediği bir şey yapmak ya da yaptırmak şeklinde tanımlanır. Başkasını öldürme, sakat bırakma, ya da yaralama yoluyla zarar verilmesini içerdiği için genel anlamda gücü aşmaktadır. Bu tür eylemleri, başkasına karşı tehdit oluşturmayı ve insana fiziksel ve ruhsal zarar veren her davranışı şiddet olarak tanımlamaktayız. (Ünsal, 1996:29-30)

Bu açıdan bakıldığında şiddet, sonuçları üzerinden değerlendirilen bir kavramdır. Fiziksel güç kullanılmasının sonucu olarak, buna maruz kalan birinin “rahatsız olması, alıkonması, kabaca ya da sertçe müdahaleye uğraması, dokunulmazlığının bozulması, onurunun kırılması, aşağılanması ya da kirletilmesi” (Keane, 1998:68) şiddet olarak tanımlanabilir.

İnsanlık tarihiyle birlikte ortaya çıkan şiddet kavramı, birçok bireysel ve toplumsal öge ile birlikte karışık bir yapı ortaya koymaktadır. Bu nedenle şiddet kavramını tanımlamak kolay değildir. Günümüzde şiddet, yaşamsal çıkarlara yönelik tehditlere verilen bir karışıklıktır. Şiddet, ancak kendini ve başkalarını şiddete karşı savunmak durumunda kaldığında desteklenebilir. Gerekliğin sona erdiği yerde suç başlar. İletişim ortamlarında çekici kılman şiddet iletişiminin normal görünmesi sağlanarak doğallaştırılmaktadır.

Şiddeti, “bir canlı ya da canlı grubuna fiziki olarak zarar verme niyeti ile fiziki gücün çok inandırıcı bir şekilde kullanılabilmesinin tasvir edilmesi ya da bu gücün kullanılması” olarak tanımlamaktadır. (Özer, 2010:51) Gündelik yaşamda gerçekleşen şiddet durumu iletişim araçlarıyla sunularak çoğaltılmakta ve tekrar tekrar gösterilerek meta haline dönüşmektedir. İletişim ortamlarında şiddet gösterimi üzerine birbirinden farklı çalışmalar bulunmaktadır.

2. EĞLENCE, TV ve ŞİDDET

Eğlence (entertainment) kavramının kökeni Latince tenere sözcüğü olup, tenere, kişinin keyifli, dengeli ve meşgul tutulması anlamına gelmektedir. (Bosshart ve Macconi, 1998:3) Modern toplumlarda iletişim özgürlüğünün varlığı, başkalarına yönelik şiddetin çoğunlukla eğlenceye dönüştürülmesine

neden olmaktadır. Eş değişle şiddet, kitle iletişim araçları kullanılarak kitle merakının, heyecanının ve eğlencesinin bir nesnesi durumuna getirilmektedir. (Keane, 1998:163)

“Televizyon bir cazibe merkezi olarak hayatımızın başköşesine oturdu. Yirmi dört saat yayın yapan kanallarla tam bir görüntü sarhoşluğu yaşıyoruz. Alışkanlıklarımız, konuşma biçimimiz, ilişkilerimiz televizyona endekslendi sanki. "Eğlenceli", "renkli" bir hayat yaşamaya başladık. Resmi ideolojinin yasaklıları, toplum kıyısında yaşayanlar bütün “giz”leriyle evlerimizde artık. Kameralar pervasızca mahremiyetimizin en ücra köşelerine giriyorlar. Şiddetin bütün türleriyle tanıştık. “Reality Show”larla kan ve acının da bir satış değeri olduğunu, reklam alabileceklerini öğrendik. Kapitalizmin en temel özelliği olan rekabetin insanları nasıl vahşileştirdiğini, iğrençleştirdiğini gördük. Duygularımız, tepkilerimiz, duyarlılıklarımız törpüledi...” (Postman, 1994: 101)

Televizyonun eğlendirici olmasından öte, eğlenmeyi, her türlü deneyimlerimizin temsilinin doğal çerçevesi haline getirmesidir. Televizyon aygıtımız bizi dünyayla hep yakın ilişkide tutar ama bunu bize gülümseyen çehremizin hiç değişmediği bir yüzle yaptırır. Sorun televizyonun bize eğlendirici temalar sunması değil, bütün temaların eğlence olarak sunulmasıdır ve bu da bambaşka bir sorun olmuştur. (Postman, 1994: 99)

Saldırganlığın ve şiddete eğilimin insanın doğasında olduğunu tartışanlara, insanlık tarihinin savaşlarla belirlendiği hatırlatılmaktadır. Savaşlara insanlar karar verir ve bu savaşlarda insanlar savaşır. Bu bağlamda savaş vasıtasıyla şiddet ortamı oluşturulmaktadır. Günümüzde, iletişim ortamı olarak televizyonda şiddet gösterimi üzerinde birçok araştırma yapılmıştır. Bu araştırmalar sonucunda şiddet içeren televizyon programlarının, saldırganlığı arttıran etkenlerin en başında geldiği görülmektedir. Araştırmalardaki televizyon yayınlarındaki şiddet unsurunun toplumun her kesimini etki altına aldığı, davranış bozukluğına yol açtığı ve şiddet kullanımına özendirdiği yönündedir. (RTÜK, 2006:185)

Kitle iletişim araçları; insanların dünya görüşlerini tutumlar, davranışlar ve bu yolla yeni rol modelleri oluşturmaktadır. Televizyonun hızına duygularımız yetişmez olmuştur. Gerçekte, şiddetin toplum tarafından benimsenmiş ve gündelik yaşamda hiç yadırganmayan bir olgu niteliği olarak algılandığı ve de bu olgunun davranışları etkilediği ortaya çıkmıştır. Gerbner araştırmalarında buna benzer sonuçlara ulaşmıştır. Gerbner’e göre bu tür yayınlar şiddet ve şiddetin kurbanı olmayı meşrulaştırmaktadır. (Gerbner, 1991: 11)

Çağımızda insanların yüz yüze geldiği şiddet Gerbner’in televizyon programlarında ekilen ve bunun izleyicilerin sokakta geçirdikleri zamanda veya tanımadıkları insanlardan gelecek tehlikelerle paranoyak olacak derecede et-

kilenmesiyle sınırlı değildir. Aslında Gerbner okulunun üzerinde durduğu televizyon şiddeti, insanların günlük yaşamlarının önemli bir kısmını geçirdikleri iş yerindeki ücret politikalarının ve iş yapma ve yaptırma kültüründeki ilişkilerin sürdürdüğü soğuk ve sinsi şiddetin yanında anlamını yitirmektedir. Hele ulus içi ve uluslararası sermayenin güvenliğini sağlamak için başvurulan meşrulaştırılmış şiddet ve sonuçlarıyla karşılaştırılmaz bile. Medyanın da yardımıyla “gerçek inançlıların” yaratılışı ve desteklenişi, ücretli/maaşlı kölelik ilişkilerinde dikey yapıyı korumak için yatay yapıdaki kitlelerin birbirine düşürülmesiyle sergilenen şiddetin ele alınması gerekir; fakat el yakma göze alınsa bile cep yakılamayacak kadar sıcak olabilmektedir.

Gerbner, kitle iletişim araçlarının etkilerinin anahtarını, onların bir sanayi toplumunda imgesel düşüncelerin ve bilincin ekilmesi (cultivation) işlevini üstlenebilme yeteneğinde görmektedir. Gerbner, kitle iletişim araçlarının temel sürecinin kelimenin tam anlamıyla “açığa vurma” olduğunu söylerken şöyle demektedir: “Modern kitle iletişiminin gerçekten devrimci önemi... eskinin zaman, yer ve statü sınırlarının ötesinde hızlı, sürekli ve inandırıcı olarak ortak düşünce ve eylem için tarihsel yeni temeller oluşturma yeteneğidir.” (Alemdar, ve Erdoğan, 1998:12)

Kitle iletişim araçlarında şiddet gösteriminin kişiler üzerinde herhangi bir olumsuz etkisi olmadığı savları günümüzde geçerliliğini kaybetmiştir. Gerçekte yaşanan şiddet, olayın gerçekleştiği yerde bulunanlarla sınırlı kalırken kitle iletişim araçlarında yer almasıyla çok sayıda insana ulaşmaktadır. Şiddet görüntülerinin saldırganlığın ve şiddetin artmasına katkısı ülkelere göre farklılıklar gösteriyorsa da, giderek daha çok sayıda kişinin şiddete maruz kalması, şiddetin kaynaklarının, şiddet yoğunluklu bölgelerin ve şiddete daha çok maruz kalan toplumsal grupların yeniden tanımlanmasını gerekli kılmaktadır. (Aziz, 1994:7-12)

Televizyonda gösterilen şiddet; insanları nefret ve kinle doldurmaktadır. Yaşamın en önemli gerçeğini, ölümü insanlara eğlence olarak sunmaktadır. Haberlerde, reklamlarda ve dizilerde şiddet canlandırılarak izleyicilere satılmaktadır. Yoğun şiddet içerikli programlar nedeniyle duygularımız televizyonun hızına yetişemez olmuş ve şiddete karşı duyarsızlaşmaya başlamıştır. Televizyonun görsel ve işitsel iletilerinin iletim özelliğinin olumlu özellikleri olumsuz özelliklere de dönüşebilmektedir.

Postman’a göre; televizyon izleyicisi olarak bireylere, dünyanın yetersiz, sorun ve üzüntü dolu acılı gerçekleri sunulmaktadır. Şiddetin yaygın olmasının nedenleri araştırıldığında iletişim ortamları büyük bir etken olarak ortaya çıktığı saptanmaktadır. (Postman, 1995:14) Televizyon ve gerçeklik algısı tartışması televizyonun sanal bir dünya sunarak gerçeklik duygusunu kenara atması

yönündedir. Kendi içinde dramatik bir kurguya sahip bu hayal dünyası insanların analiz ve sentez yeteneğinin körelmesine yol açabilmektedir. (Mutlu, 2005:78)

3. KADINA YÖNELİK ŞİDDETİ ÖZENDİREN DİZİLER ÜZERİNE ETKİ ARAŞTIRMASI

Genel olarak; kişiler arası saldırganlık diğer kişiye zarar vermeye yönelik her türlü davranışı içerir. Bu tanım zararın ve amacın öğelerini içermektedir. Saldırganlığın amacı zarar vermek olmalıdır. Sonucun iyi ya da kötü olması önemli değildir önemli olan zarar verme amacı taşımasıdır. Saldırganlıkta önemli olan saldırıya uğrayanın nasıl algıladığı değil, saldırganın böyle bir amaç içinde olmasıdır. (Felson, 1999: 9-12)

Şiddetin kitle iletişim araçlarındaki eğlencenin temel unsurlarından biri olduğu ve bir dizi psikolojik süreç üzerinden izleyicilerin düşmanlık seviyelerine ve agresif tutumlarına katkıda bulunduğu yolunda bol miktarda kanıt bulunmaktadır. (Bryant, 2003: 215) Dolayısıyla, şiddet içerikli eğlence programları başta gençler, özellikle de henüz gerçeklikle kurguyu birbirinden ayırt edemeyen çocuklar için olmak üzere, bütün toplum için önemli bir tehdit oluşturmaktadır. Gençler medyada gördükleri şiddet eylemlerini taklit etmekte, şiddete karşı duyarsızlaşmakta ve şiddeti hayatın bir gerçeği olarak kabul etmektedir.

Şiddet içerikli eğlencenin etkileri, tıpkı sigarada olduğu gibi bu tür programları izleme süresiyle orantılı olarak artmaktadır. Sonuç olarak, sağlık dünyası şiddet içerikli eğlenceyi sigarayla eşit seviyede bir halk sağlığı problemi olarak kabul etmektedir. Birçok araştırmacı, şiddet içerikli video oyunlarının interaktif niteliği nedeniyle gerçek dünya şiddetine neden olma potansiyelinin daha da yüksek olduğunu düşünmektedir. (Ruschmann, 2010: 27-39)

Eğlence endüstrisi eleştirmenleri de, kitle iletişim araçlarında şiddetin yüksek seviyelerde görünür olmasıyla günlük yaşamda yüksek seviyede gerçekleşen şiddet olayları arasında bağlantılı olduğunu ileri sürmektedir. (Ruschmann, 2010: 27-28) Aynı şekilde, ABD’de şiddet içerikli eğlencenin etkilerine ilişkin kırk yıl süreyle yapılan araştırmalar, özellikle televizyondaki şiddet içerikli eğlence programlarıyla gerçek hayattaki şiddet olayları arasında bir bağlantı olduğunu ortaya koymuştur. Bu bağlantının başlıca nedenleri şunlardır: (Ruschmann, 2010: 32-33)

- Şiddet içerikli eğlence şiddetin normal ve kabul edilebilir bir davranış olduğu yolunda bir mesaj vermektedir. Uzmanlar, şiddet içerikli programlara izin veren toplumların vatandaşlarının uyguladığı şiddete dolaylı olarak katkıda bulunduğunu söylemektedir.

• Şiddet içeren programları izleyen kişiler şiddete karşı duyarsızlaşmaktadır. Duyarsızlaşmış insanlar büyük ihtimalle saldırgan olayları daha az fark edecek, şiddetin etkilerini önemsiz görecektir, şiddetin mağdurlarıyla daha az empati kuracak ve şiddete daha fazla tolerans gösterecektir.

• Çok fazla şiddet içerikli eğlence programı izlemek ‘acımasız dünya’ sendromuna yol açacaktır. İzleyici, dış dünyadaki şiddetin miktarını olduğundan fazla görmeyecek, diğer insanlara karşı güvensizlik duyarak, silah taşıyarak ve hatta daha kendisine saldırılmadan agresif davranışlar göstererek aşırı tepki verecektir.

4. KADINA YÖNELİK ŞİDDETİ ÖZENDİREN DİZİLER “ALEMİN KIRALI” ÖRNEĞİ

İnsanlık tarihi boyunca var olan, zamana ve topluma göre değişmesiyle birlikte saldırganlık güdüsünün dışa vurum şeklinde vücut bulduğu bir olgu olarak şiddet, bilimsel gerçeklere göre, kaynak açısından toplumsal ve çevresel birtakım faktörlerin sentezi sonucu ortaya çıkmaktadır. Temelinde tek bir nedeni barındırmamasının yanında psikolojik, ahlaki, siyasi, ekonomik ve hukuksal olarak kategorize edilebilen, güç ve baskıyı araç olarak kullanan kişi ya da grupların fiziksel ve ruhsal açıdan zararlara sebebiyet vermesiyle sonuçlanan bir davranış biçimidir. Bireylerin günden güne artan intihar girişimleri ve alkol ile madde bağımlılıkları değerlendirildiğinde kişinin kendine bile şiddet uyguladığı günümüz dünyasında şiddet, genel olarak neticesi itibariyle eziyet, zorlama, sindirme, yaralama, bedensel ve psikolojik acı çektirme ile karşımıza çıkmaktadır. Toplumumuzun temel sorunları arasında yer alan ve ivedilikle çözülmesinin toplumun sağlığı ve geleceği açısından fayda sağlayacağı öngörülen şiddetin, aile içi şiddet bağlamında Türk toplumunun geleneksel yapısı ile paralel olarak erkeğin güç ve egemenliğe olan sahipliğinin bu gücü ne şekilde kullandığı ile birlikte değerlendirilmesi gerekmektedir.

“Televizyon: Öldüren Eğlence” adlı çalışmada Neil Postman, medya ortamlarının gizemli bir şekilde üzerlerindeki denetimle insan bilincini kontrol altına almayı hedeflediğini vurgulamaktadır. (Postman, 1994: 102) Aldous Huxley ise insanların düşünmek yerine gülmelerinden değil, neye güldüklerini ve düşünmeyi niçin bıraktıklarını bilmemelerinden kaynaklandığını ifade etmektedir.

Televizyon karşısında çocuk ve yetişkin kategorileri arasında ayırım yapmamakta, her şeyi, herkes için farklılaştırmadan sunmaktadır. Yani çocuklar TV’de sadece çizgi film ve çocuk programlarına değil yetişkinlere yönelik hazırlanan program içeriklerine maruz kalmakta ve bunun sonucunda etkilenmektedirler. (Postman, 1995: 102) TV ekranlarından defalarca yinelenerek

verilen görüntü ve imgeler bireylerin beyinlerine ve kalplerine işleyerek özellikle özdeşim kurma eğiliminde olan çocuklar ve gençler üzerinde kalıcı izler bırakmaktadır. (Arslan, 2014:11) Bu noktada ebeveynlerin sürece dâhil olmaları gerekmektedir. Ancak ebeveynlerinde medya hakkında yeterli bilince sahip olmamaları ve gerekli sorumluluğu üzerlerine almamaları ciddi problemlerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

TV ve internet aracılığıyla şiddet içerikli görsel uyarıcılarla aşırı yüklü olan bireylerin hiperaktif hale geldikleri, şiddet eğilimlerinin arttığı, şiddete karşı duyarsızlaştıkları ve saldırganlaştıkları belirtilmektedir. (İnal, 2011: 10) Bu noktada medya mesajları karşısında savunmasız alıcı olarak kalan çocukların TV yayını sansürü ve internet yasaklarıyla engellenmesinin yerine, eğitim hayatlarının ilk yıllarından başlayarak, medya karşısında bilinçlendirilmeleri gerekmektedir. Bu şekilde medya karşısında aktif rol alan bireyler olarak toplumda yerlerini alacaklardır. (İnan ve Bayındır, 2009: 3).

Dizi izleme günümüzde insanların günlük aktivitelerinden biridir. Genellikle eğlenme, dinlenme, günlük kaygılardan ve yorgunluktan uzaklaşma amaçlarla izlenen diziler günlük yayınlanan pembe diziler izleyici kitlelerine ulaşmaktadır. Eğlence programları kategorisinde incelenen diziler çoğunlukla bir kurgulama ile oluşturulmuş dramalardır. (Sayılğan, 2010:163)

Dizilerde şiddet konusu, en yaygın kitle iletişim araçlarından biri olması gerekçe gösterilerek daha çok televizyon içeriklerinin incelenmesi yöntemiyle ele alınmaktadır. Televizyon geniş kitlelere ulaşmanın en kolay yoludur. Araştırmamızda ATV televizyon kanalında yayınlanan “Alemın Kıralı” dizisi ele alınmış, dizide yer alan kadına yönelik şiddet sahneleri incelenmiştir



Resim 1: “Alemın Kıralı” dizi oyuncuları

Alemin Kırılı, 2011-2013 yılları arasında, atv'de yayınlanmış olan durum komedisi formatındaki televizyon dizisidir. Sitcom olarak yayınlanan “Alemin Kırılı” dizisi konusu hakkında atv'nin internet sitesinde şu bilgiler verilmiştir: “Şafak Sezer dizide, petshop dükkanında solucan, sülük, tavşan ve benzeri hayvanları satan kendi halinde bir esnafı canlandırıyor... Kibirli kayınvalidesi Asalet'in (Oya Başar) gözüne yıllardır bir türlü giremeyen Aslan (Şafak Sezer)'ın hayatının akışı, kayınbabası Nejat, son nefesinde, "Karım, kızlarım ve torunlarım sana emanet..." diyerek ölünce birdenbire değişir... Üç kız babası olmanın gerekleriyle zor baş ederken kendini bir anda altı kadının yaşadığı insomniyak Asalet'in evinde içgüveysi olarak bulan Aslan'ın başına, kayınbabasına verdiği sözü tutmaya çalışırken birbirinden komik olaylar gelir. Zaten köy kökenli ve muhafazakâr biri olan Aslan, evdeki kadınların arasında iyice paranoyak ve kıskanç biri haline gelir... İşe her gittiğinde gözü arkada kalan, evde ne dolaplar döndüğünü öğrenmek için yanıp tutuşan Aslan'ın maceraları.”

Dizide, oyuncu Metin Yıldız, Kubat Otuzubat karakterini, oyuncu Ececan Gümece ise Nihale Kırıl Otuzubat'ı canlandırmaktadır. Karakterler için seçilen soy isimlerine bakıldığında alaycı ve gerçeğe uymayan bir vurgu göze çarpmaktadır.

Dizide birçok bölümünde Kubat ve eşi Nihale'nin hayatı anlatılmaktadır. Bu sahnelerde, Kubat eşine birbirinden farklı bahaneler öne sürerek sürekli şiddet uygulamakta ve şiddet sahneleri esnasında gülme efektleriyle şiddet görüntüleri eğlence olarak izleyiciye aktarılmaktadır.

Saf bir kadın olan Nihale eşine kendini beğendirmek için büyük uğraşlar verirken kocası Kubat şaka yoluyla karısını aşağılama ve vurma sahneleriyle şiddeti hem fiziksel hem de psikolojik olarak sürdürmektedir. Kadının saflığı komik ve alay edilecek bir durum olarak sunulmaktadır.

Dizinin her bölümünde, Aslan Bey'in kayınvalidesi Asalet Hanım'la arasındaki ölçsüz çekişmeleri, Nihale'nin eşi Kubat tarafından psikolojik ve fiziksel şiddete maruz kalışı ve Nihale'nin öğrenilmiş çaresizliği komik bir biçimde ve argo bir dil kullanılarak anlatılmaya çalışılmaktadır.



Resim 2: Nihale ve kadın kılığındaki Kubat karakterinin kadın sığınma evindeki görüntüsü

Dizinin bir bölümünde kocasının şiddetinden kaçmaya çalışan Nihale kendi gibi şiddet mağduru kadınların bulunduğu kadın sığınma evine gitmektedir. Ancak eşi Kubat kadın kılığına girerek eşi Nihale'yi burada da rahat bırakmamaktadır. Bu sahnelerle izleyicilere kadının şiddetten kaçışı olamaz gibi bir mesaj verilmektedir. Bu sahnelerde, kadın sığınma evi olarak tasarlanan odanın duvarlarında afişler bulunmakta bir tanesinde "Hayvanlığın lüzumu yok kadına şiddete hayır" yazmaktadır. Fakat her zaman olduğu gibi buradaki şiddet sahnelerinin de arka plan seslerinde gülme efektleri verilerek olay normal ve eğlenceli olarak sunulmaktadır.



Resim 3: Kadın sığınma evinde izlenen televizyon dizisindeki şiddet görüntüsü

Kubat ve Nihale'nin birlikte görüldüğü her sahnede ortam neresi olursa olsun şiddet görüntüleri ve gülme efektleri bulunmaktadır.



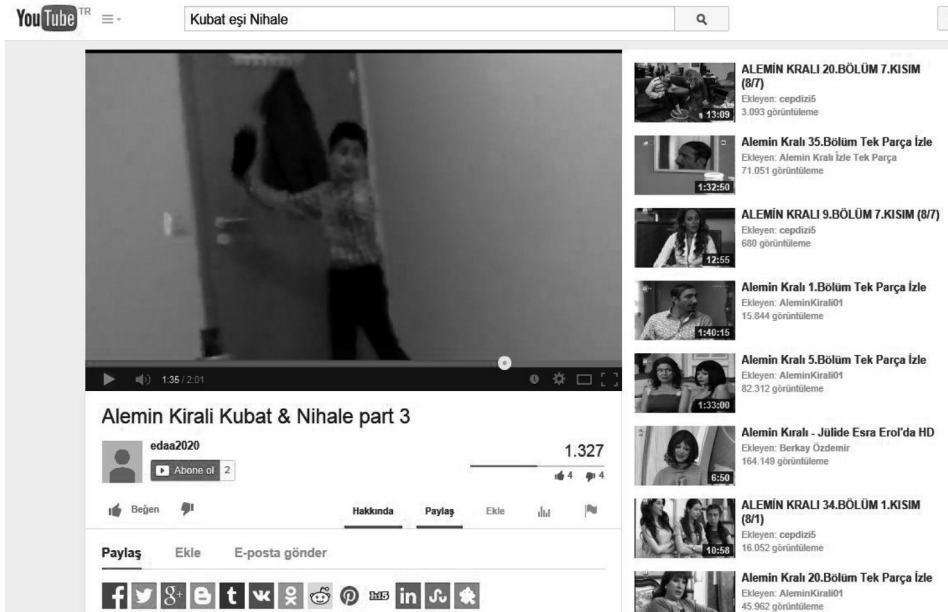
Resim 4: Kubat karakterinin eşi Nihale'ye uyguladığı şiddet görüntüsü

Dizinin birçok sahnesinde karakterlerin birbirlerine bir şeyler fırlattığı görülmektedir. Yukarıdaki sahnelerde de Kubat eşi Nihale'yi yumurtanın fazla sıcak olduğu bahanesiyle aşağılamakta ve yumurtayı eşine fırlatmaktadır.



Resim 5: Kubat karakterinin eşi Nihale'ye uyguladığı şiddet görüntüsü

Yukarıda yer alan görüntülerden ilkinde Kubat eşi Nihale'yi ceza olarak bir bavula koyup bavulun içinde bekletmektedir. İkinci görüntüde ise Kubat eşi Nihale'yi dövmekten, Nihale ise dayak yemekten yorulduğunu söylemektedir.



Resim 6: Çocukların sosyal medyada paylaştıkları video görüntüsü

Kaynak: <http://www.youtube.com/watch?v=iVkhAdQqeDM> Erişim Tarihi: 24 Temmuz 2014

Alemin Kralı dizisinde sürekli sahneler sözlü ve fiziksel şiddetten etkilenen çocukların kendi evlerinde bu sahneleri taklit ederek bire bir canlandırdıkları ve kayıt yaparak sosyal paylaşım sitelerinde bölümler halinde yayınladıkları görülmektedir.

Buna örneğe göre şiddet üzerine yapılan bir araştırma, 1961 yılında Albert Bandura ve arkadaşları şiddet iletilerinin saldırganlığı artırıp arttırmadığı üzerine yapılmıştır. Araştırmalar sonucunda saldırgan davranışların arttığı gözlenmektedir. Bandura'nın çocuklar üzerinde yaptığı denemelerin sonucunda, çocukların çevrelerinde gördükleri davranışları model olarak aldıkları ve model çerçevesinde hareket ettikleri gözlenmiştir. Çocuğun çevresinde gördüğü davranışları taklit etmesi sosyal öğrenmenin temelinde bulunmaktadır. Bu öğrenme mekanizması nedeniyle, saldırganlık davranışında, toplumlar ve kültürler arasında farklılıklar gözlenir. (Bandura, 1977: 27-30)

Saldırganlık, öğrenilen bir eylem biçimidir. Bandura gibi Baron ve Berkowitz de insanların saldırgan tepkilerle doğmadığını savunurlar. Bu görüşe göre şiddet, birçok farklı etkenden kaynaklanır. Bunlar; geçmişte öğrenilenler, yaşanan toplumdaki şiddet davranışının cezalandırıcı ya da ödüllendirici oluşu, sosyal, çevresel, bilişsel etkenler, düş kırıklıkları, kıskırtma, duygusal coşku, heyecan ve şiddete ilişkin düşüncelerdir. (Berkowitz, 2000)

Berkowitz'e göre, şiddet gösterimini izlemek arınma yaratmak şöyle dursun, saldırganlık eğilimini arttırmakta; bu ise, yaşamda şiddete yöneltebilmektedir. Bandura ve diğerlerine göre, şiddet gösterimini izlemek kişiye şiddet örneklerini öğretip kazandırmakta; çevremizdeki diğer modellerde olduğu gibi, kitle iletişimi araçlarındaki şiddet gösteriminden öğrendiğimiz bu modellerden de ilerisi için davranışa hazırlık biçimleri edinmemize yol açmaktadır. Böylece; ileride, benzer bir durumla karşılaştığımız herhangi bir anda o zamana kadar unutulmuş gibi duran bu davranışsal hazırlıklarımız, küçük bir belirtken uyarı ile karşılaşır karşılaşmaz aktifleştirmekte; şiddet davranışlarında bulunmamıza yol açmaktadır. (Bandura, 1977: 30) Şiddet gösterimini izlemek Bandura'ya göre, kişiye şiddet enformasyonlarını öğretmektedir. Birey, öğrendiği anda değil, benzer olaylarla karşı karşıya kaldığı gerekli olduğu anlarda kullanılmaktadır.



Resim 7: Çocukların sosyal medyada paylaştıkları video görüntüsü

Radio Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), “Alemin Kırılı” adlı dizide erkek şiddetinin meşrulaştırıldığı gerekçesiyle ATV'yi 890 bin TL para cezasına çarptırmıştır. RTÜK raporunda kadına yönelik şiddete karşı Türkiye'nin imzaladığı uluslararası sözleşmelere atıf yapılırken, “toplumsal cinsiyet eşitliğine ters düşen, kadınlara yönelik baskıları teşvik eden ve kadını istismar eden programlar” hükümlerinin ihlal edildiği gerekçesiyle kanala para cezası verilmiştir.

Raporda şu ifadelere yer verildi:

"Kubat'ın sonu gelmez gibi görünen sadizminin hedefinde sadece karısı Nihale değil, zaman zaman sokakta karşılaştığı kadınlarda da fiili olarak olmasa da fıkren yer almaktadır. Kadının kamusal alanda dekolte veya 'açık' kıyafet giyerek, erkekler tarafından sözle ve davranışla rahatsız edilmeye meydan hazırladığını savunan mite gönderme yapılarak, Kubat'ın sokakta rastladığı 'açık' giyinen kadınlara yönelik şiddet arzusunun komik bir biçimde verildiği görülmüştür."

SONUÇ

Şiddetin yaygınlaşmasında ve artmasındaki medya rolü yadsınamaz bir gerçek olarak karşımızda durmaktadır. Kadına yönelik şiddet ve işkence sahneleri, hem özendirici olabilmekte hem de kişileri şiddete duyarsızlaştırabilmektedir.

Şiddet sahnelerinden etkilenen bireyin duygusal taşma anlarında, daha önceden izlemiş ve farkında olmadan bilinçaltına yerleşmiş olduğu şiddet davranışını uygulaması kaçınılmaz bir gerçektir. Ayrıca, gerçek ile kurguyu ayırt edemeyen ve bilişsel fonksiyonlarını tamamlamamış küçük yaşta çocukların sürekli tekrarlanan şiddet görüntülerinden etkilenmemeleri imkânsızdır. ‘Alemin Kırılı’ adlı dizide kadına yönelik şiddet içeren görüntülere sıklıkla yer verilerek dayağın meşrulaştırıldığı ve argo bir dil kullanıldığı görülmektedir. Kadına yönelik şiddetin toplum nezdinde “Normalleştirilmeye” çalışıldığı bu tür dizilerin toplumda kanayan bir yara olan kadın cinayetlerine etkileri tartışılmaktadır.

Eğlence amacıyla kurgulanan dizide dayağın meşrulaştırıldığı, kadına şiddetin özendirildiği ve cinsiyet ayrımcılığının ön plana çıkarıldığı sahneler eğlence unsuru “gülme efektleri kullanılarak” olarak izleyicilere sunulmaktadır.

Dizinin, Genel İzleyici Kitlesi'ne hitap ettiği akıllı işaretlerle belirtilmekte ve yayın saati olarak her yaştan izleyicinin izleyebileceği bir zaman diliminde yayınlanmaktadır. Bu nedenle ailece izlenecek bir eğlence programı olarak sunulmaktadır.

Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), “Alemin Kırılı” adlı dizide erkek şiddetinin meşrulaştırıldığı gerekçesiyle ATV'yi 890 bin TL para cezasına çarptırmasına rağmen dizinin tekrar bölümleri gündüz kuşağında yayınlanmaktadır. Bu ve buna benzer şiddet içerikli televizyon programların (Dizi, Reality Show, Reklam, Çizgi Film vb.) eğlence unsuru olarak sunulmaması engellenmeli ayrıca yetkili mercilerin etkili yaptırımları ile tekrarlarının dâhil yayınlanmaması gerekmektedir.

İncelememiz sonucunda gösteriyor ki, televizyonun uzun dönemde düşman bir dünya geliştirmesi, sosyal problemlerin, saldırgan davranışlarla çözümleneceğine ilişkin bir kanaat edinmeleri, saldırganlığın kabul edilebilir olduğuna dair bir inanç geliştirmesi gibi etkileri bulunduğu belirlenmiştir. Şiddet içerikli görüntülerin izlendiği toplumda, belli bir süre sonra şiddete alışmakta ve şiddet eylemleri ile ilgili haberlere karşı duyarsızlaşmaktadır.

KAYNAKÇA

ALEMDAR, Korkmaz, & İrfan Erdoğan, (1998). “Başlangıcından Günümüze İletişim Kuram ve Araştırmaları,” Ankara: Emel Matbaası.

ARSLAN, Ali, (2014). “Medyanın birey, toplum ve kültür üzerine etkileri,” Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, www.insanbilimleri.com, Çevrimiçi <http://www.j-humansciences.com/ojs/index.php/IJHS/article/view/162>, Erişim Tarihi: 26 Temmuz 2014.

AZİZ, Aysel, (1994). “Medya Şiddet ve Kadın 1993 Yılında Türk Basınında Kadınlara Yönelik Şiddetin Yer Alış Biçimi,” Ankara: Başbakanlık Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı, Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, No:81, 1994.

BOSSHART, Louis & Macconi, Ilaria, (1998). “Media Entertainment. Communication Research Trends,” C. 18, S. 3, August 12, 2012, http://cscs.scu.edu/trends/v18/v18_3.pdf, Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2014.

BRYANT, Jennings & David R. Roskos-Ewoldsen, & Joanne Cantor, (2003). “*Communication and Emotion: Essays in Honor of Dolf Zillmann (Routledge Communication Series)*,” Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

FELSON, Richard B., (1999). “*A Social Psychological Approach to Interpersonal Aggression and Violence*,” Edited by Vincent B. Van Hasselt, Michel Hersen. Allyn & Bacon A Pearson Education Company.

GERBNER, George, (1991). “*Journey into Media Violence: A Happy Land of Power, Politics, and Publicity and Maybe Profits*,” Mimeograph.

İNAL, Kemal, (2011). “*Çocuklar Niçin Medya Okuryazarı Olmalı?*”, Çocuk Hakları ve Medya, Hazırlayan: Mustafa Ruhi Şirin, İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.

KEANE, John, (1998). “*Şiddetin Uzun Yüzyılı*,” Çev: Bülent Peker, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları,

LAUGHEY, Dan, (2010). “*Medya Çalışmaları: Teoriler ve Yaklaşımlar*,” İstanbul: Kalkedon Yayınları.

MUTLU, Erol, (2005). “*Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*”, Ankara: Ütopya Yayınları.

ÖZER, Ömer, (2010). “*Medyada Şiddet Kültürü*,” Konya: Literatürk.

POSTMAN, Neil, (1995). “*Çocukluğun Yok Oluşu*,” Çev. Kemal İnal, Ankara: İmge Kitabevi.

POSTMAN, Neil, (1994). “*Televizyon Öldüren Eğlence, Gösteri Çağında Kamusal Söylem*”, Çev. Osman Akınhay, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Radyo Televizyon Üst Kurulu, “*Televizyon Yayınlarında Şiddet*”, (2006). Ankara: RTÜK.

RUSCHMANN, Paul, (2010). “*Regulating Violence in Entertainment*,” New York: Chelsea House.

SAYILGAN, Emine, (2010). “*Medya İşletmelerinde Pazarlama Yönetimi,*” İstanbul, Beta Yayınları, 2010, s.163.

ŞİDDET, Türk Dil Kurumu, Büyük Sözlük, [http://tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=verilst&kelime=%FE iddet&ayn=tam](http://tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=verilst&kelime=%FE+iddet&ayn=tam) (07.02.2010) Erişim Tarihi: 27 Temmuz 2014.

ÜNSAL, Artun, (Kış-Bahar-1996). “*Genişletilmiş Bir Şiddet Tipolojisi*”, *Cogito*, Sayı: 6-7.

<http://www.youtube.com/watch?v=iVkhAdQqeDM> Erişim Tarihi: 24 Temmuz 2014

SANAL AİDİYET BAĞLAMINDA ZİHİNSEL DİASPORA: FACEBOOK ÖRNEĞİ

Türker ELİTAŞ *
Savaş KESKİN **

ÖZET

Teknolojinin gelişimi ile birlikte sosyal medya, bireyi öğrenme ve eğlenme noktasında tatmin edici bir güç olarak kuşatsa da birey asıl kuşatılmışlığını kimliği üzerinden yaşamaktadır. Bireyin günlük yaşam pratikleri arasında önemli bir uzam olan sosyal medya bireyi şekillendirmekte ve bireyde yeni kimlikler oluşturarak aitlik hissinin gelişim sağlayacağı sanal bir ortam sunmaktadır.

Küresel bir boyutta anlık paylaşımların yapıldığı günümüzde, özellikle sosyal medya bu anlık paylaşımların depolanması ve yeniden işlenmesi yönünde etkin bir güç olmaktadır. Bu bağlamda ağ toplumu olarak nitelendirilen günümüz sosyal medyası bireylerin gerçeklik dışı ilişkilerinin en önemli düzenleyicisi rolünü üstlenmekte ve bireyi bilişsel olarak biçimlendirmektedir. Bu çalışmanın amacı, Facebook örneği üzerinden sosyal medyanın birey üzerindeki bilişsel etkisini ve buna paralel olarak ortaya çıkardığı yeni birey anlayışı üzerinde durmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Facebook, Ağ Toplumu

ABSTRACT

Although social media is an informative and pleasing device (power) for individuals, the main force of social media is construct identity. Using social media is one of the important daily activities.

Besides this, social media is forming identities and construct new identities by offering a virtual environment which provide belonging sense. Social media is playing an active and important role to share, save and reprocess these global datas. In this respect social media regulating virtual relationships of people and forming individuals cognitively. This study aims to discuss the cognitive effects of social media and consider new individualities.

Keywords: Social Media, Facebook, Network Society

*Arş.Gör., Fırat Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon Sinema Bölümü, E-Posta: telitas@firat.edu.tr

**Yüksek Lisans Öğrencisi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, E-Posta: sk_2333 @gmail.com

GİRİŞ

Teknolojik alanda yaşanan gelişmelerin, toplumsal bağlamda yarattığı dönüşüm, bireyin gerçekliğe ilişkin algılarının yeniden üretilmesine neden olmuştur. Toplumsal gerçekliğin, belirsizliğe uzanımı, küresel bilincin kolektif figürlerinde yaşanan kavramsal dolayımı beraberinde getirmiştir. Bireyin bu figürleri alımlama sürecinde benliğine içkin özellikleriyle yaşadığı çatışma, kimliğine yabancılaşmasına ve soyut anlamlar içeren ütopyik bir kimlik arayışına yönelmesine neden olmuştur. Özellikle Soyutlaşan toplumsal yaşam pratikleri içinde, bireyin aidiyet ihtiyacı, sanal uzamlarda ortaya çıkan gruplarda tatmin edilmeye başlanmıştır. Çünkü kimlikle yakın ilişki içindeki aidiyet, gerçeklik temelli kimliklerin yitime uğramasıyla birlikte, sanal gruplar içerisinde sürdürülen ilişkiler açısından işlevsellik kazanmıştır.

Teknolojik determinizmin önemli savunucularından olan McLuhan, aracın, içerik üzerinde belirleyici olduğu tezini savunurken, aracı insan bedeninin bir uzantısı hatta dönüştürücüsü olarak betimlemiştir. Dönüştürmenin kelebek etkisini, insan aklının makineleşen toplum karşısındaki yenilgisiyle bağıntılandırmak mümkündür. İnsana özgü niteliklerin makineler aracılığıyla yeniden üretimi, insanın düşünsel yeteneklerinin kaybına ve yapay aklın ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

Yeni iletişim teknolojilerinin başat etkisi, toplumlar arası bağıntıların yaygınlaştığı küresel toplum formlarının oluşmasıdır. McLuhan teknolojik determinizmi anlattığı kitabında “küresel köy”, “iletişim ve enformasyon çağı”, “elektrik çağı” olarak ifade ettiği yeni bir toplumsal yapı müjdelemektedir (Geray,2003:120). Bu yapı iletişim teknolojilerinin ortaya koyduğu bağıntılılığın, kolektif dünya bilincine vurgu yapmaktadır. Enformasyon odaklı yeni bilinç, makinelerin ürettiği anlamların enformasyon odağında şekillenmesine neden olmaktadır. Mekanik çağın parçalayıcı özelliği, enformasyonun sınır tanımaz bütünselliğine yenik düşmüştür. Tecimsel, siyasi ve kültürel bağlamda emtialaşan enformasyon, değerler ortaklığı yaratırken, uzamın “yöreselliğini” yok etmekte ve zamanın bağıl yapılarını ortadan kaldırmaktadır. Uzam ve zaman ufkunun küresel ölçekte genişlemesi, enformasyona bağımlı yaşayan insanların, diasporik örgütlenmelere yönelmesine neden olmuştur. Castells’in, ağ toplumunu tanımlarken değindiği “yersiz-yurtsuzluk”, realitenin kökenle olan ilişkisini yeniden şekillendirmiştir. Belirli bir kökene bağlı olmaktan çıkan realite, tarihin sonuna geldiğinin en temel göstergelerinden biri olmuştur. Bu bağlamda düşünüldüğünde, belirli bir köken ve tarihsel uzamla ilintili olan kimlik yitime uğramakta, yapısal aklın sanal bilinci dev-

reye girmektedir. Kimlik bilinçsel bir sorun olarak kişinin kendisi hakkında bilinçsizce oluşan algılarının tasavvurudur (Assman,2001:130). Yapay aklın küresel bağlamda yarattığı kolektif sanal bilinç, dışarıdan içeriye doğru şekillenen kimlik algısını, bireyselliğin ötelendiği “biz” etrafında şekillendirmektedir. Yersiz-yurtsuzluğun kimliğin realite boyutundaki yıkıcı etkisi, sanalın hiper-gerçeklik boyutundaki kimliğe yönelişi tetiklemektedir.

Sosyal medya, bireylerin toplumsal gerçekliğin dışında kalan ilişkilerinin yarattığı gerçek üstü toplumsallığın yenedünyasıdır. Gerçek toplumsal bağlamda kimliğinden kopan bireylerin yaşadığı aidiyet problemi, sanal topluluklara olan bağlılığı arttırmaktadır. Zaman ve uzamdaki değişim, geçmişe dair belirsizliğe işaret ederken, geleceğe ilişkin belirsizlik daha da belirginleşmiştir. Öte yandan gerçek zamanın ileri ve geri yönleri arasında oldukça belirgin ve büyük bir fark bulunmaktadır (Giddens,2012:7). Gerçek uzamda geçmişe olan bağlılık, sanal uzamda şimdiye olan bağlılığa dönüşmüştür. Bir sosyal medya ortamı olarak Facebook, bireylere sunduğu sanal kimlik ve toplumsal örgütlenme biçimleriyle, gerçek kimliğinde yitime uğrayan bireylerin, benlik ve aidiyet ihtiyaçlarına doyum sağlamaktadır. Ancak bu doyum, gerçekten bile daha doyurucu olan sanalın doruk noktasıdır. Öyle ki bireylerin sanal kimliğine olan bağlılığı, yapay aklın idealize edilmiş bilincine işlevsellik kazandırmaktadır. Kimliğin yeniden inşasında yaşanan bu süreçte, birey ideal kimliğini oluşturmaktadır. Toplumsallığın uğradığı dönüşümsel yıkım, bireyin sanal topluluklar içerisindeki var olma çabasını arttırmakta ve toplumsallaşma süreci yeni formatlara bürünmektedir. Böylece sanal insanların yarattığı sanal toplum, gerçek toplumu yeniden şekillendirmekte ve geleneksel ile yeni arasındaki belirleyicilik ilişkisindeki roller değişmektedir.

Sanala olan bağlılığın ortaya çıkardığı en büyük sonuç zihinsel diasporadır. Bilişsel düzeyde yaşanan bir dağılımlılığı, uzamdan bağımsız zihinsel örgütlenmeyi ifade eden bu sonuç, birey- toplum ilişkilerini değişikliğe uğratmaktadır. “Birey-toplum etkileşimi ya da insanlar arası etkileşim sadece davranış düzeyinde değil; bilişsel düzeyde de oluşmaktadır” (Kağıtçıbaşı,1999:34). Bilişsel düzeydeki diasporik yönelim, toplumsal gerçeklikten soyutlanmaya ve aynı zamanda toplumsal gerçekliklerin soyutlaşmasına neden olmaktadır. Bulunduğu gerçek toplumsal uzamın dışındaki bir ortama kayan bilişsel düzey, gerçeklik algısını yitirmeye başlamaktadır.

Bu makalede, sanal topluluklarda oluşan diasporik ilişkilerin, gerçek toplumsal bağlamdan kopuşu nasıl tetiklediği, Facebook örneği üzerinden irdelenerek, sanal aidiyetin işlevsel boyutları tartışılacaktır. Zihinsel diasporanın sanal aidiyetle olan ilişkisi, etkin literatür taramasıyla ortaya konulacaktır.

1. ENFORMASYON ETKİSİNDE AĞ TOPLUMU

Kitle iletişim araçlarına eklenen yeni fonksiyonlar, kendi içinde ürettiği anlamsal pratiklerle birlikte, eklenildiği yapıların niteliğini değişime uğratmıştır. Ortaya çıkan yeni nitelikli bu yapılar, toplumsal dönüşümün ileri boyutlara ulaşmasına neden olmuştur. Nitekim iletişimi uzam ve zamana bağlı olmaktan çıkararak iletişim teknolojileri, küresel bağıntılılığın önünü açmıştır. Platon, bir yerleşim yerinin(site) coğrafi uzamını ve demografik yapısını, konuşmacının sesini duyurabileceği kadar insan sayısı ve yerleşim büyüklüğü olarak tanımlamıştır (Törenli,2005:91). Günümüz toplumunu farklı kılan özellik tam olarak bu noktaya işaret etmektedir. Tarihin başka hiçbir evresinde, enformasyonun küresel ölçekte anlık paylaşımı sağlanamamıştır. Sayısal devrim olarak nitelendirilen bilgisayar teknolojileri, enformasyonu bir araya getirerek işlenmesini, depolanmasını ve aktarımını kolaylaştırmıştır. Ortaya çıkan şebekeleşme ve ağ yapılanması, enformasyon otobanlarının yaygınlaşmasını ve toplumlar arası etkileşimin artmasını sağlamıştır. Küreselleşmeyi doğuran bu etkileşimin niteliği, toplumsal yaşam dinamiklerini yeniden yapılandırmış, yerelliğin küresel ölçekte pazarlanabilirliği sonucunu doğurmuştur.

Castells, ağ teknolojilerinin yarattığı makro dönüşüm sürecini, mikromühendislik çalışmalarına bağlı olarak gelişen sayısal teknolojiler, internetin ortaya çıkması, yayılan bilgisayarlaşma ve teknolojik bölünme bağlamında ele almıştır. Gelişmiş bilgisayar sistemleri, ortaya çıkan yeni ve güçlü matematiksel modellerin karmaşık finansal işlemleri yönetmesine ve son derece hızlı bir biçimde gerçekleştirmesine olanak sağlamıştır (2008:171). Öyle ki ağır sanayi anlayışının gereksiz bulunması ve enformasyona dayalı üretim ilişkileri, toplumsal alt yapının yeniden şekillenmesini tetiklemiştir. Post-endüstriyel bir anlayışla birlikte, enformasyon, kişiye bağlı olgusal bir kavram olmaktan çıkıp, toplumsal bağlama nüfuz eden nesnel bir yapıya bürünmüştür. Bu durum enformasyonun, üretim-tüketim pratikleri içerisinde alınıp satılan bir metaya dönüşmesine neden olmuştur.

McLuhan, toplumsal dönüşümleri teknolojik determinizm bağlamında ele alırken, elektronik çağ olarak tanımladığı iletişim teknolojilerinin yaygınlaştığı dönemde, kitle iletişim araçlarıyla aktarılan enformasyonun, insanlığı özüne yani kabile çağına yönelttiğini savlamıştır. McLuhan bu durumu içe dönme, içe patlama ya da içe kıvrılma olarak tanımlamaktadır (Güngör,2011:160). Toplumlar arası bağıntılılığın ortaya çıkardığı “global köy”, McLuhan’ın teknoloji odaklı deterministik savlarının dayanak noktası olmuştur.

Kapital sistem içerisindeki bilgi temelli ekonomi anlayışı, küresel ölçekte üretim yapan çok uluslu şirket yapılanmalarını ortaya çıkarmıştır. Ekonominin küreselleşmesiyle birlikte, artan kentlilik oranı, biçimlendirilmiş tüketim pratiklerini de beraberinde getirmiştir. “Nasıl sanayisel yoğunlaşma her zaman mal üretiminin artmasına neden oluyorsa, aynı şekilde kentsel yoğunlaşma da ihtiyaçların sınırsız bir artışıyla sonuçlanmaktadır” (Baudrillard,2010:74).

Dijitalleşmiş ve ağlar oluşturmuş bütünlüğe dayalı yeni çoğul iletişim sisteminin temel özelliği, bütün kültürel ifade biçimlerini ve prosesleri kapsamaması ve aktarmasıdır (Castells,2008:499). Bu bağlamda düşünüldüğünde ağ toplumlarının en önemli özelliği, küresel kültür üretimine olan paydaşlılığıdır. Merkezlesmeyi beraberinde getiren küresel ağ bağlantısı, kültürel üretim ilişkilerinin de yerellikten ayrışmasına neden olmaktadır. Özellikle internet, mobil telefon kullanımının yaygınlaşması, bireylerin ağ sistemine olan katılım düzeyini arttırmaktadır. Her anlamda birbiriyle ilintili olan toplumların, etkileşimsel çabalarının bir sonucu olarak ortaya çıkan kompozisyonlar, mevcut ağa eklenerek genişlemeyi sağlamaktadır. Küresel ağ sisteminin yaygınlaşması, beraberinde ağ toplumlarındaki artışı getirecektir. Ancak bu yaygınlaşmanın önündeki en büyük engel gelişmiş ve az gelişmiş toplumlar arasındaki sayısal enformasyon uçurumudur. Ağ sistemine ulaşım problemi yaşayan az gelişmiş ülkeler, küresel ağ sistemine uyum konusunda geride kalmaktadır. Ekonominin enformasyon üzerinde yapılandığı bir sisteme yabancı olmak, ülkelerin küresel pazardaki konumunu tehdit etmektedir. Bununla birlikte toplum içerisinde yaşanan sayısal enformasyon uçurumu da bütünsel ağ yapısının yaygınlaşmasını engellemektedir. Toplumun güçsüz kesimlerinin erişim sorunları iki boyutludur. Birincisi teknolojiye fiziksel olarak erişimin yetersizliği, ikincisi kullanım için yeterli şartların sağlanamamış olmasıdır (Geray,2003:134). Fiziksel erişim, enformasyon kaynağı olan iletişim araçlarına ulaşabilmeyi ifade ederken, Kullanım için yeterli şartların oluşması ise; iletişim araçlarını kullananların, kullanma yetisine sahip olmasını ifade etmektedir.

“Bireylerin gündelik yaşam pratikleri içerisinde ağlara ulaşım, toplumsal yaşamın bir gereği olarak ön plana çıkmaktadır. Çünkü enformasyon toplumunda birey, gündelik yaşamına dair pratiklerinin neredeyse tamamını internet üzerinden gerçekleştirebilmektedir” (Göker, Doğan, Demir,2010:186). Fiziksel bir katılıma gerek kalmadan, internet amacıyla gerçekleştirilen pratikler, bireyin sosyal eylemlerinin sanallaşmasına neden olmaktadır. Bu sanallaşma, bireyi, gerçekliğin bir uzantısı olarak kabul ettiği sanal doyuma yönelen toplumsallaşma sürecinin ileri evrelerinden biridir.

Ağ toplumu içerisinde yaşamını sürdüren ağ insanı, toplumsal bağıntılılığın bir sonucu olarak yerel niteliklerinden sıyrılmaya başlamış ve öteki olarak tanımladığı insanlarla benzeşmeye başlamıştır. Dünyadaki toplumsal yapıları bütünüleyen ağ yapılanması, insanları birbirine yakınlaştıran görünmez, sanal bağların oluşmasını sağlamıştır. Özellikle yeni iletişim araçlarına eklenen “sosyal medya”, kültürler arası etkileşim pratiklerinin oldukça yaygın kullanıldığı bir siberuzam olarak ön plana çıkmaktadır.

2. YENİ KİMLİK ARAYIŞI: SANAL KİMLİKLER

Kimlik, bireyin toplumsal bağlamdaki varlığına dair bilinçli algılarının, ötekilerle kurduğu somut ilişki pratikleri sonucunda soyut birbütünlüğe bürünmüş biçimidir. Nitekim toplumsallaşma sürecinde ortaya konulan "birey" olma çabaları, toplumsal bir kimliğin inşa edilme sürecini ifade etmektedir. Çünkü birey kimliği içe dönük kişisel algılarla birlikte dışarıya dönük ve toplumsal kolektivite etkisinde oluşan bütünsel sosyal algılardan oluşmaktadır. Bu nedenle kimliği birey kimliği ve kolektif kimlik olarak sınıflandırmak mümkündür."Bireysel kimlikler çok yönlü (aile, toplumsal cinsiyet, sınıf, bölge, din etnik ve millet) ve sıklıkla durumsal olup, farklı zamanlarda koşullara bağlı olarak önem dereceleri değişebilir. Bununla birlikte, kolektif kimlikler, (etnik ve milli bağlar) çoğu zaman “durumsal” değil, “kapsayıcı”dır. Kolektif düzeyde önemli olan, bireylerin seçenek ve hisleri değil, kolektif bağın niteliğidir" (Karaduman,2010;2888). Özellikle sosyal medyada kullanıcıların interaktif katılımıyla şekillenen sanal kolektif bilinç, sürekli değişkenlik gösteren yapısıyla, statik bir kimliğin oluşmasının önündeki en büyük engel olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kimlik, kişinin "kim" olduğunu tanımlama çabaları sonucunda kazandığı ve ötekilerden ayırt edilmek için kullandığı kavramsal bir soyutlamadır. Bu soyutlama ilişki pratiklerinde somutlaşan bir kişiliğin toplumsal düzlemdeki yansımasıdır. Ancak bu yansımayı alımlama ve içselleştirme sürecindeki en önemli etken, kişinin benliğine ilişkin bilinçli algılarıdır. Benlik, bireyin kimliğine dair algılarını şekillendiren en önemli yapıdır. Bilinçsel bir pratik olarak benlik, kişinin kendine dair bildikleri ve değerlendirmeleri ile başkalarının kişiye dair görüşlerinden kişiye yansıyanlardan oluşmaktadır (Ertürk,2010:94). Ancak soyutluğun okunaksızlığı ve makineleşen yapay aklın belirsizlikler üzerinde temellendirdiği bilinç, benliğin kaybına yol açmaktadır. Özellikle Eleştirel kuramcılarının üzerinde durduğu bilinç endüstrisi kavramı, kitleler halinde üretilen bireylerin, bilinci tüketim metasına dönüştürdüğünü savunmaktadır. "Süreç insan vücudunun yapay araçlarla değiştirilmesiyle beraber gitmektedir. İnsan bir müddet sonra kendi maddesinin niteliklerini yitirmektedir" (Rigel , Batuş, Yücedoğan,2003:136).

Küreselleşme ve post-modernizmin yarattığı imajların kısacasında şekillenen yeni kolektif bilincin başat etkisi, bireysel kimliklerin gerçek üstü izlenimler odağında şekillenmesine neden olmaktadır. Çünkü bilincin gerçekleşen ilişkisinde yaşanan kopukluk, simüle edilmiş gerçekliklere ilişkin imajların benlikle ilintilendirilmesi sürecini başlatmıştır. Bu yeni gerçeklik algısı bireyin içinde bulunduğu yöresel uzamdan, toplumsal bağlamdaki normatif değerlerine kadar uzanan oldukça geniş bir spektrumu ifade etmektedir.

Küreselleşmenin bir sonucu olan merkezsizleşme, daha doğrusu merkezi odakların küresel ölçekteki yayılımı, "yersiz-yurtsuzluk" kavramını ortaya çıkarmıştır. Yöresel uzamların ve zamana bağlı değişkenlerin silikleşmesi, kimliğin temel dayanaklarından biri olan kökenle bağdaşma olgusunu yitime uğratmıştır. Kimlik, kişinin uzamsal kökenleri üzerinde inşa edilen bir yapıdır. Bu kökenin yok olması, kişinin belirli bir yöreye bağlı kalmak zorunda olmaması ve fiziken olmasa da aynı anda birçok yerde olması, kimlikte yaşanan yitimin temel nedenleridir. Çünkü kimliğe ilişkin soruların temelinde yatan şey aitlik ihtiyacıdır (Karaduman,2010;2887).

Post-modernist toplumlarda hâkim olan belirsizlik durumu ve imajların benliğe içkin realitenin önüne geçmesi düşlem ve imgelemlerin inşa ettiği izlenim odaklı kimliklerin oluşmasına neden olmuştur. Gerçeklikle olan somut bağlantısı kopuk olan bu kimlikler sanal uzamlardaki sanal ilişkilerle inşa edilmektedir. Özellikle toplumsal yaşamın belirleyici dinamiklerinin giderek gerçek ötesi soyutluklara dönüşümü, soyutlaşan toplumsal ilişkileri beraberinde getirmiştir. Soyutluk, gerçekliğin sınırlarını aşan ancak gerçek üzerinde kontrol sağlayan bir toplumsal sisteme işaret etmektedir. Bu sistem bireylerin gerçek kimliklerinin yitimine ve dijitalleşmenin bir çıktısı olan yapay aklın ürettiği düşlem ve imgelemlerin oluşturduğu metaforik bir sanal kimliğin oluşmasına olanak sağlamaktadır.

Yitirilmiş kimlik, modern çağ insanının soyutlaşan toplumsal yapı içerisinde karşılaştığı en büyük problemdir. "Soyut sistemler tarafından yapılandırılan rutinler, içeriksiz, ahlakdışı (unmoralised) bir yapıya sahiptir; kişilik-dışılığın giderek artan bir biçimde kişiselliği yutması fikri de geçerli bir fikirdir" (Giddens,2012:106). Soyut bir niteliğe bürünen toplumsal yapı, gerçekliğin ötesinde üretilen toplumsal formları 'sistem' adı altında meşrulaştırmaktadır. Geleneksel olanla karşılaştırıldığında, toplumsal kurumlar tarafından bireylere sunulan roller ve kişilikler, bu kurumların soyutlaşan yapıları nedeniyle silikleşmiştir. Soyutun içerdiği tanımsız belirsizlik, bireyleri kişiliklerini kendi elleriyle inşa etmeye yöneltmiştir.

Thomas, belirsizliği şöyle karakterize etmiştir:

“Modern toplumda durumun tanımı, belirsiz olanın tayin edilmesine, belirlenmesine denktir. Elli sene öncesi Rusya’sının mir ve Amerika köy toplumlarında hiçbir şey belirsiz değildi. Her şey tanımlanmıştı. Daha önce işaret ettiğim ve dünyanın tümünde etkisini gösteren iletişim olayının ve düşüncelerin özgürce yeryüzünde dolaşabilme şansına kavuşmasının bir sonucu olarak ortaya çıkan genel bir hareketliliğin neticesinde, sadece bazı özel durumlar değil ama genel durumlar da belirsiz olma vasfına sahip oldu”(akt. Zijderveld,2001:128).

Sanal kimlikler, yeniden realize edilmiş toplumsal ilişkilerin sanal ortamlardaki tezahürü sonucunda oluşmaktadır. Bireyler sanal ortamlardaki varlıklarını sanal kimliklerle sürdürmekte ve sosyal ilişkilerini düzenlemektedir. Bu kimliklerin en önemli özelliği, kişinin kontrolünde geliyor gibi görünmesine rağmen tamamen kontrolsüz oluşudur. Çünkü sosyal ortamlardaki ‘onaylama’ sonucunda geçerlik kazanan kimliklerin, sanal bir sosyallik içerisinde oluşan ilişkilerle onaylanması sorgulanması gereken bir durumdur.

Sanal kimlikler idealize edilmiş ve süper egoyu ifade eden yapaylıklarıyla, gerçek kimliğin ötesinde konumlandırılmalıdır. Nitekim sanal kimliklerin inşa edilmesi sürecinde kişi, olmak istediği ideal kimliği ortaya koymaktadır. Öyle ki sanal uzamda toplumsallaşma eğilimindeki bireylerin ‘nick’ olarak tanımlanan kullanıcı adları edindikleri görülmektedir. Kullanıcı adları dikkatle irdelendiğinde, kullanıcının ideal kimliğini oluşturma sürecinin işlevsel yapıları anlaşılacaktır. Bu yapılar sanal ilişkiler sonucunda elde edilen sanal kişiliklerin gerçek toplumsal düzlemdeki eşdeğerliğininin kaybına yol açmaktadır. Sosyal medya ortamlarında yüksek derecede sosyal bir bireyin, gerçek iletişim ortamlarında oldukça pasif ve asosyal ilişkiler içinde olması sıklıkla görülen bir durumdur.

Sanal kimliklerin önemli bir özelliği, gerçek kimliğin aksine görülemez, dokunulamaz ve ölçülemez nitelikte oluşudur. Nitekim sanal ilişkilerin temel sonucu olan bu durum, kişinin yeni kimliğiyle orantılı olan sosyal bedene bürünmesini sağlamıştır. Bu bedenin gerçek toplumsal uzamda karşılığının bulunmaması, bireylerin aslında yok olma sürecine girdiğini göstermektedir. Çünkü soyut toplumsal yapı içerisinde, sosyal bedeniyle var olmaya çalışan bireyler, gerçek olanla ilişkilerini yitirmeye başlamaktadır.

Toplumsal gerçekliğin uğradığı dönüşümsel yıkım, soyut anlamların realize edilmesi sürecini beraberinde getirmiştir. Bu süreç, deterministik olmayan özerk bir sosyal yapıyı doğurmuştur. Kimliğe ilişkin bilinç kaybı, bireyi

yeni kimlik arayışına yönelmiştir. Gerçekliği algılama biçimlerindeki değişim, kullanışsız ve özgürlükten yoksul yapay akı üretmiştir. Yapay akıl, insana ait özelliklerin makinelere eklenmesi sürecinin, insana ait uzantılarla bütünleşmesini ifade etmektedir. Bu bütünleşik yapı, bireyin hiper-gerçeğe olan aidiyetini temellendirmektedir. Kişisel bilincin yenilgisi, okunaksız kolektif bilincin inşasını hızlandırmıştır. Yeni iletişim araçlarının sunduğu yapay akıl, bireylerin sanal kimliklerini inşa aşamalarını kontrol etmektedir. Sanal kimliklerin üretimi, yapay aklın bilinç pratikleri içerisinde sağlanmaktadır. Ancak bu sanal kolektif bilinç, toplumsal gerçekliğin okunaksızlığını daha da arttırmaktadır.

3. GERÇEKTEN KOPUŞ: SANAL AİDİYET

Aidiyet hissi, bireylerin, ilkel toplumsal klanlardan modern yaşamın örgütlü yaşam disiplinine kadar sürdürdükleri ve sosyal bir varlık olma nitelikleri kazandıkları, bireysel ve toplumsal anlamda işlerliği bulunan işlevsel bir bağa işaret etmektedir. Her birey hayati fonksiyonlarına yönelik pratiklerini grup dinamiği içerisinde gerçekleştirme eğilimindedir. Bu nedenle aidiyet, toplumsal yaşamın gerekliliği olarak kolektif kimlik ve bireyin kimliğin ayrılmaz bir parçası olarak ön plana çıkmaktadır. "Aitlik, kişinin özsaygısını yükseltebilmek adına önemli bir ihtiyaçtır. Bir grup aidiyeti temelinde oluşan kolektif kimlikler, beraberinde bağlanmayı ve bütünleşmeyi getirir. Sosyal ilişkilerin devamlılığın sağlanmasında kimlik, bu anlamda insanları bir arada tutan bir sosyal bağ ve çimento özelliği gösteren bir nitelik taşıır" (Karaduman,2010;2887).

Soyut toplumsal yapı bireylerin aidiyet odaklarını yeniden üretmektedir. Nitekim "modern toplum esas itibariyle, soyut bir toplum olup, kişinin kişiliğinden haberdar olması, anlam, realite ve özgürlük kavramlarını kavrayabilmesi hususunda kişiye yardımcı olma yeteneğini de giderek yitirmektedir" (Zijderveld,2001:90). Realitenin kavramsal boyutu, bilinç pratiklerinden uzaklaşarak, anlamların realize edilmesi ve yeniden üretimine uzanan bir çerçeveyi oluşturmuştur. Özellikle makineleşen toplumsal yaşam formasyonunda bireylerin, makinelerin ürettiği yapay akla bürünmesi, gerçekle olan bağlarından uzaklaşmasına ve makinelerin inşa ettiği bir siber uzam olarak sosyal medyada örgütlenmiş cemaatlere yönelmesine neden olmuştur. Öyle ki bu yapay akıl, bireyin zihinsel bağlamına yabancı olmakla birlikte, gerçekliğe ilişkin algıların yitirildiği sanal bir düşünsel sisteme sahiptir.

Bireyin gerçek toplumsal bağlamdaki aidiyeti, gerçeğe dayalı toplumsal pratikler sonucunda organize olmuş yapılar odağında şekillenmektedir. Çünkü

dış dünyayı algılama biçimleri, gerçeğe içkin bir aidiyet ilişkisine bağlıdır. Ancak toplumsal gerçekliğe dair kültürel kodların silikleşmesi ve yeni kodların makineler aracılığıyla üretimi, aidiyet odaklarını değişime uğratmıştır. Soyutlaşan toplumsal kodlar, bireyin aidiyetini gerçeğe bağlı olmaktan çıkarılmıştır. Makineler aracılığıyla üretilen kültürel kodların yarattığı sanal toplumsal prosesler, sanala olan aidiyeti tetiklemiştir. Bu nedenle günümüz modern bireyleri, gündelik yaşam pratiklerini sanal uzamlarda gerçekleştirmektedir. Bu bağlamda düşünüldüğünde sanal aidiyet, bireylerin değişen gerçeklik algısı içinde sanallaşan kodlara bağlılığını ifade etmektedir. Aidiyet, yersiz-yurtsuzluğun yok ettiği uzamsal bağlılık ve dijital kültürel kodların dönüşüme uğrattığı toplumsal gerçeklik çerçevesinde irdelendiğinde yeni toplumsal yaşam formasyonunu inşa eden dinamikler daha okunur olacaktır.

Bireyin kendi zihinsel süreçlerinden soyunarak yapay aklı sahiplenmesi, sanal olanla kurduğu ilişkiye dair aidiyetini temellendirmektedir. Bu nedenle sanalın üretim kaynağı olan araçların sunduğu imgeler, aidiyetin boyutlarını ve yapısını değişime uğratmaktadır. Modern bireyler, insani fonksiyonlarının neredeyse tamamını sanal uzamlarda oluşan anlamlar aracılığıyla almamaktadır. Dolayısıyla sanala duyulan aidiyet hissi, bireyin hayatı yeniden anlamlandırma çabalarının bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır. Farklı ilgi alanları ve ihtiyaçlara yönelik olarak üretilen imgeler bireyin aidiyet algısını sürekli olarak yeniden şekillendirmektedir. Bloglar, oyun siteleri, haber kaynaklı siteler, e-alışveriş siteleri ve sosyal medya ortamları gibi sanal toplumsal aktiviteleri içeren siber uzamlar, bireyin yeni kimliğini oluşturma sürecindeki gerçeklik algısını somutluktan uzaklaştırmaktadır.

Enformasyona bağımlı yaşayan bireyler için gereken enformasyonun üretim yeri dijital evrendir. Toplumsal bir gerçeğe dair enformasyon arayışında olan bireylerin, bu enformasyonu elde etmek için öncelediği kaynak kitle iletişim araçlarıdır. Ancak bu araçlar enformasyonu aktarma değil üretme fonksiyonuna sahiptir. Dolayısıyla sanal kodlarla üretilmiş enformasyona bağlı olan bireylerin, enformasyonun içeriğine gizlenmiş anlamlara duyduğu aidiyet hissi sanal aidiyeti ifade etmektedir.

Sanal aidiyetin ileri boyutu, bireyin sanal uzamlarda örgütlenmiş cemaatler içinde var olma çabalarıdır. Çünkü toplumsal gerçekliğin belirsizliğe uzanımı, geleneksel cemaatlerden kopuş sürecini başlatmıştır. Nitekim "Geleneksel cemaat yapısının yerini sosyal ağlara bıraktığını ifade eden Wellman ise bu örgütlenmeleri; e-mail, BBS, haber grupları, IRC v.b. internet uygulamaları aracılığıyla ortaya ve üyelerine arkadaşlık, bilgi paylaşımı ve aidiyet hissi sağlayan 'sosyal ağlar' olarak tanımlamıştır" (Haberli,2012:124,125). Bu bağlamda düşünüldüğünde, sanal cemaatler, sanal ortamlarda örgütlenen

ve sanal ilişki pratikleriyle şekillenen sanal toplumsal birimleri ifade etmektedir. Bu birimlerin birbirleriyle ve kendi içlerindeki iletişimi belirli bir yöresel uzama ya da zamana bağlı değildir. Çünkü "Sanal cemaatlerin mekânı siberuzaydır(cyberspace)" (Bozkurt,1999) ve bu cemaatler için geçerli olan zaman, yaşanan anın sürekli tekrarından ibarettir. Bu nedenle sanal cemaatlerdeki ilişki biçimleri, gerçek toplumsal uzamdakilerden farklıdır. Toplumsal uzamdaki geleneksel cemaatlerin soyutlaşan anlamlar ve yapay aklın ürettiği ilişki biçimlerinden uzak olması, sanal cemaatlere yönelimi ve bu cemaatlerle olan aidiyet ilişkisini kuvvetlendirmiştir. Nitekim geleneksel cemaatlere girebilmek için birçok ortak ilgi alanına sahip olması gereken bireylerin, sanal cemaatlere girebilmesi için tek bir ortak ilgi alanına sahip olması yeterlidir (Haberli,2012).

Wellman, geleneksel cemaatlerle sanal cemaatler arasındaki farklılıkları şöyle ifade etmiştir;

1. Bireylerin farklı ilgi alanlarına göre katılım sağladığı sosyal ağlar, geleneksel cemaatlere katılımı zayıflatmaktadır.
2. Sosyal ağlardaki cemaatlerde çevrenin birey üzerindeki kontrolüyle birlikte cemaatin de bireye karşı sorumluluğu düşüktür.
3. Sosyal cemaatlerde etkileşim, bireylerin doğuştan kazandıkları demografik özelliklere göre değil, hayat tarzı ve ilgi alanı gibi elde ettikleri ortak değerler etrafında şekillenmektedir.
4. Geleneksel cemaatlerde bireyler izole edilirken, sanal cemaatler küresel ağlarla birbirine bağlanmış bireyler arasında geniş bir etkileşim alanı sağlamaktadır.
5. Geleneksek cemaatler bireye aidiyet duygusu sağlarken, sanal cemaatler grup içindeki aidiyet hissi ve kimliğe bağlı değerlerin baskısını azaltmaktadır (akt.Haberli,2012:130).

Sanal cemaatlerde, geleneksel cemaatlerden farklı olarak art süremi bulunan bağlara ya da değerlere ihtiyaç duyulmamaktadır. Çünkü gerçek toplumsal bağlamdaki cemaatlere hâkim olan değer ve normların, art süremsel olarak üretilmesi, cemaat bağlarının üyeler üstü bir şekilde önceden tanımlanmış olmasına işaret etmektedir. Dolayısıyla geleneksel cemaatlere duyulan aidiyet hissi, art süremsel bir temellendirmeye ihtiyaç duymaktadır. Merkezi odaklarda yaşanan silikleşmeyle birlikte tarihin sonuna gelinmesi, toplumsal normların yeniden üretilmesi sürecini başlatmıştır. Küreselleşmenin yöresel uzama doğru yayılımı, aidiyeti belirli bir coğrafi sınır içinde örgütlenmiş cemaatlere bağlı olmaktan çıkarmış, küresel boyuttaki sanal cemaatlerle ilişkili

bir duruma getirmiştir. Bu durum bireyleri gerçek toplumsal bağlama yabancılaştıran nedenlerden biridir. Geleneksel bir yapı içerisinde oluşturulmuş normatif değerlerin güncel ilişki pratiklerinde uygulanması, bireyleri yeni aidiyet odaklarına yönelmiştir. Çünkü sanal cemaatlerdeki grup normları sürekli ve interaktif olarak güncellenmektedir. Gerçek toplumsal bağlamına yabancılaşan ve aidiyet sorunu yaşayan bireyler için sanal cemaatlerin sağladığı doyum oldukça önemlidir. Çünkü yeni toplumsal sistemdeki tanımlanmış ihtiyaçlar, somut değil sanal hazlar sağlamaktadır. Bu noktada geleneksel cemaatlere yabancılaşan bireylerin yaşadığı yalnızlık durumu, sanal cemaatlerde ileri düzeyde karşılanmakta ve birey kendini bu cemaatlere ait hissetmektedir.

Sanal aidiyet, bireylerin gerçek üstü toplumsal ilişkiler sonucunda inşa ettiği cemaatlere ve bu cemaatler içinde sosyalleştiği bir siber uzama olan bağlılığını ifade etmektedir. Öyle ki gündelik yaşam pratiklerinin çoğunu bu cemaatlerle olan ilişkisi çerçevesinde şekillendiren bireyler, oluşturdukları sanal bir profile, arkadaşlık, aile ve aşk boyutundaki ilişkilerini siber uzama taşımıştır. Bu tarzdaki yüksek değer içeren ilişkilerin sanal cemaatlere aktarımı, aidiyeti gerçek toplumsal bağlamın ötesine taşımıştır.

4. FİZİKİ BAĞLAM DAN UZAKTAKİ YERSİZ-YURTSUZLUK: ZİHİNSEL DİASPORA

TDK, diasporanın kelime anlamını, ‘kopmuş parça, kopuntu’ olarak tanımlamaktadır(<http://tdk.gov.tr>). Diaspora güncel Türkçe sözlükte ise “ Herhangi bir ulusun ya da inanç mensuplarının ana yurtları dışında azınlık olarak yaşadıkları yer” olarak tanımlanmıştır(<http://ne-demek.com>). Kelime anlamıyla bir kopmuşluğu, dağılımlığı ifade eden diaspora, ana uzamın dışında yer alan örgütlenme biçimlerini ifade etmektedir. Günümüzde daha çok siyasi anlamıyla ön plana çıksa da zihinsel süreçlerde de sıklıkla görülen bir durumdur. Zihinsel diaspora ise, bireyin zihninin, fiziki olarak bulunduğu uzamın ötesine geçerek sanal ortamlarda örgütlenmiş birimlere katılmasıdır. Bu durum zihinsel anlamda bir kopuntu ve dağılmaya işaret etmektedir.

Küresel ağ bağıntılarının yarattığı yersiz-yurtsuzluk, zihinsel diasporanın temel nedenidir. Nitekim zihinsel diaspora, yersiz-yurtsuzluğu yani dağılımlığı, kökenlerinden sıyrılmış ifade etmektedir. Köken, gerçeklik algısı içinde var olan bir kavramdır. Gerçeklikle olan bağın yitimi kökenlerden de kopmaya neden olmaktadır. Dolayısıyla belirli bir kökene bağlı kalmak zorunda olmayan gerçekliğin, zihinsel düzlemde sabitlemesi mümkün değildir. Dü-

şünsel anlamdaki kökensizlik durumu, statik bir düşünsel yapıyı ve buna bağlı olarak değişmez gerçekliği engellemektedir. Toplumsal gerçekliğin ötesinde her an her yer de olabilme olanağı sağlayan sanal uzamlar, gerçeklikle birlikte kökenlerden de sıyrılışı beraberinde getirmektedir. Kökeni olmadan üretilen gerçeklikler, geçici bir bağlılık duygusu oluşturmaktadır. Bu durum zihinlerin sürekli olarak yenilenen diasporik ilişkiler içinde olduğunu göstermektedir. Çünkü kökenlerini yitiren bireyler yeni gerçeklikler içinde köken arayışına girmektedir.

Gerçeklik aslında olay ve objelerin zihinlerdeki kavramsal yansımalarıdır. Kavramsal bir temellendirmeye ihtiyaç duyan gerçeklik olgusu, zihinsel aktivitelerle üretilen imgeler aracılığıyla anlam kazanmaktadır. Dolayısıyla kavramsallıktan yoksun bir gerçeklik algısı mümkün değildir. İçi boşaltılmış kavramlar ve imgesel üretimin makineler aracılığıyla gerçekleşmesi, zihinsel bir yersiz-yurtsuzluk sürecini başlatmıştır. Ancak farklı gerçeklik arayışlarına yönelen zihinler, yeni kavramsal imgelerle gerçekliği yeniden üretmeye çalışmaktadır. Bunun için zihinlerin yeni örgütlenmeler içerisinde gerçeklik kökenleri inşa etmesi gerekmektedir.

Yersiz-yurtsuzluğun zihinsel boyutu, belirgin kalıplara sığdırılamayan düşünsel üretim süreçlerini kapsamaktadır. Statik bir işlemde kopan bireyler, gerçekliğe dair anlamları örüntüleyerek kavramsallaştırmaya çalışmaktadır. Ancak anlamların sanallaşması, zihinlerin sanal gerçeklikler üzerinde örgütlenmesine neden olmaktadır. Sanalın şimdiye olan bağlılığı, zihinlerin kökensiz bir gerçekliğin sonsuz sayıdaki tekrarı içinde kaybolup gitmesini tetiklemektedir.

Zihinsel diaspora kavramını tanımsal bir düzlemde daha anlaşılır kılmaya çalışan Budrillard, televizyon ve bilgisayar metaforunu kullanarak insani özelliklerin makineleşen toplumsal düzlemdeki silikleşme sürecini ve buna bağlı olarak ortaya çıkan yapay zekayı (aklı) ifade etmiştir. Nitekim makineleşen toplumlarda karşılaşılan en önemli sonuç, yapay aklın ortaya çıkmasıdır. Yapay akıl, görme yetisinde kayıp yaşayan insanların protez bir uzantı olarak kullandığı araçlar gibi, düşünsel yeteneklerini kaybetmeye başlayan insanların protezi olmaya başlamıştır. Yapay düşünce sisteminde üretilen sanal gerçekliklere karşı bağımsızlık sistemi zayıf olan her birey, gerçekliğe ilişkin anlamları makinelerdeki temsiller aracılığıyla alımlamaktadır. İnsan ve 'sanal' makineler arasındaki ilişkinin işlevsel yapıları, dönüşüm halkasının mikro ölçekteki uzantısına işaret etmektedir. "Nasıl ki aygıt Tele-kompüter insana tahsis edilmişse, insan da aygıtta tahsis edilmiştir" (Baudrillard, 1998:62). İnsan, sahip olduğu araçlara anlamlar yükleyerek onları içsel-

leştirmekte ve içselleştirdiği araçları benliğinin ayrılmaz bir parçası, vücudunun hayati bir uzvu niteliğine büründürmektedir. Soyutlaşan toplumsal yapıda gerçeklik bağlamından uzaklaşan iletişim süreci, makineler aracılığıyla aktarılan imgelerin oluşturduğu anlamlarla sağlanmaya başlanmıştır. Toplumsal yaşam pratikleri içinde sahip olduğu anlamları makineler tarafından üretilen imgeler aracılığıyla alımlayan bireyler, makineleri içselleştirmeye başlamış ve makineler tarafından üretilen yapay akıl, bireyin yaşamı anlamlandırma süreçleri üzerinde başat etkisi olan bir konuma yükselmiştir. Televizyonun ve bilgisayarın yarattığı simülatif anlamlar dünyası, bireyin seyirci olarak dışarıda kalmasının önüne geçerek onu içine çekmiş ve sanal anlamların üretim sürecine ortak etmiştir. Baudrillard bu durumu şöyle ifade etmektedir;

“İnsanlar karşınıza geçip; bilgisayar daha pratik aynı zamanda da daha karmaşık bir yazı makinesidir demektedirler. Oysa bu kesinlikle doğru değildir. Yazı makinesi tamamıyla dışa dönük bir alettir. Makineye takılı yazı kâğıdı benim gibi boşlukta hareket edebilmektedir. Yazma eylemiyle doğrudan fiziksel bir temas halinde olduğum söylenebilir. Bakışlarımı boş ya da yazılmış kâğıdın üzerinde gezdirebilirim. Oysa ekranda bunu yapmam olanaksızdır. Bilgisayar bir protez gibidir. Bu makineyle doğrudan dokunma ve karşılıklılığa dayalı duysal bir ilişki içinde olduğum, ekranın bir uzantısına benzediğim söylenebilir”(2005:82).

Makineleşen soyut toplumlarda bilgisayar ile kullanıcıları arasında karşılıklı kontrol sağlayan bir etkileşim sürecinden söz etmek mümkündür. Ancak her yanı makinelerle donatılmış ve bu makinelerle üretilen sanal anlamları içselleştirmiş bireyler, zihinsel üretim süreçlerine katılım sağlayamadıkları için, kendi zihinlerinden vazgeçerek yapay akıllı kullanmaya başlamıştır. Artık kişinin anlam üretmekte yetersiz kalan kendi zihnine ihtiyacı yoktur. Çünkü ihtiyacını duyduğu her şey makineler aracılığıyla üretilmekte ve servis edilmektedir. Öyle ki aşk, arkadaşlık ve özgürlük gibi anlamlar bile makineler tarafından inşa edilmektedir. Bu nedenle kişi kendi zihnine yabancılaşarak gereksiz görmeye başlamıştır.

Sanalın sonsuz belirsizliğinde üretilen dijital bir düşünsel sisteme sahip olan yapay akıl, bireyi gerçekliğin ötelendiği sanal bir toplumsallığa yöneltmektedir. Bu nedenle yapay akıllı protez olarak kullanmaya başlayan bireyler, sanal uzamlarda örgütlenmiş cemaatlere katılma çabası göstermektedir. Çünkü bu sonsuzluklar dünyasında sağlanan haz, gerçek olandan çok daha fazladır. 1999 yapımı Matrix filmindeki bir sahne bu durumu özetler niteliktedir. Bilgisayar ortamında yaratılmış sanal bir dünyayı konu edinen filmde,

arkadaşları hakkındaki bilgileri ajan olarak nitelendirilen sistem koruyucularına sızdıran karakter, bu ajanlardan biriyle yediği yemekte, yediği etle ilgili şunları söylemektedir: ‘ Senin gerçek olmadığını çok iyi biliyorum. Ama yine de çok lezzetli görünüyorsun. Seni afiyetle yiyeceğim’. Sanalın insanlarda yarattığı doyumsuzluk hissi, yaratılan sonsuzluklarla birlikte daha geniş boyutlara ulaşmaktadır. Bireyler gerçek toplumsal uzamda yaşadıkları tatminsizlik hissini, sanal cemaatler içinde gidermektedir. Ancak sanal uzamlarda örgütlenmiş cemaatlerde etkileşim odaklı bir tatmin hissi yaratıldığı düşüncesi büyük bir yanılsamadır. Aslında bilgisayar başına oturulduğunda iletişim kurulabilecek birisi yoktur. Bilgisayarın bireyin karşına çıkardığı kişiyle kurulan sanal etkileşim, uyuşturucu etkisi yaratmakta ve kişinin sonsuz bir içe kıvrılma döngüsüne girmesine neden olmaktadır (Baudrillard,2005:81).Bu durum gerçeklikten kopuş halindeki bireylerin sanal cemaatlerde organize olmuş toplumsal ilişkilerle yalnızlığını gidermediğine aksine yalnızlığa gömüldüğüne işaret etmektedir.

Bireyin makinelere ve bu makinelerin yarattığı sanal uzamlarda örgütlenmiş cemaatlere olan bağlılığı, zihninin fiziken bulunduğu gerçek toplumsal bağlamdan koparak aidiyet hissettiği sanal cemaatlerdeki diasporik ilişkilere yönelmesine neden olmaktadır. Sosyalleşme ortamlarında fiziken bulunan bireylerin, bilgisayar ve akıllı telefonlarını yanlarından ayırmamaları bunun en önemli göstergesidir. Çünkü bulunduğunuz ortamda arkadaşınızın, sevgilinizin ya da aile bireylerinden birinin elindeki akıllı telefon aracılığıyla zihinsel olarak sizden uzaklaştığına tanık olmanız çok sık karşılaşılan bir durumdur. İnsanın makinelerle kurduğu içselleştirilmiş ilişki, zihninin gerçeklikten koparak makinelerde yaratılan yeni dünyaya yönelmesini tetiklemektedir. Artık fiziki gerçekliğe bağımlı olan bir zihinsel yapıdan söz etmek mümkün değildir. Zihinlerin fiziki bağlamdan uzaklaşarak sanal bir diaspora oluşturması, gerçekliği içi boşaltılmış bedenlerle sürdürülmesi anlamına gelmektedir. Bilinçten uzaklaşan bir gerçeklik, sanalın durdurulamaz yayılımı karşısında yok olmaya başlamıştır.

Artık özne ve nesne ayrımı ortadan kalkmıştır. Bireye özne olma niteliği kazandıran bilincin, nesnelere tarafından üretilen yapay anlamlarla inşa edilmesi ve nesnelere bilince için bir yapıya bürünmesi öznenin yok oluşunu ifade etmektedir. Nitekim artık nesne de yoktur. Artık nesneleşmiş özneler ve özneleşmiş nesnelere ürettiği, çarpık ilişki biçimleri odağında şekillenen sanal bir toplumsal anlam vardır. “Özne ve Nesne arasındaki ayrım çizgisinin sanal bir şekilde ortadan kaldırıldığı bir dünyada karşılıklı etkileşim denilen şey ne işe yarayabilir ki?”(Baudrillard,2005:79).

5. YENİ KAMUSAL ALAN OLARAK FACEBOOK VE DİASPORİK İLİŞKİLER

Kamusal alan, 18. Yüzyıl sonlarına kadar seçkin bir yaklaşımla, devlet erkinin nüfuzunda şekillenen özel bir yapılanmayı ifade etmiştir. Günümüzde de burjuvazi ve yönetsel erkin nüfuzunda olan kamusal alan, toplumsal dinamiklere yön veren, siyasi ve ekonomik güncelere dair kamuoyunun inşa edildiği bir üretim alanıdır. Ancak toplumsal bilinç pratiklerinde meydana gelen değişim ve iletişim teknolojilerinin yarattığı dönüşüm, kamusal alanın altyapısını yeniden şekillendirmiştir. “Bu altyapı, elektronik kitle iletişim araçlarının yükselişiyle, reklamın kazandığı yeni önemle, eğlenceyle bilgilenmenin gittikçe birbirinin içine akmasıyla, her alanda artan merkezileşmeyle, liberal dernekçiliğin ve bir bakışta hâkim olunabilir yerel kamusal alanın çöküşüyle v.s. bir kez daha değişmiştir”(Habermas,2000:31,32). Kitle politikasına bağlı olarak genişleyen devlet erki ve kolektifleşen özel çıkarlar sonucunda yaşanan temsil sorunu, kamusal alanın, bağımsız ve özgür bireylerin katılımını içeren, sınıfsal ötelenmenin geçerliğini yitirdiği rasyonel ve eleştirel bir ortamda şekillenmesiyle ortadan kalkmıştır. Habermas, yeni kamusal alanın beraberinde getirdiği normlar ve davranış pratikleri üzerinde durmuştur. Herkesin özgürce erişebildiği ve tüm ayrıcalıkların ortadan kalktığı bu yeni uzlaşma alanı, toplumsal yaşamı güvenceleyen değerler ortaklığının üretim alanı olmuştur. Aleniyet ilkesi bağlamında örgütlenen kamular, söylemsel farklılıklara dayalı toplumsal iletişim kanallarının artırılmasını amaçlamıştır.

Özgür ve bağımsız katılımsal niteliği, kayıt esnasında sınıfsal bir şart aranmaması, Facebook’un, çok büyük bir kamusal alan olduğunu göstermektedir. Nitekim katılımcıların, sosyal, kültürel, ekonomik ve siyasi güncelere ilişkin kamuoyu oluşturma çabası, ortamdaki iletişimin kamusal niteliğine vurgu yapmaktadır. Bunun en güncel örneği; “Tape” skandalı olarak adlandırılan siyasi gündemin Facebook’ta yer alan tartışma ortamlarında yarattığı kamuoyudur. Nitekim bu sanal kamuoyu, toplumsal gerçeklik düzleminde de güçlü etkilerini hissettirmektedir. Toplumsal bağlamda düşünüldüğünde bu kamusal alanın, sistematik örgütlenmeler için kullanımının yaygınlaştığı görülmektedir. Mısır’da ve Ortadoğu’da yaşanan halk hareketleri bunun en büyük göstergesidir. “Dolayısıyla internet ağları, cep telefonu ağları, önceden var olan sosyal ağlar, sokak gösterileri kamusal meydanların işgalleri, camilerin çevresindeki Cuma toplaşmaları, bunların hepsi de Mısır devrimini başlatan, kendiliğinden, büyük ölçüde lidersiz, çok biçimli ağların ortaya çıkmasını sağlamıştır”(Castells,2012:63).

Yeni medya ortamı olarak, toplumsal iletişim uzamına eklenen sosyal medya, kamusal aktivitelerin gerçekleştiği ve yeniden üretildiği plural bir katılım sürecini ifade etmektedir. Geniş bir spektrumda sağlanan bu yeni kamusal uzlaşma ortamı, katılımcıların aktifliğiyle ön plana çıkmaktadır. “Yeni medya artık yaşamın her anında yer almakta ve her alanında kullanılmaktadır: kişilerarası iletişim, ticaret, siyaset, sağlık, kariyer ve oyun” (Binark,2007:5). Ancak bu medya doğası gereği, iletişimin fiziksel dinamiklerinin ötesinde, sanal ağlar üzerinden icra edilen ve gerçekliğin sınırlarını aşan bir dünya yaratmaktadır. Birey, toplumsal bağlamıyla olan etkileşimini, zihinsel, doğal ve sosyal ağlar arasında bağıntı kurarak anlamlandırmaktadır. Bağlar arasındaki hiyerarşinin tasavvuru, bireyin sanal yönelimlerinin temelini oluşturmaktadır. Ancak buradaki temel problem, yönelimlerin yarattığı çatışmadır. Kişilerarası iletişim pratiklerine yönelik kurgulanan sosyal medya, toplumsal anlam üretiminin sağlandığı kamusal alana dönüşmüştür. Nitekim toplumsallaşmış iletişim, kamusal alanda kişilerarası iletişimin ötesinde var olmaktadır. “Dijital çağda iletişim teknolojisinin sürekli dönüşümü, iletişim medyasının erimini, hem küresel hem yöresel, hem jenerik hem sürekli değişen bir örüntü halindeki bir ağ üzerinden toplumsal hayatın tüm alanlarına yaymaktadır” (Castells,2012:21). Toplumsal dinamiklerin sanal ağlar üzerinden şekillenmesi, sanalın durdurulamaz yayılımı, toplumsal gerçekliğin tüm yapı taşlarıyla birlikte yeniden anlamlandırılması sürecini başlatmıştır. Bu anlamlandırma sürecinde sanalla gerçek olanı bütünleştirme çabası, hipergerçeklik sentezini oluşturmuştur.

Facebook, 1.28 milyar kullanıcı sayısı ile (<http://investor.fb.com>) küresel boyutta örgütlenmiş bir sosyal paylaşım sitesi olarak, toplumsal üretimin sağlandığı multifonksiyonel bir iletişim ortamıdır. Facebook, 31 Ağustos 2013 tarihi itibarıyla dünyada en çok ziyaret edilen web siteleri ve en çok ziyaret edilen sosyal ağlar arasında lider konumdadır(<http://sabah.com.tr>). Türkiye’de de en fazla ziyaret edilen Web siteleri arasında Facebook, Google’dan sonra ikinci sırada yer almaktadır (<http://alexa.com>). Kullanım amaçları kullanıcıya göre farklılık gösterse de arkadaş edinme, denetim ve gözetim, video, resim, fotoğraf, müzik, oyun, siyaset, ticaret, cinsellik, örgütlenme, ihbar ve fikir paylaşma gibi amaçlarla kullanıldığı gözlemlenmiştir (Toprak, Yıldırım, Aygül, Binark, Börekçi, Çomu, 2009:41).

Facebook’un Türkiye’deki kullanım oranlarıyla ilgili verileri şöyledir;

- Türkiye internet trafiğinin %4,07’si Facebook üzerinde gerçekleşmektedir. Dikkat çekici bir diğer nokta ise tüm dünyadaki 8 milyar site arasında Facebook kullanım trafiği %12,73’tür.

- Türkiye'deki Facebook kullanıcı sayısı, 29.663.140'tır. Bu kullanıcıların %36'sı kadın, %64'ü erkektir.
- Türkiye'de bir ayda ortalama 76 milyar sayfa görüntülemesi yapılmaktadır.
- Türkiye'de bir ayda yapılan paylaşım sayısı ortalama 2.7 trilyondur.
- Türkiye Facebook kullanan ülkeler arasında en çok kullanıcı sayısına sahip 5. Ülkedir.
- Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de bir kullanıcının ortalama arkadaş sayısı 130'dur. Her kullanıcı ortalama 90 paylaşım yaparken, 80 gruba üye olmakta ve günlük olarak zamanının 56 dakikasını Facebook'a ayırmaktadır (<http://facebook.com>).

Facebook, kullanıcıların interaktif katılımıyla şekillenmesi açısından, sürekli yeniden üretilen plural bir kamusal alanı ifade etmektedir. Kullanıcılara yönelik çok yönlü fonksiyonlar, tüketim odaklı bakış açısından ele alındığında, zihinsel doyumu doruk noktalara ulaştırmaktadır. Sanal iletişim zincirlerine bütünüyle hakim olmak isteyen sosyal ağlar, farklı ihtiyaçlara eş anlı hitap eden uygulamalarla zenginleşmiştir. Nitekim Facebook'un kullanıcılarına sunduğu geniş kullanım fonksiyonları, sanal aidiyeti kuvvetlendirmektedir.

Facebook'ta yer alan fonksiyonlar şöyledir;

- Fotoğraflar
- Armağanlar
- Pazar yeri
- Dürtmeler
- Etkinlikler
- Video
- Uygulamalar
- Yabancı dil seçeneği (<http://wikipedia.org>).

Gündelik yaşamın rutinleri arasında yer alan etkileşim ve eğlence gibi kavramların, sanal uzama entegre edilmesi, sanal aidiyetin senkronize olmuş fonksiyonlarla sağlandığını göstermektedir. Sanal kimliklerini inşa etme eğilimindeki bireylerin fotoğraf, video gibi paylaşımlarla benliklerine içkin anlamları üretmeleri, aynı zamanda bu materyalleri gözetleme pratiklerinde kullanmaları sanallaşma sürecinin dönüşüm halkasını oluşturmaktadır. Kullanıcıların birbirlerine ikonik hediyeler yollaması ve "dürtme" ile etkileşim

sürecini başlatması, toplumsal ilişkilerin sanal uzamlardaki uzantılarına işaret etmektedir. Etkileşimin sanallaşma süreci, toplumsallığın önündeki en büyük engeldir. Nitekim yeni neslin toplumsal değerlere karşı duyarsızlığı, etkileşim biçimleri ve uzamlarında yaşanan değişimlerle doğru orantılıdır. Asosyalleştiği ve bireyselleştiği düşünülen bireyler aslında farklı toplumsallaşma ortamlarında etkileşime girmektedir. Ancak burada sorgulanması gereken temel nokta bu etkileşimin gerçek toplumsal düzlemdeki geçerliğidir.

Boş zamanları geçirmeye yönelik çok yönlü uygulamalar, bireyin gerçek toplumsal bağlamdan her an soyutlanmasına ve zihinsel diaspora yaşamasına neden olmaktadır. Ayrıca her kullanıcının kendi dilinde kullanabileceği uygulamalar, erişimi ve ilgilenim düzeyini arttırmaktadır. Gündelik ihtiyaçlarını bireysel olarak ve kontrollü bir şekilde giderme fırsatına sahip olan bireyler, gerçeğin ürkütücü etkilerinden uzaklaşarak, sanal hazzın mutluluğuyla doyumlanmaktadır.

Facebook, iletişim teknolojileri bağlamında, sanal olanın gerçek üzerindeki belirleyiciliğini ortaya koymaktadır. Bu belirleyicilik, bireylerin gerçeklikten uzaklaşarak sanal dünyaya yönelmeleri, bu sanal dünya içerisinde topluluklar oluşturmaları dolayısıyla katılımlı bir sosyal alan yaratmaları sonucunu doğurmuştur. Gerçeklik içerisinde anlamsızlığa sürüklenen bireylerin sanal gerçeklikleri realize etme çabası, toplumsal düzleme yabancılaşmalarını tetiklemiştir. Bunda toplumsal dönüşümün beraberinde getirdiği postmodernist etkinin önemi büyüktür. “Postmodernizmin iki boyutu vardır: gerçekliğin imajlara dönüşmesi ve zamanın bir dizi ebedi şimdiler halinde parçalanması”(Featherstone,2013:26). Gerçekle görünüm arasındaki bu farkın yarattığı belirsizlik ve şimdije olan bağlılık, bireylerin silik kimliklerini anlamlandırma çabalarına dönüşmüştür. Gerçeklikten kopan kimiksiz bireyler, sanal ağlardaki kamusal alanlarda var olma davranışına yönelmiştir. Çünkü bu kamusal alanlar, bireyin ideal kimliğini inşa edebileceği, ütöpik bir dünyanın kapılarını aralamaktadır. Gerçekliğin yok oluşunun sonucu, gerçekliğe dair yanılgıların oluşturduğu sanal ilişkilerin ortaya çıkmasıdır. Bu ilişkiler kişiye gerçek dünyada sağlayamadığı doyumları sunmakta, gerçekliğin kontrolünü sağlama egosunu tatmin etmektedir. Böylece Baudrillard’ın sözünü ettiği simülasyon kavramı, simüle edilmiş ilişki pratiklerinde daha da görünür olmaktadır. Çünkü, “bir köken ya da bir gerçeklikten yoksun gerçeğin modeller aracılığıyla yeniden üretilmesine hipergerçek yani simülasyon denilmektedir” (Baudrillard,2005:14).

Facebook’un sunduğu sanal kimlikler, kullanıcılarda “ben” ve “biz” çatışması yaratmaktadır. Çünkü kişisel bir aktivite olarak kazanılan “ben” kimliği, sanal aktivitelerin oluşturduğu “biz” kimliğiyle uyum sorunu yaşamaktadır. “Ben” kimliği kişinin görülebilir, elle tutulabilir kimliğini ifade

etmektedir. Ancak, “sosyal kimlik sonuçta sembolik bir biçimlendirmedir. ‘Sosyal beden’ görülebilir, elle tutulabilir bir gerçeklik olarak yoktur” (Assman,2001:132). Bireyin gerçek toplumsal uzamda yaşadığı ben kaybı, sosyal bedene bürünmesine ve benliğini bu kimlikle üretmesine neden olmaktadır. Bu beden ve bedeninin içinde bulunduğu kamusal alan olarak Facebook, elle tutulamayan, görünmez bir sanallığı ifade etmektedir.

“Facebook, diğer bütün sosyal ağlar gibi kullanıcılarını bir profil oluşturmaya teşvik etmektedir. Facebook’ta kişilerin profillerinde şu bilgiler yer almaktadır: Cinsiyet, doğum tarihi, memleket, dini inanç, hobiler, sevdiği müzik ve filmler, iletişim bilgileri, eğitim ve iş bilgileri, üye olduğu gruplar ve sayfalar, arkadaşlar, paylaşılan fotoğraflar ve videolar”(Göker, Doğan, Demir,2009:188). Bireylerin gerçek yaşamdaki kimliklerine ilişkin niteliklerinin sosyal kimlikleriyle bütünleşerek oluşturduğu sanal kimlikler, siber ilişkilerin benliği dönüştürme sürecinde, farklılaşmış bir sanal aidiyet algısını beraberinde getirmektedir.

Kimliğin ayrılmaz bir parçası olan benlik, sosyal ilişki pratikleri içerisinde şekillenen çok yönlü bir yapıyı ifade etmektedir. Kişinin benliğine ilişkin algıları, sosyal çevrelere sunumuyla şekillenmektedir. Benliğin onaya sunulması, ideal ve gerçek arasındaki uzaklığın boyutlarıyla yakından ilintilidir. Bu uzaklığın daralması, kişinin benliğine olan bağlılığını arttırmaktadır. Ancak toplumsal gerçekliğin silikliği, benliğin sunumunu karmaşık ve kontrolsüz bir sürece doğru ilerletmektedir. Toplumsal gerçeklikten uzaklaşan sunum, sosyal ağlar üzerinde örgütlenmiş kamusal alanlarda gerçekleşmektedir. Kullanıcılar ideal kimlikleri çerçevesinde ilgi alanlarını, sosyalleşme ortamlarını ve mahremiyetlerini kamusal alana açmaktan kaçınmamaktadırlar. Nitekim Facebook’ta yer alan “Like (beğen)” butonu kişinin benliğini onaya sunduğu bir seçenektir. Birey ideal kimliğini inşa ederken, benliğine ilişkin sunumlarının onayını beklemektedir. Facebook’ta “unlike (beğenmeme)” butonunun bulunmaması, sosyal çevrenin mutlak onayının alınması anlamına gelmektedir. Dolayısıyla sunulan benliğin sürekli onaylanması, ideal kimliklerin inşa sürecini hızlandırmaktadır. Bu durum, kullanıcıların, sanal kimliklerine olan aidiyetini ve özdeşliğini arttırmaktadır. Kişinin sanal kimliğine olan aidiyeti bağlamında örgütlenen sanal kamusal alanlar, bağlılığı yüksek katılımcılardan oluşan sağlam bir örgütlenmeye dönüşmektedir. Toplumsal gerçeklik uzamından soyutlanan bireylerin, sanal kimliklere yönelimi, Facebook uzamındaki ilişkilerin işlevsel boyutlarını gözler önüne sermektedir.

Facebook kullanım alışkanlıkları üzerine yapılan bir araştırmada, kullanıcıların Facebook’u öncelikli olarak, arkadaş bulma, özgür olma, yalnızlık

giderme ve gözetleme amacıyla kullandıkları tespit edilmiştir (<http://inet-tr.org.tr>). Aidiyet algısının odak noktalarından birini oluşturan grup dinamiği, sanal arkadaş edinimi ile sağlanmaktadır. Özellikle karşı cinse ve geçmiş dönemdeki arkadaşları bulmaya yönelik eğilimler, gerçek toplumsal bağlamdaki toplumsal ilişkilerin, yeni kamusal alan olarak Facebook'ta inşa edildiğini göstermektedir. Bu durum sanal uzamlara olan aidiyeti tetiklemektedir. Mikro ölçekteki arkadaş bulma çabaları, makro ölçekte düşünüldüğünde sanal cemaatlerin cazibesi daha iyi anlaşılacaktır. Nitekim günümüz kullanıcılarının tamamına yakını belirli bir ilgi alanına yönelik oluşmuş sanal cemaatlerden en az birine katılım sağlamakta ve bu cemaatler içindeki toplumsal aktivitelere yönelmektedir. Bu durum kullanıcının gerçek toplumsal bağlamdan soyutlanmasına ve aidiyet hissettiği sanallığı içselleştirerek zihinsel diaspora yaşamasına neden olmaktadır. Çünkü içinde bulunduğu toplumsal gerçekliği yabancılaşan bireyler, sosyal yaşamdan soyutlanarak yalnızlık hissine kapılmaktadır. Asosyallik olarak adlandırılan bu durum, sanal uzamlardaki etkileşimle tatmin edilmekte ve bireyin sosyalleşme süreçleri sanal cemaatlerde işlerlik kazanmaktadır. Günümüzde sosyal sermayesi düşük olan ve ötekilerle iletişim kurmaktan kaçınan asosyal bireylerin, sosyal medyada örgütlenmiş cemaatlerdeki aktif sosyal ilişkiler içinde olması, popülerlik algısının boyut değiştirdiğine vurgu yapmaktadır. Ancak sosyal sermayeyi sanal yoldan biriktirme eğilimi ve sanal etkileşime dayalı ilişki pratikleri, bireyi anlık doyumlarla kontrol altına almakta ve sanala olan ihtiyaç giderek artmaktadır. Ayrıca toplumsal yapı ve kurumların sunduğu toplumsal rollerin kıskacından bunalan bireyler, baskı ve zorlama hissetmeden etkileşim kurabilecekleri bir iletişim uzamı olan Facebook'u tercih etmektedir. Çünkü geleneksel olanın günümüz dinamiklerini kontrol etmekteki yetersizliği, içi boşaltılmış soyut anlamların egemen olduğu bir toplumsal yapı ve tahakküme dayalı bir toplumsal sistem içinde bireylerin zihinsel bir soyutlanma yaşayarak özgürleşme arayışında olmaları, sanal aidiyetin bir sonucu olan zihinsel diasporaya işaret etmektedir. Facebook'un görece sunduğu özgür katılım ortamı ve kullanıcıların gerçek kimliklerini gizleyebilme olanağına sahip olması Facebook'ta örgütlenmiş sanal cemaatleri cazibe merkezi haline getirmektedir. İçi boşalmış toplumsal anlamlar, kültürel norm ve değerlerdeki değişimi de beraberinde getirmektedir. Çünkü bu ilişkiler, geleneksel toplumsal yapının karşıt olduğu kültürel davranışları yaratmaktadır. Niedzwiecki'nin değindiği "dikizleme kültürü" bunun en önemli göstergesidir. Başkalarının hayatlarını takip etmeyi sanal benliklerinin bir parçası haline getiren bireyler, mahremiyetlerinin gerçekliğini ispat etmek istercesine, en mahrem anlarını kamusal alanda onaya sunmaktadır.

Niedzwiecki, dikizleme kültürünü şöyle açıklamıştır;

“Temelinde kendini teşhir etmeye dayanan bu narsis dürtünün nereden geldiğini merak ederken, bir de bakıyorlar ki bir Facebook hesabı edinmişler bile! Bu açıdan düşünüldüğünde kuşaklar arasında farklılık birden bire yitiriyor anlamını. Sonuçta hepimiz “dikizleme kültürünün” bir parçasıyız. Dahası, o kültür biraz da bizim katkımızla bu kadar hızlı geliyor; çünkü hepimiz kendimizi komşularımızı gözetlemeyi sever olduk”(2009:10).

Tüm sanal iletişim ortamlarında olduğu gibi Facebook'ta da yöresel uzama ve zamana bağlılık söz konusu değildir. Bireyi belirli bir coğrafi alana sıkışıp kalmaktan kurtaran ve etkileşimin küresel ölçekte yayılımını sağlayan Facebook, merkezi olmayan bir iletişim evreni sunmaktadır. Bu evrende kullanıcılar aynı anda birden fazla yerde bulunabilmektedir. Yersiz-yurtsuzluğun sağladığı aynı anda birden fazla yerde bulunabilme durumu, zihinsel diaspora ile mümkün olmaktadır. Kişinin fiziken belirli bir coğrafi uzama bağlı olması, zihinsel olarak farklı uzamlarda bulunması açısından engel teşkil etmemektedir. Zihinlerin fiziki sınırları aşması, hayal kurmanın ötesinde gerçeklikle bağıntılı hale gelmiştir. Hayallerin gerçeklikle sentezlenmesiyle ortaya çıkan hipergerçeklik, fiziki katılım gerektirmeyen bir iletişim sürecini mümkün kılmıştır.

SONUÇ

Makineleşme süreci, sadece teknolojik anlamda değil toplumsal ve bilişsel anlamda da irdelenmesi gereken bir konudur. Çünkü insana özgü niteliklerin makinelere aktarımı, makinelerin ürettiği imgelerin insanı nasıl yeniden şekillendirdiğini göstermektedir. Toplumla insan arasındaki etkileşim, makinelerin de dâhil olduğu üç taraflı bir kısır döngüye dönüşmüştür. Bu etkileşim sürecinin başat aktörü hiç kuşkusuz makinelerdir. Sahip olduğu niteliklerle, fonksiyonlarının ötesine geçerek toplumsal bir rol üstlenen makineler, yeni toplumsal kodların üretildiği bir uzam haline gelmiştir. Bu makineleri araç olmanın ötesinde bir konumlandırma ile içselleştiren insanlar ise, makineleşmeye başlamış ve sayısal kodlarla örüntülenmiş yapay aklı benimsemiştir.

Facebook, katılım gerektiren bir sosyal uzamdır. Kullanıcıların bu sihirli dünyanın içinde yer alabilmesi için katılım şartlarını yerine getirmesi gerek-

mektedir. Ancak bu şartlar kayıt esnasında okunmadan onaylanan hukuki süreçlerin ötesinde, sanallığı içselleştirmek için gerekli edilgenliği içermektedir. Çünkü bir ortama adapte olabilmenin tek yolu, o ortamı içselleştirmektir. Facebook'ta üretilen sanal anlamları ve bu anlamların inşa ettiği toplumsal ilişkileri içselleştiren bireyler, gerçek toplumsal bağlamdan uzaklaşarak, sanal olana aidiyet hissetmektedir. Sanal aidiyet gerçeğe dair anlamları yitirmiş olan bireylerin, gerçek üstü anlamlarla olan ilişkisini ortaya koymaktadır.

Küresel ağ bağlantılarının yarattığı yersiz-yurtsuzluk, gerçekliğin ve gerçekliğe dair kavramsal imgelerin üretildiği zihinsel süreçlerin kökenlerinden kopmasına, buna bağlı olarak da zihinsel diasporanın ortaya çıkmasına neden olmuştur. Gerçekliğin yitimi, gerçekliği anlamlandırma süreçlerine hâkim olan zihinsel fonksiyonları, sanal bağlamda üretilen kavramsal imgelere yönlendirmiş, köken arayışında olan zihinler gerçek üstü anlamların üretim sürecine ortak olmuştur. Simülatif gerçekliklere dair imgeleri kavramsallaştıran zihinler süreçler kökenlerinden daha da uzaklaşmakta ve diasporik düşünsel sistemler güçlenmektedir. Zihinlerin kendi fiziki varlıklarından uzaklaşması, bireylerin makineleşmiş toplumsal yapılar içinde sanal gerçekliklere aidiyet duygusu beslemesine neden olmuştur. Artık statik bir gerçeklik yerine, dinamik ve sonsuz şekilde tekrar ederek yeniden üretilen bir gerçeklikten söz etmek daha doğru olacaktır. Kopyaların gerçeğin yerini alması, auranın yok oluşunun en büyük kanıtıdır. Artık bilinçten söz etmek mümkün değildir. Çünkü gerçeklik algısını yitiren ve makinelerin ürettiği yapay düşünsellik çerçevesinde formatlanan zihinlerin, bilinci kontrol etmesi mümkün değildir.

Bilim-kurgu filmlerine konu edilen, makinelerin dünyayı ele geçirme fikri, filmlerde anlatıldığı gibi olmasa da gerçekleşmiştir. Ancak bu makineler insana benzeyen robotlar değil, bizzat makineleşerek robot halini almış ve zihinsel süreçlerinden uzaklaşarak, programlanmış yapay akli sahiplenmiş insanlardır. İnsan aklının makine karşısındaki, yenilgisi, makinelerin egemen olduğu sanal bir toplumsal yapı doğurmuştur. Bu yapı içerisinde gerçeği bulmak, köklere geri dönüşün ilk adımı olacaktır. Ancak sonsuz kopya arasında asıl gerçekliği, bilinç pratiklerinden yoksun zihinlerle bulmak oldukça zordur. Bu durumda McLuhan'ın sözünü ettiği "Kabile Çağı'na Dönüş", gerçekliğin kökenlerine uzanan bir yenilenme sürecini mi başlatacağı yoksa gerçekten yoksun modern bir kabileye yönelişi mi? Bu sorunun cevabı zamanın bilinmezliğinde saklıdır. Çünkü "şimdinin" bu kadar değerli olduğu bir dönemde, ileride ne olacağını bilmek imkânsızdır.

KAYNAKÇA

Assman, J. (2001). “*Kültürel Bellek.*” Çev: Ayşe Tekin. İstanbul: Ayrıntı.

Baudrillard, J. (1998). “*Simulakrlar ve Simülasyon.*” Çev: Oğuz Adanır. İzmir:Dokuz Eylül.

Baudrillard, J.(2005). “*Şeytana Satılan Ruh ya da Kötülüğün Egemenliği.*” Çeviren: Oğuz Adanır. İstanbul: Doğu-Batı.

Baudrillard, J.(2010). “*Tüketim Toplumu.*”. Çev: Hazal Deliceçaylı ve Ferda Keskin. İstanbul: Ayrıntı.

Binark, M. (2007). “*Yeni medya çalışmaları.*” Ankara: Dipnot.

Bozkurt, V. (1999). ‘*Yıkıcı Gemenschaft’tan ‘Öteki’siz Postmodern Kabilelere: Sanal Cemaatler.* Birikim Dergisi. Kasım 1999. ss:65-72.

Castells, M. (2008). “*Ağ Toplumunun Yükselişi.*” Çev: Ebru Kılıç. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniveritesi

Castells, M. (2012). “*İsyan ve Umut Ağları.*” Çev: Ebru Kılıç. İstanbul: Koç Üniversitesi.

Ertürk, Y. D. (2010). “*Davranış Bilimleri.*” İstanbul: Kutup Yıldızı.

Featherstone, M. (2013). “*Postmodernizm ve Tüketim Kültürü.*” Çeviren: Mehmet Küçük. İstanbul:Ayrıntı.

Giddens, A. (2012). “*Modernliğin Sonuçları.*” Çev: Ersin Kuşdil. İstanbul: Ayrıntı.

Geray, H. (2003). “*İletişim ve Teknoloji.*” Ankara: Ütopya.

Göker, G., Doğan, A. , Demir, M. (2010). “*Ağ Toplumunda Sosyalleşme ve Paylaşım: Facebook Üzerine Ampirik Bir Araştırma*”. E-Journal of New World Sciences Academy. Mart 2010. ss:183-206

Güngör, N. (2011). *“İletişim, Kuramlar-Yaklaşımlar.”* Ankara: Siyasal.

Haberli, M. (2012). *“Yeni Bir Örgütlenme Biçimi Olarak Sanal Cemaatler.”* İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi. Sayı:3. ss: 118-134.

Habermas, J. (2000). *“Kamusallığın Yapısal Dönüşümü.”* Çeviren: Mithat Sancar & Tanıl Bora. İstanbul: İletişim.

Kağıtçıbaşı, Ç. (1999). *“Yeni İnsan ve İnsanlar.”* Ankara: Evrim.

Karaduman, S. (2010). *“Modernizmden Postmodernizme Kimliğin Yapısal Dönüşümü.”* Journal of Yasar University. sayı:17(5). ss: 2886-2899.

Niedzwiecki, H. (2009). *“Dikizleme Günlüğü.”* Çeviren: Gökçe Gündüç. İstanbul: Ayrıntı.

Rigel, N., Batuş, G. , Yücedoğan, G. , Çoban, B. (2003). *“Kadife Karanlık.”* İstanbul: Su.

Toprak, A., Yıldırım, A., Aygül, E., Binark, M., Börekçi, S., Çomu, T. (2009). *“Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook.”* İstanbul: Kalkeden.

Törenli, N. (2005). *“Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı.”* Ankara: Bilim ve Sanat.

Zijderveld, A., C. (2001). *“Soyut Toplum.”* İstanbul: Pınar.

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=KOPUNTU ,Erişim: 25.04.2014.

<http://ne-demek.net/anlam%C4%B1/diaspora-ne-demek.html> ,Erişim: 25.04.2014.

<http://inet-tr.org.tr/inetconf14/bildiri/4.pdf> , Erişim: 27.04.2014.

<http://tr.wikipedia.org/wiki/Facebook> , Erişim: 27.04.2014.

<https://www.facebook.com/notes/promoqube/g%C3%BCncel-facebook-t%C3%BCrkiye-istatistikleri/230108337030128> , Erişim: 28.04.2014.

<http://investor.fb.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=842071>, Erişim:28.04.2014

http://www.sabah.com.tr/fotohaber/teknoloji/dunyanin_en_cok_ziyaret_edilen_100_web_sitesi?tc=101&page=2, Erişim 28.04.2014.

<http://forum.shiftdelete.net/internet-haberleri/345016-turkiye'den-en-cok-ziyaret-edilen-100-web-sitesi-kasim-2013-a.html>, Erişim 28.04.2014.

<http://www.alexa.com/topsites/countries>

KÜRESELLEŞME, İLETİŞİM VE HABER DENGESİZLİĞİ

İlhan BİNGÖL*
Mehmet KARACA**

ÖZET

Var olduğu günden beri yaşamını devam ettirmek için iletişimde bulunan insanoğlu, tarihsel süreç içerisinde iletişim olgusunda ve iletişim kurma biçimlerinde büyük değişiklikler yapmış, özellikle 19. yüzyıldan itibaren kitle iletişimi büyük bir hız kazanmıştır. Bu süreçle birlikte dünyada ekonomik, politik, kültürel, siyasal ve iletişim alanlarında küreselleşme meydana gelmiştir. Özellikle iletişim alanında meydana gelen küreselleşmenin, üretici kültürlerin tüketici olanlar üzerinde kültürel emperyalizm gerçekleştirdiği yönünde kaygıların oluşmasına zemin hazırlamıştır. Bu çalışmada iletişim olgusu, iletişimin amacı, küreselleşme, iletişimde küreselleşme, uluslararası haber ajansları ve uluslararası haber dağılımındaki dengesizlikler ele alınmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İletişim, Küreselleşme, İletişimde küreselleşme, Uluslararası haber ajansları, Haber dağılımındaki dengesizlikler.

ABSTRACT

Mankind has communicated in order to continue his existence since he existed in the world. Therefore, in the historical process, he has made changes regarding ways of communication and the phenomenon of communication, in particular, mass communication has accelerated since the 19th century. As a consequence of the acceleration process of mass communication, globalization has occurred in economic, cultural, political and communication areas. Especially, thanks to globalization in communication area, forces of production have created cultural imperialism phenomenon on consumers.

In this study, it will be dealt with communication and the aim of communication, globalization, and globalization in communication, international news agencies and imbalances in international news distribution.

Keywords: Communication, Globalization, Globalization in communication, International news agencies, Imbalances news distribution.

* Öğr. Gör. Bingöl Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, E Posta: ilhanbingol01@hotmail.com

**Yrd. Doç. Dr. Bingöl Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, E Posta: sosyologkaraca@hotmail.com

GİRİŞ

Varlığını sürdürme amacı içinde olan insanoğlu, toplumun diğer bireyleri ile sürekli iletişim ve etkileşim çabası içindedir. Bu çaba, insanoğlunun varlığını devam ettirmesi, toplum içinde anlam kazanması ve varlığını sürdürme çabasıdır. İnsan, ancak, toplum içinde yaptıkları eylemleri ve davranışları ile anlam kazanır. Tarihsel süreç içinde sözle başlayan iletişim daha sonra yazı, grafik ve sembollerle birleşmiş, iletişim olgusu ve iletişim araçlarında değişiklik meydana gelmiştir. Özellikle 19. Yüzyılın ikinci yarısından itibaren gelişen kapitalist ekonomik sistem içerisinde iletişim araçlarında da değişiklik meydana gelmiş, bu süreçten itibaren özellikle de 20. yüzyıldan itibaren kitle iletişimi önem kazanmıştır. Kitle iletişim araçlarının güçlü kapitalist sermayenin eline geçmesi ile beraber, iletişimin uluslararası boyutu da değişmiş, iletişimin enformasyon dağılımında da dengesizlikler meydana gelmiş, uluslar arası haber ajansları dünyaya haber dağılımı şeması gerçekleştirerek, enformasyon dağılımında da tekelleşme meydana getirmişlerdir.

1. İLETİŞİM VE İLETİŞİMİN AMACI

İnsan, toplumsal bir varlıktır. Yaşama başladığı günden itibaren diğer insanlarla ve dış dünyayla ilişki ve etkileşim içindedir. İnsanoğlu bilinçli olmadığı ve iradesini kullanmadığı bebeklik yıllarında dahi çevresine uyarıcı iletiler göndermektedir. İhtiyaçları toplumsal bir gerekliliği gösterirken; isteyerek veya istemeyerek, duygu ve düşüncelerini dış dünyaya yansıtır, tüm duyularını da çevresindeki uyarılara açar. İnsanın kendini tanımasında, ifade edebilmesinde toplumsal yapılanmanın temel taşı olabilmesinde iletişim önemli rol oynar (Akdoğan, 1995: 9). Toplumsal varlık olan insanın kendini ifade edebilmesinde ve kendini yeniden üretebilmesinde en önemli olgu, iletişim olgusudur. Dinamik toplumun ögesi olan insan, bu yetisiyle toplumda değer kazanır ve topluma değer kazandırır. Yani iletişim hem toplumsal hayatın oluşmasında hem de bu hayatın düzenlenmesinde fonksiyonel bir araç olmaktadır. Bu kadar önemli olan bir olgunun tanımlanması da oldukça güçtür. Bundan dolayı iletişimin çok çeşitli ve farklı tanımları yapılmıştır. İletişimin ne olduğu ile ilgili çok sayıda tanım yapılmaktadır. Kimi iletişimcilere göre bu tanımların sayısı yüzün üzerinde, hatta kimilerine göre de iki yüzden fazladır. İletişim; enformasyon, düşünce, tutum ve duyguların bir kişiden veya gruptan, ötekine (veya diğerlerine) özellikle semboller yoluyla iletilmesidir. En genel anlamıyla; bir sistem, bir kaynak, bir ötekini, hedefini, alternatif sembolleri ele alıp bunların ikisini birleştiren kanaldan ileterek, manipüle ederek etkilediğinde iletişim meydana gelir. İletişim, ‘gönderiler aracılığıyla kurulan sosyal etkileşim’ olarak tanımlanabilir (McQuail-Windahl, 2010: 17).

İletişim temel anlamda bilgi, duygu ve düşüncelerin paylaşılması olmakla birlikte, aynı zamanda kişi ya da grupların davranış ve tutumlarını etkilemeye yönelik bir eylemdir. İletişim, bireyler arasında bilgi alıp vermek amacıyla oluşturulan bir ilişkiler sistemi olarak açıklanabilir (Gürüz- Eğinli, 2012: 5). Türk Dil Kurumu sözlüğünde iletişim “duygu, düşünce ya da bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla baş-

kalarına aktarılması, bildirişim, haberleşme” ve “telefon, telgraf, televizyon, radyo gibi aygıtlardan yararlanılarak yürütülen bilgi alış-verişi, bildirişim, haberleşme” olarak tanımlanmaktadır. (TDK, 1983: 578, aktaran Gürüz-Eğinli, 2012:6). İletişim, herkesin bildiği ancak, az kişinin doyurucu biçimde tanımlayabildiği bir insan etkinliğidir. İletişim, yüz yüze konuşmadır, televizyondur, enformasyon yaymadır, saç biçimimizdir, edebi eleştiridir (Fiske, 2003 :15).

Diğer bazı tanımlara göre “iletişim bilginin, fikirlerin, duyguların becerilerin vb.’nin simgeler kullanılarak iletilmesidir. İletişim, anlam arama çabasıdır; insanın başlattığı kendisini çevresinde yönlendirecek ve değişen gereksinimlerini karşılayacak şekilde uyarıcıları ayırt etmeye ve örgütlemeye çalıştığı yaratıcı bir edimdir. İletişim, mesajlar aracılığıyla gerçekleştirilen toplumsal etkileşimdir. İletişim, sayesinde dünyayı anlamlı kıldığımız ve bu anlamı başkalarıyla paylaştığımız insani bir süreçtir” (Mutlu, 2012:148). Görüldüğü üzere iletişim, çok farklı tanımlarla anlatılmaya ve anlaşılmaya çalışılmaktadır.

Yine, Gürüz ve Eğinli (2012: 6-7)’nin Yıldız ve Zıllıoğlu’ndan aktardığına göre iletişim:

- Düşüncenin sözel olarak karşılıklı değiş-tokuşu,
- İki kişinin birbirini anlaması, insanın karşıdakine kendini anlatması,
- Organizma düzeyinde bile olsa ortak davranışa olanak veren etkileşim,
- Kaynaktan çıktıktan sonra iletiyi alan için bir uyarıcı olan davranış,
- Kaynağın karşı tarafı etkilemeyi amaçlayan davranışı,
- Bilgilerin, fikirlerin, duyguların, becerilerin vb. simgeler kullanılarak iletilmesidir.

• Esas olarak simgeler aracılığıyla bir kişiden ya da bir gruptan diğerine bilginin, fikirlerin tutumların veya duyguların iletilimidir.

Bütün bu tanımları göz önüne aldığımızda iletişim; bilgilerin, duyguların, düşüncelerin ve davranışların; söz, yazı, resim ve sembollerle karşı tarafa gönderilmesi sürecidir. İletişim kurmanın temel düşüncesinde; karşı tarafın davranışlarında, tutumlarında ve düşüncelerinde değişiklik yaratma isteği vardır. Temelde üç ana öge olan kaynak, mesaj ve alıcıdan oluşan iletişim süreci tek yönlü bir süreçtir. Ancak böyle bir iletişim sadece başlamış olur, ancak bitmiş olmaz. İletişimin sonlanabilmesi için alıcının yani hedefin kaynağa geri bildirimde bulunması gerekir. Bu durumda kaynak alıcı konumuna geçer ve böylece iletişim çift yönlü bir sürece dönmüş olur. Görüldüğü üzere burada iletişime dördüncü bir öge olan geribildirim (feedback) ögesi eklenmiş olmaktadır. İletişimin beşinci ögesi olarak da mesajın (ileti) gönderildiği kanal vardır. Kimi kaynaklara ve iletişim bilimcilere göre çevresel faktör olan gürültü de iletişim ögesinin altıncı unsurudur. Bütün bu anlatımlarımız kişilerarası iletişime yönelik bir durumdur.

Kişilerin iletişim kurmasının amaçları olarak; kişisel buluş, dış dünyayı keşfetmek, anlamlı ilişkiler geliştirmek, tutum ve davranışları değiştirmek, bu amaçlarla başlayan her iletişim eyleminin sonucunda çeşitli etkiler ortaya çıkmaktadır. Bu etkiler; bilişsel, duygusal ve psikomotor etkiler olarak ifade edilmektedir (Gürüz ve Eğinli, 2012: 2-3).

2. KÜRESELLEŞME

Küreselleşme süreci; siyasi, ekonomik ve kültürel sonuçlarıyla hayatımızda önemli bir yer tutmaktadır. Küreselleşme, bugün en sık kullanılan kavramların başında gelmektedir. Küreselleşme denilince ne anlamamız gerektiğini görmek için küreselleşmenin farklı tanımlarına bakmak yerinde olacaktır.

George Modelski, “küreselleşme, dünyanın büyük medeniyetleri arasındaki artan bağlantının tarihidir” demektedir. Daha da açmak gerekirse en eski medeniyetler arasında düzensiz aralıklarla ortaya çıkan karşılaşmalara kadar uzanan, uzun vadeli tarihsel bir süreçtir. Fakat, çağdaş küreselleşme dönemine bilinçli olarak şekil veren, çağdaşlaşma ve özellikle Batı’nın yükselişi ile küresel genişlemesidir (Held ve McGrew, 2008 :71). Görüldüğü üzere burada anlatılmak istenen küreselleşme olgusu tarihinin çok eskilere kadar gittiğidir.

Modelski’ye göre küreselleşme; uluslar, medeniyetler ve siyasal topluluklar arasındaki genel dayanışmanın genişlemesinin ve derinleşmesinin tarihsel sürecini kapsayan bir mefhumdur. Tony Gidens için de küreselleşme, modernlikle geniş çapta eş anlamlıdır. Çünkü, yeni çağda ‘dünya çapında toplumsal ilişkilerin yoğunluğu’ daha önceki tarihsel dönemlerin hepsinde olduğundan çok fazladır (Held ve McGrew, 2008 :71). Küreselleşme; coğrafi, siyasi ve kültürel sınırları aşan sosyal örgütlenmelerin oluşmasıdır. Dünya ölçeğinde ve temelinde işleyen ekonomik ve kültürel şebekelerin gelişmesi ve hız kazanmasıdır. Kültürel küreselleşme sürecinin temel unsuru olarak; genel olarak dünya çapında değiş-tokuş, seyahat ve etkileşimin daha hızlı, daha yaygın, daha bağımsız biçimlerine olanak veren iletişim teknolojilerinin ve medya şebekelerinin ortaya çıkması gösterilmektedir (Mutlu, 2012:216). Hızla gelişen uydu teknolojisi ve ona bağlı olarak yayınlarda sınır tanımayan kitle iletişim araçları ile kültürler küreselleşmektedir; ancak burada önemli olan ve dikkat çeken nokta kimin kültürünün küreselleşmede ve küreselleşme sürecinde başat olduğudur.

Küreselleşme ekonomik, siyasi, sosyal ve kültürel alanlarda bazı ortak değerlerin yerel ve ulusal sınırları aşarak dünya çapına yayılmasını da ifade eder. Bu bağlamda küreselleşme, dünyada uygulanan ekonomik sistem ve ekonomi politikalarının giderek birbirine yakınlaşmasıdır (Yürekli, 2004:8).

Küreselleşme, ortaya çıkışı, gelişimi ve beslenme kaynağı bakımından batılı bir kavram olup ona dair tartışmalarda bu yönü sıkça gündeme getirilmekte; bu kavramın, Batılı ülkelerin dünyanın geri kalanını kontrol altına almak için geliştirdiği bir söylem olduğu fikri yaygın bir kanı olarak seslendirilmektedir. Bu konudaki yayınlarda küreselleşmeden sıkça, kapitalizmin yeni bir versiyonu, yansıması ya da aracı olarak söz edildiğine rastlayabilmekteyiz. Örneğin; Erkızan (2002: 62), küreselleşmenin aslında dünyayı yeniden yapılandırma isteminin ve teşebbüsünün tarihsel bir sonucu olup, Avrupa merkezli bir söylemin dünyayı yeniden yapılandırma tasarısı ve projesinden başka bir şey olmadığını; Kızılçelik (2003:19), küreselleşmenin kapitalizmin günümüzdeki boyutunu ve görünümünü ifade ettiğini, kapitalizmin diasporası, yani onun dünyaya dağılıp yayılması, dünyayı kuşatması olduğunu iddia etmektedirler.

Küreselleşmenin, her şeyden önce bir ideoloji olduğunu vurgulayan yaklaşımlar da mevcuttur. İdeoloji, kendi gerçeğini hızla yayarak, gerçeğin iletilebildiği bilgiyi silmekte ve yerine de “küreselci gerçeği” koymaktadır. Başka bir görüşe göre de, küreselleşmenin kültürel homojenlikle, kültürel heterojenlik arasındaki çarpışmayı simgelediği, daha doğrusu bu çarpışmanın aldığı biçimi tanımladığı da belirtilmektedir. Uluslararası Para Fonu (IMF) da küreselleşmeyi, “teknolojinin hızla gelişmesi ve geniş bir alana yayılmasıyla; uluslararası sermaye, mal ve hizmet akışının dünya çapında ülkeleri birbirine bağımlı hale getirmesi” olarak tanımlamaktadır. Görüldüğü üzere küreselleşme; ekonomik, siyasal, sosyal ve kültürel alanlarda pek çok değişime neden olmakta, bu değişimler doğrudan hayatımıza da etki etmektedir. Bu değişim sürecinin kodlarını zamanında çözebilen ülkeler küreselleşme çağında daha fazla mesafe alırken, küresel süreci anlamakta ve değişimin boyutlarını kavramakta geç kalan ülkeler ise çağın gerisine düşme tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadırlar. Küreselleşme üretimi “vatansız” hale getirdi. Şirketler nerede daha ucuz üretebiliyorlar ve daha fazla kar elde edebiliyorlarsa, orayı tercih etmeye başladılar (Özkan, 2006:5). Buradan da anlaşılacağı üzere ekonomik, siyasal, politik ve kültürel alanda sınır tanımamazlık ortaya çıkmaktadır. Sınırları aşmanın ve özellikle yukarıda sözü edilen alanlarda küreselleşmenin hızla devam etmesi ve kendini sürekli yenileyebilmesinin başında, iletimde meydana gelen küreselleşme olgusundan dolayıdır. Yeni iletişim teknolojilerinin zaman ve mekân tanımazlığının sonucu olarak bu alanlarla ilgili üretim, pazarlama, tanıtım için çok gezmeye gerek yoktur. Gerekli olan en önemli unsur iletişim teknolojilerinde mesafe almak ve sürekliliği sağlamaktır.

Küreselleşme, özü itibarıyla küresel çapta düzenlenmiş kapitalizmdir. Küreselleşme ile pazarlar ulus-aşırı tekellerin kontrolüne girmiştir. Küreselleşme tarihsel bir olgudur ve kapitalist üretim ilişkilerinin gelişiminde bir aşamayı ifade eder. Küreselleşme döneminde üretim ve tüketim son derece artmıştır. Burada tüketilen yalnızca maddi mallar ve metaller değil, doğal kaynaklar ve insanlıktır (Yaylagül, 2010:187). Küreselleşme, kapitalizm açısından bir kriz yönetim biçimidir. 1990’lı yıllarda SSCB’nin yıkılması ile emperyalizm kısa bir süre de olsa nefes alma imkânı bulmuştur. Küresel olarak tek bir pazar meydana gelmiştir. Ancak, insanların tüketim gücü olmadığı için kapitalizm krizden çıkamamaktadır. Küreselleşme süreci ile birlikte;

- Pazarlar Küreselleşti: Bir zamanlar ulusal pazarlar, bölgesel oligopoller tarafından kontrol edilirken, küreselleşme süreci bu yapıyı değiştirdi. Bölgesel oligopoller, uluslararası sermaye yapıları tarafından ortadan kaldırıldı.

- Üretim Küreselleşti: Küreselleşen pazarla birlikte firmalar da üretimlerini ve buna yönelik stratejilerini küreselleştirdi. Ulus aşırı firmaların merkezi New York’tadır. Üretimlerin tasarımı Virginia’da yapılmaktadır. Satış işlemlerinin eşgüdümü Londra bürosundan yapılmaktadır. Üretim küreselleşmesi ile beraberinde enformasyon hizmetlerinin (reklamcılık, bankacılık, sigorta ve danışmanlık hizmetleri vb.) küreselleşmesini getirdi. Bu sektörler de küresel çapta bir iletişim altyapısına ihtiyaç duyarlar.

• Sermaye Küreselleşti: Küreselleşme, özü itibariyle sermayenin küreselleşmesidir. Geliştirilen yeni iletişim teknolojileri sayesinde ticaret hacmi genişledi ve böylece paranın büyük finansal merkezlere anında akışı sağlanmış oldu.

• İletişim küreselleşti: Küreselleşmenin bir boyutunu da iletişim ağlarının küreselleşmesi oluşturmaktadır. Yeni iletişim teknolojileri de bunun bir boyutudur. Küresel medya şirketleri bütün dünyayı pazar haline getirdiler. Enformasyon alanının belirli şirketlerin denetimine girmesi bütün dünyadaki insanların benzer imajlarla ve medya içerikleriyle karşı karşıya kalmasına neden oldu. Örneğin bütün dünyada ABD kökenli sinema ve televizyon programları izlenmektedir. Sinema filmleri, televizyon şovları, haber ajansları ya da moda endüstrileri bütün dünya için ortak imajlar, sembol sistemleri ve düşünce üretmektedir. Küresel iletişim sistemi, küresel ekonomik sistemin en büyük destekçisidir (Yaylagül, 2010:188, 193, 194,195).

Bu süreçte üretilen ve uluslararası alanda pazarlanması gereken mallar vardır. Bu malların tanıtılması ve pazarlanması için en uygun araçlar kitle iletişim araçlarıdır. Dolayısıyla burada iletişim araçlarının küreselleşmesi söz konusu olmaktadır. Burada önemle vurgulanması gereken husus; yeni kültürün kimin kültürü olduğudur.

3. İLETİŞİMİN KÜRESELLEŞMESİ VE İLETİŞİMDEKİ DENGE-SİZLİKLER

Toplum, yan yana gelmiş çok sayıda insandan ya da onların toplamından çok daha fazlasını ifade eden bir bütünlüktür. Bu anlamda toplum, aralarında oldukça belirli ve devamlı ilişkilerin bulunduğu bireylerden oluşur. Bu ilişkilerin biçimini ve niteliğini değerlendirirken dikkate almamız gereken temel unsurlardan birisi de bireyler arasındaki ilişkilerin değişen tarihsel –dönemsel koşullara bağlı olarak kurulmasını sağlayan iletişim araçlarıdır. (Törenli, 2005: 8). Buradan anlaşılacağı üzere bireylerden oluşan toplumun toplam düşüncesi ve bireyin düşüncesi farklılık arz etmektedir. Bu düşünce toplamına götüren şey ise bireyler arasında kurulan iletişim olgusunun sonucudur. İletişim şekilleri; tarihsel süreç içerisinde insanların sahip oldukları tüm değerlerin ve araçların sonucudur.

İletişim araçlarının bir tarihi vardır ve en ilkeleri bile dünya tarihinin aydınlatılması açısından son derece önemlidir. Bu bağlamda bazıların belirli dönemler içerisinde baskın hale gelmeleri, silikleşmeye başlamakla birlikte varlıklarını sürdürmeleri ya da sönüp kaybolmaları rastlantılarla açıklanabilecek durumlar değildir. Bu anlamda dünya tarihine iletişim araçları tarihi gözüyle bakabiliriz (Törenli, 2005: 7-8). Bu süreçte yazı, öncesinde onu oluşturan işaretlerle, sonrasında ise harflerle somutlaşmaya, yani insanın beyninde bir anlam, dilinde bir ses varlık kazanmaya başladıkça, iletişim araçlarının mağara duvarındaki resimlerden ya da kil tabletlerden günümüzün en gözde kavramlarından biri olan yeni medyaya kadar uzanan gelişim süreci de biçimlenmeye, - yeni iletişim araçları- ortamları da çeşitlenmeye başlamıştır (Törenli, 2005: 8). Yeni medyanın içinde yer aldığı uluslararası kapitalizm ya da başka bir deyişle “Yeni Dünya Düzeni” evresinde, yeni iletişim ortamı da yeni bir yapılanma süreci geçirmektedir. Telgraftan deniz altı kablolarına, telefonda radyoya, televiz-

yondan uydu iletişimine, internetten cep telefonlarına kadar yeni medyanın araçsal boyuttaki temel dinamik, toplumsal dokunun zamana ve mekâna ilişkin sınırlandırıcı yapılanmasının aşılması, sorun yaratan engellerin ortadan kaldırılmasıdır. Yeni Medya, Yeni Dünya Düzeni'nin biçimlendirilmesi sürecinde merkezi bir rol oynamaktadır. Yeni medyanın araçsal katkısının işbaşında olduğu bu süreç üç yönelim içerisinde belirginlik kazanmaktadır: Üretimin küreselleşmesi, sermayenin (akışının) küreselleşmesi ve hizmetlerin küreselleşmesi (Törenli, 2005: 9). Bu küreselleşme olgularının daimilik kazanmasının ilk belirleyici ögesi iletişimin küreselleşmesi yani uluslar arası iletişim olgusunun ortaya çıkmasıdır.

Uluslararası iletişim; belirli bir coğrafyada, birbirinden uzakta yaşayan ve farklılıklar gösteren insan toplulukları arasında var olan haber ve bilgi akışkanlığı ve bu insan topluluklarının daha geniş bir insan topluluğuna ait oldukları bilincini yaratan ve içinde yaşanılan coğrafyayı toplumsal olarak kurgulanmalarına olanak tanıyan bir yapıdır. Farklı toplumlar arasında iletişim kurulması insanlık tarihi kadar eskidir (Özdemir, 2666:79). İnsanlığın ilk dönemlerinde coğrafi mekân olarak birbirine yakın olan insanların etkileşim ile kurduğu iletişim, ulaşımında meydana gelen olumlu gelişmelerin sonucunda, coğrafi olarak birbirine çok uzak olan insanlar arasında bir etkileşime dönüşmüştür.

Uluslar arası iletişim süreci, ulus- devletler ve hükümetler arasındaki bir etkileşim sürecinin ötesinde siyasi ve ekonomik bir bağlamın içerisine yerleştirilerek ele alınmaktadır. Uluslar arası iletişim, küresel iletişim ve dünya iletişimi birbirinin yerine kullanılabilir olsa da, içinde yaşadığımız tarihsel dönemde dünya çapında süren iletişimin nicel artışı ile değişen aktörlerini, kurallarını ve teknolojik altyapısını yansıtmaktadır. 15. Yüzyıldan itibaren haberler Venedikli buğday tacirleri, Antwerp'li gümüşta tacirleri, Nurembergli tüccarlar ve onların uluslar arası ortaklarının paylaştıkları ürünlere ve gemilerin hareketlerine ilişkin haberlerin yer aldığı "haber yaprakları" ve ticarete dair yarattıkları ortak değerler ve inançlar aracılığı ile uluslararasılaşmıştır. Uluslararası telgraf ağı 19. yüzyılda Fransa, Almanya ve Büyük Britanya ile onların Asya ve Afrika'daki sömürgeleri arasında uluslar arası bir iletişimi olanaklı hale getirirken, basılı gazetelerin ticarileşmesi ile etkileşim uluslar arası düzeyde işlev gören haber ajanslarının (Reuters, Associated Press, Agence France Press) kurulmasına hız kazandırmıştır (Özdemir, 2666: 81). Görüldüğü üzere ticaretin uluslararası düzeyde işlemeye başlaması ile bunu daha hızlı bir şekilde devam ettirmek için iletişim de paralelinde uluslar arası hale gelmiştir. Amaç, ticaretin -malların- dolaşımını hızlandırmak için haberleşmenin de hızlı hale gelmesini sağlamaktır.

İletişimin Küreselleşmesinin başlangıcı 19. yüzyılın sonları ve 20. yüzyılın başlarındaki üç kilit gelişmeye bakarak incelenebilir:

1. Avrupa'nın sömürgeci güçleri tarafından su altı kablo sistemlerinin geliştirilmesi.
2. Uluslar arası haber ajanslarının ortaya çıkışı ve dünyayı kendilerine mahsus çalışma alanlarına bölmeleri
3. Elektro manyetik tayfların tahsisiyle ilgilenen uluslar arası kuruluşların oluşturulması (Thompson, 2008: 296).

Ayrıca uluslar arası iletişimi, değişen aktörler, teknolojiler, politikalar ve kavramlar çerçevesinde, dünyada gerçekleşen ekonomik, siyasi ve toplumsal değişimler bağlamında üç döneme ayırarak incelemek mümkündür:

1. Uluslararası iletişim kavramının ortaya çıkışından 2. Dünya Savaşı'na kadar olan süreç. Bu dönemde aktörler açığa çıkmış, iletişim sürecinde mesajın taşıyıcıdan ayrılması ve hız kazanmasıyla ilk uluslar arası iletişim altyapıları kurulmuş ve uluslararası iletişim kurumsallaşmaya başlamıştır.

2. İkinci Dünya Savaşı'nın sona erdiği 1945'den başlayarak 1980'lerin ortalarında "Yeni Dünya Düzeni" kavramı dolayısı ile dünya ekonomik, siyasi ve toplumsal ilişkilerin yeniden yapılandırılmasına dek sürmektedir. Önceki dönemin aktörlerine ek olarak yeni aktörler katılmış, teknolojik gelişmeler sürmüş, dünya siyasi sisteminde yaşanan değişimler uluslararası iletişimin kurucu kavramlarında değişimlere neden olmuştur.

3. Üçüncü ve son -devam eden- dönem, 1980'lerin ortalarında başlayarak günümüze dek sürmekte olan dönemdir. Bu dönemin temel özelliği, uluslararası iletişim süreci de dâhil olmak üzere tüm toplumsal ilişki süreçlerinin piyasa kurallarına tabi kılınmasıdır. 19. Yüzyılda, uluslar arası iletişimin en önemli aktörlerinden birisi olarak karşımıza çıkan "uluslararası haber ajansları" 1945 sonrası dönemde medya emperyalizmi kavramının ortaya çıkmasına neden olan dengesizliklerin temel nedenlerinden birisidir (Özdemir, 2666: 81-82). Haber ajanslarının enformasyon dağıtımdaki rolleri beraberinde bu alanda uluslararası dengesizlikleri doğurmuş, gelişmişlik, geri kalmışlık ve teknolojik bağımlılık sarmalında dağıtımlar gerçekleşmektedir.

İletişimin küreselleşmesinin kökleri 19. Yüzyılın ortalarına dek takip edilebilirse de bu süreç, öncelikli olarak 20. yüzyılın bir olgusudur. Yirminci yüzyıl, iletişim kanallarının ve bilgi yayılımının çoğalmasına tanık oldu. Radyo ve televizyon yayıncılığı sistemlerinin dünya çapında hızlı gelişimi, sürecin önemli bir parçası olmasına rağmen tek boyutlu değildi. İletişimin küreselleşmesi aynı zamanda bazılarında diğerlerinden çok yarayan ve dünyanın bazı yerlerini küresel iletişim şebekelerinin içine diğerlerinden daha çabuk çeken, idare edilen ve eşitsiz bir süreç oldu. Yirminci yüzyılda iletişimin küreselleşmesi, aslen büyük ölçekli iletişim holdinglerinin faaliyetleriyle güdülmüş bir süreçtir. Üretime yeni yöntemlerin girişiyle hızlanan ve ilerleyen, gazetelerin iktisadi temellerindeki değişim, medya endüstrisinde uzun dönemli bir birikim ve yoğunlaşma sürecini başlattı. Yirminci yüzyıl boyunca bu süreç, giderek ulus- ötesi bir nitelik kazandı (Thompson, 2008:301-302).

4. KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM VE KÜLTÜR TRANSFERİNDE DENGESİZLİKLER

Medya ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler bireyler arasındaki iletişim imkânlarını arttırdığı gibi, toplumlar ve kültürler arasında iletişim olanaklarını da alabildiğine arttırmıştır. Bu durum ise kültürleri birbirleri ile yeni bir alış veriş ve bir yeniden kültürleşme sürecine sokmuştur. Kültürlerarası iletişim bu anlamda büyük bir önem kazanmaktadır. Zira süreçle birlikte ortaya çıkan yeni iletişim tarzları ve

ülkelerin geliştirmeye başladıkları yeni ilişki türleri, ulus ve kültürleri yeni ilişkiler kurmaya, bu kültürlere ait bireyleri de birlikte yaşama kültürünü benimsemeye zorlamaktadır. Kültürlerarası iletişim denildiğinde gerek farklı kültürel coğrafyalara ait birey ve gruplar, gerekse aynı coğrafi bölgedeki alt kültür grupları ve bunların üyeleri arasında varsayılan bir iletişimden söz edilmektedir. Geçmişten günümüze var olagelen ve kültürel değişmelerin temel dinamiklerinden olan kültürlerarası etkileşim, günümüz küresel dünyasında çok daha ileri boyutlara varmış bulunmakta ve daha yaygın bir surette gerçekleşmeye başlamış durumdadır.

Bireyler, içinde doğup geliştikleri, kişiliklerini ve anlam dünyalarını şekillendiren kültürün kodlarını kullanarak çevrelerinde olup bitenleri anlamlandırır ve bunlara yönelik alıştıkları tarzda tepkiler geliştirirler. Yabancıları oldukları ya da alışkanlıklarına uymayan durumlarla karşılaştıklarında ise yeni durumlara uyum sağlama becerisi geliştirmiş olan bireyler nispeten daha çabuk adaptasyon sağlarken, bazıları da çeşitli uyum sorunları yaşayabilmekte, yabancıları oldukları kişi, obje ve durumlar karşısında tedirginlik duymakta, bunlara yönelik önyargılı, dışlayıcı hatta çatışmacı bir yaklaşım geliştirebilmektedirler. İletişim çatışmalarının başlıca sebepleri arasında yer alan bu durum, öteki ile iletişimi, özellikle de farklı kültürler arasındaki iletişimi oldukça zora sokmaktadır.

Mekânsal ve fiziksel engellere takılmadan, her an her yerde bir biri ile bağlanabilme imkânına kavuşmuş bulunan günümüzün küresel köy sakinleri için farklı kültürlerin etkilerinden uzak kalabilmek adeta imkânsız hale gelmiş bulunmaktadır. “Günümüzün küresel kültür akımlarının yoğunluğu ve hızı dünyayı kültürel bütünleşme ve çözülme süreçlerinin yer aldığı tek bir alana dönüştürmektedir. Küresel kültürel birbiriyle bağımlılığın genişlemesi, sürekli bir kültürel alışverişi ve etkileşime yol açmakta, bu da hem kültürel homojenlik hem de düzensizlik üretmektedir” (Guibernau, 2010:61-64).

“Bilgi teknolojileri, kitle iletişim araçları ve sistemlerinin seçeneklerinde oluşan gelişmeler ile dünyanın her yerinden her an bilgi almak ve göndermek olasıdır. Hızlanan ve kolaylaşan bu iletişim, kültürlerin birbirleri ile ilişkilerini ve etkileşimlerini de arttırmalarını sağlamaktadır. Bu durum, kültürlerin gitgide birbirlerine benzediği ve benzeyeceği tezini de beraberinde getirmektedir. Yüzyıllardır süregelen kültürel farklılıkların zenginlik olduğu düşüncesi ve kapitalist yapının ortak kültür etkileriyle tektipleşme süreci arasında kalan insan, öteki ile belki tarihin en yakın ilişkisini kurmaktadır aynı zamanda... Kültürlerarası iletişim etkinlikleri, haber almak ve bilmekle ilgili günlük olayların yorumundan, tarihsel olayların açıklanmasına kadar her anda, anında-tepki sürecini doğurmuştur. Dünyanın herhangi bir bölgesinde olan bir olayın hızla tüm dünya insanları tarafından bilinmesi olasılığı ve hemen tepkisinin verilebilmesi süreci uzamsal ve zamansal olarak sınırların ortadan kalkmasıyla ilintilidir” (Tanrıbilir ve Şen, 2005:130-131).

“Küreselleşme ile homojen bir dünya kültürü yaratılmaya başlanmıştır. İnsanlar aynı alet-edevat ve ürünleri kullanmakta, benzer şeyler yiyip içmeye başlamakta, aynı mağazalardan giyinmekte, benzer filmleri ve televizyon programlarını izlemekte, benzer müzikleri dinlemektedirler” (Yaylagül, 2010:195). Küreselleşme çağındaki kül-

türel alış veriş ve etkileşimin bu kaçınılmazlığı kültürler arası iletişim konusunu, üzerinde önemle durulması gereken bir konu haline getirmektedir. Bu konu ile ilgili tartışmalarda ise teknoloji ve bilişim alanında yaşanan gelişmeler paralelinde artan küreselleşmenin ortaya çıkardığı değiştirici ve dönüştürücü etkiler ön plana çıkmaktadır. Hayatı kolaylaştıran, insan ihtiyaçlarının daha hızlı, nitelikli ve verimli tarzda karşılanmasını sağlayan gelişmeler olumlu karşılanırken; bunların sosyal ve kültürel hayatta meydana getirdiği etkiler genellikle kaygı ile karşılanmaktadır. Çamdereli (2008:140-142)'nin belirttiği gibi, uluslararası enformasyon ağlarının belirlediği iletilere göre şekillenmek durumunda kalmak, bu duruma maruz kalan uluslara, alınan enformasyona göre dönüşme sorunu ya da gelen enformasyon karşısında sıkı durabilme gerilimi yaşatır. Ayrıca iletişimde hızla artan teknolojik ve ticari gelişmeler ulusal ve bölgesel kimliklerin kaybedilmesine ve hızla yayılan bir homojenleşmeye ilişkin kaygıları besler.

Çamdereli'nin bu ifadelerinde dillendirdiği gibi, uluslar arası, başka bir deyişle kültürler arası iletişimde yaşanan gelişmeler en çok da farklı kültürlerde benzeşme ve yerel kültürlerde kimlik kaybı yaşanmakta olduğu yönündeki kaygıları beslemektedir. Farklı kültürlerin yaşadığı giderek benzeşme, homojenleşme ve kimlik erozyonu gibi problemler inkâr edilemese de kültürler arası iletişimin kaçınılmaz olduğu da inkâr edilemez. Türker ve Örerler (2004:46-51)'in belirttikleri gibi, “küreselleşme, ülkeler arasındaki iktisadi, sosyal ve siyasal ilişkilerin gelişmesi, farklı toplum ve kültürlerin inanç ve beklentilerini daha iyi tanınması, uluslararası ilişkilerin yoğunlaşması gibi birbiriyle bağlantılı konuları kapsayan bir kavramdır. Küreselleşme süreci, milli politik, ekonomik ve kültürel yapının bir dizi ulus ötesi gelişme ile koalisyonudur ve bir düşünce biçimi olarak da her ülkenin bir diğerini etkilemesidir”.

Kültürlerarası iletişimde medyanın önemli bir rolü bulunmaktadır. Günümüz küresel dünyasına baktığımızda, eski dönemlerin birbirinden uzak, kopuk, habersiz ve iletişime geçmeleri hayli güç olan farklı kültür havzalarına ait topluluklarına karşılık, yan yana duran, iç içe geçmiş, kendilerini çepeçevre kuşatan iletişim ağları ile her an iletişim içinde bulunan toplulukları karşımızda görmekteyiz. Bu ortamı oluşturan unsurların başında ise küresel ölçekteki etkileri giderek daha çok hissedilen medya olgusu gözden kaçmamaktadır. “Her gün, küresel medya, haberler, görüntüler ve bilgiyi insanların evlerine getirmekte, onları doğrudan ve sürekli olarak dış dünyaya bağlamaktadır. (Böylece) Kültürler için adalar halinde var olmak giderek olanaksızlaşmaktadır” (Giddens, 2008:86-98). Çünkü bu kültür adaları, köprüler, deniz aşırı kanallar ve fiber ağlarla birbirine bağlanmış bulunmakta ve baş döndüren bir iletişim trafiğine tanıklık etmektedirler. Bu yoğun iletişim trafiği ister istemez yoğun bir etkileşim ve alış verişi de beraberinde getirmekte, bu alış veriş ise aralarında çeşitli farklılıklar bulunan kültürleri yakınlaştırmakta, bilişmelerini, anlaşmalarını ve uzlaşmalarını sağlamakta, hatta aradaki farklılıkların giderek aşınmasını da netice vermektedir. Bu durum ise farklılık ve özgünlüklerin giderek yok olduğu ve yeryüzünün zenginliklerinden olan kültürel renklilik ve çeşitliliğin tehdit altında olduğu kaygısını beslemektedir. “Bireyler artık öteki insanlarla olan karşılıklı bağımlılıklarının daha fazla farkındalar, geçmiştekine kıyasla da kendilerini daha fazla küresel

sorun ve süreçlerle özdeşleştirmiş durumdadır. Pek çok kişi internetin dünyadaki hızlı gelişiminin, Avrupa ve Kuzey Amerika'dakine benzer küresel bir kültürün yayılmasını hızlandırdığına inanıyor" (Giddens, 2008: 86-99). Özellikle televizyon ve internet teknolojisi, bir bakıma kültürel melezleşmeye yol açarak, milli kimlik ve kültürel birliklik kavramlarının farklılaşmasına yol açmaktadır (Tomlinson, 2004: 204).

"Ekonomik faaliyetlerin küreselleşmesi, şimdi bir kültürel dönüşüm ve kültürel küreselleşmeyle ilintilidir. Bu bir anlamda, evrensel kültür üretimi demektir. Dünyanın kültürel bütünleşmesi yönünde bir inanç vardır; yaşam biçimlerinin, kültürlerin ve tüketici davranışlarının bütün dünyada birbirine benzer hale geleceğine olan bir inanç... Ortaya çıkan şey, yeni bir elektronik kültür uzamıdır; yersiz bir görüntü ve benzetişim coğrafyasıdır... Bu yeni küresel kültür alanı, anlık ve derinliği olmayan bir iletişim dünyasıdır" Morley ve Robins (2011:155-157). "İletişim araçlarındaki gelişme ve değişimler, toplumsal yapıyı etkileyerek, toplumun kültürel değerlerinde de farklılaşmalara neden olurlar. İletişim, toplumların ulusal kültürlerini korumada zaafa uğramalarına yol açmaktadır" (Özen, 2007:130). Bu tespitlerde de vurgulandığı gibi, kitle iletişim araçlarının, özellikle televizyonun ve sosyal medya denilen platformları da bünyesinde barındıran internet ağlarının insanların fikir, düşünce, tutum ve kanaatlerini değiştirme ve kişilerin düşüncelerinin yanında yetenek ve becerilerini geliştirebilme potansiyeline sahip olduğu gözlenmektedir. Bu özelliği ile küresel medyanın hedef kitlesini günden güne değiştirdiği, bunu yaparken kültürleri de değiştirip dönüştürmekte olduğu gözden kaçmamaktadır. Ancak, "küreselleşme sonucu, kültürler üst üste binip karışmış olmalarına rağmen, çok az kültürün 'küresel kültür' olma derecesine yükseldiği, diğerlerinin ise küresel mücadelede kendilerini çözülmüş buldukları bir sürece tanıklık ediyoruz" (Guibernau, 2010:61-65). "Sonuç olarak küreselleşme süreciyle birlikte, fikirler, düşünceler, izlenimler, notlar dünya çapında bir dolaşım içindedir. Böylece bir küresel kültür piyasası meydana gelmiştir" (Güzelcik, 1999: 33).

5. ULUSLARARASI HABER AJANSLARI VE HABER DAĞILIMINDAKİ DENGESİZLİKLER

Haber ajansları, ilk kurulduklarından beri gazetecilik yapan ve iletişim sürecinde yer alan kuruluşlara haber bulma görevi yüklenmiştir. En basit şekilde "haber ajansı, kitle iletişim araçlarına ortak hizmet götürme işlevini yerine getiren kuruluşlar" olarak tanımlayabiliriz. Amerikalı yazar John Hohenberg'in haber ajansı tanımı daha kapsamlıdır: "Haber ajansı; gazete, radyo, televizyon, dergiler gibi kitle iletişim araçlarına haber sağlayan bir kuruluştur." UNESCO'nun verdiği tanım daha kapsamlıdır: "Haber ajansı; hukuki statüsü ne olursa olsun, genel anlamda haberleri, gerçekleri gösteren ve tanımlayan aktüalite belgelerini bulup, bunları kitle iletişim araçlarına, onları ikna etmenin dışında kalmak üzere yayan, yasaların hükümlerine, ticaret kurallarına uygun, olanak verdiği ölçüde tam ve tarafsız bir hizmet götüren kuruluştur"(Tokgöz, 2012:200-201). Uluslar arası haber ajansları, bazı bölgelerde daha baskın olmakla birlikte dünyanın her tarafından haber toplayan ve haber dağıtan ajanslardır (Zeytinli, 1997: 87). Bu tanımlardan yola çıkarak, haber ajanslarının haber toplama ve yazma

işlevleriyle uğraştığı, gördüğü hizmeti de belirli bir ücret karşılığı sattığı görülebilmektedir (Tokgöz, 2012:201).

Günümüzde enformasyonun dağılımı endüstrileşmiş ve zengin ülkelerden, geri kalmış ve kalkınmakta olan diye nitelendirilen fakir ülkelere doğru tek yönlü bir akış şeklindedir. Bu durum her ülkedeki basın-yayın organlarının dış haberlerle ilgi bölümlerine bakıldığında açıkça ortaya çıkmaktadır. Dengesizliğin başlıca iki boyutu vardır: 1. Kitle iletişim araçlarının dağılımı bakımından yani iletişimin altyapısı bakımından dengesizlikler, 2. Haberlerin dağılımı bakımından görülen dengesizlikler (Zeytinli, 1997: 51). Bilgi alış-verişinde görülen bu dengesizliği, Tokgöz (2012) de; kitle iletişim araçlarının mülkiyeti ve dağılımı bakımından yani iletişimin altyapısı bakımından ve haberlerin dağılımı bakımında görülen dengesizlikler olarak ele almaktadır (Tokgöz, 2012: 178). Dünya düzeninde enformasyon aktarımı teknik bakımından gelişmiş ülkelere karşı gelişmemiş ülkelere doğru yapılmaktadır. Ayrıca, aynı veya benzer dilleri konuşan ve kültürleri benzeşen, uzun tarihsel bağlarla birbirine bağlı olan ülkeler arasında enformasyon aktarımı fazlayken, farklı geçmişi olan ülkeler arasındaki enformasyon aktarımı azdır (Tokgöz, 2012:177). Yani buradan da anlaşılacağı üzere iletişimde tek yönlü bir akışın egemenliği söz konusudur. Bu akış dengesizliği kuzey-güney, batı-doğu şeklindeki dengesizlik olarak tanımlanabilir. Çünkü kuzey ülkeleri ve batı ülkeleri teknolojik ve ekonomik olarak doğu ve güney ülkelerine göre çok ileridedir. Yani buradan da anlaşılacağı üzere iletişimdeki bilgi akışı kuzey-güney; batı-doğu eksenli olarak gerçekleşmektedir.

Tek yönlü akış, gerek nicelik gerekse nitelik açısından hemen fark edilmektedir. Teknik yönden gelişmiş ülkelere az gelişmiş ülkelere veya gelişmekte olan ülkelere yönelen, nicelik ve nitelik açısından tek yönlü olarak gerçekleşen bu tür iletişime dengesiz iletişim adı verilmektedir. Dengesiz iletişim kavramı olarak hem gelişmiş ve gelişmemiş ülkeler arasındaki toplumsal değişim bakımından ekonomik dengesizliği vurgulamakta hem de iletişim yönünden görülen dengesizliğin toplumsal değişim içindeki yerine işaret etmektedir (Tokgöz, 2012: 177).

Dünyadaki ilk haber ajansı Charles Havas tarafından, Paris'te, 1835 yılında kuruldu. İlk başta tercüme bürosu olan bu haber ajansı, daha sonra Avrupa'nın çeşitli gazetelerinden özet haberler toplayıp, bunları günlük Fransız basınına dağıtan bir yer haline dönüştü. 1840 yılına gelindiğinde bu ajans, Bürüksel ve Londra'dan müşteriler için faytonla ya da bildiğimiz güvercin servis aracılığıyla haber sağlayarak hizmet veriyordu (Thompson, 2008:298). Dünya üzerinde gerçek anlamdaki haber ajanslarının ilki, ticari amaçla kurulan Havas'tır. Havas, haberlerle reklam etkinliklerini birlikte yürütürdü (Özdemir, 2666: 87). Havas, İkinci Dünya Savaşı sırasında Almanların, Fransa'yı işgal etmesiyle beraber çalışmalarını durdurdu ve savaşın sona ermesiyle AFP (Agence France Press) adını aldı (Tokgöz, 2012:205). AFP, konu çeşitliliği bakımından uluslararası haberde Reuters'in ardından ikinci sırada yer alır. AFP'nin yurtdışında ondan fazla ayrı haber sevisi vardır (Zeytinli, 1997: 94).

Havas'ı, 1855 yılında Almanya'da Wolf Haber Ajansı izlemiştir. 1851 yılında ise önce Havas ile birlikte çalışmış olan Alman asıllı Julius Reuters, Londra'da bir ticari haber bürosu kurarak, bugünkü Reuters'in temelini atmıştır. Reuters'in bir yıl

sonra verdiği haberleri gazeteler kullanmaya başlamıştır (Tokgöz, 2012:204). Reuters'in diğer büyük ajanslardan farkı, abonelerinin çoğunun diğer ülkelerden olmasıdır. Gelirin en önemli kısmını diğer ülkelerden sağlamaktadır. Reuters'in dünya üzerindeki büyük büroları geniş bir özerkliğe sahiptir ve abonelerine bölgesel olarak haber yayını yaparlar (Zeytinli, 1997: 93).

Amerika'da ilk haber ajanslarının kurulması 1857 yılına rastlamaktadır. 1857 yılında New York Associated Press'in kurulması beraberinde birçok yeniliği de getirdi. O yıllarda ABD'de telgraf da kullanılmaya başlanmıştı, fakat tarifeler yüksekti. Bu haber ajansı giderlerini azaltmak için, topladığı haberleri başka eyaletlerde bulunan gazetelere satmaya başladı. Daha sonra Western Associated Press ve New England Associated Press gibi ajanslar kuruldu. Bu iki ajans bir araya gelerek bağımsız bir kooperatif kurdu. Bu iki ajans Avrupa'dan haber alabilmek için Havas ve Reuters ile anlaştı. 1892'de Western Associated Press adını Associated Press (AP) şeklinde değiştirdi ve Reuters, Havas ve Wolff ile anlaşmalar yaparak, ABD'de anılan ajanslardan alınan haberlerin tekeline ele geçirmişti (Tokgöz, 2012: 204-205). United Press International (UPI), 1907 yılında E.W. Scripps tarafından kurulan United Press Association ile 1909 yılında William R. Hearts tarafından kurulan International New Agency'nin 1958 yılında birleşmesi ile ortaya çıkan haber ajansıdır. Bu haber ajansı 1972 yılında haberlerin işlenmesi ve dağıtımında bilgisayar kullanmaya başladı. Maddi sıkıntılar yüzünden birkaç el değiştirmiştir (Zeytinli, 1997: 92).

1850'lerde ajansların her biri müşterilerini ellerinde tutmaya ve çalışma alanlarını genişletmeye çalıştıkça üç ajans arasındaki rekabet yoğunlaşmıştır. 1869 yılında "Ajans ittifak Antlaşması"ndan alınan yetkiyle Reuters, Britanya İmparatorluğu ve Uzak Doğu Bölgeleri'ni kazanırken; Havas, Fransa İmparatorluğu'nu, İtalya, İspanya ve Portekiz'i elde etti. Wolff da Alman, Avusturya, İskandinav ve Rus topraklarında kendine mahsus çalışma alanı hakkına sahip oldu. Ajansların her biri, anayurt üssü olarak kullandığı ülkenin ticari seçkinleriyle yakın ilişki içindeydi, belirli bir dereceye kadar siyasi himayeden yararlanıyor ve ticaret diplomasisini yürütmesi için değerli bilgi sağlıyordu (Thompson, 2008: 298-299). Ayrıca Osmanlı toprakları, Mısır ve Belçika; Havas ve Reuters'in ortak alanı sayılmıştır. Dünyanın geri kalan bölgeleri serbest bırakılmıştır (Başaran Özdemir, 2666: 87).

SONUÇ

Temel amacı, insanların birbirleriyle anlaşmasını sağlamak olan ve insanların tarihsel süreç içinde kendini yeniden üretmesine olanak sağlayan iletişim olgusu, yine tarihsel süreç içerisinde insanın kendini üretimde sürekli yenilemesi ile beraber iletişim araçlarının değişmesinde etkililik sağlamıştır. Değişen iletişim araçlarıyla birlikte iletişimin şekli ve boyutu da değişmiştir. Gelişen ekonomiyle birlikte, dünyanın bu alanda güçlü olan aktörleri iletişim teknolojilerini de ele geçirmiş, özellikle haber ve enformasyon dağılımında kendi çıkarlarına hizmet eden bir akış tarzı gerçekleştirmişlerdir. Bugün enformasyon ve haber dağılımında, gelişmiş ülkelere karşı gelişmemiş ülkelere doğru belirli merkezlerde oluşturulmuş ve belli amaçlara hizmet edecek

tarzda kurgulanmış enformasyon akışı sağlayan bir dengesizlik söz konusu olmaktadır. Haber ajanslarının belli tekellerin elinde toplanması ve dünyanın belirli bölgelerinde kendi aralarında paylaşım gerçekleştirmeleri, her alanda olduğu gibi iletişim alanında da bir tekelin varlığını ortaya koymaktadır. Sonuçta bilgi ve haber kaynağı konumunda olmanın verdiği güçlü konuma sahip olanların hegemonyası, kendi ürettiklerinin tüketimi için kendi politikaları doğrultusunda bir pragmatik dünya oluşturma yolunda mesafe almaktadır.

Kitle iletişimi başta olmak üzere kişiler arası iletişim, kültürler arası iletişim vb. iletişim alanlarında kitle iletişim araçlarından oluşan medyanın çok büyük ve önemli bir rolü bulunmaktadır. Söz konusu iletişim araçları hayatımıza girdikleri günden beri toplumsal hayatımızı çok yoğun olarak ve giderek artan bir şekilde etkilemeye devam etmektedirler. İlk iletişim araçlarından olan gazete, dergi, radyo, televizyon ve sinema gibi araçlara göre, yazılı, sözlü, görsel, sayısal bütün unsurları bünyesinde barındıran, kapasitesi, hızı ve uygun maliyeti ile de dikkat çekici olan internet, günümüz insanına oldukça zengin bir medya deneyimi sunmaktadır. Bugün radyolar, gazeteler ve televizyon kanalları gibi medya organları internet denilen dijital platformdan yoğun bir şekilde yararlanmakta, artık tüketiciye günlük veya saatlik yayınlarla değil, anlık iletilerle, evlerinden, iş yerlerinden hatta mobil telefonlarından bu ortamın sağladığı imkânlarla ulaşabilmektedirler.

Çağımızın iletişim ya da bilişim çağı olarak adlandırılmasında en büyük paya sahip olan internet teknolojisi, sadece kitle iletişim imkânlarını arttırarak haber ve enformasyon akışını hızlandırmakla kalmamış, bireyler arası iletişim ve etkileşimde de çığır açmıştır. Öncelikle elektronik posta ve hızlı veri transferi sayesinde bireyler, gruplar ve toplumlar arasında mesafeyi ve sınırları birer engel olmaktan çıkaran bu teknoloji, görüntü ve ses transferi konusunda yaşanan son gelişmeler sayesinde kazandığı kapasite ve hız imkânlarını kullanıma sunarak iletişim imkânlarını daha da arttırmıştır. Özellikle sosyal medya olarak adlandırılan ve elektronik bağlantılarla oluşturulan sanal ortamlar, bireylerin dünyanın her tarafındaki tanıdıklarına ulaşmalarını, yeni arkadaşlık ve dostluklar kurmalarını, eşzamanlı olarak haberleşme, görüşme ve sosyalleşmelerini mümkün hale getirmiştir.

Ancak gerek geleneksel medya gerekse yeni medya aracılığı ile olsun, dünya üzerinde haber ve enformasyon akışında olduğu gibi, sosyal içerikli mesajlar, değerler ve kültür akışında da egemen konumda olan toplum ve kültürler lehine, ötekilerin aleyhine bir eşitsizlik ve dengesizlik hali yaşandığı gözlenmektedir. Bu durum ise beraberinde kültürel asimilasyon, küresel çapta tektipleşme ve yerel ulusal değerlerin giderek ortadan kaybolması gibi kaygılar doğurmaktadır.

Bu küresel kültür piyasasında, tıpkı ticari piyasada olduğu gibi baskın konumda olan, küresel bağlantı olanaklarını elinde bulunduran ve çeşitli gözetim ve denetim mekanizmaları ile bunları kendi kontrolü altında tutan güçlerin üretip piyasaya sürdükleri kültür ve kültürel alışkanlıklar giderek bütün dünyada yaygın ve egemen bir konum kazanmaktadır. Bu durum ise aynı ölçüde dünyaya açılma ve aynı kolaylıkta kendini ifade etme imkânlarına sahip bulunmayan öteki kültür gruplarını giderek daha çok tedirgin etmektedir.

KAYNAKÇA

- AKDOĞAN, Yalçın.** (1995). “*Görsel İktidar*”, İnsan Yayınları: İstanbul.
- BAŞARAN ÖZDEMİR, Funda** “*Uluslararası İletişim*”, *İletişim Sosyolojisi*, editör: Hayati Tüfekçioğlu, Anadolu Üniversitesi Yayınları, No: 2666
- ÇAMDERELİ, Mete.** (2008). “*İletişime Giriş*”, İstanbul: Dem Yayınları
- ERKIZAN, Hatice Nur.** (2002). “*Küreselleşmenin Tarihsel ve Düşünsel Temelleri Üzerine*”, Doğu Batı Dergisi. Y:5, S:18, 61-75
- FİSKE, John.** (2003). “*İletişim Çalışmalarına Giriş*”, (çev: Süleyman İrvan), Bilim ve Sanat Yayınları: Ankara.
- GİDDENS, Anthony.** (2008). “*Sosyoloji*” (Yayına hazırlayan: Cemal Güzel). İstanbul: Kırmızı Yayınları
- GUİBERNAU, M.** (2010). “*Küreselleşme, Modernite ve Ulusal Kimlik*” (Çev.: N. N. Domaniç), Ulusal Kimlik ve Etnik Açılım, (Ed.: V. Erenus), İstanbul: Sarmal Yayınları, 61-78
- GÜRÜZ, Demet., TEMEL EĞİNLİ, Ayşen.** (2012). “*Kişilerarası İletişim*”, Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Ltd. Şti: Ankara.
- KIZILÇELİK, Sezgin.** (2003). “*Küreselleşme ve Sosyal Bilimler*” (2.baskı). Ankara: Anı Yayınları
- McQUAİL, Denis- WİNDHAL, Sven.** (2010). “*İletişim Modelleri*”, (çev: Konca Yumlu), İmge Kitabevi Yayınları: Ankara.
- MORLEY, David., ROBİNS, Kevin.** (2011). “*Kimlik Mekânları*” (Çev.: E. Zeybekoğlu), (2. Basım). İstanbul: Ayrıntı Yay.
- MUTLU, Erol.** (2012). “*İletişim Sözlüğü*”, Sofos: Ankara.
- ÖZKAN, Abdullah.** (2006). “*Küreselleşme Sürecinin Medya ve Kültür Üzerindeki Etkileri*”, Tasam Yayınları: İstanbul.
- ÖZEN, Özgür.** (2007). “*Kültürel İletişim*”, Genel İletişim (2.Baskı), (Ed.:U. Demiray). Ankara: Pegem A Yayıncılık, 119-140

TANRİBİLİR, Ruşen., Şen, Erdal. (2005). “Kültürlerarası İletişim ve Öteki Kavramının Günümüz Dünyasında Yeri ve Önemi”, Journal of Istanbul Kültür University, 129-137,

//www.iku.edu.tr/TR/iku_gunce/C3S1Sosyal/129.p http:df, (04.02.2014’te indirilmiştir)

THOMPSON, John, B. (2008). “İletişimin Küreselleşmesi”, Küresel Dönüşümler (Hazırlayanlar: David Held, Antony MCGrev), Phoenix: Ankara, s. 295-310.

TOKGÖZ, Oya. (2012). “Temel Gazetecilik”, İmge Yayınevi Yayınları: Ankara.

TOMLINSON, J. (2004). “Küreselleşme ve Kültür” (Çev.: A. Eker). İstanbul: Ayrintı Yayınları

TÖRENLİ, Nurcan. (2005). “Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenişi: Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı”, Bilim ve Sanat: Ankara.

TÜRKER, M. ve Örerler, E. O. (2004). “Türk Şirketlerinin Küresel Şirket Haline Getirilmesi Yolları”. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları

ZEYTİNLİ, Murat. (1997). “Uluslararası Haber Dengesizliği”, Rebel Yayıncılık: İstanbul.

YAYLAGÜL, Levent. (2010). “Kitle İletişim Kuramları”, Dipnot Yayınları: Ankara.

YÜREKLİ, Özlem. (2004). “Ekonomik Krizler Açısından Küreselleşme Sürecinin Gelişmekte Olan Ülke Ekonomilerine Etkileri ve Türkiye Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta

SINIR TİCARETİNDE TÜKETİCİLERİN İĞDIR İLİNİN SOSYO-EKONOMİK YAPISI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Ahmet DENİZ*
Cavit YEŞİLYURT**
Melahat BATU AĞIRKAYA***

ÖZET

Bir ülkenin doğrudan dış ticaret akımlarını sınırlandırmak, özendirmek veya bu işlemlerin yapılış yöntemlerini düzenlemek için almış oldukları sistematik önlemlerin tamamı olan dış ticaretin önemli bir çeşidi sınır ticaretidir. Türk ekonomisi, uzun yıllardır ihracata dayalı büyüme modelini benimsediği için, Türkiye dünyanın en çok gümrük kapısı olan ülkelerinden birisidir. Türkiye’de 1978-79 yıllarında başlayan sınır ticareti, özellikle Doğu ve Güneydoğu bölgesinin gelişmesi için önemli bir kaynak ve istihdam aracı olmuştur. Sınır ticareti, komşu ülkelerin sınır bölgelerinde yaşayan insanların bölge kalkınmasında karşılıklı işbirliği yapmalarını ve iki toplum arasında kültürler arası alışverişin oluşturulmasına katkı sağlaması malların kolay ve ucuz tedarik edilmesine imkân vermektedir. Başlatıldığı günden itibaren kapsamı konusunda tartışmaların sürdüğü ve vergi kayıplarına sebep olduğu iddia edilen sınır ticareti, bu tartışmalar bağlamında farklı yasal düzenlemeler ile belirli zamanlarda kapsamı daraltılarak, belirli zamanlarda ise devlet tarafından avantajlar ve teşvikler sağlanarak günümüze kadar varlığını sürdürmüştür. Araştırma, Iğdır ilinde 385 tüketici ile yüz yüze anket çalışması yapılarak gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dış Ticaret, Sınır Ticareti, Tüketiciler, Firmalar, Sınır Ticaretinin Sosyo-ekonomik Etkileri, İstatistiksel Analiz.

ABSTRACT

External trade includes systematic precautions that a country takes in order to limit and encourage external trade flows or to regulate the methods of these actions. An important kind of external trade is border trade. Since Turkish economy has adopted a growth model that is based on export through years, Turkey is one of those countries which have the most custom stations. Started in 1978-79, border trade in

* Yrd. Doç. Dr. Kafkas Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, E-Posta: ahmetdenizz@hotmail.com

** Yrd. Doç. Dr. Kafkas Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, E-Posta: cavityesilyurt@gmail.com

*** Öğr. Gör. Iğdır Üniversitesi, Meslek Yüksek Okulu E-Posta: melahatagirkaya@hotmail.com

Turkey has become an important source for the development of Eastern and South Eastern regions in particular, and a tool for employment. Border trade allows people settling in the border regions of neighbouring countries to collaborate in the development of the region mutually. It also contributes to the creation of inter-cultural relations between the two societies. In addition, it makes acquisition of commodities easy and cheap. Content of border trade has been debated since the first day it was launched and asserted to be causing tax loses. Because of these debates, its extent was restricted through legal regulations from time to time. However, it has existed so far through incentives and advantages granted by the state. This study was conducted through face to face interviews with 385 consumers in Iğdır city.

Keywords: Border Trade, Consumers, Companies, Foreign Trade Socioeconomic effects of the Border Trade

GİRİŞ

Bilindiği gibi ülkelerin ekonomik refahının artmasında en önemli yollarından birisi dış ticarettir. Uluslararası iktisadi işlemler, ülkeler arasında para karşılığı yürütülen her türlü mal ve hizmet ticareti ile sermaye hareketlerini kapsamaktadır. Dış ticaret belirli malların hiç üretilmemesi ya da yerli malların ihtiyaçları karşılamaya yeterli olamaması, buna karşılık bazı malların arzının da ihtiyaçtan fazla olması yüzünden ortaya çıkmaktadır. Yani doğal kaynakların yeryüzünde dengesiz dağılmış olmasından dolayı, dünyada hiçbir ülke her bakımdan kendine yeterli değildir. Bu durum ülkeler arasında ticaret yapılmasını zorunlu kılmıştır.

Türkiye'nin dış ticaretinin tarihi gelişimine bakıldığında Osmanlı İmparatorluğunun güçlü olduğu dönemlerde duyulan yüksek özgüven yüzünden, dış ticaretin Gayri Müslim tebaa tarafından yürütüldüğü ve başta imtiyaz tanınan Fransa, Venedik, İtalya gibi batılı ülkelerin de serbest olarak ithalat ve ihracatı yürüttükleri görülmektedir. Ancak 19. yüzyılın başlarında siyasal, askeri ve mali bakımlardan güçsüz duruma düşen Osmanlı İmparatorluğu, Avrupa devletlerinin, özellikle de İngiltere'nin serbest ticaret yönündeki baskılarına direnememiş ve bu devletlerle bir dizi ticaret anlaşması imzalamıştır. Bu anlaşmalar Osmanlı İmparatorluğu'nun ithalat ve ihracata uygulayabileceği gümrük vergilerini oldukça düşük düzeyde tutmasına ve bağımsız bir dış ticaret politikası uygulayabilme imkânından yoksun kalmasına neden olmuştur. Bunun sonucunda Birinci Dünya Savaşı'na kadar geçen dönem boyunca Osmanlı İmparatorluğu'nun Avrupa ile olan ticareti hızla genişlemiş ve devamlı olarak dış ticaret açığı meydana gelmiştir. Osmanlı İmparatorluğu, bu dönemde tarımsal malların üretiminde ve ihracatında uzmanlaşan, buna karşılık mamul mallar ithal eden bir ülke durumuna gelmiştir (Özcan, 1998: 41-76).

Cumhuriyet dönemine gelindiğinde ise, Türkiye Cumhuriyeti kurulduğu 1923 yılından itibaren sürekli bir gelişim içerisinde. Cumhuriyetin ilk yıllarında dış ticarete ilişkin ilk gelişmelerden biri Lozan Anlaşmasına ek olarak imzalanan Ticaret Sözleşmesi ile konulan hükümlerdir. Anlaşmaya göre Türkiye'nin dış ticarete uygulayabileceği iktisat politikaları 1923-1928 yılları arasında dondurulmuş ve bazı istisnalar hariç ithalat ve ihracat yasakları kaldırılmıştır.

Cumhuriyetin ilk yıllarında Türkiye'nin en önemli sorunu, öncelikle hızla sanayileşmek ve kalkınmak olmuştur. Bu nedenle, cumhuriyetin kuruluşundan planlı döneme gelinceye kadar Türkiye'de daha çok içe dönük sanayileşme - ithal ikamesi- politikası izlenmiş ve düşük döviz kuru politikasının bir sonucu olarak ihracata yönelik dış ticaret politikasına ülkede gereken önem verilmemiştir.

1950’li yıllarda uygulanan ekonomik politika daha çok plansız ve programsız bir gelişmeye dayalı olduğu için 1950’li yılların ikinci yarısında büyük bir kargaşaya ve başıbozukluğa neden olmuştu. Yine 1950’li yıllarda planlama olmadığı için tarımsal kesimden sanayiye bir kaynak aktarımı olmamış ve köy ekonomilerinin pazar ekonomileri ile yeterli bir bütünleşmesi sağlanamamıştı. Tüm bu gelişmelerin yanı sıra özellikle sanayi mallarının ithalatının giderek hızlanması ülkede ekonomik kalkınmanın planlı ve programlı yapılmasını gerekli kılmıştır. 1960-1980 yılları arasında uygulanan planlı ekonomik kalkınma modeli 1950’li yıllarda DP hükümeti döneminde uygulanan plansız ve programda liberal ekonomik politikalara karşı bir tepki olarak uygulamaya konmuştur. 1963 yılında Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967) hazırlanmıştır. Bu dönemde, ülkenin ekonomik kalkınması için özel sektörün bütün yatırımları tek başına yürütemeyeceği ve bu nedenle devletin ekonomik alanda daha etkin bir rol oynaması gerektiği düşüncesi kabul görmekteydi. Ancak, devlet bunu özel sektörü engellemeyecek şekilde belirli alanlarda yatırım yaparak gerçekleştirmeliydi. İşte bütün bunların gerçekleştirilmesi ancak planlı bir ekonomik politika ile mümkün olacaktı (Suğur, 1998: 18). 1960’lı ve 1970’li yıllarda yapılan kamu yatırımları daha çok özel sektörün ara malları gereksinimini gidermeye yönelik alanlarda yoğunlaştığı görülmektedir. 1960-1970 yılları arasında uygulanan ekonomik politikalara “kolay” ithal ikameci 1970-1980 yılları arasındaki ekonomi politikalara da “ileri” ithal ikameci politikalar adı verilir.

Ancak 1980’li yılların başından itibaren dışa açık kalkınma politikası benimsenmiştir. Bu politikalar sonucunda ihracatın yapısında büyük değişiklikler meydana gelmiş, bu yıllara kadar tarım ürünleri ağırlıklı olarak gerçekleştirilen ihracattan, katma değeri yüksek sanayi ürünleri ağırlıklı ihracata geçilmiştir (Özcan, 1998: 46). Karşılaştırmalı üstünlükler gözden geçirilmiş, yabancı sermaye, işçi dövizleri ve turizm gelirleri artmış, artan ithalat talebine bağlı olarak ticaret açığı büyümüş, kapasite kullanım oranlarında dikkat çekici artışlar sağlanmış, reel faiz politikası çerçevesinde mevduatlar yükselmiş, tekstil, inşaat ve hafif sanayi, ihracatın lokomotif sektörleri olmuştur (Suğur, 1998: 24). Bu doğrultuda dünyanın gelişmiş ülkeleriyle birlikte, dünya ticaretinin serbestleştirilmesini, üye ülkelerin ticaret ve ekonomi alanındaki ilişkilerinin geliştirilmesini hedefleyen ve Dünya Ticaret Örgütü’ne üye olunmuş, Karadeniz Ekonomik İşbirliği Teşkilatı’nın kurulmasına öncülük edilmiş, AB ile Gümrük Birliği gerçekleştirilmiştir (Özcan, 1998: 48). 24 Ocak 1980 ekonomik istikrar kararlarıyla birlikte dışa açılma ve ihracata yönelik sanayileşme stratejisi ile Serbest Bölgeler de önem

kazanmaya başlamıştır (Hepaktan, 2008: 4). Serbest bölgelerin ekonomiye en önemli katkısı ölçek ekonomilerine yol açarak maliyet düşüşü ve kaynak verimliliği sağlaması, dışa açık rekabetçi bir ekonomik altyapının tesisi suretiyle ülkenin uluslararası rekabet gücünü artırması, milli geliri, toplumsal refahı yükseltmesidir.

Sınır ticareti, sınır illerinde yaşayan, gelir seviyesi düşük olan halkın günlük ihtiyaçlarını ucuz ve kolay yoldan karşılamalarını sağlamak amacıyla düzenlenmiş özel bir dış ticaret şeklidir. Özellikle Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesinde yaşayan halkın önemli bir kısmının, tabiat şartlarında yürütülen, belirsizliğin yüksek, kârlılığın düşük olduğu tarıma dayalı faaliyetlerle geçimlerini sağlamaları, alternatif gelir kaynakları, istihdam alanlarının olmaması gibi sebeplerle sınır ticareti önemli bir geçim kaynağını oluşturmaktadır.

Türkiye'nin bölgesel kalkınmasını sağlayacak sınır ticareti 13 ilde yapılmaktadır (Resmi Gazete, 1996: 96/7782). Dış ticaret formalitesi daha az olan bu ticaret türü, daha önce geçimlerini büyük ölçüde kaçakçılık yaparak sürdüren bölge halkının geçimini yasal zeminde ve yüksek gelirler elde etmesine dolayısı ile refah seviyesinin yükselmesine yol açmıştır. Araştırmamıza konu olan Iğdır ilinde dış ticaret Dilucu ve Gürbulak sınır kapıları vasıtasıyla yapılmaktadır. Bu kapılardan Türkiye İstatistik Kurumu Dış Ticaret İstatistikleri Verilerine göre; 2012 yılında Gürbulak Gümrük kapısından 16.744.000 \$, Dilucu Gümrük kapısından 49.772.000 \$ ihracat yapılırken, Gürbulak Gümrük kapısından 8.524.000 \$, Dilucu Gümrük kapısından 5.000 \$ ithalat gerçekleştirilmiştir. Türkiye'nin gümrük kapılarında toplam dış ticaret hacmi, ihracatta 152.461.737 \$, ithalat hacmi 236.545.141 \$ gerçekleşmiştir. Her iki kapıdan yapılan toplam ihracatı Türkiye'nin toplam ihracatı içinde % 0,436 pay alırken, toplam ithalatın % 0,036'ı gerçekleştirilmektedir. Sınır ticareti bölge kalkınmasında en önemli araç olmasından dolayı sürdürülmesi gerekli bir ticaret türüdür.

Sınır ticaretinin Iğdır'ın Sosyo-Ekonomik yapısı üzerindeki etkileri verilmiştir. Sonuç ve öneriler ortaya konularak araştırma bulguları ile ilgili genel bir değerlendirme yapılmıştır.

1. LİTERATÜR ÖZETİ

Akal (2008) "Ortadoğu Sınır Ülkeleriyle Dış Ticaret Yoğunlaşması ve Yapısal Değişim", adlı çalışmasında Türkiye'nin 24 Ocak 1980'de aldığı kararlarla başlayan ihracata yönelik sanayileşme stratejisi ve dışa açık büyüme

modeli uygulamasında 1980’den 2005’e Türkiye’nin ihracat ve ithalatın yapısında değişmelere yol açtığını ifade etmiştir (Akal, 2008: 271-296) .

Deniz ve Doğu (2010) göre; “Türkiye-İran Sınırı: Sınırın Coğrafi Durumu ve Sınır Köylerimizin Sosyo-Ekonomik Yapıları”, adlı makalelerinde, sınır ticaretinin olumlu ve olumsuz yönleri anlatılarak, alınması gereken önlemler üzerinde durulmuş, bölgenin özellikleri ve sınır ticaretinin neden yapılması gerektiğini ifade etmişlerdir (Deniz ve Doğu, 2008: 49-71).

Gökçe (2005), “1994-2004 Yılları Arasında Güneydoğu Anadolu Bölgesi Suriye Ve Irak Arasında Gerçekleşen Sınır Ticaretinin Bölge Ekonomisine Etkisi”, adlı yüksek lisans tez çalışmasında, Türkiye’nin komşu ülke potansiyelini iyi kullanabilmesi için sınır ticaretine önem vermesi gerektiğini ifade etmiştir (Gökçe, 2005: 17-54) .

Görür (2011), DAKA Ajansı Sınır Ticaret Raporu’nda, sınır ticareti kapsamındaki ürün çeşitleri ve kotalarının artırılmasını, gümrük kapılarında vasıflı elemanın olmasını, ihtisas gümrüğünün kurulmasını, Yüksekova da gümrük müdürlüğü açılmasını ve gümrük kapılarının fiziki koşullarının yeterli olmadığını ifade etmiştir (Görür, 2011: 5-15).

Güllülü vd. (2006), “Gürbulak Sınır Kapısından Geçiş Yapan Kişilerin Bu Kapıdan Gerçekleştirilen Sınır Ticaretinin Boyutları İle İlgili Bilgi, Düşünce ve Tutumları Üzerine Bir Araştırma”, konulu makale çalışması yapmışlardır. Bu makalelerinde İran ile Türkiye arasındaki Gürbulak sınır kapısından yapılan ticaretin büyük fayda sağlandığını, yasal düzenlemelerin yapılması gerektiğini, sınır ticaret merkezlerinin kurulmasını, “mücavir il” kapsamının genişletildiğini ifade etmişlerdir (Güllülü, Candan, Yapraklı, Karabulut, 2006: 387-404).

Güneş vd. (2010), “Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerindeki Sınır Ticareti: Sınır Ticaretinin Gelişimini Engelleyen Faktörler ve Çözüm Önerileri” adlı makalede, sınır ticaretinin sadece sektörde faaliyet gösteren teşebbüslerin ve tüketicilerin üzerindeki olumsuz etkilerinin neler olduğuna değinilmiştir. Çözüm önerileri üzerinde durarak neler yapılması gerektiğini açıkça ifade etmişlerdir (Güneş, Durmuş, Ceyhan, 2010: 1-22).

Kara (2005), “Ekonomik etkileri açısından Türkiye’deki Sınır Ticaretinin değerlendirilmesi”, adlı makalesinde, sınır ticaretinin esneklik ve işlerlik gibi geleneksel sorunlarının varlığının devam ettiğini belirtmektedir. Sınır Ticaret Merkezleri’nin kurulması ve sınır ticaretine yeni bir açılım getirdiğini savunmaktadır. Sınır ticaretinin bölgeler arası gelişmişlik farkını azaldığını, istihdamı artırdığını, girişimcilik bilincini geliştirdiğini ifade etmiştir (Kara, 2005: 60-79).

Mercan (2011), “Sınır Ticaretinin Geliştirilmesi ve Sınırların Serbest Yerler Haline Dönüştürülmesi”, adlı makalesinde; "Mücevvir İl" kavramı kaldırılarak, sınır ticaretinin dış ticaret rejimi ve uluslararası ticaret kuralları dışında tutulması gerektiğini, aksi halde sınır ticaretinin uygulanma imkânı bulamayacağını ifade etmiştir. Sınır ticaretinin faydaları ve zararlarının neler olduğu bundan üreticinin ve tüketicinin nasıl etkilendiğini, uygulamada nelere dikkat edilmesi gerektiğini, devletin konu ile ilgili alabileceği önlemlerin neler olduğunu açıklamıştır (Mercan, 2011: 1-15).

Özçiloğlu (2011), “Sınır Ticareti Uygulamaları ve Çözüm Önerileri” adlı makalesinde, sınır ticaretinin ülkenin ekonomisine olumlu katkı sağladığını ifade etmiştir. Sınır ticareti uygulamasında esas alınması gereken en önemli noktanın her iki ülkenin karşılıklı çıkarlarının korunması, ekonomilerinin güçlendirilmesi olması gerektiği ve bunun için sınır ticaretini tek taraflı uygulama yerine iki ülke arasında bir anlaşmaya dayandırılması gerektiğini ifade etmiştir (Özçiloğlu, vet Sakar, 2011: 17-35).

Öztürk (2006), “Türkiye’de Sınır Ticaretinin Gelişimi, Ekonomik Etkileri, Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri”, adlı makalesinde, Türkiye’de ilk kez 1978 yılında artan petrol talebini ucuz yolla karşılamak için İran’la sınır ticaretine başladığını açıklamıştır (Öztürk, 2006: 107-127).

Sugözü (2010), “Sınır Ticaretinin Bölge Ekonomisi Üzerindeki Etkileri Kapsamında Habur Sınır Kapısı”, adlı Sempozyumda özel sektör yatırımlarının kısıtlı olması, bölgelerarası gelişmişlik farklarının giderilmesi için sınır ticaretinin önemine vurgu yapmış, sınır ticaretinin çeşitli sektörlerde istihdam imkânı sağladığını, ikili fiyattan kaynaklı haksız rekabetin gelir dağılımının bozulmasına neden olduğunu ifade etmiştir (Sugözü, ve Atay, 2010: 1-12).

Taşlıyan ve Hırlak (2012), “Sınır Ticaretinin Bölge Ekonomilerine Etkileri: Kilis İli Örneği, II. Bölgesel Sorunlar ve Türkiye Sempozyum”, adlı makalelerinde sınır ticareti ile bölgesel ticaret geliştirilerek ülke ekonomisine önemli yararlar sağlandığını açıklamışlardır. Sınır ticareti kapsamında Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde yapılacak ihracat ile bu illerde sınai ve ticari gelişme sağlanabileceğini, sınır ticaretini geliştirmek amacıyla neler yapılması gerektiği ifade etmişlerdir (Taşlıyan ve Hırlak, 2012: 331-338).

Turhan (2012), “Kara Sınırı Komşuları İle Ticaretin Türkiye’nin Kalkınmasına Etkisi-Çekim Modeli Yaklaşımı”, adlı doktora tezinde; Türkiye’nin 1996-2010 yılları arasında 72 ülke ile gerçekleştirdiği ticaretin kapsamını açıklamıştır. Bu kapsamın “Ticari İlişki Çekim Modeli” kullanarak incelemiş ve bu modelin Türkiye ile ticaret yapacak ülkeler arasında önemli bir etki oluşturmadığını tespit etmiştir (Turhan, 2012: 1-135).

2. İĞDIR'IN EKONOMİK YAPISI

İğdir ili ekonomisi ağırlıklı olarak tarıma dayalı olmakla birlikte gelişmeye başlayan sanayi faaliyetleri de bulunmaktadır. Ancak sınır ticareti ilin ekonomik yapısını önemli ölçüde etkilemektedir. Sınır Ticareti kapsamında yapılan ticaretin Dilucu Gümrük kapısından elde edilen verilerine göre 2012 yılı İhracat Miktarı: 16.744.000 \$, İthalat Miktarı: 5.000.000 \$'dır (İğdir Valiliği, 2013: 24).

Tablo 1 - İğdir İli Dilucu Gümrük Kapısı Verileri

Sınır Ticareti	2011	2012	2013
İhracat Miktarı	104.389.000	49.772.000	24.027.000
İthalat Miktarı	1.764.325	5.000	
Gelen Araç Sayısı	201.618	129.556	32.604
Giden Araç Sayısı	184.295	120.502	31.083
Gelen Yolcu sayısı	511.877	332.278	79.719
Giden Yolcu Sayısı	487.989	319.534	77.719

Kaynak: İğdir Valiliği İl Planlama Müdürlüğü Brifing Notları, 2013.

Ekonomik açıdan, İğdir'in kalkınmasına yardım eden diğer bir faktör 2008 yılında İğdir Üniversitesi'nin kurulmasıdır. Üniversitede yer alan fakülteler; Fen Edebiyat Fakültesi, İlahiyat Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Mühendislik Fakültesi ve Ziraat Fakültesidir. İğdir Üniversitesi 2 meslek yüksekokuluna sahiptir (Aksoy, Savaş ve Dursun, 2012: 59). Şehrin ticari ve ekonomik büyümesinde etki sağlayan öğrenci faktörü, önemini korumaktadır.

2.1. Bitkisel Üretim

İğdir ili sulanabilir tarım arazisi 97.041 hektardır. Orman alanı 2.233 hektar, çayır-mera 146.571 hektar, tarım alanı 118.525 hektardır (İğdir Valiliği, 2013: 24). Tarım için elverişli alanda şeker pancarı, pamuk, karpuz, domates gibi çeşitli meyve ve sebzeler yetiştirilmektedir. Ovada şeker pancarı üretimi, Erzurum Şeker Fabrikası'nın 1956'da kurulmasından sonra başlamıştır. Ovadaki toplam meyve bahçesi arazisinin 1,525 hektarı (%74) kayısı, 332 hektarı (%16,1) elma, 128 hektarı (%6,2) şeftali, 35 hektarı (%1,7) armut, 10 hektarı (%0,5) diğer meyveler ve 31 hektarı (%1,5) bağ tarımı arazilerinden oluşmaktadır. Ovada kayısı, şeftali ve elma dışındaki meyveler daha çok yöre halkının temel ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olduğundan bölge ekonomisinde pek önemli bir yere sahip değildir. Ovada üretilen domatesin ve karpuzun önemli bir kısmı Kars, Ardahan, Ağrı, Bitlis, Muş, Van ve Erzu-

rum gibi illere pazarlanmaktadır. Bunun dışında, soğan, patlıcan, biber, lahana, turp ve fasulye gibi sebzelerin de üretimi yapılmaktadır. İldeki tahıl tarımında yıllara göre büyük dalgalanmalar görülür. Iğdır'ın tarımdaki potansiyeli, beraberinde tarıma dayalı sanayiye de getirmiştir. Bu anlamda Iğdır'da meyve suyu tesisleri, salça tesisi, un fabrikaları, yem fabrikası, süt ve et İşleme tesisleri, bal paketleme, dondurma imalatı gibi tarıma dayalı sanayi tesislerinin olduğu görülmektedir (Aksoy ve Diğerleri, 2012: 24-26). Bu alanların dışında yumurta tavukçuluğu, yem üretimi, yağ üretimi, bisküvi-gofret ve şekerleme imalatı da yapılmaktadır. Son üç yılda ilde tarıma dayalı sanayi alanında özel sektör tarafından 100 milyon TL tutarında yatırım yapılmış, 19 adet işletme açılmış, 1152 kişi istihdam edilmiştir (Iğdır Valiliği, 2013: 34). Iğdır'da endüstriyel bitkiler üretimi bölge üretiminin %16,9'unu, tahıl üretimi %15,5'ini, yem bitkileri üretimi ise %25'ini oluşturmaktadır (Serhat kalkınma ajansı, 2013: 36).

2.2. Hayvancılık

Bölge coğrafi yapısı ve sahip olduğu geniş çayır ve mera varlığı nedeniyle hayvancılığa elverişli durumdadır. İklimin yem bitkisine elverişli olması büyük ve küçükbaş hayvancılığın gelişmesini sağlamıştır. Iğdır'da canlı hayvan ticaretine yönelik olarak çok sayıda Mor Karaman cinsi koyun yetiştirilir. Bu yüzden koyunculuk birinci, sığırcılık ikinci plandadır. Bunları sırasıyla keçi, sığır-manda ve kümes hayvanları izler. Yayla hayatında çadır yapımında kılından yararlanmak için yaylalarda önemli ölçüde kıl keçisi yetiştirilir. Besi hayvancılığı da giderek önem kazanmıştır. Arıcılık faaliyetleri yeterince gelişmemiştir. İl de modern tarım ve hayvancılık gelişme eğilimi göstermektedir (Iğdır Valiliği, 2013: 5).

2.3. Sanayi

Iğdır ilinde sanayi sektörü olarak son dönemlerde özel sektör tarafından 100 milyon TL tutarında yatırım yapılmış; 19 adet işletme açılmış; 1152 kişi istihdam edilmiştir. Organize sanayi bölgesinde inşaat, gıda, yem ve metal sektöründe 10 adet fabrika faaliyete geçmiş, 4 adet fabrika üretim aşamasında,

Tablo 2 - Iğdır ilinde Hayvancılık

Hayvan Sayısı	Birim	2013
Büyük baş	Baş	124.717
Küçükbaş		865.624
Et üretimi(ton)	Ton	6.000
Süt üretimi (ton)		18.300
Bal üretimi		171.5

Kaynak: Iğdır Valiliği İl planlama Müdürlüğü Brifing Notları, 2013.

6 adet fabrika inşaat halinde, 2 adet fabrika ise proje aşamasındadır. Iğdır-Kars devlet yolu üzerinde, şehir merkezine 28 km, havaalanına ise 16 km, mesafede yer alan 200 hektar ve 105 parselden oluşan OSB'nin 67 hektar ve 22 parselden oluşan birinci etabını doğalgaz dışındaki altyapısı tamamlanarak yatırımcılara tahsis edilmiştir. Kars-Iğdır-Aralık-Dilucu demiryolu hattı projesi kapsamında OSB yükleme ve boşaltma istasyonu yapılacaktır (Iğdır valiliği, 2013: 33).

3. MATERYAL VE METOT

Bu araştırmanın ana materyalini, Iğdır ilinde bulunan sınır ticareti yoluyla gelen gıda ürünlerini satın alan tüketiciler oluşturmuştur. Araştırma verileri Iğdır şehir merkezinde yüz yüze yapılan anketler aracılığıyla tüketicilerinin ve firma yetkililerinin yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim seviyesi, gelir seviyesi gibi tanımlayıcı özellikleri dikkate alınarak toplanmıştır. Araştırmada veriler Eylül-Aralık 2012 dönemini içeren 4 aylık bir sürede toplanmıştır.

Çalışmanın kapsamını Iğdır ilinde merkez ilçede yaşayan tüketiciler oluşturmuştur. Evreni temsil edecek ana kitlenin tesbiti tam yapılamadığından Ana Kitle Oranlarına Dayalı Basit Tesadüf Olasılık Yöntemi kullanılarak tüketiciler açısından, araştırmanın örnekleme 385 kişi olarak belirlenmiştir. Araştırmanın tüketicilere yönelik yürütülecek anket çalışmasının örnek hacminin belirlenmesinde “Ana Kitle Oranlarına Dayalı Basit Tesadüf Olasılık Örnekleme” yöntemine ait aşağıdaki formül kullanılmıştır (Ertürk, 2009: 34-35).

Tahmini örnek büyüklüğü 385 olarak hesaplanmıştır. Iğdır iline sınır ticareti yoluyla gelen ürünleri satın alan ve almayan tüketicilerin oranını be-

$$n = \left[\frac{z^2}{e} \right] p.q$$

n: Örnek hacmi

z: %95 önem derecesine karşılık gelen standart tablo değeri

p: Sınır ticareti ile gelen ürünleri satın alan tüketicilerin oranı (bu çalışmada bu konuda herhangi bir ön bilgi bulunmadığından 0,50 alınmıştır.)

q: Sınır ticareti ile gelen ürünleri satın almayan tüketicilerin oranı (q=1-p)

e: Örneklemede kabul edilen hata payı (bu çalışmada %5'lik hata kabul edilmiştir.)

Buna göre örnek hacmi;

$$n = \left[\frac{1,96^2}{0,05} \right] 0,5.0,5 \cong 385$$

lirleyen bir çalışma yapılmamış olduğundan, yani alışveriş yapanlar (p) ve alışveriş yapmayanlar (q=1-p) hakkında bilgi bulunmadığından, her birinin %50 oranında dağılacığı varsayılmakta ve nüfusu temsil edecek maksimum örneğe ulaşmak için oran %50 alınmaktadır.

Bu çalışmada örnekleme tanımlayan istatistikler, ortalamalar, frekans ve yüzdelik değerlerle ifade edilmişlerdir. Sorular ve değişkenler arası ilişkiler çapraz tablolar kurularak değerlendirilmiştir. Araştırmada anketi cevaplayanların sınır ticareti ile gelen gıda ürünlerini hangi sıklıkla ve miktarda satın aldıkları, satın alma kararında nelerin etkili olduğu, sınır ticaretinin Iğdır ekonomisi üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerinin neler olduğu hakkındaki düşüncelerini anlamak üzere yanıtların önem ve tercih düzeyine göre sıralanması istenerek sıralı veriler elde edilmiştir. Bu sıralı verilerin yorumlanması amacıyla ağırlıklı önem puanları elde edilmiştir. Ağırlıklı önem puanlarının hesaplanmasında her tercihe bir puan verilmesi yolu izlenmiş ve tercihlerin önem düzeyine göre 5, 4, 3, 2 ve 1 katsayıları kullanılmıştır.

3.1. Güvenilirlik Analizleri

Faktörlere ilişkin Cronbach's Alpha güvenilirlik katsayıları hesaplanması sonucunda faktörlerin güvenilirliklerinin literatürde kabul gören %70'in üzerinde olduğu ortaya çıkmıştır. Tüketici anket formlarında kullanılan ölçeklerde Cronbach's Alpha güvenilirlik katsayı sırasıyla %0,77, %0,76 ve %0,85, olduğu görülmüştür. Sosyal Bilimlerde Alfa değeri 0 ile 1 arası değerler alır ve kabul edilebilir bir değer en az 0,7 olması arzu edilir. İnceleme türü çalışmalarda bu değer 0,5'e kadar makul kabul edilebileceği de bazı araştırmacılara öngörülmektedir (Altunışık, ve Diğerleri 2001: 116). Görüldüğü gibi anketlerin içerik ve yapı açısından seçilen örneklem üzerinde geçerli-güvenilir olduğu söylenebilir.

4. İĞDIR İLİNDE TÜKETİCİLERE YÖNELİK ANKET ÇALIŞMASI BULGULARI

4.1. Araştırma Alanı İle İlgili Bulgular

Anket çalışması Iğdır ilinin farklı mahallerinde ve bazı köylerinde tesadüfi olarak karşılaşılan ve ankete cevap vermeyi kabul eden kişilerle gerçekleştirilmiştir. Ankete cevap veren tüketicilerin en yüksek sıralaması, %13'ü 7 Kasım Mahallesinde, %12,2'si Bağlar Mahallesinde ve %11,2'si Emek mahallesinde ve diğerleri %5 altında diğer mahalle ile köylerde yaşadıklarını bildirmişlerdir.

4.2. Tüketicilerin Yaşadıkları Yerler

Tüketicilerin %89,6'sı şehir merkezinde yaşadığını bildirirken, %4,2'si il'e bağlı beldeye yaşadığını, %3,1'i İl'e bağlı merkez köyde ve %2,9'u ilçe merkezinde yaşadığını beyan etmiştir.

4.3. Ankete Katılanların Demografik Özellikleri

Araştırmanın bundan sonraki bölümlerinde ankete cevap veren deneklere "tüketici" denilecektir. Tüketicilerin %78,2'si erkek ve %21,8'i kadındır. Tüketicilerin %58,4'ü evli, %37,7'si bekâr, %2,1'i dul ve %1,8'i de boşanmıştır. Tüketicilerin yaşlarına göre dağılımlarına bakıldığında; Tüketicilerin %44,2'sinin 21-30 yaş aralığında olduğu, 31-40 yaş aralığında olanların %31,7'sini ve %13,8'i nin ise 31-40 yaş aralığında olduğu görülmektedir.

4.4. Tüketicilerin Aile Büyüklükleri

Tüketicilerin aile büyüklüklerine göre dağılımlarına bakıldığında; katılımcıların %34,8'inin 6 kişiden daha kalabalık ailelere sahip kişiler olduğu, bunu sırasıyla %20,8 ile 4 kişiden oluşan aileler, %19,7 ile 5 kişiden oluşan hane genişliğine sahip olanların izlediği görülmüştür. İki ve daha az sayıda kişiden oluşan hanelere sahip olanların oranı toplamda %13'tür. Anket verilerine göre en kalabalık hane genişliğine sahip tüketici ailesi ise 18 kişi olduğu görülmüştür.

4.5. Tüketicilerin Ailelerinde Çalışan Kişi Sayısı

Tüketicilerin %53'ü ailesinde sadece bir kişinin çalıştığını ifade ederken, %32,7'si ailesinde 2 kişinin çalıştığını ifade etmişlerdir. Tüketicilerin %8,6'sı ailesinde 3 kişinin çalıştığını, %3,9'u ailesinde 4 kişinin çalıştığını ve %1,8'i de ailesinde 5 ve üzerinde kişinin çalıştığını ifade etmişlerdir.

4.6. Tüketicilerin Çocuk Sayıları Oranı

Tüketicilerin %17,1'i ailelerinde çocuk olmadığını bildirirken, %22,1'i iki, %18,2'si beş ve daha fazla çocuk sahibi olduğunu söylemişlerdir. Tüketicilerin %17,9'u ise üç, %13,8'i bir çocuk sahibi olduğunu ve %10,9'u dört çocuğunun bulunduğunu bildirmiştir.

4.7. Eğitim Durumlarına Göre Dağılım Yüzdeleri

Tüketicilerin eğitim durumlarına göre dağılımları bakıldığında; katılımcıların en kalabalık grubunu %33,2 ile lise mezunları oluştururken, sırasıyla %18,7'sini ön lisans mezunları, %16,4'ünü lisans mezunları, %13'ünü ortaokul mezunları, %13'ünü ilkököl mezunları oluşturmuştur.

4.8. Tüketicilerin Mesleklerine Göre Dağılımı

Tüketicilerin %63,4'ü özel sektör çalışanı ya da işvereni olarak bildirirken, %28,8'i mesleğini devlet memuru ve %2,1'i de çiftçi olduğunu ifade etmişlerdir. Emekli olanların oranı %3,4 ve ev hanımı olanların oranı ise %2,3'tür.

4.9. Tüketicilerin Kişisel Aylık Gelirlerine Göre Dağılımları

Mesleklerini özel sektör olarak bildiren katılımcıların meslekleri: Aktar, antrenör, arazi formeni (ustabaşı), asansörcü, aşçı, ayakkabıcı, bakkal, bankacı, bayan kuaförü, bayan terzisi, berber, bilgisayar teknisyeni, bisiklet satıcısı, boyacı, bulaşıkçı, büroda eleman, kafeterya işletmecisi, çeyizci, demirci, depocu, dikiş öğretmeni, diş teknisyeni, eczacı, eczacı kalfası, elektrikçi, esnaf, fırıncı, fotoğrafçı, galerici, garson, gazeteci, gözlükçü, güvenlik görevlisi, halı ustası, imam, inşaatçı, işletmeci, kantinci, kasiyer, kiraathane işletmecisi, kırtasiyeci, kozmetikçi, kuaför, kunduracı, kuruyemişiçi, kuyumcu, lokantacı, mağazacı, manav, marangoz, minibüsçü, mobilyacı, muavin, muhasebeci, nakliyecisi, nalbur, oto aksesuar satıcısı, oto yıkamacı, pastacı, perdecisi, reyon yöneticisi, satış elemanı, sekreter, serbest meslek, sınır ticareti yapan, sigortacı, sporcu, şarküteri sahibi, şef, şirket elemanı, şoför, teknik servis, tekniker, teknisyen, tekstilci, telefoncu, tesisatçı, toptancı, tuhafiyeci, turizm, usta öğretici, züccaciyecidir.

Tüketicilerin en düşük aylık kişisel gelir 300 TL bildirilirken, en yüksek 10.000 TL aylık kişisel geliri bildirilmiştir. Tüketicilerin kişisel aylık gelirlerine göre dağılımları bakıldığında tüketicilerin %56,9'unun 1.000 TL-2.999 TL arasında değişen kişisel gelire sahip olduğunu, %35,4'ü 1.000 TL altı gelir grubunda olduğunu ve %7,8'i 3.000 TL üzerinde gelire sahip olduğunu bildirmiştir.

4.10. Tüketicilerin Ailelerin Aylık Gelir Seviyesine Göre Dağılımları

Tüketicilerin ailelerinin aylık toplam gelirlerine göre dağılımları Tablo 3.13'de verilmiştir. Tabloya göre tüketicilerin %65,8'inin 1.000 TL-2.999 TL arasında değişen aylık toplam aile gelirine sahip olduklarını bildirirken, %16,1'i toplam aile gelirlerinin 1.000 TL altı ve %18,2'si de 3.000 TL ve üzerinde aylık toplam aile gelirine sahip olduklarını ifade etmişlerdir. Ankete cevap veren tüketiciler aylık toplam aile gelirlerini en düşük 300 TL olarak bildirirken, en yüksek 15.200 TL aylık toplam aile geliri bildirilmişlerdir.

4.11. Tüketicilerin Çalıştıkları İş Haricinde Ek Gelirleri

Tüketicilerin %16,6'sı çalıştığı işin dışında ek geliri olduğunu bildirirken, %83,4'ü ise işi dışında ek gelire sahip olmadığını bildirmişlerdir.

4.12. Tüketicilerin Otomobil Sahipliği Yüzdesi

Tüketicilerin %34,8'i otomobil sahibi olduğunu bildirirken, tüketicilerin %65,2'si otomobilinin olmadığını bildirmiştir.

4.13. Tüketicilerin Oturdukları Eve Göre Dağılım Oranları

Tüketicilerin %65,5'i oturduğu evin kendisine ait olduğunu, %34,5'i ise kendisine ait olmadığını beyan etmiştir. Oturduğu evin kendisine ait olmadığını bildirenlerin %32,5'i kirada, %0,3'ü eşinin evinde, %0,3'ü lojmanda ve %1,6'sı aileye ait bir konutta oturduklarını ifade etmişlerdir.

4.14. Ailesinde Sınır Ticareti Yapan Kişilerin Akrabalık Dereceleri

Tüketicilerin %88,1'i ailesinde sınır ticareti yapan kimse olmadığını bildirirken, %11,9'u ailesinde ya da akrabaları arasında sınır ticareti yapanların bulunduğunu bildirmiştir.

4.15. Ailesinde Sınır Ticareti Yapanların Ticari Ürün Çeşitleri

Tüketicilerin ailesinde sınır ticareti yapanların uğraştıkları iş alanlarını, sırasıyla %2,9'u gıda sektörü, % 1,3'ü petrol ve ürünleri ticareti ve %1,3'ü de tek el ürünleri ticareti yaptığını ifade etmiştir.

4.16. Tüketicilere Göre İğdır'a En Çok Mal Satan Ülkeler

Tüketicilerin %46,8'i sınır ticareti kapsamında İğdır'a en çok mal satan ülkenin Nahcivan olduğunu ifade ederken, tüketicilerin %44,4'ü de sınır ticareti kapsamında İğdır'a en çok mal satan ülkenin İran olduğunu söylemişlerdir. Tüketicilerin %8,6'i ise en çok mal satan ülkenin Azerbaycan olduğunu ve %0,3'lük kısmı da Ermenistan olduğunu söylemektedirler.

4.17. Sınır Ticaretiyle Gelen Ürünler ve Kaçak Gelen Ürünlerin Ayrımı

Tüketicilerin %79,7'si sınır ticareti ile gelen ürün ile kaçak ürünleri ayırt edebildiklerini ifade ederken, %20,3'ü sınır ticareti yoluyla gelen ürün ile kaçak yolla gelen ürünlerde bu ayrımı yapamadığını söylemişlerdir.

4.18. Tüketicilerin Fiyatı Aynı Olan Ürünleri Satın Alma Kararları

Tüketicilerin %62,1'i fiyatı aynı olan bir ürünü satın alırken kaçak ya da sınır ticareti ile gelen bir ürün olmasının satın alma kararlarını etkilediğini ifade etmişlerdir. %14,3'ü satın alma kararını bazen etkilediğini ifade ederken, %23,6'sı da fiyatı aynı olan ürünleri satın alırken kaçak ve sınır ticareti ile gelen bir ürün olmasının satın alma kararını etkilemediğini belirtmişlerdir.

4.19. Tüketicilerin Sınır Ticareti Gelen Ürünleri Satın Alma Sıklıkları

Tüketicilerin %39,7'si sınır ticareti ile gelen ürünleri sıklıkla satın almadığını söylerken, %33'ü bazen satın aldığını ve %27,3'ü de sıklıkla satın aldığını beyan etmişlerdir.

4.20. Sınır Ticaretine Konu Olan Ve Sıklıkla Satın Alınan Ürün

Tablo 3. Sınır Ticaretinde Sıklıkla Satın Alınan Ürün Çeşitleri

Ürünleri Satın Alma sıklığı	Ortalama	Standart Hata
Petrol	4,22	1,263
Gıda maddeleri	3,47	1,423
Elektronik	2,76	1,511
Kozmetik	2,24	1,347
Tekstil-Konfeksiyon	1,85	1,171
Kimyasal Maddeler	1,63	1,000
Nalburiye	1,63	1,028
İlaç	1,62	1,047
Mobilya	1,56	0,908
İnşaat malzemeleri	1,56	0,934
Altın	1,48	0,936
Orman Ürünleri	1,46	0,946

Değerlendirme Ölçeği:0-1:Hiç, 1-2:Çok Az, 2-3:Az, 3-4:Orta, 4-5:Fazla, 5+: Çok Fazla.

4.20. Sınır Ticaretine Konu Olan Ve Sıklıkla Satın Alınan Ürün

Tüketiciler sınır ticareti yoluyla gelen ürün çeşitleri içinde çok fazla satın aldıkları ürünün petrol olduğunu bildirirken, bunu sırasıyla gıda ürünleri ve elektronik ürünlerinin izlediğini sırasıyla aşağıdaki tablo 3 verilmiştir.

4.21. Sınır Ticareti İçin Yurtdışından Gelenlerin Satın Aldıkları Mallar

Tüketicilere göre yurtdışından sınır ticareti yapmak üzere Iğdır'a gelenler ekseriyetle tekstil ve konfeksiyon ürünleri satın aldığını, bunun sırasıyla gıda maddeleri, kozmetik ve mobilya ve diğer malların çeşitliliği aşağıdaki tablo 4 takip etmektedir.

4.22. Sınır Ticareti Yoluyla Gelen Ürünlerin Sağlığa Etkisi

Tüketicilerin %49,6'sı sınır ticareti yoluyla gelen ürünlerin sağlıklarını olumlu ya da olumsuz etkilemediğini, %21,6'sı olumlu etkilediğini, %4,7'si genellikle olumlu bazen olumsuz etkilediğini, %2,3'ü ise sağlığı genellikle olumsuz bazen olumlu etkilediğini ve %2,1'si de olumsuz etkilediğini bildirmiştir. Tüketicilerin %19,7'si de bu konuda fikir beyan etmemişlerdir.

4.23. Sınır Ticareti Yoluyla Gelen Ürünlerin Aile Bütçelerine Katkısı

Tüketicilerin %66'sı sınır ticareti yoluyla gelen ürünlerin aile bütçelerine olumlu katkı sağladığını bildirirken, %14'ü sınır ticareti yoluyla gelen ürünlerin aile bütçelerine herhangi bir katkısının olmadığını bildirmişlerdir. Tüketicilerin %20'si de bu konuda fikrinin olmadığını söylemişlerdir.

4.24. İğdır İline Sınır Ticareti Yoluyla Gelen Ürünler

Sınır ülkelerine yakınlığı nedeniyle yapılan sınır ticareti kapsamında; İğdır iline gelen ürünler sırasıyla; bakliyat, peynir, eritme peynir, baharat, hurma, çay, ceviz, pirinç, kaymak, kavun, karpuz, nar, domates, patlıcan, et, et mamülleri, konserve balık, şekerleme, şeker, çikolata gibi gıda ürünleri ile sigara, akaryakıt, tekstil ve konfeksiyon ürünleri, kozmetik, mobilya ve ilaç, otomobil yedek parçaları, elektronik ürünler, alkol ve diğer ürünlerdir. Bu ürünler içinde daha çok akaryakıt, baharat, pirinç, domates, karpuz, kavun, şekerleme, çay gibi ürünlerin daha çok tüketildiği, tüketimdeki tercihlerinde ise kolay bulunması ve fiyatının uygunluğu, alışkanlıklar gibi faktörlerin etkili olduğu görülmektedir.

Tablo 4 - Sınır Ticaretinde Yurtdışından Gelen-Satın Alınan Mallar

Türkiyeden Satın Alınan Mallar	Ortalama	Standart Hata
Tekstil-Konfeksiyon	3,93	1,507
Gıda maddeleri	3,71	1,487
Kozmetik	2,53	1,738
Mobilya	2,20	1,582
İnşaat malzemeleri	2,20	1,634
Elektronik	1,92	1,596
Nalburiye	1,77	1,646
Altın	1,72	1,540
İlaç	1,62	1,545
Orman ürünleri	1,39	1,456
Kimyasal maddeler	1,28	1,370
Petrol	1,25	1,699

D. Ölçeği:0-1:Hiç, 1-2:Çok Az, 2-3:Az, 3-4:Orta, 4-5:Fazla, 5+: Çok Fazla.

4.25. Sınır Ticareti İle Gelen Ürünleri Satın Alma Nedenleri

Tablo 5 - Sınır Ticareti İle Gelen Ürünleri Satın Alma Nedenleri

Satın alma kararını etkileyen nedenler	Ortalama	Standart Hata
Fiyatların uygunluğu	4,11	1,276
Bol ürün çeşidinin olması	3,33	1,618
Bulunabilir olmaları	2,96	1,576
Dost Tavsiyeleri	2,66	1,568
Damak zevkime uygunluğu	2,62	1,547
Ürünlerin kaliteli olması	2,41	1,478
Alışkanlık yüzünden	2,41	1,511
Yabancı ürünlere özenme	2,23	1,496
Reklam yapılması	1,90	1,411
Ürünlerin değiştirilebilme imkânı	1,84	1,318
Tedavi maksadıyla	1,73	1,384

4.26. Sınır Ticaretinin Bölge Esnafına Ve Ticaret Erbabına Etkisi

Tüketicilerin %57,9'u sınır ticaretinin bölge esnafını ve ticaret erbabını olumlu yönde etkilediğini, %12,5'i sınır ticaretinin genellikle olumlu bazen olumsuz etkilediğini, %7'si olumlu ya da olumsuz etkilemediğini bildirirken, %7'si de olumsuz etkilediğini bildirmiştir. Tüketicilerin %12,2'si de bu konuda fikrinin olmadığını söylemişlerdir.

4.27. Sınır Ticaretinde Yaşanılan En Büyük Olumsuzluk Halleri

Tüketicilerin %78,2'si sınır ticaretinde yaşanan en büyük olumsuzluğun yerli ürünlerin fiyatını düşündüğünü belirtirken, %6'sı yerli üreticiyi olumsuz etkiliyor olması, %3,6'sı da gelen ürünlerin garantisinin olmaması ve %2,9'u da muhatap bulunmamasının yaşanan en büyük olumsuzluk olduğunu söylemişlerdir.

4.28. Sınır Ticaretinin Olumsuz Etkilerine Karşı Yapılması Gerekenler

Tüketicilerin %4,9'u sınır ticaretinin halkın üzerinde olumsuz etkilerinin olmadığını, bu şekilde devam etmesi görüşünü savunurken, %30,6'sı hukuk açısından yasal boşlukların bulunduğunu, gerekli kanunlar çıkarılarak devam etmeli görüşündedir. Ancak tüketicilerin %12,7'si sınır ticaretinin kalite ve kontrol standartları getirilerek kısıtlanması gerektiğini, %11,7'si ise kalite ve kontrol standartları getirilerek oldukça kısıtlanması gerektiğini ve %10,1'i de yasaklanması gerektiğini ifade etmişlerdir. Tüketicilerin %29,9'u ise bu konuda fikrinin olmadığını ifade etmiştir.

4.29. Ucuz Ürünlerden Olumsuz Etkilenen Kesimler

Tüketicilerin %35,1'i sınır ticareti yoluyla gelen ucuz ürünlerin olumsuzluklarından en çok etkilenen meslek grubunun gıda imalatçıları olduğunu söylerken, %18,4'ü çiftçiler olduğunu, %16,9'u perakende satıcılar ve %15,3'üne göre ise toptancıların olumsuz etkilendiğini ifade etmişlerdir.

4.30. Ucuz Ürünlerden En Çok Olumlu Etkilenen Kesimler

Tüketicilerin %72,2'si sınır ticareti ile gelen ucuz ürünlerden en olumlu etkilenen kesimin bireysel tüketiciler olduğunu söylerken, tüketicilerin %6,2'si çiftçilerin, %5,7'si nakliyecilerin, %4,4'ü toptancıların, %4,4'ü ulaştırma sektörünün, %4,2'si perakende satıcılarının ve %2,9'u da gıda imalatçılarının olumlu etkilendiğini düşünmektedir.

4.31. Sınır Ticaretinin Şehir Ekonomisine Katkısı

Tüketicilerin %80,3'ü sınır ticaretinin şehir ekonomisine katkısının olumlu olduğunu bildirirken, %4,7'si sınır ticaretinin şehir ekonomisine katkısının olumsuz olduğunu bildirmiştir. Tüketicilerin %15,1'i ise sınır ticaretinin şehir ekonomisine katkısı hakkında fikrinin olmadığını bildirmiştir.

4.32. Sınır Ticaretinin Iğdır İlinde İstihdama Etkisi

Tüketicilerin %53,2'si sınır ticaretinin Iğdır ilinde istihdamı artırdığını, %15,8'i kısmen artırdığı söylerken, %11,7'si istihdama herhangi bir etkisinin olmadığını söylemiştir. Tüketicilerin %19,2'si de sınır ticaretinin istihdama etkisi konusunda fikrinin olmadığını söylemiştir.

4.33. Sınır Ticaretinin Şehirden Göçe Etkisi

Tüketicilerin %58,7'si sınır ticaretinin şehirden göçe etkisinin olmadığını, %8,1'i şehirden göçü kısmen artırdığı ve %7'si de şehirden göçü artırdığını düşünmektedir. Tüketicilerin %26,2'si de sınır ticaretinin şehirden göçe etkisi konusunda fikrinin olmadığını ifade etmiştir.

4.34. Sınır Ticaretinin Şehire Göçe Etkisi

Tüketicilerin %53,5'i sınır ticaretinin şehire göçü artırdığını, %13,8'inin sınır ticaretinin şehre göçü kısmen artırdığı ve %16,4'ü de şehire göçe herhangi bir etkisinin olmadığını düşünmektedir. Tüketicilerin %16,4'ü de sınır ticaretinin şehire göçe etkisi konusunda fikrinin olmadığını ifade etmiştir.

4.35. Sınır Ticaretinin Halkın Gelir Seviyesine Etkisi

Tüketicilerin %70,1'i sınır ticaretinin halkın gelir seviyesini artırdığını, %16,9'nun halkın gelir seviyesini kısmen artırdığını söylemişlerdir. Tüketicilerin %3,6'sı ise sınır ticaretinin halkın gelir seviyesine herhangi bir etkisinin olmadığını beyan ederken, %9,4'ü de fikrinin olmadığını ifade etmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Iğdır ilinde sınır ticaretinin sosyo-ekonomik etkilerini belirlemek amacıyla tüketicilere yönelik olarak yapılan araştırmamızın bulguları değerlendirilmiştir:

Iğdır ilinin 19 semtinde tesadüfi olarak gerçekleştirilen anketimize cevap veren tüketicilerin %88,1'i ailesinde sınır ticareti ile iştigal eden kimse olmadığını bildirirken, sadece %11,9'u ailesinde ya da akrabaları arasında sınır ticareti yapanların bulunduğunu bildirmişlerdir. Sınır ticareti ile uğraşan aile yakınlarının iş alanlarının neler olduğuna bakıldığında gıda, petrol ve tekell ürünleri ve inşaat malzemeleri ticareti olduğunu belirtmişlerdir.

Tüketiciler; Iğdır ilinde sınır ticareti yoluyla en çok mal satan ülkenin Nahçıvan olduğu, bunu İran ve Azerbaycan'ın izlediğini belirtmişlerdir. Tüketiciler; sınır ticareti yoluyla gelen ürünlerin başında petrol ve ürünleri olduğunu, bunu gıda ürünlerinin, elektronik ürünlerin, tekstil ve konfeksiyon ürünlerinin, kozmetik, mobilya ve diğer ürünlerin takip ettiğini düşünmektedirler. Bu bulgular Güllülü ve arkadaşlarının (2006) Ağrı İlinin Doğubayazıt ilçesindeki Gürbulak Sınır kapısında yürüttükleri bir araştırmaya katılan tüketicilerin sınır ticareti kapsamında geldiğini beyan ettikleri ürünlerle benzer nitelikli ürünler olduğu görülmektedir. Sıralaması farklı olmakla birlikte aynı nitelikli ürünlerin (tekstil-konfeksiyon, gıda maddeleri, kozmetik, petrol, elektronik eşya ve kimyasal maddeler) ticaretinin yapıldığı görülmektedir. Gürbulak Sınır kapısının İran sınırında olması hasebiyle sınır ticaretinin en çok yapıldığı ülkenin İran olmakla birlikte bu iki komşu şehirdeki sınır ticaretinin aynı ülkelerle yapıldığı görülmektedir.

Tüketiciler sınır ticareti ile İran, Azerbaycan ve Nahçıvan'dan gelen gıda ürünlerini satın aldıklarını söylemişlerdir. Bu ürünler; bakliyat, peynir, eritme peynir, baharat, hurma, çay, ceviz, pirinç, kaymak, karpuz, kavun, domates, nar, patlıcan, et, et mamulleri, konserve balık, şekerleme, çikolata, çay şekeridir. Bunun yanısıra sigara, petrol, elektronik eşya, ilaç, otomobil yedek parçası, alkol ve diğer ürünleri satın aldıklarını ve bu ürünleri satın alma sebebi olarak da, bu ürünlerin fiyatlarının uygun ve bol ürün çeşidinin olması olduğunu ifade etmişlerdir.

Tüketicilerin %78,2'sine göre sınır ticareti ile ilgili yaşanan en büyük ekonomik olumsuzluk yerli malların fiyatını düşürüyor olmasıdır. Bunun dışında yerli üreticiyi olumsuz etkilemesi, ürünlerin garantisinin olmaması, muhatap bulunmaması, sınırda yaşanan uygulamalar, haksız rekabete sebep oluyor olması ve kaçakçılığı artırması gibi olumsuzluklar doğurduğunu ifade etmişlerdir. Tüketicilerin %35,1'ine göre sınır ticareti yoluyla gelen ucuz ürünlerin ortaya çıkardığı ekonomik olumsuzluklardan en çok etkilenen meslek grubu gıda

imalatçılarıdır. Bunu çiftçiler, perakende satıcıları, toptancılar ve bireysel tüketiciler izlemektedir. Bütün bu olumsuzluğuna rağmen tüketicilerin %35,5'i sınır ticaretinin olduğu gibi devam etmesi ya da yasal boşlukların giderilmesi şartıyla devam etmesi gerektiği görüşündedir. Bu olumlu bakışa karşılık ekonomik açıdan tüketicilerin %24,4'ü kalite ve kontrol standartları getirilerek kısıtlanması ya da oldukça kısıtlanması gerektiğini ve %10,1'i de yasaklanması gerektiğini savunmaktadır. Tüketicilerin %72,2'ne göre sınır ticareti ile gelen ucuz ürünlerden ekonomik açıdan en olumlu etkilenen kesim bireysel tüketicilerdir. Tüketicilerin %92,7'si eski İpek Yolu güzergâhında yapılacak tren yolunun ekonomik açıdan İğdir ilinden geçmesinin faydalı olacağını söylemişlerdir.

Sınır Ticareti, İğdir ilinin ekonomik olarak kalkınmasında, refah düzeyinin artırılmasında ve ilden/ile göç probleminin çözülmesinde oynadığı rolden dolayı, sürdürülmesi gerekli bir ticari model olarak gündemdeki yerini korumaktadır. Ayrıca Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesinde uzun senelerden beri sürmekte olan terör problemine kaynaklık eden işsizlik ve yoksulluğun giderilmesi açısından önemli imkânlar sunduğu görülmüştür.

Sürdürülebilir bir sınır ticaretinin öncelikle ülkenin normal dış ticaret rejimine alternatif olmaması gerekmektedir. Bunun için yapılan ve yapılacak düzenlemelerin ülkenin ekonomik sistemini tamamlayıcı nitelikte olması gereklidir. Bu yüzden alınacak tedbirlerin sınır ticareti kavramının amaçlarından sıkı kontrol ve denetim mekanizma ve düzenlemeleri ile giderilmesi elzemdir. Değerlendirme İğdir ili için de geçerlidir. Sınır ticaretinde ithalat kotaları, ilin gerçek ihtiyaçlarını hitap edebilecek politikalar üretilmesinde hassasiyet gösterilmelidir.

Ayrıca İğdir gibi küçük illerin sınır ticareti vasıtasıyla ekonomilerini geliştirebilmesi için, sınır ticareti kapsamında ithal ettikleri ürünleri gene sınır ticareti kapsamı içerisindeki diğer illere satarak ekonomilerini güçlendirmeleri de sağlanmalıdır. Sınır kapılarında ihtisas gümrüklerinin kurulmasının gerekli olduğu yönünde araştırma bulgularımız ve literatürde yapılmış olan diğer çalışmalarda da yer aldığı üzere yüksek oranda bir fikir birliği olduğu görülmektedir. İğdir'in sınır ticaretinde kullandığı sınır kapılarında İhtisas Gümrüğü kurulması halinde hem kalitesiz ürünün yurda girişini sınırlandıracığı hem de ticaretle uğraşanların zaman ve maliyet açısından tasarruf etmeleri sağlanmış olacaktır. Dış ticaret hacmi içinde sınır ticaret hacminin çok düşük boyutlardadır. Var olan potansiyelin değerlendirilebilmesi ve bu yolla dış ticaret hacminin artırılmasında önemli bir rol üslenebilecek olan sınır ticaretinin gelişimini engelleyen olumsuzlukların, daha fazla denetime tabi tutularak giderilmesi gerekmektedir. Böylece ildeki işsizlik, göç gibi problemlerin çözümüne ve genel olarak ülke ekonomisine olumlu katkılar sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

AKAL, Mustafa, (2008), “*Ortadoğu Sınır Ülkeleriyle Dış Ticaret Yoğunlaşması ve Yapısal Değişim*”, Gaziantep, Sosyal Bilimler Dergisi, Gaziantep Üniversitesi, 271-296.

AKTAŞ, Cengiz ve Yılmaz, Veysel, (2008), “*Gümrük Birliği Sonrası Türkiye'nin İhracat Fonksiyonunun Tahmini*”, İstanbul, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, s., 89-104

AKSOY, Yasin, Demet Savaş ve Sezen Dursun, (2012), “*Iğdır İlinin Mekânsal Analiz Raporu*”, Iğdır, Çevre Ve Şehircilik Bakanlığı Yayını,

ALTUNIŞIK, Remzi. Recai Coşkun, Serkan Bayraktaroğlu, Engin Yıldırım, (2001), “*Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamaları*”, Sakarya, 4.Baskı. Sakarya Kitapevi.

ALTINOK, Serdar, (1992), “*Türkiye'nin Sanayileşmesinde Dış Ticaretin Rolü*”, Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi, Konya, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

BEŞKAYA, Ahmet ve Karakaya, Etem, (2007), “*Ekonomik Entegrasyon Küresel Ve Bölgesel Yaklaşım*”, Bursa, 2. Baskı, Seçkin Yayıncılık.

DENİZ, Orhan Doğu, Ali Fuat (2008), “*Türkiye İnan Sınırı: Sınırın Coğrafi Durumu ve Sınır Köylerimizin Sosyo-Ekonomik Yapıları*”, Erzurum, Atatürk Üniversitesi, Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi, Doğu Coğrafya Dergisi, Cilt 13, Sayı 19, s., 51-72

GÖKÇE, Rıza. (2005), “*1994-2004 Yılları Arasında Güneydoğu Anadolu Bölgesiyle Suriye ve Irak Arasında Gerçekleşen Sınır Ticaretinin Bölge Ekonomisine Etkisi*”, İstanbul, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Ortadoğu Araştırmaları Enstitüsü,

GÖRÜR, Oğuz Tuncay, (2011), “*Sınır Ticaret Raporu*”, Van, Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı (DAKA) Yayınları.

GÜL, Ekrem, (2003), “*Gatt/Wto Çerçevesinde Uluslararası Ticaret Ve Çevre İlişkisi*”, Kütahya, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, s.1-20

GÜLLÜLÜ, Uğur. Candan, Burcu. Yapraklı, Şükrü. Karabulut, Kerem “*Gürbulak Sınır Kapısından Geçiş Yapan Kişilerin Bu Kapıdan Gerçekleştirilen Sınır Ticaretinin Boyutları İle İlgili Bilgi, Düşünce Ve Tutumları Üzerine Bir Araştırma*”, Erzurum, Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Sayı:2, 20 Eylül 2006.s.1-45.

GÜNEŞ, Recep - Durmuş, Ahmet Fethi - Ceyhan, Mehtap, (2010), “*Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerindeki Sınır Ticareti Sınır Ticaretinin Gelişimini Engelleyen Faktörler ve Çözüm Önerileri*”, Malatya, Akademik Yaklaşımlar Dergisi, s., 1-22

HEPAKTAN, C.Erdem (2008), “*Türkiye'nin Dönüşüm Sürecinde Dış Ticaret Politikaları*”, 2.Ulusal İktisat Kongresi, İzmir, Dokuz Eylül Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, s.1-7

İğdir Valiliği (2013), *İl planlama Müdürlüğü Briefing Notları*, İğdir Valiliği Web sayfası <http://igdir.tarim.gov.tr/>

KARA, Mehmet, (2005), “*Ekonomik Etkileri Bakımından Türkiye'deki Sınır Ticaretinin Değerlendirilmesi*”, İzmir, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, s., 60-80

KARABULUT, Kerem, (2005), “*1990 Sonrası Gelişmelerle Kars-Ardahan-İğdir Üçgeni*”, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Sayı:1147, s.1-15

KARADUMAN, Naci, (2011) “*Serbest Ticaret Antlaşmaları Ve Türkiye'nin Dış Ticareti Üzerine Etkileri*”, Isparta, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

KURAN, Serkan Bülent, (2006), “*Türkiye'nin Sınır Komşuları ile Ticari İlişkileri*”, İstanbul, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

KÜÇÜKKİREMİTÇİ, Oktay Karaca, Mehmet Emin ve Bayram Ali, Eşiyok, (2010), “*Türkiye'nin İhracatında Öne çıkan Sektörlerde Temel Pazar Ülkeler, Rakipler ve Rekabet Gücü*”, Ankara, Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Yayınları.

MERCAN, Ayşe Nur, (2011), “*Sınır Ticaretinin Geliştirilmesi ve Sınırların Serbest Yerler Haline Dönüştürülmesi*”, İstanbul, Mevzuat Dergisi, Cilt 14, Sayı 158, s.1-77.

NARTA, Ela Çolpan, (2010), “*Gümrük Birliği'nin Türkiye'nin Dış Ticareti Üzerine Etkileri Panel Veri Analizi*”, Journal of Yasar University, No.17, Vol.5, pp.2874-2885

ÖZCAN, H.Avni, (1998), “*Dünden Bugüne Dış Ticaretimizdeki Gelişmeler*”, Basım Yeri Yok, Dış Ticaret Dergisi, Özel sayısı, s., 41-76

ÖZÇİLOĞLU, Mehmet ve Sakar, Murat, (2011), “*Sınır Ticareti Uygulamaları ve Çözüm Önerileri*”, Çanakkale, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, s.17-35.

ÖZTÜRK, Nurettin, (2006), “*Türkiye’de Sınır Ticaretinin Gelişimi, Ekonomik Etkileri, Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri*”, Zonguldak, Karaelmas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, s.107-127.

ÖZTÜRK, Nurettin, (2009), “*Dış Ticaret Kuram Politika Uygulama*”. 2.Baskı. Ankara, Palmiye Yayıncılık.

SAÇIK, Sinem Yapar, (2009) “*Dış Ticaret Politikası ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Teorik Açından Bir İnceleme*”, Karaman, Kahramanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, İBBF Dergisi, Sayı.16. s.162-171

SUGÖZÜ, İbrahim Halil - Atay, Melike, (2010), “*Sınır Ticaretinin Bölge Ekonomisi Üzerindeki Etkileri Kapsamında Habur Sınır Kapısı*”, Şırnak, Uluslararası Şırnak ve Çevresi Sempozyumu,

ŞENTÜRK, Canan, (2007) “*Dış Ticaret-Büyüme İlişkisi Üzerine Bir İnceleme: Türkiye Ve Gelişmekte Olan Ülkelerde İhracata Dayalı Büyüme Hipotezinin Testi*”, Isparta, Süleyman Demirel Üniversitesi, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

SERHAT KALKINMA AJANSI, (2013), “*Iğdır'ın Sosyo-Ekonomik Durumu ve Uygun Yatırım Alanları*”, Kars, Serhat Kalkınma Ajansı; Şubat (2011) “*Serhat Bölgesi Sınır Kapıları İnceleme Raporu*”, Kars, Serhat Kalkınma Ajansı; (2011a) “*Serhat Bölgesi Sınır Kapıları İnceleme Raporu*”, Kars, Serhat Kalkınma Ajansı; (2011b) “*Ardahan-Kars Demiryolu Hattının Muhtemel Etkileri*”, Kars, Serhat Kalkınma Ajansı.

TAŞLIYAN, Mustafa. Ve Bengü Hırlak, (2012) “*Sınır Ticaretinin Bölge Ekonomilerine Etkileri: Kilis İli Örneği II. Bölgesel Sorunlar ve Türkiye Sempozyumu*”, Karahanmaraş, Sütçü İmam Üniversitesi İİBF Dergisi, s. 331-338

TMMOB Sanayi Kongresi, (2007), “*Ülke Örnekleri İle Kalkınma Ve Sanayileşme Modelleri Oda Raporu*”, <http://www.mmo.org.tr> Erişim Tarihi: 2.11.2013

TURHAN, Gökçe, (2012) “*Tekin, Kara Sınırı Komşuları İle Ticaretin Türkiye'nin Kalkınmasına Etkisi-Çekim Modeli Yaklaşımı*”, İstanbul, Doktora Tezi, Kadir Has Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

TÜİK, “*Dış Ticaret Verileri*”, (2012), <http://www.tuik.gov.tr> Erişim Tarihi: 10.06.2013; (2013) “*İstatistik Göstergeler*”, <http://www.tuik.gov.tr> Erişim Tarihi: 12.03.2014.

TÜSİAD, (2003), “*Avrupa Birliğine Uyum Sürecinde Gümrük Birliğinin Dış Ticaretimize Etkileri*”, <http://www.tusiad.org> Erişim Tarihi: 12.02.2013. (2003), “*Avrupa Birliğine Uyum Sürecinde Gümrük Birliği'nin Dış Ticaretimize Etkileri*”, <http://www.tusiad.org> Erişim Tarihi: 05.04.2012.

TOBB, (2011), “*Türkiye'nin Dış Ticaretinde Serbest Ticaret Anlaşmaları Hakkında Bilgi Ve Değerlendirme Notu*”, www.tobb.org.tr Erişim tarihi: 12.02.2013. “*Menşe Şahadetnamesi*”, <http://www.tobb.org.tr/> Erişim Tarihi: 12.03.2013.

YALÇINKAYA, Hakan, Çoşkun Çılbant, Melih Özçalık, (2009), “*Avrupa Birliği Sürecinde Türk İmalat Sanayi Dış Ticaretinin Rekabet Gücü: 1989-2009 Dönemi Var Analizi*”, Manisa, Celal Bayar Üniversitesi, Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Cilt 6, Sayı 1, s. 115-137

ZÜGÜL, Muhittin, (1998), “*Reform Ülkelerinin Dış Ticaretinde Barter Ve Diğer Ödeme Şekilleri- Kırgızistan Uygulamaları*”, İstanbul, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

YAYIN ŞARTLARI VE YAZIM KURALLARI

YAYIN ŞARTLARI

1. Atatürk İletişim Dergisi, hakemli bir dergi olup, Güz ve Yaz olmak üzere yılda iki kez yayınlanmaktadır. Gerekğinde özel sayılar çıkarılabilecektir.

2. Atatürk İletişim Dergisi, başta İletişim Fakülteleri olmak üzere sosyal bilimlerin tümüne hitap etmekte olup dergide temel iletişim bilimleri, radyo tv sinema, gazetecilik ve halkla ilişkiler ve tanıtım gibi alanlardaki bilimsel ve özgün nitelikte Türkçe ve İngilizce makaleler, kitap tanıtımı ve eleştirileri ile örnek olay çalışmaları yayınlanmaktadır.

3. Atatürk İletişim Dergisi'ne gönderilen yazılar daha önce bir başka dergide yayımlanmamış, yayımlanmak üzere gönderilmemiş veya yayım için kabul edilmemiş olmalıdır. Herhangi bir bilimsel toplantıda sunulmuş ve yayımlanmamış olan yazılarda, toplantının adı, yeri ve tarihi dipnot olarak belirtilmelidir.

4. Makalelerdeki görüş ve bilimsel sorumluluklar yazar veya yazarlara ait olup Atatürk İletişim Dergisi'ni bağlamaz. Yazılar yayınlanmak üzere kabul edildiği takdirde Atatürk İletişim Dergisi bütün yayın haklarına sahip olur. Eserin yayımlanmasına karar verilmesi durumunda yazarlar yayım haklarını Atatürk İletişim Dergisi'ne devretmiş olurlar. Makale gönderecek olan bütün yazarların Yayın Hakkı Devir Formu'nu doldurup imzalamaları gerekmektedir.

5. Atatürk İletişim Dergisi'ne gönderilen makaleler, editör ve yardımcı editörler tarafından şekil ve içerik yönünden ön incelemeye alınmakta olup, genel olarak dergide yayınlanmaya değer olup olmadığına karar verilmekte ve daha sonra hakemlere gönderilmektedir. Makale o alandaki iki hakeme gönderilir. Hangi makalenin hangi hakemlere gönderileceğine hakemlerin ve makalelerin ilgi alanlarına göre karar verilmektedir. Makaleyi değerlendiren hakemlerin kimlikleri hakkında yazarlara, gönderilen makalenin kime ait olduğu konusunda da hakemlere bilgi verilmez. Hakem raporları gizlidir.

6. Makalenin gönderildiği iki hakemden de olumlu görüş bildirilmesi durumunda makale yayınlanmak üzere sıraya alınır. İki hakemden de olumsuz görüş bildirilmesi durumunda makale hiçbir surette yayınlanmaz. İki hakemin birbirinden farklı görüş bildirmesi durumunda makale üçüncü bir hakeme gön-

derilir; üçüncü hakemin vereceği cevaba göre yayınlanmasına veya yayınlanmamasına karar verilir. Hakemlerden gelen raporlara göre, makalenin aynen yayınlanmasına (kabul), düzeltme, ekleme veya çıkarma istenmesine (düzeltme) veya yayınlanmamasına (ret) karar verilmekte olup bu karar yazar veya yazarlara en çok 2 ay içerisinde bildirilmektedir.

7. Hakemlerin düzeltme yönünde görüş bildirmeleri durumunda yazara başvurulur ve yazarın gerekli düzeltmeleri tamamlayarak göndermesi istenir. Düzeltme verilen makaleler yazarı veya yazarları tarafından belirtilen süre içerisinde düzeltilmedikçe yayınlanmaz.

YAZIM KURALLARI

1) Gönderilen çalışmalar, MS Word 95 ve üstü programla, A4 boyutlu kâğıda “Times New Roman” yazı karakteriyle yazılacaktır. Çalışmanın tamamının sayfa sayısı 20’yi aşmamalıdır.

2) Çalışmalar, başlık (Türkçe ve İngilizce), özet (Türkçe ve İngilizce), anahtar kelimeler (Türkçe ve İngilizce), ana metin (giriş, yöntem, bulgular, tartışma ve sonuç), kaynaklar ve varsa ekler bölümlerini içermelidir.

3) Çalışmanın ilk sayfasında çalışmanın başlığı sayfaya ortalanmış, büyük harflerle ve 10 punto ile koyu olarak yazılmış olmalıdır. Başlığın hemen altında yazarın ad ve soyadı 10 punto ile koyu olarak ve sağa dayalı şekilde yazılmalı, birden çok yazar varsa ad, soyadları sırasıyla yazılmalı; ünvanları, iletişim bilgileri ve e-mail adresleri dipnot olarak verilmelidir. Başlık ve yazarların isimlerinin hemen altında 100-150 kelimedenden oluşan “ÖZET”, onun altında en az üç, en fazla beş adet “Anahtar Kelimeler” 8 punto ile ve sola yaslı olarak yazılmış olmalıdır.

4) Türkçe özet ve anahtar kelimelerin hemen altında, İngilizce özet (Abstract) ve anahtar kelimeler aynı kurallara uyularak yazılmalıdır. Açıklamalar veya teşekkür notları dipnot şeklinde yazılabilir. Dipnotlar 9 punto olarak yazılacaktır.

5) Çalışmada Başlık, Türkçe ve İngilizce özetler ve anahtar kelimeler ilk sayfaya sığacak şekilde düzenlenmeli ikinci sayfa Girişten itibaren başlamalıdır. Çalışma Giriş sayfasından itibaren 10 punto olarak, başlıklar, grafik ve tablolar

hariç iki yana yaslı ve paragraf başlarında “Tab” verilerek yazılmalıdır. Sayfa yapısı üstten ve alttan 6 cm, soldan ve sağdan 4,5 cm ve tek satır aralıklı, hizalama iki yana yaslı olmalıdır.

6) Giriş, Gelişme, Sonuç, Kaynaklar ve Ekler başlıklarının yalnızca ilk harfi büyük olup sola dayalı ve bir “tab” verilerek yazılmalı ve numaralandırılmalıdır. Gelişme kısmındaki alt bölüm başlıkları koyu, ilk harfleri büyük ve sola dayalı ve bir “tab” verilmiş olarak yazılmalı ve Giriş de dahil olmak üzere 1., 2., 3., numaraları ile, alt başlıklar yine koyu, ilk harfleri büyük ve bir “tab” verilerek 1.1, 1.2, 2.1 şeklinde ve sırayla numaralandırılmalıdır. Bölüm başlık ve alt başlıklarından sonra bir boşluk (bir enter) verilmeli, paragraf aralarında mümkün olduğunca boşluk verilmemelidir.

7) Tablolar ve Grafikler tablolar ayrı, grafikler ayrı olmak üzere kendi içlerinde çalışma başından sonuna kadar sırasına göre numaralandırılmalı (Tablo 1: ve Grafik 1: gibi), iki noktadan sonra koyu ve ilk harfler büyük olacak biçimde isimlendirilmelidir. Tablo, grafik, şekil ve haritaların başlıkları üstte ve ortalanmış olarak yer almalıdır. Tablo, grafik, şekil ve haritalar bir yerden alınmışsa hemen altında 9 punto ile kaynak verilmelidir. Sayfalar mümkün olduğunda bir sayfada iki tablo veya iki grafik olmayacak biçimde düzenlenmeli ve açıklamalarının ilgili tablo, grafik veya şekil ile aynı sayfada olmasına özen gösterilmelidir.

8) Çalışma içinde atıflar bağlaç yöntemine göre yapılmalı, birebir veya aynen atıflarda sayfa numarası muhakkak verilmelidir. Metin içinde dipnotlar sadece açıklamalar için kullanılmalıdır. Alternatif durumlar aşağıda gösterilmiştir;

Tek yazar olduğu durumlarda;göstermektedir (Bilgin, 2001: 40).
Garnham (1990b: 25-30)’da vurguladığı gibi...

Çift yazar olduğu durumlarda;göstermektedir (Morley ve Robins, 1997b: 40-45

Hall ve Held (1995: 245-40)’ın vurguladığı gibi...

Çok yazar olduğu durumlarda;göstermektedir (Miller vd., 1994: 131).
.....göstermektedir (Kurt, 2004a: 40; Ovalı, 2004: 24).

Lucas vd. (1992: 45-60)’nin vurguladığı gibi...

9) Kaynakça makalenin bittiği yerden başlamalı, alfabetik sıraya göre sıralanmalı, 10 punto olarak, satırlar arasında boşluk verilmeden, “tek” satır aralığı ile aşağıda belirtilen formata uygun olarak hazırlanmalıdır.

Birden çok yazarlı;

MİLLER, David - COLEMAN, Janet – CONNOLLY, William – RYON, Alan (1994), Blackwell'in Siyasal Düşünce Ansiklopedisi, (Çev. Bülent Peker-Nevzat Kıracı), Ümit Yayınları, Ankara.

Dergi için bir örnek;

KIVANÇ, Ümit (1995). “Meydanı Boş Bırakmayalım”. İstanbul: Birikim Dergisi, 68-69, 26-43

Kitap için bir örnek;

RİGEL, Nurdoğan (2000). İleti Tasarımında Haber. İstanbul: Der Yayınları

Derleme için bir örnek;

DOOLEY, Michael P. (1989), “Market Valuation of External Debt”. J.A.Frenkel, M.P. Dooley ve P. Wickham (der.), Analytical Issues In Debt içinde, ABD: IMF Yayını.

İnternet kaynaklı atıfa bir örnek;

ACEMOGLU, Daron ve Simon JOHNSON (2006), “Disease and Development: The Effect of Life Expectancy on Economic Growth”, NBER Working Paper 12269, İnternet Adresi; <http://www.nber.org/papers/w12269>, Erişim Tarihi: 06.06.2006.

10) Çalışma bir CD'ye birden fazla kez kopyalanmalı ve kargo veya posta ile gönderilme aşamasında CD'ye zarar gelmeyecek şekilde paketlenmelidir. Çalışmanın bir nüshasında ad, soyad, unvan, kurum, iletişim adresi, telefon ve fax numarası, e-mail adresi ve kısa bir özgeçmişi içeren bir ön kapak bulunmalı, diğer üç nüsha ön kapaksız olmak üzere laser çıktı kalitesinde dört nüsha olarak gönderilmelidir. Kapaksız gönderilen nüshalar hakemlere gönderileceği için yazarların kimliği veya bunu belirtecek herhangi bir işaret olmamalıdır.

NOT: Yayın şartları ve yazım kurallarında zamanla değişiklikler olabilir. Makaleyi göndermeden önce dergimizin internet adresindeki güncel yayım ve yazım şartlarını kontrol ediniz.