

Sayı 8
Güz 2015
ISSN: 2146-4162

T.C. İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM ÇALIŞMALARI
DERGİSİ

Editör - Doç. Dr. Hüseyin ÇELİK

ISSN: 2146-4162

Sahibi / Owner

İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi adına Prof. Dr. İhsan DERMAN

Editör / Editor

Doç. Dr. Hüseyin ÇELİK

Editör Yardımcıları / Assistant Editors

Yrd. Doç. Dr. Hasan GÜRKAN

Yrd. Doç. Dr. Aslı GÜNGÖR

Yrd. Doç. Dr. Aybike SERTTAŞ ERTİKE

Yrd. Doç. Dr. M. Murat MENGÜ

On-Line Yayın Sorumlusu/Responsible for On-Line Publication

Öğr. Gör. Ceren ÇALIŞKAN

Danışma Kurulu / Advisory Board

Prof. Dr. Ahmet TOLUNGÜÇ (Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi)

Prof. Dr. Ali AKYILDIZ (Kırıkkale Üniversitesi Hukuk Fakültesi)

Prof. Dr. Alemdar YALÇIN (Gazi Üniversitesi İİBF)

Prof. Dr. Aytakin CAN (Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi)

Prof. Dr. Bülent ÇAPLI (Bilkent Üniversitesi)

Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN (İstanbul Arel Üniversitesi İİBF)

Prof. Dr. Funda BAŞARAN (Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi)

Prof. Dr. Gülcan SEÇKİN (Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi)

Prof. Dr. Füsun ALVER (Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi)

Prof. Dr. Haluk GÜRGEN (Bahçeşehir Üniversitesi İletişim Fakültesi)

Prof. Dr. Hasret ÇOMAK (İstanbul Arel Üniversitesi İİBF)

Prof. Dr. İhsan DERMAN (İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi)

Prof. Dr. İrfan ERDOĞAN (Atılım Üniversitesi İşletme Fakültesi)

Prof. Dr. Korkmaz ALEMDAR (Atılım Üniversitesi)

Prof. Dr. Koray BAŞOL (İstanbul Arel Üniversitesi İİBF)

Prof. Dr. Naci BOSTANCI (Amasya Milletvekili)

Prof. Dr. Nazife GÜNGÖR (Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi)

- Prof. Dr. Nurettin GÜZ (Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi)**
Prof. Dr. Özhan TİNGÖY (Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi)
Prof. Dr. Peyami ÇELİKCAN (Şehir Üniversitesi İletişim Fakültesi)
Prof. Dr. Ramazan TAŞDURMAZ (Doğuş Üniversitesi İİBF)
Prof. Dr. Raşit KAYA (ODTÜ İİBF)
Prof. Dr. Seda MENGÜ (İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi)
Prof. Dr. Suat ANAR (Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi)
Prof. Dr. Suat GEZGİN (İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi)
Prof. Dr. Süleyman İRVAN (Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi)
Prof. Dr. Şahin KARASAR (Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi)
Prof. Dr. Uğur DEMİRAY (Anadolu Üniversitesi İletişim Fakültesi)
Prof. Dr. Ümit ATABEK (Yaşar Üniversitesi İletişim Fakültesi)
Prof. Dr. Yusuf DEVRAN (Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi)
Prof. Dr. Zakir AVŞAR (Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi)
Doç. Dr. Mehmet ŞAHİN (Gazi Üniversitesi İİBF)
Doç. Dr. Meral ERARSLAN (Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi)
Doç. Dr. Ömer Faruk ŞİMŞEK (İstanbul Arel Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi)
Doç. Dr. Uğur ÖZGÖKER (İstanbul Arel Üniversitesi İİBF)
Yrd. Doç. Dr. Bilge KARAMEHMET (Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi)
Yrd. Doç. Dr. Gökhan AYDIN (İstanbul Arel Üniversitesi İİBF)
Yrd. Doç. Dr. Gülüm ŞENER (İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi)
Yrd. Doç. Dr. Tunç YILDIRIM (Tunceli Üniversitesi İletişim Fakültesi)
Yrd. Doç. Dr. Korhan MAVNACIOĞLU (Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi)

Kapak ve sayfa tasarımı
Ceren ÇALIŞKAN

ISSN: 2146-4162 Copyright © İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi.

Tüm hakları saklıdır. Yayın ve türü: Yılda iki kez basılan hakemli yerel süreli bir dergidir. Yönetim merkezi ve adresi: İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi Türkoba Mah. Erguvan Sk. NO 26/K 34537 Tepekent Büyükçekmece İSTANBUL

Tel: 0 850 850 2735 Fax: 0 212 860 0481

e-posta: idergisi@arel.edu.tr

Yayın tarihi: Eylül 2016 Yayın Yeri: İstanbul Arel Üniversitesi

Dergi hakkında

2011 yılında yayın hayatına başlayan İstanbul Arel Üniversitesi “İletişim Fakültesi *İletişim Çalışmaları Dergisi*” iletişim kuram ve araştırmalarına odaklanan bir sosyal bilimler dergisidir. Dergi farklı kuramsal yaklaşımlara ve inceleme yönelimlerine açık bir karaktere sahiptir; Türkiye ve dünyada iletişim konularının bilimsel/akademik tartışması için bir forum yeridir; iletişim alanındaki birikmiş bilgiye katkıda bulunarak insanlık için faydalı bilginin oluşması ve gelişmesine katkıda bulunmayı amaçlamaktadır; bunun için iletişimde kuramsal ve yöntembilimsel olarak zengin çok disiplinli bilgi kazanımı ve gelişmesine çalışmaktadır.

Derginin anlayışına göre, dünyanın her yerinde iletişimle ilgilenen akademisyenler arasında yaklaşımlar, yöntemler ve deneyimler paylaşılmalıdır. Ancak bu yolla küreselleşen dünyadaki sorunlar üzerinde ortaklaşa durulabilir ve anlamlı çözümler sunulabilir. Bu da iletişim konuları üzerinde araştırma ve tartışmanın uluslararası kapsama genişletilmesini beraberinde getirir. Bu nedenle, Dergi Türkiye ve dünyada iletişim konusunda eleştirel ve insanlar için yapıcı görüşlerin, araştırmaların ve tartışmaların yapıldığı ve okuyucuya sunulduğu akademik bir forum yeri olarak düşünülmüştür. Dolayısıyla, İletişim dergisi öznel çıkarları destekleyen tek bir görüşün değil, farklı yaklaşımların kendini ifade ettiği bir yerdir. Dergi okuyucularına klasik ve yeni kuramsal tartışmalar, yeni araştırmalar, önemli konular, yeni akademik ürünler (kitaplar, makaleler) ve gelişmeler ile ilgili bilgiler sunmayı amaçlamaktadır.

İletişim dergisi iletişimin sosyoloji, ekonomi, siyaset, kamu yönetimi, sosyal psikoloji, kültür, antropoloji, tarih, dilbilim, söylem bilim, ekoloji, ticari ve sanat gibi insan yaşamının her yanıyla ilgili çalışmaları basar.

Dergi dört ana bölümden oluşmaktadır:

- (1) Kuram ve araştırma makaleleri bölümü ampirik ve ampirik olmayan çalışmaları içerir. Bu çalışmalar Türkçe ve diğer ülkelerdeki yazarların ana dillerinde yazılmış yapıtlardan oluşmaktadır.
- (2) Forum bölümü iletişim konularıyla ilgili akademik konuşmalar, yorumlar, eleştiriler, yorum ve eleştirilere yanıtlar, tartışmalar ve düşüncelerden oluşmaktadır. Forum bölümündeki amaç iletişim kuram ve araştırmaları,

iletişim politikaları ve önemli güncel konular/sorunlar üzerinde bilgi alışverişini sağlamak ve araştırmalar için ipuçları sunmaktır.

(3) Değerlendirme/eleştiri bölümü kitap, belgesel ve diğer filmler, videolar, televizyon programları ve sanat sunumları gibi iletişim ürünleriyle ilgili kısa eleştireldeğerlendirmeleri içermektedir. (Eleştirel değerlendirme asla kötüleme anlamına alınmamalıdır; onun yerine amaçlı promosyon ve reklam yapmayan dürüst ve içten irdeleme olarak anlaşılmalıdır).

(4) Haberler ve Duyurular bölümünde ise araştırma notları, iletişimle ilgili çeşitli raporlar sunulmakta ve iletişimle ilgili konferanslar, seminerler ve paneller duyurulmaktadır.

About the Journal

Faculty of Communication Journal of Communication Studies, launched in 2011 and published under the title Communication, is a social sciences journal focusing upon theory and research on communication. The journal is dedicated to present competing theoretical approaches and study orientations; to developing a forum for the scholarly discussion of communication issues in Turkey and around the world in order to further the field; to expand the frontiers of knowledge by contributing to the literature on communication; to perform its role in the development of a theoretically integrated and methodologically enriched multidisciplinary body of knowledge on communication.

It is also vital that approaches, methods, and experience should be shared among communication scholars in many countries, so that the problems of the globalizing world may be addressed and tackled in a concerted manner. The complexity of this task demands enlightened research, debate, and policy discussion. Hence, the journal provides an informed, critical but constructive view of communication in Turkey and in the world. It gives its readers up to date information about new research findings, major theoretical and methodological debates, important issues and new publications and developments.

The journal publishes studies concerning the all aspects of human communication. It has no disciplinary boundaries created by the academic and professional specialization. Contributions are drawn from various fields including sociology, economics, politics, public affairs, social psychology, culture, anthropology, language, semiotics, ecology, business and management. However, the contribution from a discipline should be related with a communication issue in the field involved.

1. The journal consists of four main sections:
 - (1) Articles in the theory and research section present non-empirical and empirical studies. Articles are solicited from all over the world, as the international dimension is considered especially important. Hence it is vital to recognize that many communication problems are common to a wide variety of nations, while some are either global matters or at least oblivious of national boundaries.
 - (2) Forum section contains addresses, comments, rejoinders and opinions about communication issues. The journal's Forum section helps construct better debates and provide valuable insights on communication theory, research, policies and current issues.
 - (3) Reviews section contains short critical evaluation of communication products such as books, documentary and feature films, videos, television series, and art presentations.
 - (4) News and Announcement section contains research notes, brief study notes, reports and announcement of conferences, seminars and panels.

Makale Sunumu

Makale göndermek isteyenler kesinlikle bu sayıdaki veya web sayfasındaki makale ve diğer yazıları sunma koşullarını okumalıdır. Makalenin bir kopyası dijital olarak editöre gönderilmelidir. Dijital kopya PC word formatında hazırlanmalı ve "idergisi@arel.edu.tr" adresine bir niyet mektubuna eklenerek gönderilmelidir. Editör makaleyi okuduktan sonra yazara önerisini sunar. Makalenin hakemlere gönderilmesine karar verirse, basılı iki kopya "Editör, İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi Türkoba Mah. Erguvan Sk. NO 26/K 34537 Tepekent Büyükçekmece İSTANBUL" adresine postalanmalıdır. Basılı kopya A4 kağıt üzerinde, sayfanın tek tarafına, 1.5 aralıkla, köşelerden 2.5 cm aralık vererek, Times new roman 12 punto ile ve sayfalar numaralandırılarak hazırlanmalıdır. Metin içi referanslar, dipnotlar ve kaynakça kesinlikle Dergi'nin belirlediği kurallara uymalıdır.

Submissions

Manuscripts submitted for publication consideration should be sent in digital form. Digital copy of a manuscript and inquiries of an editorial nature should be e-mailed to (idergisi@arel.edu.tr). Please insure that the digital version of the submission is virus-free and created in PC Word format. The manuscript should be double-spaced; references and formatting should follow the style guidelines of the APA (5th ed.). Please find the further information in the last section of this issue or in the web page of the journal.

Editörün Notu

İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Çalışmaları Dergisi sekizinci sayısı günümüzdeki medya çalışmalarını yansıtmak, bu çalışmalara ışık tutmak için hazırlandı. Medya çalışmalarının günümüzde daha çok gençler tarafından yapılması, deneyimli akademisyenlerin makale yazımı yerine araştırma ve projelerde yer almaları sebebiyle nitelikli makale temin etmekte oldukça zorlandık. Neticede sekizinci sayının yayınlanması oldukça gecikti. Günümüzde medya çalışmaları yeni medya oluşumlarına doğru kaydığı görülmektedir. Bu medya yapılarının gündelik, sıradan ve çabuk parlayan, sönen yapılardan oluşması bu çalışmalara şüpheyle bakmamıza yol açmaktadır. Dergimize gelen bu çalışmalar bayağı fazla olsa da nitelik bakımından medya akademisine uygun çalışmalar olup olmadığı konusunda daha dikkatli davranmamıza yol açmıştır

İletişim Çalışmaları Dergisi'nin ilk olarak sekizinci sayısında Girne Amerikan Üniversitesi öğretim üyesi olan Dr. Ümmü Altan BAYRAKTAR tarafından yazılan "Kıbrıs Sorunu Çözüm Sürecinde Annan Planı ve Referandum'un KKTC ve Kıbrıs Rum Basınındaki Stratejik Sunumunun Analizi" isimli makaleye yer verildi. İkinci olarak yine KKKC'den bir diğer akademisyen olan Yakın Doğu Üniversitesi'nden Yrd. Doç. Dr. Nuran ÖZE'nin Kıbrıslı Türklerin Tüketim Alışkanlıklarının Değişim ve Dönüşümünde Gazete Reklamlarının Etkileri " isimli makale yayınlandı. Bu her iki makale ile Kıbrıs basınının yapısını hem siyasi hem de ekonomik açıdan anlaşılmasına yardımcı olacağı değerlendirilmektedir. Üçüncü makale Dr. Emel Özdemir'in "Alman Basınında İnşa Edilen Türk Kadını İmajı" makalesi Almanya'daki Türk algısını ortaya çıkarması açısından önem taşımaktadır. Forum bölümünde Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyesi olan Prof. Dr. Gülcan Seçkin'in yazdığı Türkiye Gazeteciler Sendikası'nın Anadolu Ajansı ile yaptığı "2006-2008" tarihli (2 yıllık) toplu iş sözleşmesi ile ilgili değerlendirme bulunmaktadır. İkinci olarak İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyesi Yrd. Doç. Dr. Hasan GÜRKAN'ın Viyana'da iken Avusturya sinemasından iki Türk yönetmenle yaptığı mülakat yer almaktadır.

Dergimizin sekizinci sayısında makaleleriyle, görüşleriyle ve katkılarıyla destek veren tüm yazarlarımıza, bu yazıları değerlendiren hakemlerimize, fakültemizin

akademik ve idari kadrosuna teşekkür ederiz. Ayrıca dergimizi yaşatan ve basımı konusunda her türlü desteğini esirgemeyen başta üniversitemizin mütevelli heyeti başkanımız Sayın Kemal GÖZÜKARA'ya, mütevelli heyet üyelerine, rektörümüze, rektör yardımcılarımıza ve dekanımıza minnettarız.

Doç. Dr. Hüseyin ÇELİK

Editör

İÇİNDEKİLER

Kıbrıs Sorunu Çözüm Sürecinde Annan Planı ve Referandum'un KKTC ve Kıbrıs Rum
Basınındaki Stratejik Sunumunun Analizi **13**

Ümmü Altan BAYRAKTAR

Kıbrıslı Türklerin Tüketim Alışkanlıklarının Değişim ve Dönüşümünde Gazete
Reklamlarının Etkileri **51**

Nuran ÖZE

Alman Basınında İnşa Edilen Türk Kadını İmajı **83**

Emel ÖZDEMİR

FORUM

Toplu İş Sözleşmesi Gazeteciye Neler Sağlar? **113**

Gülcan SEÇKİN

Interviews with Two Trans-National Directors: Turkish Austrian Migrant Cinema and
Its Issues **127**

Hasan GÜRKAN

YAZARLAR İÇİN KLAVUZ **135**

KIBRIS SORUNU ÇÖZÜM SÜRECİNDE ANNAN PLANI VE REFERANDUMU'NUN K.K.T.C VE KIBRIS RUM BASININDAKİ STRATEJİK SUNUMUNUN ANALİZİ¹

Dr. Ümmü Altan Bayraktar²

Özet

Türkiye-AB ilişkilerini belirleyen en önemli faktörlerin başında gelen ve AB sürecinde Türkiye'nin önüne engel olarak çıkartılan Kıbrıs sorununun çözümsüzlüğüne son vermek adına Birleşmiş Milletler Genel Sekreteri'nin öncülüğünde sunulan Annan Planı, Kıbrıslı Türkler ve Türkiye açısından son derece kritik bir dönemde görüşülmeye başlanmıştır. Türkiye'nin AB üyelik sürecinde aday ülke olarak katılım müzakere tarihini beklemesi, Kıbrıslı Türkler açısından Güney Kıbrıs Rum Yönetimi'nin Kıbrıs Cumhuriyeti adı altında bu tarihlerde tam üye olarak AB'ye kabul edilme öncesinde olması gibi nedenlerle Annan Planı sürecinin Türkiye ve Kıbrıslı Türkler üzerinde bir baskıya yol açtığı görülmüştür. Kıbrıs sorununun çözümsüzlüğüne son vermek adına yakın tarihte belki de en ciddi girişim olarak nitelendirilebilecek önemli siyasal gelişmelerden biri olan ve sorunun çözümüne ilişkin önemli izdüşümler oluşturan Annan Planı'nın uygulanmasının referandum sonucuna bağlanması, yoğun bir tartışma ortamı yaratmış; bu süreçte, medya kuruluşları, çok önemli siyasi ve ideolojik görevler üstlenmiştir. Bu çerçevede analiz, 1 Nisan-30 Nisan 2004 tarihleri arası bir aylık dönem boyunca Annan Planı ve referandumuna temel teşkil eden haberlerin K.K.T.C ve Kıbrıs Rum basınında nasıl ele alındığı, tarafların medyayı kullanarak kamuoyunu yönlendirme biçimleri ve stratejilerinin belirlenmesine yönelik olarak tasarlanmıştır. Analizdeki temel varsayım medyanın toplumdaki tahakküm ilişkilerini sürekli olarak inşa ettiği ve tekrar tekrar üreterek pazara sunduğu haber çıktıları ve temsil pratikleri ile iktidar ilişkilerini ve ürünlerini meşrulaştırarak bu süreçte önemli bir rol oynadığı noktasındadır. Haber söylemi üzerine yapılan çalışmalar, haber metninde hakim toplumsal anlamların nasıl kurulduğuna, nasıl bilgi üretildiğine ve bu bilginin özne konumunu açığa çıkarmaya yönelik olarak dil yoluyla anlamlandırılmasına yönelik yaklaşımlar ise varsayımların sınanmasındaki kuramsal çerçeveyi meydana getirmektedir. 'Annan Planı ve Referandumu' konusu analiz edilirken haberlerde anlam üretiminde çok önemli bir yere sahip olarak değerlendirilen özelliklerden, eleştirel söylem analizi kuramcılarının haberlerde 'kim konuşuyor?' ve 'nasıl' (sözcük seçimleri, ön plana çıkarma ve tutarlılık) gibi kavramları kullanılmakta ve konuyu temsil etme biçimleri ve inşa süreçleri ortaya konmaktadır. Ayrıca konuya dair basındaki yansımaların ilgili zaman diliminde yayınlanan haberlere içerik analizi yöntemi de uygulanarak, mevcut verilerin karşılaştırılması sağlanmıştır.

Anahtar kelimeler: Kıbrıs Sorunu, Annan Planı ve Referandumu, K.K.T.C Basını, Söylem Analizi, İçerik Analizi

1 Bu çalışma, Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından düzenlenen 'Stratejik İletişim Yönetimi' konulu 3. Uluslararası İletişim Sempozyumu'nda bildiri olarak sunulmuştur.

² Dr. Ümmü Altan Bayraktar, Girne Amerikan Üniversitesi İletişim Fakültesi, ummualtan@gmail.com

ANALYSIS ON THE STRATEGICAL PRESENTATION OF ANNAN PLAN AND REFERENDUM IN T.R.N.C AND GREEK CYPRIOT PRESS WITHIN SOLUTION PROCESS¹

Dr. Ümmü Altan BAYRAKTAR²

Abstract

Annan Plan introduced under the leadership of Secretary-General of United Nations in order to end the deadlock in the Cyprus issue, which is one of the important factors determining the relations between Turkey and EU, and an obstacle put before Turkey during EU process, had begun to be discussed during a very critical period in terms of Turkish Cypriots and Turkey. Due to the reasons such as the anticipation of Turkey for the date of accessions negotiations as a candidate country in EU process, at that time prior accession of Greek Cypriot Administration to EU as Republic of Cyprus, Annan Plan process had led a pressure both on Turkey and Turkish Cypriots. The implementation of Annan Plan, which is one of the significant political developments that may be considered as the most recent concrete initiative for the termination of deadlock in Cyprus issue as well as generates important projections regarding the solutions for the issue, was on the basis of referendum results and thus media corporations had major political and ideological duties during that process. In that framework, the analysis is designed for the identification of how the news that are basis of Annan Plan and referendum from a month period between 1 April-30 April 2004 were address in T.R.N.C and Greek Cypriot press, methods used by the parties to direct the public via press and determination of their strategies. The main assumption in analysis is that press constantly establishes the superiority relations in public and legitimizes the power relations and products through the news outputs and representation practices that are reproduced and put into the market over and over again; yet it has an important role throughout the process. The studies on news discourse and approaches on how the dominant public meanings are formed in news reports, how information is generated and interpretation of this information through language in order to dispose its subject position, constitute the theoretical framework. In the analysis of 'Annan Plan and Referendum', the concepts of critical discourse analysis theorists in the news such as 'who is talking?' and 'how?' (word choices, spotlighting and consistency), which are considered as having a crucial status in meaning production in news, are used and their representation styles and building processes are presented. Additionally, the content analysis method was applied on the news published in relevant time period in terms of reflections of press, and existing data were compared.

Key Words: Cyprus Issue, Annan Plan and Referendum, T.R.N.C Press, Discourse Analysis, Content Analysis

¹ This study was presented as a bulletin at 3rd International Communication Symposium themed 'Strategic Communication Management' organized by Kyrgyz- Turkey Manas University.

² Dr. Ümmü Altan Bayraktar, Girne American University Faculty of Communication, ummualtan@gmail.com

KIBRIS SORUNU ÇÖZÜM SÜRECİNDE ANNAN PLANI VE REFERANDUMU'NUN K.K.T.C VE KIBRIS RUM BASININDAKİ STRATEJİK SUNUMUNUN ANALİZİ

GİRİŞ

Kıbrıs sorunu, tarihi perspektif içerisinde adanın sosyo-politik, ekonomik, stratejik ve kültürel yapısı incelendiği ve irdelendiği zaman mevcut durumunda adada yaşayan Kıbrıslı Türkler ve Kıbrıslı Rumların birbiriyle çatışan çıkar ve görüşleri yanında, her zaman için ada dışından kaynaklanan uluslararası faktörlerin önemli bir boyutunun egemen olduğuna tanık olunan, önemli bölgesel ve küresel güçlerin çıkarlarını da ilgilendirmesi dolayısıyla uzun yıllardır süre gelen, kamuoyunun ve dünyanın gündeminde sürekli olarak yer alan, 19. yüzyılda başlayan ve 21. yüzyıla çözümlenmemiş uluslararası sorunlardan biri olarak devredilen bir sorundur.

Ada üzerinde, 1960 yılında Kıbrıs Türk ve Rum toplumlarının ortaklığı ve siyasal eşitliği temelinde; Türkiye, Yunanistan ve İngiltere'nin garantörlüğünde kurulan ve 1963 yılına kadar da kurulduğu şekilde devam eden Kıbrıs Cumhuriyeti dışında, kalıcı bir çözüm sağlanamamıştır.

Kıbrıs sorununun çözümüne ilişkin uluslararası düzeyde harcanan tüm çabaların başarısızlığı, söz konusu çözümün, adadaki Türk ve Rum toplumlarının ortaklaşa çıkarlarına uygun olmamasından kaynaklanmaktadır (Tuncer, 2005).

Kıbrıs sorunu, Türkler ve Rumlar yanında Türkiye ve Yunanistan, 1960'da kurulan Kıbrıs Cumhuriyeti'nden önceki son hakim İngiltere, Soğuk Savaş yıllarında NATO'nun güney kanadında herhangi bir zafiyet istemeyen Amerika Birleşik Devletleri (ABD); ABD'nin Soğuk Savaş yıllarındaki rakibi SSCB ve Doğu Bloku'nun yıkılmasından sonraki adıyla Rusya'nın da doğrudan ilgilendiği ve taraf olduğu bir sorundur (Özarlan, 2006).

Birçok devletin ilgi alanında bulunması adanın onlar için adeta bir 'Doğu Akdeniz Karargahı' ya da bir 'Strateji Merkezi' durumunda bir mekan olduğu izlenimini taşımaktadır. Bu durum geçmişte de bugün de aynı şekilde gözlemlenmektedir. Sorun, adanın stratejik önemi ve birçok devletin menfaatlerinin çakışması; çelişmesi ve taraf

sayısının çokluğu sebebiyle çözüme ulaşmanın kolay olmadığı bir coğrafi alan üzerinde devam etmektedir.

Akdeniz'deki jeopolitik ve stratejik önemine binaen Kıbrıs adası tarih boyunca çeşitli ulusların görüşmelerine sahne olmuştur. Yapılagelen görüşmeler hemen her defasında bir uzlaşma arayışı içinde aşamalı olarak sürdürülmüş çoğu zaman da akamete uğramıştır. Bugün için yapılagelen görüşmeler sosyo-politik açılardan adayı kalıcı bir çözüm noktasına getirememiştir. Çözüm geciktikçe çözümsüzlük derinleşmiş, ihtilaflar uluslararası alana çekilmiş, sorun içinden çıkılmaz hale dönüşmüştür.

Birleşmiş Milletler (BM), 1950'li yıllardan bu yana adada kalıcı bir barışın sağlanması için birçok girişimde bulunmuştur. Günümüze dek sürdürülen ve adına 'Barış ve Anlaşma Girişimleri'; 'Barış Çabaları'; ya da 'Kıbrıs Sorunu Çözüm Planları' ve benzeri ifadelerle sözü edilen çalışmalar belirli dönemlerde ada siyasetinde ve yönetiminde etkin olmakla beraber sürdürülebilir, kalıcı bir nitelikte olamamıştır. Sözü edilen çabaların hiç birisi ada halkı için; adanın her bakımından bekası için doyurucu, uzun soluklu olamamıştır. Bu gerçeğin altında yatan en büyük etmen, kuşkusuz bir ölçüde uluslararası, politik, stratejik, ekonomik yaklaşımların ada üzerinde farklı bir şekilde odaklanmış olmasından kaynaklanmaktadır.

Uzun yıllardır çözümsüz kalan Kıbrıs sorununun belirli bir sonuca varabilmesi için BM Genel Sekreteri'nin öncülüğünde, ABD ve İngiltere'nin desteklediği Annan Planı, Türkiye Cumhuriyeti'nin Avrupa Birliği (AB)'ne üye olması aşamasında öne çıkarılmıştır (Çeçen, 2005).

Adada yer alan Kıbrıs Türk ve Rum taraflarının politika, tutum ve hedeflerini değerlendirirken, uluslararası sistemi yönlendiren aktörler ile garantör ülkelerinden bağımsız düşünmemek gerekir.

Uzun yıllardır devam eden sorunda, Kıbrıs Türk tarafı, 1960 antlaşmalarının öngördüğü eşit statüyü sağlayacak bir çözüm amaçlarken; Kıbrıs Rum tarafı, Kıbrıs'ın tamamını içine alan Türk azınlığa sahip bir Yunan devleti olmayı hedeflemiştir. Kıbrıs Rum tarafı bu hedefe ulaşmak için değişik zamanlarda farklı stratejiler belirlemiş, bunları uygularken AB ve BM'i kendi çıkarları doğrultusunda yönlendirmeye çalışmıştır. Bunun sonucu olarak Kıbrıs Türk tarafı uzun yıllar uluslararası arenada uzlaşmayan taraf olarak görülmüştür

Annan Planı ile başlayan süreçte, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (K.K.T.C), Güney Kıbrıs Rum Yönetimi (GKRY), Türkiye ve Yunanistan'da farklı siyasi anlayışların iktidara gelmesi ve iç dinamiklerinde köklü değişiklikler yaşanması, Kıbrıs sorunu ile ilgili gelişmelerin seyrini de etkilemiştir.

Kıbrıs sorunu, 1960'lı yıllardan beri Türkiye'nin iç ve dış politikasında en önemli konulardan biridir. Türkiye-Yunanistan ve Türkiye-AB ilişkilerinin gelişim seyrini etkileyen sorun için bugüne kadar pek çok çözüm önerisi getirilmiş, ancak kabul görmemiştir (Öksüz, 2004).

Kasım 2002 seçimlerinin ardından Meclis'te büyük bir çoğunluğu sağlayarak ve dolayısıyla iç ve dış politikada büyük bir manevra alanına sahip olarak siyasal iktidarı ele geçiren AK Parti ile birlikte; Türkiye'nin Kıbrıs konusundaki dış politikasında gözle görülür bir değişiklik olmuştur.

2003'te K.K.T.C'de yapılan seçimler sonucunda hükümeti kuran ve AB üyeliği doğrultusunda Kıbrıs'ta mutlak bir çözüme ulaşılması istekliliği olan Cumhuriyetçi Türk Partisi¹ (CTP) ve Demokrat Parti² (DP) koalisyonu, Türk tarafının Kıbrıs politikasını şekillendiren en önemli ve belirleyici etken olmuştur (Sezer, 2007).

GKRY'de 2003 yılında yapılan başkanlık seçimlerini ise, plana olumsuz yaklaşan, EOKA geçmişi ve Türk düşmanlığı ile tanınan Thasos Papadopoulos ve sağcı Demokrat Parti³ (DİKO) si ve komünist AKEL ortak aday olarak kazanmıştır (Sezer,

¹ Cumhuriyetçi Türk Partisi (CTP), 27 Aralık 1970 yılında Ahmet Midhat Berberoğlu tarafından kurulan ve Mehmet Ali Talat'ın uzun yıllar genel başkanlığını yaptığı solcu görüşü temsil eden bir siyasal partidir. 'Varoluş Yolumuz' adlı 18. Kurultay Tezleri'nden (21 Ekim 2001): 'Yaşanan yaşanmıştır. Gelecek , 40 yıla yakın süren ve son 25 yılda iki ayrı bölgenin coğrafi temelinde şekillenen siyasi ve toplumsal gerçeğin ortaya çıkardığı yeni ilişkiler ve yapıyı dikkate alarak kurulabilir. Ne bugünkü statüko çözüme yardımcı olur, ne de statüko öncesine dönüş çözüm olur' tezleri, Kıbrıs sorununa ilişkin görüşlerini yansıtır. AB üyeliğinin, Kıbrıs sorununun çözümünden sonra olmasından yanadır. Daha ayrıntılı bilgi için bakınız: A. An, 'Günümüzde Kıbrıs Türk Toplumu', M. Kürkçügil (der.), **Kıbrıs Dün Bugün**, İthaki Yayınları, İstanbul, 2003, s.343

² Demokrat Parti (DP), 30 Temmuz 1992 yılında Hakkı Atun tarafından kurulan ve Serdar Denктаş'ın uzun yıllar genel başkanlığını yaptığı sağcı görüşü temsil eden ve Ulusal Birlik Partisi'nden önemli bir farkı olmayan bir siyasal partidir. Kıbrıs Türk liderliğinin resmi politikasını desteklemesi Kıbrıs sorununa ilişkin görüşünü yansıtır. Adanın, Türkiye girmeden AB üyesi olmasına karşıdır. Daha ayrıntılı bilgi için bakınız: A. An, 'Günümüzde Kıbrıs Türk Toplumu', M. Kürkçügil (der.), **Kıbrıs Dün Bugün**, İthaki Yayınları, İstanbul, 2003, s.342

³ Aşırı sağcı DİKO (Demokrat Parti), Makarios'un sıkı takipçisi ve çömezi Spiros Kiprianou tarafından 1976 yılında kuruldu. 2000-2006 yılları arasında parti başkanı T. Papadopoulos'tu. Kıbrıs Rum

2007). “Kıbrıs Türk soluyla görüşleri paralel olan AKEL” (Fırat, 2004, s.76), planın uygulanabilirliği konusunda şüpheleri olduğunu ve boşlukların doldurulması gerekliliğini belirterek BM Güvenlik Konseyi’nden askeri güvence talebinde bulunmuştur. Kararın alınması Rusya Federasyonu tarafından veto edilerek engellendiğinden, AKEL’in plana karşı olumsuzluğunun da önü açılmış olmuştur” (Kumrulu, 2007).

Yunanistan’da 2004 genel seçimlerini kazanan ve 1981’den itibaren (1990-1193 dönemi hariç) tek başına iktidarda olan PASOK dönemini sona erdiren Yeni Demokrasi Partisi ise, Kıbrıs meselesini Türkiye ile ilişkilerden ayrı tuttuklarını belirtmiş, GKRY üzerinde yönlendirici bir rol oynar gözükmekten kaçındığı gözlenmiştir (Sezer, 2007).

Kıbrıs sorununun çözümü amacıyla dönemin K.K.T.C Cumhurbaşkanı Rauf R. Denктаş ile GKRY Lideri Glafkos Klerides arasında Ocak 2002’de başlayan yüz yüze görüşmeler, BM Genel Sekreteri Kofi Annan’ın 11 Kasım 2002’de taraflara Annan Planı olarak da anılan ‘Kıbrıs Sorununa Kapsamlı Çözüm Temeli’ başlıklı belgeyi sunmasıyla sonuçlanmıştır. Kofi Annan, Aralık 2002 ve Şubat 2003’te tekrar gündeme getirilen ve taraflarca kabul görmeyen değişikliklerin ardından, Kıbrıs’ın 1 Mayıs 2004’te Avrupa Birliği’ne bir bütün olarak girebilmesi için bir anlaşmaya varılması yönünde Ocak 2004’te Kıbrıs Türk ve Rum taraflarına yaptığı çağrı üzerine, Şubat’ta tarafların katılımıyla New York’ta başlayan ve Lefkoşa’da devam eden görüşmelerde anlaşma sağlanamaması üzerine, garantör ülkeler olan Türkiye ve Yunanistan’ın da katılımıyla Mart ayında İsviçre’nin Burgenstock kasabasında 4’lü zirve gerçekleştirilmesi yönünde karar almıştır. İsviçre’de anavatanların da katılımı ile dördü müzakere olarak adlandırılan süreç neticesinde, Plan’ın beşinci ve son halini taraflara sunmuştur. Zirvenin ardından 24 Nisan’da referandum yapılması kararı alındı.

Uzun yıllardır uluslararası arenada tartışılan ve stratejik hesapların yapıldığı bir sorun olan Kıbrıs sorununun çözümsüzlüğüne son vermek adına belki de en ciddi girişim olarak nitelendirilebilecek Annan Planı’nın taraflara sunulması ve hayata geçirilmesinin referandum sonucuna bağlanması sonrasında, hem sorunun tarafları olan K.K.T.C ve GKRY’nde, hem de Türkiye ve Yunanistan’da yoğun bir tartışma

milliyetçiliğine sıkı sıkıya bağlı ve adanın sadece Rumlar tarafından idare edilmesi fikrini ülkü edinmiş bir partidir. Daha ayrıntılı bilgi için bakınız: A. Atun, ‘**Rum Siyasi Aktörleri**’, Kıbrıs Postası, 11.01.2010

ortamı doğdu. Batılı devlet temsilcilerinin de bu süreçte planın kabul edilmesi yönünde diplomatik baskı yaptıkları görülmüştür.

Kıbrıs sorunu, Annan Planı'nın taraflara sunulmasından itibaren K.K.T.C ve Türkiye'de bir iç politika anlaşmazlığı niteliği kazanmıştır. Ciddi kutuplaşmaların yaşandığı bu dönemde kamuoyu ve siyasi çevrelerin karşı görüştekileri 'teslimiyetçi', 'ver-kurtulcu' ya da 'statükocu' ve 'AB karşıtı' olarak nitelendirdiği, tehlikeli bir atmosfer doğmuştur. (Altan, 2010).

K.K.T.C'deki hükümetin çoğunluk partisi olan CTP'nin lideri Mehmet Ali Talat, Annan Planı'na 'evet' denmesinden yana olduğunu ifade ederken; hükümetin koalisyon ortağı DP'nin lideri Serdar Denktaş ise; kendisinin Annan Planı'na karşı olmasına karşın, partisini oylamada özgür bırakacağını açıklamıştır.

Referanduma giden bu süreçte, KKTC'de, Kıbrıs'ın geleceği açısından AB üyeliğinin gerekli olduğunu ve iki tarafın evet demesi durumunda Kıbrıs Cumhuriyeti adı altında Kuzey'in de AB'ne üye olacağını savunan 'evet'çiler, plana evet demesi gerektiğini savunurken; AB'ye üyelikten sonra Brüksel normlarının uygulanması sonucunda iki kesimliliğin anlamını yitireceği ve Türk toplumunun Rum devletinin içinde eriyeceği teziyle Kıbrıs sorununa Annan Planı çerçevesinde bir çözüm bulunulmasından yana olmadığını dile getiren K.K.T.C Cumhurbaşkanı Rauf R. Denktaş ve aynı şekilde Ulusal Birlik Partisi (UBP) söz konusu plana 'hayır' diyordu (Fırat, 2004).

AB üyelikleri nedeniyle daha avantajlı olduklarını bilen GKRY ve Rum halkı, Kıbrıs Türkleri ile ortaklaşa bir devlet kurmayı istemediklerini, adada halen var olan statükonun değiştirilmesinden yana olmayıp; bundan sonra da tüm adayı temsil etmeyi sürdürmesinden ve devlet yönetiminde Türklere yer verilmemesinden yana bir tutum sergilemiştir.

GKRY Lideri Thasos Papadopoulos ve hükümeti kuran sağcı DİKO plan 'hayır' derken; kilit parti durumundaki AKEL ise planın ertelenmesi için BM Güvenlik Konseyi'ne başvurmuştur.

Kıbrıs sorunu özellikle son yıllarda, Türkiye'nin AB gündemine alınmasıyla birlikte çözüme kavuşturulması gereken acil bir sorun olarak değerlendirilmiş ve ülkelerdeki değişen siyasal yapılanmalar, Kıbrıs konusunda yeni siyasal tavırların

oluşmasını da beraberinde getirmiştir. Şöyle ki bu süreçte Türkiye’de, şimdiye dek izlenen politikaların Kıbrıs sorununun çözümünde, Kıbrıs sorununun ise Türkiye’nin AB üyeliği önünde engel oluşturduğu inancıyla, AK Parti hükümetinin Kıbrıs konusunda Türk dış politikasında gözlenen köklü değişiklikler yaptığına şahit olunmuştur. Süreç işlerken bu çerçevede; mevcut siyasi iradenin yanında, basın, büyük sermaye kuruluşları ve sivil toplum örgütlerindeki bazı çevrelerin de yeni stratejiler geliştirme arayışına girdikleri gözlenmiştir.

BM’nin Ada üzerinde kalıcı barışın sağlanması için ilk taslağı 2002 Kasım ayında sunduğu ve 2004 yılında hareketli ve önemli neticeler doğuran Annan Planı ve Referandumu süreci sonrasında, 24 Nisan 2004’te gerçekleştirilen halk oylamasında, beşinci Annan Planı KKTC’de % 65’e ulaşan “evet” oyları ile kabul edilirken, Rum tarafında % 75,8 ile reddedilmiştir.

Kıbrıs Türkleri olumlu oy kullanmak suretiyle bir çözüme ulaşma iradesini sergilerken, Rum tarafının referandumda olumsuz oy kullanması, Türklerle birlikte yaşama konusundaki isteksizliklerini ortaya koymuş, sahip oldukları refah ve gelir seviyesini paylaşmamak, AB’nin sağlayacağı olanaklardan Türk tarafının yararlanmasını önlemek arzularını açığa çıkarmıştır. Böylelikle BM Genel Sekreteri’nin Planı’nı hukuken geçersiz/hükümsüz hale gelmiş, 1 Mayıs 2004 tarihinde ise GKRY, ‘Kıbrıs Cumhuriyeti’ adı altında AB’ye üye olmuştur. Bu gelişmeler Kıbrıs sorununun yeni bir belirsizlik dönemine girmesine yol açmıştır.

Veri Toplama ve Değerlendirme Süreci

Kıbrıs Sorunu Çözüm Sürecinde Annan Planı ve Referandumunun K.K.T.C ve Kıbrıs Rum Basınındaki İnşası

Günümüzde haberi merkez alan çalışmalar, birbiriyle ilişkili ve birbirinden farklı iki sorunsal üzerine eğilmektedir. Bunlardan birincisi, gazeteciliğin bireysel, kurumsal ve sosyal rutinleri yoluyla incelenmesini içeren, gazeteciliğin tanımlanması üzerine giden, diğeri ise haber üretim sürecinde gazetecilik pratiğinin nasıl konumlandığını anlamamıza yardımcı olan yanlışlık, çarpıtma ve manipülasyon konularıdır (Dursun, 2004).

Gazetecilik pratiğine ve onun çıktıklarına (haber üretimi) ekonomi-politik perspektifinden yaklaşanlar ‘egemen ideoloji’ tezi üzerinde durular. Bu çerçevede, ideoloji, medya sahipliği, reklam verenlerin baskısı, kontrol mekanizmaları ve devletin medyanın regülasyonu üzerindeki rolü üzerine eğilirler. Dolayısıyla, günümüzde güçlü iş adamları tarafından sahiplenilmiş; holdingleşmiş, kar amacı güden işletmeler olarak medya kurumları yasal kısıtlamalar çerçevesinde var olabilmek ve kazanç sağlamak amacıyla egemen ideolojinin fikirlerini desteklemek zorundadırlar (Dursun, 2004).

Gazetecilik pratiğinin çıktısı olarak haberlerin üretimini bürokratik ve ideolojik süreçlerle inceleyen ve medyanın sosyo-politik kontrol mekanizmasının bir parçası olduğu savından hareket eden Stuart Hall gibi düşünürler, haber üretimine Marksist bir perspektifle bakmış, yapısalcılık ekolü ve günümüzdeki medya ortamının, belli bir güçlü sınıfın ideolojik hegemonyasını yaygınlaştırmasında, devam ettirmesinde ve baskı altında tutulan sınıfların rızasının üretilmesinde etkin rol oynadığının altını çizen Kültürel Hegemonya tezi ile Gramsci’den etkilenmiştir. Noam Chomsky ve Edward S. Herman gibiler de, medyaya sahip olanların ideolojik tercihlerinin, yaygın söylemi belirlediği görüşünü savunmuş; medya sahipliği, kontrol mekanizması ve kültürel etmenlerin artık haber üretiminde; haberin gerçekte özdeş olduğu görüşünü ortadan kaldıran, haberin bir inşa süreci olduğu görüşünü pekiştiren çalışmalar yapmışlardır. Yani, gazetecilerin neyin haber olup neyin olmayacağına karar verirken ideolojik, sosyolojik, ekonomik ve kültürel etkilenim süreçlerini, hangi medya kanallarında sıklıkla görünme şansı olduğu, olaylar ve durumlar açıklanırken kimlerin görüşlerine başvurulduğu, yaygın medya kanallarının hangi haberlere/kişilere daha geniş yer verdiği ve görmezden geldiği gibi önemli göstergelerin dolayısıyla bu inşa sürecinin nasıl işlediği konuları araştırılmıştır. Bu yaklaşımların dışında, haberlerin kendine özgü bir söylemi olduğundan hareketle, haber metinlerinin içeriği yanında, dile dayalı yapısının da incelenmesinin önemine dikkat çeken; olayların, durumların ve açıklamaların sembolik faktörler, bunların arasındaki ilişkiler, klişeler, kalıp yargılar ve önyargılar gibi nasıl bir temsil yöntemi benimsendiğinin araştırılan çalışmalar da yapılmıştır.

“Stuart Hall’un da belirttiği gibi kimlikler temsil içinde kurulur ve söylem içinde inşa edilir. Onlar ‘özümlü söylemsel formasyonlar ve pratiklerdeki özümlü tarihsel ve kurumsal alanlar içinde’ yeniden üretilirler” (Dursun, 2004, s.228).

Medyanın işlevlerinden biri olduğu söylenebilen temsil (dil aracılığıyla genelleme yapmak, sembolize etmek, zihinde var olan bir imaja gönderme yapmak) aktörlüğü, pratikte egemen sınıf ve baskın ideolojilerden yana kullanılmaktadır.

Marksist okulun sıklıkla kullandığı 'yeni üretim' kavramı, ideolojik anlamda üretilenin ve üretim ilişkileri biçiminin hem sembolik olarak anlatılması hem de meşrulaştırılmasındaki sürekliliğe gönderme yaparken (Erdoğan ve Alemdar, 2002) Stuart Hall da, medyanın toplumdaki tahakküm ilişkileri içinde sürekli olarak inşa edilen ve tekrar tekrar üretilerek pazara sunulan (haber çıktısı olarak) temsil pratikleri ile iktidar ilişkilerini ve ürünlerini meşrulaştırdığını söyler (Hall, 1997). Haber metinlerinin eleştirel analizini yapmaya yönelik tüm araştırmalar, sosyal gerçekliğin yeniden inşası sürecinde, toplumdaki baskın grupların ve ideolojilerin de haber söylemiyle yeniden üretildiği savından hareket eder. Haber metinlerinde kullanılan resmi ve gayri resmi haber kaynaklarının sunumu, bunların ne kadar yer kapladığını görmeye yönelik analizler ve benzeri araştırmalar, haberin meşrulaştırma aracı olma özelliğini ortaya koymaktadır.

Annan Planı ve referandumu süreci; ülkelerdeki değişen siyasi yapılanmalar, uluslararası politikalar ve buna bağlı olarak Kıbrıs konusunda yeni siyasi tavırların oluşması dolayısıyla, Kıbrıs Türk ve Kıbrıs Rum basınında da yansımalarını bulmuş; Kıbrıs sorununa yaklaşımlarının değişen bağlamlara göre temsillerinin de değiştiğine iyi örnek oluşturmuştur.

Bu araştırmada, 1-30 Nisan 2004 tarihleri arasındaki K.K.T.C basınından en yüksek tirajlı gazete olan Kıbrıs ve Kıbrıs Rum basınından da en yüksek tirajlı gazete olan Filelefteros gazeteleri olmak üzere 2 gazetede yayınlanan Annan Planı ve referandumu ile ilgili ilk sayfa haberleri analiz edilmiştir. 31 Mart 2004'te BM Genel Sekreteri Kofi Annan tarafından beşinci ve en son haliyle taraflara sunulan Annan Planı sonrasında 24 Nisan 2004'te Annan Planı referandumu gerçekleşti. Araştırmacı, basının Annan Planı'nı nasıl ele aldığını incelemek amacıyla Annan Planı referandumundan önceki 23 günü de araştırmasına katmıştır. Annan Planı referandumu öncesi ve sonrası olmak üzere toplam 1 aylık takvim analiz için yeterli sayıda ve içerikte haber sağlamıştır. K.K.T.C basınından Kıbrıs gazetesinde toplam 127, Kıbrıs Rum basınından Filelefteros gazetesinde ise incelenen dönem dahilinde Annan Planı ve Referandumu ile ilgili

toplam 323 haberin yer aldığı görülmüştür. Seçilen 2 gazeteden toplam 450 hikâye çıkmıştır.

K.K.T.C basınından seçilen Kıbrıs⁴ gazetesi, özel şirketlere ait gazetelerden olup, Kıbrıs sorununun çözümün ilişkin savunduğu siyasi söylem çerçevesinde; Kıbrıs Türkü'nün ayrı ve bağımsız olarak varlığını Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti çatısı altında sürdürmesini ve ulusal birliği sağlamasını savunan ve 'sağ' politik söylemi yayın politikasında benimseyen gazetelerdendir (Hançer, 2006).

Kıbrıs Rum basınından Filelefteros⁵ gazetesi de Kıbrıs Rum Kesimi'nde yayınlanan en yüksek tirajlı gazete olma özelliğini taşımaktadır. Gazete sola karşıdır. Kıbrıs Rumlarının sağcısıyla, solcusuyla ortak düşman bildiği Türklere karşı birleşmenin gerek olduğunu savunur durur. Türklere yapılacak bütün görüşmelere ve anlaşma zeminlerine karşıdır.

Analiz kısmında, Annan Planı ve referandumu konusu hakkında 'eleştirel söylem analizi kuramcılarının, haberlerde 'kim konuşuyor?' ve 'nasıl' (sözcük seçimleri, ön plana çıkarma ve tutarlılık)' (Dursun, 2004, s.230) gibi, haberlerde anlam üretiminde çok önemli bir yere sahip olarak değerlendirilen bu özelliklerden hareket edilmiştir. Söylem olarak adlandırılabilir dilin kullanım birimlerine dair tanımlamaların sistematik bir şekilde su yüzüne çıkarılması hedefi ile (Van Dijk, 1998) söylem analizi yanında; Kıbrıs sorunu çözüm sürecinde Annan Planı'nın K.K.T.C ve Kıbrıs Rum basınındaki stratejik sunumuna ilişkin, yazılı basın haberleri içerik analizi ile

⁴ Kıbrıs Medya Grubu Ltd. adı altında 11 Temmuz 1989 tarihinde işadamı Asil Nadir tarafından kurulmuştur. Kıbrıs Medya grubu Kıbrıs gazetesi, Kıbrıs FM, Kıbrıs TV ve A-G Graphics isimli baskı işleriyle uğraşan şirket ile Yay-Sat isimli dağıtım işleriyle uğraşan şirketlerin bir araya gelmesiyle oluşmuştur. Bugün, Kıbrıs gazetesinin tüm yönetsel işleri Asil Nadir'in kız kardeşi ve aynı zamanda Kıbrıs Medya grubu yönetim kurulu üyesi Bilge Nevzat tarafından yürütülmektedir. Kıbrıs gazetesi bugün Kıbrıs Türk basınında 200'e yakın kişilik ekibiyle en geniş kadroya sahip ve en çok satan gazetedir. Hafta içi 9000 ile 10000 arasında değişen tirajı hafta sonu 12,000 ile 13,000 arasında seyretmektedir. (Hançer, Eda (2006). 'Kıbrıs Türk Basınında Sahiplik Yapısı ve Haber Üzerindeki Etkileri.' Küresel İletişim Dergisi 1

⁵ 1954'lerde yayın yaşamına giren bu gazetesinin genel tutumu ENOSİS'çi ve Pan Helenist'tir. Herşeyden önce de Makarios ölünceye kadar, onu, en aşırı şekilde desteklemiştir. Makarios'un ölümünden önce gazetesinin siyasi yazıları bir kurul tarafından hazırlanır; ve Makarios'un 'olur'undan geçtikten sonra gazetede yayınlanırdı. Zaman zaman hükümetin 'resmi olmayan organı' görünümündeydi. Gazetesinin kurucusu, Makarios'un yakın dostu Hristofaros N Pattihis'tir. Ekonomik ambargo'nun devamına, sürekli ve sonuna kadar 'mücadele'nin sürdürülmesinden yanadır. (Ünlü, Cemalettin (1981). Kıbrıs'ta Basın Olayı (1878-1981). Ankara: Basın Yayın Genel Müdürlüğü

değerlendirilerek, haberlerin niceliksel ve niteliksel boyutlu çözümlemesi gerçekleştirilmiştir. Araştırma konusuna yönelik haberlerin alan çözümlemesi yapılırken, aynı zamanda bu haberlerin, örneklem üzerindeki konumu, düzenleme biçimi gibi mesaj çözümlemesinin önemli noktaları da ortaya konulmuştur. Araştırmacı tarafından tanımlanmış araştırma soruları açısından önem arz eden anlam içerikleri üzerinde odaklanan bir arama ve tarama stratejisi olan içerik analizi ile mevcut verilerin özetlenmesi, standardize edilmesi ve karşılaştırılması sağlanmış, aynı haberlerin veriliş biçimleri derlenerek aralarındaki farklılıklar ve ortaklıklar vurgulanmıştır.

Uzun yıllardır uluslararası arenada tartışılan ve stratejik hesapların yapıldığı bir sorun olan Kıbrıs sorununun çözümsüzlüğüne son vermek adına belki de en ciddi girişim olarak nitelendirilebilecek Annan Planı'nın taraflara sunulması ve hayata geçirilmesinin referandum sonucuna bağlanması dolayısıyla K.K.T.C ve Kıbrıs Rum basınında geniş yer bulmuştur. Annan Planı ve referandumu konusu, 24 Nisan 2004 Annan Planı referandumunun gerçekleştiği tarih olması nedeniyle, analizin yapıldığı Nisan 2004 yani 1 aylık süre boyunca baskın bir konu haline gelmiştir. Özellikle K.K.T.C basınından Kıbrıs gazetesinde dikkati çeken tutum, Kıbrıs sorunu konusunda milliyetçi bir söyleme sahip iken, Annan Planı ve referandumu sürecinde yayın politikasında ciddi bir değişiklik gerçekleştirmiş olmasıdır. Toplumda siyasi hareketliliği sağlayabilecek bir güce sahip olan K.K.T.C'nin en yüksek tiraj ve reklam gelinine sahip olan Kıbrıs gazetesi bu dönemde Kıbrıs Türk toplumunun siyasi ve ideolojik mücadelesinin farklı bir yön alması, yaşanan politik hareketlilik, gazete sahibinin çıkarlarının değişmesi gibi nedenlerle siyasi anlamda yayın politikasında değişikliğe giderek; Kıbrıs Türkleri ve Rumlarının bir araya gelerek oluşturacakları çözüm ve AB'ye üye olunmasını desteklemeye başlamıştır. Bu durum da haber sürecini etkilemiştir. Gazetede Kıbrıs sorununa çözüm olarak sunulan teknik bir belge olarak Annan Planı'nın ayrıntılı içeriğinin neredeyse tamamen göz ardı edilip, Annan Planı referandumu konusuna çok büyük bir önem verilmiş olması, Annan Planı'nın teknik içeriği göz ardı edilirken Annan Planı referandumunun vurgulanarak ele alınışı, okuyucunun Annan Planı'nın içeriğine ilişkin bilgilere ulaşmasını zorlaştıran ve Annan Planı hakkındaki bilgileri sınırlayan bir özellik göstermiştir.

Bulgular ve Değerlendirme

Haberlerde Kim Konuşuyor? Haber Aktörleri ve Konuları

Kıbrıs Gazetesi

Kıbrıs gazetesinde yer alan haberlere konu olan aktörler incelendiğinde; ilgili dönemde birinci sayfada yer alan haberlerde ön plana çıkan aktörler T. C Başbakanı, K.K.T.C Başbakanı, ABD Yetkilileri, AB Yetkilileri, BM Yetkilileri, K.K.T.C Cumhurbaşkanı, T.C Hükümet Yetkilileri, K.K.T.C Hükümet Yetkilileridir. Haberler analiz edildiğinde, çoğunlukla haberlerin T.C Başbakanı, T.C Hükümet Yetkilileri, K.K.T.C Başbakanı, BM Yetkililerinin⁶ Annan Planı ve referandumu ile ilgili olumlu görüşlerinden⁷ oluştuğu görülür. Manşetlerde adı geçen aktörlerin konuyla ilgili olumlu görüşlerine yer verilirken, başlıklar da bu aktörler ve onların görüşleri⁸ üzerine yoğunlaşmıştır.

Kıbrıs gazetesinin konuyla ilgili olarak açıklamalarına yer verdiği aktörlerin görüşlerini tırnaklı ve tırnaksız ifadelerle aktarması da diğer bir dikkati çeken özellik olarak karşımıza çıkmaktadır. Aktörlerin görüşlerine yer verirken tırnak işareti kullanılmaması, verilen demeçlerin sanki kendi yorumlarıymışçasına gazeteci ve editörler tarafından içselleştirildiğinin de bir göstergesidir.⁹ Annan Planı'nı destekleyen, konu ile ilgili olumlu yorumların manşete çıkarılması, sözcük seçimleriyle bu bilgilere daha çok önem atfedildiğinin¹⁰, farklı içerikteki (Annan Planı ile ilgili olumsuz yorumlar) yorumların ise 'iddia' sözcüğünün kullanılması veya tırnak işaretlerinin kullanılmasıyla ikinci plana itildiğinin bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Denктаş: 'Verheugen bir Nazi generali gibi insanımızın üzerine yürümektedir'(K1), Denктаş: 'Referandum ertelensin, müzakereler devam etsin' (K9) vb. gibi.

Kıbrıs gazetesi, Annan Planı ve referandumu sürecinde, 24 Nisan 2004 referandumun gerçekleştiği tarihe kadar konuyla ilgili haberlere yoğun bir şekilde yer vererek konuyu gündemde tutmuştur. Haberlerin çoğunlukla manşet şeklinde verilmiş

⁶ Haber başlıkları için ekteki tabloya bakınız.

⁷ K2,K3,K4,K5,K7,K8,K9,K11,K12,K14,K16,K17,K18,19,K22,K23,K25 gibi.

⁸ K5,K7,K9,K11,K12,K14,K16,K17,K18,K20,K21,K22,K23 gibi.

⁹ K5,K8,K9,K11,K12,K14,K16,K17 gibi.

¹⁰ K2,K5,K7,K20,K21,K22,K23 gibi

olması da gazetenin konuya vermiş olduğu önemin bir yansıması olarak algılanabilir.

Kıbrıs gazetesinde, ‘MGK’dan çözüme onay’¹¹ gibi olumlu ve etkili başlıklar kullanmak adına haberin tutarlılığının da feda edildiğini görebiliyoruz. Kıbrıs’ın haberinde (K6), Milli Güvenlik Kurulu’nun ‘Sürecin başlaması durumunda, adadaki Türk varlığının, Türkiye’nin garantörlüğünün ve iki kesimlilik ilkesinin zayıflatılmaması amacıyla uygulamada gerekli dikkat ve özen gösterilmeli’ şeklindeki açıklamasına dayalı olarak haber tutarlılığı pek fazla olmayan başlığın ima ettiğinin tam tersine, Annan Planı ve referandumu konusunda kayıtsız şartsız olumlu bir görüş yoktur. Olumlu görüşleri ön plana çıkararak haberlerde aşırı genelleştirmelerle, tutarlılığın bozulduğunu açıkça görebiliyoruz. Gazetede Annan Planı ve referandumuna eleştirel yaklaşan çok az sayıda haber bulunmaktadır. Eleştirel yaklaşan haberler dahi Annan Planı’na karşı değildir, onun yerine ulusal çıkarları ön plana çıkararak ve Annan Planı ve referandumu sonucunda Rumlara taviz verilmesine karşı uyarıcı aktörlerin görüşlerine yer verilmektedir.

Başlıklarda çoğu zaman ideolojik olarak enformasyon eksiltimi, genelleştirme ya da kurgulama yoluna gidilebilmekte, habere ilişkin birçok detaya yer verilmemektedir. Haber girişlerinde ana olay anlatılmakta ve vurgulanmak istenilen noktalar ön plana çekilmektedir. Söylem analizinde, anlatılanlar kadar anlatılmayanlar da önem taşımaktadır. Planın Türk tarafı için olumsuz olarak nitelendirilebilecek kısımlarına yer verilmemesi, ideolojik bir tercih olarak değerlendirilebilir.

Konuyla ilgili haber başlıklarında Annan Planı ve referandumunu destekleyen ve karşı çıkanların birbirlerine yönelik karşılıklı suçlamaları ile kişiselleştirme yoluna gidilmiş ve görüşler bir söylem kargaşası içerisinde sunulmuştur.¹²

Annan Planı, Referandumu ve ‘Evet Demek’¹³

Kıbrıs gazetesindeki haber öyküleri, Türk-Rum ilişkilerinin tarihsel geçmişini içermeye eğiliminde değildir.

Hançer (2006) çalışmasında, Annan Planı’nın taraflara sunulması ve hayata

¹¹ K6 gibi.

¹² K8,K9,K12,K13,K17 gibi

¹³ Aktörler belirtilmiyorsa, tanımlamalar gazetelerin kendilerine aittir.

geçirilmesinin referandum sonucuna bağlanması sürecinde; Kıbrıs Türk toplumunun siyasi ve ideolojik mücadelesinin farklı bir yön almasının, Kıbrıs gazetesi gibi bazı medya kuruluşlarının siyasi alanda yürüttükleri yayın politikalarının değişikliğe uğramasında etkili olduğunun medya yöneticileri tarafından belirtildiğinden bahsetmektedir. Bir çok Kıbrıslı Türkün ‘Çözüm ve Avrupa Birliği’ sloganıyla destekledikleri politik duruşun savunulmasına dek, önemli sayıda okuyucusu bulunan Kıbrıs gazetesinin, ‘sağ’ politik görüşü yayın politikalarında benimsemiş olduğu belirtilmektedir. (s.4)

Taraf olan ülkelerde yaşanan politik hareketlilikle birlikte, bu süreçte Kıbrıs gazetesi siyasi anlamda yayın politikasında değişiklik yapmış ve Kıbrıs Türkleri ile Rumların bir araya gelerek oluşturacakları çözüm ve AB’ne üye olunmasını desteklemeye başlamışlardır. Gazetenin yayın politikasındaki değişikliğin altında yatan dinamiklerin de basın kuruluşları ile siyasal iktidar arasındaki karşılıklı çıkar ilişkilerinin yanında farklı etkenlerin de rol oynadığı bilinmektedir. Bilgi üretimi, dağıtımı ve bölüşümü süreçleri üzerinde son sözü söyleyen gazete sahipleri ve onların atadığı üst yöneticilerin çıkarlarının değişmesi de bu etkenlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

‘Tarihi’ sözcüğü bazı haber öykülerinde, ‘tarihi mesaj¹⁴’, ‘tarihi fırsatı kaçırmayın¹⁵’, tarihi fırsat anlamlarında kullanılır. Manşetlere baktığımızda tarihi bir olay olarak nitelenen Annan Planı ve referandumunun desteklendiği ve evet yanlısı bir tutum izlendiği görülmektedir. Askerlik kalkıyor (K4), Dünyanın dört bir yanından, geri dönüş için binlerce başvuru yağıyor (K19), Vatanına hoş geldin evladım (K19), Gül: Yatırımların önündeki engeller kalkacak (K20), Evim evim güzel evim! (K23), gibi haber öykülerinde yenilik ve değişim üzerinde vurgu yapıldığı görülmektedir. Kıbrıs gazetesinin ilgili dönemdeki haberleri, Annan Planı referandumunu çok önemli tarihi bir karar olarak nitelendirildi ve değişimler olacağı izlenimini uyandırdı. Referandumun yapıldığı gün olan 24 Nisan 2004 tarihli manşeti ‘Kader Günümüz’ diyerek referanduma büyük önem verildiğinin altı çizilmiştir.

Kıbrıs gazetesi, haber öykülerinde¹⁶ , Kıbrıslı Türklerin Annan Planı

¹⁴ K15

¹⁵ K22

¹⁶ K23

referandumuna 'evet' demesi durumunda Avrupa Birliği'ne girmekle birlikte, hem bireysel, hem toplumsal yapıları hem de kamusal örgütlenmelerinin mevcut düzenden çok daha iyi seviyeye geleceği, her şeyin değişmeye başlayacağı yanılması gündeme getiren genel bir yapı oluşturmaktadır. Referandum haftasında bazı manşetlerin de potansiyel 'hayır' taraftarlarına, planın reddedilmesi durumunda karşılaşılabilecek muhtemel dezavantajları açıklayarak, onların kararlarını etkilemeye çalıştığı görülüyor.

Konuyla ilgili verilen bazı haberler nedensellik içinde kurulmuştur. Weston: Rumlar Tek Başına 'Hayır' Derse, Cezasını Türkler Çekmez (K11), Verheugen: Güneyden 'Hayır' Çıkarsa, Kuzey Kıbrıs'a Ekonomik Destek Sağlayacağız (K16), Aliyev: Güney Kıbrıs'tan 'Hayır' Çıkarsa KKTC'yi Tanıma Süreci Başlar (K18), CTP Birleşik Güçler: Bir Evet'le Dünyaya Bağlanın (K19), Verheugen: Kıbrıslı Türkleri Yalnız Bırakmayacağız (K25) gibi.

Fileleftheros Gazetesi

Fileleftheros gazetesinde yer alan haberlere konu olan aktörler incelendiğinde; ilgili dönemde birinci sayfada yer alan haberlerde ön plana çıkan aktörler Kıbrıs Rum Kesimi Yetkilileri, Kıbrıs Rum Kesimi Muhalefet Parti Yetkilileri, Rum Halkı, K.K.T.C Halkı, Güney Kıbrıs Rum Yönetimi Lideri Thasos Papadopoulos ve Avrupa Birliği'dir.

Fileleftheros gazetesinin Annan Planı ve referandumuna yönelik eğilimi, başlıklardan da görülebileceği üzere planın reddi yönündedir.¹⁷ Başlıklarda, Kıbrıslı Rumlara Annan Planı'nı kabul etmemeleri yönünde baskı yapıldığı ve üçüncü tarafların plan üzerindeki rolleri üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Garantiler konusunda Rum tarafındaki atmosferi değiştirmeye çalışıyorlar (F17), Büyük elebaşlarının dansı (F18), Annan son kozunu oynuyor (F19), 'Evet' için AKEL ile flört (F20), Güvenlik Konseyi'ndeki dramatik saatler (F21), Kırbaç ve Havuç (F22), Yeni senaryolar harekete geçiriliyor (F23). Gazete, referandumun yapıldığı gün olan 24 Nisan 2004 tarihli manşetiyle (Tarihi dönüm noktası/Yarımdan sonra hiç bir şey eskisi gibi olmayacak) bu duruşunu perçinlemiştir.

¹⁷ F17, F18, F19, F20, F21, F22, F23, F24 (Metin içinde haberlere yer verilmiştir)

Fileleftheros gazetesinin kullandığı söylemin Rum hükümetinin söylemiyle oldukça benzer olduğu görülüyorsa da özellikle 22 Nisan tarihli ‘Kırbaç ve Havuç’ başlığından anlaşılan aslında bu söylemin Kıbrıs sorununun çözümünü bir kazan-kaybet anlayışıyla gören bir politik reaksiyon olarak çarpıcı bir manşet olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yazılı Basın Haberleri Karşılaştırmalı İçerik Analizi (Fileleftheros-Kıbrıs Gazetesi)

Kıbrıs sorunu çözüm sürecinde Annan Planı’nın K.K.T.C ve Kıbrıs Rum basınındaki stratejik sunumuna ilişkin, yazılı basın haberlerinin içerik analizi ile değerlendirilen kısmında; içerik analizine ilişkin verilerin toplanmasında oluşturulan kodlama formundaki kategoriler ve bu kategorilerle ilgili oluşturulan sorular, incelenen gazetelerin sadece birinci sayfasında yer alan ve araştırma konusunu içeren her bir habere ayrı ayrı sorularak kodlanmıştır. Gazetelerin içeriğinde yer alan haberler konuya ilişkin belirlenen 8 ana kategori ve alt kategoriler çerçevesinde incelenmiştir. Konu ile ilgili yayınlanan gazete içeriklerinin birinci sayfada hangi sırada, sayfadaki sunum şekli ve kapladığı alan sorgulaması, içeriklerin haber kaynakları, düzenleme biçimi, gazete içeriğinin araştırılan konu bağlamında kapsadığı temel ve alt konuların incelenmesi ile gerçekleştirilmiştir.

Tablo 1. Filelefteros/Kıbrıs Gazetesinde Birinci Sayfada Yer Alan Haberlerin Yer Alış Sırasına Göre Dağılımı

FİLELEFTEROS			KIBRIS	
HABER SIRASI	FREKANS	(%)YÜZDE	FREKANS	(%)YÜZDE
SOL ÜST	49	15,2	26	20,5
SAĞ ÜST	79	24,5	49	38,6
SOL ALT	92	28,5	15	11,8
SAĞ ALT	87	26,9	12	9,4
ORTA ÜST	6	1,9	19	15
ORTA ALT	10	3,1	1	0,8
SAYFANIN TAMAMI	0	0	5	3,9
TOPLAM	323	100	127	100

Filelefteros gazetesinde tablo başlığına göre dağılım incelendiğinde; araştırmaya konu olan toplam 323 haberin 92'sinin (%28,5) sol alttan, 87'sinin (%26,9) sağ alttan, 79'unun (%24,5) sağ üstten, 49'unun (%15,2) sol üstten 6'sının (%1,9) orta üstten, 10'unun (%3,1) orta alttan okuyucuya aktarıldığı görülmektedir. Sayfanın tamamından okuyucuya aktarılan haber yoktur. Araştırmaya konu olan ve birinci sayfada yayınlanan toplam 323 haberin 134'ünün (%58,5) alt kuşakta yoğunlaştığı görülmektedir. Gazetede konuyla ilgili haberlerin alt sıralarda okuyucu kitlesine aktarıldığı görülmektedir. Kıbrıs gazetesinde tablo başlığına göre dağılım incelendiğinde; araştırmaya konu olan toplam 127 haberin 49'unun (%38,6) sağ üstten, 26'sinin (%20,5) sol üstten, 19'unun (%15) orta üstten, ve 5'inin (%3,9) sayfanın tamamından okuyucuya aktarıldığı görülmektedir. Yayınlanan toplam 127 haberin 99'unun (%78) üst kuşakta ilk sıralarda yoğunlaştığı görülmektedir. Gazetenin birinci sayfasında konuyla ilgili yayınlanan haberlerin ön sıralarda okuyucu kitlesine aktarılması konunun gazete tarafından önemsendiğini yansıtmaktadır.

Tablo 2. Filefteros/Kıbrıs Gazetesinde Birinci Sayfada Yer Alan Haberlerin Sayfadaki Konumuna Göre Dağılımı

KONUM	FİLELEFTEROS		KIBRIS	
	FREKANS	(%)YÜZDE	FREKANS	(%)YÜZDE
SÜRMANŞET	1	0,3	1	0,8
MANŞET	26	8	26	20,5
ÜST KUŞAK	102	31,6	70	55,1
GÖBEK	68	21,1	2	1,6
ALT KUŞAK	126	39	26	20,5
TAM SAYFA	0	0	2	1,6
SÜRMANŞET VE TAM SAYFA	0	0	0	0
TOPLAM	323	100	127	100

Filefteros gazetesinde tablo başlığına göre dağılım incelendiğinde; araştırmaya konu olan toplam 323 haberin 102'sinin (%31,6) üst kuşaktan, 26'sının (%8) manşetten, 1'inin (%0,3) sürmanşetten, 126'sının (%39) alt kuşaktan, 68'inin (%21,1) göbekten okuyucuya aktarıldığı görülmektedir. Tam sayfadan okuyucuya aktarılan haber yoktur. Araştırmaya konu olan ve birinci sayfada yayınlanan toplam 323 haberin 194'ünün (%60,1) alt kuşak ve göbekte yoğunlaştığı görülmektedir. Gazetede konuyla ilgili haberlerin yoğunlukla alt kuşaktan okuyucu kitlesine aktarıldığı görülmektedir.

Kıbrıs gazetesinde tablo başlığına göre dağılım incelendiğinde; toplam 76 haberin 70'inin (%55,1) üst kuşaktan, 26'sının (%20,5) manşetten, 1'inin (%0,8) sürmanşetten, 2'sinin (%1,6) tam sayfadan okuyucuya aktarıldığı görülmektedir. Araştırmaya konu olan ve birinci sayfada yayınlanan toplam 127 haberin 97'sinin (%76,4) üst kuşakta yoğunlaştığı görülmektedir. Araştırmaya konu olan haberlerin yoğunlukla üst kuşaktan okuyuculara aktarılması, gazetenin konuya atfettiği önemin bir göstergesi olarak nitelendirilebilir. Araştırma kapsamındaki dönem boyunca gazete konuyla ilgili haberlere yoğun bir şekilde yer vererek konuyu gündemde tutmuştur.

Tablo 3. Filelefteros/Kıbrıs Gazetesinde Birinci Sayfada Yer Alan Haberlerin Öncelikli Düzenleme Biçimlerine Göre Dağılımı

FİLELEFTEROS			KIBRIS	
DÜZENLENME BİÇİMİ	FREKANS	(%)YÜZDE	FREKANS	(%)YÜZDE
ÖZEL HABER	67	20,7	8	6,3
DERLEME HABER	63	19,5	0	0
TEMATİK HABER	0	0	0	0
OLAY HABER	187	57,9	119	93,7
ÖYKÜ HABER	0	0	0	0
YORUM	6	1,9	0	0
TOPLAM	323	100	127	100

Filelefteros gazetesinde tablo başlığına göre dağılım incelendiğinde; araştırmaya konu olan dönem yayınlanan toplam 323 haberin 187'sinin (%57,9) olay haber, 67'sinin (%20,7) özel haber, 63'ünün (%19,5) derleme haber ve 6'sının (%1,9) da yorum haber olduğu görülmektedir.

Kıbrıs gazetesinde tablo başlığına göre dağılım incelendiğinde; yayınlanan toplam 127 haberin 119'unun (%93,7) olay haber, 8'inin (%6,3) ise özel haber olduğu görülmektedir.

Kıbrıs gazetesinde çeşitli bilgi ve belgelerin sentezi ile ortaya çıkartılan derleme haberler gibi haberlerin sayısının azlığı dikkat çekicidir. Niteliksel ölçütler çerçevesinde bu düzenlenme biçimine sahip haberlerin azlığı; okur kitlesinin farklı perspektiflerden konuya ilişkin bilgilendirilmesine de engel teşkil etmektedir.

Tablo 4. Fileleftheros/Kıbrıs Gazetesinde Birinci Sayfada Yer Alan Haberlerin Üretim Bakımından Haber Kaynaklarına (Ulusal/Uluslararası) Göre Dağılımı

FİLELEFTEROS			KIBRIS	
HABER KAYNAĞI	FREKANS	(%)YÜZDE	FREKANS	(%)YÜZDE
ULUSAL	155	48	55	43,3
ULUSLARARASI	168	52	72	56,7
TOPLAM	323	100	127	100

Fileleftheros gazetesinde tablo başlığına göre dağılım incelendiğinde; araştırmaya konu olan dönem yayınlanan toplam 323 haberin 168'inin (%52) uluslararası, 155'inin (%48) ise ulusal haber olduğu görülmektedir.

Kıbrıs gazetesinde tablo başlığına göre dağılım incelendiğinde; yayınlanan toplam 127 haberin 72'sinin (%56,7) uluslararası, 55'inin (%43,3) ise ulusal haber olduğu görülmektedir.

Her iki gazetede de ağırlıklı olarak uluslararası haber kaynaklarının kullanılması dikkat çekicidir. Bu bağlamda, gazetelerde yer alan konuya ilişkin haberlerde inceleme dönemindeki konuların çerçevelerinin söz konusu kaynaklar tarafından çizildiğini söylemek olanaklıdır.

Tablo 5. Filefteros/Kıbrıs Gazetesinde Birinci Sayfada Yer Alan Haberlerin Kaynaklarının Uluslararası Olması Durumuna Göre Dağılımı

FİLELFTEROS			KIBRIS	
ULUSLARARASI	FREKANS	(%)YÜZDE	FREKANS	(%)YÜZDE
ULUSLAR ARASI DEĞİL	153	47,4	55	43,3
TÜRKİYE	18	5,6	27	21,3
YUNANİSTAN	29	9	1	0,8
GKRY	-	-	9	7,1
ABD	14	4,3	6	4,7
BM	38	11,8	12	9,4
AB	34	10,5	11	8,7
İNGİLTERE	7	2,2	1	0,8
İSVİÇRE	1	0,3	4	3,1
AZERBAYCAN	0	0	1	0,8
KKTC	25	7,7	-	-
BRÜKSEL	1	0,3	0	0
NATO	1	0,3	0	0
LOZAN	1	0,3	0	0
İRLANDA	1	0,3	0	0
TOPLAM	323	100	127	100

Filefteros gazetesinde tablo başlığına göre dağılım incelendiğinde; araştırmaya konu olan dönem yayınlanan toplam 323 haberin 153'ünün (%47,4) üretim bakımından ulusal olduğu, 38'inin (% 11,8) Birleşmiş Milletler, 34'ünün (%10,5) Avrupa Birliği, 29'unun (%9) Yunanistan, 25'inin (%7,7) K.K.T.C kaynaklı olduğu görülmektedir.

Kıbrıs gazetesinde tabloya göre dağılım incelendiğinde; yayınlanan toplam 127 haberin 55'inin (%43,3) üretim bakımından ulusal olduğu, 27'sinin (% 21,3) Türkiye, 12'sinin (%9,4) Birleşmiş Milletler, 11'inin (%8,7) Avrupa Birliği, 9'unun (%7,1) Güney Kıbrıs Rum Kesimi kaynaklı olduğu görülmektedir. Kıbrıs gazetesinde de uluslararası haber kaynağı olarak Türkiye birinci sıradadır. Konuyla ilgili birçok haberin farklı kaynaklar tarafından doğrulanmaksızın doğrudan hükümet yetkililerinin

açıklamalarına dayanılarak oluşturulduğu gözlenmiştir. Bu da beraberinde iktidarın propagandasını yapma tehlikesini getirmektedir.

Tablo 6. Filelefteros/Kıbrıs Gazetesinde Birinci Sayfada Yer Alan Haberlerin Alansal İfadeleri

FİLELEFTEROS		KIBRIS	
HABERE İLİŞKİN ALAN TANIMLAMALARI	Toplam Sütun/Santim	Toplam Sütun/Santim	
Birinci Sayfada Haber Başlığının Kapladığı Alan	8231,5	8156,48	
Birinci Sayfada Haber Metninin Kapladığı Alan	16889,24	5793,14	
Birinci Sayfada Haberin Kapladığı Toplam Alan	25120,74	13949,62	
Birinci Sayfada Görsel Materyalin Kapladığı Toplam Alan	8107,11	3966,18	
TOPLAM	58348,95	31865,42	

Filelefteros gazetesinde birinci sayfada yer alan konuya ilişkin olarak yayınlanan haberlerin haber başlıklarının kapladığı toplam alan 8231,5 (St/cm), haber metnlerinin kapladığı toplam alan 16889,24 (St/cm) olmak üzere kapladıkları toplam alan 25120,74 (St/cm) dür. Birinci sayfada yer alan ve konuya ilişkin olarak yayınlanan haberleri destekleyen görsel materyallerin kapladığı toplam alan ise 8107,11 (St/cm) dir.

Kıbrıs gazetesinde yayınlanan haberlerin haber başlıklarının kapladığı toplam alan 8156,48 (St/cm), haber metnlerinin kapladığı toplam alan 5793,14 (St/cm) olmak üzere kapladıkları toplam alan 13949,62 (St/cm) dür. Birinci sayfada yer alan ve konuya ilişkin olarak yayınlanan haberleri destekleyen görsel materyallerin kapladığı toplam alan ise 3966,18 (St/cm) dir. Gazete birinci sayfada yer alan konuya ilişkin olarak yayınlanan haberlerin başlıklarının toplam alanının; haber metninin kapladığı toplam alandan fazla olması dikkat çekicidir. Bu durum haber başlıkları ile okuyucunun dikkatinin çekildiğinin ve habere ilişkin metnin iç sayfalarda sunulduğunu göstermektedir.

Her iki gazetede de konuyla ilgili bazı haberler, görsel materyallerle desteklenmiştir. Bu özellikle, haberin okunmasının arttığı ve inandırıcılığının güçlendiğini söylemek mümkündür.

Tablo 7. Fileleftheros/Kıbrıs Gazetesinde Birinci Sayfada Yer Alan Haberler Başlıklarında Kıbrıs Sorunu

FİLELEFTEROS		KIBRIS		
HABER BAŞLIKLARINDA KIBRIS SORUNUNUN YANSITILIŞI	FREKANS	(%)YÜZDE	FREKANS	(%)YÜZDE
Annan Planı'nın Kıbrıs Sorununa Çözüm Getireceği (1)	79	11.4	67	23.3
Annan Planı'nın K.K.T.C için Bir Tehdit Oluşturduğu (2)	8	1.1	13	4.5
Kıbrıs Sorununun Çözümünde Rauf Denktaş'ın Politikalarına Güvenilirliği (3)	1	0.1	3	1
Rauf Denktaş'ın Politikalarının Kıbrıs Sorununda Çözüm Oluşturmadığı (4)	7	1	27	9.4
Türk Hükümeti'nin Kıbrıs Sorununa İlişkin Kararlı Politikaları (5)	17	2.4	26	9.1
Türk Hükümeti'nin Kıbrıs Politikasındaki Strateji Hataları (6)	0	0	3	1
K.K.T.C Hükümeti ve Türk Hükümeti İşbirliği (7)	2	0.3	3	1
K.K.T.C Hükümetinin Yetersizliği (8)	0	0	0	0
AB'nin Kıbrıs Konusunda Türkiye'den İsteddiği Tavizler (9)	3	0.4	0	0
Kıbrıs Sorununa Yönelik Kıbrıs Rum Yönetiminin Politikaları (10)	99	14.2	8	2.8
Annan Planı'na Yönelik Rum Kesiminin Tutumu (11)	74	10.6	15	5.2
Annan Planı Referandumu Sonrasında Kıbrıs'ta Yeni Bir Dönemin Başladığı (12)	51	7.3	17	5.9
Annan Planı Referandumu Sonrası Rum Kesiminin Tutumu (13)	27	3.9	2	0.7

Annan Planı'nın Kıbrıs Sorununa Çözüm Getirmeyeceği (14)	36	5.2	7	2.4
Annan Planı'nın Kıbrıs Rum Kesimi için Bir Tehdit Oluşturduğu (15)	42	6	5	1.7
Kıbrıs Sorununun Çözümünde Tasos Papadopoulos'ın Politikalarına Güvenilirliği (16)	1	0.1	0	0
Tasos Papadopoulos'ın Politikalarının Kıbrıs Sorununda Çözüm Oluşturmadığı (17)	9	1.3	1	0.3
Yunan Hükümeti'nin Kıbrıs Sorununa İlişkin Kararlı Politikaları (18)	13	1.9	3	1
Yunan Hükümeti'nin Kıbrıs Politikasındaki Strateji Hataları (19)	0	0	0	0
Kıbrıs Rum Kesimi Hükümeti ve Yunan Hükümeti İşbirliği (20)	2	0.3	0	0
Kıbrıs Rum Kesimi Hükümeti'nin Yetersizliği (21)	0	0	0	0
Kıbrıs Sorununa Yönelik K.K.T.C'nin Politikaları (22)	8	1.1	11	3.8
Annan Planı'na Yönelik K.K.T.C'nin Tutumu (23)	18	2.6	17	5.9
Annan Planı Referandumu Sonrası K.K.T.C'nin Tutumu (24)	0	0	6	2.1
Kıbrıs Sorununa Yönelik AB'nin Politikaları (25)	15	2.2	3	1
Kıbrıs Sorununa Yönelik BM'nin Politikaları (26)	15	2.2	9	3.1
Annan Planı'na Yönelik AB'nin Tutumu (27)	27	3.9	4	1.4

Annan Planı'na Yönelik BM'nin Tutumu (28)	34	4.9	8	2.8
Kıbrıs Sorununa Yönelik ABD'nin Politikaları (29)	7	1	4	1.4
Kıbrıs Sorununa Yönelik AB'nin Politikaları (30)	14	2	4	1.4
Annan Planı'na Yönelik ABD'nin Tutumu (31)	15	2.2	4	1.4
Annan Planı Referandumu Sonrası AB'nin Tutumu (32)	10	1.4	8	2.8
Annan Planı Referandumu Sonrası BM'nin Tutumu (33)	5	0.7	3	1
Annan Planı Referandumu Sonrası T.C'nin Tutumu (34)	2	0.3	3	1
Annan Planı Referandumu Sonrası ABD'nin Tutumu (35)	2	0.3	3	1
Annan Planı Referandumu Sonrası Yunanistan'ın Tutumu (36)	5	0.7	2	0.7
Annan Planı'na Yönelik Yunanistan'ın Tutumu (37)	7	1	1	0.3
Kıbrıs Sorununa Yönelik İngiltere'nin Politikaları (38)	21	3	0	0
Annan Planı'na Yönelik İngiltere'nin Tutumu (39)	2	0.3	0	0
Annan Planı ile İlgili Bilgilendirme (40)	5	0.7	0	0
Annan Planı Referandumu Sonrası İngiltere'nin Tutumu (41)	5	0.7	0	0
Annan Planı Referandumu Sonrası K.K.T.C'nin Tutumu (42)	6	0.9	0	0
Annan Planı Referandumu Sonrası Rusya'nın Tutumu (43)	4	0.6	0	0
TOPLAM	696	100	287	100

Filelefteros gazetesinde birinci sayfada yer alan haber başlıklarında Kıbrıs sorunun nasıl değerlendirildiği ve hangi ifadelerle anıldığı incelendiğinde; incelenen dönemde ağırlıklı olarak Kıbrıs Sorununa Yönelik Kıbrıs Rum Yönetiminin Politikaları (99), Annan Planı'nın Kıbrıs Sorununa Çözüm Getireceği (79), Annan Planı'na Yönelik Rum Kesiminin Tutumu (74), Annan Planı Referandumu Sonrasında Kıbrıs'ta Yeni Bir Dönemin Başladığı (51), Annan Planı'nın Kıbrıs Rum Kesimi için Bir Tehdit Oluşturduğu (42), Annan Planı'nın Kıbrıs Sorununa Çözüm Getirmeyeceği (36), Annan Planı'na Yönelik BM'nin Tutumu (34) konularının ön plana çıktığı görülmektedir.

Kıbrıs gazetesinde ise, incelenen dönemde ağırlıklı olarak Annan Planı'nın Kıbrıs Sorununa Çözüm Getireceği (67), Rauf Denktaş'ın Politikalarının Kıbrıs Sorununda Çözüm Oluşturmadığı (27) ve Türk Hükümeti'nin Kıbrıs Sorununa İlişkin Kararlı Politikaları (26) konularının ön plana çıktığı görülmektedir. Gazetede haber başlıklarının ağırlıklı olarak Annan Planı'nın Kıbrıs Sorununa Çözüm Getireceği ifadesini yansıtıyor olması Kıbrıs gazetesinde Kıbrıs Sorunu çözüm sürecinde Annan Planı'nın yansıtılış biçimini ortaya koymaktadır. Rauf Denktaş'ın Politikalarının Kıbrıs Sorununda Çözüm Oluşturmadığı konusunun da ön plana çıkması gazetenin Kıbrıs sorunu çözüm sürecinde Annan Planı'na olumlu yaklaşmış olduğunu ve planı desteklediği yönünde çıkarımlara neden olabilmektedir.

Tablo 8. Filelefteros/Kıbrıs Gazetesinde Birinci Sayfada Yer Alan Haberlerin Kıbrıs Sorununa İlişkin Kapsadığı Temel Konular

TEMEL KONULAR	FİLELEFTEROS		KIBRIS	
	FREKANS	(%)YÜZDE	FREKANS	(%)YÜZDE
1) Türk Hükümeti'nin Kıbrıs Politikaları	20	3,4	27	10,3
2) Annan Planı'na Siyasal Yaklaşımlar	184	31,2	68	25,9
3) Annan Planı'na Teknik Yaklaşımlar	50	8,5	46	17,5
4) Annan Planı'nın Referandumu	262	44,4	96	36,5
5) Annan Planı'nın Referandumu Sonrası	53	9	23	8,7
6) Yunanistan Hükümeti'nin Kıbrıs Politikaları	18	3,1	1	0,4

7) Türkiye'nin Kıbrıs Odaklı Uluslararası İlişkileri	1	0,2	1	0,4
8) Sivil Toplum Kuruluşlarının Etkinlikleri/Çalışmaları	2	0,3	1	0,4
9) Diğer	0	0	0	0
TOPLAM	590	100	263	100

Filelefteros gazetesinde birinci sayfada yer alan konuya ilişkin toplam 323 haberde 8 temel konunun 590 kez işlendiği ortaya çıkmaktadır. Söz konusu bu temel konular değerlendirildiğinde ise birinci sayfada yer alan haberlerde yoğunluklu olarak ele alınan temel konuların; Annan Planı Referandumu (262) ve Annan Planı'na Siyasal Yaklaşımlar (184), Annan Planı'nın Referandumu Sonrası (53), Annan Planı'na Teknik Yaklaşımlar (50) olduğu görülmektedir. Konuya ilişkin olarak yayınlanan birinci sayfa haberlerinin işlediği temel konu dikkate alındığında en yüksek oranda, %44.4'le Annan Planı Referandumu temel konusu olduğu dikkat çekmektedir.

Kıbrıs gazetesinde birinci sayfada yer alan konuya ilişkin toplam 127 haberde 8 temel konunun 263 kez işlendiği ortaya çıkmaktadır. Söz konusu bu temel konular değerlendirildiğinde; Annan Planı Referandumu (96), Annan Planı'na Siyasal Yaklaşımlar (68) ve Annan Planı'na Teknik Yaklaşımlar (46), Türk Hükümeti'nin Kıbrıs Politikaları (27) olduğu görülmektedir. Konuya ilişkin olarak yayınlanan birinci sayfa haberlerinin işlediği temel konu dikkate alındığında en yüksek oranda, %36.5'le Annan Planı Referandumu temel konusu olduğu dikkat çekmektedir.

Tablo 9. Filelefteros/Kıbrıs Gazetesinde Birinci Sayfada Yer Alan Haberlerde Annan Planı Referandumu Temel Konusunun İçerdiği Alt Konular

ANNAN PLANI REFERANDUMUNA İLİŞKİN ALT KONULAR	FİLELEFTEROS		KIBRIS	
	FREKANS	(%)YÜZDE	FREKANS	(%)YÜZDE
1) Annan Planı Referandumu Öncesine İlişkin Gelişmeler	273	63,9	106	57,3
2) Referandum Sürecinde Talat	18	4,2	13	7
3) Referandum Sürecinde Denктаş'ın politikaları	20	4,7	12	6,5
4) K.K.T.C'deki Annan Planı Referandumu Sonuçları	4	0,9	1	0,5
5) Kıbrıs Rum Kesimi Annan Planı Referandumu Sonuçları	5	1,2	1	0,5
6) Türkiye Açısından Referandum Sonuçları	0	0	0	0
7) Denктаş'a Eleştiri	9	2,1	23	12,4
8) Rum Lidere Eleştiri	21	0	3	1,6
9) Referandum Sürecinde Papadopoulos'ın Politikaları	27	4,9	3	1,6
10)Referandum Sonrası Politikalar	47	6,3	23	12,4
11)Yunanistan Açısından Referandum Sonuçları	3	11	0	0
TOPLAM	427	100	185	100

Filelefteros gazetesinde birinci sayfada yer alan haberlerde Annan Planı Referandumu temel konusunun içerdiği alt konularda haberlerin çoğunluğu Annan Planı Referandumu Öncesine İlişkin Gelişmelerle ilgilidir. Alt konular içerisinde, en fazla ele alınan diğer alt konular ise sırasıyla şöyledir: Annan Planı Referandumu Sonrası Politikalar (47), Referandum Sürecinde Papadopoulos'un Politikaları (27), Rum Lidere

Eleştiri (21), Referandum Sürecinde Denктаş'ın Politikaları (20) ve Referandum Sürecinde Talat (18).

Kıbrıs gazetesinde birinci sayfada yer alan haberlerde Annan Planı Referandumunu temel konusunun içerdiği alt konularda haberlerin çoğunluğu Annan Planı Referandumu Öncesine İlişkin Gelişmelerle ilgilidir. Alt konular içerisinde, en fazla ele alınan diğer alt konular ise sırasıyla şöyledir: Annan Planı Referandumu Sonrası Politikalar (23), Denктаş'a Eleştiri (23) ve Referandum Sürecinde Talat (13).

SONUÇ

Bu çalışma, haberlerin Kıbrıs Sorunu çözüm sürecinde Annan Planı ve referandumunu nasıl temsil ettiğini incelemiştir. 30 günlük gazetelerdeki ilk sayfa haberlerinin ayrıntılı analizinde, ilk olarak haberlerde kimin fikirlerinin ve dünya görüşlerinin temsil edildiğini anlamak için aktörlerin kimler olduğu incelendi. Bunlar, KKTC basınından Kıbrıs gazetesinde çoğunlukla T. C Başbakanı, K.K.T.C Başbakanı, ABD Yetkilileri, AB Yetkilileri, BM Yetkilileri, K.K.T.C Cumhurbaşkanı, T.C Hükümet Yetkilileri, K.K.T.C Hükümet Yetkilileridir. Filelefteros gazetesinde de ilgili dönemde birinci sayfada yer alan haberlerde ön plana çıkan aktörler, Kıbrıs Rum Kesimi Yetkilileri, Kıbrıs Rum Kesimi Muhalefet Parti Yetkilileri, Rum Halkı, K.K.T.C Halkı, Güney Kıbrıs Rum Yönetimi Lideri Thasos Papadopoulos ve Avrupa Birliği'dir. Böylece, bu haber öykülerinin ne söylediği aktörlerin kimliği tarafından önceden belirlenmiştir. Haber temaları, sözcük ve başlık seçimleri ve ön plana çıkarılan konular ile yakından ilişkilidir. 1 Nisan-30 Nisan 2004 tarihleri arasında yapılan incelemede, Kıbrıs sorunu konusunda bu döneme kadar sağ politik görüşü yayın politikasında benimsemiş olan Kıbrıs gazetesinde konuyla ilgili ilk sayfa haberlerine bakıldığında, açıkça evet yanlısı bir tutum izlendiği ve Annan Planı ve referandumunu destekleyen aktörlerin görüşlerini yansıttığı görülmektedir. Bu aktörleri seçme yanısıra, gazete, Annan Planı ve referandumunu tarihi bir fırsat olarak değerlendiren başlıklar taşır. Haber metinleri, Annan Planı ve referandumunu destekleyen aktörlerin fikirlerini tırnak işareti kullanmaksızın yazarak ön plana çıkartırken, bazen haberin tutarlılığı pahasına da olsa, farklı düşünen bazı aktörler için 'söyledi' veya 'belirtti' yerine 'iddia etti' ya da tırnak işareti kullanarak, tam tersini yapmaktadır. Kıbrıs Rum basınından Filelefteros gazetesinin konuyla ilgili haber başlıklarından da anlaşılacağı gibi, Annan Planı ve referandumunu ile ilgili eğilimi planın reddi yönündedir. Ayrıca, başlıklar genel

anlamda üçüncü tarafların plan üzerindeki rolleri ve Kıbrıslı Rumların planı kabul etmeleri yönünde dıştan baskı yapıldığı üzerine yoğunlaşmaktadır. Kullanılan söylemin hükümetin söylemiyle oldukça benzer olduğu dikkat çeken gazete, Annan Planı ve referandumu ile ilgili 24 Nisan 2004'te 'Tarihi dönüm noktası/Yarıncıdan sonra hiç bir şey eskisi gibi olmayacak' başlığıyla bu duruşunu perçinlediği görülmektedir. Kıbrıs gazetesinde ise farklı olarak 23 Nisan 2004'te 'Güçlü bir evet' ve 24 Nisan 2004'te 'Kader Günümüz' başlıklarıyla planın kabul edilmesi yönündeki eğilim belirginleşmektedir. Kıbrıs sorununun tarihçesine ya da geçmişte yaşanan olaylara yönelik tarihsel araldan bilgisine rastlanamayan haber öykülerinde, Kıbrıslı Türklerin Annan Planı referandumuna 'evet' demesi durumunda Avrupa Birliği'ne girmekle birlikte, hem bireysel, hem toplumsal yapıları hem de kamusal örgütlenmelerinin mevcut düzenden çok daha iyi seviyeye geleceği, her şeyin değişmeye başlayacağı yanılısamasını gündeme getiren genel bir yapı oluşturmaktadır. Referandum haftasına bazı manşetlerin de potansiyel 'hayır' taraftarlarına, planın reddedilmesi durumunda karşılaşılabilecek muhtemel dezavantajları açıklayarak, onların kararlarını etkilemeye çalıştığı görülmüyor. Çalışmanın içerik analizi kısmında bu tesbitler desteklenmiştir.

Yapılan bu analiz, medyanın sadece toplumsal gerçekliği temsil etmek ve ondan etkilenmekle kalmayıp, aynı zamanda onu oluşturup etkileyen gücünden de yola çıkarak; Kıbrıs Türk ve Kıbrıs Rum toplumlarının yazılı basınlarının Kıbrıs Sorunu ve Annan Planı referandumu sürecinde, kendi okurlarını nasıl etkilemeye çalıştıkları ve kullandıkları stratejiler konusunda önemli bilgiler sağlamıştır.

EK 1

Kıbrıs Gazetesindeki İlk Sayfa Haberlerin Başlıkları

Numara-Tarih Başlıklar

K1-1 Nisan Son Söz Halkın

K1-1 Nisan Denктаş: 'Verheugen, bir nazi generali gibi insanımızın üstüne yürümektedir.'

K2-2 Nisan Kavga Zamanı Değil

- K2-2 Nisan Gözler Referandumda
- K2-2 Nisan Erdoğan: Köstek olanları tarih affetmez
- K2-2 Nisan Türkler Memnun Rumlar Rahatsız
- K2-2 Nisan Ertuğruloğlu: Kıbrıs'ı satanlar hak ettiği cevabı alacak
- K3-3 Nisan Türkiye 'Evet'te Kararlı
- K3-3 Nisan Talat: Denktaş ikna oldu ama önemli olan benimsemesidir
- K3-3 Nisan Güvenlik Konseyi, Taraflara 'Evet Deyin' Çağrısı Yapacak
- K3-3 Nisan Tarih Kitapları Değişiyor
- K4-4 Nisan Askerlik Kalkıyor
- K4-4 Nisan CTP 'Evet' Diyor
- K4-4 Nisan Annan Güvenlik Konseyi'ne Rapor ve Öneri Paketi Hazırlıyor
- K4-4 Nisan De Soto BM Güvenlik Konseyi'ni bilgilendirdi
- K4-4 Nisan Çilek Üreticisi İhracat Yapamamaktan Şikayetçi
- K5-5 Nisan İki Eşit Devlet
- K5-5 Nisan Talat: Referandum Yasası, Anayasaya Aykırı Değil
- K5-5 Nisan Powell: Kıbrıs'ta B Planı Yok Daha İyisi Olmayacak
- K5-5 Nisan Ankara'da ve K.K.T.C'de Kıbrıs Trafiği
- K6-6 Nisan MGK'dan Çözüme Onay
- K6-6 Nisan Referandum Konusu Karara Kaldı
- K6-6 Nisan Kıbrıs Meselesinin Alacağı Şekil, Adada Belirlenecek
- K7-7 Nisan Erdoğan'dan Çözüm Dersi
- K7-7 Nisan De Soto: Annan Planı, Adil ve İşleyebilir Bir Plandır

- K7-7 Nisan Gül: Kıbrıs'ta Statüko Sürdürülemez
- K7-7 Nisan Papadopoulos da 'Hayır' Diyecek
- K7-7 Nisan CTP: Referandum'da mühürümüz 'Evet'
- K7-7 Nisan Talat, Bugün De Soto'yla Görüşecek
- K7-7 Nisan TESKOMB: Kıbrıs'ta Çözüme Evet!
- K8-8 Nisan Erdoğan: EVET Denктаş: HAYIR
- K8-8 Nisan Papadopoulos'tan 'Hayır'
- K8-8 Nisan AB Komisyonu Annan Planı'na İlişkin Uyum Senedini AB Konseyi'ne Gönderdi
- K8-8 Nisan Türkiye, Yunanistan: 'Annan Planı'nın Referandumu Götürülmesini Kabul Ediyoruz'
- K8-8 Nisan Talat: Çifte 'Evet'e İhtiyacımız Var
- K8-8 Nisan UBP Parti Meclisi, Referandumda 'hayır' kampanyası başlatma kararı aldı
- K9-9 Nisan Gül'den Denктаş'a: Hamaset Yapma
- K9-9 Nisan Karar Bugün
- K9-9 Nisan Denктаş: 'Referandum Ertelensin, Müzakereler Devam Etsin'
- K9-9 Nisan ABD Dışışleri: Powell, Referandumda 'Evet' için Destek Arıyor
- K9-9 Nisan Annan: Denктаş ve Papadopoulos, Beni Hayal Kırıklığına Uğrattı
- K9-9 Nisan Talat: Kıbrıs Türkü Çözülür Türkiye Zarar Görür
- K9- 9 Nisan Lefkoşa, 'Evet' Dedi
- K10-10 Nisan Anayasa Mahkemesi'nden Referandum Yasasına Evet
- K10-10 Nisan Denктаş'tan Hakimlere Veryansın

- K10-10 Nisan DP, Kararını Mini Referandumla Verecek
- K10-10 Nisan 45 Bin Kişilik Liste Yarın BM'ye veriliyor
- K11-11 Nisan AKEL'den Ret
- K11-11 Nisan Weston: Rumlar Tek Başına 'Hayır' Derse, Cezasını Türkler Çekmez
- K11-11 Nisan Şener: Planda Önemli Değişiklikler Oldu
- K12-12 Nisan Erdoğan: Ne Anlatacaksan Kıbrıs'ta Anlat...
- K12-12 Nisan S. Denктаş: Sözlerine Dikkat Et
- K12-12 Nisan Gül: Referandum,1 Mayıs'tan Önce Yapılmalı
- K12-12 Nisan Talat: Bize İki 'Evet' Lazım
- K12-12 Nisan AKEL'e Büyük Öfke
- K13-13 Nisan Yarın Yine Meydanlardayız
- K13-13 Nisan ABD: Annan Planı'ndan Başka Çözüm Yok
- K13-13 Nisan Denктаş, 15 Nisan'da TBMM'ye Veda Edecek
- K13-13 Nisan Denктаş: Başbakan Erdoğan, Kıbrıs Meselesinde Kandırılmıştır
Erdoğan: Denктаş'ın 'kandırıldınız' yakıştırmaları çok çirkin
- K13-13 Nisan DP: %64 Hayır %36 Evet
- K13-13 Nisan KKTC İçin Tayvan Modeli
- K13-13 Nisan Akıncı: AKEL Denктаş'ın Can Simidi Oldu
- K13-13 Nisan AKEL'de Yaprak Dökümü
- K14-14 Nisan Haydi Mitinge
- K14-14 Nisan Gül: Annan Planı'nın Artıları Eksilerinden Daha Fazladır
- K14-14 Nisan Özkök: Referandum Baskısız Yapılmalı

- K14-14 Nisan Powell: ABD Talat'ın Çabasından Memnun
- K14-14 Nisan Çiçek: Beklentimiz Kıbrıs'taki Reферендумdan Evet Çıkmasıdır
- K14-14 Nisan ABP, Referandumda 'Evet' Diyecek
- K14-14 Nisan AKEL Karışık, DİSİ'den 'Evet
- K15-15 Nisan Tarihi Mesaj
- K15-15 Nisan AKEL: Referandum Ertelenmezse 'HAYIR'
- K15-15 Nisan Kıbrıs Gazetesi: Sesimizi Duyun! (Türkçe ve Rumca)
- K15-15 Nisan KADEM: Plana Destek %59.3
- K16-16 Nisan Referandum Yasası Tamam
- K16-16 Nisan Gül: Rumlar Hayır Derse KKTC Tanınmalı
- K16-16 Nisan Verheugen: Güneyden 'Hayır' Çıkarsa, Kuzey Kıbrıs'a Ekonomik Destek Sağlayacağız
- K16-16 Nisan Aliyev: Güney Kıbrıs'tan 'Hayır' Çıkarsa KKTC'yi Tanıma Süreci Başlar
- K16-16 Nisan DİSİ'den Büyük Çoğunlukla Referandum'a Evet: %76
- K17-17 Nisan KADEM: EVET %62.1
- K17-17 Nisan Erdoğan: Herşey Mutabakatınızla Yapıldı, Niye Gerçekleri Söylemiyorsunuz?
- K18-18 Nisan UBP ve DP'lilerin ¼'ü 'Evet'çi
- K18-18 Nisan Aydınlık Bir Gelecek 'Evet'le Gelecek
- K18-18 Nisan AKEL'in 'Hayır'ı Sallanıyor
- K18-18 Nisan Talat: 2 Taraftan de 'Evet' Çıkmalı
- K18-18 Nisan BM Güvenlik Konseyi: Plan Pürüzsüz Şekilde Uygulanacak Gerekli Tüm Adımlar Atılacak

- K19-19 Nisan Vatanına Hoş Geldin Evledim
- K19-19 Nisan Talat: Dostlarımla Kucaklaşmak İçin Gün Sayıyorum!
- K19-19 Nisan Dünyanın Dört Bir Yanından, Geri Dönüş İçin Binlerce Başvuru Yağıyor
- K19-19 Nisan CTP Birleşik Güçler: Bir Evet'le Dünyaya Bağlanın
- K20-20 Nisan Lefkoşalı Rumlardan Evet
- K20-20 Nisan Gül: Yatırımların Önündeki Engel Kalkacak
- K20-20 Nisan Türkiye Hükümetinin Kıbrıs'taki Referandumlardan Beklentisi 'EVET'
- K20-20 Nisan Solana: Kıbrıs İçin Avrupa Çözümü
- K20-20 Nisan 72 Uluslararası İlişkiler Akademisyeninden Çözüme Destek
- K20-20 Nisan Kofi Annan, Rumlar Güvence Talebini Kabul Etti
- K21-21 Nisan Polis Nerede?
- K21-21 Nisan De Soto: Annan Raporu Bugün Onaylayabilir
- K21-21 Nisan YSK Başkanı Erginel: 563 Sandıkta 143 Bin 648 Seçmen, Oy Kullanabilecek
- K22-22 Nisan Annan: Tarihi Fırsatı Kaçırmayın
- K22-22 Nisan 'Evet'çi Rumlar da Meydanlara İndi...
- K22-22 Nisan Avrupa Parlamentosu, Rum Yönetimini Kınadı
- K22-22 Nisan Verheugen: Kendimi Rumlar Tarfindan Aldatılmış Hissediyorum
- K22-22 Nisan Güvenlik Konseyi'nde Kıbrıs Tasarısı Reddedildi
- K22-22 Nisan 'Dünya İle Bütünleşmeye Evet Şöleni' Bugün
- K22-22 Nisan Halk Ayakta

- K22-22 Nisan Asil Nadir Bu Akşam KIBRIS TV’de
- K23-23 Nisan Güçlü Bir Evet
- K23-23 Nisan Evim Evim Güzel Evim
- K23-23 Nisan De Soto: Hala Umutluyuz
- K23-23 Nisan Kutlamalara Yağmur Engeli
- K23-23 Nisan On binler, ‘Evet’ İçin Yine Meydanlardaydı
- K23-23 Nisan Fırat: Denктаş, Kıbrıs’ın Kaybından Mı Yoksa Koltuğun Kaybından Mı Korkuyor?
- K23-23 Nisan CTP Birleşik Güçler: Bir Evet’le Dünyaya Bağlanın
- K24-24 Nisan Kader Günümüz
- K25-25 Nisan Birleşik Kıbrıs Cumhuriyeti’ne Türklerden %64.91 Evet Rumlardan %75.83 Hayır
- K25-25 Nisan Gençler ‘Denктаş İstifa’ Diye Haykırdı
- K25-25 Nisan Verheugen: Kıbrıslı Türkleri Yalnız Bırakmayacağız
- K25-25 Nisan De Soto: BM’nin Kıbrıs’taki Bürosu Kapatılacak
- K25-25 Nisan Erdoğan: Denктаş İle KKTC Halkı Farklı Kanaatler Ortaya Koydu
- K25-25 Nisan Talat: ‘İstifa Et’ Denктаş: ‘Etmem’

KAYNAKÇA

Altan, Ümmü (2010). Kıbrıs Sorunu Çözüm Sürecinde Annan Planı: K.K.T.C ve Kıbrıs Rum Basınındaki Yansımaları. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: AÜ SBE

A, Atun, ‘Rum Siyasi Aktörleri’, Kıbrıs Postası, 11.01.2010

A, An, 'Günümüzde Kıbrıs Türk Toplumunu', M. Kürkçügil (der.), Kıbrıs Dün Bugün, İthaki Yayınları, İstanbul, 2003

Çeçen, Anıl (2005). Kıbrıs Çıkmazı. İstanbul: Toplumsal Dönüşüm

Dursun, Çiler (der.) (2004). Haber Hakikat ve İktidar İlişkisi. Ankara: Kesit Tanıtım

Erdoğan, İrfan & Korkmaz, Alemdar, (2002). Öteki Kuram: Kitle İletişimine Yaklaşımların Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi. Ankara: Erk Yayınları

Fırat, Melek M (2004). 'Helsinki Zirvesinden Günümüze AB-Türkiye İlişkileri Çerçevesinde Kıbrıs Gelişmeleri.' Ankara Avrupa Araştırmaları Dergisi 4: 1

Hall, Stuart, (1997). 'İdeoloji ve İletişim Kuramı', Medya, Kültür Siyaset. (der.) Süleyman İrvan, (çev.) Ahmet Gürata, Ankara: Ark yayınları

Hançer, Eda (2006). 'Kıbrıs Türk Basınında Sahiplik Yapısı ve Haber Üzerindeki Etkileri.' Küresel İletişim Dergisi 1

Kumrulu, Ayşegül (2007). 2002 Kopenhag Zirvesi Sonrasında Avrupa Birliği Çerçevesinde Kıbrıs Sorunu. Tezsiz Yüksek Lisans Bitirme Projesi. Ankara: AÜ SBE

Muhtaroglu, Alkan (2007). 'Kıbrıs'ta Barış Kültürü Oluşturma Olasılığı: Annan Planı/Referandum ve Barış Gazeteciliği.' Kıbrıs Yazıları 5: 6

Öksüz, Onur (2007). 'Kamuoyu Oluşum Sürecinde Basın Siyaset Etkileşiminin Etik Açısından Değerlendirilmesi: 'Kıbrıs Müzakerelerinin Hürriyet Gazetesinde Sunumu.' Selçuk İletişim Dergisi 5:1

Sezer, Sema (2007). Türkiye'nin Avrupa Birliği Sürecinde Kıbrıs Faktörü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: GÜ SBE

Tuncer, Hüner (2005). Kıbrıs Sarmalı Nasıl Bir Çözüm? Ankara: Ümit

Ünlü, Cemalettin (1981). Kıbrıs'ta Basın Olayı (1878-1981). Ankara: Basın Yayın Genel Müdürlüğü

Van Dijk, Teun A., 1998, News as Discourse, Hillsdale, NJ: Erlbaum

KIBRISLI TÜRKLERİN TÜKETİM ALIŞKANLIKLARININ DEĞİŞİM VE DÖNÜŞÜMÜNDE GAZETE REKLAMLARININ ETKİLERİ: 1946-1948

Nuran ÖZE¹

Özet

Dünyada ve Kıbrıs'ta siyasi, ekonomik ve tarihsel koşullar Kıbrıslı Türk Sosyo-kültürel yapısını etkilemiştir. Tarihsel bağlamda birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış bir ada olması kültürel çeşitliliği de beraberinde getirmiştir. Bu makalede Hürsöz Gazetesinde yayınlanan gazete reklamları taranarak 1946-1948 yıllarını kapsayan yaklaşık iki buçuk yıllık arşiv incelenmiştir. 1946-1948 yıllarının araştırılma nedeni, bu yıllarda seri üretimin dünya geneline yayılmış olmasıdır.

Makalede, reklamlar tarafından yazılı basın çok-kültürlülük yansımasını ortaya koymak için çalışılmıştır. Özellikle İngiliz ve Amerikan ürün reklamları Türk gazetesinde ön plana çıkmış ve bunun Kıbrıs Türk toplumunun sosyo-kültürel yapısı ve tüketim alışkanlıkları üzerinde etkileri vardır. Reklamların sosyo-kültürel etkileri bu çalışmada dönemsel koşullara ve yaşam tarzlarına göre incelenmiştir. Yayınlanan reklamlar içerik analizi vasıtasıyla nicel ve nitel olarak incelenmiş ve bu reklamların anlamlarına bakarak Kıbrıslı Türk yaşam tarzları üzerindeki etkilerini incelemek için çalışılmıştır. Reklamlar, medya, sermayedar ve tüketici üçgeninde okunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Reklam, Hürsöz Gazetesi, Kıbrıslı Türk, Tüketim Alışkanlıkları, Yaşam Biçimi

¹ Yrd. Doç. Dr., Yakın Doğu Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Bölümü, nuran_oze@yahoo.com

**THE EFFECTS of NEWSPAPER ADS on CHANGE and
TRANSFORMATION of TURKISH CYPRIOTS CONSUMPTION HABITS :
1946-1948**

Abstract

Political, economic and historical circumstances in the world and Cyprus have affected Socio-cultural structure of Turkish Cypriots. Cyprus, is an island that has hosted to many civilizations and that brings cultural diversity to the island. This article were examined approximately two and a half years archive covering the years of 1946-1948 by scanning of newspaper advertisements published in Hürsöz Newspaper. The reason for investigating 1946-1948 years, has precisely spread around the world of mass production in these years.

In the article, has been tried it to lay out the reflection of the multiculturalism of the written press by ads. Particularly British and American product ads have come to the fore in Turkish newspaper and It has effects on socio-cultural structure and consumption habits of Turkish Cypriot community. The socio-cultural implications of ads has been examined based on periodical conditions and lifestyles in this study. Published advertisements were investigated by means of quantitative and qualitative content analysis and by looking to the meanings of these ads has been tried to study out the effects on Turkish Cypriots lifestyles. The ads has been read in the triangle of the media, shareholders and consumer.

Key Words: Ads, Hürsöz Newspaper, Turkish Cypriot, Consumption Habits, Life Style

KIBRISLI TÜRKLERİN TÜKETİM ALIŞKANLIKLARININ DEĞİŞİM VE DÖNÜŞÜMÜNDE GAZETE REKLAMLARININ ETKİLERİ: 1946-1948

GİRİŞ

1571’den beri Kıbrıs adasında yaşam süren Kıbrıslı Türkler, adanın zengin tarihi geçmişi ve hala devam eden özgün politik, ekonomik ve sosyo-kültürel yapısı dolayısıyla kültürel anlamda incelenmeye değerdir. Ulus devlet anlayışıyla yaygınlaşan milliyetçi girişimlerin, Kıbrıs’ta geçmişi 1880’lere dayanmaktadır. 1974 yılında kökeni milliyetçiliğe dayanan Türkiye ve Yunanistan’ın da müdahil olduğu savaş, Kıbrıslı Türkler ve Kıbrıslı Rumlar arasında gerçekleşmiştir. Savaş, adanın Yeşil Hat’la ikiye bölünmesine sebebiyet vermiştir. Yeşil Hat’tın kuzeyinde Kıbrıslı Türklerin yaşam sürdüğü Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti, güneyinde Kıbrıslı Rumların yaşam sürdüğü Kıbrıs Cumhuriyeti olmak iki ayrı kesim ve iki ayrı devlet mevcuttur. 41 yıldır adanın yeniden birleştirilmesi için müzakereler sürmektedir.

Bu çalışmada, Kıbrıslı Türk ve Rumların İngiliz Sömürgesi altında bir arada yaşamlarını sürdürdükleri Ağustos 1946’dan Aralık 1948’i kapsayan dönemde yayınlanan reklamlar incelenmiştir. Bu dönemin seçilme sebebi; 20. Yüzyılın ilk çeyreğinde ABD’de ortaya çıkan Fordist üretim tarzının 1945 sonrası dünya geneline yayılmış olması ve II. Dünya Savaşı sonrası dünya genelinde ekonomik, siyasi ve hegemonik olarak değişen güç dengesinin tüm ülkeleri çeşitli şekillerde etkilemesidir.

Çalışmanın ilk kısmında, Kıbrıs tarihi ve incelenecek dönemin ekonomik, sosyal, teknolojik ve politik koşulları, dünyadaki değişimlerle birlikte literatür taramalarından faydalanarak aktarılmıştır. Çalışmanın teorik omurgasını oluşturan ikinci bölümde ise II. Dünya Savaşı sonrası modernleşme, kültür, medya ilişkisi eleştirel bağlamda değerlendirilmiştir. Ardından Ağustos 1946’dan Aralık 1948’i kapsayan yaklaşık iki buçuk yıllık zaman diliminde yazılı basın arşivi Milli Arşiv’de yapılmış, yayınlanan reklamlar niteliksel ve niceliksel açıdan gerçekleştirilen içerik analiziyle incelenmiştir.

Analiz için Hürsöz Gazetesi seçilmiştir. “Söz gazetesinin devamı niteliğindeki” Hürsöz Gazetesi günlük ve 4 sayfa olarak Türkçe yayın yapmaktaydı (Kıbrıs Türk Gazeteciler Birliği, 2012, s. 80). Söz Gazetesi, Kıbrıs’ta Türkçe yayın yapan ilk gazete

olma özelliğini taşımaktadır. Söz'ün devamı niteliğindeki Hürsöz Gazetesi 21 Ağustos 1946 yılında sahibi ve başyazarı da olan Fevzi Ali Rıza Tevfik tarafından çıkarılmaya başlanmış ve yaklaşık on iki yıl kadar yayın hayatına devam etmiştir. 1950 sonrasında Türkçe gazetelerin sayısının fazlalığından gazetenin okuyucusu azalınca 1958 yılında Fevzi Ali Rıza Tevfik tarafından kapatılmıştır.

Araştırma kapsamında 415 reklama ulaşılmış, hazırlanan kodlama kitabı çerçevesinde ele alınan değişkenler yardımıyla reklamlar kodlanmıştır. Kıbrıs Türklerinin reklamlarla tüketim kültürü ve yaşam tarzı şekillenmeleri Kıbrıs'ta reklamlar üzerinden sosyo-kültürel analizler içerik analizi yöntemiyle yapılmaya çalışılmıştır. İçerik analizi kullanılmıştır çünkü "içerik analizi, insan iletişiminin evrensel özelliklerini, uygulamalarını, sebep ve sonuçlarını açıklamak için kullanılmaktadır" (Anderson, 1987, s. 89).

Kısa Kıbrıs Tarihi ve Kıbrıslı Türkler

Kıbrıs'ın Akdeniz'in ortasında bir ada olması stratejik önemi konusunda tarih boyunca fikir birliği yaratmıştır. Adanın farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmış olması bunun en önemli kanıtı niteliğindedir.

Adanın üzerinde Hititler, Mısırlılar, Fenikeliler, Persler ve Romalılar, Araplar, Bizanslılar, Venedikliler, Osmanlılar, İngilizler sırasıyla hüküm sürmüş uygarlıklardır. 1571'de Osmanlı İmparatorluğu adayı fethetmiş ve 1878'e kadar ada Osmanlı toprağı olarak kalmıştır. Kıbrıs adası 1878'de İngilizlere kiralanmıştır. 1914'de Lozan Antlaşması uyarınca ada İngiltere'ye devredilmiştir. Kıbrıs Cumhuriyeti'nin ilanına yani 1960'a kadar ada, İngiliz Sömürgesi olarak kalmıştır. Modern dünya sisteminin 1950'lerin ikinci yarısından itibaren girdiğı dekolonizasyon dönemi Kıbrıs adasını da etkilemiştir (Öze, 2014a, s. 104-105).

On dokuzuncu yüzyılın sonlarından itibaren bilhassa Rum halkını etkisi altına alan ve yirminci yüzyılın ilk yarısında iyice kızışan milliyetçi duygular, ada üzerinde yaşayan iki halk arasında çok büyük huzursuzlukların ve karşılıklı zararların yaşanmasına sebep olmuştur.

Kıbrıs adası Osmanlı tarafından 1571'de fetih edilmeden önce Venediklilerin hâkimiyeti altındaydı. Beratlı'ya göre (1999'dan aktaran Öze, 2014a), "adada yaşayan ve kendini Türk diye tanımlayan bugünkü Kıbrıslı Türkler'in ataları genel olarak adanın

Osmanlılarca fethinden sonra üretim kapasitesi düşen Kıbrıs'ta, üretimin boyutlarını yükseltmeyi amaç edinen devletin, Latinlerden arda kalan çiftliklere bilinçlice iskân ettiği, Anadolu'nun Türkmen ve Yörükleri'dir" (s. 129). Osmanlı İmparatorluğunun fethettiği yerlerde farklı dil, din ve ırktan insanlara çok baskı yapmayan bir yaşam hakkı sunuyor olması her ne kadar çok demokratik bir yaklaşım olsa da, ulus devlet bilincinin yerleşmesi ve buna bağlı milliyetçilik akımlarıyla zamanla imparatorluğun aleyhine işleyen bir mekanizmaya dönüşmüştür. An (1999), "1800-1880 yılları arası Kıbrıs'ın politik ve kültürel tarihinin en önemli yılları" (s. 23) olarak nitelendirmektedir. Bu dönemde Kıbrıs Rumları, dil ve din ilişkileri nedeniyle diğer Yunan bölgeleriyle kültürel yönden bağlarını koparmamışlardı. Yunanistan'da Osmanlı yönetimine karşı bağımsızlık hareketi gelişirken, Kıbrıs'ta da entelektüel aydınlanma ve milli uyanış başlamıştı.

'Turkokratia' (Türk Hükümlanlığı) olarak adlandırılan Osmanlı İmparatorluğu'ndan ayrılarak Yunanistanla birleşme (Enosis), Megali İdea'nın ortaya koyduğu ulusal hedef olmuştı. Hem ulusal kimliği belirleyen, hem de siyasi program olarak benimsenen Megali İdea, kimlik ile siyaset arasında bire bir ilişki kurulmasına yol açmıştı. Siyasetin sınırlarını zorlayan bu anlayış, neredeyse metafizik bir işleve sahipti. Olumlu olumsuz, her türlü siyasi ve toplumsal koşullarda sürdürülen Enosis politikası, Yunanistan'ı, daha sonra da Kıbrıs'ı 'ulusal felaketlerle karşı karşıya bırakacaktı (Kızılyürek, 2002, s. 53).

Bu noktada "sosyal değişim asla tek yönlü değildir ve daima daha önce vuku bulmuş olaylarla şekillenir" (Bryant, 2002, s. 18) demek yanlış bir yorum olmayacaktır. Bu bağlamda Osmanlı fethi öncesi, esnası ve sonrasındaki tarihsel olaylar adanın bugün içinde olduğu durumun belirleyeni olarak kabul etmek gerekmektedir.

Hasgüler, "Kıbrıslılık kimliği denince akla Kıbrıs'ta son yarım yüzyılda yaşanan sömürgecilik-karşıtı süreç ve Kıbrıslıların ona karşı sergiledikleri tutum ve davranışların bir anlamda kodlanması da geldiğini" söylemektedir. Hasgüler, "sömürgecilik sürecinin ilk dönemlerinde Rumlarla Türkler arasında pek sorun yaşanmadığını, farklı dinsel kimliklerin ortak hayat alanı içerisindeki yansımaları modernleşme etkisinden bağımsız olduğu için toplumsal huzursuzluk yok denecek düzeyde olduğu"na değinmektedir. "İkinci Dünya Savaşı sonrası dünyada başlayan yeni düzenlemeler ve onların yarattığı sömürgecilik karşıtı tepkiler, bu geri kalmış adayı bir anda sardığını ve kuşattığını" belirtmektedir. Hasgüler, "Kıbrıs'ta dünyadaki gelişmelerle aydınlanmasını paralel biçimde gerçekleştiren Kıbrıs Rum Toplumu ile bu aydınlanmayı bir bakıma geriden

izleyen Kıbrıs Türkler” (2008, s. 5) değerlendirmesini yapmaktadır. Copeaux (2008) ise “Kıbrıslı Türklerin 1950’li yıllardan önce, kendilerini Kıbrıslı Müslüman topluluk olarak gördüklerini ve genel olarak Kıbrıslıların, maddi, yasal ve kültürel olarak hayatlarını biçimleyen Britanyalı alışkanlıklara sahip oldukları”na (s. 34) değinmektedir.

Dekolonizasyon süreci devam ederken dünya genelini etkileyen ABD kökenli 1929 ekonomik krizi de patlak vermişti. Diğer yandan II. Dünya Savaşının zemini oluşmaktaydı.

İngiltere savaşa ilgili yeni stratejiler geliştirirken adadaki ekonomik hayat hiç de parlak değildir ve özellikle bütün dünyayı kasıp kavuran 1929 ekonomik buhranından darmadağın çıkmış olan Kıbrıs’ta neredeyse tamamı tarım ve hayvancılıkla geçinmeye çalışan, bazıları da özellikle Lefke’deki maden ocaklarında çalışan insanlar büyük bir yoksulluk ve sefalet içindedirler ve ekonomik sıkıntılar da had safhadadır (Keser, 2011, s. 216).

II. Dünya Savaşı gündeme geldiğinde İngiliz yönetimi bilinçli bir şekilde Kıbrıs’taki iş sahalarını kapatmış ve adada işsizliğin artmasını bilinçli bir şekilde sağlamıştı. Demirağ’a göre (1999) “İkinci Dünya Savaşı’nın patlak verdiği 1 Eylül 1939’dan sonra Kıbrıs’ta bütün hizmet sektörleri kapanmış, savaş nedeniyle tarım ürünlerinin ihracı durmuş ve her tarafta işsizlik, fakirlik ve geçim sıkıntısı çekiliyordu. Tek açık iş sahası askerlikti” (s. 9). Böyle bir konjoktürde çalışma kapsamında değerlendirilecek reklam içeriklerinde, II. Dünya Savaşı sonrası Kıbrıs’ta üretimin gerilemiş olması ve yayınlanan reklamların büyük çoğunluğunun ithal ürünlerle ilgili olması beklenmektedir.

Kıbrıs’ın bir ada olması ve konumu her daim adanın kaderini belirleyen ana etken olmuştur. “Modern dünya sisteminin başlangıcından bu yana, Karayipler’den Pasifik’e kadar küçük ada toplumlarında nüfusun etnik bileşimi bir sabite ya da demografik eğilimler doğrultusunda kendiliğinden değişen bir parametre olmaktan çok, stratejik çıkarlar doğrultusunda değiştirilen bir parametredir” (Türel, 2002, s. 60-61). İkinci Dünya Savaşı sonrasında oluşan yeni güç dengesi, doğal olarak Ortadoğu ve Doğu Akdeniz’deki taşları yerinden oynatmıştır. Dünya sisteminin 1945 sonrası lideri ABD olmuştur. Kıbrıs adasının geleceği, “sürekli değişme ve coğrafi genişleme özelliği taşıyan ekonomik sistemin” (Gilpin, 1987, s. 20; Wallerstein, 1991, s. 231’den aktaran Tayfur,

2002, s. 14) 19. yüzyıldan itibaren Doğu Akdeniz’de kendisini etkin ve kararlı bir biçimde göstermeye başlamasıyla birlikte yeni bir döneme girmişti. Ulus-devletler buldukları bölgede yeni sistemin temsilcilerine dönüşüyorlar ve sistemin yarattığı ekonomik kardan ‘katkıları’ çerçevesinde pay alır duruma gelmişlerdi.

II. Dünya Savaşı Sonrası Modernleşme, Kültür, Medya İlişkisi

Medya artık etkisi altındaki insanların neyi, nasıl tartışması gerektiğinin yanında, yaşama-olaylara-sorunlara nasıl yaklaşılması gerektiğini de belirler duruma gelmiştir. Tam da bu yüzden medyayı sadece "haber verme, eğitime, eğlendirme, mal/hizmet tanıtma" (Aziz 1976, s. 40-44’den aktaran Özdemir, 2001, s. 113) işlevlerine sahip olarak değerlendirmek yetersiz kalmaktadır. Güçlü İletişim Araçları Yaklaşımı’na göre medya, kanı ve inançları biçimlendirecek, yaşam alışkanlıklarını değiştirecek ve bu araçları elinde bulunduranların veya denetleyenlerin (de) istekleri doğrultusunda toplumsal davranışları (dahi) yönlendirecek güce sahiptirler (Mutlu’dan aktaran Özdemir, 2001, s. 113).

İnsanlar arası başlıca ilişki biçiminin kitle iletişim araçlarıyla gerçekleştiği modern toplumsal formasyon olan kitle toplumunda, kitle iletişim araçlarıyla standardize bir şekilde üretilen/imal edilen-pazarlanan ve tüketilen kitlesel kültürün, yerel halk kültürünü yok ederek, onun yerini almakta olduğu, bizzat iletişim bilimciler tarafından ifade edilmektedir (Mutlu 1994, s. 131-133’den aktaran Özdemir, 2001, s. 114).

Özdemir (2001), “medyanın mal ve hizmetlerin tanıtılması işlevi göz önünde bulundurulduğu takdirde, reklam olgusunun da tartışılması gerektiği”ni (s. 115) belirtmektedir.

Mutlu (2005) ise “Amerikan kültürünün savaş Avrupa’sında, bilhassa Hollywood aracılığıyla ve esas olarak savaş koşulları nedeniyle ulusal kültürler karşısında alan kazanacak şekilde yaygınlaşması, Amerika’nın savaş sonrası dönemde kapitalist dünyanın ekonomik ve askeri liderliğine oturacak güce erişmesi ve bu makama yerleşmesine karşılık gelen emperyalizm tezleri, bugünün şartlarında arkaik komploculuğa tekabül ettiğini” (s. 289) iddia etmektedir. Ancak II. Dünya Savaşı Sonrası dönemde, bugünün koşullarının mevcut olmadığı yeni bir dünya düzeni

oluşmuştu. Şu an teknolojiden ötürü arkaik bir komploculuk olarak değerlendirilebilecek olan bu mevzu, II. Dünya Savaşı sonrası dönemin realitesiydi. Giddens'in (Giddens'dan aktaran İçli, 2001) da belirttiği gibi "modernizasyon toplumsal ilişkileri yaygınlaştırmakta, toplumlar arasında küresel ilişki ağları kurulmasını sağlamaktaydı" (s. 164-165).

Harvey'e göre (1999), I. Dünya Savaşı'ndan önce ortaya çıkan modernizm, üretim (makine, fabrika, kentleşme), dolaşım (yeni ulaşırma ve haberleşme sistemleri) ve tüketim (kitle pazarlamanın reklamcılığın, kitleye yönelik modanın ortaya çıkışı) alanlarında yeni koşulların yaratılmasında öncü rolü oynamaktan çok, bu koşullara bir cevaptır. Ama bu cevabın aldığı biçim, daha sonra küçümsenmeyecek bir etki taşıyacaktır. Bu cevap, yalnızca bu değişiklikleri içselleştirme, düşünme ve kodlaştırma konularında işe yaramakla kalmayacak, bu değişiklikleri değişikliğe uğratma ya da destekleme yönünde harekât hattı konusunda da düşünceler ortaya koyacaktır (s. 37).

Harvey (1999), "eğer kültüre, toplumsal değer ve anlamların aktarımının kodlarına bir ağ gibi yerleşen gösterge ve anlamlandırmaları (buna dil de dahildir) bütünü olarak bakarsak, bu takdirde para ve metaların kültürel kodların temel taşıyıcıları olduğunu teslim ederek kültürün günümüz koşullarındaki karmaşıklıklarının üzerindeki peçeyi açma görevinde bir ilk adım atmış olacağımızı" (s. 333) iddia etmektedir. Hardt ve Negri (2003) ise "talep hacmini artırmak için tüketme hacminin uzmanlarca kamçıldığını" söylemektedir. "Reklamcılık, kültürel nesnelerin üreticileri ile genel kamu arasında temas noktalarından biridir. Tüketici piyasalarında talebe yeterli canlılık kazandırabilmek için kullanılan kapitalizmin resmi sanatıdır" (s. 74). Fiske'ye göre (1999), "kültür endüstrisinin en önemli ürünü reklamcılara satılan metalaştırılmış izler kitledir" (s. 39). Bu makalede izler kitle yerine Hürsöz Gazetesi'nin okuyucuları düşünülmelidir.

Cılızoğlu (2007), "potansiyel tüketicinin üretilenden haberdar edilmesi sürecinde en önemli unsurlardan biri, ürün gruplarının temel vaatleri arasında çok önemli somut farklılıkların bulunmaması ve de '*sembolik yararın*' vurgusunun ön plana çıkarılması gerektiğini dile getirmektedir. Reklam mesajlarının kodlanması sürecinde sembolik yararın ön plana çıkarıldığı duygusal çağrışımlı mesaj yaklaşımlarının rasyonel mesaj yaklaşımlarına oranla kullanılması kaçınılmaz bir sonuç olarak karşımıza çıktığını" (s. 283-284) iddia etmektedir.

Berger'e göre (2010), "reklamlarla verilen mesajlar bir an için de olsa belleğimizi imgeleme, anımsama ya da beklentiler yoluyla uyarırlar. Ve bu imgelerin içinde yaşadığımız ana bağlı olmamaları, buna karşılık gelecekte söz etmeleri üzerimizde, çok alıştığımız bu yüzden de dikkat etmediğimiz garip bir etki yaratır" (s. 129-130). Berger'in bu iddiasını çalışma açısından düşündüğümüzde dönemsel koşullardan dolayı reklamların okuyucular üzerinde dikkate değer bir etki yaratacağı düşünülmektedir.

II. Dünya Savaşı sonrası dönem birçok kuramcı tarafından tüketim kültürünün ortaya çıktığı zaman dilimi olarak tabir edilmektedir.

Eleştirel reklam çalışmaları tüketim toplumu/tüketim kültürü eleştirisinden hareket eder. Tüketim toplumu; kimi araştırmacılara göre başlangıç olarak kitlesel eğlencenin, tatil gezilerinin, boş zamanın ortaya çıktığı 19. Yüzyılda ortaya çıkmış, kimi araştırmacılara göre ise (ki genel eğilim budur) II. Dünya Savaşı sonrası Fordizm ve seri üretim ile Amerikan toplumunda ortaya çıkmıştır. Savaş sonrası oluşan toplumsal refah, 1929 ekonomik bunalımını tekrarlamamak için tercih edilen ve toplam talebi artırmayı hedefleyen Keynesyen ekonomi politikalarının tercih edilmesi ve Fordist üretim tarzı sonucu Amerikan toplumunda başlayan ve diğer batılı ülkelere yayılan tüketimdeki artışla birlikte, tüketim kültürünün yaygınlaştığı kabul gören bir yaklaşımdır (Dağtaş, 2009, s. 59)

Amaç ve Yöntem

Bu çalışmada Kıbrıs Türk kültürü ve yaşam tarzının reklamlardan etkileniş şekli yazılı basın üzerinden incelenmiştir. Bu bağlamda dönemin önde gelen Türkçe gazetelerinden kesintisiz arşive sahip Hürsöz Gazetesi taranmıştır.

Reklamın yaşam tarzı aşılması; Kıbrıs 1946-1948

Reklam metinlerinin toplumsal ve kültürel değişimlerden bağımsız çalışmalar olmadıkları göz önünde bulundurularak yapılan bu kısa dönemli reklam tarihi incelemesinde, Kıbrıs Türk toplumunun o dönemdeki kültürel ve toplumsal değişimleri gözlemlenmeye çalışılmıştır.

Kıbrıs'ta II. Dünya Savaşı sonrası dönemde yazılı basın en etkili enformasyon edinme şekliydi. Özdemir'e (2007, s. 14) göre yazılı medya, bugün olduğu gibi o dönemde de, sadece bir araç ya da aracı değil, yeni ya da farklı bir yaşam oluşturuvcu dinamik olarak işlev üstlenmiştir. Yazılı medyanın süreli yayımlanması; gündelik yaşamda meydana gelen her türlü değişmeyi kısa aralıklı, hızlı değişmelerin temel bağlamını, nedenini oluşturmuş.

Bu bölümde yer alan niceliksel ve niteliksel içerik analizi yöntemin kullanıldığı araştırmanın cevap aradığı temel araştırma sorusu şudur:

Yayınlanan reklamlar ürün/hizmet pazarlamaktan öte yaşam tarzı ve tüketim alışkanlıklarında geleneksellikten uzaklaşarak ulus ötesi yaşam tarzlarını mı yerleştirmeyi amaçlamaktadır?

Bu sorunun araştırılmasına yönelik alt sorular ise aşağıdaki gibidir:

(1) Yazılı basında yayınlanan reklamlar yerel ürünlerden ziyade ithal ürünler hakkında mıdır?

(2) Kıbrıs'ın ve Kıbrıslı Türklerin tüketim alışkanlıkları, yayınlanan reklamlar vasıtasıyla dünyada değişen yeni ekonomik sistemden etkilendiği ve ulus ötesi kültürlerin ulusal tüketim alışkanlıklarını reklamlar vasıtasıyla değiştirip dönüştürmekte midir?

Yöntem

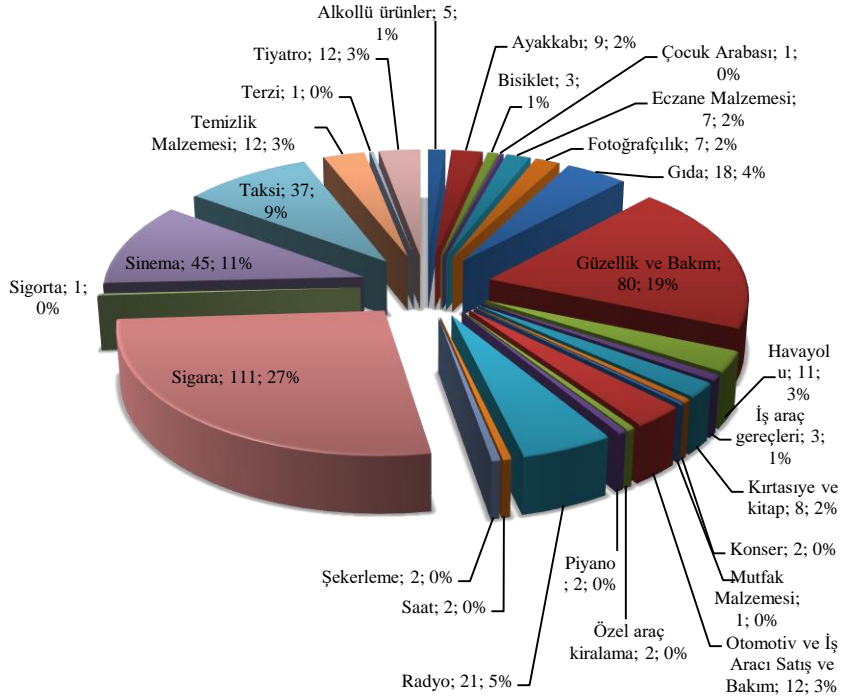
Bu araştırma sorularını cevaplayabilmek amacıyla geliştirilen kodlama tablosundaki değişkenler, 21 Ağustos 1946 – 31 Aralık 1948 tarihleri arasında Hürsöz Gazetesi'nde yayınlanan toplam reklamlar; ürün kategorileri, marka ve üretim menşeilere göre dağılımları tablolaştırılarak saptanmaya çalışılmış ve istatistiksel bir sonuç elde edilmesi hedeflenmiştir.

Kodlamalar yapılırken: Birinci aşamada, Hürsöz Gazetesi'nde yayınlanan reklamlar ürün menşeilere, ürün sayıları, reklam konusu, marka ve reklamda kullanılan sloganlar alfabetik sıraya göre tablolaştırılmıştır. İkinci aşamada, reklamın konu aldığı ürün türleri, reklam sayısına göre kodlanmıştır. Üçüncü aşamada, ülkelere göre reklam dağılımları yayınlanma sayısına göre kodlanmıştır. Son kısımda ise en çok öne çıkan ilk üç ülke (İngiltere, Kıbrıs, Amerika) reklamları markalara ve reklam oranına göre incelenmiştir.

Bulgular

21 Ağustos 1946 – 31 Aralık 1948 dönemini kapsayan iki buçuk yıla yakın zaman dilimiyle ilgili Hürsöz Gazetesi arşivlerinde yayınlanmış 415 reklama

rastlanmıştır. İthalatçı olarak geçen reklam menşelerinde, ithalatı yapılan ürünlerle ilgili reklam içeriğinde belli bir ülke saptaması yapılamamıştır. Bu tip reklamlar tabloya ithalatçı firma verisi olarak işlenmiştir



Şekil 1: 21 Ağustos 1946 – 31 Aralık 1948 Reklamların Konu Dağılımı

Tablo 1'deki reklam veren firmalar incelendiğinde (yayınlanan reklamda firmanın adı geçtiği takdirde belirlemek mümkündür), birçok Rum firmasının Türk gazetesine reklam verdiği ortaya çıkmıştır. Ulus devlet ve etnik kimlik yükselişte olmasına rağmen, ticari ilişkilerin bir mukabele devam ettiği reklamlar vasıtasıyla gözlemlenmiştir. İnceleme yapılan dönemde Türk ve Rum halkları Kıbrıs adasında bir arada yaşamaktaydı ve bu dönemde henüz ticaret alanında milliyetçi duygular kendini tam anlamıyla göstermemişti. Ancak karşılaşılan bazı reklamlarda (Resim 1'e bakınız), milliyetçi duyguların işlendiği de göze çarpmıştır. Resim 1'de yer alan reklamda kullanılan cümleye bakıldığında Kıbrıslı Türklerde Türklük bilinci aşılanarak, milliyetçi duygularla ürün pazarlaması yapıldığı görülmektedir.

Konu Dağılımlarına Göre Reklamlar

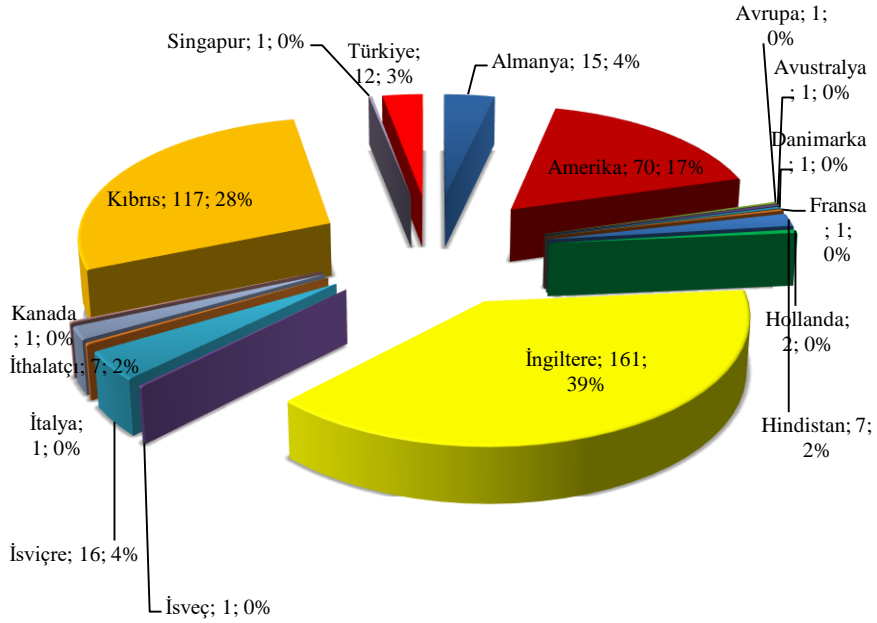
Tablodaki veriler reklamların konu dağılımlarına göre kategorileştirildiğinde, 26 farklı ürünle ilgili reklam saptanmıştır (Şekil 1'e bakınız). 26 farklı ürün arasından 6 ürün, yayınlanan tüm reklamların %76'sını oluşturmaktadır. Reklamların %27'sinin sigara, %19'unun güzellik ve bakım, %11'inin sinema, %9'unun taksi, %5'inin radyo ve %4'ünün gıda alanında yapıldığı görülmektedir. Elde edilen oranlardan yola çıkarak 1946-1948 yılları arasında belli ürün ve hizmetler için reklamlar vasıtasıyla firmaların tüketim alışkanlığı oluşturmaya çalıştığı saptaması yapmak yanlış olmayacaktır. 415 reklamın 111'nin sigara reklamı olması, incelenen dönemde sigara kullanım alışkanlığı yaratılmaya çalışıldığına da göstergesidir. Sigara kullanım alışkanlığı aşılanırken bilhassa reklamlarda kadın figürünün öne çıkması (Resim 2'ye bakınız) bir diğer ilginç noktadır. 1940'lı yılların ortalarında Kıbrıs'ta kadınların uzun yıllar ulu orta sigara içmesi ki toplumun yarı nüfusudurlar, daha da ötesi sigara içmesi toplum tarafından yadsınan, kadına yakıştırılmayan bir durumdu. Bu reklamlarda zarif bir şekilde sigara içen kadın figürü kullanımının öne çıkması, toplumsal baskıyı yenerek, yeni hedef kitlelere (kadınlara) bu alışkanlığı yerleştirme amacıyla bağdaştırılabilir. Diğer bir konu ise sigara gibi sağlığa zararları kanıtlanmış bir ürünün boğaza tesir etmeyeceği iddiası ilgi çekicidir. Ki günümüzde sigara ile ilgili değil reklam herhangi bir teşhir ürünü ile satış promosyonu dahi yapmak Kıbrıs'ta hukuken yasaklanmıştır.

Yüzde ondokuz ile (80 adet reklam) ikinci sıraya yerleşen güzellik ve bakım ürünleri yine kadınları hedef alan reklam çalışmaları olarak öne çıkmaktadır. 1946-1948 yıllarında Kıbrıslı kadınlar iş gücüne henü bugünkü kadar katılmamıştı, hatta o dönemlerde Kıbrıslı erkekler bile iş bulmakta güçlük çekmekteydiler ve bu yüzden II. Dünya Savaşı'na asker yazılmaktaydılar. Okuma yazma oranının bugünkü kadar yüksek olmadığını ve gazetelerin o dönemlerde daha çok kahvehanelerde erkeklerce okunduğunu düşünürsek, kadınlara yönelik ürünlerin erkekleri hedef alarak pazarlanmaya çalışıldığını söylemek yanlış olmayacaktır.

O dönemin Kıbrıs'ında en önemli hatta tek sayılabilecek eğlencesi %11'le (45 adet reklam) üçüncü sıraya yerleşen sinemalarıydı (Resim 4'e bakınız). Açık hava sinemalarında gösterilen ünlü Türk filmleri Kıbrıslı Türklerin eğlenme, sosyalleşme ve boş zaman pratiklerini gerçekleştirme yollarıydı.

Ülke menşelerine göre reklamlar

21 Ağustos 1946 – 31 Aralık 1948 döneminde Hürsöz Gazetesi'nde yayınlanmış reklamlardaki ürünlerin ülke menşelerine göre dağılımına bakıldığında, iki buçuk yıla yakın dönemde 16 ülke ve tam menşeleri bulunamayan ve ithalatçı olarak kaydedilen toplam 17 noktadan ürün ve/veya hizmet reklamına rastlanmıştır



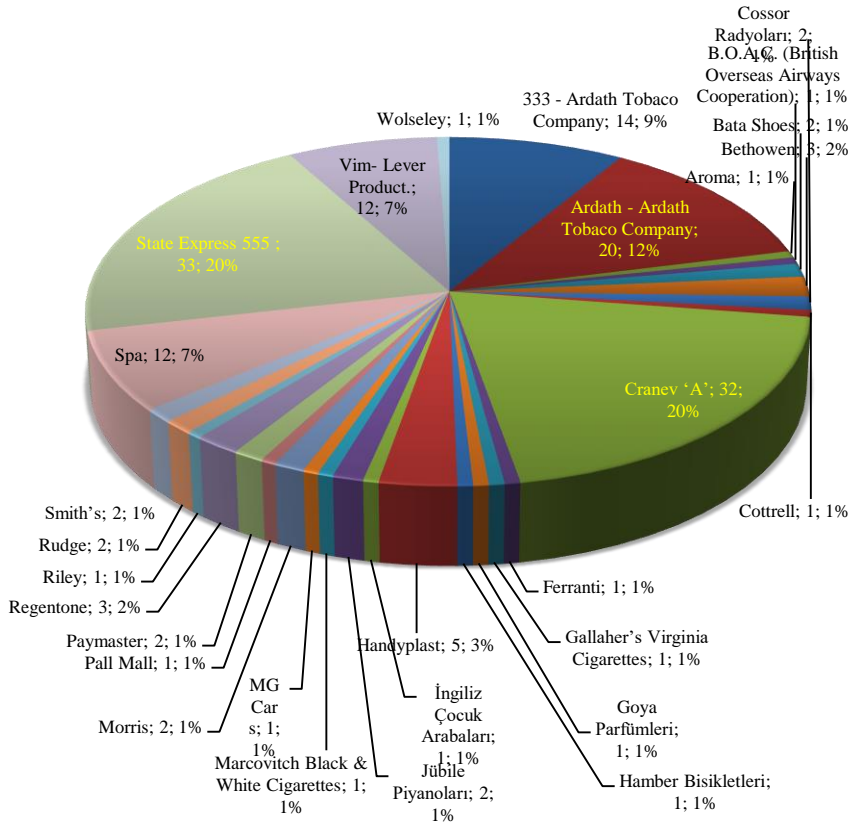
Şekil 2: Ürünlerin Ülke Menşelerine Göre Dağılımı

İngiltere, Kıbrıs ve Amerika'nın bu reklamların tümünün %84'ünü oluşturmaktadır. Yayınlanan reklamların %39'unun (161 adet reklam) İngiliz, %28'nin (117 adet reklam) Kıbrıs ve %17'sinin (70 adet reklam) Amerikan ürün/hizmeti hakkında olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra toplam reklamların %72'sinin (298 adet ürün reklamının) Kıbrıs dışında üretilip ithal edilen ve pazarlanan ürünlere ait olduğu saptanmıştır. Kıbrıs'ta üretimden ziyade ithalat odaklı bir ekonomik düzen olduğu, bilhassa İngiltere ve Amerika'nın Kıbrıs adasına yaptıkları ihracatın en yüksek paya sahip olduğu ve Kıbrıs'taki yaşam tarzlarını şekillendirmekte bu ülkelerin reklamlardan da faydalandığından bahsetmek yanlış olmayacaktır. Bu sonuçlar, üç ülkeye ait reklamların daha detaylı incelenmesinin Kıbrıslı Türklerin araştırılan

dönemde ürün/hizmet tüketimine yönlendiriliş şekillerini anlamlandırmayı olanaklı kılacaktır.

İngiltere menşeli ürün/hizmet reklamları

21 Ağustos 1946 – 31 Aralık 1948 döneminde Hürsöz Gazetesi'nde yayınlanmış reklamlarda İngiltere'ye ait marka/ürünler %39 (161 adet reklam) ile en yüksek orana sahiptir. 415 reklamın 111'nin (%27'sinin) sigara reklamı idi. Bu sigara reklamlarının %95.5'i İngiliz markalarına aittir. Toplam İngiliz marka/ürün reklamlarının ise %65.8'ini sigara reklamları oluşturmaktadır. İngiltere, Kıbrıs'ta kendi tütün ürünlerinin tüketimini artırmak üzere reklamlardan yararlanırken sıklıkla ünlü İngiliz tütünü ibarelerini reklam içeriklerinde kullandığı görülmüştür .



Şekil 3: İngiltere'ye ait Marka/Ürünler

Bugün Unilever firmasının tüm ürünleriyle Kıbrıs'ın kuzey ve güneyinde hala en çok satan temizlik malzemeleri arasında bulunmasının kökenlerini belki de 1940'lı,

1950'li yıllarda Lever ürünü olan Vim'in reklamlarıyla artmıştır. Resim 3'de de görüldüğü üzere Vim reklamları, ürün yerleştirmek, kullanım alışkanlığı kazandırmak, yeni ürünü tanıtmak amacıyla yapılmaktaydı.

Yüzyılın ikinci yarısında başlayan ilk kitlesel pazarlama kampanyaları bugün anladığımız anlamda markalamadan çok reklama ilgiliydi. Yeni icat edilmiş ürünler yelpazesıyla; radyo, fonograf, araba, ampul ve benzerleriyle karşı karşıya gelen reklamcıların herhangi bir şirket için marka kimliği yaratmaktan daha zor görevleri vardı: Önce insanların yaşam tarzlarını değiştirmeleri gerekiyordu. Reklamlar insanları bazı yeni icatlardan haberdar etmeleri, daha sonra örneğin otobüs yerine araba, posta yerine telefon ve gaz lambası yerine elektrikli ampülü kullanırlarsa hayatlarının daha iyi olacağına ikna etmeleri gerekiyordu (Klein, 2002, s. 29).

Yaylagül'ün (2009, s. 144) belirttiği gibi reklamcılık, hem ekonomik hem de kültürel boyutları olan ve günümüz piyasa toplumlarının ayrılmaz bir parçası olarak yeniden üretimini sağlayan temel kurumlardandır.

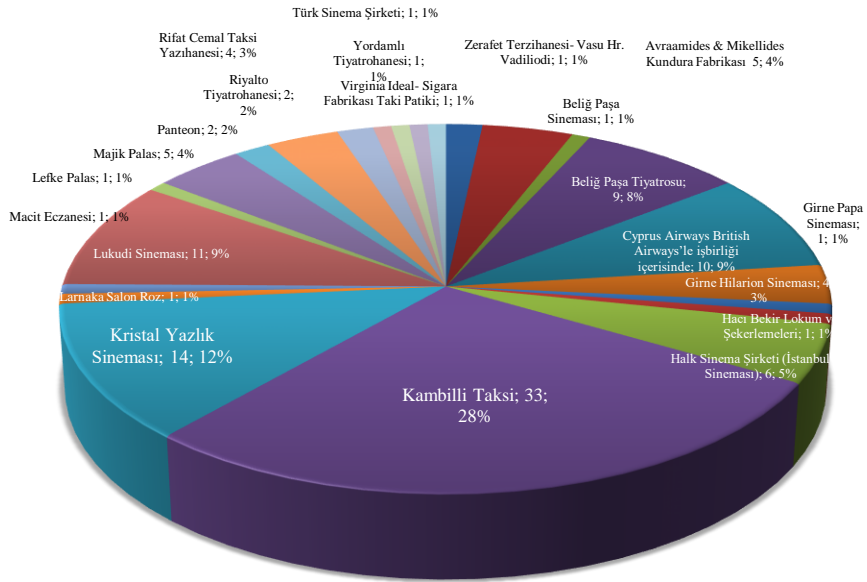
Günümüzde hala İngiliz markalarının Kıbrıslı Türkler tarafından tercih edildiği, hatta bisiklet denince hemen akla İngiliz marka Riley bisikletlerin gelmesi, çayın bile İngiliz usulü hala sütlü içilmesi, kolonizasyon olmanın ve İngiliz markalarının Kıbrıs halkına derinlemesine nüfus etmesinin göstergeleridir.

Kıbrıs menşeli ürün/hizmet reklamları

21 Ağustos 1946 – 31 Aralık 1948 döneminde Hürsöz Gazetesi'nde yayınlanmış reklamlarda, Kıbrıs'a ait marka/ürünler ikinci sıraya yerleşmektedir. Kıbrıslı firmalar tarafından yayınlanan reklamların %50'sini (58 adet reklam) sinema, tiyatro ve konser gibi sanatsal etkinlikler, %33'ünü (37 adet reklam) ise taksi ve araç kiralama hizmetleri oluşturmaktadır. Kıbrıslı firmalar tarafından yayınlanan reklamların toplamının %83'ünü hizmetler sektörünün oluşturması, dayanıklı ve dayanıksız tüketim mallarının üretilmekten ziyade ithal edildiğinin göstergesidir.

Yapılan araştırmada radyo, daktilo, fotoğraf makinesi gibi ürünlerin reklamlarıyla karşılaşmış olmasına rağmen 1930'larda seri üretime geçmiş ve pazarlanmaya başlanan televizyonun reklamına rastlanmamıştır. Kuvvetle muhtemel, o dönemin Kıbrıs'ında ciddi anlamda ekonomik sıkıntıların mevcudiyeti ve nüfusun azlığı, adanın yeni icat edilmiş pahalı cihazlar için piyasa adayı olmasını engellemiştir.

Günümüzün eğlence ve boş vakit geçirme alışkanlıkları, 1940'lı Kıbrıs'ındaki alışkanlıklarla farklıydı, teknolojik olanaklar bunun tetikleyicisiydi. Sinema, tiyatro ve konser gibi etkinlikler insanların bir araya gelmesini sağlarken, televizyon yalnız başınıza ya da özel alanınıza girmesine müsaade ettiklerinizle izlenebilecek bir cihazdır. Sinema, tiyatro, konser gibi etkinlikler sosyalleşmeyi, televizyon bireyselliği ve toplumdan yabancılaşmayı, yalnızlaşmayı tetikleyen boş zaman geçirme etkinlikleridir (Resim 4).



Şekil 4: Kıbrıs'a ait Marka/Ürünler

Taksi ve araç kiralama bürolarının gündeme gelmesi, o dönemde Kıbrıs'ta çok az insanın şahsi aracının bulunmasıyla ilişkiliydi. Toplu ulaşım hizmetlerinin de çok gelişkin olmadığı bu dönemde taksilerin dolmuş gibi kullanılması ulaşım ihtiyacının karşılanması için ortaya atılan yeni bir hizmetti (Resim 5). Tellan'a göre (2009) bir yandan "sanayileşme, toplum içi ve toplumlar arası ilişkileri geçmişin ihtiyaçlarından koparıp yeni dönemin taleplerine göre şekillendirmeye başlarken" (s. 18), öte yandan

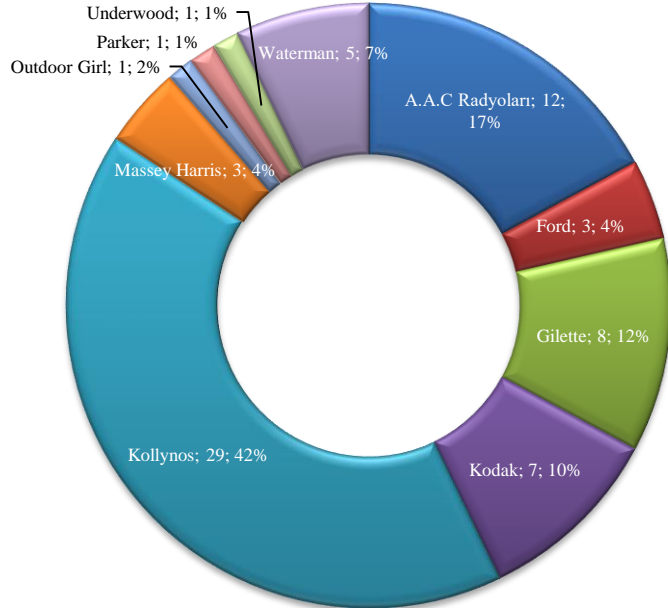
Magdoff'a göre (2006), "sermaye birikimi sürecinin ve sürekli gelişmekte olan teknolojilerin yarattığı basınç, kapitalist olmayan yöreleri birer müşteriye dönüştürme çabalarını ve bunun beraberinde de toplumsal yapıların parçalanmasını körüklüyordu" (s. 135).

ABD menşeli ürün / hizmet reklamları

İncelenen dönemde yayınlanan reklamların %17'sinin (70 adet reklamın) ABD menşeli ürün/hizmetlerle ilgili olduğu saptanmıştır. Bu oranlar Amerikayı en fazla reklamı yayınlanan üçüncü ülke sırasına yerleştirmiştir. II. Dünya Savaşı sonrası dünyadaki en büyük ekonomik güç olarak anılan ABD'nin dünya geneline Amerikan tarzı yaşamı kitlesel ürünler olarak pazarlamaya başladığı bir dönemdir. Sadece Kıbrıs'ta değil dünya genelinde savaşın ve ekonomik yıkımlarından uzaklaşmaya başladığı bu yıllar ekonomide görece iyileşmeleri de beraberinde getirmiştir. "Ekonomideki görece iyileşme ile birlikte yaşam tarzı ve tüketim alışkanlıklarında geleneksel değerler ve geleneksel yaşama biçimi ve anlayışından hızla uzaklaşmaya başlanmıştır" (Topçu, 2009, s. 192). İncelenen dönemin bir diğer önemli özelliği, yine yukarıda değinilen ABD odaklı bir siyasal anlayış ve ekonomik alanda İngiltere ile ittifak içerisinde olmanın getirisi olarak 'Amerikan tarzı yaşam'a uygun ürün reklamlarıyla karşılaşmıştır

İş âlemi tarafından desteklenen ve reklamlarla bezenmiş bulunan yayınlar, kitle iletişim araçları vasıtasıyla yayınlanmakta, yurt dışında faaliyet gösteren Amerikan firmalarının fiziksel varlıklarının korunmasını, iş âleminin olmazsa olmaz desteklerinden olan özel sektör yanlısı davranışların ve tüketim tutkusunun var olmasını mümkün kılan değer yargılarının ve tutumların güçlenmesini temin yoluyla amacına hizmet etmektedir. Amerikan ticaret kültürü, yoluna çıkan her nesneyi sarıp sarmalamakta, bir yandan bireysel içgüdülere hitap ederken öte yandan da ağzına çaldığı bir parmak bal ile, önüne serdiği hayal âlemi ile insanları tüketim çılgını haline getirmektedir (Schiller, 2005 , s. 218-219)

Ünlü Amerikan marka Kollynos dış macununun Amerikan orijinli reklamların %42'sini oluşturması rastlantı değildi (Resim 6). Kıbrıs'ta o dönem için bu ürün 'yeni'ydi, piyasada olmayan, bilinmeyen ve tüm herkese hitap eden, döneme göre lüks bir ürün. Eski Kıbrıs insanları dışmacunu ile tanışmadan önce dişlerini çürümelerden korumak ve temizlemek için kalın tuzla ovarlardı



Şekil 5: 21 Ağustos 1946 – 31 Aralık 1948 Döneminde Hürsöz Gazetesi'nde Yayınlanmış Reklamlardaki Amerika'ya ait Marka/Ürünler

Gilette, yine temizlik ve bakım için erkeklerce kullanılan bir marka ve Kıbrıs'ta hala en çok tercih edilen tıraş bıçağı ve losyonu markasıdır (Resim 7). Amerikan radyo ve arabaları ile ilgili reklamlar ise teknolojinin merkezi olarak Amerika'nın o dönemdeki dünya piyasa hâkimiyetinin göstergesi niteliğindedir. Diğer yandan en yüksek kar marjının teknik donanımlı ürünler üzerinden elde edildiği ve en pahalı ürünlerin yine ABD menşeli olması dikkat çekicidir. Amerikan ürünleri ve markaları, reklam sayısı olarak üçüncü sırada yer alsa da, sattığı ürün tipi ve elde ettiği kar anlamında birinci sırada yer aldığı aşikârdır.

Tartışma ve Sonuç

Kıbrıs'ın Akdeniz'in ortasında ve stratejik öneme haiz bir ada olması, yüzyıllardır birçok medeniyete ev sahipliği yapmasıyla sonuçlanmıştır. Bu da adadaki nüfusun yapısının etnik ayrımlara göre çeşitlenmesini ve ayrıca nüfusun ister istemez stratejik olarak adaya yönelik atılan politik ve ekonomik adımlardan da etkilenmesini beraberinde getirmiştir. Dünya genelinde olduğu gibi ekonomik, politik, siyasi güç

dengelerindeki değişim ve dönüşümler tüm dünyada olduğu gibi Kıbrıs toplumunu da kendi eksenine çekmekte ve ticari alanda da hâkimiyetini göstermektedir. II. Dünya Savaşı sonrası ABD'nin dünyadaki ekonomik ve dolayısıyla politik anlamda hakimiyetini ilan edişi, İngiltere'nin ABD ile ittifak içerisinde ilişkilerini dengelemesini beraberinde getirmiştir. İncelenen dönemde İngiliz sömürgesi altında olan Kıbrıs'ta yayınlanan Türkçe Hürsöz gazetesinde taranan ürün/hizmet reklamlarında bilhassa ithal edilmiş dayanıklı ve dayanıksız tüketim mallarının öne çıktığı gözlemlenmiştir.

Kıbrıs'ın ada ülkesi olması ve ağır sanayinin gelişmemişliği dayanıklı tüketim madde üretimini zorlaştırmakta veya kısıtlamaktadır. Adaların genel sıkıntısı olan ham madde sorunu, bazı ürünlerin adada üretilmesinin çok maliyetli olmasına sebebiyet vermektedir. İncelenen dönemde yayınlanan reklamlar, yerel ürünlerden ziyade ithal ürünler ve markalar hakkında olmuştur. Kıbrıs'ın ada ülkesi olmasının getirdiği sınırlamalara ek olarak çalışmanın incelediği dönemde Kıbrıs'ın İngiliz sömürgesinde olmasının da etkileri reklamlarda kendini göstermiştir. İthal edilen ürün reklamların en yoğunluklu olarak İngiliz ve Amerikan malları olması dönemsel ekonomik konjonktür ve güç ilişkileriyle ilintilidir. II. Dünya Savaşı sonrası dünya ekonomisi ve politikalarında hâkimiyeti ilan edilen Amerika'nın, incelenen dönemde İngiltere ile ittifak içerisindeydi. Saptanan reklamlarda öne çıkan ürünlerin menşelerine bakıldığında dünyadaki baskın güçlerin nüfus ettikleri her bölgede kendilerine ticari anlamda da pay çıkardıkları anlaşılmaktadır.

Araştırma sonucunda Kıbrıs'ta yazılı kitle iletişim araçları arasından yazılı basında reklamlar kullanılarak kitlesel ürünlerin pazarlandığı saptanmıştır. Pazarlanan kitlesel ürünlerin Kıbrıslı Türklerin kullanım alışkanlıklarından çok farklı yani yerel halk kültüründen uzak ürünler olduğu gözlemlenmiştir. Kıbrıs'ın ve Kıbrıslı Türklerin tüketim alışkanlıkları, yayınlanan reklamlar vasıtasıyla dünyada pazarlanmaya başlayan yeni ürünlerle tanıştırmaya çalışıldığı, hatta toplumsal normlara aykırı (sigara içen kadın reklamı) tüketim alışkanlıklarının reklamlarla normalleştirilmeye çalışıldığı ve ulus ötesi kültürlerin ulusal yaşam tarzlarını reklamlar vasıtasıyla değiştirip dönüştürmeye yönelik düzenlendiği gözlemlenmiştir.

Çıkan diğer bir sonuç ise 1940'lı yıllarda yayınlanan reklamlarla günümüzde yayınlanan reklamlar arasındaki farklardır. Günümüz reklamları yaşanan yoğun

rekabet, ürün çeşitliliği, ulaşım ağlarının genişlemesi dünyadaki sınırların giderek ortadan kalkıyor olması gibi sebeplerden ötürü; ürünler ve firmalar arasındaki farklılıkları ortaya koymak veya markalaşarak rekabet avantajı yaratmak amacıyla reklam içerikleri belirlenmektedir. 1940'lı yıllarda yayınlanan reklamların ise ürün/hizmet tanıtımı yapmak amacıyla reklam içeriklerini belirlediği görülmektedir. Araştırma bulguları standardizasyon ve kitle üretiminin yaygınlaşması ile ulus ötesi ülkelerin ürettikleri ürünleri uluslararası kullanımı olan ürünlerle reklamları kullanarak dönüştürdüğü ve bu şekilde Kıbrıslı Türklere yeni yaşam alışkanlıkları kazandırmayı amaçlayan reklamlar olduğu gözlemlenmiştir.

Yeni ürünleri farklı formasyondaki bir topluma tanıtırma ve kullanım alışkanlığı aşılama amacıyla yayınlanan bu reklamları, bugünkü reklamlarla aynı anlamda değerlendirmemek gerekmektedir. Bu reklamlar piyasanın ilk kez tanıştığı ürünleri tanıtmak; denettirerek alışkanlıkları değiştirmek; yeni tüketim alışkanlıkları yerleştirmek üzere yapılan çalışmalardır. Bu reklamlardaki esas gaye tüketimi, kültüre dönüştürmektir. Kıbrıslı Türklerin tüketim alışkanlıkları, dünyada değişen yeni ekonomik sistemden etkilenmiş ve ulus ötesi kültürler, kitlesel pazarlama yöntemlerinden reklamı ulusal yaşam tarzlarını reklamlar vasıtasıyla değiştirip dönüştürmüştür.

Günümüzde iletişim kanallarının, ulaşım ve pazarlama yollarının gelişkinliği, sınırların giderek ortadan kaldırıyor olması, çok uzun yıllar süren yerel kültürlerin yok edilme tehlikesine, doğru kullanıldığı takdirde güç kazandırabilecek niteliktedir. Eskiden beri süregelen olanakların, belli ülke veya firmalarca kullanım tekelciliği, zamane olanaklarla bir nebze de olsa kırılmıştır. Teknolojik gelişmeler, enformasyonun internet bağlamında çok hızlı bir şekilde dünya geneline yayılabilir olması tekdüze düşünme yapılarını ve tercihleri de değiştiren teknik nedenler arasındadır. Artık toplumlar, kitlesel ürünlerden, kitlesel pazarlama metotlarından hatta ve hatta standardize edilmiş birçok ürün/hizmetten uzaklaşmaya ve kendine özel, bireysel, organik, doğal, yerel gibi özellikler taşıyan ürün/hizmetlere yönelme eğilimindedir. Modern hayatın kavramı olan moda, 'retro modası' yani eskiye dönüş olarak piyasalarda yerini bulmaktadır. Alternatif turizm, alternatif tıp, alternatif sporlar, organik beslenme, eko günler, organik çiftlikler, organik ilaçlar ve bunun gibi birçok alan 'yeni' ama aslında 'en eski' olan yerel, öz yaşam biçimlerinin zamana uyarlanmasıdır. Alternatif medya

olanaklarını kullanarak yerel olan ürün/hizmetlerin global pazarlamasını yapmak ve uzak yerlerde yerel kültürleri aşlamak artık mümkündür.

KAYNAKÇA

An, A. (1999). Kıbrıs Türk Kültürü Üzerine Yazılar. Lefkoşa: Kuvvillim.

Anderson, A. J. (1986). Communication Research: Issues and Methods. Newyork: McGraw-Hill.

Berger, J. (2010) Görme Biçimleri (16. Baskı). (Y. Salman, Çev). İstanbul: Metis. (Eserin aslı 1972'de basılmıştır).

Bryant, Rebecca (2002). Tebadan Vatandaşa: Kıbrıs'ta Modernite ve Milliyetçilik. İstanbul: İletişim.

Cılızoğlu, Gamze Yetkin (2007). Tüketimin Kültürleştirilmesi Sürecinde Reklamların Etkisinin Etik Açısından Değerlendirilmesi. İdil Sayımer ve Pınar E. Yayınoğlu (Der.) içinde Halkla İlişkiler ve Reklam Üzerine Etik Değerlendirmeler (ss.293-306). İstanbul: Beta.

Copeaux, Etienne (2008). Kuzey Kıbrıs'ta tarih ve Kimlik. Mehmet Hasgüler (Der.) içinde Kıbrıslılık (ss.20-47). İstanbul: Agora.

Dağtaş, Banu (2009). Reklamları Görmek: Reklam Metinlerinin Ait olduğu Kültürler ve Egemen Form Olarak Tüketim Toplumu. Derya Tellan (Der.) içinde Reklamcılık: Bakmak ve Görmek (ss.46-78). Ankara: Ütopya.

Demirağ, Fikret (1999). Şu Müthiş Savaş Yılları. Lefkoşa: Galeri Kültür.

Fiske, John (1999). Popüler Kültürü Anlamak. (S. İrvan, Çev.). Ankara: Bilim ve Sanat. (Eserin aslı 1991'de basılmıştır).

Hardt, Michael & Negri, Antonio (2003). Dinyos'un Emeği Devlet Biçiminin Bir Eleştirisi. (E. Başer, Çev.). İstanbul: İletişim. (Eserin aslı 1994'de basılmıştır).

Harvey, David (1999). Postmodernliğin Durumu. Sungur Savran (Çev.). 2. Basım. İstanbul: Metis. (Eserin aslı 1990'da basılmıştır).

Hasgüler, Mehmet (2008). Kıbrıslılık Kimliği: Kıbrıslı Türkler ve Kıbrıslı Rumlardaki Farklılaşmalar. Mehmet Hasgüler (Der.) içinde Kıbrıslılık (1-19). İstanbul: Agora.

İçli, Gönül (2001). Küreselleşme ve Kültür. C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, 25: 163-172. 14 Temmuz 2015. <http://eskidergi.cumhuriyet.edu.tr/makale/47.pdf>

Keser, Ulvi (Kış 2011). Kıbrıs Tarihinin Bilinmeyen Bir Sayfasında Kıbrıs'ın Unutulan Askerleri ve İkinci Dünya Savaşı'nda Kıbrıslı Katırcılar, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 16: 215-237. 14 Temmuz 2015 http://www.sosyalarastirmalar.com/cilt4/sayi16_pdf/keser_ulvi.pdf

Kıbrıs Türk Gazeteciler Birliği (2012). Kıbrıs Türk Basın Tarihi. Lefkoşa: Söylem.

Kızılyürek, Niyazi (2002). Milliyetçilik Kıskaçında Kıbrıs. İstanbul: İletişim.

Klein, Naom (2002). No Logo: Küresel Markalar Hedef Tahtasında. (N. Uysal, Çev.). Ankara: Bilgi Yayınevi. . (Eserin aslı 2000'de basılmıştır).

Magdoff, Harry (2006). Sömürgecilikten Günümüze Emperyalizm. (E. Usta, Çev.). İstanbul: Kalkedon. (Eserin aslı 1978'de basılmıştır).

Mutlu, Erol (2005). Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya. Ankara: Ütopya.

Özdemir, Nebi (2007). Osmanlı Tüketim Kültürü, Eğlence ve Yazılı Medya İlişkisi. Milli Folklor. Yıl 19, 73: 12-22. 14 Temmuz 2015 http://millifolklor.com/tr/sayfalar/73/02_.pdf

_____ (2001). Türkiye'de Halk Bilimi/Kültürbilimi-Medya İlişkisi. Türkbilig. 2: 110-117. 14 Temmuz 2015 <http://www.turkbilig.com/pdf/200102-297.pdf>

- Öze, Nuran (2014a). Kuzey Kıbrıs'ta Özel Sektörde Halkla İlişkiler: 1994-2004 (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Yakın Doğu Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Lefkoşa.
- _____ (2014b). Medya İktidar Din Üçgeninde Kuzey Kıbrıs'ta Alevilik. Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Dergisi. 72: 125-152. doi: 10.12973/hbvd.72.135
- Schiller, Herbert (2005). Zihin Yönlendirenler (2. Baskı). (C. Cerit, Çev.). İstanbul: Pınar. (Eserin aslı 1973'de basılmıştır).
- Tayfur, Fatih M. (2002) Akdenizde Bir Adanın Kalın Uçlu Kalemle Yazılmış Hikayesi: "Kıbrıs". Oktay Türel (Der.) içinde Akdeniz'de Bir Ada: KKTC'nin Varoluş Öyküsü (ss.13-51). Ankara: İmge.
- Tellan, Derya (2009). Sanayileşmenin Ürünü Olarak Reklamcılık. Derya Tellan (Der.) içinde Reklamcılık: Bakmak ve Görmek (ss.15-45). Ankara: Ütopya.
- Topçu, Aslıhan Doğan (2009). Apartmanlar, Cadillaclar, Çifte Çifte Uşaklar: 1950-1960 Yılları Arasında Türk Sinemasında Tüketen Kahramanlar. Derya Tellan (Der.) içinde Reklamcılık: Bakmak ve Görmek içinde (ss.182-204). Ankara: Ütopya.
- Türel, Oktay (2002). Doğu Akdeniz ve Kıbrıs Üzerine Otuz İki Paragraf, Tekmili Birden. Oktay Türel (Der.) içinde Akdeniz'de Bir Ada: KKTC'nin Varoluş Öyküsü (ss.53-77). Ankara: İmge.
- Yaylagül, Levent (2009). Reklamlar ve Tüketimin Ekonomi Politikası. Derya Tellan (Der.) içinde Reklamcılık: Bakmak ve Görmek (ss.130-145). Ankara: Ütopya.

Ekler

Ek A Reklamlar



Resim 1. Haziran – Temmuz – Eylül 1947 tarihlerinde defaen yayınlanan bir reklam



Resim 2. Kadın figürü kullanılan İngiliz sigara markası: 1948



Resim 3. İngiliz marka temizlik ürünü reklamı: 1947



Resim 4. Türk sineması gösterim reklamı: 1946

**KAMBİLLİ TAKSİ
YAZIHANESİ**
Kambilli Taksi Servisi En
Modera En Mukemmel Bir
Servistir.



NEW BEAUTY AND STYLE.
Modern styling adds new
grace to this finest De Soto.

DE SOTO Markalı en lüks
Otomobiller
En Tecrübeli Şoförler
Salim, Konforlu, Rahat
Yolculuklar
Ancak KAMBİLİ Servisi
Vasıtasıyla Elde Edilebilir.
**Telefon 722,
Lefkoşa**

Resim 5. Taksi yazıhanesi reklamı: 1946

**Dişlerin
TEMİZLİĞİ**
**Dişlerin
BEYAZLIĞI**
**Ağız
TARAVETİ**



**Bu Faideli
KÖPÜK** Sayesinde

Ferahlanın, temizleyici köpük dalgaları dişlerinizin etrafını
utar. Her köpüğe güler. Temizler. Beyazlatır ve ağızınızda sabah
üçleri taraveti bırakır.
Kolyos köpüğü diş fırçasının ilk
hamuru, bir toplama müstah
sırlı ve yapışkan bir sarı
sırlamadan zül olur.



**ŞEKADARCI
MACUN**
FERAHLANDIRICI
TEMİZLEYİCİ
KÖPÜK
VERMECE KÂFİDİR

Resim 6. Amerikan malı diş macunu reklamı: 1947



Resim 7. Amerikan malı tıraş bıçağı reklamı: 1946

Ek B Tablo

Tablo 1. 21 Ağustos 1946 – 31 Aralık 1948 Tarihlerini Kapsayan Dönemde Hürsöz Gazetesi'nde Yayınlanan Reklamların Üretim Noktası, Reklam Sayısı, Reklam Konusu, Marka ve Kullanılan Sloganları

Üretim Noktası	Reklam Sayısı	Reklam Konusu	Marka	Slogan
Almanya	15	El Kremi	Nivea- Hertz Pharmaceuticals Ltd.	Cildinizin Nivea'ya ihtiyacı vardır.
Amerika	29	Diş Macunu	Kolynos	Dişlerin temizliği, dişlerin beyazlığı, ağzın taraveti bu faydeli köpük sayesinde
Amerika	5	Dolma Kalem	Waterman- Kemal Rüstem ve Kardeşi	Üstün ve yumuşak yazmak için waterman kalem seç
Amerika	1	Dolma Kalem	Parker- D. C. Collocasides	Bildiri
Amerika	8	Jilet	Gillette	İyi bir tıraş ancak tıraş pıçağının iyi

				olmasıyla kabildir
Amerika	3	Traktör	Massey-Harris	Amerikan traktörleri: Massey Harris
Amerika	1	Araba radyosu	A.A.C. Otomobil Radyoları- Atai Kardeşler	Bildiri
Amerika	1	Daktilo	Underwood- A.G. Çakmaccivan	Amerikan yazı uzmanı
Amerika	2	Araba tamir garajı	Ford Garajı- B. C. Petrides ve Ortakları	Bildiri
Amerika	6	Fotoğraf filmi	Kodak	En iyi resimler Kodak filmle çekilenlerdir
Amerika	11	Radyo	A.A.C Radyoları- Atai Kardeşler	Tabii ses ve sağlık bakımından ideal radyo
Amerika	1	Fotoğraf Makinesi	Kodak- A.Y. Tilbian & Sons	Dünyanın en iyi kutu fotoğraf makineleri
Amerika	1	Güzellik ürünü	Outdoor Girl- Kryiacos Papabasilou	Perfect skin perfect lips
Amerika	1	Araba	Ford- B. S. Petrides ve Şerikleri	Kıbrıs'a en elverişli otomobiller
Avrupa	1	Ayakkabı makinesi	Kundura makinesi- Hüseyin İrfan	Bildiri
Avustralya	1	İlaç	Aspro- J. P. Sheridan (Orient) Ltd.	Soğukları yenmek için çabuk usül
Danimarka	1	Ayakkabı	Vilh Pedersen- Hüseyin İrfan	El ile işleyen ve günde 30 çift kubdura diken makine
Fransa	1	Araba	Renault- D. Ouzonian, M. Soutanian & Co.	Bu otomobil Kıbrıs giib tropikal iklimler için inşa edilmiştir
Hindistan	7	Güzellik ürünü	Lacto Calamine- P. S. Dimitriades	Bu Akdeniz ikliminde tıbbi bir esasa dayanan güzellik mühtehzeratı
Hollanda	1	Alkol	Amstel Birası (Heiniken)	Bildiri
Hollanda	1	Temizlik malzemesi	Castella Tuvalet Sabunu ve Traş Sabunu- Atai Kardeşler	Bildiri
İngilere	2	Duvar Saati	Smith's- K. Papavasiliu	En büyük saat yapıcılarının koleksiyonunu bugün görünüz
İngiltere	1	Havayolu	B.O.A.C. (British Overseas Airways Cooperation)	Dünyanın her tarafında
İngiltere	2	Radyo	Cossor Radyoları- Titan Kumpanyası Savaş Mousoudiles ve Oğlu	Cossor Radyoları 1946-47
İngiltere	11	Sigara	State Express 555	Dünyanın en güzel sigarası
İngiltere	20	Sigara	Ardath - Ardath Tobaco Company	Mantar uçlu sigara %100 temiz virgina tütününden
İngiltere	33	Sigara	Cranev 'A'	Boğazınızın sıhatini düşünür
İngiltere	1	Sigara	Pall Mall- Morfis ve	Bildiri

			Katsambas	
İngiltere	1	Sigara	Gallaher's Virginia Cigarettes	Bu marka en yüksek evsafın teminatıdır
İngiltere	1	Parfüm	Goya Parfümleri- Salih Ertoğrul Ticaretevi	Bahar kadar güzel bir kadın venüs kadar cazibeli oluşunu Goya Parfümlerine borçludur
İngiltere	5	Yara bandı	Handyplast- C. M. Hristoforides	Yeni çok rahat daha süratli tedavi
İngiltere	1	Diş- Sağlık	Cottrell- Tilbian & Sons	Arilüsent Dişler
İngiltere	1	Çocuk Arabası	İngiliz Çocuk Arabaları- D.I. Kolokasidis	İngiliz Çocuk Arabaları
İngiltere	2	Temizlik deterjanı	Vim- Lever Product.	Hem sür'atle temizler hem de kolaylıkla
İngiltere	2	Diş Fırçası	Spa- Messrs A. Y. Talbian & Sons	Bu fırçalar diş parlak tutmak için yapılmıştır
İngiltere	1	Sigara	Aroma	En seçkin, en hafif ve en güzel kokulu
İngiltere	1	Sigara	Marcovitch Black & White Cigarettes- Costas Mourtouvanis English Cigarettes Agency	En iyi Virginia sigaralarıdır
İngiltere	2	Sigara	Paymaster- Costas Mourtouvanis English Cigarettes Agency	Paymaster iyi cins Virginia sigaraları
İngiltere	14	Sigara	333 - Ardath Tobacco Company	Daima tercih edilir
İngiltere	22	Sigara	State Express 555	The best cigarette in the world
İngiltere	2	Ayakkabı	Bata Shoes	Bildiri
İngiltere	1	Bisiklet	Hamber Bisikletleri- B. C. Petrides & Co.	Bütün bisikletlerin aristokratıdır
İngiltere	2	Bisiklet	Rudge - Nikos Solomonides & CO. LTD.	Bisikletinize her binişinizde İngiltere'nin en iyi bisikletine seçtiğinize memnuniyet duyacaksınız
İngiltere	10	Temizlik deterjanı	Vim- Lever Product.	Hem sür'atle temizler hem de kolaylıkla
İngiltere	10	Diş Fırçası	Spa- Messrs A. Y. Talbian & Sons	Kılları iyi bağlanmış sağlam diş fırçası
İngiltere	2	Piyano	Jübile Piyanoları- Mehmet Vahip Ağazade	Bildiri
İngiltere	1	Araba	Wolseley- C. D. Hay ve Oğulları Ltd.	Mükemmel işçilikten doğan zarafet
İngiltere	2	Araba	Morris- C. D. Hay ve Oğulları Ltd.	Dünya otomobil meraklılarının istediği otomobil
İngiltere	1	Araba	MG Cars- C. D. Hay ve Oğulları Ltd.	Emniyetli sür'at
İngiltere	1	Araba	Riley- C. D. Hay ve	Üç otomobil değerinde

			Oğulları Ltd.	
İngiltere	3	Radyo	Regentone- Ahmet Sedat	Bildiri
İngiltere	1	Elektrik Malzemesi	Ferranti- P. M. Tseriotis	Bildiri
İngiltere	3	Radyo	Bethowen- Vahe Nigogosian	Bildiri
İsveç	1	Yağlı Kağıt	Morfi ve Katsamba	Bildiri
İsviçre	16	Kutu sütü	Nestle	Küçük çocuklar ve emzikli anneler için en iyi gıdadır
İtalya	1	Terlik	Salih Bahçeli	Bandofla isteyenlere müjde
İthalatçı	2	Yüz Kremi	Damaskin Yüz Kremi- Aziz Eczanesi	Bildiri
İthalatçı	1	Güzellik ürünü	Don Juan- İstanbul Tuvaletanesi	The lipstick that stays on!
İthalatçı	1	İnşaat ve terzi malzemesi	Mihail Teodotu	Bildiri
İthalatçı	1	Şekerleme	Nutler- Necip Mustafa Şekerleme Mağazası	Bildiri
İthalatçı	1	Kırtasiye	Finlandiya zarfları- Mazkis ve Katsambas	Bildiri
İthalatçı	1	Kitap	Kemal Rüstem ve Kardeşi	Bildiri
Kanada	1	Hayat Sigortası	Canada Manufacturers	Bildiri
Kıbrıs	6	Sinema	İstanbul Sineması	Bildiri
Kıbrıs	4	Sinema	Girne Hilarion Sineması	Bildiri
Kıbrıs	14	Sinema	Kristal Yazlık Sineması	Bildiri
Kıbrıs	2	Sinema	Panteon	Bildiri
Kıbrıs	3	Sinema	Majik Palas	Bildiri
Kıbrıs	1	Tiyatro	Larnaka Salon Roz	Bildiri
Kıbrıs	9	Tiyatro	Belig Paşa Tiyatrosu	Bildiri
Kıbrıs	2	Tiyatro	Riyalto Tiyatrohanesi	Bildiri
Kıbrıs	11	Sinema	Lukudi Sineması	Bildiri
Kıbrıs	1	Sinema	Yordamlı Tiyatrohanesi	Bildiri
Kıbrıs	1	Sinema	Belig Paşa Sineması	Bildiri
Kıbrıs	1	Sinema	Lefke Palas	Bildiri
Kıbrıs	1	Sinema	Girne Papa Sineması	Bildiri
Kıbrıs	1	Sinema	Türk Sinema Şirketi	Bildiri
Kıbrıs	2	Konser	Majik Palas	Bildiri
Kıbrıs	1	Ayakkabı	Avraamides & Mikellides Kundura Fabrikası Co. Ltd.	Bildiri
Kıbrıs	1	Şekerleme	Hacı Bekir Lokum ve Şekerlemeleri	Daima Hacı Bekir Lokum ve Şekerlemelerini tercih ediniz
Kıbrıs	33	Taksi	Kambilli Taksi	722 numaraya telefon edin En yeni en lüks taksilerde rahat yolculuk

Kıbrıs	4	Taksi	Rifat Cemal Taksi Yazıhanesi	Her zaman taksi bulabilirsiniz. Fiyatlar çok ehvendir. Bir defa deneyiniz.
Kıbrıs	2	Özel araç kiralama	596	Ailenizle veya arkadaşlarınızla rahat bir gezinti yapmak istiyorsanız 596'ya telefon ediniz
Kıbrıs	1	Terzi	Zerafet Terzihanesi- Vasu Hr. Vadiliodi	Tam dikiş ve mükemmel bir sanat
Kıbrıs	1	Sigara	Virginia İdeal- Sigara Fabrikası Taki Patiki	Bildiri
Singapur	1	Sabun	Klenjian Kardeşler	Alameti Farika
Türkiye	1	Yağ	Anadol Yağ	Bildiri
Türkiye	2	Sigara	M. Seyfi Akdeniz ve Oğulları	Bildiri
Türkiye	4	Alkol	Türk Birası- M. Seyfi Akdeniz ve Oğlu	Vücudu besler İştah ve kuvvet verir Serinlik ve neş'e verir
Türkiye	1	Saç Boyası	Chromekto Saç Boyası- Aziz Eczanesi	Bildiri
Türkiye	3	Sigara	Türkiye Sigaraları- M. Seyfi Akdeniz ve Oğlu	Kıbrıslı Türklerde İdeal- Daima Türkiye sigaralarını tercih ediniz, misafirlerinize Türkiye sigarası ikram ediniz
Türkiye	1	Tereyağı	Kırlangıç Tereyağı- Galanu Kardeşler	Bildiri

ALMAN BASININDA İNŞA EDİLEN TÜRK KADINI İMAJİ: “SPIEGEL ONLINE INTERNATIONAL” ÖRNEĞİ

Emel ÖZDEMİR*

ÖZET

“Alman Basınında İnşa Edilen Türk Kadını İmajı: Spiegel Online International Örneği” başlıklı çalışmada, Alman basınındaki Türk kadını imgesinin küreselleşen dünyada nasıl inşa edildiğinin anlaşılabilmesi amacıyla, Spiegel Online International (Almanya) gazetesi, 2011 yılının “temmuz, ağustos, eylül, ekim, kasım ve aralık” ayları boyunca “Türk kadını imajı” açısından ve “makro ve mikro yapı” şeklinde iki temel çözümleme üzerine kurulmuş olan Van Dijk’in söylem analizi kuramına dayalı olarak değerlendirilmektedir. Bu şekilde, bu çalışmada, Alman basınında Türk kadını imgesi aktarılırken, sahip olunan “ideolojik yapının” ne tür mesajlar aracılığıyla iletildiği ve bu mesajların iletisinde kullanılan “söylem ve imgelerin” nasıl seçildiği ve bu aktarım sonucunda, incelenen gazete metinlerinin okurunun bu olayı algılama şeklinin ne yönde olduğu anlaşılabilir. Ayrıca, bu değerlendirme, imgebilim, söylem analizi yöntemi gibi farklı alanlardan faydalanılarak yapılmış ve bu tutumla, çalışmaya disiplinler arası bir boyut kazandırılmıştır. Yabancı basından Spiegel Online International (Almanya) gazetesindeki Türk kadını ile ilgili haberler ve bu haberlerde kullanılan imajlar, altı ay süreyle takip edilerek, Alman basınında, küresel dünyada “Türk ve Türk kadını” deyince ne akla geliyor, bu kelime hangi söylemler ve imgelerle tanımlıyor anlaşılabilir ve Türk imgesinde, geçmişten bugüne ne gibi değişimler yaşanmış gözler önüne serilebilir.

Anahtar Kelimeler: *Türk Kadını İmajı, Söylem Analizi, Alman Basını, Türk Kimliği*

ABSTRACT

In the study of “Turkish Woman Image In German Press: Spiegel Online International”, it is aimed to evaluate the Turkish woman image that is constructed in the globalized world in German Press, by analyzing Spiegel Online International (Germany) in terms of “Turkish woman image”, during six months (june, august, september, october, november, december) in 2011, with Van Dijk’s discourse analysis approach that is based on two main principle, as macro and micro analysis. Therefore, we are able to understand how Turkish woman image is established and what kinds of images, expressions are used by German press and their approach to Turkish woman identity with this evaluation. In Addition, this analysis is done, by using some various studying areas, such as image studies and it acquires an interdisciplinary qualification. In this analysis, it is aimed to evaluate the Turkish image that is constructed in the globalized world, by analyzing all the news about Turkey in terms of discourse analysis. Therefore, the Turkish and Turkish woman image that is established by the newspaper of Spiegel Online International (Almanya) and its approach to Turkish identity can be understood with this evaluation. Therefore, we are able to understand how Turkish image is established and what kinds of images and expressions are used by Spiegel Online International (Almanya). Hence, it is aimed see how the position of Turkey is created by the discourses of this newspaper in German society and whether Turkish and Turkish woman image has been started to change with the globalization in some ways, or not.

Keywords: *Turkish Woman Image, Discourse Analysis, German Press, Turkish Identitiy*

GİRİŞ

Günümüzde, küreselleşmenin ve yeniden yapılanan toplumsal yapıların sonucunda ülkeler arası sınırların net çizgilerle ayrılması bir yana bırakılmış, toplumların ekonomik, sosyal, ticari, siyasal ve ideolojik yapılarında kökten değişimler oluşmuş ve her alanda farklı kültürlerin etkileri hissedilmeye başlanmıştır. Bunun yanında, toplumlarda birçok alanda yeni eğilim ve değişimler yaşanmaya başlanmış ve dünya, farklı kültürlerin beraber yaşadığı küresel bir ortam haline almıştır. Bunun sonucunda, çokkültürlülüğün hâkim olduğu dünyada, “bir toplumun nasıl yapılanması ve bir arada farklı kimliklerin nasıl yaşaması gerektiği” konusu ön plana çıkmıştır. Anlaşıldığı gibi, yeniden yapılanmaya başlayan yenedünya düzeninde, ulusal kimliklerin bir arada nasıl yürütüleceği ve farklılıkların, sorun yerine nasıl faydaya dönüştürüleceği, her toplumda huzur ve refah sağlanabilmesi açısından oldukça önemli bir mesele haline gelmiştir.

“Alman Basınında İnşa Edilen Türk Kadını İmajı: Spiegel Online International Örneği” başlıklı çalışmada, küreselleşen dünyada Alman basını aracılığıyla inşa edilen Türk kadını kimliğinin nasıl olduğunun, genellikle “öteki” olarak aktarılan Türk imgesinin küreselleşme ile geçmişten bazı yönleriyle farklılaşıp farklılaşmadığının anlaşılabilmesi amacıyla, Alman basınından örneklem olarak ele alınan Spiegel Online International (Almanya) gazetesindeki Türk kadını ile ilgili haberler ve bu haberlerde kullanılan imgeler 2011 yılının son altı ayını içeren, altı aylık dönem boyunca incelenmiştir. Bu çalışmada, 2011 yılının son altı ayının incelemeye dahil edilmesinde, bu dönemde Türkiye’de “Ergenekon Davası, bu dava ile ilgili sürekli yaşanan gelişmeler, CHP Milletvekillerinin mecliste yemin etmeyi reddetmeleri üzerine yaşanan kriz, PKK terör örgütü ile ilgili yaşanan toplumsal karışıklıkların her geçen gün artması, Van’da yaşanan ve çok fazla kayıp verilmesine sebep olan deprem... vb. gibi bir çok politik, toplumsal ve askeri olayın yaşanması etkili olmuştur. Ele alınan dergi oldukça takip edilmesine rağmen, bu süreçte Türkiye ile ilgili haber sayısı niceliksel olarak az olup, üç ile sınırlıdır; ancak bu haber metinleri oldukça detaylı ve uzun bir şekilde, birçok imge ve fotoğraf ile desteklenerek aktarıldığı için bu konuda inceleme yapılacak kadar okura detay sunmuştur. “Alman Basınında İnşa Edilen Türk Kadını İmajı: Spiegel Online International Örneği” başlıklı çalışmada, Alman

basınındaki Türk kadını imgesinin küreselleşen dünyada nasıl inşa edildiğinin anlaşılabilmesi amacıyla, Spiegel Online International (Almanya) gazetesi, 2011 yılının “temmuz, ağustos, eylül, ekim, kasım ve aralık” ayları boyunca “Türk kadını imajı” açısından yapılan değerlendirmede, Spiegel Online International (Almanya) gazetesinin tercih edilmesinde, bu gazetenin “uluslararası” versiyonu olmasından ötürü, Der Spiegel’in aksine Türkiye ve Türk kadınına haber olarak daha çok yer vermesi, bu haberleri oldukça detaylandırarak okura aktarması ve Almanya dâhil olmak üzere, tüm dünyada her türlü sosyal medya aracılığıyla da desteklenen ciddi bir takip potansiyeline sahip olması bulunmaktadır.

Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde Türk kadınının nasıl yansıtıldığı, hangi imgeler ile tanımlandığı ve bu aktarım sonucu kamuoyunda oluşan Türk kadını algılama şeklinin ne yönde olduğu söylem analizi yönteminden faydalanılarak değerlendirilmektedir. Ayrıca, bu değerlendirmede, söylem analizi yönteminden faydalanılarak, Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde Türk kadını imgesi inşa edilirken egemen olan söylemin arka planının ve satır aralarının açığa çıkarılması da amaçlanmaktadır.

“Alman Basınında İnşa Edilen Türk Kadını İmajı: Spiegel Online International Örneği” başlıklı bu çalışmada, Spiegel Online International (Almanya) gazetesinin ilgili haberi yansıtma şekli, nasıl bir dil kullandığı, haberi oluştururken seçtiği imgeler belirlenerek, incelenen gazetelerin kamuoyunda Türk kadını hakkında nasıl bir etki uyandırmak istediği ve bunun toplumsal, ideolojik, dinsel, kültürel... vb. gibi nedenleri incelenmektedir. Böylece, Spiegel Online International (Almanya) gazetesindeki Türk kadını imgesinin yansıtılma şeklinin olumlu mu yoksa olumsuz mu olduğu ve Alman basınında, genellikle “öteki” olarak aktarılan Türk imgesinin küreselleşmeyle, geçmişten bazı yönleri ile farklılaşıp, farklılaşmadığı anlaşılabilir.

YÖNTEM

“Alman Basınında İnşa Edilen Türk Kadını İmajı: Spiegel Online International Örneği” başlıklı çalışmada, küreselleşmeyle birlikte Alman toplumunda inşa edilen Türk kadını imgesinin ne yönde olduğunun ve geçmişten bazı yönleriyle farklılaşıp, farklılaşmadığının anlaşılabilmesi amacıyla, Alman basınında önemli bir yere sahip olan Spiegel Online International (Almanya) gazetesi söylem analizi yönteminden faydalanılarak değerlendirilmektedir. “Dil ve söylem” aracılığı ile gerçekliğin yeniden inşa edildiği haber metninin söylem analizi yöntemiyle incelenmesi, haberlerde kullanılan söylemlerin içerdiği açık, örtül anlamları ve toplumun farklı kesimlerinde yarattığı etkiyi ortaya çıkarması açısından oldukça önemlidir.

Genel olarak söylem analizi, medya metninin ideolojik ve eleştirel olarak incelemesini ve metninin arkasında yatan düşüncenin yorumlamaya dayanarak ortaya çıkarılmasını amaçlayan bir yöntemdir. Söylem analizi, “keşif yoluyla bilgi elde etmeye yönelik bir analizdir” (Sözen, 1999: 86). Bu nedenle, “Alman Basınında İnşa Edilen Türk Kadını İmajı: Spiegel Online International Örneği” başlıklı çalışmada, Alman basından seçilen Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, “Türk kadını kimliği” hakkındaki düşüncenin ortaya çıkarılması amacıyla, söylem analizi yönteminden faydalanılarak, bu metninin ideolojik ve eleştirel bir incelemesi yapılmaktadır. Bu çalışmada, gazete metninde aktarılması amaçlanan görüşün açığa çıkarılabilmesi amacıyla kullanılan, “söylem analizi” yönteminde özellikle, Van Dijk’in kuramı kullanılmıştır. Çünkü Van Dijk’in söylem analizi yöntemine göre, metinler makro ve mikro yapılarına ayrılırlar. Makro yapılar, haber başlıkları, alt başlıklar, haber spotları, haber girişleri, haberde hangi temaların birbirlerini izlediğinin ortaya çıkarılmasını amaçlayan tematik yapı ve bu temaların şematik yapılarından oluşur. Mikro yapılar ise, haberde yer alan sözcüksel seçimler, kullanılan cümlelerin yapıları ve bu cümlelerin birbirleriyle ilişkilerinden oluşan haberin söylemini kapsar (Van Dijk, 1998: 31-45). Bunun yanında, Van Dijk’in söylem analizi kuramı, birçok kuramın aksine, metinleri sadece kendi içinde değerlendirmeyen ve metninin metin içi özelliklerinin yanı sıra, o metninin toplumda “anlama-yorumlanma” düzeylerini de inceleyen bir yöntem olarak da karşımıza çıkmaktadır.

Van Dijk’e göre, haberlerdeki ideolojiler ve düşünce yapıları, ister açıkça ister örtül bir şekilde aktarılsın, söylem analizi yöntemi ile açığa çıkarılabilmektedir. Söylem analiziyle

değerlendirilen bir haber metni, o toplumda sosyal, siyasal, ideolojik açıdan neler yaşandığı hakkında bilgi taşımaktadır. Anlaşıldığı gibi, bir haber metninin anlaşılabilmesi ve içindeki taşıdığı bilginin açığa çıkarılabilmesi için, o metnin her türlü dilsel, biçimsel, ifadesel ve bağlamsal niteliği detaylı bir şekilde ele alınarak, incelenmelidir. Çünkü zaman zaman basit bir haber metni gibi görülen bu metinler, içerisinde taşıdığı ideolojik düşüncelerle ve kodlarla, gerçekliği yeniden oluşturduğu için, toplumu dönüştürerek, toplumsal yapıyı derinden etkileyecektir. Haber metinlerinin yalnızca yüzey yapılar düzeyindeki ilişkilerle kalmayıp, metin başlıkları ve metin ilişkileri, anlatıdaki zamansal sıralamadan farklılıkları, özellikle oluşturulmuş belirsizlikler ve dünya bilgisi çerçevesinde incelenmesi, bu metin türünün kendine özgü dinamikleri nedeniyledir.

“Alman Basınında İnşa Edilen Türk Kadını İmajı: Spiegel Online International Örneği” başlıklı çalışmada faydalanılan diğer bir alan da, “imgebilim” yöntemidir. Çünkü toplumların kendilerini ifade etme şekillerinden biri olan imgeler, bir toplumun ideolojik yapısı, dünyayı algılama şekli hakkında ipucu verecek olan en etkili göstergelerden biridir. Bu nedenle, belirlenen gazete metinlerinde aktarılan Türk kadını imgesinin incelenmesi açısından, imgebilim yönteminden faydalanmak oldukça doğru bir karardır. Bunun yanında, bu çalışmada, Türk kadını imgesi belirli bir süre boyunca yabancı basında değerlendirileceği için, ele alınacak olan haberlerin dili, okura kaynak dilde (Türkçe) yansıtılmamaktadır. İncelenen haber metinlerinin, kaynak dilde de anlaşılabilmesi ve imgelerin anlamlı hale gelebilmesi amacıyla, Türk kimliği ile ilgili haberlerin, kaynak dilden erek dile aktarılması gerekli olmuştur. Bu çalışmada, bir yazılı ya da sözlü ifadenin, kaynak dilden erek dile aktarıldığı çeviri süreci, Türk imgesinin farklı toplumlarda farklı şekillerde algılanıp, farklı tepkilere neden olacağından dolayı önemli bir eylem olarak karşımıza çıkmaktadır. Anlaşıldığı gibi, “Alman Basınında İnşa Edilen Türk Kadını İmajı: Spiegel Online International Örneği” başlıklı çalışmada imge ve söylemlerin değerlendirilmesi sürecinde, “imgebilim, çeviribilim ve söylem analizi” gibi alanlardan faydalanılarak, disiplinlerarası bir çalışma şekli yürütülmektedir. Ancak, bu farklı disiplinleri bir araya getiren bu çalışma sürecinde, yapılan değerlendirmeye, “psikoloji, dilbilim, göstergebilim” gibi alanların da farklı bir boyut kazandırması açısından önemli olmasına rağmen, bu çalışmanın sınırlılıklarından dolayı, bu alanlara yer verilememiştir.

BULGULAR

“Alman Basınında İnşa Edilen Türk Kadını İmajı: Spiegel Online International Örneği” başlıklı çalışmada, küreselleşen dünyada Alman basınında Türk kadının nasıl aktarıldığının anlaşılabilmesi amacıyla, örneklem olarak ele alınan Spiegel Online International (Almanya) gazetesindeki Türkiye ve Türk kadını ile ilgili haberler ve bu haberlerde kullanılan imgeler, 2011 yılının son altı ayını kapsayan, “Temmuz, Ağustos, Eylül, Ekim, Kasım ve Aralık” ayları boyunca takip edilmiş ve altı aylık inceleme sonucunda elde edilen verilerin söylem analizi yöntemiyle değerlendirilmesi yapılmıştır.

Günümüzde yani, küresel dünyada “Türk kadını” kelimesinin Alman basınında ne ifade ettiğinin, bu kelimenin hangi söylemlerle ve imgelerle tanımlandığının ve Türk kadını imajında, geçmişten bugüne ne gibi değişimler yaşandığının anlaşılabilmesi amacıyla, Spiegel Online International (Almanya) gazetesi, “makro ve mikro yapı” şeklinde iki temel çözümleme üzerine kurulmuş olan Van Dijk’in söylem analizi kuramına dayalı olarak değerlendirilmektedir. Söylem analizi yönteminden faydalanılarak yapılan bu değerlendirme sonucunda, Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde “Türk kadınının” nasıl yansıtıldığı ve bu aktarım sonucu kamuoyunda oluşan “Türk kadını” algılama şeklinin ne yönde olduğu anlaşılmaktadır.

Spiegel Online International (Almanya)

Makro Yapı

Bu çalışmada küreselleşen dünyada inşa edilen “Türk kadını” imajının değerlendirilebilmesi amacıyla ele alınan Spiegel Online International (Almanya) gazetesi, öncelikle haber metinlerinin makro yapısını oluşturan “haber ana başlığı, haber girişleri, ana olayın ele alınış biçimi, bağlam bilgisi, temalar, temaların şematik yapısı ve olay taraflarının değerlendirmeleri” vb. gibi kriterler açısından incelenmektedir.

2011, Temmuz ayı boyunca incelenen Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, “Türk kadını” ile ilgili, 1 tane olumsuz olmak üzere, toplam 1 haber yer almıştır. Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, Temmuz ayı boyunca, konuya ilişkin haberin başlığı, “Berlin’de Cinayet” (Murder in Berlin) (28.07.2011) şeklindedir. Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde 28 Temmuz 2011 tarihinde yer alan “Berlin’de Cinayet” (Murder in Berlin) başlıklı haberde, “Sürücü Ailesinin Kaybolan Gururu” (The Lost Honor of the Sürücü Family), “Seçme Hakkı Verilmeden Gelen Evlilik ve Hamilelik” (An Arranged Marriage, and a Pregnancy) ve “Günahları için Dua Ediyor” (Praying For Her Sins) şeklinde alt-başlıklar kullanılarak, olayın her aşamasının daha da detaylı bir şekilde aktarıldığı görülmektedir. Ayrıca, her alt-başlıkla aktarılan haber kısmı, olayın neden ve sonuçları hakkında başka bir boyuta daha değinmektedir. Örneğin, “Berlin’de Cinayet” (Murder in Berlin) başlıklı haberin, “Sürücü Ailesinin Kaybolan Gururu” (The Lost Honor of the Sürücü Family) alt-başlığıyla aktarıldığı kısımda, “Berlin’de yaşayan, Türkiye’den göç etmiş bir Türk ailenin kızı olan Hatun Sürücü’nün ailesi tarafından neden ölümlü cezalandırıldığı”, olayın ana teması olarak ele alınmakta ve okurun olayın sebepleri hakkında bilgi edinmesi sağlanmaktadır. Bu haberin diğer bir alt-başlığı olan “Seçim Hakkı Verilmeden Gelen Evlilik ve Hamilelik” (An Arranged Marriage, and a Pregnancy) kısmında ise, okura “öldürülen bu kadının, özgürce ve kendi iradesini kullanarak hayatı hakkında karar veremediği ve ailesinin onun hakkında verdiği kararlar doğrultusunda yaşamak zorunda olduğu” gerçeği aktarılmaktadır. Türkiye ile ilgili dile getirilen bu kısımdan yola çıkarak Türk kadınının yerini zihninde inşa eden bir okurun, hiç de olumlu bir Türk kimliği fikrine sahip olmayacağı anlaşılmaktadır. Ayrıca, bu haberin “Günahları için Dua Ediyor” (Praying For Her Sins) şeklindeki üçüncü alt-başlığı olan ve Sürücü’nün ölümü karşısında en ufak bir üzüntü ve pişmanlık hissi aktarmayan abisinin bazı ifadelerine yer veren alt-başlık ise, olumsuz Türk kadını imgesini iyice pekiştirmektedir. Anlaşıldığı gibi, bu haberdeki ana tema, alt-başlıklarla detaylandırılarak, okurun haberin her boyutu hakkında bilgi sahibi olması hedeflenmektedir.

Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde 28 Temmuz 2011 tarihinde yer alan “Berlin’de Cinayet” (Murder in Berlin) başlıklı haberin girişinde, “Hatun Sürücü, ailesinin gururu uğruna en küçük kardeşi tarafından 2005’de vurularak öldürüldü. Bu olay ise, bir ailenin

parçalanması ile sonuçlandı. Geçmişte yaşanan bu hikayeyi ise, bu haber hakkında elde edilen yeni bilgiler ve katil olan kardeşle yapılan röportaj sonucunda yeniden gündeme taşıdı.” (Hatun Sürücü died in 2005 when her youngest brother shot her for the sake of their family honor. What followed was a family’s self-destruction. A new documentary reconstructs the story, and interviews the murderer for the first time.) şeklinde bir ifade kullanılarak, haber giriş kısmında ele alınan bu olayın ana teması özetlenerek, aktarılmaktadır. Bu haber girişinden de anlaşıldığı gibi, bu haberin “ana olayı”, genç bir Türk kadının, kendi ailesi tarafından, “makyaj yaptığı, eğitim aldığı ve giderek Alman gibi yaşadığı” gibi sebeplerle ailenin kızlarının aile gururuna zarar verdiği yönünde bir düşünceye kapılarak, öldürülmesidir. Yani, Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde 28 Temmuz 2011 tarihinde yer alan “Berlin’de Cinayet” (Murder in Berlin) başlıklı bu haber metni alt-başlıklarla aktararak, olayın sebep ve sonuçları hakkında daha detaylı bir bilgi vermekte ve her başlıkta olayla ilgili farklı temalar, iç içe geçmiş bir şekilde birbirini izleyerek inşa edilmektedir. Tabii ki, bu haber hakkında aktarılan her bilgi ve detay, hem okuru derinden etkileyerek okurun dehşete kapılmasını sağlamış, hem de olumsuz bir Türk imgesini pekiştirmiştir. Yani, ana tema olarak, “bir Türk ailenin kızlarını öldürmesi” konusunu aktaran bu haber, genç bir Türk kadının, kendi ailesi tarafından, “makyaj yaptığı, eğitim aldığı ve giderek Alman gibi yaşadığı” gibi sebeplerden dolayı öldürülmesi, “zorla evlendirilmesi” ve “abisinin hiç pişman olmayarak, onun için dua etmesi” gibi Türk imgesini oldukça negatif yönde aktaran temalarla detaylandırılarak, ele alınmaktadır. Anlaşıldığı gibi, bu haberin söyleminde, hem kızlarına kötü davranan göçmen Türk ailesi örneği ön plana çıkarılarak, “Türk kimliği” olumsuz bir şekilde yansıtılırken; hem de “Türk kadını”, “ailesine boyun eğen, güçsüz, ayakları yere basmayan kişi” olarak tanımlanarak, negatif bir yönde inşa edilmeye çalışılmaktadır.

Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 28 Temmuz 2011 tarihinde yer alan “Berlin’de Cinayet” (Murder in Berlin) başlıklı haberin, alt başlıklarla üç farklı kısma ayrılarak, her kısımda farklı bir “ardalan ve bağlam bilgisinin” aktarıldığı ve ana olayın farklı boyutlarıyla ele alındığı görülmektedir. Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde yer alan “Berlin’de Cinayet” (Murder in Berlin) başlıklı bu haberin, genel olarak “ardalan ve bağlam bilgisi” incelendiği zaman, öncelikle haberde aktarılan her bilginin, olumsuz bir Türk kadını imajını inşa etme yönünde işlevsel bir göreve sahip olduğu ve okurun zihnini derinden etkilediği

anlaşılmaktadır. Yani, olumsuz bir Türk kadını imgesinin inşa edildiği bu haberde, her alt-başlıkta, Türklerin farklı bir yönden daha negatif özelliğine vurgu yapmaktadır. Örneğin, “Berlin’de Cinayet” (Murder in Berlin) başlıklı haberin, “Sürücü Ailesinin Kaybolan Gururu” (The Lost Honor of the Sürücü Family) alt-başlığıyla aktarıldığı kısımda, genç bir Türk kadının, “makyaj yaptığı, eğitim aldığı ve giderek Alman gibi yaşadığı” gibi sebeplerle ailenin gururuna zarar vermesinden dolayı, kendi ailesi tarafından öldürülmesi şeklinde bir bilginin verilmesi, okura bu haberin sebeplerini gözler önüne seren “bağlam ve ardalın bilgisi” olarak ulaşmaktadır. Bunun yanında, “Hatun Sürücü’yü öldüren en küçük kardeşinin, Türkiye’nin Doğu kesiminden Kürt bir aileden gelen ve Berlin’e göç etmiş olan bir genç olması”, “Sürücü ailesinde kadın kavramının, aile gururu anlamına gelmesi” ve “onların kurallarına göre onursuz olan kadının, ölüm cezasını hak etmesi” bilgileri de, bu haberde yansıtılan diğer bir “ardalan ve bağlam bilgisidir.” Tabii ki, bu kısımda aktarılan bu detaylı bilgilerin de, Türk kadını hakkında bazı gerçeklerin yeniden inşa edilmesine ve okurun zihninde birçok açıdan soru oluşmasına neden olduğu görülmektedir.

Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 28 Temmuz 2011 tarihinde yer alan “Berlin’de Cinayet” (Murder in Berlin) başlıklı haberin, diğer bir alt-başlığı olan “Seçim Hakkı Verilmeden Gelen Evlilik ve Hamilelik” (An Arranged Marriage, and a Pregnancy) kısmında ise, bu olay hakkında farklı bir “ardalan ve bağlam bilgisi” verilerek, olayın farklı bir boyutu daha gözler önüne serilmektedir. Bu kısımda aktarılan “Hatun Sürücü’nün hiç fikri sorulmadan zorla kuzeni ile evlendirilmesi ve bu evlilikten bir çocuk sahibi olması” bilgisiyle karşılaşan okur, “Türkiye’deki evlilik kurumunu” sorgulayacak ve eleştirecektir. Tabii ki, Türk toplumunun her kesiminde geçerli olmayan bu durum, Spiegel Online International (Almanya) okuru zihninde Türk kimliğinin bir başka özelliği olarak kodlanacak ve Türk imgesi başka bir özellikleriyle daha olumsuz açıdan aktarılacaktır. Bunun yanında, bu kısımda “Sürücü’nün makyaj yapması, eğitim alması ve çok Batılı yaşaması gibi sebeplerin onu ölüme götürmesi” ifadesinin aktarılması, bu haberde ön plana çıkarılan diğer bir “bağlam ve ardalın bilgisi” şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Ancak, bu haberin nedensel bağlamı olarak da verilen bu bilgi, Spiegel Online International (Almanya) okurunun sahip olduğu, “Türk Kadınının” toplumdaki konumu hakkındaki gerçekliği yeniden şekillendirerek, okuru olumsuz açıdan etkileyecektir.

Çünkü bu haber ile karşılaşan ve çok fazla Türk kadını hakkında bilgisi olmayan bir okurun, “Türkiye’de makyaj yapan ve çalışan kadınların namussuz olarak algılanması ve bu nedenlerden dolayı öldürülmesi” fikrine kapılması kaçınılmazdır ve bu bilgi, okurun zihninde oldukça negatif yönde bir Türk kadını imgesi inşa edilmesini sağlayacaktır. 28 Temmuz 2011 tarihinde yer alan “Berlin’de Cinayet” (Murder in Berlin) başlıklı bu haberde, “bağlam ve ardalan” bilgisi olarak aktarılan diğer bir detay ise, Hatun Sürücü’nün ölüm kararında en etkili kişi olan diğer erkek kardeş, Mutlu’nun “radikal dinci” kimliği ve onun bu durum karşısında sarf ettiği, “Allah’ı onurlandırdığınız zaman, hapishanede olsanız bile özgürsünüzdür.” şeklindeki bakış açısıdır. Bunun yanında, “Sürücü’nün ölümü” karşısında en ufak bir üzüntü ve pişmanlık hissi aktarmayan abisinin “Günahları için Dua Ediyor” (Praying For Her Sins) şeklindeki bazı ifadelerine yer veren bu haberin üçüncü alt-başlığının, okurun daha çok tepkisini çekecek bir şekilde aktarıldığı görülmektedir. Bu kısımda, Mutlu’nun kardeşinin ölüm sebebini, “kız kardeşinin yaşam şeklini değiştirmesi, güzel görünme çabasının olması ve bir kadının güzel görünme isteğinin ardındaki tek nedenin erkekleri etkilemek olması” şeklinde bir bilgi bağlamında dile getirdiği görülmektedir. Ayrıca, Mutlu konuşurken, kardeşinin ölümü hakkında en ufak bir üzüntü ifadesine yer vermemiş; aksine sadece “Allah onun günahlarını affetsin. Onun için dua ediyorum.” diyerek, bu cezayı hak ettiği yönündeki düşüncesini göstermiştir. Ancak, bu kısımda, diğer bir “ardalan ve bağlam bilgisi” olarak aktarılan, Sürücü’yü öldüren küçük kardeş, Ayhan’ın “hayatımın en büyük hatası” şeklindeki ifadesi, abisinin tam tersine, onun ne kadar pişman olduğunu kanıtlamaktadır. Anlaşıldığı gibi, Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde 28 Temmuz 2011 tarihinde yer alan “Berlin’de Cinayet” (Murder in Berlin) başlıklı haberde ele alınan olay, alt başlıklarla üç farklı kısma ayrılarak, okura detaylı bir şekilde aktarılmış ve olayın farklı boyutlarına da yer verilerek, haberin okur üzerindeki etkisi arttırılmıştır.

Mikro Yapı

Bir haber metninin “mikro yapı” çözümlemesi yapılırken, bu metni oluşturan kelime, cümle, ifade ya da fotoğraflar vb. gibi öğelerinin ortaya çıkarılması amacıyla, ele alınan metinler,

“sentaktik çözümlenme, bölgesel uyum, sözcük seçimleri ve retorik çözümlenme” şeklindeki kriterler açısından değerlendirilmektedir.

Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 2011 Temmuz ayındaki “Türk kadınının” aktarım şekli, öncelikle mikro yapısının ilk aşaması olan ve haber metinlerini cümleleri açısından ele alan “sentaktik çözümlenme” ve “bölgesel uyum” kriterlerine dayalı olarak değerlendirilmektedir. Van Dijk’in mikro yapıda yaptığı “sentaktik çözümlenme” düzeyinde, cümlelerin basit ya da karmaşık olması, aktif ya da pasif bir şekilde kurulması gibi, cümlelerin kullanım yapıları ele alınmaktadır. Spiegel Online International Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 2011 Temmuz ayında Türk kadınının aktarıldığı haber metinleri, “sentaktik çözümlenme” açısından incelendiği zaman, genel olarak Türk kadını imgesinin basit ve anlaşılır cümle yapılarıyla aktarıldığı ve okurun iletilmesi amaçlanan anlamı kolaylıkla anlayabildiği görülmektedir. Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 28 Temmuz 2011 tarihinde yer alan “Berlin’de Cinayet” (Murder in Berlin) başlıklı haberde ele alınan olayda, haberin basit ve anlaşılır cümlelerle aktarılmasındaki temel neden ise, Spiegel Online International (Almanya) okurunun bu haberi rahatça anlayarak, zihninde bu haberin söylemi aracılığıyla olumsuz Türk kadını imgesi inşa edebilmesidir. Bunun yanında, Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 2011 Temmuz ayında Türk kadını ile ilgili haber metinlerinde aktarılan cümlelerinin “sentaktik çözümlenmesinde” önemli olan cümlelerin “aktif mi yoksa pasif cümle” yapısında mı oluşturulduğu incelendiği zaman, bu cümlelerin genel olarak aktif bir cümle yapısına sahip olduğu görülmektedir. Bu şekilde de, Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 28 Temmuz 2011 tarihinde yer alan “Berlin’de Cinayet” (Murder in Berlin) başlıklı haberde, ele alınan olayda öncelikle “öznelerin” ön plana çıkarılarak, özneye vurgu yapıldığı anlaşılmaktadır. Yani, bu haberin birçok cümlesinde, olayın ana öznesi olarak aktarılan “Hatun Sürücü” ön plana çıkarılarak, anlam ve cümle yapısı bu yönde inşa edilmektedir.

Bu çalışmadaki söylemlerin mikro yapılarının çözümleneceği diğer bir kısım olan “bölgesel uyum” başlığı altında yapılan değerlendirmede ise, cümlelerin birbirleriyle olan ilişkileri ele alınmaktadır. Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 2011 Temmuz

ayında Türk kadınının aktarıldığı cümlelerde, genel olarak cümleler arası nedensel bir bağ kurularak, “nedensel ilişkilere” yer verildiği görülmektedir. Mesela, Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde 28 Temmuz 2011 tarihinde yer alan “Berlin’de Cinayet” (Murder in Berlin) başlıklı haberde ele alınan olayda, Hatun Sürücü’nün erkek kardeşi tarafından, ailenin onurunu kurtarmak amacıyla öldürülmesi durumu, “Sürücü’nün makyaj yapması, eğitim alması ve çok Batılı yaşaması” gibi nedensel ilişkilerle aktarılarak, okurun bu olay hakkında daha detaylı bir bilgiye sahip olması sağlanmaktadır. Yani, “Berlin’de Cinayet” (Murder in Berlin) başlıklı bu haber, genel olarak ele alındığı zaman da, örnekte olduğu gibi, okura “ana olayın” nedensel ilişkilerle iletildiği görülmektedir.

Van Dijk’in söylem analizinde, mikro düzeyde incelenen diğer önemli bir başlık da “sözcüklerin seçimidir”. Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 28 Temmuz 2011 tarihinde yer alan “Berlin’de Cinayet” (Murder in Berlin) başlıklı haber metninin söylemleri inşa edilirken tercih edilen “sözcükler” incelendiği zaman, genel olarak bu haberde okuru derinden etkileyecek ve okur üzerinde olumsuz bir Türk kadını imgesi algısı inşa edecek nitelikte sözcük ve ifadeler kullanıldığı görülmektedir. Örneğin, bu haberde olumsuz Türk kadını imgesini pekiştirmek amacıyla kullanılan bazı sözcükler ve dilsel yapı şekilleri incelendiği zaman, bu haberin söyleminde, “aile onuru (family honor), kaybolan onur (lost honor), bir ailenin parçalanması (a family’s self-destruction), cinayet (murder), makyaj yapmak (make up), yaşam tarzını değiştirmek (lifestyle change), erkekleri etkilemek (attract men), göç etmiş Kürt bir aile (immigrant Kurdish family), cinayet silahı (murder weapon), radikal Müsliman (radicalized Muslim), en kötü hata (the worst mistake), Alman gibi yaşamak (living like a German), türbanını çıkarmak (abandon her headscarf),” şeklinde okuru derinden etkileyecek nitelikte sözcük ve ifadelerle karşılaşmaktadır. “Berlin’de Cinayet” (Murder in Berlin) başlıklı haberde kullanılan ifade ve sözcükler genel olarak incelendiği zaman, bu dilsel yapıların okura haber hakkında detaylı bir bilgi vermesinin yanı sıra, Türk kadını kimliğini bir olumsuz açıdan inşa ederek, okurun bakış açısını kötü yönde etkilediği görülmektedir. Yani, bu haberde oluşturulan haber söylemi, Türk kadınını oldukça negatif bir yönde aktarma amacı taşımaktadır.

Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 28 Temmuz 2011 tarihinde yer alan “Berlin’de Cinayet” (Murder in Berlin) başlıklı bu haberde kullanılan sözcüklerin yanı sıra, “dil” aracılığıyla okuru, olumsuz Türk kadını imgesi konusunda daha da ikna etmek amacıyla bazı “retoriksel öğelere” de yer verildiği görülmektedir. Bir haberin retoriği ele alınırken, o haberde kullanılan her türlü ikna edici ve inandırıcı veriler değerlendirilmektedir. Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 28 Temmuz 2011 tarihinde yer alan “Berlin’de Cinayet” (Murder in Berlin) başlıklı haber metninde kullanılan retoriksel öğelere göz atıldığı zaman, “fotoğraf kullanma, rakamsal veri ve görgü şahidi sunma, imgesel ifadelerle yer verme” gibi, bu haberi daha da inandırıcı bir şekilde aktaran bazı ifade şekilleriyle karşılaşılmaktadır. Örneğin, bu haberin okur üzerinde “inandırıcı olma” etkisini yaratabilmesi için, haberin söylemi aktarılırken “genç yaşta öldürülen Hatun Sürücü’nün fotoğraflarına” yer verilmekte ve okurun zihninde bu fotoğraf karesi aracılığıyla öldürülen kadını canlandırılması sağlanmaktadır. Bunun yanında, “Berlin’de Cinayet” (Murder in Berlin) başlıklı haberde, okura “Hatun Sürücü’nün 2005 yılında öldürülmesi, 23 yaşında olması” gibi bazı rakamsal verilerin aktarılması, bu haberin inandırıcılık yönünü arttırmasının yanında, 23 yaşında öldürülen Sürücü’nün ne kadar genç bir yaşta olduğunu da ön plana çıkarmaktadır. Bu haberde okura sunulan diğer “retoriksel unsur” ise, “Hatun Sürücü’yü 2005 yılında öldüren küçük kardeşi Ayhan’ın kız arkadaşı olan Melek’in, cinayete tanık olması” ve haberde onun ifadelerinin “görgü şahidi” olarak yer almasıdır. Bu şekilde, okur görgü şahidinin cinayet ile ilgili ifadeleriyle karşılaştıktan sonra, olayın gerçekleşme şekli hakkında daha detaylı bir bilgi sahibi olmakta ve haberin gerçekliğine daha çok inanmaktadır. Ayrıca, bu haberde kullanılan imgeler incelendiği zaman, haber boyunca “yaşam tarzını değiştirmek (lifestyle change), göç etmiş Kürt bir aile (immigrant Kurdish family), radikal Müsliman (radicalized Muslim), İslami kurallar (Islamic Law), aile onuru (family honor)” şeklinde bazı ifadelerle karşılaşılmaktadır. Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 28 Temmuz 2011 tarihinde yer alan “Berlin’de Cinayet” (Murder in Berlin) başlıklı haberde imgeleşen bu ifadelerin, Türk kimliği ile özdeşleştirilerek aktarıldığı ve her birinin Türk kadını imgesini olumsuz açıdan inşa etme amacıyla sık sık kullanıldığı görülmektedir. “Berlin’de Cinayet” (Murder in Berlin) başlıklı haber metninde kullanılan bu imgesel ifadeler sonucunda, okurun, Türkiye’de kadınların “makyaj yaptıkları ve eğitim aldıkları zaman”, İslami kuralların

dışına çıkararak, aile onurunu zedeledikleri ve bu nedenle de ölüm cezasını hak ettikleri yönünde bir fikre kapılması kaçınılmaz bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır.

Spiegel Online International (Almanya)

Makro Yapı

Bu çalışmada küreselleşen dünyada inşa edilen “Türk kadını imajının” değerlendirilebilmesi amacıyla ele alınan gazetelerden biri olan, Spiegel Online International (Almanya) gazetesi, haber metinlerinin makro yapısını oluşturan “haber ana başlığı, haber girişleri, ana olayın ele alınış biçimi, bağlam bilgisi, temalar, temaların şematik yapısı ve olay taraflarının değerlendirmeleri” vb. gibi kriterler açısından incelendiği zaman, 2011 ağustos ayı boyunca incelenen Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, Türk kimliği ile ilgili, 1 tane olumsuz olmak üzere, toplam 1 haber yer aldığı görülmektedir.

Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, “Türk kadını kimliği” ile ilgili söylemlerin inşa edildiği haberlerin başlıkları genel olarak ele alındığı zaman, bu başlıkların içerdiği kelime ve ifadelerle okurun zihninde, aktarılan haber hakkında bir fikir oluşmasını sağladığı ve okura haberin içeriğiyle ilgili ipucu verdiği görülmektedir. Bunun yanında, Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 8 Ağustos 2011 tarihinde “İki Kültür Arasında Sıkışıp Kalmak” (Caught Between Two Cultures) başlığıyla, “Türk kadını” ile ilgili bir haber metnine rastlanmaktadır. Ayrıca, “Türk imgesinin” olumsuz açıdan inşa edildiği, “İki Kültür Arasında Sıkışıp Kalmak” (Caught Between Two Cultures) başlıklı bu haberde, haberde aktarılan her bilginin, “Almanya’ya Göç Etmiş olan Türkler Arasında Artan İntihar Riski” (Risk of Suicide Greater for Turkish-German), “Beş Sefer İntihar Etme Teşebbüsü” (Five Times as Likely to Commit Suicide), “Alman Gibi Olma İsteği” (Desire to Be German), “Patlak Verme” (Breaking Out), “Ona, Mahkummuş gibi Davranan Nişanlı” (Fiancé Treated Her Like a Prisoner), İkinci İntihar Girişimi (A Second Suicide Attempt), “Ben Bir Yaşam İstiyorum” (I Want to Have a Life)” şeklinde alt-başlıklarla dile getirildiği ve okurun ele alınan konuyu her detayına kadar kavramasının sağlandığı görülmektedir. Anlaşıldığı gibi, 2011 Ağustos ayında, Spiegel Online

International (Almanya) gazetesinde “Türk kadını imajı”, olumsuz bir yönde inşa edilirken, okura aktarılan haberin farklı boyutları alt-başlıklarla sınıflandırılmış ve okurun, haberin söylemi hakkında daha detaylı bir bilgiye ulaşması sağlanmıştır.

“Alman Basınında İnşa Edilen Türk Kadını İmajı: Spiegel Online International Örneği” başlıklı çalışmada, faydalanılan Van Dijk’in söylem analizi yönteminin makro yapı kısmında, haber başlıkları gibi, olayın özetinin verildiği diğer bir kısım da “haber girişleridir”. Haber metinlerinde aktarılan olay ile ilgili okurun genel bir fikre sahip olmasını sağlayan haber girişleri incelendiği zaman, ele alınan haber metinlerinin Türk kadını kimliğini nasıl yansıtacağı konusunda daha fazla bilgiye sahip olunmaktadır. Mesela, Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 08 Ağustos 2011 tarihinde yer alan, “İki Kültür Arasında Sıkışıp Kalmak” (Caught Between Two Cultures) başlıklı haber girişinde, “Almanya’daki Türk kadınlarının intihar etme oranı Alman kadınlara göre beş kat daha fazladır.” (The number of attempted suicides is five times as high among young Turkish-German women than their ethnic German counterparts.) şeklinde bir ifadeye yer verilerek, okura “Türk kadını” imajı olumsuz bir açıdan yansıtılmakta ve okurun sahip olduğu Türk kadını algılaması negatif bir yönde dönüştürülmektedir.

2011 Ağustos ayında, Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde olumsuz Türk kadını kimliğiyle ilgili haberlerin, makro analizindeki “şematik yapısının” diğer önemli bir adımı olan, olayın ele alınış şekli, ardalın ve bağlam bilgisi gibi haberin bazı önemli özellikleri değerlendirildiği zaman, aktarılan bilgiler sonucunda okurun ideolojik bir bakış açısını benimsemesinin amaçlandığı görülmektedir. Örneğin, Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 08 Ağustos 2011 tarihinde yer alan, “İki Kültür Arasında Sıkışıp Kalmak” (Caught Between Two Cultures) başlıklı haber metninde, ana olay olarak, okura “Almanya’ya göç eden Türk kadınlarında artan intihar girişimleri” konusu aktarılmakta ve “Türk kadını” imajı olumsuz bir açıdan inşa edilmeye çalışılmaktadır. Bunun yanında, bu haber metnindeki aktarılan olumsuz Türk imgesinin, “Almanya’da yaşayan Türk kadınlarının zorla evlendirilmesi, Alman yaşam tarzından uzak tutulması, baskı altında yaşayarak şiddet görmesi, diğer hemcinslerine göre intihara çok daha fazla meyilli olması, aile onuru kavramı yüzünden kendi yaşamı hakkında

tercih hakkına sahip olmaması, Alman kadınları gibi yaşam sürmek istemesi” şeklinde “ardalan ve bağlam bilgisiyle” pekiştirildiği ve okurun Türk kimliği hakkında oldukça negatif bir yönde algılama şekline sahip olması sağlandığı görülmektedir. Bu bilgiye ulaşan okurun, “Türk kadınlarını, kendi ayakları üzerinde duramayan ve hiçbir hakka sahip olmayan” kişiler olarak algılaması ve zihninde birçok alanda üstün başarılarla sahip olmuş “Türk kadınları” hakkında yanlış bir fikre sahip olması kaçınılmaz bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durum da, herhangi bir gerçekliğin aktarılan haberin söylemi aracılığıyla nasıl yeniden inşa edilebildiğini gösteren en açık örneklerden biridir.

Mikro Yapı

Bu çalışmada ele alınan haber metinlerinin “mikro yapı” çözümlemesi yapılırken, bu metinleri oluşturan kelime, cümle, ifade ya da fotoğraflar vb. gibi öğelerinin nasıl aktarıldığının anlaşılabilmesi için, ele alınan metinler “sentaktik çözümleme, bölgesel uyum, sözcük seçimleri ve retorik çözümleme” şeklindeki kriterler açısından değerlendirilmektedir.

Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 2011 Ağustos ayında “Türk kadını” imajının nasıl inşa edildiğinin anlaşılabilmesi için, bu çalışmada faydalanılan Van Dijk’in söylem analizi kuramının mikro yapısının ilk aşaması olan ve haber metinlerini cümleleri açısından ele alan “sentaktik çözümleme” ve “bölgesel uyum” kriterlerine dayalı olarak değerlendirilmektedir. Van Dijk’in mikro yapıda yaptığı “sentaktik çözümleme” düzeyinde, cümlelerin basit ya da karmaşık olması, aktif ya da pasif bir şekilde kurulması gibi cümlelerin kullanım yapıları ele alınmaktadır. Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 2011 Ağustos ayında Türk kadını imajının aktarıldığı haber metinlerinin sentaktik çözümleme kriterine göre incelenmesi yapıldığı zaman, ele alınan haberlerin genel olarak, basit, anlaşılır cümle yapılarıyla aktarılarak, okurun haberi rahat bir şekilde anlaması amaçlanmıştır. Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde bu haberlerin yazarlarının Türk kadınıyla ilgili söylemi oluşturulurken, görüşlerini basit ve oldukça anlaşılır bir “dil” ile yansıtmalarının en büyük sebebi, aktarılmak istenen bakış açısının her düzeyde okur tarafından kolaylıkla algılanabilir olmasıdır. Ayrıca, bu haber metinlerinin basit cümlelerle dile getirilmesinin yanı sıra, okura çoğunlukla aktif yapıyla aktarıldığı ve öznenin ön plana çıkarılarak, nesneden çok

öznenin vurgulandığı da görülmektedir. Örneğin, Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 08 Ağustos 2011 tarihinde yer alan, “İki Kültür Arasında Sıkışıp Kalmak” (Caught Between Two Cultures) başlıklı haberde yer alan, “Almanya’daki Türk kadınlarının intihar etme oranı Alman kadınlara göre beş kat daha fazladır.” (The number of attempted suicides is five times as high among young Turkish-German women than their ethnic German counterparts.) olarak aktarılan ifade şeklinin, basit ve aktif olarak inşa edilen cümle yapısına bir örnek olduğu görülmektedir. Ayrıca, Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 08 Ağustos 2011 tarihinde yer alan, “İki Kültür Arasında Sıkışıp Kalmak” (Caught Between Two Cultures) başlıklı haberde yer alan, “27 yaşında olan Sema’nın ikinci kez intihar girişiminde bulundu.” (Sema, a 27-year-old woman who tried to commit suicide twice, is a case in point.), “Sema’nın ailesiyle arasında her zamanki gibi tartışmalarından birini yaşandı ve Sema, o gece bulabildiği ilaçlardan iki kutunun hepsini yuttu.” (Her parents had just had another one of their arguments, and that night she swallowed all the pills she could find -- two entire bottles.), “Ailesi, Berlin’e taşındığı zaman, babası bir kafe açtı ve annesi de, diğer insanların çamaşırlarını yıkadı.” (When her parents moved to Berlin, her father opened a coffee shop and her mother washed clothes for other people.), “Almanya, onlar için yeni bir ev değil; sadece bir fırsattı.” (Germany was their opportunity, not their new home.) ve “Onlar, kendileri için daha iyi bir yaşam koşullarına sahip olmak için, çok çalıştılar.” (They worked hard to make a better life for themselves.) şeklindeki cümleler de, bu haber metninde cümlelerin oldukça basit, anlaşılır ve kısa bir şekilde oluşturularak, okurun aktarılan mesajı kolayca anlaması yönünde inşa edildiğini göstermektedir.

Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 2011 Ağustos ayında Türk kadını imajının, bu çalışmada faydalanılan Van Dijk’in söylem analizi kuramının mikro yapısının ilk aşaması olan ve haber metinlerini cümleleri açısından ele alan “bölgesel uyum” kriterlerine dayalı olarak değerlendirildiği zaman, Türk kadınıyla ilgili iki haberin de çoğunlukla, “nedensel bir bağ” kurulan cümleler aracılığıyla dile getirildiği görülmektedir. Mesela, Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 08 Ağustos 2011 tarihinde yer alan, “İki Kültür Arasında Sıkışıp Kalmak” (Caught Between Two Cultures) başlıklı haber metninde, “27 yaşında olan Sema, ikinci kez intihar girişiminde bulundu.” (Sema, a 27-year-old woman who tried to commit suicide twice.) cümlesinden sonra, “Sema, her zamanki gibi ailesiyle tartışmalarından birini yaşadı ve Sema, o

gece bulabildiği ilaçlardan iki kutunun hepsini yuttu.” (Her parents had just had another one of their arguments, and that night she swallowed all the pills she could find - two entire bottles.) şeklinde bir ifadeye yer verilerek, okura “Sema’nın ikinci kez neden intihar ettiği” konusunda bilgi verilmekte ve cümleler arasında “nedensel bir bağ” kurulmaktadır. Bunun yanında, Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 08 Ağustos 2011 tarihinde yer alan aynı haber metninde, “Ailesi, Berlin’e taşındığı zaman, babası bir kafe açtı ve annesi de, diğer insanların çamaşırlarını yıkadı.” (When her parents moved to Berlin, her father opened a coffee shop and her mother washed clothes for other people.) şeklindeki ifadenin de, “Onlar, kendileri için daha iyi bir yaşam koşullarına sahip olmak için, çok çalıştılar.” (They worked hard to make a better life for themselves.) cümlesiyle, nedensel bir bağ kurularak, diğer cümlede aktarılan bilginin pekiştirildiği görülmektedir. Aynı şekilde, bu haber metninde yer alan, “Sema’nın babası, kendilerinin Türk, diğerlerinin Alman olmasını belirterek, Sema’nın sınıfındaki diğer çocuklarla oynamasını yasakladı.” (Sema’s father forbade her from playing with the other children in her class, saying that they were Turks and not Germans.) cümlesinin de, “Almanya, onlar için yeni bir ev değil; sadece bir fırsattı.” (Germany was their opportunity, not their new home.) şeklinde bir düşünceyle tamamlanarak, okur “Sema’nın babasının ona koyduğu yasağın nedeni” hakkında bilgilendirilmektedir.

Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 2011 Ağustos ayında Türk kadını imajının değerlendirileceği Van Dijk’in söylem analizi kuramına göre, mikro düzeyde ele alınan diğer önemli bir kriter ise haber metinlerinde kullanılan “sözcüklerin seçimidir”. Çünkü bir haberin söyleminde okura aktarılmak istenen ideolojik bakış açısının en kolay şekilde ifade edilebileceği ve aynı zamanda hangi düşüncenin aktarıldığının anlaşılabilmesi bir dışavurum şeklinde işlevsel niteliği bulunan öge, o haberde kullanılan “sözcükler” olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle, Türkiye ile ilgili bir haberin, ne yönde inşa edildiğinin görülebilmesi için, öncelikle bu haberin söyleminde nasıl sözcükler ve ifadeler kullanıldığının incelenmesi gerekmektedir. Mesela, Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 08 Ağustos 2011 tarihinde yer alan, “İki Kültür Arasında Sıkışıp Kalmak” (Caught Between Two Cultures) başlıklı haber metninde yer alan, “intihar etme riski (risk of suicide), yüksek oran (high among), Türk-Alman kadınları (Turkish-German women), baskılar (pressures), umutsuzluk (despair), intihar

etme (commit suicide), Türk çocukları (Turkish children), genç Türk kadınların hikayeleri (young Turkish women's stories), planlanmış evlilikler (arranged marriages), onur için öldürme (honor killings), şiddet (violence), mutsuzluk (unhappy), umutsuz bir yakarış (a desperate plea), kurallar ve baskılar (rules and pressures), iyi bir Alman olmak (be a good German), şiddet uygulamak (started hitting), ona bir mahkummuş gibi davranmak (treated her like a prisoner), başka bir yaşam (a different life), daha Alman bir yaşam tarzı (a more German life), kendini atma (throw herself), ciddi boyutta depresif bozukluk (a severe depressive disorder), psikolojik tedavi (psychological treatment), bir Alman ailesi imajı (an image of a German family)” şeklindeki sözcük ve ifadeler değerlendirildiği zaman, bu haber metniyle olumsuz bir Türk kadını imajı oluşturularak, okurunun “Türk kimliği, yaşam şekli ve kadınları” hakkında negatif açıdan etkilenmeye çalışıldığı görülmektedir. Yani, bu haberde kullanılan bu sözcük ve ifadeler aracılığıyla, okura “Türk toplumun kadına verdiği değer, yaşam şekli, kadınların toplumdaki yerler” oldukça olumsuz bir yönde aktarılmakta ve Türk toplumu aşağılanıp, dışlanırken; Alman toplumu birçok açıdan “ideal olan toplum” olarak yansıtılmaktadır. Bunun yanında, bu haberde kullanılan sözcüklerin yanı sıra, bu haberde dil aracılığı ile okuru daha da ikna etmek amacıyla bazı “retoriksel öğelere” yer verildiği de görülmektedir. Bir haberin retoriği ele alınırken, o haberde kullanılan “rakamsal veriler, fotoğraf kareleri, imgeleşen ifade şekilleri” gibi her türlü ikna edici ve inandırıcı veriler değerlendirilmektedir. Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 08 Ağustos 2011 tarihinde yer alan, “İki Kültür Arasında Sıkışıp Kalmak” (Caught Between Two Cultures) başlıklı haber metninde de yer alan “retoriksel öğeler” ele alındığı zaman, bu haberin okur tarafından daha inandırıcı olarak algılanması amacıyla, bu haberin söyleminde “rakamsal veriler, fotoğraf kareleri, imgeleşen ifade şekilleri” gibi bazı öğelerden faydalandığı görülmektedir. Örneğin, bu haberde Türk imgesinin olumsuz bir şekilde inşa edilebilmesi için, haberin söyleminde gerçekte “Türk kadını” yansıtmayan imge ve fotoğraflara yer verilerek, Türk kimliğinin negatif bir yönde aktarım şeklinin pekiştirilmesi amaçlanmaktadır. Tabii ki, Türk kadın imajı hakkında her hangi bir fikri bulunmayan Der Spiegel gazetesi okurunun, zihninde inşa edeceği “Türk kadını” portesinin de, aktarıldığı gibi olumsuz bir şekilde olması kaçınılmaz bir durumdur. Örneğin, Türk kadınıyla ilgili üç fotoğrafta da, Türk kadının “önemszenmeyen, kendi ayakları üzerinde duramayan” yönünün vurgulanması amacıyla, bu

fotoğraflardaki kadınlar, özgüveni bulunmayan bir duruş ve tavırla yansıtılmaya çalışılmaktadır. Örneğin, bu fotoğraflardan birincisinde, Türk kadının yüzü görünmemesine rağmen, bu kadının “zorla evlendirilmesi” durumuna dikkat çekebilmek amacıyla, kadının elindeki evlilik alyansı ön plana çıkarılmaktadır. Görüldüğü gibi, Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 08 Ağustos 2011 tarihinde yer alan, “İki Kültür Arasında Sıkışıp Kalmak” (Caught Between Two Cultures) başlıklı haber metninde aktarılan olumsuz Türk kadını imajı, bazı fotoğraflar aracılığıyla pekiştirilerek, okurun zihnindeki negatif Türk kimliği algısının daha kalıcı olması hedeflenmektedir.

Bunun yanında, Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 08 Ağustos 2011 tarihinde yer alan, “İki Kültür Arasında Sıkışıp Kalmak” (Caught Between Two Cultures) başlıklı haber metninde, “27 yaşında olan Sema, (Sema, a 27-year-old), Sema 13 yaşındaydı. (She was 13.), Sema şu anda 27 yaşında. (Sema is now 27.), Babası, Türkiye’den Almanya’ya geldiği zaman 15 yaşındaydı. (Her father was 15 when he came to Germany from Turkey.) ve 170,000 Türk ikamet eden kişi (170,000 residents of Turkish), Türk kökenli olan 18 ve 35 yaş arasındaki genç kadınlar özellikle risk grubunu oluşturuyorlar. (Young women of Turkish origin, between the ages of 18 and 35, are particularly at risk.)” şeklinde bazı “rakamsal veriler” aracılığıyla, haberin okur üzerinde daha etkili ve inandırıcı bir niteliğe sahip olması sağlanmaktadır. Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde yer alan bu haber metninde, diğer bir “retoriksel öge” olarak kullanılan Türk kimliğiyle ilgili bazı imgeleşen sözcük ve ifadeler incelendiği zaman, bu haber söyleminde “Türk kadını ve Türk toplumu” olmak üzere iki kategoride imgeleşen ifade şekilleriyle karşılaşılmaktadır. Bu haber metninin ana temasını oluşturan “Türk kadınları” imajıyla ilgili olarak, “planlanmış evlilikler (arranged marriages), onur için öldürme (honor killings), şiddet (violence), mutsuzluk (unhappy), umutsuz bir yakarış (a desperate plea), kurallar ve baskılar (rules and pressures)” şeklinde oldukça olumsuz anlamlarla yüklü bazı ifadelerle karşılaşılmaktadır. Ayrıca, bu haber metninde, “Türk kadınlarının, kendi ayakları üzerinde durabilen, çoğu zaman toplumun en üst düzey konumlarında bile bulunan niteliği tamamen göz ardı edilerek; Türk kadını sadece, erkek egemen toplumun kendine çizdiği yaşam sınırları içinde yaşayan ve şiddet gören, mutsuz kişiler” olarak aktarılmaktadır. Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde yer alan bu haber metninde hedeflenen diğer bir amacın ise, “Türk

toplumu ile ilgili kullanılan imgeler aracılığıyla, Türk toplumunu aşağılayıp, dışlarken; Alman toplumunun yüceltilmesi.” olduğu görülmektedir. Örneğin, bu haberde yer verilen Türk kızın hayattan istedikleri şeyler, “iyi bir Alman olmak (be a good German), bir Alman ailesi imajı (an image of a German family)” şeklinde imgeleşen ifadelerle aktarılarak, okura, Alman toplumu “ideal olan” şeklinde sunulmaya çalışılmaktadır. Bunun yanında, Türk kızı Sema’nın kendi ayakları üzerinde durması, eğitim alıp, çalışması isteği de, “bir Alman ailesi imajı (an image of a German family) ifadesiyle tanımlanarak, okura “Türk toplumunda kadınların modern bir yaşam şeklini sürdürmedikleri” mesajı iletilmektedir.

Spiegel Online International (Almanya)

“Alman Basınında İnşa Edilen Türk Kadını İmajı: Spiegel Online International Örneği” başlıklı çalışmada, 2011 Eylül ve Ekim ayı boyunca incelenen Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, Türk kadını ile ilgili her hangi bir haber metnine ve ifade şekline rastlanmamıştır.

Der Spiegel (Almanya)

Makro Yapı

“Alman Basınında İnşa Edilen Türk Kadını İmajı: Spiegel Online International Örneği” başlıklı çalışmada, öncelikle haber metinlerinin “makro yapısını” oluşturan “haber ana başlığı, haber girişleri, ana olayın ele alınış biçimi, bağlam bilgisi, temalar, temaların şematik yapısı ve olay taraflarının değerlendirmeleri” vb. gibi kriterler açısından incelenmektedir. 2011, Kasım ayı boyunca incelenen Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, Türk kadını ile ilgili, 1 tane olumsuz olmak üzere, toplam 1 haber yer almıştır.

Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde Kasım 2011 tarihinde yer alan haberin başlığı incelendiği zaman, bu haberde Türk kadını imajının olumsuz bir yönde inşa edildiği anlaşılmaktadır. Ayrıca, Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 2 Kasım 2011 tarihinde yer alan, “Yabancı Bir Ülkede Evinde Olmak” (At Home in a Foreign Country) başlıklı haberde de, Türk kadını imajının, “Alman Türkleri Kimliklerini Bulmaya Çalışıyor.” (German

Turks Struggle to Find Their Identity), “Gereksiz Yere Yaşanan Sosyal, Ekonomik ve Politik Karmaşa” (An Unnecessary Social, Economic and Political Catastrophe), “Göç Etme Sorunlarıyla Mücadele Etme” (Struggling with the Consequences of Immigration), “Alman Şehirlerinde Etnik Bölünme” (Ethnic Segregation in German Cities), “Biz Almanlar Nasıl İnsanlarız?” (What Kind of People are Germans?), “Başbakan, ‘Entegrasyon Toplantılarını Ağırdan Alınmalı’” (Minister Has to Be Dragged into Integration Meetings), “Yaşanan Anlaşmazlık Parçalanmayı Derinleştiriyor” (Debate Deepens the Divide), “Yaşanan Kaosu, Örnek Bir Okula Dönüştürme” (Transforming Chaos into a Model School), “Bu Ülkede, Göçmen Olarak Damgalanmıyorsun” (You Don't Get Stamped as an Immigrant Here), “Birçok Suçlu” (Multiple Offenders) ve “Bir Alman Türkü Olmak” (Being a German Turk) şeklinde alt-başlıklarla detaylandırılarak inşa edildiği görülmektedir.

Bu çalışmada faydalanılan Van Dijk'in söylem analizi yönteminin “makro yapı” kısmında haber başlıkları gibi, olayın özetinin verildiği diğer bir kısım ise “haber girişleridir”. Bu şekilde, haber metinlerinde aktarılan olay ile ilgili okurun genel bir fikre sahip olmasını sağlayan “haber girişleri” incelendiği zaman, ele alınan haber metinlerinin Türk kadını hakkında nasıl bir algılama şekline sahip olunduğu hakkında fikir sahibi olunabilecektir. Örneğin, Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 2 Kasım 2011 tarihinde yer alan, “Yabancı Bir Ülkede Evinde Olmak” (At Home in a Foreign Country) başlıklı diğer haberin girişinde ise, “Almanya’da birçok üçüncü kuşak Türk çocuğu, kendini yaşadığı topluma uygun olarak hissetmiyor._Tanıdık bir görüntü: Türbanlı bir kadın, Berlin’in Neukölln bölgesinde bir caddede yürüyor.” (Many third generation Turkish children in Germany don't feel that they fit in properly._A familiar sight: A woman wearing a headscarf walks through a street in Berlin's Neukölln district.) şeklinde bir ifadeye yer verilerek, Türk kadınının ve Türk kimliğinin olumsuz bir yönde inşa edilmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca, Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, Kasım 2011 tarihinde yer alan haberlerin makro analizindeki “şematik yapısının” diğer önemli bir adımı olan, “olayın ele alınış şekli, ardalan ve bağlam bilgisi” gibi haberin bazı önemli niteliklerinin de genel olarak değerlendirilmesi, Türk kadınının ne yönde inşa edildiğinin anlaşılabilmesi açısından oldukça önem taşımaktadır.

Mikro Yapı

Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 2011 Kasım ayında Türk kadını imajının nasıl inşa edildiğinin anlaşılabilmesi için, bu çalışmadaki söylemler, Van Dijk'in söylem analizi kuramının mikro yapısının ilk aşaması olan ve haber metinlerini cümleleri açısından ele alan "sentaktik çözümlenme" ve "bölgesel uyum" kriterlerine dayalı olarak değerlendirilecektir. Van Dijk'in "mikro yapıda" yaptığı sentaktik çözümlenme düzeyinde, "cümlelerin basit ya da karmaşık olması, aktif ya da pasif bir şekilde kurulması" gibi cümlelerin kullanım yapıları ele alınmaktadır. Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 2011 Kasım ayında, Türk imgesinin aktarıldığı haber metinlerinin sentaktik çözümlenme kriterine göre incelenmesi yapıldığı zaman, ele alınan haberlerin genel olarak, basit, anlaşılır cümle yapılarıyla aktararak, okurun haberi rahat bir şekilde anlaması amaçlanmıştır. Türk kimliğiyle ilgili bir haber aktaran yazarın, düşüncelerini basit ve oldukça anlaşılır bir dil ile yansıtmasının en büyük sebebi ise, aktarmak istediği bakış açısının her düzeyde okur tarafından kolaylıkla algılanabilir olmasıdır.

Bu çalışmadaki söylemlerin mikro yapılarının çözümleneceği diğer bir kısım olan "bölgesel uyum" başlığı altında yapılan değerlendirme kısmında ise, cümlelerin birbirleriyle olan ilişkileri ele alınmaktadır. Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, Kasım 2011 tarihinde, Türk kadını imajının inşa edildiği haber metinlerinde genellikle, olaylar arasında nedensel bağlar kurularak, cümleler arasında "nedensel ilişkilere" yer verildiği ve aktarılan ideolojik bakış açısının verilen nedenlerle okurun zihninde daha inandırıcı bir niteliğe sahip olmasının amaçlandığı anlaşılmaktadır. Bunun yanında, Van Dijk'in söylem analizinde, mikro düzeyde incelenen diğer önemli bir başlık da "sözcüklerin seçimidir". Çünkü bir haber metninde kullanılan sözcüklerin incelenmesi, o metnin içeriğinde hem söylenen, hem de açıkça söylenmeyerek ima edilen ideolojik düşünce yapılarının ortaya çıkarılması açısından oldukça önemlidir. Bir haber metni aracılığıyla, okurun zihninde amaçlanan bir düşünce şeklini inşa edebilmek için, haber metninde kullanılan her sözcüğe büyük bir görev düşmektedir. Bu nedenle, ele alınan gazete metinlerinde kullanılan sözcük, imge ve ifadelerin incelenmesi, Türkiye ilgili bu haberlerin okura aktarmayı amaçladığı ideolojik bakış açısının anlaşılabilmesi açısından oldukça önemlidir. Örneğin, Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 2 Kasım 2011 tarihinde

yer alan “Yabancı Bir Ülkede Evinde Olmak” (At Home in a Foreign Country) başlıklı haber metninde de, “başarı için daha az umut (fewer prospects for success), hiçbir profesyonel niteliğe sahip olmama (no professional qualifications), artık yeteri kadar cazip olmaması (no longer attractive enough), gereksiz bir sosyal, ekonomik ve politik karmaşa (an unnecessary social, economic and political catastrophe), insanları sınıflandırma (classify people), benzer problemlerle mücadele etme (struggle with similar problems), daha az iyi eğitilmiş (less well educated), suç ve işsizlik (crime and unemployment), göçün sonuçları (the consequences of immigration), davranış bozukluğu (behavioral disorder), küçük görme (humiliating), kültür şoku (the culture shock), istenmeme duygusu (the feeling of being unwanted), yeni bir kültür (a new culture), savaş (war), hırsızlık (theft), soygun ve saldırı (robbery and assault)” şeklinde sözcükler kullanılarak, Türk imgesi ve Türk kadını olumsuz bir yönde inşa edilmektedir.

Türk kadınının ve kimliğinin olumsuz bir şekilde aktarıldığı bu haberde kullanılan sözcüklerin yanı sıra, bu haber metinlerinde “dil” aracılığıyla, okuru daha fazla ikna etmek amacıyla bazı “retoriksel öğelere” de yer verildiği görülmektedir. Bir haberin retorisi ele alınırken, o haberde kullanılan “bir görgü şahidi, güvenilir bir kanıt, rakamsal bir veri, bir fotoğraf karesi, imgeleşen bir ifade” gibi her türlü ikna edici ve inandırıcı veri değerlendirilmektedir. Mesela, Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, 2 Kasım 2011 tarihinde yer alan, “Yabancı Bir Ülkede Evinde Olmak” (At Home in a Foreign Country) başlıklı haber metninde kullanılan “retoriksel öğeler” değerlendirildiği zaman, Türk kadını imajının, özellikle “fotoğraflar ve imgeleşen ifadeler” aracılığıyla daha etkileyici bir şekilde aktarıldığı görülmektedir. Mesela, bu haber metninde kullanılan Türk kimliği ile ilgili fotoğraflar incelendiği zaman, her bir fotoğraf karesinin “Türk imgesini ve Türk kadını” oldukça olumsuz bir yönde yansıttığı görülmektedir. Çünkü bu haber metninde yer alan, “Türk kadını imgesinin” dört fotoğraf karesinde de, çoğu zaman arkası dönük” olarak aktarıldığı ve bu haberin söyleminde, Türk Kadınının, “modern bir kadın” yerine; oldukça “pasif bir konuma sahip, bakımsız bir kadın” olarak tanımlanmaya çalışıldığı anlaşılmaktadır.

Anlaşıldığı gibi, Spiegel Online International (Almanya) gazetesi okurunun zihnindeki Türk kadını imgesi gerçekliği dönüştürülerek, ideolojik bakış açıları yönünde “geri kalmış”

olarak yeniden inşa edilmektedir. Bunun yanında, Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde 2 Kasım 2011 tarihinde yer alan bu haberdeki Türk imgesinin, “gereksiz sosyal, ekonomik karmaşaya neden olan”, “kendini geliştirmeyen ve eğitim almayan, suç işlemeye meyilli, sorun yaratıcı, davranış bozukluğu bulunan, kayıp nesil” olarak negatif bir yönde oluşturulduğu görülmektedir. Bu şekilde de, neredeyse bütün olumsuz niteliklerin özdeşleştirildiği Türk imgesinin, okurun zihninde oldukça negatif bir izlenim oluşturması kaçınılmaz bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca, bu kadar olumsuz niteliklerle tanımlanan Türk kimliği için kullanılan diğer bir imge ise, “Deukisch” kelimesidir. Bu imge aracılığıyla ise, Türk kimliği, “yarı Alman ve yarı Türk” şeklinde tanımlanarak, Türklerin “her iki topluma da ait olamamış ve iki kültür arasında sıkışmış kalmış” bir toplum olarak yansıtılmaya çalışılmaktadır. Görüldüğü gibi, Almanya’da yaşayan Türkler geçmişte olduğu gibi, günümüzde de her fırsatta karalanıp, kötülenmekte ve oldukça olumsuz niteliklerle tanımlanarak, Alman toplumunda Türklere karşı ayrımcı bir bakış açısının sürekli devam etmesi hedeflenmektedir.

Spiegel Online International (Almanya)

“Alman Basınında İnşa Edilen Türk Kadını İmaji: Spiegel Online International Örneği” başlıklı çalışmada, 2011 Aralık ayı boyunca incelenen Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, Türk kadını ile ilgili her hangi bir haber metnine ve ifade şekline rastlanmamıştır.

Bunun yanında, Der Spiegel dergisi de, Spiegel Online International kadar sıklıkla olmasa da, Türkiye ile ilgili haberlere yer vermektedir. Özellikle de, Der Spiegel, Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip ERDOĞAN ile ilgili haber metinleri oluşturmayı tercih etmekte; zaman zaman çok fazla yakışsız ifade kullanarak, Cumhurbaşkanımızı eleştirel bir söylemle anlatmaktadır. Hatta, birden fazla kez, Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip ERDOĞAN’ı dergiye kapak yapmıştır. Örneğin, 2014 yılının 32.sayısında “Erdoğan Devleti” (Der Staat Erdoğan) şeklinde kapak kullandığı özel sayısında, 15 sayfalık Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip ERDOĞAN ve Türkiye ile ilgili Türkçe bölüm hazırlamıştır. Genel olarak, Türkiye’nin durumu, eleştirel bir şekilde aktarılmış ve alt metin olarak Türkiye’nin özgürlüğü sorgulanmıştır:

Wird Erdoğan zum Autokraten?

Türkei Unter Premier Erdoğan entwickelte sich das Land zur Regionalmacht. Nun wird er wohl zum Präsidenten gewählt – seine Gegner befürchten, er werde damit zum Despoten. Auch die drei Millionen Deutschtürken müssen sich positionieren: für oder gegen ihn?

Erdoğan otokrata mı dönüşüyor?

Türkiye Başbakan Erdoğan'ın iktidarı boyunca ülke bölgesel bir güce dönüştü. Erdoğan şimdi de büyük bir ihtimalle cumhurbaşkanı seçilecek. Almanyalı üç milyon Türk de tavrı almak zorunda hissediyor kendisini: Erdoğan'dan yana mı, ona karşı mı olunacak?

(Der Spiegel, 2014:4)

Aynı şekilde, bu sayıda Türkiye'de kadınların gülmesinin bile artık namus konusu haline geldiği şeklinde bir alıntıya yer verilerek; izlenen olumsuz yönde Türk imgesi imajı inşa etme politikası sürdürülmektedir ve “Lachprotest gegen Vizepremier Arinc in sozialen Medien: Ist weibliche Heiterkeit in der Öffentlichkeit ein Laster?” (Başbakan Yardımcısı Bülent Arınç'aa kahkahalı protesto: Kadınların herkesin içinde neşelenmesi iffetsizlik midir?) şeklindeki haber metni, aşağıdaki fotoğraf öğeleriyle desteklenerek; okurun zihnindeki oluşturulmak istenen imaj daha etkili bir hale getirilmeye çalışılmaktadır:



(Der Spiegel, 2014:76)

Genel olarak, Der Spiegel dergisinin, online olmayan versiyonu da incelendiği zaman, Türk imgesi hakkında Spiegel Online International ile aynı politikayı sürdürdükleri ve her fırsatta Türkiye'yi olumsuz bir şekilde yansıtmayı amaçladıkları görülmektedir. Ancak, bu çalışmada Der Spiegel dergisinde, Spiegel Online International kadar, Türk kadını hakkında genelleme yapılacak detaylara sahip haber metni oluşturmamasından ve genel olarak hükümet hakkında olumsuz söylemlere dayalı haberler aktarmasından dolayı, Spiegel Online International versiyonu analiz edilmiş ve daha fazla detaya ulaşılmıştır.

SONUÇ

“Alman Basınında İnşa Edilen Türk Kadını İmajı: Spiegel Online International Örneği” başlıklı çalışmada, yabancı basından Spiegel Online International (Almanya) gazetesindeki Türk kadını ile ilgili haberler ve bu haberlerde kullanılan imajlar, altı ay süreyle takip edilmiş ve altı aylık inceleme sonucunda elde edilen bu verilerin, söylem analizi yöntemiyle değerlendirilmesi yapılmıştır. Bu şekilde, Alman basınında, küresel dünyada “Türk ve Türk kadını” deyince ne aklı geliyor, bu kelime hangi söylemler ve imgelerle tanımlıyor anlaşılabilmekte ve Türk imgesinde, geçmişten bugüne ne gibi değişimler yaşanmış gözler önüne serilebilmektedir.

Bu çalışmada, örneklem olarak kullanılan Spiegel Online International (Almanya) gazetesi, 2011 yılının son altı ayını kapsayan, “Temmuz, Ağustos, Eylül, Ekim, Kasım ve Aralık” ayları boyunca Türk kadını imajı açısından ve “makro ve mikro yapı” şeklinde iki temel çözümleme üzerine kurulmuş olan Van Dijk'in söylem analizi kuramına dayalı olarak değerlendirilmektedir. Bu şekilde, Spiegel Online International (Almanya) gazetesinin Türk kadını kimliği hakkında sahip olduğu düşünce şeklinin, nasıl söylemlerle aktarıldığı ve bu söylemlerin açıkça ya da ima yoluyla ifade ettiği ideolojik bakış açılarının ne olduğu anlaşılabilir. Bu süreçte, Türkiye ve Türk kadını ile ilgili, Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde, “3 olumsuz- 0 olumlu- 0 nötr” olmak üzere toplam “3” habere ulaşılmış ve bu verilerden anlaşıldığı gibi, genel olarak Türk kadını imajı olumsuz bir bakış açısıyla inşa

edilmiştir. Ele alınan dergi oldukça takip edilmesine rağmen, bu süreçte Türkiye ile ilgili haber sayısı niceliksel olarak az olup, üç ile sınırlıdır; ancak bu haber metinleri oldukça detaylı ve uzun bir şekilde, bir çok imge ve fotoğraf ile desteklenerek aktarıldığı için bu konuda inceleme yapılacak kadar okura detay sunmuştur.

2011 yılının son altı ayını kapsayan süre boyunca, Spiegel Online International (Almanya) gazetesinde Türk kadını ile ilgili haber metinlerinin, söylem analizi yapılarak ayrı ayrı değerlendirilmesi, Türk kimliğinin ve Türk kadınının hangi açılardan “olumlu, olumsuz ve nötr” yönde aktarıldığının anlaşılabilmesi için oldukça önemlidir. Özellikle, söylem analizi yönteminden faydalanılarak yapılan değerlendirme sonucunda, ele alınan Spiegel Online International (Almanya) gazetesinin, Türk kadınına oldukça negatif bir şekilde yansıtmaya çalıştığına şahit olunmuştur. Bu çalışmada, Türk kadınının, genel olarak “erkek şiddetine maruz kalan, kendi ayakları üzerinde duramayan, özgür ifadesiyle karar vermeyen” kişiler olarak aktarıldığı ve çoğu zaman da hak etmediği kadar aşağılandığı görülmektedir. Özetle, “Alman Basınında İnşa Edilen Türk Kadını İmajı: Spiegel Online International Örneği” başlıklı çalışmada, “söylem analizi” yönteminden faydalanılarak, 2011 yılının son altı ayı boyunca Türk kadını imajının nasıl aktarıldığı ve hangi ifade şekilleriyle tanımlandığı incelenmiş ve Spiegel Online International (Almanya) gazetesinin inşa ettiği “Türkiye ve Türk kadını” gerçekliğini, kendi ideolojik ve bireysel niteliğine göre belirlediği görülmüştür.

KAYNAKÇA

Akpınar Dellal, N. (2002). *Alman Kültür Tarihi'nden Seçme Tarihi ve Yazınsal Ürünlerde Türkler*, Ankara: Kültür Bakanlığı.

Allan, S. (1998). “News from Nowhere: Television News Discourse and the Construction of Hegemony.” *Approaches to Media Discourse* içinde. Der. Allan Bell ve Peter Garrett. Oxford: Blackwell Publishers.

Barker, C.& Galasinski, D., (2001). *Cultural Studies and Discourse Analysis: A Dialogue on Language and Identity*. London: Sage.

Bilgin, N. (2007). *Kimlik İnşası*. Ankara: Aşina Kitaplar.

Blommaert, J. (2005). *Discourse: A Critical Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.

Danforth, N. (2008). "Ideology and Pragmatism in Turkish Foreign Policy: From Atatürk to The AKP". *Turkish Policy Quarterly*, Volume 7 Number 3, Washington DC, Spring.

Ertan Keskin, Z. (2004). "Türkiye'de Haber İncelemelerinde Van Dijk Yöntemi". Dursun, Ç. (Der.), *Haber-Hakikat ve İktidar İlişkisi*, Ankara: Elips Yayınları.

Eugene, A. Nida. (2001). *Context in Translating*. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins B.V.

Husband, C., (1993). "Europe, Media and Identities: The European Community and Ethnic Minorities". *Media Development, Journal of the World Association for Christian Communication*.

İnal, A. (1996). *Haberi Okumak*. İstanbul: Temuçin Yayınları.

Kumrular, Ö. (2011). *Dünyada Türk İmgesi*. İstanbul: Kitap Yayınevi.

Mora, N. (2006). "Teun A. Van Dijk". *Ansiklopedi Maddesi, Felsefe Ansiklopedisi*, Ed. Ahmet Cevizci, Cilt: 4.

Özarlan, Z. (2003). *Söylem ve İdeoloji Mitoloji, Din, İdeoloji*. Çev. Nurcan Ateş, Barış Çoban, Zeynep Özarlan, İstanbul: Su Yayınları.

Özer, Ö. (2011). *Haber Söylem İdeoloji*. Konya: L-T.

Sözen, E. (1999). *Söylem, Belirsizlik, Mücadele, Bilgi/ Güç ve Refleksivite*. İstanbul: Paradigma Yayınları.

Tok, N. (2003). *Kültür, Kimlik ve Siyaset*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Ülkü, G. (2004). "Söylem Çözümlemesinde Yöntem Sorunu ve Van Dijk Yöntemi". Dursun, Ç. (Der.), *Haber-Hakikat ve İktidar İlişkisi*, Ankara: Elips Yayınları.

Van Dijk, Teun A. (2008). *Discourse and Power*. Palgrave: Macmillan.

Van Dijk, Teun A. (2003). “Söylem ve İdeoloji, Çokalanlı Bir Yaklaşım”. Çoban, B. ve Z. Özarlan (eds.), *Söylem ve İdeoloji: Mitoloji, Din, İdeoloji*. İstanbul:Su Yayınları, (Çev.:N. Ateş).

Van Dijk, Teun A. (1999). “Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları”, *Medya İktidar İdeoloji*, Der. ve Çev. Mehmet Küçük, Ark.

Van Dijk, T. (1998). *Ideology*, Sage.

Van Dijk, Teun A. (1985). *News Analysis: Case Studies of International and National News in the Press*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publication.

Voughan, Dorothy M. (1954). *Europe and Turk: A Pattern of Alliances, 1350- 1954*. Liverpool: Liverpool University Press.

Weeks, J. (1998). “Farklılığın Değeri”. *Kimlik:Topluluk/Kimlik/Farklılık* içinde. Der: J. Rutherford, Çev: D.Sağlamer, İstanbul: Sarmal Yayınları.

Wodak, R. (der), (2002). *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: Sage.

FORUM

TOPLU İŞ SÖZLEŞMESİ GAZETECİYE NELER SAĞLAR?

Türkiye Gazeteciler Sendikası'nın Anadolu Ajansı ile yaptığı “2006-2008” tarihli (2 yıllık) toplu iş sözleşmesinin bir özeti¹

Gülcan SEÇKİN²

Türkiye’de medyanın haber üretim sürecinde çalışan fikir işçileri ve teknik bölümlerinde çalışan işgücü için uzun yıllar bir örgütlenme çatısı altında toplanmayı sağlayan toplu iş sözleşmeli çalışma düzeni tüm medya kuruluşlarına hâkim olamamıştır, ancak iş gücü piyasasının bazı çalışma kriterlerini tanımlama ve uygulatma açısından giderek sınırlı da olsa bir kolektif güç örneği oluşturmuştur. Yapılan toplu iş sözleşmelerinin neler içerdiğine bakılarak sağladığı çeşitli hakları, olanakları yapılmış örneklerle bakarak gözden geçirmek, çok tartışılan ya da artık hiç tartışılmayan emek örgütlülüğü uygulamaları için bir fikir verecektir. Artık alanda iki emek örgütlenmesi vardır. Türkiye Gazeteciler Sendikası ve Medya-İş çalışanların üyeliği için rekabet ediyor görünmektedirler. Aşağıda TGS’nin Anadolu Ajansı’yla yaptığı son sözleşmelerden sayılabilecek 2006-2008 sözleşmesinin ne gibi haklar içerdiği incelenmeye, bu konu ile ilgilenenlere daha öz bir çıkarım yapma imkânı sağlanmaya çalışılmıştır. Uzun, bazen kısa görüşmelerin ardından varılan anlaşmayı temsil eden küçük bir kitapçık şeklinde de yayımlanan sözleşme metni oldukça ayrıntılıdır.

Giriş bölümünde sözleşmenin tarafları, kapsam ve amaçları şöyle tanımlanmıştır:

Bu Toplu İş Sözleşmesi, merkezi İstanbul’da bulunan Türkiye Gazeteciler Sendikası ve Merkezi Ankara’da bulunan ANADOLU AJANSI T.A.Ş. arasında İşverenin işyerlerinde çalışan TGS üyeleri ile İşverenin ilişkilerini düzenlemek ve Anadolu Ajansı Genel Müdürlüğü ile Genel

¹ Kaynak:http://www.tgs.org.tr/index.php?option=com_content&task=view&id=227&Itemid=16

² Prof. Dr. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi. Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, e-posta: gcansn@gmail.com

Müdürlüğe bağlı işyerlerinde çalışan Türkiye Gazeteciler Sendikası “212 sayılı Yasa ile değişik 5953 sayılı Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanun”, “4857 sayılı İş Kanunu” ve “5188 sayılı Özel Güvenlik Hizmetlerine Dair Kanun” kapsamlarındaki bütün TGS üyelerinin haklarını korumak üzere, bütün işyerlerinin özellikleri ve olanakları dikkate alınarak, İşletme düzeyinde imzalanmıştır.

Bu Toplu İş Sözleşmesi, gazetecilik mesleğinin bir kamusal hizmet olduğunu; demokrasi, özgürlükler, temel haklar ve halkın gerçekleri öğrenme hakkı ile doğrudan ilişkisini gözeterek; bu işlevlerin ancak özgür çalışma koşullarında yerine getirilebileceği gerçeğini dikkate alarak; TGS üyelerinin sosyal, ekonomik, mesleki düzeylerini yükseltmeyi; insanlık onuruna yaraşır, çağın ve mesleğin gereklerine uygun yaşam düzeyine ulaşmalarına yetecek ücret almalarını; işsizlik korkusundan uzak, geleceğe güvenle bakabilecekleri, sevgi ve saygıya dayalı demokratik bir çalışma ortamı oluşturmayı; işyerinde sosyal güvenlik ile işçi sağlığı ve iş güvenliğini sağlayacak önlemler alınmasını amaç edinir”.

Sözleşme çok detaylı biçimde hazırlanmıştır: Örneğin, işverenin, yapılan toplu sözleşmede tanınan hakları zedelemeksizin çalışanlarla yapılması zorunlu bireysel anlaşmaları yazılı yapması, TGS üyesi çalışanın görevi, ücret miktarı, iki yılda bir yapılacak terfi zam oranı, meslek kıdemleri, işyerinde işe başlama tarihi, nerede görevli olduğu açıkça yazılarak, imzalanan anlaşma belirtilen sürede sendikaya iletilir, denilmiştir. Çalışanların iş türünde, ücret ve çalışma koşullarındaki değişiklikler yazılı anlaşmalar şeklinde olur ve yine sendikaya bildirilir. İşveren isterse TGS üyesi olmayanlara da toplu iş sözleşmesini uygulayabilir, ücretlerine daha fazla zam yapabilir (her sözleşme yılı için çalışan kadronun %2’si bu hükmün dışındadır, denilmiş), isterse TGS üyelerine toplu sözleşme dışında zam yapabilir (her sözleşme yılı için kadronun %6’sı bu hükmün dışındadır, denilmiş) TGS üyelerinin ücretlerini % 6 fazlasıyla öder, şartı konulmuştur.

Akçalı konuları düzenleyen maddelerin sendika üyesi çalışana uygulanmaması gibi durumlarda İş Kanunu’nda kıdem tazminatıyla ilgili kararlaştırılmış faizi ödeme zorunluğu getirilmiştir. Sendika üyesi çalışanların, ilgili yönetici ve temsilcilerinin sendikal görevlerini yapma koşulları toplu sözleşmede tanımlanmakta, güvence altına alınmaktadır. Sendika aidatı ve dayanışma aidatı gibi üyelere ve toplu sözleşmelerden yararlananlardan yapılan kesintiler tanımlanmıştır. İşyerine giren ve çıkanların, emekli olanların sendikaya bildirilmesi istenmiştir. TGS’den gelen açıklamaların ilanı için

işyerince yer (oda, pano) gösterilir. İşyerlerinde sözleşmenin uygulanması, üyelerin haklarının korunması içisendikanın atadığı temsilciler görev yapar. TGS üyeleri sözleşmeden doğan şikâyet ve isteklerini yazılı olarak işyeri temsilcisine iletebilir, işverene bildirdiği sorunlar çözümlenemediğinde temsilci Sendikayı bilgilendirir. Sendika temsilcisi ya da yöneticilerinin çalışmayı aksatmaksızın, mesai dışında işyerinde üyelerle toplantı yapabilme koşulları, genel kurul toplantılarına katılma koşulları maddeler halinde sözleşmede ifade edilir.

Sendikalı gazetecinin günlük çalışma süresi mevcut toplu iş sözleşmelerinde bir saati yemek tatili olmak üzere sekiz saat olarak belirlenmiştir. Gece belli saatlerde çalışmak durumunda kalanların çalışma süresi yedi saat olarak düzenlenmiştir. Çalışanların haftada iki gün kesintisiz tatil yapması öngörülmüştür. Bütün çalışmalar başlama saatlerinden itibaren kesintisizdir denilirken, işverenin talep etmesiyle işyerinde geçirilen süre ücreti hak eden çalışma sayılmıştır. İşveren iş saatleri ve verilecek araları sendika temsilcisinin görüşünü alarak düzenler.

İş saatlerinin saptanmasına gelindiğinde, işverenin sendika üyelerinin hangi saatlerde çalışacağını önceden bildirmesi gerekmektedir. Normal çalışma ve fazla çalışma süreleri çalışanın yeterli dinlenme süresi düşünülerek belirlenir. Mesleğin sağlıklı yapılabilmesi için bunun önemli olduğu vurgulanmıştır. Çalışma saatlerindeki değişiklikleri sendika temsilcisine ve çalışana işveren yazılı olarak bildirir. Öte yandan çalışana sağlığını, aile yaşamını bozacak değişiklikleri kabul etmeme hakkı tanınmakta, buna dayanılarak iş sözleşmesinin feshedilemeyeceği güvencesi verilmektedir.

Fazla mesailer tanımlanmakta, nasıl ücretlendirileceği, ne zaman ödeneceği açıkça belirtilmektedir. Günlük fazla mesai süresi meslek gereği kısıtlanamaz denirken, sendika üyesi çalışana rızası dışında fazla mesai yaptırılmayacağı belirtilir. Gece mesai sonrası ulaşım ve dinlenmelerinin koşulları belirlenmektedir. Çalışanların kendi hafta tatillerinde, ulusal bayram ve genel tatillerde çalışmaları durumunda bunların nasıl zamlı ücretlendirileceği, koşulları tanımlanmaktadır. 10 Ocak Çalışan Gazeteciler Günü'nde, 1 Mayıs'ta, yeni yıl akşamında vb. zamanlarda yapılan mesailerin nasıl ücretlendirileceği belirtilir.

Tarafların sorumlulukları tanımlanırken, gerekli sebep olmadıkça sendika üyesi çalışanın işten çıkarılmayacağı belirtilir. İşverenin işten çıkardığı çalışana tazminatını nasıl ödeyeceği 'kıdem tazminatı' başlığı altında belirlenmiştir. İşverenin haklı sebep

olmadan çalışanın işine son verdiği yargı kararı ile tespit edilirse çalışanın işe iadesi istenir. Ancak bu yöndeki mahkeme kararını uygulamadığı takdirde işverenin sendika üyesi çalışana yasal hakları dışında, kıdem tazminatına esas olan her yıl için belirlenen miktarda tazminatı ayrıca ödemesi öngörülür.

Çalışanın habercilik mesleğine ait uyması gereken ilkeler tanımlanırken, işverenin kendi çizgisinde, karakterinde değişiklikler yapabileceği ancak çalışanın şeref ve şöhretini, manevi yararını bozucu bir durum doğmuşsa Basın İş Kanunu'na tâbi çalışanlarının ihbar süresini beklemeden sözleşmeyi feshedebileceği açıkça belirtilmiştir. Sendika üyesi çalışan mesleği ve görevi ile ilgili her türlü ihmalden sorumlu tutulmuş, işini beceri, iyi niyet ve azami verimlilikle yapmak zorunluluğuna işaret edilmiştir.

İşverenin sendika üyesi çalışanın yazılı rızası olmadan işinin türünde, örneğin ihtisas konuları arasında değişiklik yapamayacağı, çalıştığı şehri değiştiremeyeceği öngörülür. Dolayısıyla işverenin bu yöndeki girişim ve taleplerini kabul etmemekle çalışan işten çıkarılmaz ya da cezalandırılmaz. Sadece sözleşmede kararlaştırılan süre, örneğin yılda 45 gün, geçici görevli gitmesi işverence talep edilebilir, denilerek sınırlama getirilebilmektedir. Sendika, toplu sözleşme yaptığı işyerlerinde yapılan işlerin bir bölümünün dahi üçüncü şahıslara yaptırılmamasını koşulunu koymaktadır.

'Kıdem tazminatı', gazetecilerin işverenlerle aralarında en ciddi anlaşmazlık konusu olmuştur. Sendikal örgütlülüğün olduğu, toplu sözleşme ile çalışılan işyerlerinde bu konu Basın-İş Yasası'nda olduğundan çok daha ileri biçimde düzenlenmekte ve güvenceye alınmaktadır: İşyerinde en az bir yıl çalışmış sendika üyesi çalışan kıdem tazminatına hak kazanmaktadır. İşverenin sözleşmeyi feshi halinde veya çalışan kendisi toplu sözleşmede belirlenen (askerlik, sağlık, bağlı oldukları kurum, sandıktan yaşlılık, emeklilik, malullük aylığı ya da toptan ödeme alma amacıyla, kadın çalışanların evlilik nedeniyle, ölüm hali gibi) nedenlerle feshetmesi ile kıdem tazminatı alabilmektedir. Toplu sözleşmede sendikalı çalışanın her hizmet yılı için kaç günlük ücret tutarında kıdem tazminatı alacağı kesin olarak belirlenmiştir. Sözleşmeler çalışanların, Basın İş Yasası'ndaki oranlardan daha fazla tazminata hak kazanabilmeleri yönünde gerçekleştirilmektedir.

Ayrıca önemli bir husus kayıt altına alınmaktadır: Sendikalı çalışan istifa etmesi halinde de kıdem tazminatına hak kazanmaktadır. Tazminatın, her hizmet yılı için kaç günlük (genellikle işverenin feshinde olduğundan biraz daha düşük belirlenmektedir)

ücreti üzerinden ödeneceği belirtilir. Toplu sözleşmede, kıdem tazminatına esas olan ücret açık biçimde tanımlanır, örneğin, sendikalı çalışanın “son aylık ücretine, toplu sözleşme ile sağlanan bir yıllık aynı ve nakdi bütün ödemelerin 1/12’sinin ilave edilmesiyle ulaşılan miktardır.” Kıdem tazminatının ödenme koşulları (genellikle peşin ödenmesi öngörülürken, hangi miktarların peşin ve kalanın taksitlendirme ile ödeneceği, peşin ödeme ve belli sayıdaki taksitlerin gecikmesi halinde uygulanacak faizin ne olacağı) açık olarak ifade edilmektedir.

Emekliliğine örneğin üç yıl kalmış olan sendikalı çalışanın sözleşmesinin feshedilemeyeceği, emeklilik hakkı kazanmış dahi olsa emekliliğe zorlanamayacağı ve iş sözleşmesinin feshedilemeyeceği gibi hususlar da toplu sözleşmelerde güvence altına alınmıştır. Buna karşılık çalışanın da sözleşmede tanımlanan sorumlulukları konusunda titiz davranması gerektiği de vurgulanmıştır.

İş sözleşmeleri feshedilen sendika üyelerinin çalışma yıl sayısına göre farklı ihbar süreleri, toplu sözleşmede açık olarak belirtilir. İhbar tazminatına esas olacak ücret tanımlanır. Sendikalı çalışanın istifasında ihbar süresi, ne miktar tazminatla beklemeden istifa edebileceği açıklanır.

Sendikalı çalışanın her türlü ürününü işverene ait olduğu, çalışmalarını aksatmadan ürettiği roman, senaryo, araştırma gibi eserlerinin işveren tarafından yayımlanması kabul edilmediğinde dışarda yayımlatabileceği belirtilmektedir. Çalışanın işverenden izin almadan başka bir işte çalışamayacağı da vurgulanmaktadır. Çalışanların iş riskleri ile ilgili durumlar tanımlanmakta, bu durumlarda (afet, savaş vb. ortamında görev yapanların..) yasalar ve toplu sözleşmeden doğan hakları dışında fazladan ücret alabilmeleri, bunların miktarları belirlenmektedir.

Çalışanların ayrıca sözleşmede belirlenen tutarlarda ölüm ve kazaya karşı sigortalanmaları, aksi durumlarda görev başında hayatını kaybeden çalışanın mirasçılara diğer hakları yanında ek ödeme yapması gibi konularda tanımlanmaktadır. Sakatlanma halinde (yasa ve sözleşmelerden doğan hakları saklı olarak) Sosyal Sigortalar Kurumu’nun belirleyeceği çalışma gücünü kayıp oranına göre ödeme yapılacağı gibi hususlar belirlenmektedir.

Sendikalı işyerinde stajyer gazeteci sayısına da sınırlama getirilmektedir. Örneğin “hiçbir koşulda sözleşmeli kadronun yüzde beşini geçemez”. Ayrıca çalıştırılan

stajyerler ve hizmet alımı yapılan personelin adlarının sendikaya yazılı olarak bildirilmesi istenir. Staj süresinin en çok üç ay olduğu, sonrasında çalışmanın sürmesi için “yazılı sözleşme” yapılması şart koşulmuştur. Stajyer fikir işçisine eğitim ve yaş koşulu konulmaktadır. İşverenin 4857 sayılı İş Yasası kapsamında çalıştırdıkları deneme sürecindeki işçileri de üç aylık süre sonunda kadroya almak ya da çıkarmak zorundadır.

TGS ayrıca staj uygulamasının sadece mesleğe ilk girenler için söz konusu olduğunu da toplu sözleşmede belirtmektedir. Deneme süresi sona eren işçiler, basın-iş kadrosuna geçen fikir işçileri dayanışma aidatı ödemeye başladıkları ya da sendikaya üye oldukları tarihten itibaren, yapılan toplu iş sözleşmesinin tüm hükümlerinden yararlanabilir kaydı konulmaktadır. İşyerine toplu alınacak, mesleğe yeni başlayacak işçiler için yapılacak sınavların nasıl olacağı da toplu sözleşmede yer almaktadır.

İşverenin sendikalı çalışanlarının eğitimi için belirli miktarda fon ayırması öngörülmekte, fonun özellikleri, kullanım koşulları tanımlanmakta, sendikanın eğitim vermesine, sendika üyesi çalışanların yabancı dil öğrenme, geliştirme, teknolojik gelişmeleri öğrenme gibi mesleki gelişime yönelik eğitim için kurslara katılmalarına yardımcı olması, kaç çalışanın kurs ücretinin işveren tarafından ödeneceği, ücretsiz izinle, hangi süreler, kaç çalışanın eğitime gidebileceği, yurt dışı eğitime işverenin yollama koşulları gibi hususlar ayrıntılı olarak tanımlanmaktadır.

Toplu sözleşmelerde çalışanların, Basın İş Yasası’nda da tanımlanmış olan izin hakları, ayrıntılı olarak düzenlenir. Türkiye Gazeteciler Sendikası’nın Anadolu Ajansı ile yaptığı sözleşmelerden örnek verilecek olursa: Sendikalı çalışanlardan meslekte kıdemi yani basın-yayın ve gazetecilik iş kollarında geçen mesleki hizmet süresi 10 yıldan az olanlara 30 gün, 10 yıldan altı ay dahi eksik olsa yılda 45 gün ücretli izin verileceği, izin hakkının 1 Ocak’ta kazanılacağı, işyerine ilk defa başlayan sendika üyesinin bir yıllık çalışmanın sonunda ücretli izin hakkı elde edeceği, izin yardımı alacağı, yıllık ücretli iznini şehir dışında geçirenlere isterlerse yolda geçecek süre için, işverenin sekiz gün ücretsiz izin vereceği belirtilmektedir.

Yıllık ücretli izin dönemlerinde karşılanan genel tatil, ulusal bayramların toplu iş sözleşmesinde belirlenmiş izin sürelerine eklenmesi, yıllık izin listelerinin işlerin akışına göre işveren ve sendika temsilcilerinin birlikte (çalışanın isteğini de değerlendirerek) düzenleyeceği, zorunluluktan dolayı işverenin yazılı isteği ile tüm yıl

kullanılmamış yıllık iznin ücretinin çalışana yüzde elli zamlı ödeneceği (iznin o yıl içinde kullanılması esas alınmıştır), o yıla ait izni kullanmadan iş sözleşmesi çalışan ya da işverence feshedilse de iznin ücreti ve izin yardımının peşin ödeneceği belirtilmiştir.

Yıllık izne çıkışta bir kez verilen izin yardımı belirli bir brüt ödenek olarak belirlenmiştir. Ayrıca TGS üyesinin yıllık iznini kullanırken iş sözleşmesinin feshedilemeyeceği kaydedilmiştir. TGS üyesi yıllık iznini kullanırken göreve çağırılırsa günlük ücretinin örneğin %50 zamlı olması, izin yardımının geri alınmaması, şehir dışına izne çıkmışsa belgeyerek (aile üyeleri de dâhil) işverenden gidiş ve dönüş ücretlerini alabilmesi, geri kalan izin hakkının saklı tutulması, dönüş süresinin toplu iş sözleşmesindeki süreden kesilmemesi öngörülmektedir. Geçici görevle şehir ya da yurt dışında olan sendika üyesi çalışan haftalık izin alamazken, kullanamadıkları bu izinlerini dönüşte kullanabilme ya da görevlendirme olursa ücretlerini bayram ve tatillerdeki çalışmalarında aldıkları gibi almaları sağlanmaktadır. Davetli ya da kendi isteği ile gidenlerin bu hükümden yararlanamayacağı belirtilmektedir.

Sendikalı çalışan evlendiğinde örneğin 10 gün; anne-baba olduğunda dört gün; eş, çocuk, anne-babaların kaybı halinde beş gün; çocuğunun evliliği, kardeş, büyükanne-babanın, torunun kaybı halinde üç gün 'olağanüstü ücretli izin' verilmesi; doğal afet hallerinde de çalışanın kendisi, evi, ailesi zarar gördüğünde 15 gün ücretli izin verilmesi kararlaştırılmış ve bütün bu izinler yıllık izinden sayılmamıştır. Ayrıca çalıştığı gün içinde bazı saatler resmi dairelerde ya da SSK hastanelerinde özel işleri için bulunmak durumunda olmuşsa, belgelemekle ücretinden kesinti yapılmayacağı kaydedilmektedir.

İşçi sağlığı ve güvenliği ile ilgili hususlar belirlenirken, başta hastalık hallerinde sendikalı çalışanın iş sözleşmesinin bir buçuk yıl boyunca feshedilemeyeceği vurgulanmıştır. Yurt dışında tedavi gerektiren hallerde işverenin kararıyla gönderilir. Üç yıllık hastalık süresinde TGS üyesi yasalardan ve toplu iş sözleşmesinden doğan haklarının tek defada ödenmesini ve sözleşmesinin feshini isteyebileceği gibi, hastalık süresi bir buçuk yılı aştığında işveren de yasalardan ve toplu iş sözleşmesinden doğan haklarını tek defada ödeyerek iş sözleşmesini feshedebilir denilmiştir.

TGS üyesi hastalığın sürdüğü bir buçuk yılda SSK'dan aldığı iş görmezlik ödeneğini işverene iade ettikten sonra aylığı ve sosyal yardımları kendisine

ödenmektedir. İş sözleşmesi feshedilmiş ve başka yerden alma olanağı olmayan TGS üyesine yönetmelik gereği işverenin altı ay süre ile sevk kâğıdı vermek zorunluluğu getirilmiştir. Görevini yapamayacak durumda olması nedeniyle, tanınan süre sonunda işverenin işten çıkardığı sendika üyesinin en çok üç yıl içinde iyileşirse, boş ise eski işine tekrar ve tercihen alınacağı ifade edilmiştir.

Toplu iş sözleşmesinde işverene, sözleşmenin imzalanmasını izleyen iki haftalık sürede İş Yasası'nın 80. maddesinde tanımlanan ve bu madde gereğince hazırlanmış yönetmeliklere uygun olarak İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği Kurulu'nu işyerlerinin merkez ve bürolarında oluşturma, çalıştırma zorunluluğu getirilmiştir. Sendikalı çalışanların görev yaptıkları servislerin sağlık normlarına uygunluğu şart koşulmuş, çalışanların yılda bir kez işyeri doktorunca görülmesi, gerekli bulunursa tam teşekküllü özel ya da resmi bir sağlık kuruluşuna yönlendirilmesi zorunlu kılınmıştır. Sürekli bilgisayarla çalışan TGS üyelerinin bu nedenle oluşan sağlık sorunlarını giderici önlemler alınması, düzenli sağlık kontrollerinin yaptırılması Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'nın çıkardığı "Ekranlı Araçlarla Çalışmalarda Sağlık ve Güvenlik Önlemleri Hakkında Yönetmelik" hükümlerine göre hareket edilmesi gerektiği kaydedilmiştir.

Sendikalı çalışanın hamileliği öncesi ve doğum sonrası dört ay izin kullanması, birden çok bebek sahibi olma halinde bir ay daha ilave edilmesi, bu sürelerde ücretinin tam ödenmesi, isterse ardından altı ay da ücretsiz izin verilmesi kararlaştırılmıştır. Hamileliğini doktor raporu ile belgelediği tarihten itibaren, doğumdan altı ay sonrasına kadar olan sürede işverenin iş sözleşmesini feshedemeyeceği, ayrıca bir yaşından küçük bebeklerine süt verebilmeleri için günde bir buçuk saat izin kullanabilecekleri, günlük çalışmadan sayılan bu sürenin hangi saatler arasında, kaç bölünerek kullanılacağını da TGS üyesi annenin kendisinin kararlaştıracığı belirtilmiştir.

TGS üyesinin askerlik görevini ifası süresince iş sözleşmesi feshedilemez, 212 sayılı Basın İş Yasası'na göre son aldığı ücretinin yarısı ödenir, askerliğinin bitmesiyle eski işine dönerek çalışmaya ve iş sözleşmesindeki tüm haklardan yararlanmaya devam eder, 6 ay çalışmakla da askerlik süresi kıdem haklarına dâhil edilir; tatbikat vb. nedenle ayrıca silah altına alınma halinde de ücret hakkı saklı tutulur, bu süre kıdemden sayılır, yıllık izin süresi de buna göre hesaplanır kaydı konulmuştur.

Toplu iş sözleşmesinde, işverenin yayını çeşitli nedenlerle tatil etmesi halinde sendika üyelerinin yayının tatilinden itibaren 3 ay daha aylık ücret alacakları, kıdem haklarının öncelikle ödeneceği belirtilmiştir.

Sendika üyesi çalışanın “tutukluluk-gözetim altına alınma ve mahkûmiyet hallerinde” durumunun ne olacağı toplu iş sözleşmelerinde ayrıntılı olarak belirtilmektedir. Yukarıda olduğu gibi yine, Türkiye Gazeteciler Sendikası’nın Anadolu Ajansı ile yaptığı (2006-2008) toplu iş sözleşmesinden örnekle devam edilirse: Ajans bültenindeki bir yayını nedeniyle gözaltına alınma, tutukluluk ya da mahkûmiyet halinde, sözleşmesi feshedilemez, kurum dışında geçen süre kıdem tazminatından ve yıllık ücretli izin niteliğinde çalışmış gibi sayılır; para cezası almışsa ya da tazminata mahkûm edilmişse işyerinden ayrılrsa dahi bunları işveren öder. Sendika üyesi çalışanın, sorumlu ya da yetkililerin onayından geçmiş metne müdahalesi neticesinde bu durumlar yaşanmışsa bu haklardan yararlanamayacaktır; sorumlu ve yetkililerin müdahalelerinin ürünü olan yayın suç sayılmışsa da işveren TGS üyesinin ücretini yüzde yüz fazlasıyla ödeyecektir.

Herhangi bir yayını ile ilgisi olmayan nedenlerle gözaltı ya da tutukluluk halinde sendikalı çalışan altı ay ücretsiz izinli sayılırken, bu sürede de işine son verilemez denilmiştir. Mahkûmiyet ya da tutukluğu üzerine iş sözleşmesi feshedilen TGS üyesi altı ay ve daha az hürriyeti kısıtlayıcı cezası, cezanın ertelenmesi, paraya çevrimi, ya da altı aylık sürede af ile düşmesi, ya da iyi halle tahliye olunması durumlarında yeniden işe alınabileceği belirtilmiştir. Beraat halinde ise yeniden işe alınır. Ancak TGS üyesi çalışan yüz kızartıcı suçlardan biri ya da “devletin ülkesi ve milleti ile bütünlüğü ya da milli güvenlik aleyhine işlediği bir suç nedeniyle mahkûm olursa, yeniden işe alınmaz” kaydı getirilmiştir.

İşveren toplu iş sözleşmesi kapsamına giren TGS üyesinin görevi için gereken araç gereç, ekipman donanımını karşılamakla sorumludur; göreve bağlı belgeli masrafları karşılar, görevlere kendi aracıyla gönderilmiş çalışanına ek ödeme yapar, fotoğraf makinelerinin faturalı onarım giderlerini karşılar, ayrıca foto muhabirleri, muhabir ve kameramanların kendilerine ait her türlü ekipmanlarını görev sırasındaki zararlara karşı sigorta ettirir, ya da değerlerini öder; sürekli kendi makineleriyle fotoğraf ya da görüntü çeken muhabir, foto muhabiri ve kameramanlarına yıllık ücretli izin

dönemi de dahil, her ay makine bedelinin yüzde üçü oranında brüt ödeme yapar, fatura ile tespit olmadığında asgari bedeline göre ödeme yapar, denilmiştir.

Muhabir asli görevi dışında kendi makinesiyle fotoğraf çektiği ay, tüm bültenlerde asgari 8 fotoğraf yayınlanmamışsa o ay ödeme yapılmayacağı, kendi taşınır bilgisayarını kullanan muhabire yıpranma karşılığı brüt aylık ödemeler yapılacağı (bilgilerinin sendikaya iletileceği), kendi ekipmanlarını kullananların adlarının her yıl (yıl içindeki değişikliklerin de) muhasebe müdürlüğüne iletileceği belirtilmektedir. TGS üyelerinin mesleki çalışmalarına ait giderler için işverenin her ay belirlenmiş brüt ödeme yapması, haber iletişim görevi yapan elektronikçilere yine her ay belirlenen brüt ödemelerin yapılması öngörülmüştür.

Şehir ya da yurt dışına gönderilen TGS üyelerinin belgelenen gezi giderlerini işveren karşıladığı gibi şehir dışı (belediye sınırları dışında geceyi geçirenler de) görevde oldukları sürede her gün için örneğin 28 YTL, yurt dışına gidenlere örneğin 46 YTL ödemesi, görev yeri değişikliklerinde TGS üyeleri ve ailelerinin taşıt-taşınma giderlerini karşılaması da kararlaştırılmıştır. İşveren TGS üyesini görev yerine ve göreve uygun donatır denilmiştir: Görev esnasında kusuru olmadan hasar görmelerinden TGS üyesinin sorumlu tutulamayacağı, donatılar kendine aitse de hasarın işverence karşılanacağı belirtilmiştir.

TGS üyesi çalışana işverenin günde bir kez yemek vermesi, olanaklı değilse aylık brüt bir yemek ücreti ödemesi ve her iki durumda da bu bedelin kıdem tazminatına esas olacak ücrete yansıtılması istenir. TGS üyesinin hayatını kaybetmesi halinde kıdem tazminatının varislerine derhal ödeneceği, (ajans sözleşmesinden örnekle) bunun son aylık brüt ücretinin beş katından aşağı olamayacağı, mesleğe bağlı bir nedenle hayatını kaybetmişse de varislerine ayrıca bir yıllık ücretinin derhal ödenmesi, cenaze giderlerinin karşılanması; TGS üyesi eşini ya da çocuğunu, anne ya da babasını kaybetmişse bu durumlara ait belirlenen yardımların yapılması kabul edilmiştir.

Evlendiğinde, anne-baba olduğunda TGS üyesi çalışanına bunların belgelenmesi ile işveren toplu sözleşmede belirtilen yardımları belirtilen süre içinde öder, evlilere her ay brüt (örneğin 30 YTL) aile yardımı, her ay, her çocuk için ayrı, brüt (örneğin 30 YTL) çocuk yardımı, sıfır-altı yaş grubu çocukları olanlara her ay (örneğin 28 YTL) brüt kreş yardımı yapar, ilköğretim, lise ve üniversitede (belirlenen sürede belgelenmekle o yıl) her çocuk için belirlenen farklı miktarda yıllık eğitim yardımı ve çalışanın kendisine

(örneğin 35 YTL yol yardımı), görev yaptığı kente göre belirlenen yol parası, her yılın başında brüt bir giyecek parası (örneğin, brüt 265YTL), her ay brüt yakacak yardımı (örneğin 128 YTL ve bu miktarı sözleşmenin ikinci yılında belirtilen oranda artırarak) yapar.

İşveren 212 sayılı Basın İş Yasası'ndaki (14/4. md.) ikramiyeyi de kapsayacak şekilde her sözleşme yılında TGS üyesi çalışanlara (ajans sözleşmesinde örnekle devam edilirse) dört maaş tutarında ikramiye öder. Ramazan ve Kurban bayramları öncesi belirlenen miktarda bayram yardımı yapar. İşverenin çalışanları kıdemli işçiliğe özendirme için toplu iş sözleşmesinin yürürlükte olduğu tarihlerde, belirlenen kıdem kademelerinden birini tamamlayan TGS üyesine (örneğin 10, 15, 20, 30 45 Toplu iş sözleşmesinde ücretlerle ilgili ayrıntılı düzenlemeler yapılmaktadır. Ajans sözleşmesinden örneklerle anlatılmaya devam edilirse: Basın İş Yasası'nda da belirtildiği gibi, TGS üyelerinin ücretleri peşin olarak ödenir. Yapılan toplu iş sözleşmesi TGS üyelerinin ücret vb. haklarının daha aşağıya çekilmesine neden olmaz, önceki toplu iş sözleşmelerinden, yasalardan, özel sözleşme ve işyeri uygulamalarından doğmuş bulunan bütün haklarının saklı olduğu kayıt altına alınır. Basın İş Yasası'nda da aynı hüküm yasaya gönderme şeklinde yer alır. Toplu iş sözleşmesinde yeni işçilerin asgari ücrete, eğitim dereceleri göz önüne alınarak ilave ücretlerle işe başlatılacakları belirtilmiştir.

İş Kolları Yönetmeliği'ne göre (10, 27 sıra numarasında) basın-yayın ve gazetecilik başlığında belirtilen hizmetleri için SSK'ya prim ödemeye başladığı tarih, TGS üyesinin mesleğe başlangıcı sayılır ve meslekte geçen her kıdem yılı için toplu iş sözleşmesinde belirtilen (örneğin brüt üç YTL) aylık prim alır ve bu 'kıdem primi' olarak tanımlanır. Normal çalışma süresi geceye (24.00- 07.00) rastlayan TGS üyesine fiilen çalıştığı her saat için ücretinin örneğin, yüzde beşi oranında 'gece çalışma primi' ödenir; kendi işinden başka, diğer bir sendikali çalışanın görevine vekâlet etmesi halinde toplu sözleşmede belirlenen sürenin üstünde ise, belirtilen oranda 'vekalet ücreti' ödenir; işyerinde sözleşmede belirtilen yönetici, yardımcı konumlarındaki TGS üyesi çalışanlara brüt 'sorumluluk tazminatı' öder denilmiş ve oranları, artışları belirlenmiş olup, uygulamanın sendikaya bildirileceği kaydedilmiştir.

Ajans toplu sözleşmesine göre, kurum bünyesindeki 'Yardım Sandığı'na işverenin katkı oranının ne olacağı, sandık aidatı, üyelerin borç taksitleri gibi kesintileri

ne zaman ödeyeceği belirlenmiştir. İşverenin TGS üyelerinin 'Basın İlan Kurumu'ndan borç alabilmeleri' için gerekenleri yapar denilmiştir.

İşverenin TGS üyesi çalışanların aylık ücretlerine ön lisans,, lisans derecelerine göre belirlenen oranlarda öğrenim zammı, ayrıca yüksek lisans derecesi olanlara her derece için ayrıca brüt, akademik unvan parası verilmesi öngörülmüş; belirlenen yabancı dillerde örneğin en az 70 KPDS puanı almakla her ay brüt bir 'yabancı dil zammı' (diğer bildiği diller için de belirlenen oranlarda) verileceği, başarılı olduğu sınavın ücretinin de işverence ödenmesi kararlaştırılmış, öte yandan çalışanın önceki toplu sözleşmelerden, özel sözleşme ve işyeri uygulamalarından doğmuş olan haklarının saklı kalacağı yeniden vurgulanmıştır. İşverenin TGS üyelerinin çalıştıkları birimlere göre belirlenen oranlarda her ay brüt 'meslek tazminatı' ödemesi, toplu iş sözleşmesinin getirdiği zamlardan başka çalışanların brüt maaşlarına iki yılda bir örneğin yüzde beş zam yapması, sözleşme öncesi yapılan ödemelerin yeni sözleşmenin getirdiği haklar içerisinde eritilemeyeceği ifade edilmiştir.

'Sosyal yardım ikinci yıl zamlarının sözleşmenin ilgili (sıralanmış) maddelerinde belirli miktarlarının, sözleşmenin ikinci yılında gerçekleşecek Türkiye İstatistik Kurumu'nun (örneğin 2003=100 temel yılı) Tüketici Fiyatları Genel Endeksi oranında artırılacağı belirtilir. İşverenin hangi tarihte, hangi ücret düzeylerine ne oranda zam yapacağı, ayrıca ne zaman, ne kadar seyyanen zam yapacağı da net olarak belirtilir. Örneğin: 1 Ekim 2006'da ilk, 1.600 YTL'ye %10, ikinci 1.600 YTL'ye % 5, üçüncü 1.600 YTL'ye ve üstüne % 1 oranında 'ücret zammı' yapılır, denilmiştir. Toplu sözleşmede ikinci yıl ücret zamlarının da yine önceki yıl olduğu gibi Tüketici Fiyatları Genel Endeksi oranında olacağı belirtilir, ayrıca seyyanen yapılacak brüt artış da belirtilir; yapılan sözleşmeden doğan ücret ve sosyal yardım zammı farklarının ne zaman ödeneceği gibi geçici maddeler de eklenerek imzalanan toplu iş sözleşmesinin yürürlük süresi iki yıl olarak belirlenmektedir.

30 Ocak 2007'de Anadolu Ajansı ile Türkiye Gazeteciler Sendikası temsilcileri arasında yapılan toplu iş sözleşmesinin tam bir özeti yapılmıştır. Gazetecilerin Basın İş Yasasında güvence altına alınmaya çalışılmış ekonomik ve sosyal haklarını günün koşullarına, medya alanının özelliklerine işaret edebilecek ayrıntılarıyla daha ileri hale getirmek ve uygulanmasını daha çok güvenceye kavuşturmak üzere toplu iş sözleşmesi bağlayıcı bir düzenleme olanağı sunmuştur.

Basın İş Yasası'nın eksiklerini ya da sorunlarını gidermese de, ironik biçimde uygulanmasını güvence altına almanın önemli bir düzeneği olmuştur. İşvereni ve uygulanış biçimiyle işçi tarafını memnun etmeyen 212 sayılı yasa temel olmakla birlikte fikir işçisi gazeteciye daha fazla hakların sağlanmasını amaçlayan toplu iş sözleşmesi düzeni çalışma ilişkileri açısından suiistimalleri azaltabileceği gibi, mesleğe ve mesleki değerlere sahip çıkma konusunda gazetecileri güçlendirici, devamlılık gerektiren bir açılım alanıdır.

INTERVIEWS WITH TWO TRANS-NATIONAL DIRECTORS: TURKISH-AUSTRIAN MIGRANT CINEMA AND ITS ISSUES

Hasan GÜRKAN¹

These two interviews² address to trans-national films, directed by two different directors based on Turkish culture, but living in Austria. Within the concept of migration and cinema, these two interviews aim to mention the representation of different cultural notions in Turkish-Austrian Migrant Cinema. Kenan Kılıç and Hüseyin Tabak's films based on migrant problem, hybrid identities and national values, taking Austria as a sample. Kılıç and Tabak's films include multiculturalism, Turkish national values and Turkish national cinema narrative by keeping optimism and hope. The films by both of these directors focus on traditional values of Turkish culture, the reflection of these values on Austria and cover the features of immigration from Turkey to Austria. The films portray Turkish immigrants going back and forth between Turkish and Austrian cultures in their daily lives. The films of these directors show the experiences in during and post-migration processes and emphasize the phenomenon of not belonging either culture.

Within this context, I, as a researcher, have searched regarding migrant problem, hybrid identities, national and trans-national values in these films by Kılıç and Tabak with a scientific approach (cultural studies and migration), on the other hand I made interviews with these directors about the keywords. I am confident that these interviews are useful for the scholars and moviegoers to understand the issues in Turkish-Austrian Migrant Cinema.

How could you describe the immigrants coming from Turkey to Austria?

Hüseyin Tabak: There are various generations here. The families are the first that came to Austria by 1960s and 1980s. Many of these families were invited as worker by Austria government. The workers and their families settle down Austria making the necessary

¹ Dr. Hasan Gürkan, İstanbul Arel University The School of Communication, gur.hasan@gmail.com

² This study is supported by the 2219 program under the number of 1059B191401065 of The Scientific and Technological Research Council of Turkey (TÜBİTAK).

things. Their kids went to the schools and they have integrated Austria life. Austria stopped the labour recruitment by 1990s; however the migration was going on from Turkey. The life was too hard for those who were coming from Turkey to Austria, because it was a big problem to find a job for the immigrants. The integration of the immigrants, which came from Turkey to Austria on 1990s, was harder. It was not possible for their kids getting used to German language and riding high at their school. On 1970s and 1980s, political-intellectual immigrants were higher than on 1990s, therefore I can say that the immigrants from the countryside of Turkey to Austria. On the other hand, many young people from Turkey to Austria to get education on the last years. This is hopeful, because a new Turkish generation has been occurred with those young people.

Which is the main group that is affected between the immigrants? Why?

Hüseyin Tabak: I do not think there are not many problems among the immigrants. Even though there are, I think these issues arise from the political-social situation of Turkey. Tensions between the members of AK Party (AKP), Republican People's Party (CHP) and People's Democrat Party (HDP) or distinctions and otherization such as "are you Alawite?", "Are you Sunni?", "Are you Kurd?", "Are you Turk?" ... These distinctions are increasing between people in Turkey, and clashes are happening between the young groups.

What is / are the biggest issue of the immigrant/s coming from Turkey to Austria?

Hüseyin Tabak: Young people have many troubles in Austria. Turkish language is spoken, and Turkish TV channels are watched at their homes. For example many young people do not know who the Austrian prime minister is. On the other hand, Turkish families discriminate against Austrians. They use "gavur" (non-muslim) word. I hope that young generation may cross these borders and integrate Austria well.

Have you ever had an opportunity to observe the other minorities in Austria? If so, what are the differences and the similarities with the immigrants coming from Turkey?

Hüseyin Tabak: I can say that the immigrants coming from former Yugoslavia could integrate faster. The first reason of this is having the same faith. However the interesting point is that Muslim Bosnians have been integrated faster than the immigrants coming From Turkey. I think Turkish television channels effect negatively in this sense. For example, when there was no satellite system, we used to watch German movies as a family. My mother and my father used to watch main news bulletin as German, but they watch main news bulletin from Turkish television channels.

How could you describe your films?

Hüseyin Tabak: Cinema is cinema. There are some various. Comedy, dram, thriller, etc... However as I am writing a story, I always prioritise its story. I try to express the plot from the people's outlook. Realistic, but full of hope. Dram, but little hope inside it.

If you were living in Turkey, would your movies' themes be the same?

Hüseyin Tabak: If I were living in Turkey, my movies would be the same but more political. Because I cannot tolerate injustice. Proletarians, Kurd or Turk in Turkey unfortunately are hard done and are manipulated. This situation starts with the serials, and goes up with the news. For example, Kurd-Turk issue, which is the biggest issue of Turkey, has been handled since 15 years as objectively? 50-60 serials are produced in every year. This number passes over 500 in 10 years. 4 or 5 of this number handle a bit of these issues but not freely

The film *A Horse on the Balcony* is more different the film *Your Beauty is Worth Nothing* in terms of theme. What is the reason?

Hüseyin Tabak: Indeed, both of these films different, but still the same. *A Horse on the Balcony* was filmed for the children; therefore its narrative is childish. Many of directors say "We love kids", however how many of them film for the children? The narrative was set from the perspective of a kid whom nobody takes care of with in the class or at school in the film of *A Horse on the Balcony*. He makes friends by using his good abilities, and he does not change himself at the end. I like kids, all of them is hopeful. I am proud of making films for kids.

Dram of a family is told in the film of *Your Beauty is Worth Nothing*. On the other hand, Kurd-Turk issue is handled in the film. Is this issue is experienced in Austria? Have you handled this issue in your films as a big problem?

Hüseyin Tabak: How the life is changed for a kid coming from Turkey to Austria? Indeed my starting point was this. On the other hand, being half Kurt and half Turk of this kid brings the troubles with. All the troubles of the film are ended with the folk song of Aşık Veysel. All the prejudices disappear immediate. This is so easy! However if the capitalist powers dominate Turkey and the World, they determine these borders of the people. If peace is dominated in somewhere, capitalist powers cannot be the power. However there is a chaos or a war in somewhere, capitalist powers could direct the people where they want by startling.

Kurt-Turk issue cannot be known well. This is a big deficit of Austria. Many people came here from Turkey, but this issue is handled neither at schools nor at the other fields. American or British histories are taught. Well how many do Americans or British live in Austria? This problem is included of the theme I talked about capitalist powers.

Which one is appropriate for the characters in the film *Your Beauty is Worth Nothing* such as Turk, Kurd, and Austrian? For example the elder brother of Veysel blames his father as a terrorist...

Hüseyin Tabak: All the characters in the film have some troubles. These problems are not regarding their ethnicities. Turks and Kurds love each other; or kill and vandalize, but somehow love each other. For example the elder brother of Veysel says to his father “terrorist” and shows his chest to his father. We see the Turkish flag as a tattoo on his chest. There is no connection being a nationalist of Veysel’s brother. He does this as a reaction for his father left them and went to the hells as a guerrilla when they were children. If his father were a Turkish soldier, he would be Turk nationalist. These are humanistic matters.

Do you think of filming a film tells about the issues between Turkey and Austria?

Hüseyin Tabak: Yes, I think. It will be similar *Your Beauty is Worth Nothing*.

What do you say about trans-cultural cinema and global cinema?

Hüseyin Tabak: Trans-cultural cinema is a good cinema language. Many films have trans-cultural values. Even a story of a man and a woman is also trans-cultural. The worlds of a man and a woman are different from each other; but they can meet in the same point somehow. This case is the same trans-cultural. For example, the film *Revenant*, directed by Alejandro Gonzalez Inyarritu, and was a candidate for Oscar in the last year, is such as a trans-cultural film. The film is about a story between an American father and his American-Indian son. The father learns his son's language and his son becomes his everything with time. The father can know the mountains, and wildwoods as well as his son, but he will be white forever. However he will never be typical American white people. He lives in between.

Happy Is Who Says I Am a Turk

How could you describe the immigrants coming from Turkey to Austria?

Kenan Kılıç: If we talk about the first generation, we can say that they are kind of poor, innocent and smart at the same time. This first generation also feels neither Turkish nor Austrian. Their children, their ages between 25 and 30, can accommodate neither Austria nor Turkey. They prefer to be here or to be in Turkey when suited their books.

Have you ever had an opportunity to observe the other minorities in Austria? If so, what are the differences and the similarities with the immigrants coming from Turkey?

Kenan Kılıç: They are not as the same as the immigrants coming from Turkey. For example, the immigrants, coming from Federal Republic of Yugoslavia, can accommodate Austria easily. Because their geography is close to Austria, it may help their adaptation process. Their traditions and customs bring with adaptation. They are closer to Western culture than Turkey in the meaning of socialization. The first immigrants, coming from Turkey to Austria, are more different. Their beliefs trust relationships and communication systems are more different.

As I was watching your documentary (*Gurbet*), I thought that there was an injustice to the immigrants. I mean these people move from their homeland and to a new country whose culture is more different. Even though they cannot get educated well in their country, everybody wants them to live and to accommodate to new country.

Kenan Kılıç: The first immigrants were not highly qualified people in Austria. Those people did not have well-educated and even a job. However Germany wanted highly qualified, well-educated people. Austria caused only men to bring as manpower, but Germany caused both men and women to bring as manpower. The working conditions, learning German, social conditions are better in Germany. In Austria, the immigrants were worked for the hard works that Austrian could not do. In the first time, everybody thought that all the immigrants worked for a while and then they return to their homeland, but the things were not occurred as planned. In the meanwhile, neither Austria nor Turkey supported to those people. Just a few employers helped to those immigrants regarding German language course and quality of life. Those workingman's houses were clean and had a standard, but many of those houses were neglected and worse as seen in the documentary.

How could you describe your films?

Kenan Kılıç: I think every film is a reflection of an era. Once I started to film, my films included of surrealistic specialities. Those films were between 5-7 minutes, and were filmed with 8-16 mm. I wanted to know myself in cinematography, editing, and motion pictures. I call this era as a meeting process. The first plot that I wrote was a long story. Yılmaz Güney, who was an actor, a script writer, a producer and a director, influenced me. I think it was impossible not to be irresponsible. All I want is to deal social reality and social criticism in every genre of films. I think every film covers the issues based on social reality and social criticism.

I started to film in Austria. My focuses on my films are naturally immigrant issues. I am also an immigrant. This is a natural process that I have minded and I have filmed. Austrian Government expects from the immigrant directors. The art worker is independent; can do whatever s/he wants; but what is expected from us is own community's unknown stories indirectly.

How can multi-culturalism be experienced in Austria?

Kenan Kılıç: Because the local people see you as a foreigner, they have some judicial molds about. Some troubles arise when a person stays for a long time: Is s/he one of us, or not? Be a citizen or not! There are still some prejudices about this topic.

Have you ever thought of filming Kurdish issue as a Kurdish?

Kenan Kılıç: No, I have not. I do not need to emphasize this issue, since my stories do not need this issue. My focus is alienation issue. Many of characters, in my film *Night Travelling*, are Kurdish, but my focus was to be a foreigner in another country. My starting point was the people coming from Turkey.

Kenan Kılıç: How could you describe yourself?

I feel both Kurdish, Turkish and Austrian. I am the human of the world.

What do you think about trans-cultural cinema and global cinema?

Kenan Kılıç: To be trans-cultural must exist in another land. Such a kind of place brings with multi-culturalism. Then you perceive all people and everything differently. Trans-culturalism changes the term of nation. For example I cannot say “happy is who says I am a Turk”; since I am also both Austrian and Kurdish, and Turkish. However no one does not describe their selves as trans-cultural.

People expect from you something new and unknown with trans-cultural cinema. I call this as a selling of exotic stories. There is a threat here, and we directors jeopardize. We capture some secret things.

Trans-culturalism also alienates people from their socialization and their family-relative-friend circle as negatively. For example the immigrants move away from their homeland.

Why can the immigrants not return to their homeland?

Kenan Kılıç: The first immigrants have stayed here as they came. However Turkey has changed. The immigrants have experienced the nostalgia and culture as they came here. They do not prefer to socialize with new people, other minorities or Austrians. They live as if they are in Turkey and they have tried to do that. They are in dilemma.

YAZARLAR İÇİN KILAVUZ

Toplumsal bağlamda anlamlı bir iletişim konusu veya önemli sorunla ilgilenen her hangi bir kuramsal yaklaşımdan hareketle hazırlanmış eserler İletişim Çalışmaları Dergisi'ne sunulabilir.

Eseri hazırlayan yazar, alanında meşhur biri olabileceği gibi bilinmeyen biri de olabilir. Dergi unvanlara göre değil, bilimsel içeriğe göre bir makalenin basılmasına karar veren bir yapıya sahiptir. Dolayısıyla, basılmaya değer gördüğü bir yapıtı (yazısı, eleştirisi, enformasyonu, değerlendirmesi) olan herkes dergiye yazı gönderebilir.

Gönderilen makalelerin reddedilme oranını azaltarak basılma olasılığını artırmak için editör ve hakemler makale değerlendirmelerinde yol gösterici ve makaleyi, mümkünse, basılabilir duruma getirici öneriler sunarlar. Düzeltme çabalarından sonra, kabul edilmeyen bir makalenin yazarının yöntembilimsel eksiklerini tamamlayarak kendilerini geliştirmesi ve yollarına devam etmesi beklenir.

Makale orijinal bir araştırma olabilir, var olan bir bilgiyi, yöntemi, ölçmeyi eleştirel olarak analiz edebilir; kuram inşası veya kuramsal tartışma sunabilir; bir iletişim ürününün, olayının veya deneyimin doğasıyla ve sonuçlarıyla ilgili bir tasarım olabilir; iletişim politikaları ve uygulamalarıyla ilgili durum veya tarihsel analiz yapabilir. Makalenin odaklandığı konu/sorun ne olursa olsun, her makale var olan bilgiden hareket ederek bir bilimsel inşa oluşturmalıdır.

Birikmiş bilgiye başvurmeyen, gerekçeli bir tasarım sunmayan ve ilgili alanda bilginin gelişmesine katkıda bulunmayan keşfedici, tanımlayıcı, betimleyici (sadece durumu, olanı, sürecin ne olduğunu anlatan; bir ölçme aygıtının promosyonunu yapan; "rating", promosyon, reklam ve pazarlama araştırması karakterinde olan; sosyo-demografik değişkenleri keyfi olarak birbiriyle karşılaştıran) makaleler akademik/bilimsel karakterden yoksun olduğu için bu iletişim dergisine uygun değildir.

Makale iyi Türkçe veya Amerikan İngilizcesi ile yazılmalıdır.

Dergi aşağıdaki türde yazıları kabul etmektedir:

Makale bölümü için, iletişim kuram ve araştırmaları makalesi (6 000 kelime ve üzeri) Makale bölümü için iletişim kuram ve araştırmalarıyla ilgili alanında otorite olan akademisyenlerden davetli makale (6 000 kelime ve üzeri).

Forum bölümü için iletişim konularıyla ilgili akademik konuşmalar, yorumlar, eleştiriler, yorum ve eleştirilere yanıtlar, fikirlerden oluşan yazılar (<3 000 kelime)

Araştırma notları ve raporlar bölümü için özlü araştırma notları ve iletişimle ilgili çeşitli raporlar (<2 000 kelime)

Değerlendirme bölümü için kitap, belgesel ve diğer filmler, videolar, televizyon programları ve sanat sunumları gibi iletişim ürünleriyle ilgili kısa yazılar. Tek ürün değerlendirme (<1000 kelime) yapılacağı gibi birkaç ürünü karşılaştıran değerlendirme makalesi (<3000 kelime) de olabilir. Değerlendirme yazıları yeni ürünler veya az bilinen klasikler üzerinde olmalıdır. Değerlendirmelerin temel yapısı en azından aşağıdaki gibi olmalıdır.

- Değerlendirilen ürünün ne üzerinde durduğunun belirtilmesi Üzerinde durulan konuyu işleme bağlamında, temel anlatı inşasının nasıl yapıldığının açıklanması
- Konuyu ele alış ve işleyiş biçiminin, sunduğu analiz ve sentezlerin doğası ve bunun sonuçlarının irdelenmesi
- Ürünün alana ve toplumsal olana katkısının değerlendirilmesi.

İletişim ve sosyal bilimler alanındaki faaliyetlerle ilgili "haberler" bölümü için toplantılardan akademik personel gereksinimlerine kadar çeşitlenen özlü bilgilendirmeler yer alacaktır. (<2 000 kelime)

Bir değerlendirme yazısı yazmak isteyenlerin, işe başlamadan önce, değerlendirecekleri materyalin uygun olup olmadığına karar vermek için İletişim dergisinin editörüne başvurması gerekmektedir

Metnin Düzenlenmesi

Kapak Sayfası

Sadece makalenin başlığından oluşur. Buraya başka hiç bir bilgi veya isim yazılmaz. Başlık makalenin içeriğini yansıtmalıdır ve 10 kelimeyi geçmemelidir. Kısaltmalardan kaçınılmalıdır.

Başlık Sayfası

Bu sayfa sırayla şunlardan oluşur: başlık; yazarın/yazarların isimleri; bağlı oldukları kurumlar; mektup adresleri; telefon numaraları ve e-mail adresleri; yazar birden fazlaysa, yazışma yapılacak yazarın belirtilmesi

Özet ve Anahtar Kelimeler (Abstract and Keywords) Sayfası

Özet ve Abstract: Bu sayfada 175 kelimeyi geçmeyen Türkçe ve İngilizce özet sunulur (ikisi birlikte 350 kelimeyi geçmemeli). Özet bir makalenin kullandığı bilimsel araştırma tasarım türünün temel akış sırası takip etmelidir: ne yapıldığı, nasıl yapıldığı (araştırma türü; veri toplama ve değerlendirme süreci) ve en temel bulgu/bulgular (eğer ampirik tasarımsa), en temel sonuç/sonuçlar ve gerekiyorsa öneriler sunulur.

Anahtar Kelimeler/Keywords: Özetten sonra en fazla dört tane anahtar kelime konmalıdır. İngilizce anahtar kelimelerde "of, at, on, in, and" kullanılmamalıdır. Bu ve sonraki sayfalarda, yazar/yazarların isimleri ve yazarların kimliği hakkında ipucu veren herhangi bir belirleyici "gösteren" konmamalıdır.

Hem özetle hem de ana metinde ampirik tasarımın temel akış sırasını veya ampirik olmayan bir tasarımın mantıksal yapısını içermeyen makale editörden geçip hakemlere gönderilmeyecek, dolayısıyla ilk aşamada kabul edilmeyerek, yazara gerekli düzeltmeler yapması için geri gönderilecektir.

Kısaltmalar:

Alanda standart olmayan kısaltmalar özetle ilk kullanılışında tanımlanır. Makalenin tümünde kısaltmaların tutarlı kullanılmasına dikkat edilir.

Sayfaları:

Makalenin kendisini içerir. Ampirik makaleler en az dört ana bölüme ayrılır: Giriş, Yöntem, Bulgular ve Sonuç. Bulgular bölümü bulgular ve tartışma, bulgular ve değerlendirme gibi isimlerle isimlendirilebilir. Her ana bölüm gerekirse alt bölümlere ayrılabilir.

Ampirik olmayan makaleler en az üç ana bölüme ayrılır: Konunun gerekçeli olarak sunulduğu giriş, konunun işlendiği analiz (analiz ve değerlendirme veya analiz ve tartışma), analizle bilgi birimini ilişkilendiren sonuç. Bu ana bölümler ve alt-bölümler araştırmancının doğasına göre farklı isimlendirilebilir.

Tasarıma, gerektiriyorsa, öneriler başlığı altında bir bölüm eklenebilir.

Her bölüm ve alt-bölüm başlığı tek bir satırda sunulmalıdır. Örneğin:

1. seviyede başlık: GİRİŞ

2. seviyede başlık: Problem (bold)

2. seviyede başlık: Amaç ve önem

1. seviyede başlık: YÖNTEM

1. seviyede başlık: BULGULAR VE TARTIŞMA

2. seviyede başlık: General demografik özellikler

2. seviyede başlık: İlişkisel analizler

3. seviyede başlık: Hipotez /

3. seviyede başlık: Hipotez II

Üç seviyeden fazla başlık olmamalıdır.

Forum ve değerlendirme bölümlerine yazı sunumu için önceden editörle haberleşmek gerekmektedir.

Metnin yöntembilimsel İçeriği:

Giriş: Ne tür bilimsel tasarım olursa olsun, bir giriş başlığı olmalıdır. Giriş başlığı giriş, sorun, konu, sorun, amaç ve önem gibi başlıklarla sunulabilir. Gerekirse alt başlıklar konabilir. Girişte gerekçeli olarak ne yapıldığı belirlenmeli; yazarın ele aldığı konu/sorun ile ilgili bilgi birikimine başvurularak ne yapıldığı, amaç ve önem belirlenmelidir. Amaç asla ne yapıldığı değildir, neyin neden yapıldığıdır. İlle ki "amaç şudur", "önem şudur" demeye gerek yoktur; gerekçeler kendiliğinden amacı ve önemi ortaya koyuyorsa, ayrıca amaç ve önem cümlesi kurmaya gerek olmayabilir. Girişte sadece ne yapıldığı gerekçelendirilir; asla veri toplamaya ve değerlendirmeye ilgili tek bir kelime bile yazılmaz. Giriş bölümünde, gerekçelerle yapılan sunum asla birbiriyle çelişkili kuramsal yapılar getirmemelidir; yani konu\sorunun inşasında, kesinlikle kuramsal tutarlılık olmalıdır; birbiriyle çelişen veya birbirine ters düşen iki kuramsal açıklamaya dayanan bir tasarımı bilimsel karakterden yoksundur. Bu tür tasarım olmayan tasarıma "eklektik tasarım" denmez, bilimsel tasarımı bilmeme denir. Eklektik tasarım kendi içinde mantıksal ve süreçsel tutarlılık taşıyan tasarımıdır.

Araştırmacı giriş bölümünde kuramsal bir çerçeveyi açıkça bir paragrafla veya alt-başlıkla sunsun veya sunmasın, sunumda sunduğu gerekçeler ve yaptığı inşadan tutarlı ve geçerli bir kuramsal çerçeve inşa edip etmediği belli olur. Dolayısıyla, araştırmacı, incelemesinde inşa ettiğinin kuramsal yapısına dikkat etmelidir.

Yöntem: Giriş bölümünü yöntem bölümü takip eder. Yöntem bölümünde "yöntem, metod, veri toplama ve değerlendirme süreçleri" gibi başlık kullanılabilir. Bu bölümde araştırmacı, tasarımının türü, araştırmanın kapsamı hakkında bir veya birkaç cümlelik açıklama getirmelidir. Veri kaynağını/kaynaklarını belirtmeli; erişim soruları varsa, açıklamalı; verileri (değerlendirme yapmak için gerekli işlenmemiş veriyi veya değerlendirmesine kaynak olarak kullandığı enformasyonları/bilgileri) nasıl topladığını ve değerlendirdiğini açıklamalıdır. İçerik analizi yapıldı veya metin analizi

yapıldı gibi cümleler yetersizdir. Bunların nasıl yapıldığı açıklanmalıdır. Bunu yaparken, metin analizi veya söylem analizi nedir, türleri nelerdir, nasıl yapılır, gibi açıklamalar asla yapılmalıdır. Önemli olan, yazarın kendi tasarımında kullandığı veri toplama ve değerlendirme süreçlerinin ne olduğunun açıklanmasıdır. Tasarım ampirik bir tasarım ise, tasarımın parametrik olup olmadığı belirtilmelidir; nüfustan başlayarak örneklem almaya kadar gelen, ve örneklem almayı da içeren gerekli süreçler açıklanmalıdır. Evren kavramı tanımlanmamış nüfustur, tanımlanmamış bir şeyden örneklem asla çıkartılamaz, dolayısıyla, ampirik veri toplama ve analiz süreci uygun bir şekilde kullanılmalıdır. Pozitivist içerik analizinde kesinlikle birimler belirlenmeli ve ölçme biriminin nasıl ölçüldüğü açıklanmalıdır. Deneysel veya deneysel olmayan ampirik tasarımda kesinlikle araştırma soruları veya hipotezler gerekçeli olarak belirlenmeli; değişkenler bu araştırma soruları ve hipotezlerden çıkartılmalı; gerekiyorsa, bu değişkenlerin işlevsel tanımlamaları (operational definitions) yapılarak ölçülebilir hale getirilmeli ve nasıl ölçüldükleri açıklanmalıdır. Her araştırma sorusu veya hipotezle ilgili olarak yapılan ölçmede ne tür bir istatistik analiz yapılacağı, gerekçesiyle açıklanmalıdır: Örneğin, bu parametrik incelemede, "A hipotezini oluşturan iki değişken, isimsel seviyede ölçüldüğü için ki-kare testi yapıldı"; veya "iki grup karşılaştırması yapmak için gurupların A karakteri isimsel olarak ölçüldüğünden dolayı ki-kare ve B karakteri mesafeli olarak ölçüldüğü için t-testi" yapıldı. Ya da, "bu parametrik olmayan incelemede, A hipoteziyle ilgili karşılaştırma non-parametrik testlerden B testi kullanılarak yapıldı" denmelidir. Keyfi olarak faktör analizi veya herhangi bir analiz yapılmaz. "SPSS 13 kullanılarak testler yapıldı" sözü hiçbir anlama gelmez, gereksiz fazlalıktır. "Gerekli istatistikler yapıldı" demek de anlamsızdır, çünkü "gerekli" sözü hiç bir şey anlatmaz. "A, B ve C istatistikleri kullanıldı" demenin de bir anlamı yoktur: hangi ölçmeler için hangi istatistikleri kullanıldığı belirtilmelidir. Sosyo-demografik değişkenlerle diğer bir değişkeni/değişkenleri karşılaştırmanın hiçbir bilimsel anlamı yoktur: Bir karşılaştırma yapılacaksa, bununla ilgili olarak gerekçeli bir hipotez veya araştırma sorusu çıkartılmalıdır. Aksi takdirde "çöplük koy, çöplük al" türü her şeyi ölçme ve karşılaştırma ortaya çıkar ki bu pozitivist ampimizmin doğasına aykırıdır. Betimleyici/keşfedici tasarım yapılabilir, ama bu tür tasarım da bilgi birikimine dayanarak, özellikle bilgi birikiminin eksikliği durumunda, yapılır ve ciddi mantıksal bağlar kurmanın bir sonucudur. Nedensellik bağları asla bir istatistiksel sonuçta hareket ederek kurulmaz; istatistik bize ilişki hakkında bilgi verir; nedensellik bağı sunmaz. Nedensellik bağı, önceden, kuramsal bir çerçeveden hareketle veya kuramsal bir çerçeve

inşa ederek kurulur. Dikkat: Asla "kavramsal çerçeve" alt-başlığı kullanmayın, çünkü yanlışır: Kuramsal çerçeve olur; kavramsal çerçeve olmaz; kavramın tanımı olur ve bu tanımlardan hareket ederek varsayımlar veya kuramsal çerçeveler inşa edilebilir veya tam tersinden, kuramsal bir inşanın varsayımlarından veya kavramlarından hareket ederek test edilecek hipotezler üretilir. Kültürel incelemeler gibi bir tasarımda, o tasarımın doğasına uygun olarak verilerin nasıl toplandığı ve değerlendirildi açıklanmalıdır. "Söylem analizi yapılacaktır" gibi bir söz asla yeterli değildir. "Her şeyin sürekli olarak değiştiği, dolayısıyla, kuramsal bir açıklama getirilemeyeceği, çünkü bir anı açıkladığımız an, o an gitmiş ve değişmiş olacaktır" diyen, postpozitivist, postmodern, veya postmodernimsi açıklamayla gelen ve tekrarlanan kalıpların vb. olmadığını iddia eden bir sunum elbette olabilir; çünkü düşünen insan, örneğin materyal ilişkiler gerçeğine çeşitli kılıflar örebilir. Bu tür sunumların İletişim Çalışmaları Dergisi'nde yayınlanması için, araştırmacının sunduğu şeyin sistemli ve tutarlı bir karakter taşıması gerekir. Zaten sistemlilik ve tutarlılık inşa edildiği an postmodernimsilik veya postmodern ve postpozitivist vb. anlayış kendi kendini çökertecektir. Bu dergi, akla gelebilen her varsayımı gerekçeli olarak öne süren ve inceleyen/irdeleyen tutarlılığa açıktır; yeter ki okuyucu yazarın ne dediğinin farkında olduğunu görebilsin; yeter ki ne yapıldığı ve nasıl yapıldığı hakkında yeterli açıklama getirilsin. Yöntem bölümünde gerekiyorsa, araştırmanın sınırlılıkları (sınırları değil) belirtilebilir; sınırlılık metodolojik sorunlarla ilgilidir.

Bulgular (veya analiz) ve Tartışma: Tasarımın üçüncü bölümü bulgular, bulgular ve sonuçlar, bulgular ve değerlendirme, sonuç, analiz ve değerlendirme gibi isimlerle, tasarımın karakterine uygun bir şekilde isimlendirilebilir. Tasarımın üçüncü ana bölümü, ampirik tasarımda bulguların sunulduğu ve değerlendirildiği/tartışıldığı bölüm olmalıdır. Ampirik olmayan tasarımda ise, tasarıma uygun bir başlık kullanılmalıdır. Bu başlık, gerekiyorsa, alt başlıklara ayrılmalıdır. Ampirik tasarımda, bulgular yorumsuz sunulmalı ve sonra değerlendirme veya yorum yapılmalıdır.

Sonuçlar: Makalede bu ana bölüm kesinlikle olmalıdır. Sonuç sunulurken kesinlikle var olan bilgi birikimi, tasarımın kuramsal gerekçeleri, soruları/varsayımları/hipotezleri ve bulguları arasında bağ kurulmalıdır (Hipotez sayılan/hesaplanan bir şey olmadığı için veya saymayla ilgili olmadığı için veya işlevsel tanımlanması sayısal olarak yapılan ifadelerden oluşmadığı için, "sayılı" değildir; hipotez en az iki şey arasında ilişki sunan veya nedensellik bağı kuran ifadedir). Bilgi

birikiminden faydalanmayan, onu irdelemeyen ve bilgi birikimiyle bulgularını ilişkilendirmeyen bir tasarımın bilimsel karakteri ciddi şekilde eksiktir. İstatistiksel dağılım ve istatistiksel sonuç sadece bulgudur, sonuç değil; bir şeyin yüzde dağılımını sunmak veya anlamlı bir ilişki olduğunu belirtmek sonuç değildir; bulguyu sunmaktır. Dolayısıyla, ampirik tasarımda bulgu ile sonuç karıştırılmamalıdır: Sonuç dağılımın doğasıyla ilgili bulgunun, araştırma sorusu/hipotez ve var olan bilgi birikimiyle ilişkilendirilmesiyle çıkartılır.

Öneriler sunulacaksa, beşinci bölüm olarak sunulabilir.

Değer yargıları öne süren, etik konularını farklı normatif çerçevelerden ele alan bir araştırmacı, bunun bilincinde olmalı ve tasarımının normatif bir tasarım olduğunu kesinlikle belirtmelidir. Normatif olmayan tasarımda, normatif ifadeler kullanılmamalı veya kullanılacaksa, bilinçli bir şekilde kullanılmalıdır.

Bu dergi öznel çıkarılara hizmet eden yönetsel incelemelere de açıktır. Fakat araştırmacı yönetsel bir inceleme yaptığının farkında olmalıdır ve bunu tasarımında belirtmelidir. Yönetsel inceleme (administrative Research, applied Research, operational Research, case study vb), örneğin sadece dağılıma bakan ve bazı korelasyonlar yapan bir siyasal kampanya, bir pazar araştırması veya bir yoksulluk araştırması seviyesindeyse, siyasal partiler, bilinç yönetimi ve psikolojik savaş operasyonları yürütenler veya şirketler için faydalı olabilir, fakat bilimsel bir değeri yoktur. Dolayısıyla, yönetsel araştırmada, araştırmacının kuramsal gerekçeler getirerek ve bilgi birikiminden faydalanarak tasarımına bilimsel karakter kazandırması zorunludur. Bir ölçeğin, testin, değer analizi yapacak bir ölçmenin, "auditing" sürecinin kullanılması bir bilimsel araştırma değildir. Bir yöntemin, ölçeğin veya standart testin açıklanması da asla bilimsel bir girişim değildir. İzleyicilerin hangi programları tercih ettiklerini veya tüketicilerin hangi ürünü seçtiklerini belirleyen bir araştırma, yoksullukla mücadele araştırması diye yoksulları çok çocuk yapmayla ve eğitimsizlikle suçlayan sorularla dolu bir bilinç ve davranış yönetimi araştırması, akademik/bilimsel bir araştırma değildir. Yönetsel incelemenin tasarımı da, kesinlikle tasarımın doğasına uygun bilimsel ve süreçsel inşa ile gelmelidir. Bu tür incelemelerin hemen hepsi pozitivist-ampirik metodolojiyi araç olarak kullandıkları için, pozitivist epistemolojiye ve ampirizmin kurallarına ve süreçlerine uygun tasarım yapılmalıdır.

Bir tasarım yapılmış ve bitmiş bir ürün olduğu için, dilinde "dili" vey "mişli" geçmiş zaman kullanılmalıdır.

Teşekkür

Bu bölüm, ancak gerekirse kullanılır ve makale yayın için kabul edildikten sonra eklenmelidir.

Dipnot:

Dipnot ek bilgidir; çok zorunlu olmadıktan sonra kullanılmamalıdır. Kullanıldığında da sayfa altına numaralandırarak verilmelidir.

Kaynakça:

•Yazarlardan alışmalarında APA formatını kullanmaları istenmektedir. Daha ayrıntılı bilgi için Manual of the American Psychological Association (APA Manual <http://www.apastyle.org>)'a bakmaları önerilir. Elektronik kaynaklar konusunda daha ayrıntılı bilgi edinmek için <http://www.apastyle.org/eleceref.html> web adresini ziyaret ediniz.

Tablolar ve Őekiller:

Metin içinde sunulmamalıdır; ayrı sayfalarda sunulmalıdır. Metin içinde tablonun geleceği tahmini yere, iki paragraf boşluk aralık koyarak "tablo 1 buraya" yazılmalıdır. Tablo numaraları tablonun üstüne ve Şekil numaralan ise Őeklin altına yazılır. Numaradan sonra nokta koyup bir aralık verilir ve tabloyu/şekli tanımlayıcı başlık yazılır. Satırlar ve sütunlar başlıktaki ifadeye göre, biçimlendirilmelidir. Örneğin, "Tablo 1. Cinsiyete göre tercihlerin dağılımı" başlığını taşıyorsa, satıra cinsiyet konur. Eğer sayfaya sığmaması nedeniyle, cinsiyet sütuna konacaksa, dağılım yüzdeleri sütuna göre verilir, satıra göre değil.

Makalede yazıyla bir dağılım anlatıldıktan sonra, örneğin % 40 yetişkin kadın, % 30 yetişkin erkek ve % 30 genç ve çocuklardan oluşmaktadır dedikten sonra, tabloya gerek kalmaz; tablo veya grafik asla sunulmaz. Ayrıca, okuyucuyu, birkaç dağılım okuması için tabloya ynlendirmemeli; açıklama yazıyla yapılmalıdır. Tablo ve grafik gz boyamak, imaj yapmak için verilmez; gerekli olduğu için verilir.

Makalenin Değerlendirme Süreci:

İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Çalışmaları Dergisi hakemli bir dergidir.

Sunulan her makale üç aşamalı süreçten geçerek değerlendirilir: Editörün değerlendirmesi, hakemlerin değerlendirmesi ve editörün kararı Editörün değerlendirmesi sırasında, editör makaleyi, araştırmacının kullandığı metodoloji bağlamında inceler ve metodolojik yapının doğruluğu/yeterliliği bakımından değerlendirir. Uygun olursa, hakemlere gönderir. Uygun değilse, metodolojik inşayı düzeltmesi için yazar eposta ile bilgilendirilir. Yazar isterse, metodolojisini uygun hale getirerek yeniden sunabilir ve bunu da gene editör değerlendirir.

Metodolojik uygunluk belirlenirse, makale en az 2 hakeme gönderilir.

Hakemlerin değerlendirmesi, editör tarafından, olası "ideolojik yanlı/tafaflı/haksız karar" (sadece olumsuz kararlar, olumlu olanlar değil) bazında gözden geçirildikten sonra, makalenin kabulü, değiştirilmesi/ düzeltilmesi veya reddine karar verilir.

Hiçbir makale yöntembilimsel ve ideolojik yönelimi nedeniyle ne editör ne de hakemler tarafından reddedilmeyecektir: Kullandığı kuramsal çerçeve ve metodolojik süreçler bağlamında içsel tutarlılığa sahip olan, bu yolla bilgi birikimine katkı sağlayan her makale basılacaktır. Makaleyle ilgili son karar eğer düzeltme veya red ise, o zaman editör ve hakemler, basılmaması için kılıf değil, bilimsel gerekçeler sunmalıdır. "İdeolojik bir broşür" veya "bir promosyon materyali" gibi içerikle ilgili gerekçeler, epistemolojik ve metodolojik dayanağa sahip değilse, geçersizdir; geçerli gerekçe araştırmacının kullandığı metodolojiyle, bu metodolojinin uygun kullanımıyla ve içeriğin tutarlılığıyla ilgili olmalıdır. İçerik kullanılan yöntembilimsel ve epistemolojik çerçeveye göre değerlendirilmelidir. Ampirik bir tasarım eleştirel bir tasarım ve eleştirel bir tasarım ampirik bir tasarım açısından asla değerlendirilmemelidir. Değerlendirme, tasarımın epistemolojik ve metodolojik çerçevesi belirlenerek bu çerçeve içinde, bu çerçeveye uygunluğu bağlamında yapılmalıdır. Önemli olan, makalenin yazarının kullandığı metodolojiyi doğru kullanması ve bu kullanımla biçimlendirilen içeriğin tutarlı bir şekilde sunulmasıdır. Bu sunum mantıksal veya istatistiksel bağlar kurup

sonuçlar çıkartması, bu sonuç çıkartmanın ve sonuçların, sonuçların çıkarıldığı süreçlerin, bu süreçlerde kullanılan gerekçelerin ve kuramsal varsayımların içsel tutarlılıkla gelen geçerliliği önemlidir. Örneğin anne ve babanın ölü ve canlı olmasıyla televizyon programının çocuklar üzerine etkisinde farklılık olacağı ile ilgili bir hipotez geliştirmek, ciddi ve geçerli gerekçeyi gerektirir; bu gerekçe getirilmeden veriler toplandıktan sonra istatistiksel karşılaştırma yapmak ve ilişki olduğunu ve olmadığını söylemek bilimsel hiç bir anlam ifade etmez. Bir sürü tabloları ve ilişki testlerini sunmak, bilimsel tasarım ve bilimsel girişim değildir. Söylem analizi veya ideolojik analiz yapıyorum diye, kuramsal hiçbir dayanağı ve tutarlılığı olmayan bir sürü "spekülasyonlar" sunmak ve bunları birkaç gazete haberi veya birkaç düşünürün sözleriyle süslemek de bilimsel bir girişim değildir.

Bir şirketin tek bir sorunu da ele alınıp incelenebilir, fakat bu inceleme girişte ele alınan soruna ilgili bilgi birikimine başvurmuyorsa ve sonuçta bu bilgi birikimiyle ilişkilendirilen bir değerlendirme yapmıyorsa, bu makale ancak bilimsel karakteri olmayan basit bir yönetimsel araştırma olur.

Bir makale olduğu gibi kabul edilebilir; düzeltmeler yapılması koşuluyla kabul edilebilir; olduğu şekliyle reddedilebilir, fakat yazarın yeniden yazması ve sunması önerilebilir; tamamen reddedilebilir. Editörün ve hakemlerin önerileri yazara/yazarlara yapacakları revizyonlarda yol gösterici olarak sunulur.

Makale değerlendirme süreci normal olarak üç ay alır. Yaz aylarında bu süre uzayabilir.

Telif Hakkı ve Orijinallik

İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Çalışmaları Dergisi akademik bir dergidir ve fikirlerin özgürce ve açıkça tartışılması ve yayılması yanlısıdır İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Çalışmaları Dergisi'nin ve makalelerinin, editör ve yazarından izin alınmadan ticari amaçlı kullanımı yasaktır.

Dergiye yayınlanmak için sunulan makalelerin başka bir dergide yayınlanmamış olması ve başka bir dergide yayınlanmaması gerekir. Özet biçiminde veya önceden basılmış konferans konuşması parçası veya bir tez olarak yayınlanmış olabilir. Fakat sadece başlığı değiştirilerek veya başlığında ve içeriğinde birkaç değişiklik yaparak

yayınlamak veya yayınlanmış bir makaleyi bu şekilde yeniden biçimlendirerek yayın için sunmak akademik etik kurallarına aykırıdır.

Makalenin Dergiye Gönderilme Biçimi:

Makalenin bir kopyası dijital olarak editöre gönderilmelidir. Dijital kopya PC word formatında hazırlanmalı ve "idergisi@arel.edu.tr" adresine bir niyet mektubuna eklenerek gönderilmelidir. Editör makaleyi okuduktan sonra yazara önerisini sunar Basılı kopya A4 kağıt üzerinde, sayfanın tek tarafına, 1.5 aralıkla, köşelerden 2.5 cm aralık vererek, Times new roman 12 punto ile ve sayfalar numaralandırılarak hazırlanmalıdır. Metin içi referanslar, dipnotlar ve kaynakça kesinlikle Dergi'nin belirlediği kurallara uymalıdır.

Kabul Edilen Makalenin Düzeltme Süreci:

Kabul edilen makalede değişiklik yapılmaz. Düzeltmeler sadece İletişim dergisinin belirlediği formata uyma, yazım hataları, cümle hataları, anlatı bozuklukları bazında olmalıdır. Bir makalenin kabul edilmesi makalenin basmaya hazır olduğu anlamında değildir.