

Atatürk İletişim Dergisi
Journal of Atatürk Communication



Atatürk Üniversitesi
İletişim Fakültesi

Sayı 9 / Volume 9
2015 Temmuz / July



Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi

Atatürk İletişim Dergisi
Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Adına

Sahibi

Prof. Dr. Uğur YAVUZ

Yayın Kurulu

Prof. Dr. Uğur YAVUZ (Başkan)
Prof. Dr. Hüseyin KÖSE
Prof. Dr. Naci İSPİR
Prof. Dr. Fatma GEÇİKLİ
Doç. Dr. Raci TAŞÇIOĞLU
Doç. Dr. Adem YILMAZ
Doç. Dr. Yusuf YURDİGÜL

Editör

Doç. Dr. Adem YILMAZ

Editör Yardımcıları

Arş. Gör. Şadiye KOTANLI / Arş. Gör. Zeynep DEMİRCİOĞLU

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü

Naci GÜRBULAK

Yayın Danışmanları

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

Dokuzuncu Sayının Hakemleri

Prof. Dr. Uğur YAVUZ
Doç. Dr. Şükrü BALCI
Doç. Dr. Süleyman Hakan YILMAZ
Doç. Dr. Hasan GÜLLÜPUNAR
Yrd. Doç. Dr. Ahmet TAYLAN
Yrd. Doç. Dr. Senem AKER ENSARİ
Yrd. Doç. Dr. Arzu ERTAYLAN
Yrd. Doç. Dr. Mete KAZAZ
Doç. Dr. Yeşim GÜÇDEMİR
Doç. Dr. Şükrü SİM
Yrd. Doç. Dr. Haldun NARMANLIOĞLU
Yrd. Doç. Dr. Mesut AYETKİN
Yrd. Doç. Dr. CEM İŞİK
Yrd. Doç. Dr. Onur AKYOL
Yrd. Doç. Dr. Ayşe Gül SONCU

Sekretarya

Arş. Gör. Şadiye KOTANLI / Arş. Gör. Zeynep DEMİRCİOĞLU

Mizanpaj

Arş. Gör. İbrahim Ethem ZİNDEREN

Kapak Tasarım

Aykut CAYIR

Yazışma Adresi

Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Merkez Kampus Erzurum - TÜRKİYE
Tel: 0442 231 5151 / 231 5154 /
besim@atauni.edu.tr

ISSN:2146-1538

Atatürk İletişim Dergisi hakemli bir dergidir.
Dergi yılda iki kez yayınlanır.
Yayınlanan yazıların sorumluluğu yazarlara aittir

İÇİNDEKİLER

- 1 **ÖTEKİNİN İNŞA EDİLDİĞİ SORUNLU BİR ALAN OLARAK OSCAR ÖDÜL TÖRENLERİ (85. Akademi Ödülleri ve “Argo” Filmi Örneği)**
Yusuf YURDİGÜL, Naci İSPİR, Aşlı YURDİGÜL
- 13 **MODERN TÜKETİM KÜLTÜRÜNDEN POSTMODERN TÜKETİM KÜLTÜRÜNE GEÇİŞİN ELEKTRONİK TİCARET ÜZERİNDE OLUŞTURDUĞU ETKİLER**
Adem YILMAZ, Hatice UZUNÇELEBİ
- 35 **GÖZETLEYEN İKTİDARDAN GÖZETLENEN İKTİDARA: YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN GÜÇ PAYLAŞIMINA ETKİSİ**
Hakan TEMİZTÜRK, Elif TANER
- 55 **SİNEMADA ERİL SÖYLEM VE ATIF YILMAZ FİMLERİNDE KADIN SORUNU**
İrfan HİDİROĞLU, Semra KOTAN
- 77 **PAZARLAMA İLETİŞİMİ EKSENİNDE ÇEVRECİLİK: YEŞİL KURUM, MARKA VE HALKLA İLİŞKİLER**
Derya TELLAN
- 91 **BİR ÖZEL EFEKT UYGULAMASI OLARAK FİLM YAPIMINDA “COLOR CORRECTION”**
İbrahim Etem ZİNDEREN, Aşlı YURDİGÜL
- 107 **LİBERAL DEMOKRASİNİN ONTOLOJİK VE AHLAKİ TEMELLERİNE YÖNELİK ELEŞTİREL BİR YAKLAŞIM**
Naci İSPİR, Yusuf YURDİGÜL, Yavuz KÜÇÜKALKAN
- 113 **TURİZM DESTİNASYON PAZARLAMA VE TANITIMDA WEB SİTELERİ: BİR WEB PORTALI İNCELEMESİ**
Sait Sinan ATILGAN, Murat KARAPINAR
- 125 **KADINA YÖNELİK ŞİDDETİN SİNEMATOGRAFİK ANLATIYA YANSIMASI (O Çocukları Filmindeki Kadın Temsillerinin Feminist Sinema Kuramı Bağlamında İncelemesi)**
Cüneyt KORKUT, Aşlı YURDİGÜL
- 143 **MUHAFAZAKÂR SÖYLEM ÜZERİNDEN TÜRKİYE’DE MEDYA - İKTİDAR İLİŞKİLERİ: 2002 YILI VE SONRASINDA MEDYADA DEĞİŞEN SAHİPLİK YAPISI**
Adem YILMAZ, Taşkın ERDOĞAN
- 161 **FOTOĞRAF MAKİNELİ SOSYOLOG: SEBASTIÃO SALGADO**
Nadir BUÇAN
- 177 **GOJIRA FİLMİNDE TEMSİL MEKANİZMASININ TARİHSEL VE İDEOLOJİK ÇÖZÜMLEMESİ**
E. Gülay Er PASİN
- 197 **TÜRK İSLAM DÜŞÜNCE SİSTEMİNDE İBN-İ HALDUN’UN DEVLET NAZARİYESİ**
Esra YILDIZ TURAN
- 205 **ALTERNATİF KAMUSALLIK AÇISINDAN İNTERNET GAZETECİLİĞİ: HABER SİTELERİNDE OKUYUCU YORUMLARI**
Adem YILMAZ, Ahmet TAYLAN
- 223 **ANTİK YUNAN VE PLATON’DA CİNSİYET SORUNU**
Hilal ÇOLAKOĞLU
- 230 **YAZIM KURALLARI**

ÖTEKİNİN İNŞA EDİLDİĞİ SORUNLU BİR ALAN OLARAK OSCAR ÖDÜL TÖRENLERİ (85. Akademi Ödülleri ve “Argo” Filmi Örneği)

Yusuf YURDİGÜL *
Naci İSPİR **
Aşlı YURDİGÜL ***

ÖZET

Evrensel bir dil olduğu yolundaki bütün görüşlere rağmen sinema, öteki olanın resmedilmesi için muazzam bir araç olarak iş görmektedir. Görüntü ve sesin uyumu noktasında sinematografik anlatı herkesin anlayabileceği bir dille “biz” bilincini rahatlıkla inşa ederken, diğer yandan “biz” olmanın görünümüleri sayılan dil, gelenek, simgeler, kültür, din, kader birliği, etnisite vb. ortak etkenlerin dışında kalanlar açısından “biz” ve “onlar” ayrımına vurguda bulunmakta ve çoğunluğun kabul gördüğü toplumsal ölçütlere, kabul edilmiş tutumlara, kanaatlere ve davranışlara “ötekinin” uygun olmadığını rahatlıkla ilan edebilmektedir. Oscar ödül törenleri de filmler aracılığıyla gerçekleşen bu lokal ilanların küresel düzeyde meşrulaştığı ve normalleştiği bir mecra olarak iş görmektedir. Çalışma; sinematografinin “öteki olanın” resmedilmesine olanak sağlayan bir sanat formu olduğu ön kabulünden hareketle, batının öteki üzerinden kendi ulusal ve dini kimliklerini tanımlama ve yansıtırma aracı olarak kullanılan Oscar Ödül törenlerine eleştirel yaklaşmaktadır. Bu amaçla Oscar Akademi ödülleri ödül alan filmler içerik itibarıyla tartışılmakta, yine ödül törenlerinde gerçekleştirilen uygulamalar irdelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sinema, Öteki, Oscar Ödül Töreni

OTHER BEING BUILT, AS A PROBLEM AREA: OSCAR AWARD CEREMONIES (85th Academy Awards and the "Argo" Movie Example)

ABSTRACT

Academy Awards are known as the most talked about and most prestigious awards. This year academy awards are held for 87th. Red carpet ritual, humours announcers, award speeches, from best movie to best actor and every detail of the awards, people all over the world looking forward to watch these and ceremony. From the beginning of these award ceremonies, these awards are manifest for modern western curiosity to show itself to all its magnificence. These awards' format is certain and awards are based on western values. These values create an opposite east culture about national and religious. We can define that this is process of othering people and cultures. West describe itself as modern over East which is underdeveloped. This western idea attract attention of academy which define the best. However, Instead of Nazi and communist Soviet paranoias forming cold war, we can see saving ugly asians from monarch's hand or showing afroamericans as holding head hero who were sold as a slave by themselves once upon time and they awarded these films and try to emphasize West image. Working; cinematography "of the other" from the presumption that an art form that allows depicting movement, which is used as the other via their national and religious identity of western identification and mirroring tool is critical to the Oscar Awards ceremony. According to Academy Awards' purpose, Academy awards, selected as a best films will be discussed because of their contents. Implementations at the awards ceremony held will be discussed again.

Keywords: Cinema, Other, Oscar Awards Ceremony

* Doç. Dr. Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon Sinema Bölümü, yusufyurdagul@atauni.edu.tr

**Prof. Dr. Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon Sinema Bölümü, naciispir@atauni.edu.tr

*** Doç. Dr. Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon Sinema Bölümü, asliacar@atauni.edu.tr

GİRİŞ

Sinemanın en çok konuşulan ve en prestijli ödülleri olarak bilinen Akademi Ödülleri 87. kez yapılmasına rağmen kırmızı halı ritüelinden esprili sunucularına, ödül konuşmalarından ara şovlarına, en iyi film kategorisinden en iyi oyuncuya kadar pek çok ayrıntısının tüm dünyada dört gözle beklendiği bir seremonidir. Ödül törenleri en başından bu yana modern batının kendini bütün ihtişamıyla gösterme merakının da önemli bir tezahürüdür. Törenlerin gerçekleşme biçiminden ödüllendirilen filmlere kadar bu tezahür; batı değerleri üzerinden kurulmakta ve gerek ulusal gerekse dini anlamda bir karşıt doğu yaratılması yoluyla ötekileştirici bir süreç olarak iş görmektedir.

Kendini “geri kalmış” Doğu üzerinden tanımlayan “medeni” Batı fikri eskiden beri Hollywood’un yanı sıra en iyi olanı belirleyen Akademi’nin de ilgisini çekmektedir. Ancak bir dönem komünist Sovyet paranoyasının ya da Nazi korkusunun şekillendirdiği soğuk savaş konulu filmlerin yerine bugün; “çirkin” Asyalıyı monarşinin elinden kurtararak “şekilsiz” Araba demokrasiyi müjdeleyen ya da dün köle olarak alıp sattığı Afroamerikanı beyaz adama kafa tutan özgürlükçü siyahi bir kahramana dönüştüren, ancak bu sefer üstünlük taslamayan “bizim batı” imajı ödüllendirilmektedir.

1.ÖTEKİLİK

Kimlik kavramının tanımı iki yönlü ele alınabilir. Biri sosyal bilimlerde yönetime ilişkin bir tanımlama diğeri ise, siyasi ve ekonomik gücü temsil edecek şekilde bir karşıtlık yaratarak “öteki”ne göre kimliği tanımlamadır (Sözen, 1999: 23). Yani ortak bir kimliğin oluşabilmesi için bazı temel yapıların uyumluluk göstermesi gerekmektedir. Ekonomik, politik ve etnik birlikteliklerden oluşan temel yapılarda bazı durumlarda uyumsuzluk sorunu baş göstermektedir. Uyumsuzluk kimliğin oluşumunda yaşanan ikinci aşamadır. Bu aşamada kimlik etnik, politik, ekonomik ve kültürel birlikteliklerinde dağılma ve sornsallaşma eğilimlerini yaşamaktadır.

Entegrasyon ya da bütünleşme bu uyumsuzluğun yarattığı sorunlardan biridir. Karşılaştığı kimlikleri entegre ederek, bir üst kimlik konumuna geçmek ve bunun devamlılığını sağlamak için etnik, politik ekonomik ve kültürel farklılıklar yaratılır. Bu farklılıklardan ortak bir kimlik yaratan toplum, dışarıya karşı yabancılık duygusu verir. Bu yabancılık duygusu ortak kimliğin korunabilmesi için gerekli olduğu kadar, yabancı düşmanlığı, başka halklara kin ve nefret gibi “öteki”nin yaratılmasını kolaylaştıran bir çok duyguyu da beraberinde getirir (Assman, 2001: 144-147).

İlgili literatür incelendiğinde öteki, kimliğin mantığı içerisinde yer eden karşıtlıklar ve farklılıkların yarattığı ayrı bir kimliktir aslında. Kişisel anlamda “ben”in karşısındaki “onun”, sosyal anlamda, “biz”in karşısındaki “onların” kimliğidir. Öteki, bizim sahip olduğumuz özelliklere sahip olmayan bir varlıktır. En basit haliyle, “kendini” (ben) olmayan herkes “ötekidir”. Bir başkasına ne kadar yakın olduğumuzu düşünürsek düşünelim, bu başkası bizim ayrı, bizim tamamen dışımızda bir bedensel ve düşünsel yer işgal eder. Kısacası her “ben”, bir başka “ben”i dışlar.

Kimliğimiz yaşamımızdaki diğer bireylerden, toplumsal olaylar ve ortamlardan olduğu kadar, ötekilerden de etkilenerek biçimlenmektedir. Günümüz iletişim ortamlarında bireyin kendine ayırdığı, kendini değerlendirip gerçek anlamda duyumsadığı zaman öylesine azalmıştır ki, bireyler zamanlarının tümünü neredeyse öteki ile geçirmektedirler (Öcel, <http://www.istanbul.edu.tr/4boyut/nocel,öteki.htm>, 2012).

Kelime anlamı olarak öteki, bilinenden ayrı, öbür, diğer anlamlarına gelmektedir. "Tanımlanmış ve meşruyet kazanmış" bir dairenin içinden bakıldığında, bu dairenin dışında kalanlar, o dairenin içinde olanlara göre 'öteki' olarak adlandırılmaktadır (Özmağas, <http://www.anafilya.org/go.php?go=7d3c1e0280512>, 2014). Dairenin dışında kalıyor oluşu, ötekini sınırsız, kaçınılmaz, hatta ulaşılmaz yapmaktadır. Dairenin dışında kalmasına neden olan sınır koyucu yapılar ise çoğu zaman kimliğin oluşturulması ve ötekine karşı sergilenen tutumların belirleyicisi olmaktadır.

Ötekinin merkeze olan mesafesinin bilinmemesi kaygıları attırmakta, 'öteki' ve 'kendi' arasındaki mesafe kaygısı da ötekilerle birlikte olmayı gerginleştirmektedir. Kimliğin sınır koyucu yapısının bir ürünü olan kendi ve öteki arasındaki mesafenin kimlik ve öteki açısından ne anlama geldiğini Bauman şu şekilde açıklamaktadır. "*Bir şehirde yaşamak, zihnimizi aşırı meşgul etmesin ve taşıyabileceğimizden ağır ahlaki yükümlülükler dayatmasın diye fiziksel yakınlığın etkisini "sıfırlama" anlamına gelen karmaşık bir sanatı gerektirir; bütün şehir sakinleri bu sanatı öğrenir ve uygular, fiziksel yakınlığın sıfırlanması öteki kişilere uygulanır, mesafe arttıkça bu duygu zayıflar ve tükenir*" (Bauman, 1999: 50). Kimlik bu mesafenin ne kadar az farkındaysa, kaygılarda o kadar sarsılmaz ve az olacaktır.

Heidegger ise "günlük insan ve onlar alanı" teziyle, günümüzde ben ve öteki arasındaki mesafenin ortadan kalktığını ve kimliğin öteki ile olan ilişkisinin yüzyüzeleştiğini, bireylerin artık zamanlarının büyük bir kısmını öteki ile geçirdiklerini söylemektedir. Heidegger günlük yaşamı, bütün kimliklerin bir arada bulunduğu "kamusal alan" olarak adlandırmaktadır. Günlük yaşamda, iletişim araçlarının kullanımında, haberleşmede her öteki, diğer ötekiden farksızdır "kamusal alan"da. Ötekilerle birlikte olurken insanın "kendi"si "ötekiler" içinde erir ve her ötekinin kendi farklılık ve özelliği artarak ortadan kalkar. "Herkes" neden hoşlanır ve nasıl eğlenirse, biz de ondan hoşlanır ve öyle eğleniriz (Heidegger, 1999: 9). Yani, günümüz kitle iletişim çağında bireyler zamanlarının tümünü neredeyse öteki ile geçirmekte, bireylerin kendilerine dönük olabilmeye kabiliyetleri kitle iletişim araçlarının etkisiyle azalmakta ve 'herkes' 'bir' olmaktadır.

Ancak Heidegger'in tespitiyle, bireyler normallik ve hak kazanmayla ilgili kamusal standartlardan oluşan bu 'herkes' e dahil olabilmek için yaşamlarının büyük bir bölümünü programlamak zorundadırlar. Bu da, yeni bir ötekilik durumunun ortaya çıkması için ayrı bir süreçtir. Şöyle ki; eğer birey herkes in içinde bulunduğu kamusal standartların oluşturduğu disiplinlerden birini (ya da daha çoğunu) yerine getiremezse, bunun sonucu olarak 'ötekilik' kategorilerinden birine sıkışıp kalma riskine düşecektir. Bu sınırın biraz ötesinde ise suçluluk, sorumsuzluk, bağımlılık, suç işlemeye yatkınlık, dengesizlik, anormallik, modası geçmişlik, güvenilirlik riski, sapkınlık, kötülük, hastalıklı olma gibi kategorilerden birinin tanımlandığı bir kişi haline gelecektir. Bir anlamda sınır koyucu yapılar olarak da tanımlayabileceğimiz bu anormallik kategorileri bürokratik yola getirme, disiplin, düzenleme, dışlama, yönetimi altına alma, yardım, doğru yola döndürme, teşvik etme, harekete geçirme ve cezalandırma uygulama gibi uygulamalara ruhsat çıkartmaktadır (Connolly, 1995: 39). Buna karşın birey ya herkesin uyma taahhüdünde bulunduğu kurumların dayattığı disiplin ve gereklerinin ince bir biçimde örülmüş ağı içerisinde kendine bir yol açarak "biz" de kalacaktır ya da bütün kuralları reddederek, disiplin ve gerekliliklere karşı savaş açarak "onlara" / ötekilere katılacaktır.

O halde kimlik ve öteki arasındaki ilişkide sınır koyucu yapıların olduğu kadar yaşanılan alan (herkes) içerisindeki rollerin de etkili olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bu roller için en önemli belirleyici etken ise özne/bendir. Kimliğin ilkesel algılanış biçiminde

ben (biz, yerli) kuralları koyan, konuşan, strateji geliştiren, planlayan, akılcı olan ve sınırları belirleyendir. Bunun karşısında 'öteki' (onlar, yabancı) olan ise, benin/öznenin yaptığı kurallara tabi olan, dinleyen, öznenin yaptığı planlamaya uyması beklenen, taktik geliştiren, duygusal olan, sınırları değişebilir-muğlak olan ve özneye göre esnek olandır (Demirtaş, 1966: 39).

Sosyal bilimlerdeki yöntemle ilişkin kimlik ve öteki konulu incelemeleri/yaklaşımları bu şekilde özetlemek mümkündür. Fakat, kimliğin sosyal bilimlerdeki yöntemlere ilişkin bu tür diyalektik yaklaşımların yanı sıra bir de siyasi ve ekonomik gücü temsil edecek şekilde bir karşıtlık zinciri yaratarak "öteki"ne göre kimliği tanımlama söz konusudur (Sözen, 1999: 23). Bu anlamda 'öteki' kavramı, temellerini insanlık tarihiyle atmış bir olgudur. İlkel-köleci toplumların bireyi açısından bir problem yaratmayan "kimlik" olgusu, kendinden başka, 'ötekiler'i keşfeden birey için problem konusu haline gelmiştir. Çünkü dışa kapalı bir toplumda doğal olarak kendine 'öteki'ni referans alma ya da kendini 'öteki'ne göre tanımlama söz konusu değildi. İlkel-köleci/dışa kapalı toplumların bireyi açısından bir problem yaratmayan kimlik konusu, modernite ve küreselleşmeyle birlikte 'diğerlerini' keşfeden birey için problem konusu haline gelmiştir (Poyraz, Arkan, 2003: 62-67).

Sonuç olarak sosyal yaşamın ötekilerle birlikte olmayı zorunlu hale getirdiğini söyleyebiliriz. Öteki bir yandan kaçınılan, uzak durulan, diğer yandan da hedeflenen, özdeşleşilen konumdadır. Kişi, birincisi; "onların" bazılarıyla aynı kimliği paylaşmaktan dolayı, ikincisi; kendindeki kendi kimliğini aşan, üzerine gidilmemiş olasılıkların harekete geçirmesi yüzünden ve üçüncüsü; insanlık durumunun inatçı özelliklerine hınç duyması yolundaki baskılarla uğraşması dolayısıyla ötekilerle iç içedir (Connolly, 1995: 214). Kimlik bunalımının ortadan kaldırılmasına yönelik anlamlı olan arayış ise bir toplumda çatışma yaratmayan, dışlayıcı olmayan 'öteki' anlayışlarının nasıl kurulacağıdır. Burada da anahtar kavram, ötekileri yaratan bizlerin bir üstünlük iddiası taşımamalarıdır. Bizler ve ötekiler hiçbir biçimde üstünlük ima etmeyen farklılıklar üzerinde kurulduğunda, ya da, içten ve dıştan sürekli olarak eleştirilerek üstünlük iddialarından arındırılarak sadece farklılıklara indirildiğinde, bir sorun kalmayacaktır. Buradan yola çıkıldığında ise, kimlikleşme sürecinde çatışmanın yerini uzlaşma ve işbirliğinin almasını sağlayacak öge olarak "biz" ve "öteki" arasındaki birlikteliğin bir tür zorunluluk olduğunun anlaşılması gerekmektedir. Kısaca, 'öteki'nin olmadığı bir toplum arayışı anlamsızdır (Tekeli, 1998: 87). Ötekinin kimliği ne bu, ne de şu kimse, ne insanın kendisi, ne bazı kimseler ne de hepsinin toplamıdır. Ötekinin kimliği "kimse"sizlik ya da "herkes" dir (Heidegger, 1999: 127).

2. "BİZ" BİLİNCİNİN İNŞAASINDA KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI VE SİNEMA

Bireylerin sahip oldukları kanaatler çoğu zaman kolaylıkla değiştirilmeleri mümkün olmayan şeylerdir ve bireyler kabul etmeye hazır oldukları/olmadıkları görüşlerle karşılaştığında etraftakilerden sosyal destek aramaktadırlar. Birey kendisinin kanaati konusunda hangi düşünce ve inançta ise, aynı inanç ve düşüncelere sahip olan başkalarıyla karşılaşmak istemektedir. Böylesi kimselerden yeter sayıda insan bulunduğu ise kendisine yeter derecede sosyal destek bulmuş olacak ve bundan itibaren de savunduğu, kendisini ait hissettiği görüşün doğru bir görüş olduğunu iddia edecektir (Festinger, 2000: 69). Başka bir ifadeyle aynı ortak kültüre sahip olmak sınırları belirlenmiş aynı topraklarda yaşamak, aynı ortak geçmişten gelerek aynı geleceği paylaşmak arzusunda olan bireyler "bütün"/"ortak" oldukları bilincinin uyarıldığı zeminlerde bulunmayı istemektedirler. Böylesi ortamlara girildiğinde/muhatap olunduğunda ise birey kendisini unutacak ve bütüne bağlı olmanın sevincini yaşayacaktır. Çünkü, insan sosyal bir varlıktır. Yalnız kalmak istemekte, gruba ait olmak hissini taşımakta ve bir toplumun üyesi ya da parçası olmak iste-

mektedir Guibernou, 1997: 141-143). Bu şekilde birey, sahiplenilme güdüsünün yerine getirilmiş olmasıyla kendinde bulduğu ve bunu paylaştığı özellikleri doğrultusunda yaşamayı kendisine güç saymayacaktır. Zira kendini bir yerlere “ait” hissetmesi bireyin kimliği için son derece önemli bir konudur ve varlığını “ait olma” duygusu/güdü ile toplumsala teslim eden birey, inandığı şeyler uğruna aynı ortak özellikleri paylaşan toplumla daha mutlu olacak ve güven duygusunu çok daha yoğun bir biçimde yaşayacaktır (Oran, 1997: 34-36).

Toplumsal kimlik olarak da adlandırılabilir olan bu sosyal “aidiyet” bilinci, ortak bir dilin konuşulması ya da daha genel bir ifadeyle ortak bir sembolik sistemin kullanımı ile ulaşılan ortak bilgi ve belleğe katılıma dayanır (Assman, 2001: 139). Aidiyet bilincinde ise önemli olan kullanılan dil, sınırları belirlenmiş toprak parçası, ortak tarihi geçmiş ve gelecek, aynı kaderi paylaşıyor olma duygusu, gelenekler, korkular, yol ve sınır işaretleri vb. gibi ortak sembolik anlamı olan göstergelerdir. Ortaklığa yönelik bu sembolik gösterim dünyası kimliği, ötekini ve tanımlayıcı unsurları içinde barındırır. Dolayısıyla, aidiyet duygusu, bu duyguyu yaşatan şartlar birlikte düşünüldüğünde aidiyet bilinci, onu biçimlendiren/üreten belli bir göstergeler sistemine denk düşmektedir. Yani, bireylerin içselleştirdiği aidiyet duygusu, ortak kimliğin dayandığı ve kuşaklar boyunca sürdürdüğü bilince ulaşmalarında ya da bu bilinci “gereğince” taşımalarında (Oran, 1997: 35) oldukça etkili bir araç durumundadır. Ancak, belli göstergeler aracılığıyla belli sembolik aidiyet alanlarında gerçekleşen bu ortaklık, ortaklığın farkına varılması ve bilince çıkarılması ile mümkün olur. Toplumun, kültürel tüm kodları/normları, değerleri, kurumları, toplumsala ilişkin anlamlandırma ve algılama biçimleri alternatifsiz bir dünya düzeni olarak normalleştirilir; böylece, herkes tarafından kabul edilen bir göstergeler düzeneği olarak doğallıdır, kendine özgü olduğu söylenir ve “başka” dünyaların varlığı görünmez hale getirilir.

Toplumsal kimliğin aidiyet bilincine çıkarılmasında ve bir göstergeler sistematığı haline dönüşmesinde etkili olan yapı ise “toplumsal etkileşim” düzeneğidir. Yani, kimliği tanımlayan ya da bireylerin o kimliktir varlık bulabilecekleri düşüncesini biçimlendiren dil, toprak parçası, kader birliği, değerler, tarih, semboller vb. ortak aidiyet alanlarının bilinç düzeyine taşınabilmesi için birbirleriyle ilişki içerisinde olmaları ve karşılıklı bir iletişim halinde bulunmaları gerekir. Kitle iletişim araçları bu unsurlar arasındaki ilişkinin kurulmasında ve güçlenmesinde ve bir sembolik gösteri dünyası haline dönüşmesinde etkileşimin önemli araçlarından biridir. Bilincin oluşturulmasına yönelik ortak aidiyet alanlarının kurulmasında, toplumsal yapıyı çerçeveleyen farklı kültürler arasındaki ilişki ve etkileşimin sağlanmasında, toplumsal olarak üretilmiş sembollerin bir değer olarak anlam kazanmasında, kimliğin temel dayanağı olan farklılıklar yaratma politikasının gerçekleştirilmesinde önemli bir sosyalizasyon aracı sayılan kitle iletişim araçları, tarih boyunca toplumsal etkileşim düzeneğinin önemli bir kurucusu olmuştur. Yani toplumun belirli bir birikim neticesinde oluşan tanımlayıcı unsurlarını, değerlerini, sembollerini vb. bilinç düzeyine çıkarmak ve aidiyet tasavvurunda bulunabilmek için tabi olanlar içinde gerçekleşen bir etkileşim sistemine ihtiyaç duyar ve kitle iletişim araçları da bu tasavvurun zihinlere kolaylıkla yerleştirilmesinde önemli bir araç işlevi görür.

Kitle iletişim araçları arasında sinema, aidiyet duygusunun bilinç düzeyine çıkarılmasında ve böylece biz tasavvurunun benimsetilmesinde, kimliğe yönelik sembol ve sembollerin göstergesel düzeyde etkileyici anlamlar kazanmasında, kendine has söylem ve sanatsal anlattısıyla biçimlenen yeni semboller ve konular yaratılmasında en etkili zemin olmuştur. Toplumla daha çok neyi düşünüp kabul etmek, neyi düşünmemek gerektiği (Baker, 1995: 68-69), neyin normal davranış/kimlerin normal insan kabul edilmesi ve gerçekte sapmış

olarak adlandırılan hangi davranışların anormal olduğunu tanımlayacak (Burton, 1995: 164) kadar ileri düzeyde bir etki alanına sahip olan sinema, “biz” e yönelik kurgu zeminlerinin yaratılmasında etkili bir araçtır.

Kimliğin sinemanın sunduğu aidiyet yaratımındaki bu kurgulama sürecini Habermas’ın kitle iletişim araçlarını ayırt edici iki boyutlu kategorisinde de görmek mümkündür. Habermas’a göre medya, yönlendirici (steering) ve genelleştirilmiş iletişim biçimleri (generalized forms of communication) olmak üzere iki biçimde ayırt edilmektedir. “*Yönlendirici medya eylemin eşgüdümünü dilde uyuşum oluşturmaktan tümüyle ayırır ve bir anlaşmaya varma ya da varamama alternatifi hakkında onu nötralize etmektedir. Diğer durumlarda ise yaşam dünyası ard yöresinin kaynaklarına başvurmaya bağlı kalan, uyuşum oluşturma dilsel süreçleri bir uzmanlaşma ile uğraşmaktadır. Kitle iletişim araçları bu genelleştirilmiş iletişim biçimlerine aittirler ve iletişim süreçlerini uzamsal ve zamansal açıdan sınırlı bağlanmalarından kurtararak kamusal alanların oluşmasına izin verirler.*” (Kejanlıoğlu, 1995: 48)

Toplumsallaşmanın yoğun olarak yaşandığı ard alanlardan biri olan sinema, kimliğin yukarıda bahsedilen tanımlayıcılarına yönelik olarak bir etkileşim sistematiği- Habermas’ın tabiriyle Kurallar Hiyerarşisi- kurar/oluşturur. Bu etkileşim sistematiği/kurallar hiyerarşisi aynı zamanda aidiyet sürecinde belirli bir güç ve toplumsal farklılıkların devam ettirilmesinde ya da yeniden üretilmesinde standartlaşma ve kurumsallaşma pratiğine yönelik olarak gelişir. Böylece, kurulan bu etkileşim sistematiği içerisinde kimliğe yönelik olarak yukarıdan aşağıya ya da merkezden çevreye doğru bir sosyal kontrol mekanizması kurulur ve bu mekanizmanın dışında kalmayı yeğleyenler dışarıda bırakılır. Yani, çoğunluğun kanaatinin dışında gelişen bir davranış/tutum nadirdir ve bu biçimdeki bir yapılanma dışarıda/azınlıkta kalmış kanaatlerin yok olmasına yol açarak çoğunluğun kanaatinin hakim olmasını/güçlenmesini sağlayacaktır (Lazar, 2001: 109).

Toplumsal kanaatlerin oluşmasında ve bu kanaatlerin süreklilik kazanmasında da önemli bir etkiye sahip bulunan sinema, kimliğe yönelik geliştirilen otoriter kanaatin sağlama alınmasında ve süreklilik kazanmasında da etkilidir. Toplumsala / kamusala ait olan kurallar hiyerarşisini ekrana taşıyarak bunu gerçekleştiren sinema bu kanaatten farklı olmayı/kalmayı yeğleyenlerin yalıtıldığı mekanlardır aynı zamanda.

Sinema, bir yandan bilince yönelik aidiyet mekanizmasının bütün kodlarını kurarken diğer yandan aynı ait olmanın görünümleri sayılan dil, gelenek, sembeler, kültür, din, kader birliği, etnisite vb. ortak etkenlerin dışında kalanlar açısından “biz” ve “onlar” ayırımına gider ve “onların” çoğunluğun kabul gördüğü toplumsal ölçütlere, kabul edilmiş tutumlara, kanaatlere ve davranışlara uygun olmadığını ilan eder. Her şeye rağmen bu mekanizma içinde yer almayı reddeden/seçen birey ya da gruplar yalıtılma ve uyumsuzluk korkusuyla ya sessiz kalır ya da otoriter yapı karşısında kendi otorite alanlarını bulmanın yollarını arar.

Özetle sinema, “biz” açısından sembolik ama güçlü bir aidiyet duygusu ve bu duygunun bilince çıkarılmakta etkili bir kitle iletişim aracı olarak, ortak kanaatin yaygınlaştırılmasında bir toplumsal katılım biçimi/yöntemi sunmanın/kurmanın yanı sıra topluluğa katılım duygusu yaratmaktadır. “Biz” düşüncesinin gerçek yaşanan bir deneyime, duygusalığa ve gündelik bir olguya dönüştüğü, yaşanan bir deneyim olarak her gün milyonların katıldığı kitlesel merasim ve geleneklerin temelini oluşturduğu bir ajan (İmançer, 2003: 248) olarak kitle iletişim araçları ve sinema “öteki” ya da “biz” oluşumunu belirleyen unsurlar

arasındaki etkileşim sistematığının ve kurallar hiyerarşisinin kurulmasında da etkili bir araçtır.

3.OSCAR ÖDÜL TÖRENLERİ VE AKADEMİ

Amerika Sinema Sanatları ve Bilim Akademisi (**Academy of Motion Picture Arts and Sciences**) tarafından 1929 yılından beri sinema alanında verilen en prestijli ve eski ödüller için gerçekleştirilen bir törendir. Sinema çevrelerince esasen Akademi ödülleri olarak geçse de tüm dünya da görkemli törenlerin yapılması sürecinde törenlerde verilen ödül olan “OSCAR” ismiyle itibar bulmaktadır. Törenlere adını veren OSCAR’ın ise bir akademi çalışanının masa üzerindeki ödül heykelciği görüp amcası Oscar’a benzetmesi sonucu ortaya çıktığı söylenmektedir.

Sinema dünyasının ticari açıdan en önemli ve prestijli görüldüğü tören kimilerine göre Amerikan sinema endüstrisinin şişirilmiş en iyi balonu ve sanatsal açıdan bir değer ifade etmemekte; film yapım, dağıtım ve gösterim üçlüsünün kurduğu sinema sektörünün oldukça geniş bir kısmı içinse bu törenler olmasa olmaz ritüellerden biri sayılmaktadır.

Akademiye katılmak üzere önceden davet edilen 5830 üyeden oluşan akademinin oyladığı filmlere ödülleri Board of Governors vermektedir. Ödül kazanılması akabinde genel olarak davet alan üyelerin seçkin bir sinema kariyerine sahip olmakla birlikte bir alanın önemli temsilcileri sayılmaktadırlar. Oyunculuk, Yönetmenlik, Görüntü yönetmenliği ve Yapımcılık gibi 15 farklı alanda temsilcisi bulunan akademinin her üyesi kendi alanında adayını önerir ve her üye oylamaya katılır ancak kimlerin ödül aldığına ikinci bir oylamayla karar verilir ve her yılın şubat ayında ödülleri ilan eder.

En iyi filmde en iyi eser sahne tasarımı ödülüne kadar yaklaşık 25 farklı dalda verilen ödüller sinema çevrelerince çok önemsenmesine rağmen oldukça önemli bir kesim tarafından eleştirilmekte, verilen ödüller önemsiz görünmektedir. Kamuoyunun yakından tanıdığı pek çok filme, oyuncuya ve yönetmene ödül verilmemesi ya da bir oyuncunun ya da filmin birden çok ödüle layık görülmesi pek çok tartışmaya sebep olmaktadır.

3.ÖTEKİLEŞTİRME SÜRECİNDE OSCAR ETKİSİ (85. AKADEMİ ÖDÜLLERİ VE “ARGO” FİLMİ ÖRNEĞİ)

Sinemanın en çok konuşulan ve belki de en prestijli ödülleri olarak bilinen Oscar Akademi ödülleri her yıl büyük ve sansasyonel törenler, seremoniler eşliğinde sahiplerini buluyor. Los Angeles’ta genellikle – son zamanlarda- Kodak Stüdyolarında düzenlenen ödül töreni, ödüllerin hangi filmlere ya da kimlere gideceği konusunda ipuçlarının çok önceden farklı mecralarda verilmesine rağmen her yıl bütün gözlerin üzerinde olduğu bir tören olarak oldukça heyecanlı geçmektedir. Öyle ki bu seremoni 87. kez tekrar edilmesine rağmen kırmızı halı ritüelinden esprili sunucularına, ödül konuşmalarından ara şovlarına kadar pek çok ayrıntısının dört gözle beklendiği bir tören olmaktadır.

Ödül törenlerinde hemen her yıl aynı şeyler olmakta ve gelenek üzere filmlerden ziyade tören ve törene dair ayrıntılar uzun bir süre konuşulmaktadır. Örneğin; 42.4 milyon seyirciyle son yılların en çok izlenen törenine Twitter’da dakikada 8 bin tweet atılması, "En Orijinal Müzik" dalında aday gösterilen John Williams’ın tam 48’inci kez aday olması, En iyi belgesel dalında yarışan "5 Broken Cameras"ın yapımcısı Filistin asıllı Emad Burnat’ın Amerika’ya girişine izin verilmemesi ve bu durumun “ası” belgeselci Michael Moore tarafından sosyal medyada paylaşılması, Ben Affleck’in en iyi yönetmen ödülüne aday gösterilmemesine rağmen yönetmeni olduğu filmle en iyi film ödülünü kazanması, en iyi kadın oyuncu ödülünü kazanan şahsın merdivenlerde tökezlemesi, Adele’in Oscar gece-

sinde şarkı söylerken heyecanlanmamak için aylar öncesinden psikolojik destek alması, James Bond filmlerinin özel gösteriminde "James Bond 007" filmindeki İstanbul sahnelerine de yer verilmesi, törende takılan mücevherlerin toplam değerinin 14 milyon doları bulması, Oscar kazanan kadın oyuncuların yüzde 63'ünün ödül almalarının üzerinden bir yıl geçmeden eşlerinden boşanması ve bu yüzden gözlerin en iyi yardımcı kadın oyuncu seçilen yeni evli Anne Hathaway'in üzerinde olması, **Daniel Day Lewis'in** en iyi erkek oyuncu" dalında aldığı 3. altın heykeltik ile aynı ödülü üç defa alan ilk oyuncu unvanını elde etmesi ve 85. Törende Oscar'ı Beyaz Saray mı seçiyor tartışmalarının alevlenerek sinema çevrelerine Oscar'a devlet eli mi değdi sorusunu sordurtan en iyi film anonsunun Başkan Obama'nın eşi Michelle Obama tarafından sunulması gibi konular, filmlerden ziyade konuşulan magazinler olarak Oscar'ın popüler ruhunu her geçen gün şad etmektedir.

Bu magazinlerin başında yer alan; en iyi film ödülünün sinematografik kriterler doğrultusunda bu ödülü hak edip etmediği sorgusu ya da en iyi film ödülünü alan filmin yönetmenin jüri çevrelerinde yakın tanıdıklarının olması konuları her ne kadar sinema çevrelerince de tartışılıyor olsa da her yıl esas tantana törenin dolayısıyla da Oscar'ın militarize edilip edilmediği sorusu üzerinde kopmaktadır. Özellikle 85. Törende Michelle Obama'nın arkasındaki tören kıyafetli askerler eşliğinde Amerikan halkına hitaben yaptığı konuşması adeta Oscar cininin lambadan çıkmasına neden olmuştur. Üstelik büyük bir Obama destekçisi olduğunu birçok kez dile getirmiş olan Weisten Kardeşlerden Harwey'nin törenden iki hafta öncesinden ödülü alacak filmi duyurması, tartışmaları iyice alevlendirmekle kalmamış, gerek oylama sürecinin gerekse tören hazırlıklarının büyük bir gizlilik içinde yürütüldüğü efsanesine de gölge düşürmüştür. Weisten kardeşlere ait şirketin Oscar törenindeki organizasyon görevi de hesaba katıldığında çoktan şişeden çıkmış olan cinin bir daha asla o işeye girmeyeceğini akla getirmiştir.

Oysa Akademi ilk defa politize edilmiş, militarist içerikli filmleri ödüllendirmemekte. Kendini "geri kalmış" Doğu üzerinden tanımlayan "medeni" Batı fikri eskiden beri Hollywood'un yanı sıra en iyi olanı belirleyen akademinin de ilgisini çekmekte. Bir dönem Sovyet paranoyasının ya da Nazi korkusunun şekillendirdiği soğuk savaş konulu filmlerin yerine bugün, "çirkin" Asyalıyı monarşinin elinden kurtararak ya da "şekilsiz" Arabı demokrasiye duçar ederek, bu sefer üstünlük taslamayan "bizim batı" imajı ödüllendirilmektedir. The Siege, Alexander, Body of Lies, Midnight Express ve 300 Spartan gibi "ezik doğu" imajı üzerinden kurulu sert oryantalist filmlere Hollywood son zamanlarda çok fazla pirim vermektedir. Örneğin "Bir avuç 300" ün, sayıca kendilerinden çok üstün aptal ve şekilsiz Pers ordularını yenerek adeta ahlaki bir zafer kazanması Hollywood'un Antik Yunan'a yeni bir mitos hediye etme çabasının ürünüdür. FBI ajanının bir yandan ayrılıkçı "terörist" Araplara yapılan işkenceye sesini çıkarmazken diğer yandan gerektiğinde bu teröristlerin uysal "vatandaş" aileleri için pentagona kafa tutan özgürlükçü siyahi bir kahramana dönüştürülmesi ise yine Hollywood'un artık klişe haline gelmiş çok da samimi olmayan Batı eleştirisinin bir tezahürüdür.

52. Akademi ödülleri aday olduğu altı dalın ikisinden Oscar alan Midnight Express'de de aşırı dincilik, fanatizm ve cehalet üçgeninde kurgulanan karanlık bir Doğu bulunur. Karanlık doğu olarak bu kez Türkiye'nin seçildiği film Türk insanının dışarıdaki imajını uzunca bir süre oldukça kötü biçimde etkilemiştir. Kitaptan uyarılma yazdığı şeylerin çekim senaryosu aşamasında abartılmış olabileceği konusunda görüş beyan eden ve bunun için Türkiye'den özür de dileyen Oliver Stone, bu kez yönetmenliğini yaptığı bir diğer film İskender'i üstelik tam da özür dilediği yıl vizyona sokmuştur. Neredeyse bütün doğu

topraklarını yine bir Yunanlının ayakları altında ezdiren film, batı değerlerini kendinden menkulmuş gibi sunarak doğunun canına ot tıkamıştır.

Peki, Oscar'ın en iyi film seçimlerinde neredeyse her zaman etkili olduğu aşık bu aşırı üstenci batıcı damar bu sefer Akademi tarafından “Argo” da taçlandırılınca kıyamet neden koptu?

Çünkü Argo filminde Hollywood'un suret biçmeye çalıştığı İran, Amerikan halkı için bir heyuladır aslında. Oysa İran Hollywood filmlerine konu olacak; ne Nazi Almanya'sının yaptığı gibi bir Yahudi katliamı gerçekleştirmiş ne de Vietnam gibi bir ülke üzerinde hiç denenmemiş silahları kullanmıştır. İran'da geçmişte bir devrim gerçekleşmiştir. Bu devrimin bir İslam devrimi olduğu gerçeği ortalıklarda en sarıh bir biçimde duruyorken film 1979 yılında İran'da meydana gelen mevzunun ne olduğunu anlama/anlamlandırma gayreti içerisine girmiştir. Rehine krizine odaklanmış gibi görünen film aslında bir taraftan sözde dürüst bir yaklaşımla Batı eleştirisi yaparken, diğer taraftan İran'a heyuladan öteye gidemeyen karanlık bir suret biçmiştir. Nasıl ki Amerikan halkı Vietnam sendromuyla yüzleşmek için Hollywood yapımı filmler aracılığıyla rehabilite edildiye Argo filmi de 1979 yılında meydana gelmiş bir olayla Amerikan halkını yüzleştirmeyi denemiştir. Ancak yüzleşmek bir yana seyirciye yansıyan -Batılı eleştirmenlerin de ifade ettiği gibi – samimiyetsiz bir hesaplaşma olmuştur. Amerikalı rehinelere çölün kavurduğu yanık tenli “çirkinlerden” kurtarmak ve bu kara-nlık topraklarda parıl parıl parıldamak için gönderilen beyaz tenli (J.Goodman bir tarafa) yakışıklı jönler, bir başka orta doğu fatihi Coolony'nin yapımçılığında Amerikan halkına film içinde film çevirmiştir.

Bu türlü bir filme üstelik Amerikan başkanının eşinin anonsunu da katarak ödül vermek şüphesiz Oscar'ı ve akademiyi bir şaibe altına sokmuş, sinema çevrelerinin şimşeklerini üzerine çekmiştir. Örneğin Oscar ödülleri en fazla sayıda aday gösterilen kadın oyuncu unvanını da elinde bulunduran Merly Streep Oscar ödülleri giderek siyasi kampanyalara dönüşmesini korkutucu bulduğunu söylemiştir. İranlıların zombi gibi gösterildiğini ve filmdeki en iyi İranlı Kanada Büyükelçisinin hizmetçisi olduğunu söyleyen The Guardian gibi pek çok kesim de filmi aşırı oryantalist bakış açısı bağlamında eleştirmiştir. Filmin öldürmek hakkında bir hikaye olmadığı konusunda ikna içerikli yazılar yayınlayan The New York Times ise, bir yazıda Hollywood'un Humeyni'yi Argo ile zekice nasıl alt ettiğini film yönetmeni Affleck'e sıraladığı methiyeler eşliğinde duyurmuştur.

Özetle, yılın en iyi filmi ve senaryo uyarlaması da dahil üç dalda ödül kazanan Argo, Amerikan toplumunun pek hoşuna giden milliyetçilik ve vatanseverlik duygularını tahrik ederek olası bir İran ya da Ortadoğu müdahalesinin meşru gösterilmesi sürecinde kendisine düşecek görevi başarıyla yerine getirmiştir. Başkan Obama'nın eşinin arkasındaki genç askerler eşliğinde, beyaz sarayda ve milliyetçi sayılabilecek bir havada gerçekleştirdiği anonsun politize ettiği tören ise, sinematografinin ve başarı arzusunu kamçılayan Oscar ruhunun önüne geçmiştir.

SONUÇ

Hollywood film endüstrisinin bütün ihtişamıyla kendisini dünyaya gösterdiği Oscar ödül törenleri, filmler aracılığıyla içten içe benimsetilmeye çalışılan üstün batı “biz” inin küresel anlamda tezahürünün gerçekleştiği parıltılı bir mecradır. Çekim açıları, özel efektler, ışık, kurgu ve basit repliklerden kurulu sinematografik anlatıyla “yapılmış” filmler üstün batı fikrinin içeriğini kurarken, Oscar törenleri bu içeriğin ödüllendirildiği mekanlardır.

Oscar; siyahileri acımasız katiller, namus düşmanı ve hırsız olarak betimleyen segregasyon politikalarıyla ulusal kimlik algısına vurgu yapan “Bir Ulusun Doğuşu” türü filmlerden, kölelik tarihiyle hesaplaşmış gibi görünerek ödül alan “12 Yıllık Esaret” türü filmlere, sürekli bir “öteki” yaratılması ya da yorumlaması sürecinin parçası haline dönüşerek Hollywood’un şirin yüzüne bürünmüştür. Kırmızı halı, takılar, elbiseler, sinematografik karakterlerin kahraman edaları ve sosyal medya çılgınlığı gibi magazinler de bu törenin birer ritüeline dönüşerek kitlelerin “öteki” hakkındaki düşüncelerinin ekonomik, siyasal, sosyal ve estetik araçlar doğrultusunda şekillenmesine katkıda bulunmaktadır.

Batı medeniyetinin canına ot tıkayacak olan fundamentalist Arap; şehirli masum gençleri uyuşturucuyla zehirleyen insan kaçakçısı Latin Amerikalı; soğuk savaşın komünizmini kutsal topraklara getirecek “dinsizden” zengin ama görgüsüz olana evrilen kaba Rus; komplocu ve duygudan uzak sarı benizli Asyalı; zulüm altında kölelikten başka çıkar yolları olmayan Afro- Amerikalı ve nihayetinde medeniyetten uzak toplumların genel temsilcisi olarak Doğulu; Hollywood filmlerinin ürettiği “ötekiler” olarak filmlerde sürekli rehabilitasyona tabi tutulmaktadır. Üstün “bizim” göstereni Amerika bu “ötekiler” e kimi zaman demokrasi götüren üstün akıl, kimi zaman da girdikleri yollardan geri döndürmek zorunda olan bir cezalandırıcı olarak ortaya çıkmakta ve yapıp ettikleriyle de Oscar ile ödüllendirilmektedir.

KAYNAKÇA

Assman, J., *Kültürel Bellek – Eski Yüksek Kültürlerde Yazı, Hatırlama, Politik Kimlik*. Çev. A. Tekin, İstanbul: Ayrıntı (2001).

Baker, U., “*Medyaya Nasıl Direnilir?*”, Birikim Dergisi, Medya ve Siyaset Meydanı, Sayı: 68-69 (1995).

Burton, G., *Görünenden Fazlası Medya Analizlerine Giriş*, Çev. N., Dinç, İstanbul: Alan Yayınları, (1995).

Connolly E. W., *Kimlik ve Farklılık Siyasetin Açmazlarına Dair Çözüm Önerileri*, Çev. F. Lekesizalın, İstanbul: Ayrıntı Yayınları (1995).

Gubernau, M., *Milliyetçilik, 20. Y.Y.’da Ulusal- Devlet ve Milliyetçilikler*, Çev. Nur Domaniç, İstanbul: Sarmal Yayınevi (1997).

Heidegger, M., “*Günlük İnsan ve Onlar Alanı*” Çev. A. Atan, İstanbul: Ders Belgeği Felsefe Sanat Eğitim Dergisi (1999).

İmançer, D., “*Çağdaş Kimliğin Yapılanma Süreci ve Televizyon*”, Doğu Batı Dergisi, Kimlikler, Sayı: 23, (2003).

Kejanhoğlu, D., B., “*Kamusal Alan, Televizyon ve Siyaset Meydanı*”, Birikim Dergisi, Medya ve Siyaset Meydanı, Sayı: 68-69, (1995).

Lazar, J., *İletişim Bilimi*, Çev. C. Anık, İstanbul: Vadi Yayınları (2001).

Oran, B., *Az Gelişmiş Ülke Milliyetçiliği- Kara Afrika Modeli*, Ankara: Bilgi Yayınevi (1997)

Oskay, Ü., *Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş*, İstanbul: Der Yayınları (2000).

Öcel, N., “*Ötekine Doğru Giden Birey: İç İç Geçmiş Kimliklerle Başkalaşım*”, (çeviri-miçi) <http://www.istanbul.edu.tr/4boyut/nocel.öteki.htm>, 22.03.2002.

Özmkas, U. “Öteki”, Anafilya, Türkçe Edebiyat Kültür ve Sanat Dergisi, Aralık 2003, Sayı:30, s.40, **Çevrimiçi:** <http://www.anafilya.org/go.php?go=7d3c1e0280512>, 03.10.2006.

Poyraz, T., Arıkan, G., “*Avrupa Türkiye İlişkileri ve Dönemsel Olarak Değişen ‘Öteki’ Tanımları*”, Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, Cilt: 20, sayı: 2 (2003).

Sibel Demirtaş, S., Diken, B., Gözaydın, İ., B., “*Mekan ve Ötekiler*”, Defter, Sayı:28, Yaz (1996).

Sözen, E., *Demir Kafesten Plastiğe Kimliklerimiz Sekülerleşme Sürecinde Kimliklerin İnşası*. İstanbul: Birey Yayınları (1999).

Tekeli, İ., *Tarih Yazımı Üzerine Düşünmek*, Ankara: Dost Kitapevi Yayınları (1998).

Zygmunt, B., *Sosyolojik Düşünmek*, Çev. A. Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı Yayınları (1999).

MODERN TÜKETİM KÜLTÜRÜNDEN POSTMODERN TÜKETİM KÜLTÜRÜNE GEÇİŞİN ELEKTRONİK TİCARET ÜZERİNDE OLUŞTURDUĞU ETKİLER

Adem YILMAZ*
Hatice UZUNÇELEBİ**

ÖZET

Küreselleşmeyle birlikte toplumsal yapıda yaşanan değişimler üretim, tüketim ve kültür odaklıdır. Modern ve postmodern çağda etkin olan yapısal dönüşüm teknolojinin gelişimiyle paralellik içermektedir. Tüketim odaklı bilgi toplumunda yaşanan tüm bu inovasyon faaliyetleri elektronik ticaret ortamında yoğunlaşmıştır. Bu nedenle tüketim kanalı olarak bireylerin yoğun olarak kullandığı, elektronik ticaret ortamı, bireylerin tüketim davranışları ve elektronik ticaretin bireyler üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri açısından günümüzde sorgulanır hale gelmiştir. Bu çalışmada elektronik ticaretin etkinlik alanları yükselen enformasyon dönemiyle birlikte ele alınarak geniş bir literatürde tartışılmıştır. Ayrıca alanda uzmanlarla yapılan mülakatlarla, tüketim kültürü içinde tüketim nesnesi konumuna dönüşen bireylerin, elektronik ticaret içerisindeki tutum ve davranışları derinlemesine araştırılmıştır. Çalışmada derinlemesine mülakat yöntemi kullanılarak, elektronik ticaret yapan kişiler üzerinden elde edilen bulgularla çalışma tamamlanmıştır. Sonuç olarak tüketim kültürü, bireyler ve toplum üzerinde belirli davranış değişikliklerinin ortaya çıkmasında etkili olmuştur ve bireyleri tüketim nesnesine dönüştürmüş, onları kolaycılığa sevk etmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bilgi Toplumu, Elektronik Ticaret, Fordizm

EFFECTS OF CREATE OVER ELECTRONIC TRADA OF PASSİNG FROM MODERN CONSUMPTION CULTURE OF POSTMODERN CULTURE

ABSTRACT

Changes along with the globalisation in the structure of the society are mainly around production, consuming and culture. Structural evolution which has always been active during the modern and postmodern era is in parallel with the improvement of technologies. All these kind of innovative activities happening within the consumption based knowledge society are centred around e-commerce environment. For this very reason, e-commerce environment which has been broadly used by individuals as a consumption platform, has taken a questionable position today in terms of consumption behaviours of individuals and positive or negative impacts of it on individuals. This study in a wider literacy discusses the impacts of e-commerce on the individuals in consideration with steadily rising information era. Also, current trends in the e-commerce and the behaviours of individuals who have already become a consumptive subject within the consumer society are being analysed thoroughly with the interviews held with subject matter experts. In this study, has been used depth interview method and the study has been completed with finding obtained over people who have made electronic commerce. As a result, consumption culture has effect in the emergence of certain behavior changes upon individuals and communities and individuals are transformed into objects of consumption, it has led to the easy them.

Key Words: Information Society, Electronic Commerce, Fordism

* Doç. Dr. Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon Sinema Bölümü, adem@atauni.edu.tr

** huzuncelebi@gmail.com

GİRİŞ

Geçmiş yüzyıllarda, sadece ihtiyaçlar doğrultusunda gerçekleştirilen tüketim, zamanla toplumsal yapılarda meydana gelen değişikliklerle birlikte ihtiyaç olmaktan çıkıp, eğlence, boş vakit geçirme, kimlik arayışı, statü ve güç göstergesi olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu doğrultuda da tüketimin gelişim ve değişim oranına bağlı olarak, modern ve postmodern tüketim kültürü gibi yapılar ortaya çıkmıştır. Toplumsal yapılarda meydana gelen ekonomik sosyal, politik dönüşümlerle birlikte, toplumsal yaşamın tüketim alışkanlıklarında, (bu yapılarda modern ve postmodern sıfatlarını verecek ölçüde) değişiklikler yaşanmıştır. Teknolojinin gelişimiyle beraber geleneksel ticaretten elektronik ticarete doğru bir yönelim meydana gelerek, geçmişin geleneksel yöntemlerinin, yerini internet ortamında, web sayfaları elektronik posta, elektronik veri transferleri almıştır (Bozkurt, 2014: 257-258). Sosyal, kültürel, ekonomik ve teknolojik gelişmelerin yaşanmasıyla dünyanın farklı coğrafyalarında, farklı üretim etkinliklerinin artış göstermesi farklı tüketim davranışlarına neden olmaktadır. Üretim ve tüketim etkinliklerinin farklı coğrafyalarda olması sadece oraya özgü bir gelişme ve değişim olarak kalmamaktadır. Sürekli bir etkileşim içinde olan birey gerek kitle iletişim araçlarının gelişmesi, gerekse her türlü ulaşım ve kültürel etkileşimlerin yoğunlaşması nedeniyle toplum içerisinde daha aktif hale gelmiştir. Bu etkileşim sadece gıda, giyim, kuşam, ulaşım, eğlence, politika, teknoloji gibi alanlarda değil, özellikle bireylerin birbirleriyle olan iletişiminde ve toplumsal yaşamında da gerçekleşmektedir. Bu etkileşim ve değişimin sonucu olarak tüketim, sürekli değişerek ihtiyaç olmaktan çıkmış ve haz duymak amacıyla yapılan bir etkinlik haline gelmiştir. Tüketme eyleminde ihtiyaç dışına çıkan birey yaptığı alışverişlerle, kendini toplumda kabul ettirme, bir kimlik oluşturma eğilimi içindedir ve oluşturduğu bu kimlikle toplumda kendine yer edinmeye çalışmaktadır.

Tüketim kavramı, modernleşmeyle birlikte meydana gelen değişikliklere paralel olarak yön değiştirmiş, bireylerde meydana gelen değişimlere bağlı olarak da sürekli olarak kullanılan bir kavram haline dönüşmüştür. İnsanlar kendi kimliklerine uyarladıkları ürünlere yönelmiş toplumsal yapı ve bu yapıyı oluşturan bireyler yeni bir tüketim kültürü ortaya çıkarmıştır. Son yıllarda sayıları gün geçtikçe artan sanal mağazalar, küreselleşmenin de etkisiyle ulusal sınırları aşarak, tüm dünya da üretici ve tüketiciyi bir araya getirmiştir. Bu bağlamda, online alışverişlerin artması sonucunda elektronik ticaret mağazalarında artışlar gerçekleşmiştir. Artan sanal mağazalara insanların yoğun ilgi göstermesiyle birlikte artan bu ilginin sadece ihtiyaçları giderme gereksinimi olmaktan çıkıp, psikolojik, sosyal, kültürel gereksinimlerini de karşılamak amacıyla kullanıldığını ortaya koymuştur.

Bu bağlamda yükselen enformasyon dönemiyle birlikte elektronik ticaret kavramının alanları genişletilmiş, tüketim kültürü içinde kendi kendini kaybeden ve nesne konumuna dönüşen kişiler, bu kavramın etrafında sürekli alışverişin öznesi haline dönüşerek, elektronik ticaret faaliyetleri içerisinde de belirgin olarak bu yönünü göstermiştir. Dolayısıyla elektronik ticaret kavramının ayrıntılı olarak ele alındığı bu çalışmada, dünyada ve ülkemizde elektronik ticaretin hangi boyutlara ulaştığı ve bireylerin bu faaliyet alanı içerisindeki yeri ve tutumu derinlemesine mülakat yöntemiyle ortaya konulmuştur. Ayrıca modern ve postmodern tüketim kültürünün bilgi toplumunun da etkisiyle elektronik ticarete meydana gelen değişimler analize tabi tutularak, bireylerin tüketime dair davranışlarında meydana gelen değişimlerin niteliksel sonuçları araştırılmıştır.

1. MODERN VE POSTMODERN TÜKETİM KÜLTÜRÜ

Dünyada yaşanan ekonomik, sosyal, siyasal, kültürel ve teknolojik gelişim ve değişiklikler, toplumsal yapılarda çeşitli dönüşümlerin yaşanmasına neden olmuştur. Tüm dünyada gerçekleşen bu gelişim ve değişimler modern tüketim kültürünün oluşumunda başat konumdadır. Bundan dolayı modern tüketim kültürü, tek başına inceleme alanına sahip olan bir kavram değil, içinde taşıdığı çok farklı değişken ve etkenlerle incelenebilen bir yapıya sahiptir. Toplumlar, modernite olgusuna sahip olmadan önce dinsel ve metafiziksel düşünce temeline dayalı olan geleneksel düşünce sistemi içinde varlıklarını sürdürmüştür. Zamanla toplumlarda yaşanan gelişmelerle birlikte aydınlanma çağına geçilmiş ve bu çağa geçişle birlikte metafiziksel ve dinsel düşünceler yerini nesnel ve bilimsel düşüncelere bırakmıştır.

Bu bağlamda modern kavramının ortaya çıkışı geleneksel toplumdaki sistemler, dinsel ve metafiziksel düşünceler üzerine kurulmuştur. Bireyin, din ve doğa kayıtlarından bağımsızlaşmasıyla bilimsel düşünce daha da gelişme imkânına sahip olmuştur. Bu bağlamda da aydınlanma düşüncesi, bilimsel bilgi ve özgür birey kavramına dayanan bir düşünce sistemidir. Bu düşünce sistemi de modern toplumun oluşmasına ve gelişmesine zemin hazırlamış ve bunun sonucunda da modern kavramı ortaya çıkmıştır. Aydınlanma çağı Çiğdem'in ifadesine göre ise akıl ve düşüncenin insanda birleşip, insanın en güçlü yetisi haline gelip, insanları ve toplumları etkisi altında bırakan, metafizik ve dinsel düşünce kalıplarının ortadan kaldırılmasıdır (1997: 21).

Toplumsal yaşamda meydana gelen modernite, entelektüel, kültürel ve estetik dönüşümün sonucunda ortaya çıkarak, yaşamın bütün alanlarında ciddi dönüşümlere sebep olmuştur. Modern zamanda insan akılı ön planda tutularak, insan aklıyla sadece teknolojik ilerlemenin yönünü değil, toplumsal süreçte insanların ve nesnelere idare edilip yönetilmesinde bir araç konumuna getirilmiştir. Bu bağlamda da modernite kavramının, yeni ve bireyler tarafında kabul gören bir toplum, devlet, ekonomi, örgüt anlayışını da beraberinde getirdiği görülmüştür (Görmez, 1997: 29). Modernizm, iki aşamada kendini göstermiştir. İlk olarak Max Weber tarafından tarihsel bir dönemi anlatmak için kullanılmış ve iki dönüştürücü süreçte birleştirici nitelikte yer almıştır. Bu iki dönüştürücü süreçten ilki, sanayiye gelişmelerle, nüfusta meydana gelen hareketlerle, kentleşmeyle oluşturulan ve küresel pazar sürecinin gücüyle desteklenerek genişlemiş ve nesnel modernlik sürecine ulaşmıştır. İkinci olarak ise sanatsal estetiği anlatmak için kullanılmıştır (Harvey, 1997: 24-33; Şeylan, 2002:6).

Bu dönemde meydana gelen üretim, ulaşım ve haberleşmedeki gelişmelerin sonucu olarak, 17. yüzyılda modern reklamcılığın başlamasıyla modern tüketim, yeni imkânlarla sahip olmuştur. Bireyler, yeni çıkan bir ürün haberini, kitle iletişim araçlarıyla almaya başlamış ve hepsinden de önemli görülen, üretici, tüketiciyle farklı bir iletişim aracı bulmuştur. Bu dönemde, basılı yayınlar; moda dergileri, kataloglar, gazete reklamları, bireylerin tüketim isteğini artırırken, diğer taraftan da reklamlar, basın gücünü ve önemini artırmıştır. Bütün bu etkileşimlerin sonucu olarak da bu dönemde basılı yayınlar, tüketimin misyonerliğini üstlenmiş duruma gelmiştir. Yani basılı yayınlarla tüketim, toplumlara benimsetilmeye ve yayılmaya çalışılmış ve modernlik, sürekli bir gelişim ve değişim halinde olmuştur. Kitle iletişim araçları, sanayi, ticaret ve bu doğrultuda meydana gelen gelişmelerle de bu durum desteklenmektedir. Bu bağlamda Habermas, modernliğin bitmediğini ve tanımlanmamış bir proje olduğunu ifade etmektedir (Habermas, 1993: 31-44).

Modern tüketim kültürünün tarihine bakıldığında, modern tüketim kültüründe, tüketimi etkileyen en önemli değişkenlerin başında, üretim sisteminde meydana gelen değişimler gelmektedir. Bundan dolayı da tüketimin geçtiği her konuda üretimden de mutlaka bahsedilir. Çünkü bunlar birbirini tamamlayan, birbirine bağlı ve bağımlı olan yapı topluluğudur. Daha açık ifade edildiğinde, tüketimde yaşanan devrimsel değişimler, üretimde gerçekleşen değişimlerin sonucunda oluşmaktadır. Bu yapı üretim sistemine Avrupa da 1925'te, İngiltere'de 18. yüzyılın ikinci yarısından sonra, buhar makinesinin bulunmasıyla beraber, üretimde küçük atölyelerden, fabrika seri üretim sistemine geçilmiştir. Bunun ardında Amerikalı otomobil yapımcısı Henry Ford'un 19. Yüzyılın sonlarına doğru, ilk önce aileler için başladığı seri otomobil üretimi, batı kapitalizminde çığır açıcı bir gelişme olarak kabul edilmiştir ve bu girişim de Fordizm olarak adlandırılmaktadır. Aynı zamanda bu girişimin sonucunda, seri üretim ile birlikte ürünlerin standart bir hale getirilmesi de başarılmıştır.

19. yüzyılın başlarında çelik endüstrisindeki gelişmelerle beraber demiryolu ve denizyolu ulaşım sektöründe önemli gelişmeler yaşanmıştır. Buna paralel olarak da daha fazla üretimin gerçekleşmesi, daha çok pazar ihtiyacını doğurmuştur ve daha çok pazara ulaşma gereksinimi de ulaşımında bir çığır açılmasına ve devrime neden olmuştur. Yine bu dönemde ulaşımın gelişmesini etkileyen önemli faktörlerden biri de gemi, lokomotif, tekerlek ve ray yapımında kullanılan demirin daha ucuza elde edilmesidir. Demirin daha ucuza mal edilmesinin sonucunda da tren yolları iç kesimlere kadar ulaşma olanağı bulmuş ve yeni yollar yapılmıştır. Yeni yolların yapılmasıyla da iletişim ve ulaşım sektöründe önemli gelişmeler yaşanmıştır. Bütün bu gelişmelerle üretimde süreklilik sağlanarak, bireylerde satın aldıkları ürünleri sürekli olarak değiştirme gereği duymuştur. Bireylerin kimliklerinde de sınırları aşan bir yapıya bürünmüştür. Tüketim toplumu insan ilişkilerini de değiştirerek metalaştırmıştır. "*Kullan ve at*" anlayışıyla insan ilişkilerinin doğasında da bozulmalara neden olmuştur. Kullan ve at anlayışı, sadece üretilmiş malların atılması değil, ek olarak, değerlerin, hayat tarzlarının, istikrarlı ilişkilerin, şeylere, binalara, yerlere, insanlara ve eylemlere olan bağımlılığın ortadan kaldırılmasını ifade etmektedir (Harvey, 1997: 319).

Modern zamanların başlarında tüketiciler, tüketimin, hayatlarında önemli bir rol aldığını ve kendilerini, toplumun diğer sosyal statü gruplarından ayırt edebilme olanağı sağladığını ifade etmiştir. Tüketim kavramıyla bu kavrama dâhil olan bireyler, toplum içinde, toplumsal kimlik duygusuna da sahip olmuştur. Endüstriyel kapitalizmin, Amerika Birleşik Devletleri'nde ve Batı Avrupa'da gelişmesiyle birlikte, bu tarz tüketim grupları oluşmaya başlamıştır (Bocock, 2009: 24-25).

Modern tüketim döneminde gerçekleşen gelişme ve değişimlerin yanı sıra, modern tüketim alışkanlıklarının gelişmesinde ve yaygınlaşmasında etkili olan bir başka etkende köylerden kentlere yapılan göçtür. 19. Yüzyılda sanayi devriminin etkisiyle tarımda makineleşme kullanılmıştır. Buna bağlı olarak da insan gücüne, emeğine olan ihtiyaç azalmıştır ve bunun sonucunda da insanlar geçimlerini sağlamak amacıyla şehirlere göç etmiştir. Modern tüketim yapılarının, bir ölçüde, göç edilen bu kentlerde ve bu kenetlerin çevresinde oluşan metropollerde, yaşamanın bir sonucu olarak ortaya çıktığı belirtilmektedir. Şehirlere olan göçlerin ardından toplumsal yapılarda 'aylak sınıfı'¹ gibi farklı sınıfsal yapılar

¹ "ABD' de işveren sınıfı içinde gösterişçi bir biçimde tüketim yapan asalak kesim. Terim ilk kez, thorstein veblen tarafından 1989da the theory of the leisure class" adlı kitapta kullanılmıştır. Bu aylak elitin, modern işletmelerin, amerikanın sanayileşmesi sırasındaki rekabetçi mücadelesinin ürünü olduğu iddia edilir. Aylak kesimin içine girdiği bu süreç, servet ve mal israfını kapsayan

meydana gelmiştir. Bu sınıf yaşadığı toplumda çalışmak için değil, tüketmek için yaşayan, halkın ilgisini çekebilmek için savurganca ve gösterişçi bir tüketim sergileyen yapıya sahiptir. Tüketimin egemenliği içinde yaşamını sürdürmeye çalışan modern birey, zamanla yalnızlaşmaya başlamıştır.

“*Modern insan, yalnızdır*”. Kalabalıklar içinde olan birey, o kalabalıkta, hangi toplumsal yapıya aitse, oraya göre davranış oluşturmaya çalışır. Bireyi buna mecbur eden yalnızlığıdır. Bireyin, doğuştan kazandığı değerlerin hiçbiri onun işini görmez. Modern insan deneyim kazanamaz. Deneyime ihtiyaç duyduğunda onu satın alır ve tüketir. Bu durum bilgisayar programlarına benzer. Bir işin en kolay nasıl yapılacağını bireye gösterir ama buradan kazanılan deneyim uzun ömürlü değildir (Güneş, 2006: 39).

Modern zamanda bireyde yaşanan değişimler, zamanla toplumsal boyuta da taşınarak, toplumları ve ulusları birbirinden ayıran farklılıklar ortadan kalkmış ve böylece de modern toplumdan postmodern topluma geçiş yaşanmıştır. Bu bağlamda Serdar(2001:18-24).’ın ifadesine göre, Postmodernizm, sınıfsal ve ırksal farklılıkların eşit temsil edilmesini sağlayarak, toplumdaki çoğulculuk ve çeşitlilik anlayışını savunmaktadır. Postmodern toplum, dünyadaki tüm sınırların, alanların, kültürlerin, toplumdaki gerçeklik ve görünüşlerin, toplumsal ve geleneksel farklılıklarının kendi içindeki çöküşlerini ifade etmektedir (Kellner, 2000: 371).

Postmodernizme, tarihsel süreç içerisinde bakıldığında, bir dönem belirtmek gerekirse, Amerika Birleşik Devletleri’nde 1950’lerde ortaya çıktığı söylenir. Bunu ortaya çıkmasıyla kapitalizm de bir kopuş ya da bitiş olmamıştır. Aksine kapitalizm dünyada egemen bir üretim ve tüketim sistemi olmaya devam etmiştir. Bu gelişmelerle birlikte kapitalizmin içinde, yirminci yüzyılın son çeyreğinde önemli gelişmeler yaşanmıştır. Bu değişiklikler yeni bir döneme yani postmodernizme geçişi oluşturmaktadır (Bocock, 2009: 83).

Postmodernlik, kendine özgü örgütleyici özelliklere sahip olan, yeni bir toplumsal yapının ortaya çıkışını kapsayan, bulunduğu çağdan başka bir çağa geçişi yani bir çağ değişikliği ya da modernlikten sıyrılmak anlamında kullanılabilir (Featherstone, 2005: 22).

Postmodernizm, kuralsızlık ve belirlenememezlik olarak görülerek, kendinden önce olan modernizmin yapısına, bir başkaldırı niteliği göstermektedir. Modernizm tarafından önem verilen ve olmazsa olmaz değerde olan her şey post modernizm tarafından eleştirilmektedir. Postmodernizmde, parçalanmışlık, bölünmüşlük, farklılık vardır ve kişi, toplum her haliyle özgün bir yapıya sahip olmalıdır. Bu dönemde kimlik oluşumları da farklılık gösterir. Postmodern yapıda kimlik algısı, farklılıklar ve benzerlikler çerçevesinde ele alınmaktadır. Modern sistemin tersine, kimlik, kaygan bir yapı üzerinde gelişir ve toplumsal koşullarda belirsizlik, çeşitlilik, karmaşıklık, görecelik, parçalanmışlık vardır. Bu dönemde esas alınan kimlik oluşumu heterojenlik ve farklılık etrafında şekillenmektedir (Karaduman, 2010: 2894).

Modern ve postmodern dönemlerin toplum teorilerine bakıldığında, modern dönem, uzlaşsı, düzen, sistem ve bütünlük ilkeleriyle belirgin hale gelir. Postmodern ise, bütün bu yaklaşımları reddeder ve toplumsal yapıda farklı olanın, özgünlüğünü koruması ve ifade edebilmesinde gerekli olan ortamın oluşturulması gerektiğini savunur (Akça, 2005: 19).

hedonizm in bir biçimidir. Aylak sınıf bireyleri, halkın ilgisini çekebilmek için hem savurganca hem de herkesin izleyebileceği biçimde harcama yaparlar” <https://eksizozluk.com/aylak-sinif--2098979> (27.11.2014).

Sınırlar ortadan kalkarak, bireylere kendilerini daha özgür hissettikleri yeni alanlar oluşmaya başlamıştır. Özellikle modernizm ve postmodernizmin de etkisiyle kitle iletişim araçlarının kullanım oranı artarak birey, özgür ortamını bu araçlarla artırmaya ve göstermeye çalışmıştır. Bireyler ve toplumlar tarafından kullanılan bu araçların en önde geleni internettir. İnternet, insanlar için sadece iletişim aracı olmaktan çıkmış, iletişimin yanı sıra bireylerin, kendi varlıklarını, kimliklerini çevrelerine, topluma ve hepsinden de önemlisi özyeni kanıtlayıcı ortamı olmuştur.

Küresel ve postmodern kültür, tüketim toplumu ve metalaşmanın temel dinamikleriyle beslendiğinden dolayı, modern kapitalizmin sınırlarını genişleterek ilerleyişini sürdürmüştür. Postmodern kültürle beraber, ırksal, cinsel, kültürel ayrımların ortadan kaldırılması amaçlanmıştır. Postmodern düşünce, bireylerin, kendini gerçekleştirmesini, her türlü baskıdan kurtulmasını istemektedir. Postmodernizm, sosyalist ve kapitalist toplumlardaki şehirleşmeyle beraber yaşanan, iş idaresi, üretim ve yönetsel merkezliliği reddedip, dünya nüfusunun çeşitliliğinin, dünya için bir zenginlik olarak görülmesi gerektiğini belirtir. İnsanları tehdit eden ve endişelendiren küresel sorunların yine küresel ölçekte çözülmesi gerektiğini ifade eder. Tüm bu anlayış biçimleri, tutumlar ve olgular çerçevesinde postmodern toplum, kısaca bilgi toplumu olarak ifade edilmektedir (Harman, 2000: 140-144).

Dünyada küreselleşmenin hızlı bir şekilde yaşanmaya başlaması ve kapitalizmin yeniden yapılanmasıyla yeni iletişim teknolojileri ekonomik, kültürel, siyasal ve sosyal alanların dönüşümünde etkili olmuştur. Özellikler de internetin özgürlük alanı oluşturması, yeni kültürel mekânları ortaya çıkarması ve ekonomik bir pazar olarak görülmesi toplumlarda; yeni küresel değerlerin ve kültürel biçimlerin oluşmasına, kimliklerin, alışkanlıkların sanal ortamlarda dolaşıma girmesine neden olmuştur. Sonuç olarak internet, bu ve buna benzer nedenlerden dolayı küresel sistemin, kültürel ortamı haline dönüşmüştür. Sınırları aşma konusunda önemli bir araç olan internet, kültürel alanları hızlı bir şekilde kendi istediği doğrultuda küreselleştirmiştir (Güzel, 2007: 177). Tüm dünyada meydana gelen ve sınır tanımayan gelişmeler toplumlardan, kültürlerle kadar her alanda yaşanmaya başlamış ve kitle iletişim araçlarının yoğun olarak kullanım alanı oluşturmasıyla da bilgi toplumuna geçiş gerçekleşmiştir.

2.BİLGİ TOPLUMU VE İNTERNET

Bilgi toplumu kavramının herkes tarafından yapılan farklı tanımlama şekilleri vardır. Bilgi toplumu farklı tanımlama şekillerinin yanı sıra ‘sanayi ötesi toplum’, ‘postmodernizm’, ‘kontrol devrimi’, ‘enformasyon toplumu’ gibi çeşitli eş anlamlara da sahiptir. Bilgi toplumu genel olarak “*bilginin sermaye, hammadde, enerji ve insan gücü gibi üretim unsurlarından biri haline dönüştüğü, ekonomide hammadde ve ürün olarak kullanıldığı, herkes tarafından paylaşıldığı ve toplum içerisinde kültürel bir değer olarak kabul edildiği ve bilgi iletişim teknolojisinin her alanda kullanılmaya başladığı toplum yapısı olarak tanımlanabilir*” (Tekeli, 1994: 52-58).

Dünya, teknolojilerin ve bu doğrultuda da kitle iletişim araçlarının hızlı büyümesiyle birlikte özellikle son 30 yılda aynı hızla bir değişim süreci içine girmiştir. Özden (2002:15)’e göre, bilim ve teknolojilerde yaşanan büyük gelişmeler, bilgi yoğunluklarını ve bilgi patlamalarını oluşturmuştur. Bilginin gelişimi ve yayılımı ile beraber bilgi teknolojileri de toplumsal ve ekonomik gelişmelere katkı sağlamıştır. Meydana gelen bu değişim ve yeni oluşumlar, Toffler’in ‘üçüncü dalga’ olarak adlandırdığı aşamaya ‘bilgi çağı’, bu dönemin özelliklerini yansıtan topluma da ‘bilgi toplumu’ denilmektedir. Bilgi toplumunu önde gelen teorisyenlerinden Masuda, endüstri toplumlarının merkeziyetçi bir yapı-

da olmasına rağmen bilgi toplumunun çok merkezli bir yapıda olduğunu ifade etmektedir. Bilgi toplumunu bu çok merkezli yapıda olması sosyal ve siyasal alanda iki sonucu doğurmaktadır. Bunlardan birincisi, bilgi teknolojilerinin sınır tanımaması, geleneksel yapı ve değerleri etkileyerek bu değerlerin bozulmasına neden olmakta ve bireysel haz ve yasantıları merkezi konuma getirmektedir. İkincisi ise bilgi toplumunun en belirgin özelliklerinden biri olan ‘çok merkezlilik’ veya ‘merkezsizleştirme’ olguları, ulus devletleri ve bu devletlerin sosyal ve siyasal bağlarını her yönden kuşatmıştır. Drucker, bu kuşatılmışlık durumunu küreselleşme ve yerelleşme kavramlarının eşzamanlılığı olarak belirtmektedir (Bozkurt, 1996: 165).

Toffler’in ifadesine göre, toplumsal yaşamda şimdiye kadar yaşanan zaman dilimleri arasında en hızlı, seri ve köklü değişimler yaşanmaktadır. Geçmiş yıllarda yaşanan gelişmelerin tersine, eskiye oranla daha geniş alana yayılan ve daha kısa zamanda yaşanan değişimler meydana gelmektedir. Yaşanan bu hızlı gelişmeler ve değişimler doğrultusunda, bilginin egemen hale geldiği bir toplumsal yaşama doğru gidildiği görülmektedir. Yeni arayışlar, yeni servet edinme stratejilerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Ortaya çıkan bu yeni servet kazanma sistemi, eski güçlerin yapısında olan temel direkleri yok etmiştir. Toplumsal yaşamın her alanında etkisini gösteren bu durum aile hayatından, iş hayatına kadar politikada, ekonomide ve küresel gücün yapısında önemli değişimler yaşanmasına neden olmuştur. Geleceğe hükmetme isteği içinde olanlar, şiddeti, parayı ve bilgiyi kullanarak gelecek üzerinde kontrol kurmaya çalışmıştır. İçinde yaşanan toplumsal süreçte de bu görülmektedir ve insanlar en büyük, en önemli güç unsurlarının değişimine şahitlik etmiştir (Toffler, 1992: 26).

Dünyada, son yıllarda yaşananlar, postmodern, postendüstriyel (sanayi sonrası), teknokratik, büyük yönelimler, küresel köy gibi adlar altında kullanılan kavramlar, bilişim çağı olarak kabul edilir. Günümüz akademik çalışmalarda bilgi toplumu başlığı altında kullanılmaktadır. Bu çağlarda yaşayan toplumlar ve bireyler, bu kavramlar doğrultusunda gelişmiş ya da gelişmemiş olarak nitelendirilmektedir (Yılmaz, 1998: 148).

Enformasyon toplumu, tanımı bağlamında ele alındığında Geray’ın ifadesine göre, iletişimin tüketildiği, firmaların uluslararası rekabetinde bilgi ve teknoloji üretmenin hızlı bir şekilde olduğu, üretimde kullanılan bilgisayarlı esnek üretimin tartışıldığı bir alandır (1997: 38). Yurdoğan, enformasyon toplumu ’nu bilgi-yoğun, demokratik, akılcı, dinamik, özgürlükçü vb. özelliklere sahip bir toplum yapısı olarak tanımlamaktadır (1997: 73).

Bilgi toplumunda yaşamın bazı koşulları vardır. Bunların başında gelenler, bilginin akış hızında artış yaşanması ve bunun sonucunda da her hangi bir konuda karar verme sürecinin kısa olmasıdır. Bilgini akış hızı ekonomi ekonomik değişimler içinde önemlilik arz etmektedir. Yine buna benzer şekillerde yeni buluşların gerçekleşmesi için bilgi akışının hızlı bir şekilde olması gerekmektedir. Bu bağlamda değerlendirildiğinde bilim, teknoloji ve üretim bir birine paralel olarak ilerlemektedir ve bilgi teknolojileri, ekonomik gelişmenin temelini oluşturmaktadır (Tonta, 1999: 366).

Bilgi toplumunu bireylerin yaşamında önemli değişikliklere sebep olurken onların hayatlarında olumlu ve olumsuz etkilere de yol açmıştır. Çelik’in ifadesine göre, bilgi toplumu içinde ki teknolojilerle sürekli çalışan bireylerde ruhsal olarak bozulmalar yaşanmaya başlamıştır. Bireylerin çalışma hayatlarında yorgunlukları, stresleri, kaygıları artmaya başlayarak, iş hayatlarındaki bu stres, yorgunluk ve sıkıntılar aile hayatlarını da olumsuz yönde etkilemiştir. Birey, birçok psikolojik sorunla karşı karşıya kalmıştır (1998: 57).

İçinde yaşanılan çağ, yani bilgi çağında insan, parçalanmışlık, hiper-bireysellik ve sürekli artan yalnızlaşma duyguları içindedir. Diğer yönden de “*post-modern kabileleşme*” olarak nitelendirilen “*cemaatleşme*” ye doğru bir ilgi ortaya çıkmıştır. Post-endüstriyel çağ olarak da adlandırılan bilgi çağı, enformasyon, iletişim teknolojileri ve özellikle internet/web temelli oluşturulan bir çağdır. Bu çağ daha önce hiç rastlanmayan “*yeni ilişki türlerini*” ve “*sanal cemaat olgularını*” türetmiştir. Bu çağ içinde yaşayan insan modern insan olarak nitelendirilir ve modern insan bu çağda yalnız, tek başınadır, sorgu ve şüphe altındadır. Hiper bireyselliklerin en üst seviyelerde yaşandığı bu çağda, sanal cemaatler bireylere yeni aidiyet alanları oluşturmaktadır. Eski yaşayış şekilleri değişen toplum, yalnızlık duygusunu gidermek için içlerini dökebilecekleri, yalnızlıklarını paylaşabilecekleri yeni dostlar bulmuştur (Bozkurt, 2014: 86-97). Bilgi toplumu insanı etrafını kuşatan bütün araçlara, bilgilere, kendilerine sunulan her türlü imkâna rağmen kendini bu çağda yalnız hisseder. Çünkü bunların hiçbiri onun yalnızlığını paylaşmaz. Bu çağın en kötü özelliklerinden biri de insanın kendi içinde ve çevresinde yalnızlaşmasıdır. Enformasyon çağı, insan ilişkilerini zayıflatır ve zamanla yok eder.

Teknolojik gelişmelerin yoğun olarak yaşandığı Amerika başta olmak üzere Avrupa ve diğer ülkelerdeki bazı kesimler, yaşadıkları bu açlığa, sefalete, yoksulluğa rağmen yine de sınırsız bir özgürlüğün peşindedir. Yaşadıkları toplumsal düzene karşı sürekli bir tepkileri vardır. Kuralsız, sınırsız, özgür bir yaşam istenilmektedir.

Bu doğrultuda Fukuyama'nın ifadelerine göre, teknolojik yeniliklerin önündeki tüm engellerin ortadan kaldırılmasını savunanalar, yaşadıkları topluma ‘sınır yok’ mesajı vermektedir. Bireyi kısıtlayan her türlü kuralı ortadan kaldırma, kural haline getirilmiştir. Buda kontrolsüz bireycilik kültürünün doğurmuştur. Kontrolsüz olan bireyin yaşamak istediği düzen ile içinde bulunduğu ahlaki yapı birbirine uyum sağlamadığı için de toplumda çeşitli sorunların yaşanmasına neden olmuştur. Bunlardan biri de kişinin toplumdaki soyutlanarak yaşamasıdır. Özgür ve sınırsız bir yaşam düşüncelerine ve değer yargılarına sahip olan birey aslında bir muallak içindedir. Özgür ve sınırsız yaşamak isteyen bireye göre, bir taraftan adil olmayan ve haksız, alakasız, o günün şartlarına uygun olmayan kurallar yıkılmalı ve kişi özgürlüğünü en üst düzeyde sonuna kadar yaşmalıdır. Diğer taraftan ise yeni ortak işler yapmak ve toplumdaki diğer bireylerle iletişim kurmak için yeni kurallara ihtiyaç duyulmaktadır. Ortaya çıkan bu yeni kurallar da sürekli olarak bireysel özgürlüklerin kısıtlanmasını gerektirmektedir. Birey, kişisel seçim özgürlüklerinin artırılması için sürekli olarak yaşadığı toplumdaki norm ve değerleri yıkmaya çalışmıştır. Norm ve değerleri yıkmaya çalışan bir toplum ise kendini gittikçe düzensizleşen, dağınık, izole, yalnız, ortak amaç ve görevlerini yerine getirmeyen bir yapıya dönüşecektir. Yine aynı toplum teknolojik gelişmenin önündeki bütün sınırların kaldırılmasını savunarak, aslında çok fazla ve çeşitli davranış şekillerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bunun sonucunda da toplumda aşırı derecede kopukluklar yaşanarak, parçalanmış aileler, çocuklarına karşı sorumluluklarını yerine getiremeyen ebeveynler, birbirini tanımayan ve kollamayan komşular ve sosyal hayattan kopuk yaşayan insan sayısında sınırsız bir artış meydana gelmiştir (Fukuyama, 2009: 30-31-32). İfade edilen olumlu ya da olumsuz etkiler, sanayi toplumundan, bilgi toplumuna dönüşüm sürecinde yaşanan gelişmelerin etkisiyle meydana gelmiştir. Daha öncede var olan fakat bilgi toplumuna geçişle beraber hız kazanan teknolojik gelişmeler ve özellikle internetin gelişimi bu etkilerin temel sebeplerini oluşturmaktadır.

Bozkurt'a göre bilgisayar teknolojisi, post endüstriyel dönüşüm sürecinin temel yapısını oluşturmaktadır. Bilgisayar teknolojisinin gelişmesiyle birlikte insanın zihinsel işlevleri

kısıtlanmıştır ve yaşanan değişimlere önemli derecede etkide bulunmuştur. Özellikle internetin gelişmesi ve yaygınlık kazanmasıyla internet, spordan siyasete, magazinden ticarete hemen her türlü alanda etkisini göstermiştir (2014: 29).

Buraya kadar bahsedilen olumlu ya da olumsuz birçok etki ve olay bilgi toplumunun yaşadığı toplumlar da yoğun bir şekilde görülmeye başlamıştır. Bilgi toplumundaki teknolojik gelişmelerin bireylere, birçok yararı olduğu gibi zararları da olmuştur. Fakat buna rağmen bilgi toplumunun içinde yer alan ve yoğun olarak kullanılan kitle iletişim araçlarının kullanımından hiçbir şekilde vazgeçilmemiştir. Tanımlanan ve özellikleriyle birlikte açıklamaları yapılan bu toplumsal yapıda özellikle internet yoğun olarak kullanılmaya başlanmıştır.

İnternetin gelişimi çerçevesinde, 1990'lı yılların başlarında "World Wide Web" (www)'in bulunması hem multimedya hem de ticari kullanım uygulamaları açısından önemli bir yenilik olmuştur. www' nin kullanılmasında HTTP (Hyper Text Markup Language- Hiper Metin Aktarım Protokolü) kuralları belirlenmiştir ve www'nin hızlı bir şekilde tüm dünyaya yayılmasını sağlamıştır (Başaran, 2010: 152).

Bilgisayar ve internet kullanımı zamanla sürekli olarak artış göstermektedir. "TÜBİTAK'a bağlı olarak çalışan bilgi teknolojileri enstitüsü (BİLTEN) tarafından yapılan araştırmaya göre" 1997 ve 2000 yılları arasında bilgisayara sahip olma oranı üç yılda iki kat artmıştır. 1997 yılında şehir merkezlerindeki evlerde yaşayanların sadece % 6,5'i bilgisayara sahipken, 2000 yılına gelindiğinde hanelerdeki bu sahiplik oranı % 12,3'e yükselmiştir. İncelenen bu üç yıl içinde başka bir değişim de internet kullanımında yaşanmıştır. Şehir merkezlerinde olan hanelerdeki bilgisayarların internete bağlı olma oranları, 1997'de altıda bir iken, bu oran 2000 yılına gelindiğinde yüzde elli artarak % 6,5 olmuştur. Bu bağlamda bakıldığında bilgisayar ve internete olan ilgi ve talep sürekli olarak artmaktadır. Eskiden sadece oyun oynamak, bilgilere ulaşmak ve bilgileri depolamak amacıyla kullanılan bilgisayar ve internet, zamanla toplumda alım isteğini artırmış ve buda satışlara etki etmiştir. Yine bu araştırma, bilgisayara sahip olan bireylerin % 65'lik oranı üst gelir seviyesine mensup olan insanlardan oluştuğunu göstermektedir. Bu araştırmayla ulaşılan istatistikler internette elektronik ticaret yapanların büyük bir kısmını üst gelir seviyesindeki insanların oluşturduğunu ortaya koymaktadır (www.google.com.tr).

Türkiye'deki internet kullanıcılarının ölçüldüğü Google, Tüketici Barometresi 2014 Türkiye Raporuna göre,

"Türkiye'nin %92 sosyal medya kullanımı oranı ile dünya rekortmeni olduğunu belirten Google Türkiye'deki internet kullanıcılarının büyük çoğunluğu her gün online olduğunu ve 16-24 yaş aralığındaki kullanıcıların yüzde 84'ünün interneti kullandığı paylaşılıyor. 25-35 aralığına internete girme oranı yüzde 77, 35-44 yaş aralığında bu oran yüzde 62'ye geriliyor. Dikkat çeken noktaysa 45-54 yaş aralığında her 10 kişiden 4'ünün internet kullanması oluyor. Oranlar adeta yaşa bakmaksızın teknolojiye uyumumuzu gösteriyor" şeklinde verilere ulaşılmıştır (www.ids.com.tr).

Türkiye'de 2012 yılsonu itibarıyla interneti kullananların sayısı 37 milyon kişi olmuştur. Yapılan araştırmalarda TÜİK verilerine göre, interneti kullananların yaklaşık olarak % 20'si, çevrimiçi ortamda, özel kullanım amaçlı ürün, mal ve hizmet satın almıştır. Kredi kartı sahiplerinin yaklaşık olarak % 33'ü internette alışveriş yapmıştır. İnternette alış

veriş yapanların daha çok gelir seviyesi yüksek, varlıklı kişilerden oluştuğu ifade edilmektedir. Son yıllarda internet kullanımı sadece bilgisayarlar üzerinden değil, mobil telefonlar üzerinden de sıklıkla kullanılmaya başlanmıştır. Telefonlar üzerinden internete girme durumu özellikle genç nüfusa sahip olan ülkelerde daha fazla olmuştur (Şat Sezgin, 2013: 7).

İnternet, içinde barındırdığı temel nitelikleriyle etkileşimli bir iletişim sürecinin doğuşunu sağlamıştır. Etkileşimde bulunan bireyler arasında kolay ve serbest bir şekilde yanıt alma olanağına kavuşulmuştur. Bilgisayar başında birey, hiçbir materyale gerek duymadan, direk olarak internet sayfasındaki gereken yere tıklayarak, istediği bilgiyi anında karşı tarafa iletebilmektedir. Bu yolla da internet kullanıcısının istediği görüşü, düşünce, bilgiyi vb. karşı tarafa göndermesiyle etkili bir iletişim ortamı kurulmuştur (Çakır ve Topçu, 2005: 76).

Özbilgin'in de ifade ettiği gibi bilişim ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişme ve değişimler, internetin büyüüp gelişmesini sağlarken kamu sektörü ve özel sektörü de büyük oranda etkisi altında bırakmıştır. Yaşanan gelişmelerle beraber uluslararası sınırlar zamanla yok olmuş, ülkeler arasında ekonomik bütünleşmeler yaşanmıştır. Ekonomik bütünleşmelerle de topluma verilen hizmetlerin niteliklerinde değişimler olmuştur. Ekonomide, ticaretle, ulaşımda vs. yaşanan değişimlerden kamu ve özel sektörde etkilenerek, bu sektörler vermiş olduğu hizmetlerde ya da yapmış olduğu faaliyetlerde yoğun olarak bilgisayar ve internet kullanılmaya başlanmıştır. Bu ve buna benzer gelişmeler, ticaretle, sanayide, ekonomide, iletişimde her şeyin daha hızlı ve kolay yapılmasına imkân sağlamıştır (2003: 123).

Hayatın her alanına giren internet, insanların düşünce şekillerini etkileyerek, onların cinselliklerini, sınıfsal yapılarını, kimliklerini vs. belirlemektedir. Bozkurt'a göre, internet, bunların yanı sıra insanların çalışma şekillerini de etkilemektedir. Geçmişte büyük şirketlerde yapılan işler internetin yaygınlık kazanmaya başlamasıyla evlere, yazlıklara taşınmaya başlanmıştır. İnternetin en önemli işlevlerinden biri, bilginin serbest olarak dolaşımını gerçekleştirmesidir. Bu doğrultuda da bireyler bilgiye, istediği yerde istediği zaman ulaşma imkânına sahip olmaktadır. Zamanın ve mekânın eskisi gibi önemi kalmamıştır. İnternetin, önemlilik arz eden başka bir özelliği de marjinal (sıra dışı, uç) grupların yönetime karşı seslerini duyurabilme ve kendilerine destek oluşturabilme noktasıdır. Bu bakımdan, post-modern olarak da adlandırılan çağ hükümetleri, özellikle toplumsal bütünleşmelerini tam olarak sağlayamayan hükümetleri zorlamıştır. Bozkurt'a göre bazı iyimser yazarlar tarafından, internetin ve enformasyon teknolojilerinin etkisiyle, demokratik bir toplum oluşturulacağı fikri ileri sürülmektedir. Enformasyon teknolojilerine ve internet temelli olan bilgi çağına eleştirel bakanlara göre ise bireylerin, bilgi çağında ihtiyaç duydukları morali yakalayamadıkları takdirde, işlenen suçlarda artış olup, bu suçların evrensel yapıya bürünerek, suçlar tüm dünyayı kapsayacaktır. Ayrıca internetle çoğalan ve yayılan bilgi, zamanla gereksiz olanı da içine alarak bilgi kirliliğine yol açmıştır. İnternette araştırma yapmak isteyen bir bilim adamı ya da akademisyen istediği bilgiye, bilgi çokluğundan çabuk ulaşamaz ve web sayfalarını tek tek incelemek zorunda kalır. Bunun sonucunda da birey zaman kazanmak isterken zaman kaybeden bir duruma gelir (Bozkurt, 2014: 32-37).

İnternetle birlikte dünya genelinde bilgi ağı (www)'nın kurulmasıyla iletişim faaliyetlerinde yaşanan serbestlik, iletişim sistemlerinde gerçekleştirilen ve bu sistemlerin kapasitesini önemli ölçüde artıran yenilikler (fiber optik kablo sistemi, dijital abone hattı, uydu

teknolojisi gibi) elektronik ticaretin ortaya çıkmasında ve gelişmesinde büyük katkı sağlamıştır (Mızrak, 2009: 51).

İnsanlar, küresel boyutta her alanda internetin olumlu ya da olumsuz etkilerini yaşamaktadır. İnternet bireylerin bilinçlerinin kontrolünü sağlayarak, onları etkisi altına almaktadır. Bu, birey için bazen yararlı olduğu gibi bazen de zararlı olabilmektedir. İnsan düşüncelerini etkileyen internet, insanlığı daha önce hiç görülmemeyen yeni bir toplumsal dönüşüm sürecine taşımaktadır. Bunu gerçekleştirmesi konusunda interneti destekleyen en önemli unsur ise enformasyon teknolojisidir. Bu teknolojilerle insanlar, interneti artık sadece bilgi, oyun, eğlence için değil, zamanla önemli bir güç haline gelen elektronik ticarete de kullanmaya başlamıştır.

3.ELEKTRONİK TİCARET

Dünyada yaşanan gelişmeler ve bunun akabinde gerçekleşen çeşitli değişikliklerle insanoğlunun yaşamında farklı olguları meydana getirmiştir. Ekonomide, ticarete, siyasette vb. olan değişiklikler, toplumsal yapıyı da etkileyerek, toplum açısından önemli değişikliklere neden olmuş ve toplumda çeşitli oluşumların gerçekleşmesine kaynaklık etmiştir. İnsanlar, gün geçtikçe daha yeni, en yeni olanın ardına düşerek ona sahip olmaya çalışmıştır. Toplumlarda meydana gelen bu değişiklik ve yenilikler insanların satın alma isteklerinde ve şekillerinde de farklılıklar oluşturmuştur. Özellikle kitle iletişim araçlarında yaşanan hızlı gelişmelerle bireyler, yaşamlarını etkileyecek ve kaderlerini belirleyecek birçok ilki gerçekleştirmiştir. İnsanoğlunun gerçekleştirdiği, en önemli ilklerden birini de elektronik ticaret oluşturmaktadır.

Elektronik ticaret ortaya çıkmadan önce geleneksel iletişim araçları kullanılarak ya da yüz yüze yapılan klasik yöntemlerle ticaret yapılmıştır. Kitle iletişim araçlarının gelişmesi ve küreselleşmeyle beraber tüm dünyada yaygınlaşıp, bu gelişmenin etkisini göstermesiyle ticaretin boyutu da değişmiş ve elektronik ticaret olarak adlandırılan yeni ticaret şekline geçilmiştir.

Elektronik ticaretle klasik ticareti birbirinden ayıran önemli farklılık genellikle iletişim ve onay işlemlerinde olmaktadır. Verilerin aktarımını sağlayan ve işlemleri gerçekleştiren birçok araç, geleneksel yöntemde de vardır ama bu yöntemlerin hiç biri elektronik posta ya da veri aktarımlarından daha hızlı değildir. Yaşanan bu durum tablo halinde şöyle gösterilmektedir. (www.elektronikticaretrehberi.com).

Tablo 1: Geleneksel Ticaret ve Elektronik Ticaret Karşılaştırılması

Satın Almayı Yapan Firma	Geleneksel Ticaret	Elektronik Ticaret
Bilgi edinme yöntemleri	Görüşmeler, dergiler, kataloglar, reklamlar	Web sayfaları
Talep belirtme yöntemi	Yazılı form	Elektronik posta
Talep onayı	Yazılı form	Elektronik posta
Fiyat araştırması	Kataloglar, görüşmeler	Web sayfaları
Sipariş verme	Yazılı form, fax	Elektronik posta, EDI

Tedarikçi Firma		
Stok kontrolü	Yazılı form, fax, telefon	Online veri tabanı, EDI
Sevkiyat hazırlığı	Yazılı form, fax, telefon	Elektronik veri tabanı, EDI
İrsaliye kesimi	Yazılı form	Online veri tabanı, EDI
Fatura kesimi	Yazılı form	Elektronik posta, EDI
Sipariş Yapan Firma		
Teslimat onayı	Yazılı form	Elektronik posta, EDI
Ödeme programı	Yazılı form	Online veri tabanı, EDI
Ödeme	Banka havalesi, posta tahsildar	İnternet bankacılığı, EDI, EFT

Kaynak: http://www.elektronikticaretrehberi.com/e-ticaret_genel_bilgiler.php (12.02.2015).

Dünyada gerçekleşen küreselleşmeyle beraber bilgisayar ve internet kullanımları yaygınlaşmaya başlamıştır. Yaygınlaşan bu internet ve bilgisayar kullanımlarıyla internet, bir ticaret ortamına dönüşmüştür. Ticaret ortamına dönüşen ve ürünlerin pazarlanması noktasında yeni olanaklar ortaya çıkaran internetle ürün, hizmet ve bilginin topluma dağılımı anında gerçekleşmiştir (Pırnar, 2005: 29). Elektronik ticaret sadece internetten yapılan alışverişlerle sınırlı değildir. “Genel olarak e-ticaret; bilgisayar ağları aracılığıyla üretilen ürünlerin satılması, reklamının yapılması, satıştan sonra teknik destek verilmesi ve ödemelerin yapılması faaliyetleri olarak tanımlanmaktadır” (Kaya, 2002: 3). Elektronik ticaret, Dünya Ticaret Örgütü’ne (DTÖ) göre ise mal ve hizmetlerin üretim, reklam, satış ve dağıtımlarının telekomünikasyon ağı üzerinden yapılmasıdır (Çak, 2002: 12). Elektronik ticaretin genel olarak tanımlaması, bilgi ağlarıyla gerçekleştirilen her türlü ürün ve hizmetin internet ortamında satışının yapılmasıdır. İnternetin gelişimiyle birlikte oluşan ve kendine bu alanda önemli bir yer edinen elektronik ticaret, her geçen gün Dünya’da ve Türkiye’de artış göstermektedir. Usta ve Yılmaz bu konuyla ilgili tahmini verileri grafik halinde şu şekilde göstermiştir (Usta ve Yılmaz, 2011: 83).

Tablo 2: Bilgi Teknolojileri, E-Ticaret Kullanımının Türkiye ve Dünyadaki Durumu

Dünyadaki internet kullanıcı sayısı	3 milyar kişi
2010 yılında E-Ticaretin Türkiye’deki hacmi	15 milyar
Türkiye’de internet kullanıcı sayısı 2015	45 milyon kişi
Türkiye’de 3G hizmetiyle interneti kullanan kişi sayısı	1,1 milyon kişi
Türkiye’de geniş bant internet abone sayısı	8,1 milyon kişi

Dünyada 3G abone sayısı	16,6 milyon kişi
Dünyanın en büyük çevrimiçi pazarı olan Çin'deki E-Ticaret hacmi.	39,9 milyar dolar

Kaynak: Usta ve Yılmaz, 2011: 83.

Dünya nüfusunun % 20'si buda ortalama olarak 2 milyar kişi interneti kullanırken Türkiye'de ise nüfusun neredeyse yarısı yani % 50'sine yakını 35 milyon kişinin internet kullandığı görülmektedir. Burada belirtilen internet kullanım oranlarına bağlı olarak, elektronik ticaretteki büyüme sürekli olarak artmıştır. 2009' da Türkiye'de e-ticaret işlemleri 10,2 milyar TL iken bu hacmin 2008 yılına göre % 10 oranında arttığı görülmüştür (Usta ve Yılmaz, 2011, 82). Elektronik ticaret uygulamaları, eskiden beri var olan fakat son yıllarda popülerlik kazanan uygulamalar arasındadır. Elektronik ticaretin son yıllarda öne çıkmasının temel sebebini ise internet teknolojilerinde meydana gelen önemli gelişme ve değişiklikler oluşturmaktadır. İnternet ortamında yapılan ticaret, işletmelerce 1995 yılından bu yana kullanılmaya başlanmıştır. Bu tarihten önce, elektronik ticaret varlığını gösterse de bu uygulama sadece şirketler arasında ya da şirketlerin bağlantıda olduğu bazı müşterileriyle gerçekleştirilmiştir. Elektronik ticaret uygulamalarında çoğunlukla “*Elektronik Veri Değişimi'nden*” (EVD) faydalanılmaktadır.

Elektronik ticaret, internet kullanabilen bütün kullanıcılara, ürünlere eşit sahip olma imkânı vererek ve tedarik noktasında eşit fırsat sağlayarak, ürünleri üreten, dağıtan ve ürünlerin tedarik eden bütün grupları bir araya getirmektedir (Güleş, Bülbül, Çelebi, 2003: 467). Firmalar internet ortamında gerçekleştirilen pazarlama uygulamalarıyla mağazacılık uygulamalarının yanı sıra elektronik ticaret akışının etkisi altına girerek, sanal pazarlama yoluna da gitmişleridir. İşletmeler veya firmalar hem gerçek mağazalarda hem de sanal mağazalarda müşterileriyle buluşma olanağına sahip olmuştur. Sanal mağazalarda gerçekleştirilen elektronik ticaret ya da elektronik alışveriş, ürün ya da hizmetlerin sanal ortamlardaki müşteriye direk olarak pazarlanmasında kullanılan bir yöntemdir.

Elektronik ticaretin toplumda meydana getirdiği bazı ekonomik etkiler vardır. Bu etkilerin başında ekonomik faaliyetlerde yaşanan engelleri en aza indirmek gelmektedir. Meydana gelen bu etki kitle iletişim araçlarının hızlı bir şekilde ilerleme sağlamasıyla oluşmaktadır. Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimine paralel olarak elektronik ticaret alanında da yoğunlaşma sağlamıştır. Sürekli bir gelişim ve değişim içinde olan elektronik ticaret, yapısal olarak tüm üretici, tüketici, kullanıcı, sağlayıcı ve firmaları aynı ortamda toplamıştır. Ayrıca sanayi devriminden beri arzulanan, hizmetlerin ve malların üretimini sanal ortamda istenilen ticari düzeye getirmiştir (İnce, 1999: 17).

Elektronik ticaret toplumda meydana getirdiği ekonomik etkilerle beraber çeşitli değişikliklere de yol açmıştır. Bu değişiklikleri Marangoz şu şekilde ifade etmektedir (2011: 186-187);

- Elektronik ticaret pazar alanının dönüştürerek, pazar yerini fiziksel alandan sanal alana kaydırmıştır.
- Elektronik ticaretle yapılan alışverişlerde işlemler daha kısa ve kolay olmaktadır.
- Elektronik ticaretle ekonomik yapı daha yoğun çalışmaktadır. Ticaretteki alan daralarak, sınırlar kısmen de olsa ortadan kaldırılmıştır.
- Elektronik ticaretin kendine has bazı özellikleri vardır. Bunlardan en önemlisi olan açıklık özelliği, e-ticaretin teknolojik ve düşünsel olarak temel özelliğidir.

- Elektronik ticaretle zaman problemi ortadan kalkmıştır. Bireyler, oturdukları yerden her türlü ihtiyacını giderebilmekte ve zamandan kar elde etmektedir. Ayrıca işlem sürelerinin az olması da bu durumu daha da pekiştirmektedir.

Elektronik ticarete güvenlik önemli bir sorundur. İşletmelerin ve tüketicilerin karşılıklı faydaları için çok gereklidir. E-ticaret müşterilerinin, güvenliklerinden emin oldukları zaman daha çok alışveriş yapacakları öngörülmektedir.

Kredi kartı kullanımları, bankaların kullanıcılara sağladığı kolaylıklar ve gelişen kitle iletişim araçları, özellikle internetin gelişmesiyle birlikte Dünya’da ve Türkiye’de elektronik ticarete önemli gelişmeler yaşanmıştır. Örneğin, 2011 yılından bu yana Türkiye, elektronik ticaret sektöründe 22 milyar TL hacme sahip olmuştur. Bu dönemde yapılan işlem sayısı ortalama 134 milyonken Türk toplumu yaklaşık olarak kişi başı 164 TL tutarında elektronik alışveriş gerçekleştirmiştir. Türkiye’nin internet hacmi, 2007’de 5 milyar TL iken 2008 yılında 9 milyara, 2009’da 10 milyar, 2010’da 20 milyar, 2011 yılında ise 22 milyara ulaşmıştır. Bankalar arası kart merkezinin yayınladığı rapora göre ise 2012 yılının ocak ve ağustos ayları aralığında internet işlem hacimleri 20 milyar TL ye ulaşmıştır. Elektronik ticaret alanında yaşanan bu büyüme oranı Dünya’da da farklı olmamıştır. Fransa, İtalya, İspanya, Rusya, Brezilya, Meksika Pazar hacimlerinin büyüklüğü bakımından öne çıkan dünya ülkeleri arasında yer almıştır. Elektronik ticaret hacmine küresel bağlamda bakıldığında 2001’de 900 milyar dolar iken, bu oran 2012 yılında 1 trilyon doları, 2013’de ise 1,6 trilyon doları geçmesi beklenmektedir. Dünya’da elektronik ticaret alanında önemli gelişmeleri sağlayan ülkelerden biri de Amerika’dır. Amerika bu alanda 2010 yılında 167 milyar dolarlık online ticaret işlemi yapmıştır. Bu oranın 2011 yılında 194 milyar dolara ulaştığı görülmektedir. 2012’de 224 milyar dolar elektronik ticaret işlemi gerçekleştirilmesi beklenmektedir. Bu büyüme oranının sürekli olarak devam ettiği düşünüldüğünde ise Amerika’nın 2016 yılında e-ticaret işlem hacminin 362 milyar dolara ulaşacağı düşünülmektedir. Elektronik ticaret alanında en göze çarpan gelişmeyi Çin yaşamıştır. Elektronik ticaret hacminin Çin’de 2016 yılında 3 trilyon dolar pazar hacmine ulaşması öngörülmektedir. Avrupa’da elektronik ticarete gerçekleşen büyüme gelişmelerden payını alarak, 2016 yılında 230 milyar dolar işlem hacmine ulaşacağı tahmin edilmektedir (www.melihguney.com).

“Araştırma şirketi eMarketer.com verilerine göre küresel e-ticaret hacmi bir önceki yıla göre %21 artarak 2012 yılsonu itibarıyla USD 1 trilyona ulaşmıştır. Küresel e-ticaret hacminin 2013’de %18 artarak EUR 1,18 trilyona; 2015’de ise EUR 1,4 trilyona ulaşacağı tahmin edilmektedir “ (prezi.com).

Dünya e-ticaret sektöründe, en yüksek payı Kuzey Amerika almıştır. Bölgede gerçekleştirilen satışlar 2012 yılında % 14 artarak 364,7 milyar EURO ’ya ulaşmıştır. Asya pasifik pazarına değinildiğinde bu pazar son senelerde oldukça hızlı bir büyüme oranına kavuşmuştur. 2012 yılından bu yana bu bölgedeki elektronik ticaret hacmi % 33’lük bir artış oranıyla 332,5 milyar EUR olmuştur (Şat Sezgin, 2013: 2).

Türkiye’de aktif durumda olan yaklaşık 12 bin civarında elektronik ticaret sitesi bulunmaktadır. Bunlar genel olarak, özel şirketler, sivil toplum kuruluşları, spor kulüpleri vb. gibi birbirinden farklı tüzel kişilerin sahip olduğu elektronik ticaret yapan firmalardır. Ürün satışı noktasında online ticaret yapan firmalar, geleneksel ticaret yapan şirketlerden daha avantajlıdır. Çünkü elektronik ticaret yapan firmalar maliyet olarak, ürün tedarik vb.

maliyetleri daha düşüktür. Bundan nedenle bu firmalar fiyat konusunda, rakip firmaların karşısına daha düşük fiyatlarla çıkmaktadır. Buda onların satışlarını cazip hale getirmektedir. Elektronik ticarete son yıllarda özellikle kadınlar düşünülerek kadın odaklı üretim ve tanıtımlar yapılarak, moda sektöründe önemli adımlar atılmıştır. Firmalar ya da şirketler kendilerine ait web sitelerini açarak, ürünlerini bu web siteleri üzerinden pazarlama yoluna gitmişlerdir. Web siteleri üzerinden alışveriş platformları kurmuşlardır ve kurulan bu alışveriş platformlarıyla çok sayıda satıcının ürünlerini satma imkânları sağlamalarının yanı sıra müşteriye ürün çeşitliliği ve fiyat avantajı sunulmuştur (Şat Sezgin, 2013: 5). Elektronik ticarete, ticaretin gerçekleştirildiği belli taraflar mevcuttur. Bu taraflar TÜSİAD'ın raporunda (TÜSİAD, 2014: 37); İşletmeden tüketiciye (B2C), Tüketiciden Tüketicieye (C2C), İşletmeler Arası (B2B), İşletmeden Devlete (B2G), Tüketiciden Devlete (C2G) olarak ifade edilmektedir.

Elektronik ticaret pazarın zamanla daha da artacağı şimdiden öngörülmektedir. 2008 yılından itibaren, senelik ortalama % 35,5 oranında büyüdüğü ve 2012 ile 2017 yılları arasında da yıllık ortalama olarak % 15,8 büyüyeceği tahmin edilmektedir (Akt: Afra, 2014: 35).

Tablo3: Türkiye’de öne çıkan elektronik ticaret firmaları

	Sadece İnternet’te Hizmet	İnternet’i Satışlı Olarak Kullananlar
Giyim ve aksesuar	• Markaf • Trendy	• Morhi • Liman • Boyner • İnci • LC Wai • Mavi Je
Elektronik eşya ve bilgisayar	• Kliksa • Webde	• Ereyi • Hizli • Teknosa • Vatan Bilgis • Media Ma
Yemek	• Yemekse • Papy	• McDona • Domino’s f • Burger K • Pizza Hut
Kişisel bakım ve hobi	• Markafi • Mizu	• Lidyan • Misspi • Tekin A • D&R • Boyn • YKM
Mobilya ve dekorasyon	• Vivens • Evim.r	• Evmanyi • Perabul • Ikea • Koçti • Mur
Seyahat ve turizm	• Tatil.com • BookinTur	• Tatil se • THY • ETS T • Flypg • Jolly T
Genel	• Hepsibur • Sahibindi	• Gittigidi • N11

Kaynak: McKinsey & Company, Bilgi Toplumu Stratejisinin Yenilenmesi Projesi İnternet Girişimciligi ve e-Ticaret Ekseni Mevcut Durum Raporu, (2013).

Bilgi toplumu ve gelişen teknolojilerin etkisiyle toplumsal yaşamda birçok değişim gözlenmiştir. Birey, kendisine sunulan imkânlar dâhilinde, teknolojinin olanaklarını en üst seviyelerde kullanarak, hayatlarını bu şekilde sürdürme yolunu tercih etmiştir. Bireylerin yaşamında meydana gelen davranış değişiklikleri, çalışmanın uygulama alanında belirli bazı öne çıkan sorularla ortaya konulmaya çalışılmıştır. Elektronik ticareti yoğun olarak

kullanan bireylere yöneltilen sorularla tüketim kültürünün toplumdaki yansımaları, elektronik ticaret üzerinden belirlenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda alan araştırmasının hipotezi, “dünyada meydana gelen ekonomik, toplumsal, bilimsel, politik gelişmelerin, toplumlarda modern ve postmodern oluşumların ve bilgi toplumunun da etkisiyle tüketim alışkanlıklarının elektronik ticarete dönüşümü” şeklindedir. Çalışmayı destekler nitelikte olduğu belirlenen ve bu doğrultuda da bireylere yöneltilen sorular şu şekildedir;

- Elektronik ticareti neden tercih ediyorsunuz? Sebepleri nelerdir?
- Online alışveriş yapacağınız siteyi seçerken nelere dikkat edersiniz?
- Sanal alışverişlerinizde ürün satın almadan önce ürünle ilgili araştırma yapıyor musunuz? Yapıyorsanız nasıl ve neden yapıyorsunuz?
- Sanal alışveriş yaparken, ürünlerin hangi özelliklerine dikkat edersiniz?
- Hem sanal hem de geleneksel mağazası olan bir firmanın hangi mağazasından alışveriş yapmayı tercih edersiniz? Neden.
- İnternet üzerinden alışveriş yaparken, belirlediğiniz bir fiyat aralığı var mı?
- Sanal mağazalardan hangi sıklıkla ve hangi ürünler için alışveriş yapıyorsunuz?
- Online alışveriş sitelerinden daha önce hiç dayanıklı tüketim malları (buzdolabı, çamaşır makinesi, televizyon vb.) aldınız mı? Almadıysanız almayı düşünüyor musunuz?
- Elektronik ticaretin size sağladığı avantajlar ve kolaylıklar nelerdir?
- Sanal alışverişlerinizde herhangi bir sorunla karşılaştınız mı? Karşılaştıysanız bu sorunlar nelerdir ve oluşan bu sorunların neden kaynaklandığını düşünüyorsunuz?
- Online alışverişlerinizde en çok hangi ödeme şeklini kullanıyorsunuz? Neden.
- Sürekli olarak online alışveriş yaptığınız bir mağaza var mı? Yaptığınız bu sanal alışverişlerinizde diğer online mağazalara da yöneliyor musunuz?
- Alışveriş yapacağınız sitenin ismi ve tanınmışlığı, alışverişlerinizi etkiler mi? Tanınmış ve güvenilir olarak bilinen bir sitede bulamadığınız ürünü bulmak için daha az tanınan başka sitelere bakar mısınız?
- Elektronik alışverişlerinizi haz almak için mi yoksa size, fayda sağladığı için mi yapıyorsunuz?
- Sanal ortamda yaptığınız alışverişlerde güven sorunu yaşıyor musunuz?
- Çalışmada ifade edilen görüş ve düşünceleri destekler nitelikte olan bu sorularla elektronik ticaretin birey yaşamındaki yeri ve bireyde oluşturduğu etki ortaya konulmuştur.

4. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Alan araştırılmasında tüketim evreni içinde olan bireyleri, elektronik ortama yönlendiren etkilerin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bireylerin, tüketime dair davranışlarında meydana gelen değişimlerin niteliksel sonuçları araştırılmaya çalışılmış ve sayıları gün geçtikçe artan sanal mağazalara, insanların gösterdiği yoğun ilginin sadece ihtiyaçla sınırlı olmayıp, sosyal, psikolojik, kültürel gereksinimlerin karşılanması amacıyla da kullanıldığını belirleyen çalışma, araştırmanın kapsamını ve önemini ortaya koymuştur. Araştırma, Erzurum ve Elazığ çevresinde, yaş aralığı 25 ile 45 arasında değişen 10 kişiye 15'er soru sorularak, mülakatlar gerçekleştirilmiş ve bu doğrultuda değerlendirilmiştir. Bu kapsamda hazırlanan derinlemesine mülakat sorularıyla elektronik ticaretin, bireyler üzerinde ne derece etkili olduğu, olumlu ve olumsuz yönleriyle araştırılmıştır.

5. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Yaşamın bir gereği olarak ortaya çıkan tüketim, zamanla ihtiyaç olmaktan çıkıp, haz, eğlence, zevk gibi insani tatminleri karşılamaya çalışan bir araç haline dönüşmüştür. Toplumsal yapılarda meydana gelen sosyal, politik, ekonomik değişimlerle birlikte tüketim, modern çağın vazgeçilmez bir unsuru halini alıp, postmodern çağda da hızla artarak, alışkanlık haline gelmiştir. Çalışmada, modern tüketim kültüründen, postmodern tüketim kültürüne geçiş ve bilgi toplumunun da etlisiyle tüketim alışkanlıklarının ve davranışlarının değişmesinin sonucu olarak bu değişimin, elektronik ticarete dönüşümü ele alınmaya çalışılmıştır.

Alan Araştırmasında;

- ‘Elektronik ticareti neden tercih ediyorsunuz? Sebepleri nelerdir?’ sorusuna katılımcılardan, öncelikli tercih nedenlerinin çok çeşitli ürünleri bir arada bulabilmeleri ve zamandan tasarruf ederek, yorulmadan istedikleri ürünlere ulaşabildikleri yönünde cevap alınmıştır. Ayrıca coğrafi koşullardan dolayı buldukları şehirde istenilen ürünün bulunmayışı, tüketicileri sanal ticarete yönlendiren sebepler arasındadır.
- ‘Online alışveriş yapacağınız siteyi seçerken nelere dikkat edersiniz?’ sorusuna katılımcılar, ilk önce ürün çeşitliliği ve fiyatlarına baktıklarını belirtmiştir. Ayrıca sanal firmanın güvenilir olmasına da dikkat edildiği ifade edilenler arasındadır.
- ‘Sanal alışverişlerinizde ürün satın almadan önce ürünle ilgili araştırma yapıyor musunuz? Yapıyorsanız nasıl ve neden yapıyorsunuz?’ sorusuna ise katılımcılar tarafından araştırma yaptıkları yönünde cevap alınmıştır. Satın alınmak istenilen ürünün, geleneksel mağazadaki fiyatları ve sanal mağazadaki fiyatları arasında bir karşılaştırma yapıldığı ve bu şekilde de aynı özelliklere sahip olan bir ürüne fazla para vermemek adına bu araştırmanın gerçekleştirildiği verilen cevaplar arasındadır.
- ‘Sanal alışveriş yaparken, ürünlerin hangi özelliklerine dikkat edersiniz? Neden.’ sorusuna, istenilen ürün tekstil ürünü ise kumaş özelliklerine bakıldığı, ayrıca zevklerine hitap etmesinin de önemli bir unsur olduğu verilen cevaplar arasındadır.
- ‘Hem sanal hem de geleneksel mağazası olan bir firmanın hangi mağazasından alışveriş yapmayı tercih edersiniz? Neden.’ sorusuna katılımcılar, fiyat konusunda zarara uğramamak için fiyat olarak hangi mağaza daha uygunsa oradan alışveriş yapacaklarını ifade etmiştir.
- ‘İnternet üzerinden alışveriş yaparken, belirlediğiniz bir fiyat aralığı var mı?’ sorusuna, bazı katılımcılar aylık 300-400 TL fiyat aralığı belirliyorken, bazıları ise o ayki bütçelerine göre fiyat belirlediğini belirtmiştir.
- ‘Sanal mağazalardan hangi sıklıkla ve hangi ürünler için alışveriş yapıyorsunuz.’ sorusuna katılımcılar, belli bir zaman aralıklarının olmadığını belirtilerek, bu durumun ihtiyaca göre değiştiği ifade edilenler arasındadır.
- ‘Online alışveriş sitelerinden daha önce hiç dayanıklı tüketim malları (buzdolabı, çamaşır makinesi, televizyon vb.) aldınız mı? Almadıysanız almayı düşünüyor musunuz?’ sorusuna katılımcılardan bir kısmı aldıklarını belirtirken, bir kısmı da almadıklarını ama nitelikleri aynı olan ürünlerin fiyatları, geleneksel mağazadan daha ucuzsa alabileceklerini ifade etmiş, bir kısmı ise sanal mağazadan dayanıklı tüketim malı almak istemediğini vurgulamıştır.

- ‘Elektronik ticaretin size sağladığı avantajlar ve kolaylıklar nelerdir?’ sorusuna katılımcıların büyük bir kısmı zaman, kolaylık ve fiyat olarak cevap vermiştir. Ayrıca mağazaları dolaşmadan ve yorulmadan ürünleri kolaylıkla alabildikleri ifade edilenler arasındadır.
- ‘Sanal alışverişlerinizde herhangi bir sorunla karşılaştınız mı? Karşılaştıysanız bu sorunlar nelerdir ve oluşan bu sorunların neden kaynaklandığını düşünüyorsunuz?’ sorusuna katılımcılardan bazıları hiçbir sorunla karşılaşmadığını belirtirken, bazıları da satıcı firmalarla çeşitli sorunlar yaşadığını ifade etmiştir. Bu sorunların, karşıdaki satıcının sorumsuz ve güvenilir olmayışından kaynaklandığı belirtilenler arasındadır.
- ‘Online alışverişlerinizde en çok hangi ödeme şeklini kullanıyorsunuz? Neden.’ Sorusuna ise katılımcıların bir kısmı, kredi kartı kullanımlarına güvenmediğinden dolayı kapıda ödeme şeklini tercih ederken, bir kısmı ise taksitlendirme seçeneğinden dolayı kredi kartını tercih ettiğini belirtmiştir.
- ‘Sürekli olarak online alışveriş yaptığınız bir mağaza var mı? Yaptığınız bu sanal alışverişlerinizde diğer online mağazalara da yöneliyor musunuz?’ sorusuna katılımcılardan bazıları, sürekli olarak sanal alışverişlerini gerçekleştirdikleri mağazalar olduğunu belirtirken, bazıları ise kendilerine fiyat olarak en cazip gelen mağazaları tercih ettiklerini vurgulamıştır.
- ‘Alışveriş yapacağınız sitenin ismi ve tanınmışlığı, alışverişlerinizi etkiler mi? Tanınmış ve güvenilir olarak bilinen bir sitede bulamadığınız ürünü bulmak için daha az tanınan başka sitelere bakar mısınız?’ sorusuna katılımcıların büyük çoğunluğu sitenin tanınmışlığı ve ismi alışverişlerinde etkili olduğunu ifade etmiştir fakat kendilerine çok gerekli olan bir ürünü bu sitelerde bulamadıkları takdirde farklı sitelere de yönlenebileceği belirtilenler arasındadır.
- ‘Elektronik alışverişlerinizi haz almak için mi yoksa size, fayda sağladığı için mi yapıyorsunuz?’ sorusuna katılımcılar genelde fayda sağladığı için yaptıklarını belirtirken, bazılarına can sıkıntısından ya da eğlence amacıyla yaptıklarını belirtmiştir.
- ‘Sanal ortamda yaptığınız alışverişlerde güven sorunu yaşıyor musunuz?’ sorusuna ise katılımcılar, güven sorununu mutlaka yaşadığını fakat bu problemin sadece sanal alışverişlerde olmayıp, banka kartları ya da elektronik ortamdaki herhangi bir işlemde de olduğu belirtilenler arasındadır.

Elektronik ticaretin bireylere sağladığı en önemli avantaj fiyat ve zaman olmuştur. Bireyler, sabit mekânlarda emek sarf etmeden alışveriş yapma imkânı bulmuş, kendilerine sunulan özgür alanda dilediklerince ürün alma fırsatı yakalamıştır. Bu bağlamda zaman kaygısı olmadan tek bir klavye hareketi ile hizmet alıyor olmak bireylerde cazip bir hava oluşturmuştur. Elektronik ticaretin bireylere sağladığı bu avantaj onların zaman bakımından da tasarruf ettikleri algısını yaratmıştır. Tüketicilerin, hiçbir emek ve zaman kaybetmeden istediği ürünü satın alma olanağına sahip olduğu görülürken, tüketiciler, sanal ticaret ile farklı sitelerdeki ya da aynı sitedeki ürünlerin karşılaştırmasını yapma imkânına sahip olmuştur. Hem sanal hem de geleneksel mağazası olan bir mağaza, sanal kanalından satın alınan ürünü, herhangi bir nedenden dolayı o mağazanın geleneksel kanalından değiştirebilme olanağı sunmaktadır. Dolayısıyla bu durum tüketiciye cazip geldiği gibi güven duygusu da vermiştir. Yüz yüze iletişimin olmadığı mekânda oluşturulan bu algı yönetimi bireylerin elektronik ticareti içselleştirmesini mümkün kılmıştır.

Tüketiciler açısından elektronik ticaretin avantajları kadar dezavantajları olduğu yönünde bulgulara da ulaşılmıştır. Tüketim kültürünün sosyal mekânda gerçekleştirilmiş olması

insanları çevrelerine ve hepsinden de önemlisi kendilerine yabancılaştırmıştır. Birey, sanal ortamda elektronik ticaret yaparak insan ilişkilerinden yoksun kalmış, kendini toplumdan zamanla soyutlamıştır. Emek sarf etmeden, zahmetsiz gerçekleştirilen bu ticaret insanları kolaycılığa sevk etmiştir. Tüketicilere cazip avantajlar sunan bu ticaret, çekiciliğinin yanı sıra alıcılara bir takım sorunlar da yaşatmıştır. Elektronik ticareti bilinçli olarak yapan ve bu konuda uzman diyebileceğimiz kişiler, sanal alışverişlerde en az sorun yaşayan bireyler olmuştur. Elektronik alışverişin kendilerine sağladığı avantaj ve dezavantajlar dâhilinde alışverişlerini şekillendirerek bu doğrultuda satın almalarını gerçekleştirmişlerdir. Elektronik ticarete ve bu çerçevede güvendikleri sitelerden dayanıklı tüketim malı alma yoluna da giderek, kendilerinde oluşan bu güveni bir nevi ispatlamışlardır. Bu bağlamda da dayanıklı tüketim malı olarak elektronik ürünlerin seçilmesi, elektronik ticaret alanında öne çıkan bir alan olmuştur. Bireyler, deneme yanılma yöntemiyle dış piyasada yüksek fiyata satılan ürünleri daha ucuz fiyatlarla elde etmiştir.

Elektronik ticaretin tüketicilere sunduğu çeşitlilik, sosyal ortamda seçme şansının çokluğu bireyleri sanal alışveriş içine çektiği gibi bireylerde, doyunluk hisside yaratmıştır. Bireyler, sadece alışveriş yapmak için değil, vakit geçirmek, güncel değişiklikleri takip etmek ya da ürünler hakkında bilgi edinmek içinde bu siteleri ziyaret etmektedir. Elektronik ticaretin, tüketici için cazip olan en önemli noktalarından biri de ürün çeşitliliğinin fazlalığı olmuştur. Bireyler, geleneksel mağazalarda göremediği türde, renkte, kalitede ve bedende ki ürünleri sanal mağazalardan bulabilmiştir. Tüketici, istediği bir ürünü fiyatta, renkte vb. karşılaştırma yaparak kendine uygun olanı seçebilmiş ve bu açıdan alışveriş, cazip hale gelerek firmaların bu ürünleri satma noktasında istedikleri hedefe ulaşmaları kolaylaşmıştır. Bireylerin, sanal mağazaları seçmesindeki en büyük etkenlerden biri de elektronik ticaretin onlara sağladığı kolaylıktır. Bireyler, evde veya işte her nerede olursa olsun oturdukları yerden kalkmadan alışverişlerini yapar ve bu alışverişler yine onların ayağına gelmektedir. Yapılan görüşmelerden elde edilen verilere göre genel olarak birey, yaptığı alışverişlerde güvendiği sitelerden alışveriş yapmakta olduğunu ve kendine fayda sağladığı için bu alışveriş yöntemini tercih ettiğini ifade etmiştir.

SONUÇ

Nihai olarak değerlendirildiğinde çalışmanın ana sorunsalı, değişen dünya düzeniyle birlikte tüketim alışkanlıklarında meydana gelen değişim ve gelişmelerin ortaya konulmasıdır.

Tüketim alışkanlıklarının değişmesi, yeni üretim biçimlerini oluşması ve küreselleşme, bilginin, teknolojilerin gelişimine paralel olarak kitle iletişim araçlarının da bu doğrultuda gelişim göstermesiyle meydana gelen enformasyon toplumu bireylerin, tüketim ve üretim biçimlerini etkisi altına almıştır. Kitle iletişim araçlarının gelişimi ile internetin insan yaşamında belirleyici noktada olması, internetin birey üzerindeki kapsamını da artırmıştır. İnternet, insan hayatının her aşamasında bireyleri, hazzı ve kolaycılığa daha da yaklaştırmıştır. Dolayısıyla ağ yönetimi yönlendirme, yönetme, etkileme, etki altına alma, yabancılaştırma, metalaştırma, şeyleştirme boyutlarında egemen güçler tarafından çokça kullanılmış ve kullanılmaya da devam edilmektedir. Bu bağlamda da elektronik ticaret, bireylerin hayatlarını kolaylaştırma, onlara fayda ve haz sağlama, gerekli ya da gereksiz belirli bazı ihtiyaçlarını karşılama noktasında örnek teşkil etmektedir. Küreselleşmeyle birlikte küresel pazarda yaşanan ekonomik, sosyal gelişmeler, rekabet ortamının artması, tüketici alışkanlıklarının değişmesi vb. sebepler, üretimin, tüketici anlayışı doğrultusunda gerçekleştirilmesine neden olmuştur.

Son yıllarda, kitle iletişim araçlarının ve ileri teknolojilerin yaygın olarak kullanılmasıyla özellikle elektronik ticaret alanında tüketicilerin, sanal alışveriş yapma alışkanlıklarında artış gözlenmiştir. Bireylere sağlanan kolaylık ve avantajlar, sektörü daha cazip hale getirmiştir. Nesnelere tarafından sürekli kuşatılan birey, interneti ve bu vasıtayla da sanal alışverişini kendine kaçış noktası, eğlence, boş zamanını değerlendirme, istek ve arzusunun giderilerek hazzın doyum noktasına ulaşması olarak belirlemektedir. Birey, yapmış olduğu alışverişlerle ve harcadığı zamanla sistem tarafından kurgulanmış olan bu yapının içine dâhil olarak, tüketim nesnesi haline dönüştürülmüştür. Bocoock, yeni bir tüketim kapitalizminin geliştiğini belirterek, bu kapitalizmin çeşitli sorunları doğurduğunu ve bu sorunlardan birinin de tüketicinin satın aldığı ürün ile gerçek arasında olan bağlantısızlık olduğunu belirtmiştir. Göstergeler ve sembollerin Baudrillard'ın "hiper reel" olarak tanımladığı, yani tüketicinin satın aldığı ürünlerin kendi kafasında kurguladığı ürünle alakası olmayıp, bir göstergeler ve semboller alanına dönüştüğünü ifade etmiştir. Gereksiz yere satın alınan bu ürünlerin, tüketicinin ihtiyacını karşılaması tamamen rastlantısal olmaktadır (2009: 117). Birey, tüketim evreninde, bir tüketim arzusu halinde gerekli ya da gereksiz bir satın alma ve tüketme eğilimi içindedir. Bu eğilimi en kolay, özgür ve sınırsız olarak da elektronik ticaret ortamında gerçekleştirmektedir.

KAYNAKÇA

- Alakuş, M.** (1991). *Bilgi Toplumu*. Ankara: Kültür Bakanlığı.
- Başaran, F.** (2010). *İletişim Teknolojileri ve Toplumsal Gelişme: Yayılmanın Ekonomi Politikası*. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Bocoock, R.** (2009). *Tüketim*. Ankara: Dost Kitapevi.
- Bozkurt, V.** (1996). *Enformasyon Toplumu ve Türkiye*. İstanbul: Sistem Yayınları.
- Bozkurt, V.** (2014). *Endüstriyel Ve Post Endüstriyel Dönüşüm Bilgi, Ekonomi Ve Kültür*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Bozkurt, V.** (2014). *Endüstriyel ve Post Endüstriyel Dönüşüm Bilgi, Ekonomi Ve Kültür*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Bozkurt, V.** (2014). *Endüstriyel ve Post-Endüstriyel Dönüşüm*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Çak, M.** (2002). *Dünya'da ve Türkiye'de E-Ticaret ve Vergilendirilmesi*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası.
- Çiğdem, A.** (1997). *Akıl ve Toplumun Özgürleşimi*. Vadi Yayınları. Ankara.
- Çoban, H.** (1997). *Bilgi Toplumu Planlı Geçiş: Gelecekte Kaçılmaz: Bilgi Toplumu Planlı Geçiş İçin Stratejik Planlama ve Yönetim Bilgi Sistemi Uygulaması*. İstanbul: İnkılap Kitapevi.
- Erkan, H.** (1993). *Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme*. Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Featherstone, M.** (2005). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Fukuyama, F.** (2009). *Büyük Çözülme, İnsan Doğası ve Toplumsal Düzenin Yeniden Oluşturulması*. (Çev.) Hasan Kaya. İstanbul: Profil Yayıncılık.

Fukuyama, F. (2009). *Büyük Çözülme, İnsan Doğası ve Toplumsal Düzenin Yeniden Oluşturulması*. (Çev.) Hasan Kaya. İstanbul: Profil Yayıncılık.

Geray, H. (1997). *İletişim, Bilgi Toplumu ve Küreselleşme*. Işık Kansu (Ed.) Küreselleşme. (34-45). Ankara: İmge Yayınları.

Görmez, K. (1997). *Çevre Sorunları ve Türkiye*. Ankara: Gazi Kitabevi.

Güneş, S. (2006). *Enfomasyon Toplumunun Putları*. Ankara: Hece Yayınları.

Güzel, M. (2007). *Küreselleşme Tüketim Kültürü ve İnternetteki Gençlik Siteleri*.

Habermas, J. (1993). *İdeoloji Olarak Teknik ve Bilim*. (Çev.) Mustafa Tüzel. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Harman, W. (2000). *Küresel zihniyet değişimi*. (Çev.) Muhammed Şeviker. İstanbul: İz Yayıncılık.

Harvey, D. (1997). *Postmodernliğin Durumu*. (Çev.) Sungur Savran. İstanbul: Metis Yayınları.

İnce, M. (1999). *Elektronik Ticaret: Gelişme Yolundaki Ülkeler İçin İmkânlar ve Politikalar*. Ankara: DPT Yayını.

Kellner, D. (2000). *Toplumsal teori olarak postmodernizm. Bazı meydan okumalar ve sorunlar, modernite vesus potmodernite*. (Çev.) Mehmet Küçük. Ankara: Vadi Yayınları.

Mızrak, N. Y. (2009). *'Hizmet Ekonomisi, İnternet ve Elektronik Ticaret' Küresel Üretim Ve Ticarete Yeni Güçler*. Ankara: İmaj Yayınevi.

Özden, Y. (2002). *Eğitimde Dönüşüm: Eğitimde Yeni Değerler*. Ankara. Pegem Akademi Yayıncılık.

Serdar, Z. (2001). *Postmodernizm ve Öteki*. (Çev.) Gökçe Kaçmaz. İstanbul: Söylem Yayınları.

Şeylan, G. (2002). *Postmodernizm*. Ankara: İmge Kitabevi.

Tekeli, H. (1994). *Bilgi Çağı*. İstanbul: Simavi Yayınları.

Tekeli, H. (1994). *Bilgi Çağı: Bilgi Çağının Sosyal, Kültürel ve Ekonomik Etkileri*. İstanbul. Simavi Yayınları.

Toffler, A. (1992). *Yeni Güçler Yeni Şoklar*. (Çev.) Belkis Çorakçı. İstanbul: Altın Kitaplar.

Yurdoğan, B. (1997). *Enfomasyon Devriminin Getirdikleri Götüremedikleri*. Bülent Yılmaz (Ed). Ankara: Hacettepe Üniversitesi Kütüphanecilik Bölümü Yayınları.

Dergiler

Akça, G. (2005). "Moderninden Postmodern Kültür ve Kimlik". *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15, 1-24.

Çakır, H. ve Topçu, H. (2005). "Bir İletişim Dili Olarak İnternet". *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 2, 71-96.

Çelik, A. (1998). "Bilgi Toplumu Üzerine Bazı Notlar." *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 15 (1). 53-59.

Güleş, K. H., Bülbül, H., Çelebi, A. (2003). “Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmelerinde Elektronik Ticaret Uygulamaları.” *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9, 463-482.

Karaduman, S. (2010). “Modernizmden Postmodernizme Kimliğin Yapısal Dönüşümü”. *Journal Of Yasar university*, 17(5) 2886-2899.

Kaya, H. G. (2002). *Türk Tarım Sektöründe E-Ticaret Fırsatları ve Potansiyel Sorunlar*. Ankara: Pazarlama ve Dış Ticaret Daire Başkanlığı, TC Tarım ve Köy İşleri Başkanlığı Araştırma Planlama ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı.

Marangoz, M. (2011). “Girişimciler İçin Sınırsız Ticaret: E-Ticaret”. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6 (1). 181-201.

Özbilgin, İ. G. (2003). “Bilgi Teknolojileri Denetimi ve Uluslararası Standartlar.” *Sayıştay Dergisi*. 49, 123-124.

Pırnar, İ. (2005). “Turizm Endüstrisinde E-Ticaret.” *AİBÜ İİBF Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1, 28-55.

Tonta, Y. (1999). “Bilgi Toplumu ve Bilgi Teknolojisi”. *Türk Kütüphaneciliği*. 13 (4). 363-375.

TÜSİAD (Sina Afra), (2014). “Dijital Pazarın Odak Noktası E-Ticaret: Dünya’da Türkiye’nin Yeri, Mevcut Durumu Ve Geleceğe Yönelik Adımlar”. Haziran 2014. *Yayın no: Tüsiad-t/2014-6/553*. İstanbul.

Usta, A., Yılmaz, F. E. (2011). “Dijital Türkler 2011.” *İnfomag Aylık İş ve Ekonomi Dergisi*, 11 (2), 80-95.

Yılmaz, B. (1998). “Bilgi Toplumu’: Eleştirel Bir Yaklaşım.” *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 15 (1), 147-158.

İnternet Adresleri

<https://eksisozluk.com/aylak-sinif--2098979> (27.11.2014).

<http://www.melihguney.com/turkiyede-ve-dunyada-e-ticaretin-dunu-bugunu-ve-yarini.html> Erişim Tarihi. (12.02.2015).

https://www.google.com.tr/?gws_rd=ssl#q=zetal+yetik+odev3 Erişim Tarihi. (10.02.2015).

<http://www.ids.com.tr/Teknolojik-Haberler/165/Google-Tuketici-Barometresi-2014-Turkiye-Raporu> Erişim Tarihi. (12.02.2015).

http://www.elektronikticaretrehberi.com/e-ticaret_genel_bilgiler.php (12.02.2015).

İş Bankası (Aslı G. Şat Sezgin), (Nisan 2013). Erişim Tarihi.10.02.2015. Dünya’da Ve Türkiye’de E-Ticaret Sektörü.

McKinsey&Company, Bilgi Toplumu Stratejisinin Yenilenmesi Projesi İnternet Girişimciliği ve e-Ticaret Ekseni Mevcut Durum Raporu, (2 0 1 3 <http://www.bilgitoplumustratejisi.org/tr/doc/8a3247663ecdf0f3013ef454f52f0007>)

<http://prez.com/muaQngh52v-v/ali-darlmaz-sunum/>.

GÖZETLEYEN İKTİDARDAN GÖZETLENEN İKTİDARA: YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN GÜÇ PAYLAŞIMINA ETKİSİ

Hakan TEMİZTÜRK *
Elif TANER **

ÖZET

Teknik ve ekonomik alanlarda meydana gelen değişim ve dönüşümler, toplumsal değişimlerin ve dönüşümlerin de önünü açmakta, iletişim şablonlarında meydana gelen gelişmeler yeni enformasyon teknolojilerinin formları üzerinde ciddi etkiler bırakmaktadır. Kişiselleştirilen araçlar 'bir üstünlük derecesi' olarak tanımlanan gözetim olgusunu sadece iktidarların kullanım alanından çıkarmakta ve siber uzayda bireyleri ve sanal cemaat gruplarını birbirleriyle anlamlı hale getiren bir yapı bozuma uğratmaktadır. Dolayısıyla yeni iletişim teknolojilerinin gelişimiyle birlikte gözetleyen iktidarlar, gözetlenen iktidarlara dönüştürülmektedir. Denetim yolu ile kimliklerine bağımlı hale getirilmiş olan özneler bu teknolojiler yolu ile iktidar güçlerini denetim altına almaya başlamaktadır. Bu bağlamda gözetim kavramının ele alınarak incelendiği bu çalışmada gözetleyen iktidar kavramının gözetlenen iktidar kavramına nasıl dönüştüğü yapılan literatür tarama yöntemiyle ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Gözetim, İktidar, Gözetim Toplumu, Sosyal Medya, Kitle İletişim Araçları

FROM THE WATCHING POWER TO THE WATCHED POWER: EFFECT TO POWER-SHARING OF NEW COMMUNICATION TECHNOLOGIES

ABSTRACT

Transformations and changes occur in technical and economic fields opens the front of social changes and transformations, developments occur in the templates of communication leave serious impact on the new information technology forms. Personalized tools remove surveillance phenomenon defined as 'a high degree' from only using area of political powers and a structure that make significance each other subject to discomfiture individuals and virtual communions in cyber space. Hence, watching power converted to surveillance power with the development of new communication technologies. Subjects who are get addicted to their identity via way of control have begun to control political power via these Technologies. In this respect, a literature research has been made on how watching power concept can convert to watched power concept have investigated by handling surveillance concept.

Keywords: surveillance, power, surveillance society, social media, mass media

* Doç. Dr. Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, htemizturk@atauni.edu.tr

** Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Temel İletişim Bilimleri Doktora Öğrencisi, elif_ekonomist@hotmail.com

GİRİŞ

Gözetim olgusu eski çağlardan beri devletlerin, iktidarını güçlendiren birer kontrol aracı olarak görülmüştür. Gözetim insanlık tarihi kadar eski olmasına rağmen “*gözetim toplumu*” kavramı yeni ve çoklu bir kavramdır. Her dönemde insanların günlük eylemleri gözetime tabi tutulmuş, bu gözetim hali ise günümüze kadar bir tür disiplin olarak varlığını devam ettirmiştir. Gözetim kavramı, teknolojinin gelişmesiyle beraber çok daha profesyonel kişiler tarafından yürütülmeye başlandığı için günümüz toplumları, gözetim toplumları olarak adlandırılmıştır. Bin Dokuz Yüz Seksen Dört (1949) adlı kitap okunduğunda veya Devlet Düşmanı (1998) adlı film izlendiğinde gözetim kavramı hakkında daha net fikir sahibi olunabilmektedir. Bu tarz filmler ve kitaplar gözetimin ne anlama geldiğinin anlaşılmasını kolaylaştırdığı gibi, genel olarak uzak kalınması gereken bir dünyayı tanımamızı kolaylaştırmaktadır (Lyon, 2013: 201). Çalışma iki bölümden meydana gelmektedir. İlk bölümde, gözetim toplumuna yönelik teorik bilgiler verilmektedir. Çalışmanın ikinci bölümünde iktidarın denetim mekanizmaları ve bir disiplin aracı olarak kullanılan gözetlemenin dijital teknolojiler yolu ile bireylere geçişi yapılan literatür taraması yöntemi ile tartışılmaktadır.

1.BİR ÜSTÜNLÜK DERESESİ OLARAK GÖZETİM KAVRAMI

Gözetim (İng. Surveillance) kelimesi ilk olarak 18. yüzyılın sonlarına doğru kişi davranış, durum ve hareketlerini yakından izleme için kullanılmıştır. Gözetim kavramı, Oxford sözlüğünde bir şüphelinin gizlice gözetim altına alınması; Türk Dil Kurumu sözlüğünde ise, gözetme işi, nezaret şeklinde açıklanmaktadır. Ancak bu tanımların günümüzde kullanılan gözetim kavramını karşılamada yetersiz kaldığı düşünülmektedir. Gary Marx, şüpheli olma durumunun günümüz gözetim kavramıyla örtüşmediğini belirtir. Günümüz gözetim teknolojileri, özellikle bir şüphelinin yakalanması için değil, genel olarak ve bir takım kategorilere göre uygulanmaktadır. Marx'a göre değişen gözetim kavramında çarpıcı yenilik gözetimin sadece önceden bilinen bir kişiye değil, aynı zamanda coğrafi alanlara, belirli zaman dilimlerine, şebekelere, sistemlere ve insan kategorilerine de uygulanabilir (Marx, 2002: 10-11) olmasıdır. David Lyon ise gözetimin iki yüzü olduğuna dikkat çeker. Gözetleme hem kontrolü, örneğin; küçük çocukların incinmemesi için onları yakından takip edilmesiyle de aynı zamanda korumayı içermektedir (Lyon, 2006: 14).

“*Görme bir üstünlük derecesidir.*” Görmeye, dayalı olarak ortaya çıkan bu “*üstünlük*” durumu gerçeği, netliği, tasarımı, bilgiyi, yorumu ve iktidarı temsil etmektedir. Nesnel gerçeklik alanları, net olarak ortada bulunan şeylerle çizilmektedir. Bu manada iktidarın ve nesnellüğün temeli olarak beliren görme kavramı, her daim öncelik taşımaktadır. Bu konu üzerine yoğunlaşan Berger, görmenin her zaman öncelik taşıdığını ve konuşmadan önce geldiğini ifade etmektedir. Görme kavramı, bir taraftan dünyaya hâkimiyeti sağlarken, diğer yandan dünyayı, insanlar için bir “*evren*” yaparaki bireylerin eylem halinde olmalarına olanak sağlamaktadır. Bu bağlamda görme, gerçekliğin anlaşılması bakımından insanları eylemde bulunmaya yönelterek, görmeyi egemenliğin temel yasası haline dönüştürmektedir. Foucault ‘görme’ ve ‘konuşma’nın farklılık üretmekte olduklarına dikkat çekmektedir. Düşünme olgusunun, bu iki kavramın ortaya koyduğu farklılık arasındaki ortamda mümkün olabileceğini belirtmektedir. Dolayısıyla bilgi bu aralıkta ortaya çıkmaktadır. Bilgiyi meydana getiren bu aralık içerisinde görme ile söz arasında sürekli bir dönüşüm meydana gelmektedir. Görünen okunanı, okunan da görünen şeyleri kapsamaktadır. Görülen şeyler genellikle inşa edilen şeyler olmaktadır. Bu inşa sürecinde görme, bireyi evrenin merkezine koymaktadır (Dolgun, 2008: 29-31).

Gözetim toplumu terimini ilk ortaya atan kişi Gary T. Marx'tır. G. T. Marx bu terimi, ortaya çıkan yeni teknolojilerin yarattığı bilgisayarlar yolu ile toplumsal alanda sürdürülen denetimde son engelin ortadan kaldırıldığı bağlamında ifade ederek Orwell'in tasvir ettiği durumla ilintili olarak, 1985'teki çalışmasında kullanmıştır. İlk dönem, gözetim kavramı, doğrudan izleme ve denetime ek olarak, kayıt tutulmasını içerirken; modern gözetim, bürokratik idarenin rasyonel metotlarını da bünyesine katmıştır. Böylece akla gelen her haliyle, toplumsal düzen, iktidar egemenliğinin devamlılığını sürdüren (Bauman, 2011: 3) şey haline dönüştürülmektedir.

Gözetleme uygulamaları, en eski dönemlerde, mağaralarda yaşayan atalarımızın, rakiplerini gözetleme ve denetim altında tutma ihtiyacından doğarak devam eden bir süreçtir. Bu davranışların kökleri, kişi ya da grup menfaatleri doğrultusunda ortaya çıkmıştır. İngilizcede "*humint*" olarak ifade edilen, kişi istihbaratına dayalı iletişim yöntemi, taş devrinden başlayarak günümüze kadar geliştirilip kullanılmıştır (Başaran, 2007: 1).

Gözetim, mana olarak görmeye dayalı eylemleri ifade ederken, aynı zamanda farklı yapıları da karşılayan bir kavramdır. İlk anlamı ile gözetim, bireylerin eylemlerini kontrol altında tutmak için kullanılan bilgi birikimini ifade etmektedir. İkinci anlamı ile de, kişilerin iktidar tarafından doğrudan izlenmesi anlamında kullanılmaktadır. Bu iki olgudan biri, kayda dayanan gözetim şeklini ifade ederken diğeri, izleme tekniklerine dayanan gözetimi ifade etmektedir. Günümüzde her iki gözetim şekli de aynı derecede öneme sahiptir. Kayda dayalı gözetim, bilgilerin depolanarak saklanması daha sonra saklanan bilginin kullanılmasına dayanırken, ikinci gözetim denetleme ile yakından ilişkili olarak karşımıza çıkmaktadır. Görmeye dayalı bu gerçekçi yaklaşım, gücü yani iktidarı içermektedir. Bu bağlamda gözetim toplumu üç dönemden oluşmaktadır (Dolgun, 2008. Akt. Tümürtürkan, 2010: 4, 5):

- Bu dönemlerden ilki, ilkel toplulukları, yerleşik hayata geçmiş toplulukları, göçebe yaşam biçimini benimseyen toplulukları, askeri sistemle yönetilen devletleri, feodalite beylikleri, büyük imparatorlukları meydana getiren, köy ve çiftlik hayatı olarak nitelendirilen pastoral gözetim şeklindedir. Bu dönemde oluşan gözetim yöntemi, sulama kanalları yolu ile tarıma dayanan kamu faaliyetleri kapsamındaki iş gücünü denetim altına almak, vergi kayıtlama yolu ile toplum hakkında bilgi sahibi olmak, göçebeleri kontrol etmek, olası savaş durumları için asker ihtiyacını belirlemek maksadı ile monarşik yapı üzerinden iktidarı destekleyerek, nüfusu kayıt altında tutmak gibi nedenlerle yapılmakta idi.
- İkinci dönem gözetim şekli, modern toplumlar ile ortaya çıkarak şekillenen ve teknik gözetim olarak nitelendirilen gözetim türüdür. Ulus devlet modellerinin ortaya çıkışı ile devletlerin gücünü koruyarak, toplumsal yapının kontrol altına alınması amaçlanmıştır. Toplumun düzenli olarak kontrolü gerekli görülmüştür. Bu dönemde gözetimin en önemli unsurları; devletin her türlü tehdide karşı korunuyor olması, askeri yapılanmalar, sanayi şehirleri ve paraya dayalı iş yerlerindeki artışlardır. Dönemin en belirgin özellikleri ise, kamusal alana dair dönüşüm yaşayan bürokrasi ve bilimsel manada yapılmaya başlanan üretimdir.
- Son dönem gözetim şekli, günümüz toplumlarını işaret etmektedir. Günlük hayatı bireysel ve kitlesel manada gözetim altında tutan yöntemdir. Enformatik gözetim olarak da isimlendirilen bu yöntem, enformasyon teknolojilerinde yaşanan değişikliklerin ve yeniliklerin sonucudur. Bu sistemler iktidarlara bilgi kaynağı olmak yolu ile iktidar alanlarını meşrulaştırmaktadırlar. Beslendikleri alanlar ise telefon dinlemeleri, telekomünikasyonlar, bilgi işlem sistemleri ve uydu alıcılarıdır. Bu teknoloji-

ler her geçen gün yenilenmekte ve içeriğine biyo-teknolojileri de dâhil etmektedir. Gen mühendisliği ve genom projeleri bunlardan bazılarıdır.

- Gözetim, modern yapıların etkili karar alabilme süreçlerinde, rasyonel bir yaklaşım şekli olarak kullanılmaktadır. Alınmakta olan kararların kontrol altında tutulup, uygulama sürecine geçilmesi de bu sürece dâhil bileşenlerdir. Bu bağlamda gözetim ile alakalı şu noktalar ön plana çıkmaktadır (Tbd Kamu-Bib Kamu Bilişim Platformu X, 2008: 14):
- Gözetim belli amaçlara yönelik olarak yapılan bir uygulamadır. Gözetlemeyi meşru hale getirecek birtakım özellikleri mevcuttur.
- Gözetim süreklidir.
- Gözetim disiplinli olarak gerçekleşir. Rastlantısal olmadığı gibi planlıdır.
- Gözetim belli odak noktalarına yönelik gerçekleşir.

Sosyal teori açısından incelendiğinde gözetim konusuna ilk değinen kişinin Karl Marx olduğu görülmektedir. Marx'a göre, gözetim kavramı, emek ve sermaye arasındaki "çatışmanın" sonucudur. Köleliğin kalkması ile beraber, kapitalizmin gelişmesine paralel olarak emeğin eski yöntemlerle çalıştırılıyor olması mümkün olmamıştır. Özgürleşen işçilerin, düşük ücretlerle en üstün performanslarda çalıştırılmaları için denetlenmeleri gerekmektedir. Bu durumun sonucu olarak işçileri gözetlemek ve disiplin altına almak için günümüzde "yönetim" olarak tanımladığımız kavram geliştirilmiştir (Tekergül, 2010: 11). Marx, kapitalizm'de yaşanan gözetimin bir işleyiş haline gelmesine atıfta bulunarak, gözetim ile sermayenin doğru orantılı olarak işlediğini ifade etmektedir.

Weber ise, bürokratik yönetimleri akılcı örgütlenmelerin en önemli özelliği olarak tanımlamakta ve bu modelleri ön plana çıkaran bariz unsurların ise ayrıntılı kayıt ve dosyalama olduğunu ifade etmektedir. Weber bu sistemin, verimliliği en üst düzeye çıkardığını, azami dereceye taşınan olgunun, toplumsal denetim olduğunu vurgulamaktadır (Weber, 1986: 193).

Toplumsal yapıyı her yönden saran bu gözetim, bir yandan toplumsal denetimin işleyişini sürdürürken, diğer yandan toplumsal katılım hakkını garantilemenin bir aracı olarak, iki görevi bir arada yürütmektedir. Gözetim, vatandaş olabilme eylemleri ile merkezi devlet denetimlerinin bir sonucu olarak iki taraflı yaşanmaktadır (Başaran, 2007: 8).

İktidarlar açısından gözetim, ilk çağlarda daha çok şiddet ve baskı araçları yolu ile pekiştirilirken, günümüz toplumlarında, iktidarlar bu yöntemleri daha sistematik hale getirmektedir. Baskı araçlarının yerini yöneticilerin kullandıkları çağdaş teknikler almıştır. Otoritenin korunmasını sağlayan belgelerin, iktidar yapısının korunması gereği saklanması, çalışan kesimin belli kriterler doğrultusunda gözetim altına alınması, devletin gücünü koruyacak olan gözetim etkinliklerinin temelini oluşturmaktadır.

1.1 Değişen Toplum Yapısı ve Kamu Yönetimi Dönüşüm Politikaları

Tarihin son üç dönemini büyük değişimlere uğratan endüstri uygarlığı dönemi, büyük bir dönüşümü yaşatmaktadır. İsmi bazen post endüstriyel bilgi/enformasyon toplumu, bazen network toplumu, bazen de risk toplumu olarak ifade edilmektedir. Post-endüstriyelci yaklaşımlara göre, sanayi toplumunun ortaya çıkardığı çeşitli kurumlar sarsılmakta, zaman ve mekân kavramları anlam bakımından ters-yüz olmaktadır. Sanayi toplumunun, kültürel ve ekonomik yapısını meydana getiren kurumlarda, çalışma ahlakı, gruplar, yeni toplum, düşünce ve bilim gibi terimler sorgulanmaya başlanmaktadır. Endüstri toplumunun en önemli kaynağı olan sermaye post endüstriyel dönemde yerini bilgiye devretmekte, bilgiyi taşıyan temel yapılar, toplumun odak noktasını oluşturmaktadır. İletişim

teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, post endüstriyel dönemin ortaya çıkmasında etkili olan temel kaynaklardır. Yenileşen ve gelişen teknolojiler dünyayı küçük bir “*elektronik köy*” haline getirmektedir. Teknik ve bilgi kaynaklı post-endüstriyel toplumun ihtiyaçlarına, sanayi toplumunun kurumları cevap verememektedir (Bozkurt, 2012: 1). Bilgi kavramında ortaya çıkan anlaşılmaçlık yeni dönemde bilgi toplumu tanımlamalarını sürekli kuşatmaktadır (Mattelart, 2004: 53).

Değişimin, önem arz ettiği bir dönemde ortaya çıkan yeni kavramları tanımlamak güçleşmektedir. Post endüstriyel dönüşüm, enformasyon ya da bilgi toplumu kavramlarını, bir kategoriden diğerine, direk geçiş olarak ele almak mümkün olmamaktadır. Post endüstriyel dönemde, ön plana çıkan özellikler, endüstri toplumuna özel yapıların dönüşüme uğramış halidir. Dolayısıyla sanayi toplumu bitmiştir demek söz konusu değildir. Endüstri toplumuna ait yapılar uzun bir müddet varlığını devam ettireceklerdir (Bozkurt, 2014: 22).

Bu bağlamda, yeni dönemi anlatan en önemli olayın “*değişim*” olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. P. Kotler, dönemi değişim, gelişim ya da ölüm olarak ifade etmektedir. Kotler, dünyanın en kaliteli malını en uygun değerde satamıyorsan, bu oyunda yer alamıyorsan, bu oyundan çekilmelisin, demektir. Değişimin meydana getirdiği sonuçları, günümüzde yeterince görmekteyiz. Sermayenin küresel hale gelmesi, insanlar arasındaki mesafelerin ortadan kalkmış olması ve örgüt yapılarında meydana gelen değişiklikler bu durumlardan bazılarıdır. Denebilir ki günümüzde zenginliğin temel kaynağı artık bilgidir. Aynı zamanda bilginin en kolay dolaşımını sağlayan teknolojidir. Bu kavramlar sürekli değişmekte, yenilenmekte, biri diğerini etkileyerek endüstri dönemiyle benzeşen sonuçları çoğaltmaktadır (Ekin, 1997, Akt: Ekin, 1999: 28).

Enformasyon dönemini sadece araçlar ile açıklamak mümkün olmamaktadır. Enformasyon toplumu, sadece iletişim ortamlarından oluşmamaktadır. Enformasyon, araçların yetkinliği ve hangi ölçüde bulunursa bulunsun bilginin üretilmesi, dağıtılması ve itibar görmesidir. “*Enformasyon toplumu malumata itibar eden bir toplumdur*” (Güneş, 2006: 15).

Toplum içerisinde kaybolmanın tatmini içerisinde yaşayan birey, bilme ve bildiğini uygulama yeterliliğini kaybetmektedir. Birey, sadece kitlenin eğilimlerini anlamaya çalışmaktadır. Bu durumun dışına çıkmak için yeterli cesareti bulamamaktadır. Enformasyon “*anonim*” haller üretmektedir. Enformasyon toplumu, meydana getirilen bu ürünleri razı bireyler olarak, korunma amacı bağlamında, bir bedel dâhilinde, isteyerek satın almaktadır. Bireyler rollerini oynamaya hazır hale getirilmektedir. Böyle bir yapının anlam üzerinde her hangi bir etkinliği de söz konusu olmamaktadır. Birey, kendisine verilen yeni kimlik ile rolünü oynamaya başlamaktadır. Post endüstriyel toplumda, hayata geçirilen her şey için söz konusu olan şey, bir karşı duramama ve sorgulayamama hali olmaktadır. Bireyin sahip olduğu bilgi, iktidarın devamlılığına ve sermayenin sürdürülebilirliğine ait olan, hazır halde verilmiş kanaatler olmaktadır (Güneş, 2006: 15,16). Birey, post endüstriyel toplumun yaşadığı dönüşüm sürecinde, kendisine verilen kabullenilmiş dönüşümü yaşamaktadır. Bu bağlamda post endüstriyel toplumunun yapısı ve problemlerini aşağıdaki tabloda daha net görebiliriz (Bell, s.118, Akt: Bozkurt, 2014: 28):

Tablo 1.1. Post Endüstriyel Toplumunun Yapısı ve Problemleri

Eksen ilke	Teorik Bilginin Merkeziliği ve Kanunlaştırılması
Temel kurumlar	Üniversiteler, Akademik enstitüler, Araştırma

	kurumları
Ekonomik alan	Bilimi temel alan endüstriler
Temel kaynak	Beşeri sermaye
Siyasal problem	Bilim politikası, Eğitim politikası
Yapısal problem Tabakalaşma: Temel Yol	Özel ve kamu sektörü dengesi Nitelik Eğitim
Teorik sorun	Yeni sınıfların bağlılığı
Sosyolojik reaksiyonlar	Bürokrasinin direnci Düşman kültürler

Kaynak: (Bell, s.118, Akt: Bozkurt, 2014: 28)

20. yüzyılın sonlarında devletin yapısında ve işleyiş tarzında meydana gelen dönüşümler, kamusal alanda hesap verilebilirlik kavramlarını da beraberinde getirmektedir. Kamusal yetkilerin kontrolü, yolsuzlukların önüne geçilmesi bakımından, hesap verilebilirliğin temel ilkesinde de bir değişim meydana gelmektedir. Siyaset ve kamu arasındaki bağlarda esneme meydana gelmiş olması, bürokrasinin kamu politikalarını uygulaması aşamasındaki rolünün genişlemesine neden olmaktadır. Bu bağlamda, geleneksel hesap verme anlayışı etkisini kaybederken, hesap verilebilirlik, dikey sorumluluktan, yatay sorumluluğa kaymıştır. Şeffaf yönetim ilişkilerine dayanan yeni yönetim anlayışının, etkin sonuçları ancak güçlü denetim ve kontrol mekanizmaları ile mümkün olmaktadır (Taner, 2012: 27). Gözetleme sınıflandırılmakta, yönetimler kolaylaşmaktadır. Değişen toplum yapısında kurumsallığın daha etkin olabilmesi için oluşturulmuş farklı işleyiş yapıları da ön plana çıkmaktadır. Bunlar (Lyon, 2013: 47):

- **Rasyonelleştirme:** Standartlaştırılan teknolojinin arandığı, aklın toplumsal ve siyasi alanın kılavuzu olarak görüldüğü süreci ifade etmektedir. Gözetim teknolojilerinin modern rasyonelleştirmeye yönelik dönüşümünü anlatmaktadır. Gözetim açısından kişisel bilgi rasyonelleştirildiği için gerilimler ortaya çıkmaktadır.
- **Teknoloji:** Örgütsel pratiklerde rasyonelleştirme, desteklendirme, güçlendirme, işleyişi hızlandırma bakımından gözetim alanında fazlasıyla görülmektedir. İnsanlık tarihinde temsili olan gözetim pratikleri, sistemsel yapılanmalar doğrultusunda yeterince görünür olmaktadır. Bu pratikler gözetim teknolojilerine uygulanırken, sistemlerin ana hatlarının değişmesine de neden olmaktadır.
- **Sınıflandırma:** Bireylerin nasıl kategorize edileceği, sınıflandırılacağı doğrultusunda söz hakkına sahip olanlar, sahip olmayanlardan daha etkin olmaktadır. Günümüzde sınıflandırma işleminin yapılandırılmasında bilgisayar sistemlerinin kullanılmasıyla tıkanma oluşturmaktadır.
- **Bilgililik:** Kişilerin hayatlarını denetim altına alan mekanizmalar işleyiş açısından farklılık oluşturmaktadır. Çünkü bireylerin bilgi düzeyleri ile gönüllü katılım durumları birbirlerinden farklı olmaktadır. Gözetleme, gözetime en iyi tarzda uygunluk gösteren kişilerin birlikteliğiyle işlemektedir. Çoğunlukla gözetime takılan birey bu durumdan bihaber olmaktadır.
- **Aciliyet:** Emniyet ve güvenlik odaklı günümüzde, bu başlık risk önleme amaçlı olarak ön plana çıksa da, yeni gözetim yollarını meşrulaştırması bakımından önem arz etmektedir. Ulusal kimlik kartları uygulamaları gibi birtakım yasal düzenlemeler ile kişiler yeni kimliklerle denetim altına alınmaktadır.

Kişilerin denetlenebilir bir mekanizma ile itaat altına alınması, kurumların işleyiş tarzlarında dönüşüm meydana getirmektedir. Yeni ortamda, kurumlar bu özellikler doğrultusunda yeniden şekillenirken, bürokratik değişimlerde de yeniliklerin önu açılmaktadır. Bu tür değişimler kendi başlarına değil, kamusal yapılarda modern ulus devlet anlayışının ortaya çıkışıyla paralel olmaktadır. Bürokratik idare bu tür yenilikçi idare yapıları ile varlığını güçlendirmekte, yirminci yüzyıla ilişkin gözetim pratiklerine dönük yeni işleyiş tarzlarını gündeme taşımaktadır.

Modern toplum, kurumsal komplekslerden oluşan yapılardır. Her toplum kendi içinde kurumsal üniteler şeklinde örgütlenmektedir. Farklı özelliklere sahip olan bu yapılar, kendilerine özel işleyiş şekline sahip olmakla beraber, genelde rasyonel verimlilik anlayışıyla faaliyet göstermektedir. Bu kurumlar, bireylerin davranışlarını kontrol altına alarak, örgütsel faaliyetlere yönelik hedeflere odaklanmaktadır. Bu faaliyetlerinde, kendi eylemlerine zarar verebilecek tutumlardan da kaçınmaktadır. Bürokratik prensiplerden ödün vermeden düzen oluşturma amaçlanmaktadır (Aytaç, 2005: 250).

Son dönemlerde Türkiye’de geleneksel olarak yürütülen kamu anlayışından çıkılmaya başlanarak, çağdaş kamu yönetimi anlayışına doğru bir geçiş yaşanmaktadır. Yönetim anlayışı hedef odaklı, geleceğe yönelik katılımcı bir devlet anlayışı, toplumsal yapı üzerinde sürdürülmektedir. Bu açıdan sistemin ilerleyişinin sağlanması bağlamında denetim yapısı başta olmak kaydıyla değişim hareketliliği göze çarpmaktadır. Devlet düzeninde denetim sıklığı yerine, süreç odaklı gelenekselleşmiş teftiş yapılarının olumsuz etkilerini ortadan kaldırmaya yönelik iç denetim 2004 yılından sonra Türk bürokrasisinde yerini almaya başlamıştır (Gönülaçar, 2008: 1).

Sosyal ve ekonomik boyutlara sahip olan kamusal denetimin ortaya çıkışı demokrasi ile eş zamanlıdır. Demokratik gelişmeler, mutlak otoritenin sınırlandırılması, kamusal eylemler üzerinde halk adına denetimin ve gözetimin sağlanabilmesini olanaklı hale getirmektedir. İlk kez İngiltere’de oluşan parlamentonun temel amacı halktan alınan vergilerin kontrolünün sağlanması ve kamu giderlerinin azaltılmasına yönelik eylemleri oluşturmaktı. Her ülkede bağımsız anayasal kuruluşlar olan Sayıştaylar meclis adına denetimi yürütmekte olup, yönetimin kurallara bağlanmasını sağlayarak keyfi uygulamaların önüne geçmektedir. Bu durum çağdaş demokrasilerde halka karşı hesap verme duygusunun ortaya çıkmasında önemli roller üstlenmektedir (Köse, 1999: 65, 66).

1.2 Toplumun Rasyonelleştirilmesi Sürecinde Panoptikondan Enformasyon Toplumu Yükseliş

18. yüzyılda, otorite sıkıntısı taşıyan iktidarlar, halklarını denetim altına alabilmek amacıyla bir kontrol sistemi oluşturmaya çalışmıştır. Bu amaçla, Samuel Bentham’dan bir yapı tasarlaması istenir. Mimar olan Samuel Bentham, kardeşi Jeremy ile birlikte bir çalışma başlatır. Yapının tasarımı, Samuel tarafından yapılırken, sistemin oluşmasını sağlayan bölümlendirmeler Jeremy tarafından yapılır. 1785 yılında inşa edilen bu yapı panoptikon adıyla bilinmektedir. Panoptikon, iki farklı sözcükten türetilmiştir. “Pan” bütün anlamına gelirken, “opticon” gözetleme anlamına gelmektedir. Oluşturulan yapı amacına uygun olarak, bütünü gözetlemek anlamına gelen panoptikon adıyla bilinmektedir (Özdel, 2012: 23, 24).

Toplumsal iletişimin gelişmesinde, yazının icadıyla birlikte kâğıdın bulunup geliştirilmesi, insanlık tarihinin dönüm noktası olmuştur. Enformasyon toplumuna geçişte telekomünikasyonun akıl almaz şekilde ilerlemesi ile toplumsal tabanda, günlük yaşam pratiklerinde ciddi değişimler yaşanmaktadır. Bu bağlamda gözetim toplumunda ortaya çıkan teknolojilerin özellikleri şu şekilde incelenebilmektedir:

- Bilgi işlem döneminde, “teknoloji sayesinde” bilginin sürekli türetilmesi önemli hale gelmiştir. Sanayi döneminde ön planda olan maddi ürün üretiminin yerini, artık bilgi üretimi almaktadır. Gelişen teknolojinin kullanıldığı ilk alan ekonomidir. Dolayısıyla yeni iş imkânları ve alanında uzman personel açığı ortaya çıkmakta, dolayısıyla ekonomik kalkınma hızlanmaktadır. Teknolojik yeniliklerin “sosyal yaşamda” meydana getirdiği bu yansımalar yeni oluşumlara, gruplaşmalara neden olmakta, yeni oluşan “siyasal grupların” siyasal alanda mücadelesi söz konusu olmaya başlamaktadır. Teknoloji ile özgür düşünebilen bireylerin sayısında artış meydana gelmekte ve demokrasinin gücü artmaktadır. Teknik yükselmenin etkili olduğu en son alan “kültürel” alandır. İnsanlar alışkanlıklarından çok kolay ayrılamazlar ve bundan dolayı teknik bilgi insanların kültür boşluklarına daha geç nüfuz etmektedir (Kocacık, 2003: 3, 5).
- İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ve teknik bilginin yükselmesi ile dönemi açıklayan düşünce “bilgi güçtür” olmuştur. Bu teknolojilerle birlikte “e-devlet, e-yurttaş, e-ekonomi, e-siyaset” tarzında birçok farklı kavram ve uygulama hayatı sarmıştır (Çukurçayır, Çelebi, 2009: 60).
- İnternet sayesinde dünyanın neresinde olursa olsun, tüm insanlarla irtibat kurulabilen ve aynı anda yazılabilmektedir. Toplumsal yaşamda bireyler daha eşitlikçi olabilmektedir (Wallerstein, 1999: 135).

Modern yönetim rasyonel toplumu oluşturmak için, toplumsal yaşamın ciddi birer kısmına müdahale ederek, istediği düzeni yaratmak adına topluma sürekli kurallar koymakta, koyduğu kurallara uyulup uyulmadığını anlamak için de teknolojinin getirdiği tüm yeniliklerden faydalanmaktadır. Teknolojinin hızla gelişmesiyle birlikte, bireyler günlük hayatlarını daha iyi sürdürmek için kendi haklarından daha iyi yararlanabilme gerekçeleriyle, onayları alınmadan, davranışlarının kontrolünü kabullenmişlerdir. Kayıt altına alınan bilgiler, veri tabanları sayesinde depolanarak, farklı ortamlarda paylaşılabilir. Toplanan bilgilerin, kimler tarafından kullanıldığına dair pek fazla bir şey bilinmemektedir. Teknolojik imkânlar ile toplanan bilgiler, iktidar tarafından toplum yararı adına kullanılırken, bilgi işlem merkezlerinin bu verileri kullanma becerileri de her geçen gün artmaktadır. Yaşanılan değişimler, bireylerin dijital kod olarak algılanmasına neden olurken, gözetim toplumu kavramının önemini de gündeme taşımaktadır. Gözetim, bireylerin sosyal düzene olan uyum sürecini de kontrol altında tutmaktadır. Teknolojik gelişmeler tüm dünyayı dijital panoptikon toplumuna çevirmektedir (İzgi, 2014: 27, 28).

Enformasyon toplumunun, temel bileşeni olan teknolojinin sınırlarıyla ortaya çıkan tehlikelerin iyi anlaşılıyor olması gerekmektedir. Teknolojilerin getirdiği pek çok olumlu gelişme, bu teknolojilerin toplumsal kullanım alanlarında ortaya çıkardığı sorunlar ile denk hale gelmektedir. Toplumun sürekli artış gösteren bilgi yığınları altında kalması, buna bağlı olarak her geçen gün kafaları bulanık bireylerin ortaya çıkışı, doğru ile yanlış arasındaki farkı ayırt edemeyen bireyler yaratmaktadır. Bireyler manipüle edilmekte, teknolojinin hızla gelişmesine paralel olarak işsizlik probleminde de her geçen gün artışlar yaşanmaktadır. Bireysel özgürlük alanları daralmakta, otoriter iktidar alanları genişlemektedir. Son dönem düşünürleri, teknik gelişmelerin bireyleri ne biçimde denetim altına alacağı yönündeki düşüncelerini daha sık gündeme getirmeye başlamaktadır. Enformasyon toplumunun, bugün geldiği noktada ki en önemli sorun toplumsal denetim adıyla ortaya çıkan baskıcı kontrol ve gözetim şeklindedir (Dolgun, 2008: 215, 216).

Bu bağlamda, teknolojinin gelişmesiyle, kitle iletişim araçlarında meydana gelen gelişmeler, toplumsal ve siyasal alanda çok boyutlu olarak tanımlanacak birtakım sorunları bera-

berinde getirmektedir. Kapitalist ilişkilerle bütünleşen modern devlet biçimleri, bilginin kendi iktidar yapılarına dönük işletilmesi, toplumun denetimini sağlamak amacıyla manipüle ediliyor olması ve tek taraflı olarak rasyonalize edilmesi, bu süreçlerin iktidarlar tarafından mutlak geçerlilik olarak sunulması ortaya çıkan sorunlardan bazılarıdır. İktidarlar, toplumsal ve siyasal yapıları yeniden üretmek için bireyleri, denetim altında tutacak disiplin mekanizmaları yaratmaktadır (Sarıkafoğlu, 2009: 29).

Enformasyon toplumunun temelini oluşturan iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, özellikle internet ağının gelişmesi, demokrasinin gelişmesi için olumlu sayılabilmektedir. İnternetin sağladığı kolaylıkla, toplumlar arasındaki iletişim güçlenmektedir. Bu durum özgürlükler adına oluşturulan tepkilerin yansıtılması bakımından da olumludur. Ancak iktidar güçleri, bu sayısal verilere uygunluk sağlayarak güçlerini korumak için işleyişlerini sürdürmeye devam etmektedir. Elektronik panoptikonlar, bilgi toplumunun öznelereyi oluşturmaktadır. Yazılım programlarının içerisine gizlenen mikroçipler ile bireyler gözetlenmektedir. Dev hapishaneler minyatür halde bu çiplere dönüştürülmüştür. Bilgisayarlar, gözetim toplumunu yaratmakta çok daha başarılı olmaktadır (Yamaç, 2010: 522).

2.GÖZ VE İKTİDAR

Tarihsel açıdan bakıldığında göz, iktidarın en önemli belirleyenlerindedir. Toplumların varlık nedenini ortaya koyması bağlamında birinci dereceden öneme sahip olan göz, iktidar toplumlarının gerçeği anlamlı hale getirmesi bakımından kurulan “*iktidar*” anlamına gelmektedir. Simgesel düzene sahip olan iktidar, aynı simgeler üzerinden kendisini yeniden üretmektedir. Nesnelere, üretim ilişkileri açısından yeniden üreterek toplumsal hayat üzerindeki denetimini, toplumsal göz üzerinden kurmaktadır. Kapitalist iktidar, toplumu denetim altına almak için “*göz*” üzerinde fazlaca yoğunlaşmıştır. Göz merkezli toplumsal yapı üreten iktidar, toplumu süregelen bir denetim altına almıştır. Gözetim kavramı, iktidarın en temel denetim sistemi haline dönüşürken, göz de iktidarın organı haline gelmiştir. Göz bu manada gerçekliği ifade etme yetisini kaybetmiş, iktidarın ördüğü sistemin dışına bırakılmamıştır. Toplum üzerindeki denetim aracı olan göz, kapitalizm ile beraber dönüşüm geçirerek merkezi denetim araçlarından biri haline gelmiştir. Göz, iktidar yapılarının ortaya çıkması ile eşitlikçi ilişkilerin tamamlayıcısı olma rolünden uzaklaşmış, eşitsizliği yaratan iktidar organları haline dönüşmüştür (Çoban, 2014: 2).

İlk çağlardan bu yana, insan eliyle var edilmiş ve hayat boyunca varlığını devam ettirecek olan bir gücün varlığını yok saymak mümkün değildir. Bu güç iktidar kavramıdır. Bu kavram süreç içerisinde farklı şekillerde değişime uğrasa da, biçim değiştirse de hiçbir zaman yok olmayacak bir gerçekliği yansıtmaktadır. İlk çağlarda kabile reisi olarak ortaya çıkan bu güç, günümüzde görünmez olan ancak eskisinden çok daha güçlü olan bir alanı işaret etmektedir. Bu güç hayattaki her şeyden haberdar olan hatta birçok gelişmenin mimarı ve gözetleyicisi rolündedir (Özdel, 2012: 22).

İktidarlar toplumsal öznelere şekil verirken, gözetlemeyi normalleştirmektedir. Foucault, bu durumu söylemsel olmayan pratiklerin iktidar alanlarında oluşan varlıkları ile ilişkilendirmektedir. İktidar bireyi sınıflandırarak, kimliğine bağlayarak, bireyi hem kendisinin hem de diğer kişilerin onda tanımak zorunda bıraktıkları bir hakikat yasası üretmektedir. Böylece iktidar, bireyin günlük hayatına dahi müdahale etmektedir. Bu durum bireyleri özne haline getiren bir alanı ifade etmektedir. Özne, denetim ve itaat yolu ile başkalarına tabi tutulan, aynı zamanda kendi kimliğine bağlanmış olan kişidir (Foucault, 2014: 63). Aslında öznenin bahsederken dahi çoğul olmadan bahsediyor olmak yani tekilleştirmek, “*bağımsız öznellik ters çevrimine*” razı olunduğu anlamına gelmektedir. Çünkü erk, bed-

ni olmayan özne üzerinden yani kendisinden farklı bir özne yaratmaktadır (Holland, 2013: 80).

Özne gerçekte özerkliği olan bir yapılanma değildir. Varlığını koruyabilmek için toplumsal yapının dolayımına ihtiyaç duymaktadır. Özne, toplumsal yapıdan aldıkları ile kendisini oluşturmaktadır. Öznenin edimleri, sistemin koşulları tarafından belirlenmekte olup, bu döngü iktidarın ideolojisi ile çözümsüz bir parçalanmayı işaret etmektedir. İktidarlar, özne üzerinden gerçeklik alanı buldukları için, onları da sürekli olarak yenilemek zorundadır (Çoban, 2009: 3). Bu yenilik için başvurulacak en etkin kaynak “*Bilgi*”dir.

Foucault bilgiyi, stratejik öneme sahip olmasından dolayı iktidar olgusu, bağlamında incelemektedir. Bu yöntemle bilgidен, iktidara ulaşmaktadır. Bilgi, iktidarın araçları ile yeniden şekil alarak ortaya çıkmaktadır. İktidarın önemli bir aracı olmasından dolayı çözümlenmelerinde, bilim üzerinde fazlasıyla durmaktadır. Bilim, anlatıldığı gibi bireyleri özgürleştirmekten öte, iktidarların denetim mekanizmalarından biridir ve bireyleri baskı altına almaktadır. İktidar bilgii kapsar çünkü bilgii oluşturan da iktidardır. İktidar sürekli dolaşmaktadır, iktidar sürekli işleyiş halindedir ve bireylerde ona boyun eğmek zorundadır (Çelebi, 2013: 515, 517).

İktidar için bilgi ve söylem birbirine paralel olarak ilerlemektedir. Söylemsel pratikler üzerinden kendisini gerçekleştiren iktidar, sonrasında bu pratiklere uygun olan kurumlar geliştirilerek denetim ve kontrolü sağlamaktadır. Bu manada şeylere ilişkin bilme arzusu yaratan ve gözetim sistemi oluşturan bir iktidar bulunmaktadır. Bu noktada “*hakikat*” anlam kazanmaya başlamaktadır. Foucault’a göre hakikat, iktidarın asıl gücünü saklayarak, ikna etme yetisinin ortaya çıkarılmasına karşılık gelmektedir. Mesela otoritenin akıl hastanelerini ortaya çıkarması, iktidarın toplum üzerindeki gözetimi, disiplini olarak algılanmaz. Toplumda oluşturulan algı bu disiplinin gerekliliklerden doğmuş olmasıdır. Bu gereklilikler iktidar söylemlerinin, normleştirme söylemlerinin bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır (Başürk, 2012: 68).

İktidar güçleri söylem pratiklerini güçlendirmektedir. Foucault, insanların kendilerini tanımlamak için kullandıkları terimlerin dahi, iktidar tarafından belirlendiğini ileri sürmektedir. Bu şekilde bireyler sınıflandırılmış kimliklere dönüştürülmektedir. Bireyler zamanla kendilerine verilen bu kimlikleri, hayatın doğal bir sonucuymuş gibi kabullenmektedir. Ortaya çıkan normalleşme, toplum tarafından uygulanan kimliği kabullenme, düzenin sağlanması adına, denetimi kabul etme anlamına gelmektedir. Toplumun normal olarak gördüğü şeyleri kişilerin sorgulamaya başlaması, kişilerin anormal olarak etiketlenmesini de beraberinde getirmektedir. İnsanları düzene tabi tutmak amacıyla oluşturulan bu normalleştirici kurumlar, aksi durumda bireyi toplumun dışına itmektir (Foucault, 2005, Akt, Gölbaşı, 2012: 236).

2.1.Post Modern Çağda İktidar ve Denetim

Bilgi iktidarın en önemli aracıdır. İktidar gücünü, bilgi yolu ile artırmak ve güçlendirmek istemektedir. Oluşan her yeni iktidar yapısı ile bilginin araçsal olma hali de artmaktadır. İktidarla gelişen güç tutkusu, bilgiye duyulan ihtiyaç duygusunu artırmaktadır. İktidarlar bilginin sahibi ve yöneteni olmak istemektedir. Dolayısıyla bu gücün ve denetimin belirli bir kısmını kendi kontrolünde tutmaktadır

Bilgi, iktidar ilişkileri tarihin farklı zamanlarında farklı şekillerde ortaya çıkmaktadır. Bazı dönemlerde bilgi, tek başına iktidarın biricik kaynağını oluştururken, bazen iktidarın bir aracı olarak kullanılmış bazen de iktidarın kendisine dönüştürülmüştür. Amacı her ne

olursa olsun bilgi ile iktidar hep iç içe ilerlemiştir. Özellikle modern zamanlarda bilgi, iktidar birlikteliği daha karışık ve merkezci bir yapıya dönüşmüştür. Bunun temel sebebi, doğa bilimlerinin itibarlı yapılarının etrafında, seküler iktidar yapılarının sosyal bilimlere verdiği meşrulaştırma, denetim mekanizmalarının ürettiği normlardır (Bayram, 2009: 2).

Günümüzde iktidar sahipleri denetimi, bilişim teknolojileri yolu ile uygulamaktadır. Toplumun denetlemek amacıyla kullanılan gözetim kavramı özellikle ulus devlet ve sanayi toplumuna geçiş sürecinde kullanılmaya başlanmıştır. Bu durumun temel sebebi ise modern hayatın getirdikleri ile beraber teknolojik araçların daha fazla kullanılıyor olmasıdır. Modern toplum yapısının gelişmesi ile beraber, gözetimin odak noktası baskıdan yönetime kaymış ve böylece gözetim kavramı daha sistemli hale gelmiştir (Tokgöz, 2011: 10). Bilginin, iktidar aygıtları yolu ile biçimlendirilerek çoğaltıldığını öne süren Foucault, bu bağlamda bilimsel bilginin iktidarın en önemli kaynaklarından olduğu yönünde tespitlerde bulunmaktadır. Foucault'a göre bilim, bireyleri özgürleştiren bir araç değil aksine iktidar güçlerinin bireyleri kontrol altında tutma mekanizmalarından sadece biridir. İktidar bu güçle bireyleri hapsedmektedir (Çelebi, 2013:515).

Foucault'un ifade ettiği biçimde, bir veya birden fazla kişinin eylemleri ile birlikte iletişimlerinin düzenli olarak takip edilmesi anlamına gelen gözetim kavramı, günümüzde internet gibi enformasyon araçlarının gelişimine paralel olarak, ayrı bir öneme sahip olmaktadır. Bu yöntemle elde edilen kişi verileri sürekli artmaktadır. Enformasyon teknolojileri, toplumları gözetleyenler için görünmeden izlenir hale getirmektedir. Ayrıca bilgiler depolanabilmektedir. Bunun yanı sıra resmi otoriteler daha iyi hizmet adı altında, sıradan insanlarla alakalı sürekli olarak enformasyon toplamaktadır. Yabancı ülkelerde DNA verileri dahi kayıtlara geçirilmektedir. Çeşitli alanlardaki bilgisayar hafızalarında depolanan kişisel bilgiler, iktidar için denetim amaçlı kullanılmaktadır (Bozkurt, 2014: 103, 105).

1970'li yıllardan sonra, bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeler bir gerçekliği ortaya koymuştur: Her an görünmeyen gözler tarafından takip edilmekteyiz. Bu takip esnasında hareketlerimiz de kayıt altına alınmaktadır. Yolda, sokakta, okulda yaşamın her alanında izleniyor olmak günümüz toplumunun gerçekliğini ortaya koymaktadır. Foucault'un panoptikonu artık toplumsallaşmış durumdadır (Kaplan, Ertürk, 2012: 8).

Posta servisi kavramının ve sisteminin yaratıcısı olan Perslerden sonra, iletişim ve medya ciddi dönüşüme uğramıştır. Günümüzde iletişim alanlarının şekli değişmiş, iletişim dijitalleşmiştir (Büyükşener, 2009: 39). Özellikle bilgisayar çağı ve bu çağla yükselen internet olgusu, iletişimin varlık alanlarını değişime zorlamakta, sosyal hayatın her yönüne temas ederek denetimi kolaylaştırmaktadır. Bu açıdan bakıldığında çok yeni olmasına rağmen internet, yeni sosyal medya ortamları ile ulusal sınırları aşmakta çok farklı ortamların oluşmasında etkili olmaktadır. Kitle iletişim araçlarıyla ve bu araçların kullanımını elinde tutan iktidar güçlerinin tek taraflı olarak oluşturdukları iletişim süreci, teknolojinin hızla gelişen yapısı ile birlikte klasik anlamlardan hızla sıyrılarak iletişimin yapısal manada interaktif, karşılıklı iletişim ortamları oluşmaya başlamıştır. Bu duruma paralel olarak toplumsal yapıda teknolojik yeniliklerle bağlantılı olarak değişime uğramaktadır. Yeni toplumsal ortamda bireyler bu gelişmelerle bağlantılı olarak yeni maceralara atılmaktadır (Babacan, Haşlak, Hira, 2011: 63, 65).

2.2 İktidarın Gözlem Mekanizmaları

Her iktidar varlığını sürdürmek için bilgiyi kullanmaktadır. Bilginin işlevlerinden biri, öteki insanı denetim altına almaktır. Her çağda otorite sahipleri kendi varlıklarını devam

ettirip, bilgiyi yönetmek için büyük çabalar harcamıştır. Bireyler, sahip oldukları bilgiye göre davranmaktadır. İnsanların bilgi birikimlerine sahip olmak, demek aynı zamanda onların, davranışlarının tarafını da belirlemek anlamına gelmektedir. Dünyanın en karanlık dönemi olarak bilinen ortaçağda, bilginin kiliseden kurtularak özgürlüğüne kavuşması, 16. yüzyıldan 20. yüzyıl ortalarına kadar ciddi manada bilimsel gelişmelere yol açmıştır. Bununla beraber bilimsel bilgiye dayalı teknoloji ve siyasal yapıların yarattığı ekonomik yapılanmalar, bilimin ve bilginin rasyonel tarafını bozarak, onu yeni iktidar yapılarının kontrolüne sokmuştur. İkinci dünya savaşını takip eden süreçte egemen iradeler bireylerin davranışlarını yönetmek için büyük gelirler harcamıştır (Eroğlu, 2006: 1). Bu harcamaların büyük kısmı, denetimi kolaylaştıracak gözlem mekanizmalarına harcanmaktadır. Gelişen dünyada, teknolojik gelişmeler, iktidarların gözetim olgusunu kolaylaştırdığı gibi, denetimin işlevselliğini de artırmaktadır. Toplumsal yapılarda meydana gelen değişimler bir bakıma bu gelişmelerin sonucu olmaktadır.

Bentham'dan günümüze kadar geçen sürede, günümüz şartlarına uygun olarak yeni gözetim mekanizmaları meydana getirilmiştir. Özellikle son otuz yılda elektronik sistemler ile teknolojilerinde gözle görülür bir gelişme söz konusu olmaktadır. “*Telefon, internet, metal detektörler, tarayıcılar, parmak izi tanıma sistemleri, barkot okuyucular, kapalı devre kamera sistemleri*” günümüz toplumunda en fazla kullanılan gözetim mekanizmalarıdır. Bu sistemlerin meydana getirilmesindeki amaçlar şu şekilde sıralanabilir (Özarslan, 2008: 141):

1. Günümüzde iktidar, toplum üzerinde etkili olmak ve bu etkisini kurmak için bilgiye ihtiyaç duymaktadır. Gözetim mekanizmaları istenilen bilginin elde edilmesinde merkezi öneme sahiptir.
2. İktidar, elde ettiği güç ile toplanan veriler doğrultusunda toplumsal yapılarda ve kurumlarda nicel ve nitel değişimler yaratmaktadır.
3. Bilgi toplama sürecinde toplumdaki kişiler ayırt edilmeden gözetlenip fişlendikleri için, gözetim hayatın her alanında, demek söz konusu olabilmektedir. Hatta o günün şartlarında işe yaramayacak olan veriler, sonra işe yarayabilir düşüncesi ile yine de toplanmaktadır.

İktidarlar, gözetim mekanizmaları sayesinde, insanların eylemleri üzerinde daha etkin hale gelmektedir. İktidarın ilerleme aşamalarında, sürekli olarak bilgi akışı olmakta, iktidar etkin olduğu tüm yüzeylerde denetimi kuvvetlendirmektedir. İktidar kendisini tehdit edebilecek herhangi bir durum karşısında, görünürlüğünü ortaya koymaktadır. Yeni sistemler ortaya koyarak, toplumsal yaşamı hareketsiz hale getirerek çerçevlendirmektedir. Sürekli olarak yapılan kayıt altına alma işlemiyle de gücünü kontrol altına almaktadır. Disiplin yapısı, demokratik olarak denetim altına alınmaktadır. Böylece modern toplum, disiplin altında tutulan toplum haline dönüşmektedir (Bozkurt, 2000: 77).

İktidarlar için gözetleme kavramı, kişilerin eylemlerini denetim altına alarak, bireyi kontrol altında tutmak için kullanılan, bilgi birikimini ifade etmektedir. 1950’li yıllara kadar gözetleme daha kısıtlı imkânlar ile yapıyorken, 1950’li yıllardan sonra iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelere paralel olarak daha geniş alanlarda yapılmaya başlanmıştır. Gözetlemenin yanında kayıt altına alma yolu ile kontrol daha sıkı hale gelmiştir. Gözetleyen iktidarlar, bireyler hakkında ayrıntılı bilgi toplayarak otoritelerini doğrudan uygulamaktadır. Bu yöntemle iktidar her yönde olduğunu hissettirmektedir. Gözetim altına alınanlar, kimler tarafından izlendiklerini tam anlamıyla bilemedikleri için, gözetimin ayrı bir parçası haline gelmektedir (Sucu, 2011: 127).

2.3. Bir Denetim Aracı Olarak Söylem

Herhangi bir kavram, her zaman asıl anlamını meydana çıkaracak şeffaf bir şey olmayabilir (Goodchild, 1996: 94). Dolayısıyla iktidarların toplumu denetim altına alması sadece enformatik açıdan olmamaktadır. Gözetim alanlarının oluşumu söylemsel pratikler yolu ile de yapılmaktadır. İktidarın söylemsel pratikler yolu ile yaşamı sınıflandırması, onun eylemselliğine de farklı bir bakış açısı katmaktadır. İktidar bu yönü ile toplum üzerinde doğrudan ve görünür olacak şekilde etki oluşturmamaktadır. İktidar devamlılığını, bu ifadeler üzerinden sağlamaktadır. İktidar böylelikle toplumsal hayat üzerindeki ilişkilere anlam kazandırarak, bireyleri de denetlemiş olmaktadır. Yani iktidar, meşrulaştırdığı hakikatlerini söylemsel ifadelerle, toplum üzerinde anlamlı hale getirmektedir. İnsanlar da çeşitli eylemler yolu ile bu pratiklere bağlanarak farkında olmadan gözetim altında tutulduğu iktidarın devamlılığını sağlamaktadır (Baştürk, 2013: 244).

Bu bağlamda siyasal terminolojiye AKP tarafından kazandırılan muhafazakâr demokrasi kavramı, partinin kendinden önceki diğer partilere göre farklılık yaratmak için kullandığı ideolojik bir söylemdir. Ülkemizin özellikle AKP'nin seçmen kitlesinin büyük çoğunluğunun muhafazakâr olduğunu düşündüğümüzde kişileri etkilemenin çok önemli bir yöntemi olduğunu görmekteyiz. Devletin daha çok mağdur kesime yönelik söylemleri ön plana çıkarması ve AKP'nin bu tutumlara yönelik bir söylem zemini oluşturması, (Türe, 2005: 51, 52) toplumsal yaşamda ideolojik söylemlerin kişilerin tutumları üzerindeki yönlendirici gücüne örnek olmaktadır.

Günümüz dijital panoptikonu yaşarken, bireyler gizli özne olarak hayatlarını devam ettirmektedir. İktidarlar, toplumsal denetim yolları ile bireyleri disiplin altına almakta, normalleştirme süreci bağlamında, bireyler kendilerine verilenleri içselleştirerek bilgi teknolojilerinin özneleri haline gelmektedir. Gücün gözünden kaçma şansı olmayan bireyin, böyle bir şansı yakalaması durumunda yapacağı şey o gözden kaçmak olacaktır. Kaçmak, kolay olmadığı için uysal bedenler içerisinde yaşamak mümkündür. Görüntü olarak taşınan bu uysallık, gözetleme var olduğu müddetçe bireyle özdeşleşmektedir. İktidarın gözü içselleştirilse dahi değerlerinin içselleştirilmesi mümkün değildir. Kendi iç dünyamıza değerlerimize kendi gözümüzle değil otoritenin gözü ile bakarız. Kişiler gözetim durumunu, peşi sıra gelebilecek olan bir cezayı önlemek adına içselleştirmektedir (Tokgöz, 2011: 134). Dolayısıyla iktidar söylemi toplumu yönlendiren ve denetim altına alan en güçlü formlardan biri olmaktadır.

2.4. İşlemsel Araç Olarak Dijital Medya ve Gözetleyen Gözün Gözetimi

Sosyal medya ve sosyal ağlar kişilerin alanlarını genişlettiği gibi, yeni ortamlar iktidar güçlerinin en fazla kullandıkları alanlar olmaya başlamıştır. İnterneti sosyal paylaşım ortamlarına dönüştüren web gün geçtikçe potansiyel gücünü artırmaktadır. Dijital ortamın sağladığı hız İktidarlar tarafından yeterince kullanılmaktadır (Büyükşener, 2009: 39). Bu durumun en önemli örneği Amerika Birleşik Devletleri başkanlık seçimleri sırasında Barack Obama'nın sosyal medyanın yardımıyla yaptığı kampanyadır. Ülkemizde ise sosyal medyanın itici gücü Adalet ve Kalkınma Partisi'ni de harekete geçirmiş, Ar-Ge Başkanlığı ile başlatılan çalışmalarla sosyal medyayı sürekli kullanarak denetleyecek 6 bin kişiden oluşan bir ekip kurulmuştur. Yerel seçimler öncesinde oluşturulmaya başlanan bu çalışmanın en önemli hedeflerinden biri seçim kampanyalarına yönelik çalışmaların hızlandırılması olmuştur. Yoğunluk olarak İstanbul'da oluşturulan ekibin çalışmaları arasında parti programları oluşturmak, görsel ve yazılı şeylerin hızlı bir şekilde yayılmasını sağlamaktır. Bununla birlikte Türkiye'de Siyaset Akademisi eğitim programlarında önceleri

seçmeli olan “sosyal medya” dersi zorunlu hale getirilmiş, program gelecekte siyasetle ilgilenmek isteyen gençlerin sosyal medyayı etkin kullanma becerileri sağlamayı hedeflemiştir (Hürriyet, 2013). Böylelikle siyasi iktidar sosyal medya yolu ile bireyler üzerindeki kontrolünü sağlamlaştırmaya çalışmaktadır.

Kitle iletişim araçlarında yaşanan gelişmeler, bireylerin ilgi alanlarını da değiştirmiştir. Gözetlenen toplum anlayışında kaymalar meydana gelerek, gözetleyen toplum kavramları ön plana çıkmaya başlamıştır. Özellikle 17 Aralık sürecinde ortaya çıkan tapeler bu durumun en net göstergesidir. Tape, “*telefon dinlemelerinin kayda alınması sonucu elde edilen ses kaydı*” olarak tanımlanmaktadır. 17 Aralık operasyonları, öncesinde birçok kişinin bilmediği bu kelime, operasyonlardan sonra günlük hayatta sıkça duyulan bir kavram haline gelmiştir. Tape, ilk olarak futbolda ortaya çıkan şike operasyonları sonrasında kullanılmıştır. Sosyal medya yolu ile daha çok benimsenmiştir. İnternete düşen ses kayıtları ile haberlerin ana teması olmuştur (Habertürk, 2014).

Durum bu noktada iken, 17 Aralık sonrası yayınlanan tapeler reyting rekoru kırmıştır. Tapelerin yayınlanmasıyla ön plana çıkan ‘*haramzadeler*’ ile ‘*bascalan*’ hesapları, 30 günde en çok girilen site olmuştur. SocialBlade’de yayınlanan verilere göre, “*bascalan*” adresinden paylaşılan ses kayıtları 13,3 milyon kere, “*haramzadeler 333*” hesabından paylaşılan kayıtlar ise 7,3 milyon kere izlenmiştir. Tapelerin yayınlandığı sitelerin başında YouTube gelmektedir. Bu olayların yaşandığı zaman diliminde, YouTube ülkemizde en fazla takip edilen televizyonun izlendiği saat aralığındaki kişi sayısını aşmıştır. Türkiye’de en fazla girilen sitedir. YouTube verilerine göre 2014 Ocak ayında, siteyi ziyaret eden kişi sayısı **27,8 milyondur. Bu rakam Türkiye’deki internet abone sayısının yüzde 90’ına eşittir (Gazeteciler, 2014). “27 Mart 2014 Perşembe Günü Dışişleri Bakanı Ahmet Davutoğlu, Bakanlık Müsteşarı Feridun Sinirlioğlu, Mit Müsteşarı Hakan Fidan ve Genelkurmay 2. Başkanı Orgeneral Yaşar Gürel’e” ait oldukları iddia edilen tapelerin internette yayınlanmasından sonra Twitter’ın ardından, YouTube erişime kapatılmıştır (Vikipedi, 2014).**

Elektronik iletişimin dinlenmesi ve dinlenen bilgilerin dağıtılmasını önlemek için yürürlükte bazı uygulamalar bulunsa da, bu tarz olayların önlenmesinde birtakım sıkıntılar bulunmaktadır. Kamusal bilgi sistemlerinde, kişisel verilerin sürekli olarak depolanması, bu verilerin güvenliğini zorlaştırmaktadır. Kullanılmakta olan sistemler, “*hack*” denilen internet korsanlarına karşı zayıf kalmaktadır. Güvenlik teknolojilerin sürekli gelişiyor olmasına rağmen, kişisel bilgilerin alınmasının önüne geçilememektedir. Günümüzde bu durumla alakalı örnek vakalara sıkça rastlanmaktadır (Tataroğlu, 2013: 273).

Teknoloji, sunduğu imkânlar ile bireylerin konuşmalarının ve görüntülerinin kayıt altında tutulabilmesine olanak vermektedir. Teknoloji sayesinde gözetleme, bir “*gözetleyeni ve gözetlenenini*” varsaymaktadır. Toplumsal alanda bu durum, bilginin eyleme geçmiş halini ortaya koymaktadır. Bu anlamda kitle iletişim araçlarının kullanımı, ilgi alanlarına göre farklılaşmaktadır (Başer, Akça, 2011: 20). Özellikle internetin önlenemeyen yükselişi, kişilerin istedikleri bilgilere çok daha rahat ve ucuz yollardan ulaşılıyor olması, siber alanın özel hayatlar ile kamusal alan arasındaki mekân farklılıklarını ortadan kaldırmaktadır.

2.5. Denetleyen İktidarın Denetlenen İktidara Dönüşmesi

Gözetim, modern hayatın bir parçası olarak görülmektedir. Kapalı toplumlar ile feodal toplumlarda oluşmayan yapılar, yeniçağda sistematik olarak oluşturulmaya başlanmıştır. Enformasyon alanında yaşanan gelişmeler ile bilgiye kolayca ulaşıyor olması, bireylerin

denetlenmesini daha kolay hale getirmektedir (Sucu, 2011: 128). Aynı zamanda denetlenen iktidarın, denetlendiği bir ortam meydana gelmektedir.

Kitle iletişim araçlarında her geçen gün meydana gelen yenilikler, sosyal medya ortamlarının kontrol edilemeyişi ve görsel, yazılı basının kişileri manipüle etme etkisi aynı dünya görüşüne sahip insanları bir araya getirmektedir. Gazetecilik pratiklerinde ortaya çıkan yenilikler ile herkesin gazeteci olduğu bir hayatta gözetleyen ve gözetlenen taraflar aynı olabilmektedir.

Frankfurt Okulu düşünürlerinin ifade ettiği gibi, medyanın toplumsal hayatı belirleme ve dönüştürme gücü her geçen gün artmaktadır. Bilgiyi üreten kanalların ideolojik etkilerle bireye sunulması, kişilerin gerçeklik arayışlarında sonu olmayan bir maceraya sürüklenmektedir. Medya gruplarının ideolojileri, hizmet ettikleri çıkar gruplarının ideolojilerine dönüşmektedir (Kaplan, Ertürk, 2012: 9).

Durum böyle olunca herkesin aktif olarak gazetecilik yapmaya başladığı bir dönemi yaşamaktayız. Yurttaş gazetecilik olarak tanımlanan bu kavram herhangi bir kurumda gazeteci olarak çalışmayan kişilerin temelinde merak olgusunun bulunduğu bir anlayışla etrafında gördüğü olaylarla alakalı kaleme aldığı yazı, fotoğraf veya videoları sosyal medyada yayınlamasıdır. Yurttaş gazetecilik, geleneksel medya ile aktif gazetecilerin yaptığı haberlere bireylerin itibar etmemesi üzerine ortaya çıkmıştır. Doğru haberciliğin olmadığı düşünülen ortamda bu eksikliğin ortadan kaldırılması yurttaş gazetecilik ile mümkün olmaktadır (Turan, 2008: 58). Yurttaş gazeteciliğinin varlığı ile birlikte sosyal medya bu kişilerin en fazla kullandıkları alan olmuştur. Blok süreçlerinin başlaması da bunu göstermektedir. Bireyler kendi yaptıkları haberleri kendi bloklarında yayınlamaktadır. Teknolojinin yükselmesi ile ortaya çıkan Yurttaş gazetecilik kavramında açığa çıkan en büyük sıkıntı ise mahremiyet ihlallerinin artması olmuştur.

Yeni teknolojilerle, iletişim ve enformasyonun gelişiyor olması, özellikle sosyal medyada kişilerin mahremiyetini ihlal edecek kadar, her türlü bilgiye ulaşılmasını da kolaylaştırmaktadır (Aydın, 2013: 131-146). Mahremiyetin kamusal alan ile olan ilişkisi, bireylerin yalnız kaldıkları, istedikleri gibi davrandıkları, diğer kişilerle nerde, ne zaman, hangi koşullarda iletişim kuracaklarına kendilerinin karar verdikleri bir ortamda meydana gelmektedir. Yani mahremiyet, kişinin kamu üzerindeki eylem haklarını ifade etmektedir (Yılmaz, 2012: 248).

Tarihsel süreçte, devlet düzeyinde, askeri alanlarda ve benzeri alanlarda bilginin korunması ve güvenliğinin sağlanması için ortaya çıkan problemlerin çözümünde, sürekli bir çözüm arayışı olmuştur. Tarihte kullanılan ilk şifreleme tekniklerinden biri, “*monoal-pabeticciphers*” yöntemidir. Bu yöntemi, teknik olarak kullanan en ünlü kişi Roma imparatoru Sezar’dır. Yöntemle kullanılan şifreleme ise “*Sezar Şifresi*” olarak bilinmektedir. Bir diğer yöntem de İkinci Dünya Savaşı sırasında Nazi Almanyası’nın kullanmış olduğu “*Enigma*” isimli makinedir. Bu şifreleme yöntemleri, zaman içerisinde kırılabilmiştir (Özcan, Akdaş, 2012: 574)

Genel olarak insanlar, başkaları tarafından bilinmesini istemedikleri mesajlarını, farklı yöntemlerle gizlemek istemektedir. Yukarıda belirttiğimiz üzere, tarihsel dönemlerde bunun örnekleri bulunmaktadır. Mesajların belli bir sistem içerisinde öncelikle “*anlaşılabilir*” daha sonra ise “*anlaşılamaz*” hale getirilmesi, sonraki aşamada tekrar anlaşılabilmesinin sağlanmasına “*kriptoloji*”, herhangi bir yapı değişikliği olmadan mesaj içeriklerinin saklanmasına ise “*steganography*” denilmektedir. Türkiye Cumhuriyeti Anayasası-

nın 22. Maddesi¹ bireylerin haberleşme özgürlüğüne sahip olduğunu ve iletişim gizliliğinin temel kaide olduğunu belirtmektedir. 22. Maddeye göre “dinlemeler” ancak hâkim kararı doğrultusunda yapılabilir. Durumun tek istisnası, “özel durumlar” için geçerli olmaktadır. Fakat yasal olarak güvence altına alınmış olmasına rağmen, ülkemizde hâkim kararı olmadan özel ve tüzel kimliğe sahip kişi ve kuruluşlar dinlenmekte, sosyal medyada takip edilmektedir. “*Sivil ve askeri bürokrasinin*” etkinliğinin kısmen de olsa zayıfladığı bir dönemde yapıldığına inanılan bu gizli dinleme ve gözetleme faaliyetleri son dönemde ortaya çıkan tapeler ile pekişmektedir (Kırlıdoğ, 2011: 3, 18).

İnternet’in “*anarşist*” yapısı, denetlenemeyişi, zaman ve mekân sınırı olmayışı, otoriter sistemlerin, daha rahat kontrol edilmesini sağlamaktadır. Merkezi bir kontrolün olmadığı “*siber uzayda*” bireyler, iktidar sahiplerinden bağımsız, daha özgür hareket etmekte ve isteklerini daha rahat dile getirmektedir. Özellikle otoriter yönetimlerin muhalif kesimleri, bu teknoloji yardımı ile uluslararası normlara ters düşen konuların önüne geçilmesi bağlamında dış dünyadan daha rahat destek alabilmektedir. Sınır kavramı fiziki mekâna göre, siber uzayda daha önemsiz hale gelirken, birey kavramı geçmişte hiç olmadığı kadar ön plana çıkmaktadır. Özellikle internetin “*anonim*” yapısı arkasındaki kişilerin düşüncelerini çok daha rahat dile getirmelerine olanak sağlamıştır. İnternet, yönetenler üzerinde toplumsal denetim aracına dönüşmektedir (Bozkurt, 2014: 106). Özellikle aktivist hareketler bu noktada ön plana çıkmaktadır. Aktivistlerin en belirgin özelliği bireyler üzerinde davranış değişikliği meydana getirerek kamuoyu yaratarak istedikleri noktada anayasal değişikliklerin önünü açmaktır. Bu amaç doğrultusunda çok farklı araçlar kullanılmaktadır. Günümüzde iletişim araçlarının verdiği güçle amaç sadece enformasyon yaymak değil sanal ortamı direk eylemin alanı olarak kullanmaktır (Lievrouw, 2011: 54). Aktivistler eylemlerini anlamlı hale getirmek için sayısal mekânı farklı şekillerde kullanmaktadır. Temel hedef enformasyon teknolojilerini harekete geçirerek sosyal hareketliliği başlatabilmektedir. 2013 yılı Mayıs ayı sonlarında başlayan ve günlerce süren “Gezi parkı olayları” da aktivistlerin enformasyon teknolojilerini etkili biçimde kullandıkları örnek olay olarak kayıtlara geçmiştir.

SONUÇ

Elde edilen sonuçlara bakıldığında gözetim kavramının sadece bireylere yönelik olarak gerçekleştirilmediği, fiziki mekânlara, sayısal teknolojilere ve sistemlere de uygulandığı anlaşılmaktadır. Post modern dönemde yeni ve çoklu bir kavram olarak ön plana çıkan gözetim toplumu iktidar yönetimlerinin rasyonel metotlarını da bünyesine katmaktadır. Yeni iletişim teknolojileri bağlamında toplumsal sahiplik ve denetim alanlarındaki son engeller de ortadan kalkmıştır. İktidarın gücünü temsil eden görme/gözetim, yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla aynı zamanda bireysel denetim ve gözetim aracı haline gelmiştir.

¹ Madde 22- (1) Herkes haberleşme hürriyetine sahiptir. Haberleşmenin gizliliği esastır. (2) Millî güvenliğin, kamu düzeninin, genel sağlığın, genel ahlâkın veya başkalarının hak ve hürriyetlerinin korunması veya suç işlenmesinin önlenmesi sebepleriyle usulüne uygun olarak verilmiş hâkim kararı olmadıkça; yine bu sebeplere bağlı olarak gecikmesinde sakınca bulunan hallerde kanunla yetkili kılınmış merciin yazılı emri bulunmadıkça, haberleşme engellenemez ve gizliliğine dokunulamaz. Yetkili merciin kararı yirmidört saat içinde görevli hâkimin onayına sunulur. Hâkim, kararını kırksekiz saat içinde açıklar; aksi halde karar kendiliğinden kalkar. <http://yeni-anayasa.blogspot.com.tr/2007/09/madde-22-haberleme-hrriyeti.html> erişim tarihi: 27.02.2015

20. yüzyılın sonlarında medya tarafından yalnızlaştırılan birey, medya ideolojilerinin kurgulamalarıyla sarılıp sarmalanmaktadır. İktidar karşısında zayıf bırakılan bireylerin direniş alanları da zayıflatılmaktadır. Buna karşılık 21. yüzyılın ilk başlarında, özellikle internet haberciliğini kullanan birey, tek tiplleşmeye karşı, birer politik aktör olarak, siber ağları kullanma yolu ile karşı atağa geçmektedir. Dünya ölçeğinde bu eğilimlerde her geçen gün artış olmaktadır. Birey, devletin dönüştürücü gücü karşısında, yine aynı aygıtları kullanma yolu ile kendi ideolojileri için savunmaya geçmekte, böylece bu yöndeki örgütlenmeler artmaktadır. Her bireyin kendi politik araçlarını kullanarak dünyayı görmek istediği açıdan değerlendirdiği, klavyesinden dünyaya mesajlar verdiği bireysel dönüşüm politikalarının yaşandığı bir çağı yaşamaktayız (Kaplan, Ertürk, 2012: 11). Her ne kadar devletin rolü bu noktada daha etkin olarak görünüyorsa da, günümüzde özel yaşama ve mahremiyete yönelik tehditler sadece devlet kolları tarafından değil aynı zamanda bireyler ve farklı kuruluşlar tarafından da yapılmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen yenilikler kişilerin ve kurumların özel hayatlarına müdahaleyi kolaylaştırmaktadır. Böyle bir ortamda insanlar telefon görüşmelerinin dinlenmeyeceğinden, sanal iletişimin okunmayacağından, çeşitli bilgi ve dokümanların gazetelerde yayınlanmayacağından emin olamamaktadır (Yüksel, 2003: 182, 183).

Ortaya çıkan sonuç “sosyal ve politik” geleceğin “teknoloji bayilerindeki” yayınlardan öğrenilemeyeceğini göstermektedir. Çünkü sürekli gelişen teknolojiler, yaygın ve hızlı bir şekilde kullanılmakta, var olan gelişmeler ‘sosyo- teknik’ alanların her birinde gözlenmektedir. Gözetim bakımından, kişisel bilgiler sınırlar olmadan izlenebilmektedir. En dikkat çeken tarafı, veriler dijital olduğu için, sınır kavramı ortadan kalkmaktadır (Lyon, 2013: 163, 191).

Enformasyon araçlarının sürekli gelişimi ‘ağ işçilerini’ ağ sisteminin sürekli elemanı haline getirmektedir. Merak duygusundan beslenen ‘ağ ajanlığı’ bir sanal cemaat duygusu yaratmakta, internette vücut bulan sanal bağlar iktidarların belli kural ve dinamiklerini tehdit eder hale gelmektedir.

KAYNAKÇA

Akça, G. ve Doğa Başer, (2011). “Karanlığın Yok Oluşu, Gelişen Teknolojinin Gizlilik ve Mahremiyet Üzerindeki Etkileri”. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26, 19-42.

Aydın, B. (2013).“Sosyal Medya Mecralarında Mahremiyet Anlayışının Dönüşümü. Transformation Of Privacy In Social Networks”. *İstanbul Arel Üniversitesi, İletişim Fakültesi. İletişim Çalışmaları Dergisi*, (5), 131-146

Aytaç, Ö. (2005). “Modern Bürokratik Kurumlar Ve Baskı Düzenleri”, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 15(1), 249-278

Babacan, M. E., Haşlak İ. ve Hira, İ. (2011). “Sosyal Medya ve Arap Baharı, Arab Spring and the Social Media”. *Akademik İncelemeler Dergisi*. 6(2), 63-92

Başaran, T. (2007). *Soğuk Savaş Sonrası Bilim Kurgu Sinemasında Distopik Sistemler Ve Kontrol Mekanizmaları*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon Sinema Anabilim Dalı.

Baştürk, E. (2012). “Michel Foucault’da Liberalizm Eleştirisi: İktidar, Yönetimsellik Ve Güvenlik”. *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 14, 65-78

- Baştürk, E.** (2013). “Bir Kavram İki Düşünce: Foucault’dan Agamben’e Biyopolitikanın Dönüşümü” *Alternatif Politika*, 5 (3), 242-265
- Bauman, Z.** (2011). *Bireyselleşmiş Toplum*. (Çev.) Yavuz Alagon. İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Bayram, A. K.** (2009). “Modern Zamanlarda Etik ve Siyasal Değerler”. *Dem Dergi*, 2 (5), 16-23.
- Bozkurt, V.** (2000). “Gözetim ve İnternet: Özel Yaşamın Sonu mu?” *Birikim Dergisi*, (136), 75-81
- Bozkurt, V.** (2012). *Endüstriyel Ve Post-Endüstriyel Dönüşüm*. Bursa: Ekin Basım Yayın
- Bozkurt, V.** (2014). *Endüstriyel, Post Endüstriyel Dönüşüm, Bilgi, Ekonomi, Kültür*. Bursa: ekin basım yayın dağıtım.
- Büyüksener, E.** (2009). *Türkiye’de Sosyal Ağların Yeri ve Sosyal Medyaya Bakış*. (Ed.) Mustafa Akgül, Ethem Derman, Ufuk Çağlayan, Atilla Özgi. İstanbul: Bilgi Üniversitesi. 39-43
- Çelebi, V.** (2013). “Michel Foucault’da Bilgi, İktidar ve Özne İlişkisi”. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(1), 512-523.
- Çoban, B.** (2009). “Yeni Panoptikon, Gözün İktidarı ve Facebook”. *Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (10), 1-18
- Çoban, B.** (2014). “Göz ve İktidar: “Vitrinlere Değil Gökyüzüne Bak!””. *EulJournal of Social Sciences. LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 15
- Dolgun, U.** (2008). *Şeffaf Hapishane Yahut Gözetim Toplumu Küreselleşen Dünyada Gözetim, Toplumsal Denetim Ve İktidar İlişkileri*. İstanbul: Ötüken Neşriyat A.Ş
- Ekin, N.** (1999). *Küreselleşme Ve Gümrük Birliği (Çalışma yaşamında Dönüşüm: Çelişkiler Ve Fırsatlar)*. İstanbul: Fırat Basım San. Tic. Ltd. Şti
- Eroğlu, Feyzullah** (2006), “Bilgi-İktidar Ekseninde Yönetim Bilimlerinin İdeolojiye Alet Edilmesi” 3-5 Kasım 2006 Uluslararası Bilgi. *Ekonomi ve Yönetim Kongresi*, 1, 22
- Foucault, M.** (2014). *Özne Ve İktidar*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Gölbaşı, Ş.** (2012). “Mahpus Toplum: Panoptikon’dan Biyolojik Gözetime”. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 66 (2), 235-246.
- Gönülaçar, Ş.** (2008). “İç Denetimin Bürokratik Serencamı”, *Mali Hukuk Dergisi*, (135), 1-21.
- Güneş, S.** (2006). *Enformasyon Toplumunun Putları*. Ankara: Hece Yayınları
- Kamu-Bib Kamu Bilisim Platformu.** (2008). X .Kişisel Verilerin Korunması. 2. Çalışma grubu.
- Kaplan, K. ve Elif Ertürk** (2012). “Dijital Çağ Ve Bireyin İdeolojik Aygıtları” *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 2(4), 7-12.
- Kırlıdoğ, M.** (2011) “Günümüzde Ve Geçmişte Elektronik Dinleme Ve Gözetim”. *Bilim ve Gelecek dergisi*, 94, 1-19.

- Kocacı, F.** (2003). “Bilgi Toplumu ve Türkiye”.*C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*. 27(1), 1-10.
- Köse, H. Ö.** (1999). “Denetim ve Demokrasi”, *Sayıştay Dergisi*. (33), 62-85.
- Lyon, D.** (2006). *Gözetlenen Toplum*. (Çev. Gözde Soykan). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Lyon, D.** (2013). *Gözetim Çalışmaları*. (Çev.) Ali Toprak. İstanbul:
- Marx, G. T.** (2002). “What’s New Aboutthe ‘New Surveillance?’ ClassifyingforChange-andContinuity”, *SurveillanceandSociety*, 1(1), 9-19.
- Mattelart, A.** (2004). *Bilgi Toplumunun Tarihi*. İstanbul: İletişim Yayınları
- Özarslan, Z.** (2008). “Gözün İktidarı: Elektronik Gözetim Sistemler”. ‘Panoptikon Gözün İktidarı.’ Barış Çoban, Zeynep Özarslan. (Haz.). İstanbul: Su Yayınları
- Özcan, İ.** ve Davut Akdaş, (2012). “Mikrodenetleyiciler Kullanılarak Hızlı Ve Güvenli Haberleşme Sistemlerinin İncelenmesi”. 3. *Ulusal Tasarım İmalat ve Analiz Kongresi*, 574-585.
- Özdel, G.** (2012). “Foucault Bağlamında İktidarın Görünmezliği ve ‘Panoptikon’ İle ‘İktidarın Gözü’ Göstergeleri”.*TheTurkish Online Journal of Design, Art andCommunicationTojdac*. 2 (1), 22-29
- Sucu, İ.** (2011). “Gözetim Toplumunun Karşı Ütopya Yüzü: İktidar Güçleri Ve Ötekiler”. *Atatürk İletişim Dergisi*, (2), 127-128.
- Taner, A.** (2012). “Kamu Yönetiminde Yeniden Yapılanma Arayışları Ve Hesap Verme Sorumluluğuna Etkileri”, *Sayıştay Dergisi*. (85), 27-50
- Tataroğlu, MTbd.** (2013). “Mahremiyet Sorunlarının Önlenmesinde Mahremiyet Etki Değerlendirmesi”. *Yönetim Ve Ekonomi*, 20(1), 263-289.
- Tekergül, M.** (2010). *İşyerinde Elektronik Gözetim Uygulamaları*.(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) İstanbul: Kadir Has ÜniversitesiSosyal Bilimler EnstitüsüHukuk Anabilim Dalı.
- Tokgöz, C.** (2011)*Bilişim Çağında Toplumsal Denetim Aracı Olarak Gözetim Olgusu Ve Yeni İletişim Ortamlarında Bireyin Gözetim Farkındalığı Üzerine Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı.
- Turan, N.** (2008). *Yeni Medya Ve Gazetecilik*.(Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Ankara ÜniversitesiSosyal Bilimler EnstitüsüGazetecilik Anabilim Dalı.
- Türe, F.** (2005). “Muhafazakârlık, Yeni Sağ ve AKP”. *Eğitim bilim toplum, üç aylık hakemli dergi*. 3(12), 40-50
- Weber, M.** (1986). *Sosyoloji Yazıları*. (Çev. Taha Parla). İstanbul: Hürriyet Vakfı Yayınları.
- Yamaç, K.** (2010). “Bilgi Toplumu ve Demokrasi Üzerine, On Information Societyand-Democracy”.*Türk Kütüphaneciliği* 24 (3), 519-525
- Yılmaz, A.** (2012). “Sosyal Medya Kullanımında Güncel Tartışmalar: Üniversite Öğrencileri Örneğinde Mahremiyet Kamusal Alan İlişkisi”. *Yeditepe Üniversitesi*, 3(5), 246-264.

Yüksel, M. (2003). “Mahremiyet Hakkı Ve Sosyo-Tarihsel Gelişimi”. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 58(1), 181-213

SİNEMADA ERİL SÖYLEM VE ATIF YILMAZ FİLMLERİNDE KADIN SORUNU

İrfan HİDİROĞLU*
Semra KOTAN**

ÖZET

Sinemanın ilk yıllarından günümüze değin kadının filmlerdeki temsilinin geleneksel eril söylem içerisinde nasıl kurulduğu hep tartışılmıştır. Bu çalışmada öncelikli olarak sinemada kadının nasıl temsil edildiğine yönelik bir çerçeve sunulmaktadır. Daha sonra "kadın filmleri yönetmeni" olarak anılan Atif Yılmaz'ın kadın sorununu filmlerinde nasıl ele aldığı irdelenmektedir. Niteliksel içerik analizi yöntemiyle filmlerde temsile taşınan kadınlardan hareketle kimlik arayışında olan kadının, toplumsal alandaki mücadelesi ve sorunları çözümlenmektedir. Çalışmada filmlerin tematik yapısı çerçevesinde film içeriklerine odaklanmakla birlikte geçmişten günümüze toplumun kadına atfettiği değer ve yargıların analizi yapılmaktadır. Kadına biçilen rollerin ve bu rolleri boyun eğerek içselleştiren kadının kalıplarını kırarak ne ölçüde erkek egemen söylemin dışına çıktığı ve bu süreçte karşılaştığı sorunların ortaya nasıl konulduğu gösterilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın sonunda ise Atif Yılmaz'ın kadına ve onun sorunlarına farklı bir perspektif getirme çabasında olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Kadın Temsili, Atif Yılmaz Sineması, Eril Söylem, Cinsel Kimlik, Erkek Egemen Toplum.

MASCULINE DISCOURSE IN CINEMA AND WOMEN'S ISSUES IN ATIF YILMAZ MOVIES

ABSTRACT

How in the creation of traditional masculine discourse of women's representation in movies, from the early years of cinema until today, has always been discussed. This study presents primarily as a framework for how women are represented in cinema . Then "women's film director, referred to as" Atif Yılmaz that discusses how to handle women's issues in the movies. Moving from representation of women movies, struggle of women who are searching for identity in social areas and issues, are resolved. In this study, Within the framework of the thematic structure of the films, both the film focuses on content and from past to present assigned by community to women values and judgments was hold to analyze. It tired to show that the roles attributed to women who internalize these roles submissive, what extent move away from masculine thoughts by breaking the mold and how to demonstrate the problems encountered in the process. At the end of the study, it was observed in that, Atif Yılmaz has been seen in the effort to bring a different perspective and strives to women and women's issues

Keywords:Female Representation, The Cinema Of Atif Yılmaz, Male Statement, Identity Gender, Male-Dominated Society

* Yrd. Doç. Dr. Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, hidiroglu@atauni.edu.tr

** Arş. Gör. Muş Alparslan Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, E-posta: semrakotan25@gmail.com

GİRİŞ

Toplumsal cinsiyet bağlamında ataerkil düzende kadınlık ve erkekliğin rolleri, toplumun ve kültürün onlardan beklentileri konusunda önemli bir etkiye sahiptir. Bu etki doğrultusunda toplum kadınları; kadınsı, dişil varlıklar, erkekleri ise; erkeksi ve eril bireyler olarak karakterize etmektedir. Geleneksel eril söylemin, kadına dayatmak istediği şey, onun biyolojik özellikleri dolayısıyla taşıdığı annelik vasfı ile kadını eve ve ev içi rutinlere bağımlı kılmaktır. Bu noktada kadın cinselliği eril söylemin meşru kıldığı çerçevede, özel alan içerisinde yaşanmalıdır. Bu söylem hem Türk sinemasında hem de Hollywood sinemasında eril gücün değerli gördüğü kodların taşıyıcısı konumundaki kadını nesne konumunda vermektedir. Türk sinemasında, Yeşilçam melodramlarında kadın bu anlamda ataerkil düzen içerisinde baskın erkek egemenliği altında kalan, sabrı ile olgunlaşmış, çoğunlukla çaresiz ve ezilmiş bireyler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Atıf Yılmaz filmlerinde kadına yüklenen geleneksel ataerkil bakışın aksine, bir kadın temsilinin olduğu iddia edilebilir; kadın, nesne durumundan özne statüsüne kavuşturulmak istenmiştir. En azından, kadının nesne konumunun filmler aracılığıyla tartışıldığı söylenebilir. Yılmaz, kadına yüklenen geleneksel tanımlamaları kırarak kadının yeniden anlamlandırılması konusunda bir farkındalık oluşturma çabasıdır. Ataerkil bakıştaki kadın imgesi altında yatan edilgenlik, ikincil konum, nesne statüsü ve ötekilik durumu yerine Yılmaz filmleri kadını eril söylemden farklılaştırarak birey statüsüne taşımaktadır.

Atıf Yılmaz filmlerinde kadının nasıl temsil edildiğini sorunsallaştıran ve nasıl betimlendiğini aktarmaya çalışan bu çalışmada, öncelikli olarak kadın sorununu ve kadın sorununun sinemada nasıl temsil edildiğini irdeleyen ilgili literatür (kitap, makale) araştırması yapılmıştır. Araştırmanın ilk kısmında ilgili literatürden hareketle genel olarak dünya, özelde Türk sinemasında geleneksel eril söylem içerisinde kadının temsili tartışılmıştır. Araştırmanın İkinci kısmında ise analize dahil edilecek örneklem seçimi yapılmıştır. Bu bağlamda Atıf Yılmaz filmlerinin hepsi araştırmaya tabi tutulmamıştır. Atıf Yılmaz'ın daha çok 1980'lerde çekmiş olduğu "Türk sinema tarihinde kadın filmleri" olarak adlandırılan filmleri çözümlenmeye dahil edilmiştir.¹ Bu örneklem üzerinden elde edilen veriler, okunan ilgili kaynaklardan hareketle kategorileştirme yapılarak çözümlenmiştir. Bu kategoriler; Cinsellik Boyutunda Kadının Kuruluşu, Erotikleştirilen Kadın Bedeni, Kadınlar Arası İlişkiler, Filmlerde Kadına Yönelik Şiddetin Sunumu, Kamusal Alanda Çalışan Kadın, Evde Anne Olan Kadın, Eril Söylemi Temsil Eden Erkeğe Dönüşmüş Kadın, olarak yedi başlıkta niteliksel içerik analizi yöntemiyle ortaya konulmaya çalışılmıştır.

1. SİNEMADA GELENEKSEL ERİL SÖYLEM

Toplumsal hayatta birçok davranış erkek olmakla ya da kadın olmakla ilişkilendirilerek, iki cinse özgü bir biçimde ayrı ayrı tanımlanmaktadır. Millett'e göre, cinsel politika her iki cinsinde gerek ruhsal, gerekse de toplumsal yerlerinin ve durumlarının, ataerkil tutuma ve anlayışa bağlı kalınarak toplumsallaştırması sonucunda gönüllü destek bulmaktadır. Erkeklerdeki saldırganlık, zekâ, güç, aktiflik, kadınlarda ise güçsüzlük, iffet, edilgenlik bek-

¹ Deli Kan (1981), Mine (1982), Dağınık Yatak (1984), Bir Yudum Sevgi (1984), Dul Bir Kadın (1985), Kadının Adı Yok (1987), Adı Vasfiye (1985), Aaahh Belinda (1986), Asiye Nasıl Kurtulur? (1986), Hayallerim, Aşkım Ve Sen (1987), Düş Gezginleri (1992) filmleri, "kadının temsili" açısından değerlendirilmeye tabi tutulmuştur.

lenen ve de kabul edilen niteliklerdir. İşte ataerkillik bu bağlamda kadın ve erkeğin bu doğal niteliklerinden yola çıkarak hiyerarşik bağımlılık ilişkileri kurmaktadır (Akt:Öztürk,2000:130).

Bu bakımdan bireyi kurulu sisteme kolayca entegre eden ve çağımızın en etkili sanat dallarından biri olan sinemada, kadının temsili eril söylemle uyumlu bir biçimde kurulmaktadır. Başlangıcından günümüze kadar sinemada, kadın ve erkek rolleri hemen hemen aynı, belli, kesin ve kırılmaz kalıplar içinde kalmıştır. Erkekler hala başarılarıyla, güç ve eylemleriyle, kadınlar ise erkeklerle olan ilişkileriyle tanımlanmaktadır (Öztürk,2000:69-70). İster kamusal ister özel alan olsun kadınlar, filmlerdeki olay örgüsü ve diyaloglarda kişisel sorunlar etrafında resmedilmiş,mekânlar/eşyalar içerisine sıkıştırılmış ve sıklıkla ailesel sınırları ifade edecek şekilde kapatılmıştır. Çekimlerde kadınlar bağımsız bir birey olmaktan çok, çevresine ve ilişkilerine yazgılı bir biçimde resmedilir. Kadın bedeninin parçalanarak bir meta konumuna getirilmesi Hollywood sinemasında kadının erkek arzularının bir nesnesi olduğu imajını yeniden yeniye üretmektedir.

Erkek iktidarının edilgen doğrulayıcıları olan kadınlar filmlerde kariyer- aşk ya da kariyer- evlilik ikilemelerinde kendilerini bulan erkek yönetmenlerce evcilleştirilirler. Birçok popüler filmde kadınlar ikinci plandadır. Ana karakter olsalar bile edilgen, yardıma muhtaç kişiler olarak erkek bakış açısı üzerinden yaratılmış rollerde sunulmaktadırlar.² Klasik Hollywood filmi, kadınları “zapt etmek” için geleneksel biçimde ataerkil bir tarza sahiptir. Bu bağlamda tecimsel film eleştirisi, kameranın kadını kurban konumuna indirgeyen, bakışın nesnesi yapan, seyirlik hale getiren bir araç olduğunun ortaya çıktığını ima eder (Öztürk,2000:71).

Hollywood sinemasında film yönetmenleri kadın temsilleri yaparken 1970'li yıllarda kadına sadece dışarıdan bakmışlar ve eril gücün desteği olmaksızın onların kamusal alanda tutunamayacaklarını savunarak kadını ikincil konumda vermişlerdir.³ İdeal kadın, eş ve anne, mükemmel bir arkadaş, sonsuza kadar yuvasının ve evinin güvenilir dayanağıdır (Öztürk,2000:71). Ancak 80'lerle beraber kadının filmlerdeki temsil ediliş şekli kısmen değişmiştir. Çeşitli sorunlarla boğuşan kadınlara artık özgürlük kazanması için izin verilmiş ve yaşam mücadelesi içinde yer alan, nesne olmaktan çıkmış bireyler olarak bakılmaya başlanmıştır. 70'li yılların başlarında kadınların dışarıdaki dünyada erkeklerin yol göstericiliği olmadan tutunup hayatta kalamayacakları vurgulanırken, 80'li yıllarda az da olsa kadınların güçlenip, özgürleşmesine izin verilmiştir⁴ (Ryan&Kellner,2010:226-227). Bu noktada Hollywood kameralarının ardında da zihinsel olarak erkek gözü vardır ve kadınlar egemen ideolojinin dayattığı şekliyle ikincil konumdadır. Tarihsel olgulara ters düşmeyecek şekilde erkek başat güçken, kadın ona boyun eğen, ev içinde hapis, hükmedilen dişil bir temsiliyet rolündedir. Evde olan, çocukları için anne olan kadın her zaman ideal olan ve arzu edilen karakterdir.

² Abisel'in aktarımı ile Warsaw'un belirttiği gibi, Westernlerde bireysel eril kimliğin ve bunun ifadesi için gerekli olan şiddetin inşası hedeflendiğinden; kadının rolü bu bağlam içinde belirlenir. Batı, erkeğin erkek olarak var olduğu, uygarlaşmamış bir mekândır ve dolayısıyla, Westernlerde erkekler dirayetli ve bilge, kadınlar ise çocuktur (Abisel,1995:111).

³ Western filmlerde de ataerkilliğin korunması bağlamında kadının yalnızca ev ve çevresinde konumlanmalarının nedeni, ev kadını olma dışında kalan işleri yapan kadınlar sonuçta, ya ölmekte ya da var kalabilmeleri için bir erkeğin desteğine gerek duyduklarını anlamalarıdır (Abisel,1995:111).

⁴ An Unmarried Women (1978) filminde Erica kocası tarafından terk edilen bir ev kadını olarak ilk önce biraz bocalamış, daha sonra ise ayakları üstünde durabilmeyi becerebilmiştir (Ryan&Kellner,2010:227).

Eril egemenlik, klasik sinemayı ve anlatıları bütünüyle bu anlamda yapılandırarak, metinlerde genellikle ataerkil bilinçle planlanmış kadını, izleyicinin zevkine göre organize etmektedir. Bu durum Yeşilçam filmlerinde de oldukça fazla işlenmektedir. Kadın pasif rollerle özel alanda iken, erkek daha aktiftir ve varlığını kamusal alanda sürdürür.⁵ Dişil imgeler ve karakterler eril düşlemin ve korkunun ürünüdür. Kadın eril olmayan ötekidir (Öztürk,2000:71). Türk sinemasında kadının toplum içindeki durumu, toplumsal yaşama katılma çabaları, toplum içindeki yerini belirleme uğraşları, kendini gerçekleştirme güdüsü, hür bir biçimde sevme ve sevilme hakkı, kendi başına ayakları üzerinde durabilme kavgası gibi temaları işleyen filmlere 60 sonrası dönemde rastlamaktayız (Kalkan,1988:42). Bu bağlamda 1980’li yıllara kadar Türkiye sinemasında iki kadın tipi vardır. Bunlar ilk olarak, namuslu, evinin kadını, çocuklarının annesi, cinselliği olmayan, sevgi dolu, fedakâr, bağışlayan, ezilse de mutlu görünmeye çalışan kadındır (Esen,2000:29). Bu bakımdan ataerkil konumda kadın, soru sormayan, sessiz bir varlıktır. İdeolojiler üretilirken, teknoloji geliştirken kadın sessizliğini devam ettiren bir imge olmaya devam ederek bağımlı ve ikincil bir konumdaki varlığını sürdürmektedir. İkinci kadın tipi ise, cinselliği olan, seven, özgürleşme çabaları olan vamp kadındır.⁶Ancak burada da kadın her ne kadar özgür durmaya çalışsa da yine eril söylemin tahakkümü altında hırpalanan, ezilen ve yok sayılan kadın modeli olmaktan öteye geçememektedir.

Sinemada tüketimi sağlayan etkin olan hedef kitle genelde erkektir. Kadın ise sadece erotik bir nesne olarak edilgen bir şekilde sunulur. Bu yüzden de filmler kadın bedeni üzerine inşa edilerek erkek mutlu edilir. Kadın seyredilmenin hazzını yaşarken, erkek ise onu seyrederek bu hazzı alır (Berger,2005:47). Filmlerdeki bu seyredilmeyle beraber kadın seyredilmeyi, erkekse seyretmeyi öğrenir.Var olana bakma, seyretme arzusunu tatmin eden bu seyredişler, dikkati insan bedenine odaklayan sinemada, Mulvey’in tanımlamasıyla Skopofili (gözetlemecilik) olarak adlandırılır.Bu hazda, bakmanın kendinin bir zevk kaynağı olduğu durumlar vardır, tıpkı bakılmada var olan zevk gibi. Diğer bir haz ise Voyoristik (Dikizcilik)’tir. Dikizcilik, özel ve yasak alanı görmek ve emin olmak arzularının etrafında yer alır. Öteki diye nitelendirilecek insanların cinsel organ ve bedensel işlevleriyle ilgili konular üzerine düşündürür. Etkin güdü, öteki etkenlerle özellikle egonun oluşumuyla dönüşüme uğramaktadır. Bunula birlikte, öteki kişilere obje gibi bakmaktaki haz için erotik bir temel varlık olarak kendisini devam ettirir. En uç noktada ise bu sapkınlık halinde görülebilir. Şöyle ki, tek cinsel tatmini, nesneleşmiş ötekini, etkin denetleme anlamında seyrederek sağlayabilen takıntılı röntgencileri üretir (Mulvey,2008:242).

Cinsel dengesizliğin yönettiği bir dünyada, bakmadaki haz, aktif erkek ve pasif olan dişil arasında bölünmüştür. Belirleyici erkek bakışı kendi fantezisini, uygun bir biçimde şekillenmiş dişil fiğüre aktarır. Geleneksel teşhirci rolleri içinde kadınlar, “bakılabilirlik” mesajını veren, güçlü görsel ve erotik etki amacıyla kodlanmış, dış görünüşleriyle aynı anda hem bakılan hem de teşhir edilenlerdir. Cinsel nesne olarak teşhir edilen kadın, erotik temaşanın ana motifidir (Mulvey,2008,243). Filmlerde birçok kadın karakter birçok sahnede

⁵Ataerkil ideolojiler kadınların var oluşunu mahremiyet, sessizlik, doğallık, gizem gibi kavramlarla tanımlayarak kadınları dil ötesi, daha doğrusu dil öncesi bir alana hapsedmekte ve kamusalın karşısı olarak kurgulamaktadır (İrziç ve Parla, 2004: 7).

⁶Türk sinemasının başlangıcından bu yana sürüp gelen belli bir ahlak anlayışına göre, masum kızlar soyunmazlardı. Yatağa girmezlerdi, sevişmezlerdi. Öpüşmek, sevişmek, soyunmak yalnızca kötü kadınlar ve vampirler için geçerliydi. Gerçekten bu temellendirme içinde hep soyunanlar, sevişenler, erkek tüketimine eğilimli vamp çizgisindeki kadın oyuncular (Özgüç,1988:33).

teşhir edilmekte ve cinsel bir meta olarak izleyiciye sunulmaktadır. İlk bakışta sinema habersiz ve isteksiz bir kurbanın, gizlice gözlenmesinin kapalı dünyasından uzak görülebilir. Sinemada izleyicilerin konumu, onların bastırılmış arzularının ve teşhirciliklerinin oyuncuya yansıtılması halidir. Bu bağlamda erkek kadına sahip olur (Mulvey,2008:243-244).

2.ATIF YILMAZ FİMLERİNDE KADIN SORUNU

Atif Yılmaz, 1980'lerin toplumsal koşulları altında "kadın filmleri" çekerek aslında kadın sorununu bilinçli bir şekilde gündeme getirmek istemiştir. Ev içine hapsolmuş kadının özgürleşerek geleneksel düzene karşı durması ve bunu kadınların sorunu olarak sunması Yılmaz filmlerini ayrıcalıklı bir noktaya taşımaktadır. Yılmaz filmlerindeki "kadın karakterlerin geçirdiği bilinçlenme, bağımsızlaşma, kendi bedeninin ve hayatının kontrolünü ele alma süreci tarafından şekillendiğini söyleyebiliriz. Yeşilçam sinemasında utanç, düşkünlük ve günahla özdeşleştirilen yalnızca kötü kadınlara yakıştırılan cinsel arzular kadın filmleriyle farklı toplumsal kesimlerden sıradan kadınların yaşam deneyimlerinin bir parçası haline gelecektir" (Bayrakdar,2013: 151).

2.1.Cinsellik Boyutunda Kadının Kuruluşu

Kadının cinsellik boyutunda denetlenmesi ataerkil toplumların bir özelliğidir. Bu yüzden de kadının geleneksel cinsiyet rolleri cinsel bir obje olarak bedeni üzerindeki denetimi eril güce vermektedir. "Kısıtlanma, zorlanma, eğilme, kölelik, teşhir, kendine zarar verme, kendini güzel bir nesne olarak sunma mecburiyeti, zorlanan pasiflik ve küçümsenme gibi kadının ikinci sınıf konumunun belirgin pek çok özelliği kadın için cinsellik kapsamı içine sokulmuştur. Bunun temelinde kadının cinsel kullanım aracı olması yatmaktadır" (MacKinnon,2003:153). Bu anlamda kadının yaşamında belirleyici bir olgu olan cinsellik hangi kültürde olursa olsun kendisini zorlama, ayrımcılık, aldatma ve şiddet gibi alanlarda göstermektedir. Erkeğin gözüyle ötekileştirilen kadın, geleneksel sinemanın anlatı yapısında cinsel farklılık yoluyla görünür kılınan etkinlik-aktiflik-erillik ve edilgenlik-pasiflik-dişillik karşıtlıkları üzerine kurulmuştur (Mulvey,2008:243).

Yılmaz filmlerinde cinsellik boyutunda özgürleşme çabası içerisinde olan kadın, aslında yine bu kalıplarının içerisine hapsolarak eril gücün bakış açısıyla sunulmaktadır. Atif Yılmaz'ın *Asiye Nasıl Kurtulur?* filminde Asiye cinsel sömürüyle köleleştirilmektedir. Filmde kadınların; ezilmiş kadın, namuslu olmayan kadın, fahişe kadın ya da kötü yola düşmüş kadın olarak cinsellikleriyle tanımlandığı ve yaşamlarının devamı için bir erkeğe bağımlı olunması gerektiğini vurgulayan epizodlar yer almaktadır. Namuslu olan ev kadınları ve anne olan kadınlar karşısında "öteki" olarak tanımlanan Asiye ve onun gibiler cinsellikleriyle eril söylemin haz nesnesi olarak konumlandırılmaktadır. Filmde kadınlar cinselliğin kölesi olarak temsil edilmektedir. Fahişe olan kadın burada kent yaşamının bir metaforu olarak anlamlandırılmaktadır. Çünkü kent yozlaşmanın/tehlikenin ve her türden sömürünün olduğu bir yerdir. *Deli Kan* filminde de yine Zekiye köyden kente gelince kötü yola düşmüş ve fahişe olmuştur. Benzer biçimde, *Dağınık Yatak* ve *Düş Gezginleri* filmlerinde fahişe olan kadınların öyküleri işlenirken eril iktidar kadın bedeni üzerinde bir tahakküme sahiptir ve fahişe olarak konumlandırılan kadınlar cinselliğe indirgenmiş birer obje niteliği taşımaktadır. *Dul Bir Kadın*'da Suna ve Ergun arasında geçen birçok sevişme sahnesinde Ergun'un tavrı sevgiden, aşktan arındırılmış tamamen cinselliğe indirgenen duygular eşliğinde verilmektedir. Ergun'un, "*Artık hanımefendi numaralarına paydos!*" demesi bir kadın olarak toplumsal öngörünün kılıfını giymiş dul bir anne olan Suna'yı cinsellik açısından farklı bir boyuta taşımaktadır.

Sinemada kadın izleyici ile kadın kahraman genellikle bakmayı ve kendisini hazla arzula-yan erkeğin bakışına karşılık vermeyi beceremez. Bu yüzden de arzulamayı becerebilen erkekler sinemanın klasik anlatı yapısında bakarak arzulama görevini yerine getirmektedir (Öztürk,2000:71).*Bir Yudum Sevgi* filminde Cemal'in çırılçıplak odanın orta yerinde karısı, baldızları ve annesinin gözleri önünde kurşun döktürdüğü sahnede kadınların çıplak erkek bedenine bakışları erkeğin kadına bakışından çok farklıdır. Erkek bakışlarıyla arzu ettiğini belli ederken kadınlar bu sahnede utanarak, kızarak Cemal'i seyretmektedir. Yılmaz filmlerinde cinselliği bir özgürleşme süreci içerisinde yaşamak isteyen kadınlar giyimleriyle, bakışlarıyla, tavırlarıyla seyredilmekten haz duyan imgeler olarak çizilmektedir. *Dul Bir Kadın*'da Ergun saçlarını sürekli toplayan Suna'nın saçlarını açtırarak fotoğraflarını çekerken Ergun vizörün arkasında onu seyretmekten zevk almakta ve onu arzulamakta, Suna'da seyredilmenin verdiği o hazla makineye bakmaktadır. Fotoğrafi çektikten sonra, "*Eğer obje parlaksa fotoğraf güzel çıkar*" sözüyle geleneksel söylemdeki kadının obje durumuna gönderme yapmaktadır. Buna karşılık feminist tavrıyla filmde dikkat çeken Gönül ise, "*Obje değil, obje deme!*" diyerek bu söylemin karşısında olduğunu göstermektedir. *Kadının Adı Yok* filminin son sahnesinde ev sahibi, Işık'a "*Eve giren çıkan belli değil, edebinle oturacaksan otur, yoksa da çık bu evden!*" diyerek kadının toplumsal rolü gereği "edepli" olması gerektiğini vurgulamaktadır. Ancak filmin sonunda tamamen soyunarak daktilosunun başına geçen Işık cinsellik konusundaki geleneksel söyleme bir tehdit unsuru gibi özgürleşmiş bir kadın imajı çizmektedir. *Aaahh Belinda* filminde ise, şampuan reklamı çekimleri sırasında yönetmen Serap'a, "*Saçını yıkarken biraz cinsellik kat bakışlarına. Reklamda yirmi saniyede milyonlarca kadın Naciye'nin zevkini ve mutluluğunu yaşamalı*" deyince Serap'ın yüzünde halinden memnun bir ifade belirir ve o şampuanla saçını yıkarken sanki her dokunuş bir erkeğin dokunuşuymuş gibi onda haz uyardırmaktadır. Bu haliyle de erkekler açısından Serap, bir nesne durumuna indirgenmektedir. Reklam filminde cinselliği ile ortaya çıkarılan Serap aslında kapitalist düzene de bir gönderme yapmaktadır. Reklamlarda kullanılan cinsellik bugün de satın almayı özendirici bir unsur olarak kullanılmaktadır. Hatta cinselliğin güçlü olarak kurulmuş olduğu reklamlarda artan satış, uzun ömürlü ve akılda kalıcı marka imajı söz konusudur. Film, reklamlara ilişkin bu imajı temsile taşımaktadır.

2.2 Erotikleştirilen Kadın Bedeni

Atıf Yılmaz filmlerinde kadınların seyirlik nesne olmaktan kurtarılıp aktif konuma geçirildiği görülmektedir. Ancak, gerek kadın kimliğinin kuruluşu bakımından, gerekse de kadının tüm özgürleşme çabalarına rağmen, Yılmaz filmlerinin kadının tam olarak özgürleşmesini temsil etmede yetersiz kalmaktadır. Eril güç tarafından yönlendirilmesi ve erkeğin her zaman zor duruma düşen kadın için kurtarıcı bir rolde olması nedeniyle ayakları yere sağlam basan, güçlü, aktif bir kadın imgesinden söz edilememektedir. Bunun nedeni, Yeşilçam'ın eril söylem araçlarının –ne kadar kurtarmak isterse istesin-Yılmaz'ın anlatısına sızmasıyla ve her ne kadar "feminist" söylem üzerinden hareket etse de Yılmaz'ın bir erkek yönetmen olmasıyla açıklanabilir. Ayrıca, Yılmaz'ın dönemin toplumsal koşulları altında, kadın sorununun temsili ve çözümü noktasındaki gerçekçi bir bakış ile kültürel kötümser bir tavır koyduğu iddia edilebilir. Nitekim, *Aaahh Belinda*'daki kadın sorunu ve çözümünü temsil eden karakterin isminin Serap olarak belirlenmesi tesadüfi değildir.

Yılmaz, kadının temsili sorununu işlerken geleneksel eril söylemin araçlarını kullanmaktadır; kadın bedenini kamera açılarıyla parçalamakta ve cisimleştirmektedir. Yılmaz filmlerinde, kadınlar kalıplaşmış geleneksel kadın imgesine uygun biçimde ya cinselliği ile ve erotik haz nesnesi olan fahişe, ya çalışan veya evde olan anne ya da arzu edilen vamp

kadınlar olarak temsil edilmektedir. Filmlerdeki kadın karakterler olarak hem fahişelerin hem de gerek orta kesimin gerekse de burjuva sayılabilecek kadınların bedenleri kameranın bakış açısıyla parçalanmaktadır. Bu anlamda kadını yakın planda ve baş kısmından çeken yönetmen, kadının o anda almış olduğu zevki onun göğüs, bacak, kalça gibi uzuvlarını da işin içine ekleyerek gözler önüne sermektedir. Kadınlar bu şekilde pasif ve edilgen oldukları için belirleyici olan ve aktif olan erkek bakışı ile kadın bakılası bir seyirlik nesne olarak konumlandırılmaktadır.⁷

Yılmaz filmlerinde kadına yönelik üç erkek bakışı söz konusudur: birincisi, erkeğin kameranın çektiği olaya bakışı (teknik olarak nötr olan bu durum içsel olarak dikizci ve erildir, çünkü filmi çekenin erkek olduğu kabul edilir, filmi çeken kadın dahi olsa bakış açısı erkektir -seksist ideoloji-); İkincisi ise, kadını bakışın nesnesi haline getiren anlatıdaki erkeğin bakışı; sonuncusu ise, ilk iki bakışı taklit eden erkek izleyicinin bakışıdır. Bu temele göre, kadın geleneksel teşhirci rolünde gösterilir ve erkek de kadını dikizci açıdan izler. Kadın bu süreçte güçlü görsel ve erotik etkilerle kendine bakılmakta olduğunu vurgular. Kadının cinsel nesne olarak gösterilmesi erotik seyirliğin nakaratı haline gelmiştir (Derman,1994:8-9).

Aaahh Belinda filminde gözünü Naciye olarak açan Serap, sevgilisi Suat'la birlikte olur. Yataktaki sevişme sahnesinde Serap Suat ve izleyici için haz nesnesi olarak konumlandırılmaktadır. *Dul Bir Kadın*'da Suna, Ayla ve Ergun'un ise havuzda geçen sahnelerinde tamamen soyunup o şekilde yüzmeleri sonrası Suna ve Ayla'nın suyun altındaki çıplak bedenleri nesneleştirilerek erkeklerin ve vizörün arkasındaki izleyicilerin bakışına maruz kalmaktadır. Bir sonra ki sahnede de Suna ile Ergun'un çalılıkları arasında verilen sevişme görüntüsünde Suna'nın ağaçlar arasında tam da net olarak gözükmeyen bacağı, kolları ve inlemeleri seyirci adeta röntgenci bir bakışla seyretmektedir. Filmde Suna ve Ayla'nın aynı yatakta birbirlerine sarılarak sadece kalçaları bir çarşafı örtülü olduğu ve yüz üstü yattıkları bir sahne verilmektedir.⁸ Onları bu halde gören Ergun, fotoğraf makinesini eline alır ve onların fotoğraflarını çeker. Çünkü kadının bedeninin bu şekilde teşhir edilmiş olması Ergun için bir haz unsurudur. Bu anlamda haz nesnesi haline gelen kadın bedeni Ergun'un, kameranın, kamera aracılığıyla da seyircinin özellikle erkek seyircinin gözünde seyirlik malzeme olarak değerlendirilmektedir. Başka bir sahnede Ergun, Suna ve Ayla'nın model olma anlamında birçok fotoğrafını çekmektedir. Ergun elindeki kamerayla gerçekleştirdiği göğüs, sırt, bacak yakın çekimleriyle kadın bedenini parçalar ve onun bedenini erotikleştirir.

Kadın bedeninin erotikleştirildiği sevişme sahnelerinde kadın genellikle tamamen çıplak olarak verilirken, erkekler ya giyiniktir ya da yarı çıplaktır. Kamera kadının çıplak ve erotik nesne olan bedenine odaklar. Bu anlamda kadının çıplak olan kolu, bacağı, göğsü,

⁷"İşte bu denetçi, aktif erkek bakışının malzemesine dönüşerek ikincilleştirilen, değersizleştirilen bağımlı ve pasif kadın modeli, yanılsamalı anlamlar üretmenin yollarından birisine dönüşür geleneksel sinemada. Beyazperdede rastgele sergilenen kadının hem öykü içindeki karakterler, hem de izleyiciler için cinsel bir nesne olarak konumlandırılmasının ikili bir işlevi olduğunu öne süren Mulvey, egemen ideolojinin ve ona bağlı olarak işleyen psişik düzeneklerin kodlarına göre düzenlenen geleneksel filmlerde, cinsel nesneleştirilmenin öznesi olan erkeğin, bir yandan filmin fantezisini denetlerken öte yandan daha geniş bir çerçevede iktidarın temsilcisine dönüştüğünü belirtir" (Çakır,2005:217-218).

⁸Yatakta cinsel eyleme dönüşmeyen, iki kadın arasındaki arkadaşlık ilişkisi, iki yalnız kadının bu aşamada birbirlerine yaklaşmaları göndermeler yaparak, yani erotik göz kırpmalar biçiminde lezbiyenlik ilişkisi bağlamında verilmektedir (Özgüç,1988:112).

kalçası cinselleştirilmiş ve seyirlik nesne haline getirilmiştir. Kadın kahramana yakın girilen baş çekimde orgazm anının kamera açısına girmesiyle de yine erotizm vurgulanmaktadır. *Bir Yudum Sevgi* filminde, Aygül ile Cemal'in sevişme sahnesinde Cemal, Aygül'ün üzerindedir. Kamera Cemal'in sırtından Aygül'ün çıplak olan bedenine doğru kaymaktadır ve onun orgazm anına yoğunlaşmaktadır.⁹ Atif Yılmaz kadın bedenini seyirciye sunarken genellikle yuvarlak, dolgun, ve açık renkli kadınları seçmiştir. (Meral Oğuz, Lale Mansur, Hale Soygazi, Türkan Şoray, Müjde Ar) Çünkü kameranın çekim alanını dolduracak kadın oyuncunun bedeninin herhangi bir bölümünün teşhiri erkek üzerinde daha erotik bir etki yaratmaktadır. Bu bağlamda kadın, filmdeki erkek kahramanın ve izleyicinin bakışının nesnesi olan kadındır. Kadın yalıtılmıştır, gösterişlidir ve cinselleştirilmiştir.

Yılmaz, kadın bedenini erotikleştiren eril araçları kullanmasına karşın, kadının özgürleşmesi bağlamında, kadın çıplaklığını resmettiği de söylenebilir. *Kadının Adı Yok* filminin sonunda Işık, anılarını yazarken daktilosunun başında çırılçıplak oturması erotik bir imgelemden çok kadının özgürleşmesini temsil etmektedir. Yönetmen, sırttan çekilmiş çıplak kadın bedeniyle Türkiye'deki kadın sorununu açık uçlu bir sonla seyircinin düşüncesine ve yargısına sunmaktadır. Erotikleşen, aşağılanan, akıldan yoksun gösterilen kadın bedeni yerine özgürleşme çabasındaki kadın sorununu temsil eden bir kadın bedenine geçiş söz konusudur.

2.3. Kadınlar Arası İlişkiler

Feminist kuramcılara göre, özne kadının kurulması bağlamında kadınlar arası ilişkiler ve dostluklar oldukça önemlidir. Atif Yılmaz filmlerinin çoğunda kadın karakterler, genelde erkekler tarafından ya da toplumsal şartlar nedeniyle düştükleri zor durumlardan kadın kadına bir dayanışma sayesinde çıkarlar. Buna karşın, kimi filmlerinde Yılmaz, kadınları, kadınlar arası çekişme, rekabet ve kıskançlık zemininde de vermektedir.

Aaahh Belinda filminde Serap reklamda oynadığı "ev kadını Naciye" karakteriyle kendi gerçekliğini gördüğü sanrılar aracılığıyla karıştırmaktadır. Serap, rol olarak canlandırdığı Naciye olarak gözlerini açtığında eşi dahil hiç kimseye aslında Serap olduğunu inandırmaz. Kendini tanımayan çevresine kendini ispat çabasında olan Serap hem komşusu hem de bankadan arkadaşı olan Feride'ye başvurur, onunla sırlarını paylaşır. Yine paraya ihtiyacı olduğu zaman Naciye Feride'den borç para ister. Feride bir arkadaş olarak Naciye'nin yanındadır. Feride ile Naciye bir sahnede konuşurken Feride özel yaşamı ve iş yaşamıyla ilgili bir paylaşımında bulunur. "*İçimden gelmiyor şu eve girmek, şimdi ortalığı topla, bulaşığı yıka, çocuğu yatır, yemeği hazırla. Sonra da Osman beyi rahatlat*" derken Feride, Naciye'yi dert ortağı olarak görür. İkili yakın dost olmasına karşın, Feride'nin Naciye'yi bir kadın olarak kıskandığı görülmektedir. Feride kocasından dayak yiyince -Naciye'yi kastederek- "*Karı deli numarasıyla gidiyor, artist oluyor. Biz saçımızı süpürge ettik yine yaranamadık*" ifadesiyle de bu kıskançlığı gösterir.

Dul Bir Kadın'da kızıyla yalnız yaşayan ve dul bir kadın olan Suna'nın en yakın arkadaşı, bir reklam firmasında çalışan ve bekâr olan Ayla'dır. Ayla da evli olan patronuyla boşanaçağı ümidiyle yıllardır metres hayatı yaşamaktadır. Yılmaz'ın bu filmi kadın arkadaşlar arasındaki karşılıklı güvene dayalı ve duygusal paylaşımların yoğun olarak yaşandığı bir filmidir. Filmin bir sahnesinde Suna telefonla Ayla'yı arar, Ayla da ona ağlayarak sevgili-

⁹ Filmde, sevişme sırasında Aygül'ün çıkardığı sesler Cemal tarafından daha öncesinden birçok deneyimi olan bir "fahişe"nin çıkardığı sesler olarak algılanmıştır.

siyle aralarındaki sorunları anlatır. Suna'da ona, "*Şimdi uyuyorsun, artık içmiyorsun*" şeklinde telkinlerde bulunur. Yine gerektiğinde eğlence amaçlı da bir araya gelen dost kadınlar birbirleriyle erkeklerle ilgili yaşamış oldukları deneyimleri paylaşırlar. Ayla ve Suna'nın üniversite yıllarından arkadaşları olan Gönülle gittikleri bir çay bahçesinde geçen sahnede Gönül'ün: "*En başta erkekler hiç değişmiyor, en akıllı görüneni bile öylesine bencil ki. Hepsi de güçsüzlüklerinin farkında olmayan birer feodal, hele yaşamdaki bencilliklerini yatakta da sürdürme istekleri yok mu çıldırıyor beni...*" şeklinde sarf ettiği cümleleri özel yaşamla ilgili deneyimlerini arkadaşlarıyla paylaşması niteliğindedir. Yine aynı sahnede Gönül, Suna'ya "*Sevgilin yok mu*" diyor, Suna'da buna olumsuz cevap verince bu defa devreye Ayla girerek "*Aman acıdan başka ne veriyorlar ki insana*" diyerek paylaşımda bulunuyor. Filmin ilerleyen sahnelerinde Suna ve Ayla'nın arasındaki dostane ilişkinin boyutu ressam ve fotoğraf sanatçısı olan Ergun'un hayatlarına girmesiyle değişir. Sevgilisinden ayrılan Ayla'ya kendini iyi hissettirmek için Suna'nın Ayla'yla beraber Bodrum'a gidişi ve Ergun'un da orda olması ilişkilerinin dönüşümü niteliğindedir. Şöyle ki Suna Ergun'a âşiktir ve defalarca onunla birlikte olmuştur. Ancak Ergun Ayla'yla da birlikte olur. Ayla'nın Ergun'la olan bu birlikteliğini hazmedemeyen Suna ise onu terk eder. Her ikisi de İstanbul'a geri dönen arkadaşların dostlukları tüm bu yaşanmışlıklara, kıskançlıklara rağmen bağlılık ilkesi ile eski sıcaklığında devam etmektedir.

Dağınık Yatak filminde, zengin erkeklerle metres hayatı yaşayan Meryem'in en samimi arkadaşı hapisneden yeni çıkan Sabahat'tir. Sabahat ile olan ilişkileri ise karşılıklı güven ve bağlılık duygusuna bağlıdır. Meryem'in filmlerdeki diğer kadın kahramanlarla aralarında kıskançlık ve rekabete dayalı bir ilişki olmasına rağmen filmde görülen tek gerçek kadın dostluğu Sabahat ile olmaktadır. Şöyle ki bir davette genç bir garsona (İsmail) âşık olan Meryem'e, "*Sen aşıksın kızım, al İsmail'i çek git buralardan*" diye yönlendirici, destekleyici tavrının sonrasında Meryem, İsmail'le birlikte güneye gider. Bu anlamda Meryem bütün duygularını, özel hayatını çekinmeden Sabahat'e açmıştır, onunla dertleşmiştir. Bunun sonucunda da Sabahat'in tavsiyelerine uymaktadır. Meryem'in ortadan kaybolmasıyla önceden birlikte olduğu Ferruh, onu arayıp bulmak ister. Ancak Sabahat Ferruh'a Meryem'in yerini söylemez. Bu da film de kadınlar arası dostluğun dayandığı yardımlaşma ve dayanışma davranışlarının bir örneğidir.

Kadının Adı Yok filminde de genelde kadınların, özelde ise Işık'ın erkek egemen dünyada yaşadıkları sorunlar ve bu sorunları aşmak için kadınlar arası dayanışmanın nasıl ve ne boyutta olduğu anlatılmaktadır. Daha filmin başındayken lise yıllarında gördüğümüz Işık moralinin bozuk olduğunu gördüğü bir arkadaşının şefkatle başını okşayarak, yumuşak bir ses tonuyla "*Anlat neyin var, ne oldu?*" demesinin sonrasında arkadaşının hamile olduğunu öğrenir. Işık da ona yol gösterici bir dost olarak "*Umur'a söyle, evlenirsiniz olur, biter*" tesellisinde bulunur. Ancak sevgilisi çocuğu inkâr edince arkadaşının yerine sanki onunla kendisini özleştirir gibi Işık sinirlenir. Yine filmin ilerleyen sahnelerinde büyük bir kız grubu içerisinde grup arkadaşlığının mevcut olduğu görülür. Erkek arkadaşıyla buluşmak için ailesine kızlarla buluşup oturacakları şeklinde yalan söylemesi ve buluştuktan sonra da kız arkadaşlarına nasıl seviştiklerini anlatması Işık'ın arkadaşlarıyla olan ilişkisinin, ailesiyle olandan daha samimi ve içten olduğunun göstergesidir. Bu sahnede duygusal anlamda bir paylaşımdan ve pratik anlamda bir yardımlaşmadan bahsetmek mümkündür. Üniversiteden bir kız arkadaşının yardımı sayesinde Işık'ın işe girmesi yine kadınlar arası dayanışmanın bir başka özelliğidir. Ancak burada küçük bir ayrıntıyı da atlamamak gerekir; aynı arkadaş Işık'ın yapmış olduğu bir projeyi kendisininmiş gibi patronuna sunarak dostluk ve yardımlaşmanın yanı sıra kadınlar arası kıskançlığında küçük bir örneğine işaret etmektedir. Yine Işık işyerinde birlikte çalıştıkları evli ve çocuklu Mehmet'e âşiktir

ve geçen süreçte bunun karşılıklı bir ilişkiye dönüşmesi sonucu Mehmet'in karısı Sevil durumu artık öğrenmiştir. Ancak çok ilginç bir biçimde Sevil bu ilişkiye hiç tepki göstermez. Bu ilişkiye rağmen Sevil ve Işık çok iyi arkadaş olurlar ve akşamları birlikte yemek yiyip vakit geçirirler. Işık evini, kocasını terk ettiğinde bile Sevil'e karşı hissettiği güven duygusuyla onun kapısını çalar, Sevil'e sarılıp ağlar. Başka bir sahnede Sevil kocası Mehmet'in anlayışsız tavırları ile ilgili Işık'la dertleşir. Sahnede Sevil, "*Hadi iç şunu, bu insanlar böyle. Hem yaşamazlar hem yaşatmazlar. Bütün güzel şeyleri yok etmeye çalışırlar. Kadınız biz, güçsüz olmalıyız, ezik olmalıyız, onlara uymalıyız. Uymazsak kırarlar, döverler. Üzülme her şey düzelecek!*" diyerek Işık'ı öper ve onu teselli eder. Yine başka bir sahnede Mehmet, Sevil ve Işık üçü birlikte otururken Işık, Sevil'e "*Seni çok üzdüm demi*" der. Sevil'de onun çok güzel olduğunu söyleyerek ve sarılarak karşılık verir. Bu filmde özellikle bu sahnede aynı erkeği seven iki kadının, birbirlerini kabullenerek kıskanmadan paylaşılan iki kadının arkadaşlığı anlatılır. Son olarak da filmin başından sonuna kadar Işık'ın başından geçenleri yazdığı ev, film boyunca hiçbir sahnede görmediğimiz arkadaşısı Sumru'nun yazlığıdır. Bu da kadınlar arası dayanışmanın görüldüğü başka bir durumdur.

Hayallerim, Aşkım ve Sen filminde ise Derya Altınay'ın yurttan alınan ve evinde büyüyen Pınar'ın, çocukluk aşkı Coşkun'un Derya Altınay'a olan sevgisi, tutkusu ve ilgisi yüzünden ablam dediği Altınay'ı tamamen kadınsı bir içgüdüyle kıskandığı görülmektedir. Bu da Atıf Yılmaz filmlerinin kadınlar arası ilişkinin bağlılık ve dostluk boyutunun dışında bir başka özelliğidir. *Düş Gezginleri* filminde de Anjelik ve Nurgül arasında filmin en başında iki kadının dostluğu olarak başlayan ilişki, sonraları ise boyut değiştirerek bir seks ve aşk ilişkisine dönüşür.

Sonuç itibarıyla, Atıf Yılmaz'ın filmlerinde kadınların birbirleriyle ilişkisi bağlamında çoğunlukta dostluk, arkadaşlık, dertdaşlık, özdeşleşme, yardımlaşma ve güven duygusuna bağlı olarak gelişen duygusal çözümler ve duygusal paylaşımlar, azınlık sayılabilecek birkaç örnekte ise kadınsı bir duygu olarak tanımlayabileceğimiz kıskançlık, çekememe, hazmedememe ve rekabet duyguları esastır.

2.4. Filmlerde Kadına Yönelik Şiddetin Sunumu

Atıf Yılmaz'ın filmlerindeki bir başka önemli unsur bedeniyle, cinselliğiyle özgürleşmeye çalışan kadına uygulanan şiddettir. Kadın kahramanlar bu noktada zor kullanma, cinsel taciz, tecavüz, kaçırılma, sözle hakaret etme, aşağılama gibi içinde şiddet unsuru barındıran çeşitli eylemlere maruz kalmaktadır.

Geleneksel Türk toplumunda özel alana hapsedilen kadın, modernleşme sürecinin başlamasıyla birlikte kamusal alanda da artık kendine yer edinmeye başlamıştır. Bu değişimin erkek için oluşturduğu riskler ve erkeğin o eril yapısına başkaldıran düzendeki kadın, fiziksel ve cinsel anlamda şiddete maruz kalmaya adeta mecburdur. Yılmaz'ın *Deli Kan* filminde sırf onunla evlenmesi için Sefer'in, ırzına zorla geçtiği Zekiye'ye yaklaşımı cinsel şiddetin bir örneğidir. Filmde onu zor kullanarak tecavüz etmesi ile Zekiye'nin temel rolü sanki eril şiddetin nesnesi olmakmış gibi vurgulanmaktadır. Yine filmin başka bir sahnesinde Sefer İstanbul' kaçarak kötü yola düşen Zekiye'yi bulup onunla birlikte olur ve bu birliktelik anında yine cinsel anlamda bir zorlama ve şiddetin olduğu görülmektedir.¹⁰ Bu

¹⁰“Direnen kadına atılan dayak, giysilerin bedeni teşhir edilecek biçimde açılışıyla uzatılır. Kadın bedeni ve uzuvlarının erkek bakışıyla çakışan açılardan yapılan yakın çekimlerle parçalanarak teşhiri bu sahnelerin pornografik niteliğini iyice açığa çıkarır ve filmin tecavüz olgusuna yer vererek dramatik çatışma yaratma niyetinin ötesine geçtiğini gösterir” (Abisel,2005: 328- 329).

sahne Sefer'in tavrı kadından intikam alma, ona gücünü gösterme, üstün gelme, cezalandırma şeklinde kendisini ifade edişleridir. Çünkü bu sahne, Mackinnon'un deyimiyle, "eril zevkin kurban etmeye, sömürmeye, incitmeye bağlı olduğunu, eril sistem içinde zevkin egemenlikle eşdeğer olduğunu göstermektedir" (Mackinnon,2003:164). Zekiye bu sahne canının acıdığını söylemesine rağmen Sefer şiddetini artırarak gücünü bir o kadar daha fazla göstermektedir. Bu anlamda erkekler tarafından kadınlara uygulanan sözlü ve fiziksel anlamdaki şiddet içerikli tavır ve davranışlar, erkeğin genelde ataerkil toplum düzenini sürdürme ve kadınlar üzerinde denetim kurmasıyla ilişkilendirilmektedir. Ancak filmin sonunda Sefer'in kurtarılmayı bekleyen Zekiye'ye sahip çıkıp, onu düştüğü bataklıktan kurtarması ise önceki eylemleriyle çelişki oluşturmaktadır.

Asiye Nasıl Kurtulur? filminde de Asiye'nin kötü yola düşmesinin aslında en başat nedeni, erkekler tarafından sürekli olarak taciz ediliyor olmasıdır. Sokakta yürürken arkasından gelen adamın ona cinsel obje gözüyle bakıp rahatsız edercesine onu takip etmesi, sonraki sahne lokantanın sahibi tarafından zorla tecavüze uğraması filmde Asiye'ye uygulanan şiddetin birkaç örneğidir. Filmde Asiye'yi fahişe olarak gören erkekler için onun bedeni erkeklerin eril hâkimiyetlerini kurabildikleri bir nesnedir. Para kazanıp normal bir yaşantı için filmin başında fabrikada çalışmak isteyen Asiye'yi ustabaşı da gerek sözleriyle gerekse de davranışlarıyla taciz etmektedir.

Dul Bir Kadın filminde ise Ergun, Suna'ya hemen her fırsatta sözlü tacizde bulunur ve aşağılayıcı, küçümseyici birçok cümle sarf etmektedir. Bir sahne Ergun Suna'dan soyunmasını ister, Suna'nın da "*Ne olur, bu gece kendimi çok çirkin hissediyorum*" demesi üzerine Ergun, "*Evet yatmayacağım seninle*" der ve aşağılayıcı bir tavırla onu ağlatır. Başka bir sahne Ergun'un Suna'ya, "*Sıkıldım seni görmekten, hep birlikte, hep birbirimizi görerek sürüp gidecek bu yaşam çıldırıyor beni*" diye küçümseyici tavrı ile erkek sanki toplumsal iktidar ilişkisi bağlamında kadından daha etkin bir rolde gibi sunulmuştur. Bu sözlerle karşı Suna'nın sessizce Ergun'un yanından ayrılması bu durumu daha görünür kılmaktadır. Başka bir sahne Ergun onu terk etmek isteyen Suna'yı döverek fiziksel şiddet uygulamaktadır. Suna'nın, "*Yeter artık, sadaka istemiyorum, orospu değilim ben, kuduz köpek gibi ısıyorsun her yerimi, beynimi, yüreğimi, her yerim çürük içinde*" şeklindeki başkaldırısı filmde kadına şiddetin yönleri hakkında seyircinin düşünmesini sağlayacak içerikte sözlerdir.

Mine filminde, Mine kasabada yolda yürürken ofisçi, motosikletiyle Mine'nin yolunu keser ve İlhan'ı işaret ederek, "*Boşuna bakınma, herkes ne mal olduğunu anladı*" der. Filmde tüm erkeklerin hayalini kurduğu arzu nesnesi diye tanımlanabilecek Mine'yi hiç kimse elde edemediği için filmin erkek kahramanları onu her fırsatta sözleriyle ya da gözleriyle taciz etmektedirler. Aynı zamanda filmdeki diğer kadınların da eril bir ağızla, Mine'ye laf attığı görülmektedir. Yine aynı filmde Mine'nin arkadaşı öğretmen Hanım çarşıda yürümektedir. Ve tüm erkeklerin gözü onun üzerindedir. Hatta içlerinden birisi arkasından tükürerek onu taciz etmektedir. Yine kasabanın gençlerinin Mine'nin evinin önünde içki içerek evi gözetlemeleri, daha sonra Mine'nin evinin kapısını kırıp, içeriye girmeleri, Mine'yi tecavüze yeltenmeleri filmde kadına yönelik şiddetin yansımalarıdır. Bu anlamda Mine kasabada çeşitli baskılara maruz kalan güzel ve onurlu bir kadındır. Mine cinselliği de içeren davranışlarıyla aslında tam bir özgürlüğe ulaşmayı başaramamış, başkaldıramamış kadın karakter olarak filmdeki kocası dâhil hemen her erkek tarafından uygulanan şiddetin her türüne maruz kalmıştır. Hatta, filmde aile içi tecavüz ve cinsel şiddet temsil edilmiştir.

Düş Gezginleri filminde bir fahişe olarak hayatını kazanmaya çalışan Anjelik'te genelevinde birlikte olduğu erkekler tarafından birçok kez cinsel tacize ve tecavüze uğramaktadır. Eşcinsel iki kadının birbirleriyle olan ilişkilerini anlatan filmde eril iktidarın eşcinsel taşıyıcısı konumunda gösterilen Nilgün karakteri Anjelik'e eril bir güç gibi şiddet uygulamaktadır. Anjelik'in nü resmini çizen komşusuyla birlikte onu gören Nilgün, evde Anjelik'i döver, sözleriyle onu aşağılar. "*Her şeyine katlandım be, bayağılığına, zevksizliğine, şu iğrenç dantellerine. Kabahat bende, orospudan hanımefendi yapmaya kalkan benim, konuş...*" diyerek onu aldattığını düşünüp ona şiddetin nesnesi gibi davranmaktadır.

Yılmaz'ın kurmaya çalıştığı kadın tipi her ne kadar özgür, ayakları yere basan kadınlar olsa da kişiliklerini gerçekleştirebilmek adına aslında büyük bedeller ödemek zorunda bırakılmaktadırlar. Kadın karakterler her ne kadar düzene başkaldırsa da filmlerde aslında kadınların; evinin dışında, kamusal alanda yani dış dünyada düşebilecekleri tehlikeler açısından savunmasız, güçsüz karakterler oldukları görülmektedir ve filmlerde adeta fetiş bir obje olarak sunulan kadın üzerinden erkeğin komplekslerini (hadım edilme) yok etmek için şiddet temelli bir eril güç unsuru oluşturulmaktadır.

2.5. Kamusal Alanda Çalışan Kadın

Feminist teori eril gücün kadın üzerindeki iktidarını ele alırken kadını özel alan (ev içi) ve kamusal alandaki ayrıma göre değerlendirmektedir. Kadının kadın cinsi olarak toplumsal iktidardan ayrı görülmesinin en önemli nedeni, geleneksel bakış açısının kadına yüklemiş olduğu anlamdır. Ev içerisine hapsolmuş kadın bu anlamda evde yemek, çamaşır, bulaşık ve çocuk bakımıyla olan işlerle sınırlandırılmıştır. Feminist düşünce, kadınların kamusal alan ve özel alan arasına keskin bir ayrım çizgisi çeken bir dizi güçlü özdeşim sonucunda politika dışında tutulduklarını ileri sürer. Bu ayrım, kamu sorunlarının içeriğini ve kapsamını önemli ölçüde daraltır ve sıradan yaşamın küçük kaygıları olduğu düşünülen her şeyi özel alana havale eder. Anne Phillips'e göre her şeyden önce kadınların kamu yaşamına katılmalarını en başta engelleyen etmen, özel yaşamlarının yaşama biçimidir. Kadınlar ve erkekler arasındaki iş bölümü çoğu kadın için çifte bir çalışma yükü anlamına gelir (kaldı ki çocuk yetiştirmenin kendisi bile Fraser'in ifade ettiği gibi çifte görünümlü bir etkinliktir). Ancak, özel yaşamlarımızın düzenlenme biçimi erkeklerin katılımını özendirirken, kadınların katılımını azaltır. Çocukları kimin okuldan aldığı ve yemeği kimin hazırladığı önemli derecede politik bir sorundur. Bir zamanlar kişisel varoluşun mahremiyetinde gizlenen şeyler birer kamu sorunudur ve olmalıdır (Aktaran: Öztürk,2000:64).

Yine kadınlar çoğunlukla Judith Williamson'ın sözleriyle, tarihin dışındaymış, mutlak ve değişmezmiş gibi görünen yaşam alanlarını kişisel ilişkiler, aşk ve cinsellik temsil ederler, hatta öyle ki yaşamın bu yüzleri gerçekten de kadınların olması gerektiği alanları haline gelmiştir. Eğer kadın aşk, ev ve cinsellik anlamına geliyorsa, anlamına gelmediği şeyler genelde para, iş, sınıf ve siyasettir. Bu durum yaşamda aile ile ilgili kişisel ya da cinsel boyutların siyasi olmadığı anlamına gelmez. Çünkü bir alandaki etkinlik diğer başka bir alandaki etkinliğe bağlıdır (Aktaran: Öztürk,2000: 63).

1960'lı yıllarla birlikte feministler kadınlarla erkekler arasındaki bu eşitsiz rol dağılımına karşı çıkmaktadır. Feminizm akımından etkilenen ve kadını farklı bir boyutta filmlerine taşıyan Atıf Yılmaz da, çoğu filmde kadını içerisinde hapsolmuş bu geleneksel kalıpları dışında, kamusal alanda, çalışan kadın olarak karşımıza çıkarmaktadır. *Deli Kan* filminde kadının çalışma alanı köy-kent karşıtlığı çerçevesinde fahişelik ekseninde sunulmaktadır. Köyde Sefer'le arasında geçen şeyler yüzünden İstanbul'a kaçan Zekiye, kötü yola düşer ve pavyonlarda çalışmaya başlar. Bu şekilde kamusal alanda kendine bir yer edinen Zeki-

ye, bir sahnede Sefer'e, "*Senin gücün bileğinde, benim gücüm ise çenemde, gülmemde, cilvemde*" diyerek fahişeliğinde tıpkı diğer meslekler gibi bir meslek olduğunu dolaylı şekilde anlatmaya çalışmıştır.¹¹

Seks işçiliği diye de niteleyebileceğimiz fahişelik, aslında erkeğin kendi hazlarını doyurmak için kadını sömürmesi şeklinde ortaya çıkmaktadır.¹² Kadın bedenini satarken karşılığında da maddi kazancı olacaktır. *Düş Gezginleri*'nde Anjelik bir fahişedir ve bir genelevinde çalışmaktadır. İkinci karakter Nilgün ise, modern ve batılı bir doktor rolüyle karşımıza çıkmaktadır. *Asiye Nasıl Kurtulur*'da filmin tamamı bir genelevde geçer. Olaylar ise genelevinde çalışan kadınlar ve özelde de Asiye karakteri etrafında dönmektedir. Filmde Asiye'nin annesi bir süre fahişelik yaparak kızını okula gönderebilmiştir ve yaşamlarını idame ettirebilmek için bu işten para kazanmıştır. Asiye de hayatta kalabilmek için özel alandan kamusal alana çıkıp iş bulabilmek adına birçok kapıyı çalmıştır. Çalışmak için girdiği bir fabrikada cinsel tacize uğrayınca artık kendisi de annesi gibi fahişeliği seçmiştir. Fahişelik yapan Asiye, filmin ilerleyen sahnelerinde annesi tarafından biçilen fiyatlarla, annesinin istediği kişilerle birlikte olmaktadır. Yılmaz'ın filmlerindeki fahişeler; çaresizlikten, sahipsizlikten ve maddi sıkıntılardan ötürü kötü yola düşmektedirler. Bu anlamda ekonomik ve sosyal sebepler kadınları fahişe olmaya zorlamaktadır. Filmde düzen, sınıfsal eşitsizliğin olduğu, sömürüye dayalı kapitalist bir düzendir. Para odaklı bu sistemde kadın, bedeniyle sömürülerek ayakta kalabilmektedir. Bu düzende Asiye yalnızca fahişelik yaparken ezilen bir karakterdir. Ancak filmin sonunda Asiye artık zengin ve saygın patroniçedir ve sermaye sahibi bir kadındır. Kamusal alan içerisinde çalışma hayatında varlık gösteren Asiye belki de bu sayede yalnız başına gelebileceği en iyi noktaya gelebilmiştir.

Aaahh Belinda filminde Serap karakteri hem tiyatro oyuncusu hem de reklam oyuncusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Erkek egemen toplumda sabah kahvaltısını bacak bacak üstüne atarak tost yiyip meyve suyu içip, televizyon seyrederek, telefonla konuşarak, gazetesini okuyarak yapan modern, ayakları üstünde duran, ev dışında sosyal çevresi, arkadaşları, sevgilisi olan ve adının da hakkını verircesine arzu edilen, hayali kurulan bir kadın imajı olarak oluşturulmaktadır. Serap filmde çalışıyor olmanın da verdiği o özgüvenle özgür ve feminist bir kadın olarak izleyiciye sunulmaktadır. Evinin duvarındaki afişler, Serap'ın tiyatro oyunundaki rolü konunun bu yönlerini ortaya koymaktadır. Serap, oynadığı şampuan reklamındaki Naciye'yi eleştirerek ev içinde hapsolmuş kadına biçilmiş geleneksel rolü, her fırsatta Suat'la konuşmaları esnasında dile getirmektedir.¹³ Ancak ne

¹¹Seks işçiliği ve ticari seks kavramları emek temelli olup yalnızca cinsel birleşmeyi değil cinsel birçok aktivitenin para veya mal karşılığı bir hizmet olarak sunulmasını kapsar. Seks işçiliğinde ticarileştirilen cinsel birleşmenin kendisi ya da erotik sohbet, masaj gibi cinsel birleşmenin olmadığı dolaylı eylemler olabilir. Söz konusu hizmet belirli bir ücret karşılığında veyahut hediyeler, kira, yemek karşılığında verilebilir (Gündüz,2015:126).

¹²Dünyanın en eski mesleği olan "fahişelik" in değişmez yazgısı, silinmeyen damgası: Aşağılanmak, horlanmak ve toplumun dışına itilmektir. Toplumda fahişelerin sınıfsal yerleri olmadığı gibi, her zaman da suçludurlar. Fuhuş olgusunda kadın, "iffetsizlikle" suçlanır, teşhir edilir, hırpalanır; ama onunla aynıylemi paylaşan erkek, elini yüzünü yıkadıktan sonra temize çıkar. Daima erkekleri koruyan, kadınları yerin dibine batıran "iki yüzlü ahlak anlayışının acı bir sonucudur fahişelik" (Özgüç,1988:45).

¹³Filmin bir sahnesinde Serap, Suat'a oynadığı reklam filminin senaryosundan, "*Belinda ailemizin büyüğü şampuanı. Gündüzleri bir bankada çalışıyorum. Akşamları da evimin kadını oluyorum, düşünsene iyiy*" şeklinde bahsetmektedir.

var ki Serap bir gün Naciye olarak gözlerini açmıştır. Naciye karakteri aslında tam da geleneksel Türk erkeklerinin idealinde olan, herkesin hayalini kurduğu bir kadın imgesidir. Naciye gündüz bankada sıradan bir işi olan, çalışarak evinin geçimine destek sağlayan, akşamları ise evinin kadını, çocuklarının anası kocasının karısı olan bir karakterdir.

Bir Yudum Sevgi filminde ise Aygül, bir fabrikada çalışmaktadır. Bu filmde Aygül'ün çalışma hayatında yer alması, erkek kahramanla (Cemal) ilişkileri doğrultusunda temsil edilmektedir. Dört çocuğu ve sevmediği kocasıyla mutsuz olan Aygül'e Cemal'in fabrikada iş bulması sonrası aralarında alevlenen aşkla Cemal adeta Aygül'ü o mutsuz evlilikten, ev içerisinden çekip çıkarmıştır. Filmde cinsel olarak özgürleşmek isteyen, kadın olarak cinsel hazlarının tatmin edilmesini bekleyen Aygül için iş hayatına girmiş olmak tüm bu durumların önündeki engeli kaldırır nitelikte verilmektedir. Çünkü ekonomik özgürlüğünü eline alan Aygül filmin ilerleyen sahnelerinde kocasını ve evini terk etmektedir.

Dul Bir Kadın filminde verilen üç ana kadın karakter de (Suna, Ayla, Gönül) üniversite eğitimi almış, maddi imkânları yerinde kadınlar olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Bu üç bekâr kadında evlilik dışı ilişkiler yaşamaktadır. Ayla bir reklam şirketinde çalışmaktadır ve çalıştığı şirketin patronu ile sekiz yıldır süren bir metres hayatı yaşamaktadır. Yine Gönül üniversiteyi bitirdikten sonra yıllarca yurt dışında yaşamış modern, özgür ve düşüncelerini dile getirmekte de oldukça cesur bir kahraman olarak çizilmektedir ve ekonomik özgürlüğü elinde olan, hediyelik eşya satan bir dükkânın sahibidir. Kadına yönelik geleneksel erkek bakış açısının aksine filmde bu üç kahraman birer kadın olarak eğlence mekânlarından, sosyete davetlerinden, doğum günü kutlamalarına kadar dış dünyayla ilgili birçok aktivitede yer alabilmektedirler. Filmde kamusal alanda kendilerine yer edinmiş olmanın, para kazanmanın, özgür olmanın vermiş olduğu o özgüvenle kadın temsili kurulmaktadır.

Yine *Kadının Adı Yok* filminde Işık çalışan ve özgür bir kadın kahramandır. Bir reklam şirketinde çalışan güzel, akıllı ve modern bir kadın olan Işık'ın çalışma hayatındaki varlığı da tıpkı *Bir Yudum İnsan* filminde olduğu gibi erkek kahramanla aşk ilişkisi ile ilintili bir biçimde verilmektedir. Öyle ki Işık çalıştığı reklam şirketinde evli olan Mehmet'e âşık olur ve aralarındaki ilişki sonrası o işten ayrılmak zorunda bırakılır.¹⁴ Işık'ın bir yazlıkta yalnız başına anılarını yazmaya başlaması da dış dünyada umduğunu bulamayan kadının evin içine çekilmesinin göstergesidir.

Sonuç olarak Atıf Yılmaz'ın kadın konulu filmlerinin birçoğunda ekonomik özgürlüğe sahip olan kadınlar, erkek egemen toplumun sosyo-kültürel her alanında kendi mutlulukları ve tatminleri için ve geleneksel eril söylemin karşısında mücadele vermektedirler.

2.6. Evde Anne Olan Kadın

Ataerkil yaklaşımın üretmiş olduğu kurumların başında aile gelmektedir. Bu çerçevede ekonomik ve sosyal sorunlar içerisinde kadın ve erkek, cinsiyet rolleri açısından tanımlanarak, kültürel yargı kalıplarının temelini oluşturarak aile bütünlüğü vurgulanmaktadır. Kadınlar ev içi diye tanımlayabileceğimiz özel alana hapsedilip, kadercı bir kabullenmeyle elindeki imkânlarla yetinen, kanaatkâr, fedakâr, yeri geldiğinde de ekonomik sıkıntılar karşısında evine ve kocasına destek olan karakterler olarak biçimlendirilmektedir.

¹⁴*Kadının Adı Yok* filminde Işık ile Mehmet arasındaki ilişkinin iş yerlerinde öğrenilmesi ile Işık işten ayrılmak zorunda bırakılırken, Mehmet işine devam etmiştir. Bu da bize geleneksel toplum bakışının erkek ve kadına yönelik ayrımın boyutunu ortaya koyan bir örnektir.

Geleneksel ve tarihsel olarak kadınların alanı aile, ev ve kişisel ilişkileri kapsayan özel alan iken, erkekler resmi iş ve üretimin olduğu kamusal alandır. Oysa kadınlar her zaman çalıştılar ve erkeklerin de hep özel bir alanı vardı. Bu yüzden özel ve kamusal, çok derin bağları gizleyen ideolojik ayrımlardır. Sanayi toplumu, bir yanda iş, ticaret, politika ve kültürden oluşan kamusal dünya ile öbür yanda aile, cinsellik ve ev işinden oluşan özel dünya arasında bölünmüş durumdaki kadınları, toplumsal düzlemde şizofren hale getirmektedir. Erkekler özel dünyada kadınların hizmeti sayesinde yaşarken, kamusal dünyaya da egemendirler. Bu çerçevede de kadınlar, kamusal dünyaya yalnızca kendi özel dünyalarındaki sorumluluklarını reddederek yani “fahri” erkekler olarak girmektedirler (Öztürk,2000:65).

Bu anlamda aile kadınların iş yaptıkları yerdir. Kadın kamusal alanda çalışan erkeğe bakma görevi, çocuk doğurma ve doğurduğu çocuklara bakma görevi üzerine konumlandırılmaktadır. Ev kadını her ne kadar çalışmayan kadın olarak görülse de onun mesaisi sabah uyanır uyanmaz başlamaktadır. Ancak Yılmaz'ın çoğu filminde kadın eril söylemin bir dayatması niteliği taşıyan özel alana hapsedilmiştir.

Yılmaz'ın *Asiye Nasıl Kurtulur?* filminde fahişelik yaparak geçimini sağlayan Asiye'ye Fuhuşla Mücadele Dernek Başkanı film boyunca ona evlenip, namuslu bir yaşam sürdürmesi için sürekli telkinlerde bulunmaktadır. Bu anlamda dernek başkanı kadın ve erkek arasındaki cinsiyet ayrımcılığı açısından egemen söylemin sözcüsüdür. Filmlerdeki diyaloglarda ataerkil düzende kadınların kendilerini güvende hissetmelerinin, ekonomik yetkinliğe ulaşmalarının tek yolu koca bulup, bir yuva kurmak olduğu vurgulanmaktadır.¹⁵ Filmde dernek başkanı Asiye'ye okuluna devam etmesi, nişanlanıp daha sonra da onu seven bir adamla evlenmesi ve onun koruması altına girmesi, isterse fabrikada iş bulup çalışması şeklinde öneriler getirmektedir. Aksi takdirde kötü yola düşmekten kurtulamayacağı ihtarında bulunurken aile kavramını da yüceltmektedir. Kadına dayatılmaya çalışan kadın cinsinin rolü, ekonomide ikincil planda oluşu, erkeğin boyunduruğu altındaki konumu ve ev içerisindeki emeği kadın temsilinin çizildiği çerçevedir. Filmde Asiye'nin babasının ölmesi sonrasında annesi fahişelik yapmaya başlamıştır. Filmin bu kısmında kocasıyla evinde oturan kadın ne zaman ki kocası ölür, onu terk eder ya da kadınına karşı sevgisiz ve ilgisiz hale gelirse o zaman kendisini dış dünyaya bırakmaktadır. Çünkü babanın ya da kocanın yerine getirdikleri sorumluluk artık kadınların omuzlarındadır. Erkeğin korumasının kalktığı savunmasız kadın artık sokaklara çıkar ve cinsel taciz kaçınılmaz olmaktadır ve kadın farklı ilişkiler boyutunda farklı hayatlar yaşamaya başlamaktadır.

Dul Bir Kadın'da Suna kocası ölmüş ve bir kız çocuğu olan dul bir annedir. Kocasının hayatta olmayışı ile onun belki de birinci rolü olan annelik rolünden feragat etmesi sonrası başından geçenlerle film şekillenmektedir. Aşık olduğu adamla aralarındaki çarpık ilişki esnasında kızını, kız kardeşinin yanına gönderen Suna filmin sonunda o fırtınalı aşk hayatını arkasında bırakarak, anne olma bilinciyle kızını sevgiyle kucaklayan bir anne olarak seyirciye sunulmaktadır.

Aaahh Belinda'da Naciye karakteri karşımıza hem evinin kadını hem de çocuklarının anası rolüyle çıkmaktadır. Naciye orta halli bir yaşamı olan Hulusi adındaki kocası ve iki çocuğuyla bankada çalışan sıradan bir kadın figürüdür. Gündüz bankada çalışarak evin

¹⁵Melodramatik anlatılarda kadının mutlu olmasının başat şartı evliliklidir. Evlenmeyen kadınlar korunmaya muhtaç zavallılardır. Evlenememek, bir kadın için büyük bir mutsuzluk kaynağıdır (Akbulut, 2008: 349). Nitekim, *The Exorcist* filminde ergenlik dönemindeki kız çocuğuna şeytanın musallat oluşu annenin boşanmış, “ereksiz” bir kadın oluşuyla temellendirilmiştir.

geçimine katkı sağlayan Naciye akşam ise evinde çocuklarına yemek yapan, eviyle, eşiyile ilgilenen bir kadındır. Öyle ki hafta sonları bile komşularıyla, çoluk çocuk, ailece pikniklere giden erkek egemen bakışın görmek istediği kıvamda bir kadındır. Naciye filmde anne rolüyle çocuklarının ödevlerini yaptırın, onlarla oyun oynayan, geceleri onları öpüp uyutan, yatağından korkarak çıkıp gelen çocuğunu kucaklayan klasik, fedakâr bir anne figürü olarak çizilmektedir. Ancak filmdeki Naciye karakteri özelde Serap'ın genelde ise belki bütün kadınların kâbus diye niteleyebileceği bir hayatın parçası olarak sunulmaktadır.

Bir Yudum Sevgi filminin kadın kahramanı olan Aygül ise evli ve dört çocuklu bir annedir. Ayyaş kocasından mustarip olan Aygül bu yüzden mutsuz bir ev kadınıdır.¹⁶ Ev içine tıklılmışlık, gecekondyu yaşamının zorluğu nedeniyle Aygül içinde bulunduğu düzeni değiştirip, dilediği şekilde yaşamak istemektedir. Bir sahnede Aygül, ağlayan bebeğini kucağına alıp, "Ağlama yoluna öldüğüm ağlama! Hepinizden usandım valla" diyerek bebeğini yatıştırırken bile aslında çocukları için hayatın güçlüklerine katlanmayan, daha çok kendisini düşünen bir kadın olarak sergilenmektedir. Aslında filmin bu sahnesi yoksulluğun neden olduğu sorunlara ve bu sorunların boyutlarına dikkat çekmek açısından da oldukça önemlidir. İş hayatına girmesiyle beraber Aygül artık o üzerindeki kalıpları yavaş yavaş kırmaya başlamaktadır ve kendisi gibi evli ve çocuklu olan Cemal ile tutkulu bir aşk yaşamaktadır. Ancak Aygül her ne kadar var olduğu düzen içerisinde kadınsal özellikleriyle özgür olmak istese de film boyunca çocuklarına karşı annelik görevini sürdürmeye devam etmektedir. Filmin sonunda çocuklarını da alarak kocasını terk edip, sevdiği adam Cemal'le evlendiğinde de çocuklarının yanında olması bu durumun bir örneğidir. Aynı filmde Cemal'in karısı da her ne kadar kent yaşamına ayak uyduramamış, Cemal'in isteyerek evlenmediği bir kadın olsa da oda aldatılan ve anne olan bir kadındır. Yine Cemal'in annesi de bir aile içerisinde anne rolünde verilmektedir. Kardeşinin kızını oğluyula evlendiren ve istemediği bir evlilikten dolayı mutsuz olan çifti birbirine bağlamak için büyücülere giden bir kadın figürüdür. Bu noktada Cemal'in annesi köydeki geleneksel değerlerin temsilciliğini yapmaktadır ve annenin filmdeki temel işlevi de bu çerçevede ele alınmaktadır. Oğlu sırf karısını sevsin diye büyüler yaptıran kadın, kentteki yozlaşmış ve cinsellik içeren ilişkilere karşı gelenekselin bir uygulayıcısı niteliğindedir. Filmde sözde modern dünyanın yaptırımlarının karşısında yer alan anne, geleneksel değerlerin taşıyıcısı özelliği taşımaktadır.

2.7. Eril Söylemi Temsil Eden Erkeğe Dönüşmüş Kadın

Atıf Yılmaz'ın kadın konulu filmlerinin özellikle bir kaçında dikkat çeken özelliklerden birisi de ataerkil ideolojinin kadın üzerindeki baskısı, gerek filmin içeriğinde gerekse de diyaloglarla birlikte yine başka bir kadının erkeği temsil ettiği şekilde seyirciye sunulmaktadır. *Asiye Nasıl Kurtulur*'da anlatıcı ve yol gösterici rolünü üstlenen Fuhuşla Mücadele Derneği Başkanı Seniye Hanım bir kadın olarak bu çerçevede eril söylemi temsil etmektedir. Seniye namuslu yaşamının ne olduğu konusunda hep bir fikri olan ve film boyunca Asiye'nin yaptıklarına müdahale eden, onu yönlendiren ve yargılayan bir tutum içerisindedir.

Aslında Seniye özgün ifadelerden ziyade kalıplaşmış ve klasik söylemler kurarak iktidarın söylemini adeta içselleştirmiş bir kadın portresi çizmektedir. Bir sahnede, "Bence insan her koşulda direnebilir efendim, evet zor ama imkânsız değil. Asiye'nin en az ortaokulu

¹⁶Ev kadınları, hiçbir yaratıcı, aşkın uğraş olmadan, yaşamlarını steril bir tekrara adanmışlardır. Yaşamları, kocalarının projeleri aracılığıyla dolaylı olarak yaşanır (Donovan, 2005:235).

bitirmiş olması lazım " sözleriyle Seniye egemen söylemin sözcüsü gibi davranmaktadır. Yine filmin başka bir sahnesinde, Asiye'nin sığındığı müdürenin evinde karşılaştığı yeğeni ile aynı evde yaşaması hususunda Seniye, "*Ne yani şimdi birlikte mi yaşayacaklar, bir metres hayatı gibi mi? Eğer aralarındaki sevgi evlenmelerini sağlayacaksa ne iyi, yoksa Asiye yanlış bir iş yapmış olacak*" derken yine eril söylemde, bir kadını toplumun genel bakış açısıyla yargılayıp, yol gösterir nitelikte ihtarlarda bulunmaktadır. Evinde kaldığı adamın evli olduğunu öğrenince adamı terk eden Asiye'ye, "*Cahil kız, onur meselesi yaptın. Oysa büyük bir şanstı bu onun için, bırakmamalıydı sevdiği adamı*" diyen Seniye statü-konun toplumda kadın-erkek ilişkileri konusunda ön görmüş olduğu kalıpları dillendirmektedir.

Filmde Seniye'nin yoksul-zengin, namuslu olan- namuslu olmayan şeklinde seçerek kullandığı sözcükler, onu sınıfsal ayrımcılığın bir sözcüsü gibi algılamamıza neden olmaktadır. Ona göre fakirlikten ötürü kötü yola düşmüş namussuz bir fahişe, namuslu bir hayatı yaşamak için kendisine zengin bir koca bulmalı ve bir aile kurmalıdır. Aileyi ve düzenli bir aile hayatını bu çerçevede kadınları kötü yoldan kurtaran önemli ve başat bir unsur olarak görmektedir. Kemikleşmiş bir söylemle Seniye aslında kadın bedeninin bir erkek tarafından korunması gerektiğini, çünkü kadının savunmasız ve güçsüz bir varlık olduğunu ve hiyerarşik yapıdaki kadına karşı erkeğin üstünlüğünü dile getirmektedir. Erkeğe dönüşen Seniye hiyerarşik yapıdaki üstün olma halini pekiştirircesine özelde Asiye'ye, genelde ise tüm kötü yola düşmüş kadınlara acımaktadır. Filmde fahişe olan kadınlardan bahsederken, "zavallı kadınlar" şeklinde bir tanımlamaya gitmesi kendisi gibi namuslu kadınlar ve zavallı dediği kötü kadınlar arasındaki ayrımı perçinlemektedir.

"Fahişelik, kadın çoğunluğunun yaşamlarını, cinselliklerini vererek sürdürdükleri ataerkil ekonomik koşulların büyütülmüş bir örneğidir. Fahişelerin aşağılanması, kendi kendilerini küçük görmeleri ve toplumun onlara karşı takındığı tavır, genel tutumu cinselliğe karşıt olan ve erkekleri cezalandırmayı düşünmediği konularda kadın cinselliğini cezalandıran bir kültürün yansımasından başka bir şey değildir" (Öngören,1998:202).

Seniye bu bağlamda erkeğe dönüşmüş, erkekliğin konumunu işgal etmiş, basmakalıp söylemlerin sözcüsü niteliğinde karşımızdadır. Asiye kötü yola düşmemek için her ne kadar direnmiş olsa da gelişen bir dizi olay sonrası bedenini satmak zorunda kalmıştır. Burada devreye giren Seniye, "*Bundan sonra artık ne yapabilir, oda anasının yolundan gidecek ister istemez. Tanımadığı ve hiç görmediği erkeklerle yatmak zorunda kalacak. Direnmesini beceremedi, ölsün daha iyi belki de bu hayattan...*" diyerek yine ataerkil yapılanmanın bir ön kabulünü dile getirmektedir. Filmin bu kısmında Asiye ilk kez Seniye'ye doğrudan seslenerek, "*Her taraftan tükadınız yolunu. Yoksullukla bağladınız kolumu, istemeden seçtirdiniz sonumu. Şimdi kolay sayın bayan öl demek*" diye egemen ideolojiye isyan etmekte ve içinde bulunduğu şartları suçlamaktadır. Filmin sonunda kötü yola düşmüş olan Asiye için Seniye'nin gösterdiği yol, artık onun çok paraya ve sermayeye sahip olması gerekliliğidir. Asiye'nin müşterisinden çaldığı parayla randevuevi patroniçesi olması sonrası, "*Bende kurtuldum işte. Ben de öğrendim artık, bu dünyada yaşamının sırrını, karınların nasıl duyduğunu*" tarzında ettiği sözler ile para odaklı kapitalist düzende Asiye artık saygınlık kazanmıştır. Bu bağlamda, "Toplumun resmen belirlenen tutumu ne olursa olsun, erkeğe üstünlük tanınan kültür yapıları içinde fahişelik sürekli vardır. Fahişeliği ortadan kaldırmakta, ancak ekonomik olanaklarda, toplumsal ve ruhbilimsel davranışlarda meydana gelecek değişimler rol oynayabilir"(Millett,1987:201). Yine son sahne- de Asiye, toplumsal hiyerarşinin, ataerkil yapılanmanın sembolize ettiği değer yargılarını

ve Seniye'yi hedef alarak, "*Burnu kurtulmaz pislikten, kılavuzu karga olanın*" cümlelerini sarf ederek yine bir isyan durumu içerisine girmiştir.

Atıf Yılmaz'ın bir diğer filmi *Düş Gezginleri*'nde de yine aynı şekilde ataerkil söylemin temsilcisi olarak bir kadın erkeğe dönüşmektedir. Birbirini seven iki kadının lezbiyen ilişkisinin anlatılmış olduğu bu filmde Anjelik bir fahişedir ve filmin ikinci ana kahramanı olan Nilgün ise egemen ideolojiyi temsil eden bir doktordur. Yılmaz, filmde iki kadının arasında lezbiyen ilişkisi başladıktan sonra Anjelik ve Nilgün arasında roller açısından bir cinsiyet ayrımcılığı tablosu çizmektedir. Anjelik'i genel evinden alıp çıkaran Nilgün, ikisinin birlikte yaşayacakları bir ev tutmuştur. Nilgün bir erkeğin yapması gereken şeyleri yaparak Anjelik'i sahiplenmiştir ve adeta bir erkeğe dönüşmüştür.¹⁷

İki kadının katılmış oldukları bir davette Anjelik'in bir erkekle sohbet ettiğini gören Nilgün, "*El ele, göz göze, herkesin önünde bir öpüşmediğiniz kaldı be. O kerhane karıları gibi davrandın, orospusun işte*" diyerek bu sahnede iktidar konumunda sahibi olduğu kadını aşağılamakta ve tıpkı bir erkek gibi ataerkil bir dille onu kıskanmaktadır. Yine başka bir sahnede Anjelik komşusu olan ressam bir kadına modellik etmektedir. Bu durumu gören Nilgün, kavga sahnesinde, "*Utanmıyorsun değil mi memelerini açmaya? Yattınız değil mi, onunla da seviştin değil mi? Her şeyine katlandım, bayağılığına, arabesk şarkılarına, kabahat bende orospudan hanımefendi yapmaya kalkan benim*" diyerek onu düşmüş olduğu bataklıktan çekip çıkarmış bir kurtarıcı rolünde kendisini tanımlamaktadır.

Filmin akışıyla beraber Nilgün karakteri artık erkek rolünü işgal eden ve erkekleşmiş bir kadın figürü olarak karşımızdadır. Anjelik'e karşı, "*Çalışmanı istemiyorum, benden başkasına vurdurmayacaksın*" gibi söylemleriyle Yılmaz iki kadın arasında olan bu ilişkiyi kadın-erkek ilişkisine dönüştürmüştür. Anjelik'in evden çıkmasını dahi istemeyen Nilgün, bir erkek edasıyla Anjelik'i kısıtlarken, kendisi dilediği gibi hayatını yaşamaya devam ederek eril düzendeki klasik olan erkeği temsil etmektedir. Çünkü filmde kadın ve erkeğin temsili, ataerkil düşünme biçiminin yarattığı imgeler üzerinden Nilgün karakterinin kuruluşu ile gerçekleşmektedir. Toplumsal hiyerarşinin, iktidarın temsilcisi olan Nilgün'e karşı Anjelik ise tamamen ezik bir karakter olarak çizilmektedir. Ancak filmin sonunda Anjelik Nilgün'ü terk ederek tıpkı *Asiye Nasıl Kurtulur?* filminde Asiye'nin yaptığı gibi içinde yaşadığı çarpık düzene ve bu düzenin temsilcisi olan Nilgün'e bir anlamda isyanını dile getirmektedir.

SONUÇ

Sinemanın ilk yıllarından beri erkek bakışı ile ortaya konan kadın, birçok filmde nesne konumunda anlatılmıştır. Popüler anlatı içerisinden kurulan filmlerde kadın egemen ideolojinin kuklası şeklinde ve iktidarın hükmettiği nesne konumunda sunmuştur. Egemen bakış içerisinden kurulan Hollywood sinemasının kadının bu konumunu küresel düzlemde yaygınlaştırdığı ve yeniden yeniye ürettiği söylenebilir. Ana akım içerisinden yapılan Yeşilçam filmleri de kadınları ya namuslu, ezilen ev kadınları ya da erkekleri yoldan çıkaran, kötü cinsel objeler olarak üretmiştir. Buna karşın, Atıf Yılmaz filmlerinde kadının cinsel baskılarını, geleneksel bakıştaki kadın olarak yerini sorgulayışını, yalnızlıklarını, dostluklarını, aşklarını, ilişkilerini, umutlarını, görmektediriz. Kadının, cinsel olarak kullanım amacı olması savından hareketle, kadının cinsel olarak denetimi ataerkil söylem üze-

¹⁷Filmde bir fahişe olarak bedeni köleleştirilmiş, zayıf bir varlık olan Anjelik, Nilgün tarafından denetim altına alınarak, cinsel bir nesne olarak bireyselliği bakımından yok sayılmıştır.

rinden verilmektedir. Ataerkil söylem bu anlamda, gelenekçi Türk toplumunda, kadınların sosyal yaşam içerisinde kendilerini gerçekleştirme konusunda karşılaştığı engellerle birinci planda erkeğin var olduğu ve kadını erkeğe bağımlı bir hayat sürmeye mecbur kılan bir yapıdır. Bu yapı içerisinde erkeğin amacı, kadını bir birey/insan olarak görmekten ziyade, bir öteki olarak konumlandırıp onu bedensel farklılık ve bu farklılığın ortaya çıkardığı cinsel iletilerle hâkimiyet altına alma çabasından ibarettir.

Yılmaz filmlerinde kadın bedeni aktif olan erkek bakışıyla erotikleştirilmektedir. Bu çeşitli kamera açılarıyla Yılmaz'ın anlatı yapısı içerisinde kendisine yer bulmuştur. Kadının varlığının erotizmle kurulduğu filmlerde çıplaklık, kadın bedeninin bölümlere ayrılıp kameranın çekim planlarıyla kadının uzuvlarına ayrı ayrı odaklanılarak izleneceği hazzın artırılarak sunumun erotik amaca evrilmesi sağlanmıştır. *Bir Yudum Sevgi*, *Kadının Adı Yok*, *Aaahh Belinda* filmlerinde kadın kahramanların bedenleri teşhir edilerek, seyirci üzerinde erotik haz yaratma amaçlanmıştır. Kadın vücudu seyirlik bir nesne olarak erkek bakışında etki yaratması için kamera çekimleri ile kadın bedenine odaklanılarak görsel göstergeleri öne çıkarma amacı güdülmüştür. *Aaahh Belinda* filminde şampuan reklamı çekimi sırasında üründen ziyade Serap'ın genelde yüz, özelde ise dudak hareketlerine odaklanılarak erotizmi çağrıştıracak şekilde bir çekim planı uygulanmıştır. Bu çekim planı seyirlik nesne haline getirilen kadını, hem film içerisindeki erkek kahraman gözüyle, hem vizörün arkasındaki erkek yönetmen gözüyle, hem de seyirlik malzeme olarak sunulmuş izleyen erkek izleyici gözüyle erotik haz nesnesi durumuna getirmektedir.

Yılmaz filmlerinin öne çıkan bir başka özelliği kadının zor durumdan çıkmasına yardımcı olan yine bir kadının olmasıdır. Çalışmanın giriş kısmında kadının eril hâkimiyetle karşı direnme stratejileri üretip üretmemeye sorunsalının cevabı olarak görülen kadın dostluğu bu anlamda eril güce bir direniştir. Bu sonucun örnekleri, *Dul Bir Kadın*, *Aaahh Belinda*, *Dağınık Yatak* ve *Kadının Adı Yok* filmlerinin anlatı yapısı içerisinde gözlenmektedir. Bu bağlamda erkek dostluğundaki ilişkilerin bir dayanışma aracı olarak benimsendiği gibi kadın dostluğunun da eril tahakkümün karşısında kendisini göstermesi gayet doğaldır. Feminist kuramcıların da savundukları gibi, kadın dostluğu, kadının kendini erkek baskın sosyal gerçeklik içerisinde var etmesi için kaçınılmazdır. Zira kadın ezilmişlik ve yok sayılmışlığın yaratmış olduğu bilinci, bir başka kadınla paylaşarak, ondan destek alarak etkileşim içerisinde ortak yanlarını gündelik hayat içerisinde pekiştirme yoluyla erkek egemen anlayışa karşı durabilmektedir.

Ataerkil düzende kadın özel alan içinde bir anne ve bir eş olma rolleriyle varlık göstermektedir. Bu şekilde uyumlu, itaatkâr ve fedakâr olan ve modernleşme süreciyle beraber özel alandan kamusal alana çıkan kadının dış dünyada bir takım tehlikelere maruz kaldığı düşüncesinden hareketle Yılmaz'ın filmlerinde kadına yönelik şiddetin her yönü ele alınıp incelenmiştir. Bu bağlamda erkeklerin kadınlar üzerinde egemen oldukları eril söylemde kadınlar, geleneklere, baskıya, şiddetin türlerine maruz kalmakta ve de ikincil konuma itilmektedir. Kadının bu öteki olarak niteleyebileceğimiz konumu ise doğalmış gibi sunulmaktadır. *Dul Bir Kadın*, *Deli Kan*, *Asiye Nasıl Kurtulur?* *Düş Gezginleri* filmlerinin öykü yapısı içerisinde bu söylemlere rastlanmaktadır.

Çalışma hayatı çerçevesinde kurulan kadın imgesinde kadının çalışma alanlarının neler olduğu ve geleneksel eril söylem karşısında nasıl mücadele verdiği, sonrasında da nasıl özgürleştiği film örnekleriyle değerlendirilmiştir. Eril söylemin kadını hapsettiği evin dışında kadın kamusal alanda, çeşitli iş alanlarında (fabrika, reklam şirketi vb) etkinlik göstermektedir. Burada dikkatimizi çeken en önemli unsur ise, Yılmaz'ın birkaç film örneğinde fahişe olan kadın kamusal alanda, çalışan kadınımsı gibi sunulmaktadır. Emek-

ücret ilişkisinin gözle görünür olduğu *Asiye Nasıl Kurtulur?* ve *Düş Gezginleri* filmlerinde seks işçisi olarak nitelenen kadın kahramanlar özel alan dışında kamusal alanda konumlandırılmıştır.

Geleneksel rolü bakımından evinin kadını olan kadının özel alana nasıl hapsedildiği filmlerden hareketle ortaya koyulup, kadının geleneksel değerlerin taşıyıcısı konumunda olduğu sonucuna varılmıştır. Bu anlamda geleneksel ataerkil düzen, erkeğin değerlerinin, tecrübelerinin hayatı şekillendirdiği, aslolanın erkeğin bakış açısı olduğu ve kadınların da erkeklerin onlara uygun görmüş oldukları rollere uygun davranmalarının gerekli olduğu bir düzendir.

Yine çalışmada eril iktidar analiz edilirken Atıf Yılmaz'ın *Asiye Nasıl Kurtulur?* ve *Düş Gezginleri* filmlerinin üzerindeki geleneksel bakış erkekleşen yine başka bir kadın üzerinden verilmiştir. Yılmaz'ın film örneklerinde kadın söylemi içerisinde geleneksel bakışı temsil eden başka bir kadın imgesi ile kadını normal erillik altında ezilen kadından farklı olarak domine etme özelliği ile ön plana çıkararak erkeğe dönüşmüş bir kadın temsiline yer verdiği gözlemlenmiştir. Yani erkeği, genel toplum kabulünü temsil veren bir kadın eril söylemin öngörülerini ve dayatmaları olan ifadelerle kadınların hayatlarına müdahalelerde bulunup, onların hayatlarını yönlendirmektedir.

Sonuç olarak Atıf Yılmaz, Yeşilçam sinemasında toplumsal durumu bağlamında verilen kadın konulu filmlerdeki kadın temsillerinden farklı olarak sistemli ve bilinçli bir biçimde feminist düşünce içinden kadın sorunlarına eğilmeye çalışmıştır. Bazı filmlerinde kadını ezilmiş, sömürülmüş temsilleriyle vererek (*Asiye Nasıl Kurtulur?*) kadının sorunlarını görünür kılarak birçok filmde ise cinselliğin, şiddetin nesnesi olarak sunduğu ve özgürleşmeye çalışan kadın aslında yine erkek gözüyle ve geleneksel eril söylemin araçları ile inşa edilmiştir.

KAYNAKÇA

Abisel, N (2005), *Türk Sineması Üzerine Yazılar*, Ankara: Phoenix.

Akbulut, H (2008) *Kadına Melodram Yakışı: Türk Melodram Sinemasında Kadın İmgeleri*, Bağlam Yayıncılık, İstanbul

Bayraktar, D (2011). *Türk Film Araştırmalarında Yeni Yönelimler(9-10)*, Bağlam Yayıncılık, İstanbul

Berger, J (2005). *Görme Biçimleri*, Çev. Yurdanur Salman, Metis Yayınları, İstanbul

Çakır, S (2005). *Popüler Sinemada Kadının Sunumu Ve Aşk İzleği*, İstanbul Üniversitesi İletişim fakültesi Dergisi

Derman, D (1994). *Jean- LueGodard'ın Sinemasında Kadının Yeniden Sunumu*, DeğişimYayımları, Ankara

Donovan, J (2005). *Feminist Teori*, çev: Aksu Bora, Meltem Ağduk Gevrek, Fevziye Sayılan, İstanbul: İletişim.

Esen, Ş (2000). *80'ler Türkiye'sinde Sinema*, Beta Yayınları, İstanbul

Gündüz, T (2015). *1992'den2006'ya Seks İşçiliği: Düş Gezginleri ve Kader Filmlerinde Seks İşçiliği/ Fahişeliğin İnşası*, İstanbul Üniversitesi Psikoloji Bölümü, Eleştirel Psikoloji Bülteni Sayı:6

İrızık, S &Parla,J (2004). *Kadınlar Dile Düşünce*, İstanbul: İletişim

Kalkan, F (1988). Türk Sineması Toplumbilimi İzmir: TümerYayınları

Millett, K (1987). Cinsel Politika, Payel Yayınları, İstanbul

Mulvey, L (2008). Görsel Haz Ve Anlatı Sineması, Çev. Nilgün Abisel, Sinema/Tarih/Kuram/Eleştiri Der. S Bükler ve G Topçu Ankara: G. Ü. İletişim Fakültesi

Öngören, V (1998). Toplu Oyunları, Mitos Boyut yayınları, İstanbul

Özgüç, A. (1988). Türk Sinemasında Cinselliğin Tarihi, Broy Yayınları

Öztürk, R (2000). Sinemada Kadın Olmak, Mart Matbaacılık, İstanbul

PAZARLAMA İLETİŞİMİ EKSENİNDE ÇEVRECİLİK: YEŞİL KURUM, MARKA VE HALKLA İLİŞKİLER

Derya TELLAN*

ÖZET

Çağdaş şirketler, salt verimli ve etkin bir üretim ile dağıtımın yeterli olmadığını fark ederek, ürünlerinin tercih edilmesinde hedef kitle ile iletişim kurulmasının gerekliliğine vurgu yapmaya başlamışlardır. Pazarların büyümesi ve çeşitlenmesi ile tüketici tercihlerinin hızla değişmesi nedeniyle pazarlama iletişimi örgütsel yeniliklere açık bir yapıya kavuşmuştur. Bu bağlamda şirketlerin toplumsal beklentilere ve değişen piyasa koşullarına cevap vermek amacıyla geliştirdikleri ‘yeşil pazarlama yaklaşımı’nın, aynı zamanda pazar payını artırmak ve rekabet içinde avantaj sağlamak için de kullanılan stratejilerden birisi olduğu görülmektedir. Yeşil pazarlama yaklaşımı, tüketicilerin ihtiyaç ve isteklerinin karşılanmasında ekolojik ürünlerin üretilmesini, fiyatlandırılmasını, dağıtımını ve tutundurulmasını içeren ve ürünün kullanım sonrası süreçleri de kapsayan bir faaliyet olarak tanımlanmaktadır. Ancak kurumların çevreci etkinlikler yoluyla inşa etmeye çalıştıkları kurum kimliklerinin, marka imajlarının ve halkla ilişkiler faaliyetlerinin artalanında tüketicilerin beklenti ve tercihlerini kâra çevirme çabası yatmaktadır. Bu bağlamda, yeşil kurum kimliğine vurgu yapılması ürünlerin tercih edilirliliğini ve satış hacmini, yeşil marka olarak algılanılması tüketici zihninde ürüne dönük bilinirliği ve olumluluğu, yeşil halkla ilişkiler faaliyetleri yürütülmesi ise ürüne ve üreticiye ilişkin pozitif sosyal çağrışımların yoğunluğunu artırmaktadır. Bu çalışma ile amaçlanan, çevreciliğin pazarlama profesyonellerine bırakılmayacak kadar önemli bir toplumsal hareket olduğunu vurgulamaktır.

Anahtar Sözcükler: Çevrecilik, Yeşil Pazarlama, Kurum Kimliği, Marka İmajı, Halkla İlişkiler.

ENVIRONMENTALISM IN THE FRAME OF MARKETING COMMUNICATION: GREEN CORPORATION, BRAND AND PUBLIC RELATIONS

ABSTRACT

Contemporary corporations, realizing the productive and efficient production and distribution lonely become insufficient, started to emphasize the necessity of performing communication with target group at the preference of products. Expanded and varied market and rapidly changing of consumer preferences provided marketing communication open for organizational innovations. In this scope, ‘green marketing approach’ which is developed by corporations to reply the social expectations and changing market conditions, at the same time can be seen as a strategy to increase the market share and provide advantage in the competition. Green marketing approach is identified as an activity providing costumers’ needs and wants, including the producing, pricing, distributing and promoting of ecological products and the services after they are used. On the other hand, behind the corporate identities, brand images and public relations activities which corporations try to build via environmentalist activities, there is an effort to make profit from the expectations and the preferences of consumers. In this frame, emphasizing green corporate identity increases brand preference and sales volume, perceiving as a green brand increases awareness and positive recall of product in the consumer mind and performing green public relations activities also increases the intensity of positive recalls relating to product and producer. The aim of this study is to emphasize the importance of environmentalism as a social movement not to be left to marketing professionals.

Key Words: Environmentalism, Green Marketing, Corporate Identity, Brand Image, Public Relations.

* Doç. Dr. Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, dtellan@atauni.edu.tr

GİRİŞ

Gelecek kuşaklar yirmi birinci yüzyılın ilk yıllarını değerlendirmek istediklerinde, insanlık tarihinin bu döneminde dünya üzerinde yaşamını sürdürmeye çalışan milyonlarca insanın açlık, yoksulluk, terörizm, kitlesel göç ve ekolojik yıkım gibi büyük sorunlarla karşı karşıya olmasına rağmen, sorunların çözümü için gerek kişisel gerekse kurumsal düzeyde atılan adımların yetersiz kaldığını ifade edeceklerdir. Bu bağlamda, eğer bu somut gerçeği içinde bulunduğumuz zaman dilimi içerisinde görebiliyorsak, sorunların çözümüne dönük adımları atmada neden geç kaldığımız ise önemli bir tartışma konusu haline gelmektedir. Sorunlar bütünlük bir yapının, bireyciliğe, aşırı kâra, rekabete ve tüketime odaklanmış bir yaşam tarzının egemenliğinin doğal sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Dünya üzerindeki ekolojik yıkım ve klimatolojik bozulma en basit ifadesiyle ‘çevre sorunları’ şeklinde ifade edilmektedir. Doğal yaşam alanlarının tahribatı, biyolojik çeşitliliğin azalması, elverişli tarım alanlarının tükenmesi, tatlı su miktarının artan talebi karşılayamaz hale gelmesi, havaya ve suya karışan zehirli kimyasal miktarındaki artış, sera gazı emisyonunun küresel ısınmayı artırması ve buzulları eriterek denizleri yükseltmesi temel çevre sorunları olarak sıralanmaktadır. ‘Çevre’ kavramının insan zihninde ilk çağrıştırdıkları ‘doğa’, ‘tabiat’, ‘toprak ve yeşillik’, ‘temiz hava ve su’, ‘biyolojik çeşitlilik’ gibi sözcüklerle betimlenebilecektir. Temelde tüm bu sözcükler, insan varlığından uzak, insan elinin değmediği, insan dışındaki canlıların yaşamlarını belli bir denge içerisinde sürdürdüğü ve dışsal müdahalelerin olmadığı ya da asgari düzeyde kaldığı yaşam alanlarını ifade etmektedir. Ancak çevre olgusuna bu tarz bir algılama ile yaklaşmak, konuyu hatalı değerlendirmeye ve isabetsiz bir biçimde çözümlenmeye neden olmaktadır. Çevre konusunun insan ile ilişkilendirilmemesi ve insan varlığından uzak tutulması, açığa çıkan sorunların kaynağında insan ile insan eliyle yapılan teknolojiler, kurulan fabrikalar, sunulan hizmetler ya da yaşanan kişilerarası ilişkiler olduğu gerçeğini gizlemektedir. Bu kapsamda, çevre sorunlarının ve bu sorunların nedenlerinin belirginlik kazanabilmesi için çevre olgusunun, günlük yaşam ile toplumsal ilişkilere egemen olan üretim ve tüketim biçiminin ekolojik-klimatolojik dengeler üzerindeki etkileri gibi geniş bir çerçeve içerisinde yeniden tanımlanması gerekmektedir. Sosyal yaşamda zenginliğe ve tüketime odaklanmış bir kesimin daha rahat ve konformist biçimde yaşayabilmek uğruna kaynaklara yönelik bozma, hor kullanma ve yok etme eğilimi, mevcut sosyal sorunların temel nedeni olarak karşımıza çıkmaktadır. “Kapitalizm bizleri kendi tarihimizde ve gezegendeki hayatın evriminde bir dönüm noktasına getirmiştir” (Korten, 2005:22). Öyle ki, tüketime ve tüketime bağlı olarak ekosistemde yıkıma yol açan yaşam tarzının neden olduğu bütün bu olumsuzluklar, insan varlığının dünya üzerindeki devamlılığını da tehlikeye atmaktadır (Tellan, 2008).

Bu çalışmanın amacı, pazarlama iletişimi-marka kimliği-halkla ilişkiler bağlamında önemli bir olgu olarak ele alınan çevreciliğin, küresel iklim değişimine neden olan kapitalist ekonomik işleyiş tarzının bir parçası haline nasıl getirildiğini tartışmaktır. Emtia üretiminin dünya ölçeğinde gerçekleşmesi, teknolojik gelişmelere bağlı olarak kitlesel ölçekte üretilen mal ve hizmetler arasındaki farklılıkların azalması, ikame ürünlerdeki çeşitlenme nedeniyle piyasadaki rekabetin derinleşmesi, dağıtım alanlarının genişlemesi, küresel ölçekte nüfus ve gelir artışı eğilimi nedeniyle pazarların büyümesi ile tüketici tercihlerinin hızla değişmesi gibi sebepler, günümüzde pazarlama hizmetlerinin büyük bir önem kazanmasını sağlamıştır. Kapitalist ekonomide şirketler, kârlılıklarında devamlılık sağlayan temel unsur olarak gördükleri pazarlamanın tüm boyutlarını kontrol altında tutmaya çalışmaktadırlar. Pazarlama iletişimi süreçleri kullanılarak şirketlerin doğası gün geçtikçe örgütsel yeniliklere ve sektörel öncülüklerle açık hale gelmektedir. Şirketler diğer pek çok unsuru olduğu gibi çevreciliği de pazarlama iletişimi süreçlerine eklemekte ve sektörel

öncüllüklerini kârlılıkla bütünleştirmektedirler. Bu çerçevede şirketlerin toplumsal beklentilere ve değişen piyasa koşullarına cevap vermek amacıyla geliştirdikleri ‘yeşil pazarlama yaklaşımı’nın, aynı zamanda pazar payını artırmak ve yoğun rekabet içinde avantajlı pozisyon elde etmek için de kullanılan stratejilerden birisi olduğu açıktır. Çevrecilik, sınai üretim kuruluşlarından bankacılık ve finans gibi hizmetler sektörünün temel organizasyonlarına değin her türden işletmenin kurumsal kimliğinde yer bulmaya başlamıştır. Üretim sürecinin ve sermaye birikim rejiminin günümüzde geldiği durum, kurum kimliği, marka imajı, halkla ilişkiler faaliyetleri gibi farklı iletişim tarzları aracılığıyla şirketlerin kendilerini geniş toplum kesimleri nezdinde çevrecilikle meşrulaştırmaya çalışmalarına neden olmaktadır. Doğanın, tüketim odaklı yapılanmalar aracılığıyla kârlılık ve etkinlik çerçevesinde tahrip edilmesi, üzerinde önemle durulması ve acil çözümler üretilmesi gereken bir konudur. Şüphesiz ki, çevre sorunlarının çözümlenmesi, etik değerlere, sosyal sorumluluklara ve insan yaşamına sahip çıkan kurumların pazara egemen olması ve bu kurumların tüketicilerinin uzun dönemli çıkarlarını kısa dönemli kârlılığa tercih etmeleri halinde mümkün olacaktır.

1. İLETİŞİM EYLEMİ OLARAK PAZARLAMA

Egemen üretim süreci, salt nihai ürünün ortaya çıkması ile sınırlı değildir. Ürünün kendisi kadar, görüntüsü, markası, sunum tarzı, ambalajı, fiyatı ve tüketiciye ulaştırılma yolları da bu üretim mekanizmasının bir parçasını oluşturmaktadır. Ürünün, nihai kullanıcıya ulaşması sürecinde tartışılmaz öneme sahip olan pazarlama, ürünün fiziksel ve psikolojik olarak farklı ihtiyaç ve istekleri gidermesi bağlamında –ki ihtiyaçların tamamı zorunluluktan doğmamakta, günümüz koşullarında çoğu zaman yapay olarak oluşturulmaktadır–, tüketici ile üretici arasında sürekli bir etkileşimin açığa çıkmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda pazarlama, en genel anlamı ile “mal ya da hizmetlerin üreticisi ya da yaratıcısından en son nokta olan tüketiciye ulaştırılincaya kadar yürütülen eylemlerin tümüdür” (Tolungüç, 1999:84) ve geniş kapsamlı olarak ürünün niteliği, dağıtım, fiyatlandırma, tanıtım, satış ve reklam gibi eylemlerin tamamını kapsamaktadır. Pazarlama stratejilerinin temeli belirli iletişim süreçlerine dayanmaktadır. Modern pazarlama anlayışına göre, “ör-güt veya işletmenin amacı, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarından hareketle pazarlama faaliyetlerine girişmektir ve tüketici tatmininden doğan bir kâr hedeflenir. Tüketici beklentileri ve tatmini pazarlamanın odak noktasıdır” (Kaya, 2003:327). Şirketlerin ürünün tasarımından sunulduğu mekana kadar yaptığı bütün planlamalar, tüketiciyle etkileşime girme ve kurumsal kimlik-tüketici ilişkisini sürdürme stratejilerini oluşturmaktadır. Günümüzde pazarlama etkinlikleri, kişilerarası ya da kitlesel özellikler taşıyan çok farklı iletişim tarzlarına bağlı olarak şekillenmektedir. Bu bağlamda, pazarlama iletişimi kavramı ile “ürünün tüketiciler tarafından fark edilip tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyebilmek için pazarlama yöneticilerinin yerine getirdikleri tüm eylemler anlatılmaya çalışılmaktadır” (Odabaşı ve Oyman, 2001:35). Pazarlama iletişimi etkinlikleri çoğu zaman ürün ile müşteriyi birleştirici/buluşurucu basit bir mekanizmaymış gibi sunulmakla birlikte; özellikle global kapitalizmin egemen olduğu toplumsal koşullarda, insanların gündelik yaşamlarını ve ilişkilerini sermaye ve şirket tabanından kurgulama çabalarına işaret etmektedir. Şirketler, kâr oranlarını artırmak ve azalan ticaret hacimlerini koruyabilmek için insanın da içerisinde yer aldığı doğayı piyasa ilişkilerinin metası haline getirmeye çalışmakta ve ekosistemin milyonlarca yıldan beri süregelen dengesini tüketim odaklı bir yaşam tarzını sürdürebilmek uğruna bozmaktan çekinmemektedirler. Global kapitalizmin zaman ve mekan kontrolü teknikleriyle yeni bir denge inşa etme çabası içerisinde bulunduğu düşünüldüğünde, pazarlama iletişiminin tüketicilerin değer, tutum ve yargılarında değişiklikler yaratma işlevselliğinin ön plana çıktığı görülecektir. “Tutumlar, nedenler, mantık ve duy-

gular, ikna paketinin unsurlarıdır ve inancı yönlendirirler. Satın aldığımız her ürün hakkında bir şeye inanırız. İnandırma ise güçlü, rasyonel kanıtlardan oluşur. Test sonuçları, kullanım öncesi ve sonrası görünüm, gösterimler gibi teknikleri gerektirir” (Odabaşı ve Oyman, 2001:40). İkna, ister yüksek isterse düşük ilgilenim düzeyinde olsun, tüketicinin satın alma kararı vermesine yönelik bir tutum değiştirme çabasıdır. “O’Keefe iknayı ‘karşı tarafın zihnini belli bir ölçüde özgür olduğu bir ortamda iletişim yoluyla kasıtlı bir şekilde etkileme çabası’ şeklinde tanımlamıştır” (aktaran Aytekin ve Ay, 2014:344). En geniş ifadesiyle ikna, kaynağın her türden mesajı ve kanalı kullanarak hedefi etkilemesi ve istenilen yönde harekete geçirmesidir. Pazarlama iletişiminde ise ikna, ‘inanılabilirlik’ (*credibility*), ‘çekicilik’ (*attractiveness*) ve ‘güç’ (*power*) unsurları ön plana çıkarılarak gerçekleştirilmektedir. Ürüne yüklenen her bir anlam, bu unsurlar çerçevesinde geliştirilmekte ve mesajlar bu bağlamda kurgulanmaktadır. Tüketici ile etkin ve etkili iletişim kurulabilmesi amacıyla, kodlanan ve paketlenen mesajların –zaman zaman gerçekliği temsil etmesine hiçbir gereksinim duyulmaksızın– toplumda neden olduğu ‘içselleştirme’ (*internalization*), ‘özdeşleşme’ (*identification*) ve ‘uyuma’ (*compliance*) yönündeki dönüşüm üzerine yoğunlaşmakta; pazarlama mesajlarına maruz kalan bireylerin kendilerine aktarılan planlı mesajları, sorgulamaksızın benimsemeleri ve yaşamlarının bir parçası haline getirmeleri yönünde, kontrolü mesajı iletenin elinde tuttuğu ve farklı mesaj kaynaklarının bireye erişiminin engellendiği bir ortam oluşturulmaktadır. Bu ortamın oluşturulmasında aynı türden mesajların farklı kitle iletişim araçları aracılığıyla sürekli iletilmesi stratejisi etkili bir şekilde kullanılmaktadır.

İkna etmeye yönelik iletişimin başarısında nelerin etkili olduğu, bireylerin ikna amaçlı içeriklerle karşılaştıklarında bunu nasıl analiz ettikleri ve analiz sürecinde hangi faktörlerin devreye girdiği farklı modellerle açıklanmaya çalışılmışsa da; 1990’lar boyunca M. Friestad ve P. Wright’ın farklı çalışmalarının sonucunda geliştirdikleri ‘İkna Bilgi Modeli’ (*Persuasion Knowledge Model*) bireyin aktif rolünü tanımlamaya ve hangi bilgiyi işleyeceğine nasıl karar verdiğini ve seçimini neye göre yaptığını açıklamaya dönük bir modelleme olarak karşımıza çıkmaktadır. Modelde, ikna bilgisinin doğası ve gelişimi, tüketicilerin bu bilgiyi reklamcılarının ve satış elemanlarının etkileme girişimlerini yorumlamada, değerlendirmede ve onlara tepki vermede nasıl kullandıkları açıklanmaya çalışılmaktadır (Aytekin ve Ay, 2014:345-346). Modelin özünde, tüketicinin ikna edilmeye çalışıldığının farkında olduğu ve ikna edici mesajın içeriğini kendi istekleri doğrultusunda yeniden kurgulamaya-yöneltmeye çalıştığı varsayımı yatmaktadır. Hedef kaynağın ikna girişimleriyle bilişsel bir mücadele sürecine girmekte ve gerekli bilişsel donanıma sahip olduğu ölçüde mesajla baş edebilmektedir. “Model özellikle, kişilerin ikna bilgilerini sürekli olarak ikna girişimine direnmek için kullandıklarını varsaymamaktadır. Kişilerin öncelikli amacı daha çok, basit bir şekilde sonuçlar üzerindeki kontrolü korumak ve böylece kendileri için önemli olan amaçlara ulaşmaktır. İkna girişimiyle baş etme davranışı, hedefin sadece ikna olayı esnasındaki fiziksel veya bilişsel hareketlerini değil aynı zamanda onun ajansın ikna davranışı hakkındaki düşüncelerini de içermektedir” (Friestad ve Wright, 1994’den aktaran Aytekin ve Ay, 2014:347-348). Hedef kitle tutum geliştirirken, malın, hizmetin, sosyal faydanın içeriğine ilişkin ‘konu bilgisi’ne; ikna girişiminde bulunan kaynağın özellikleri, amaçları ve yetkinliğine dair ‘ajans bilgisi’ne ve bir reklam kampanyası ya da satış sürecini değerlendirmede kılavuzluk etme, ajansın geçmişteki girişimlerinden sonuç çıkarmasını, bu girişimlerin insanların üzerindeki olası etkileri hakkında öngörü oluşturmasını ve ortaya çıkabilecek muhtemel sonuçları değerlendirmesini sağlama gibi bir dizi fonksiyondan oluşan ‘ikna bilgisi’ne başvurmaktadır. Bu kapsamda işletmeler, çevreci kimliklerini inşa eder ve ürünlerinin çevre dostu olarak tanımlanmasını

amaçlarken her üç bilginin farklı düzeylerdeki kombinasyonunu kullanarak pazarda kabul görmeye çalışmaktadırlar.

1. 1. Bütünleşik Pazarlama İletişiminin Parçası Olarak Yeşil Pazarlama

Sanayileşme sonrası doğanın tahribatındaki çok yönlü artış –gezegen üzerindeki ormanların yok edilmesi, kimyasal ve radyoaktif atıklar, fosil enerji kaynaklarının yol açtığı hava ve su kirliliği, ozon tabakasının delinmesi, erozyon ve mekansal rekreasyon sonucunda verimli toprakların tarımsal kullanım dışı kalması, küresel ısınma vd.– üretim mekanizmasının toplumlar nezdinde meşrulaştırılmasında yeni strateji arayışlarını beraberinde getirmiştir. Yasal düzenlemeler ve çerçeve anlaşmalar ile çevrenin korunması konusunda çeşitli önlemler alınmaya çalışılmış; bu alandaki önemli bir gelişme olarak, kloroflorokarbon (CFC) gazı kullanımının azaltılması kararlaştırılmış ve kamuoyu baskısı ile tüketiminde önemli miktarda düşüş sağlanmıştır. Ekolojik dengede bozulmaya yol açan üretim tarzı aynı zamanda yaşam pratiklerini ve tüketim alışkanlıklarını değiştirmiş; bireyler, kapitalizmin üretime yabancılaştırıcı ve üretilenleri fetişleştirici süreçlerinin etkisiyle, ‘gösterişçi’, ‘ahmakça’ ya da ‘hedonistçe’ satın alma-kullanma aracılığıyla, içerisinde yer aldıkları ekosistemin tahribatına ortak olmuşlardır. Tüketimin yaşamı anlamlandırma ölçütü olarak algılanması, küresel iklim değişiminin yönetiminde şirketlerin, sadece kendilerine yüklenerek maliyetleri sınırlayacak tartışmalara katılmakla yetinmelerine yol açmaktadır.

Egemen üretim tarzının nüfuz ettiği düşünce kalıpları çerçevesinde bireyler, tüketim ilişkilerinin devamlılığını sağlayacak yeni ‘sürdürülebilirlik’ arayışlarına girmektedirler. Bu sürdürülebilirlik anlayışı, hakim teknoloji düzeninin yeniden gözden geçirilmesi çerçevesinde doğanın, kalkınma prensipleri bağlamında değerlendirildiği, post-fordist etkililiği ön plana çıkaran bir çevre ideolojisidir (Tellan, 2008:61-62). Bu bağlamda, son çeyrek yüzyılda ‘yeni’ çevre ideolojisinin biçimlendirildiği kurumsal pazarlamayla ilişkili ekoloji literatürünün arttığı ve şirket etkinliklerinin de çoğaldığı görülmektedir. Konuyla ilgili olarak gerçekleştirilen ilk çalışmalar arasında Fisk (1974)’in *Marketing and the Ecological Crises* (Pazarlama ve Ekolojik Krizler) başlıklı kitabı; 1975 yılında başlayan ve 1979’da tekrarlanan ekolojik pazarlama workshopları; 1988’de yayımlanmasını takip eden kısa bir sürede 1 milyondan fazla satan J. Elkington ve J. Hailes’in *The Green Consumer Guide: From Shampoo to Champagne* (Yeşil Tüketici Rehberi: Şampundan Şampanyaya) başlıklı kitap; 1991’de *Journal of Public Policy and Marketing*, 1994’de ise *Journal of Business Research* dergilerinin ekoloji, çevre ve yeşil pazarlama konularına odaklanan özel sayıları sıralanabilecektir (Kilbourne, 1995; Grant, 2008). Yapılan çalışmaların önemli bir kısmı, şirketlerin pazarlama sürecinde geliştirdikleri çevre etkinliklerine odaklanmakta; strateji olarak yeşil pazarlama etkinlikleri ‘yeşil yıkama’ya (*greenwashing*)¹ öncülük etmektedir. Yeşil teknolojilerin, çevreye en büyük zararı veren çokuluslu şirketlerce üretilmesi, çevre kirliliğinin önüne geçilmesi amacıyla geliştirilen kirlilik kontrolü sistemleri ile bu sistemlerin pazarlanması amacıyla ortaya çıkan yeşil sanayinin de çokuluslu şirketlerin elinde olması sonucunu doğurmaktadır. Öyle ki, yeşil teknoloji üretimi ve satışı, çokuluslu şirketlerin azalan kâr eğilimlerinin tekrar yükselmesini sağlayan bir çözüm yolu, yeşil teknoloji kullanımı ise sosyal sorumluluk ve global etik anlayışının temel göstergesi haline gelmiştir.

¹ ‘Yeşil yıkama’ (*greenwashing*), çevreciliğin ön plana çıkarıldığı yeni pazarlama yaklaşımında, pazarlama tekniklerinin gerçekleri çarpıtma-yanıltma amaçlı kullanımıdır. Tüketici sunulan içerikte ‘eko’ olana yöneltilmekte ve ürünün ‘yeşilliğine’ odaklanılması amaçlanmaktadır. Günümüzde tüketici hakları hareketi yeşil yıkama tarzı enfomasyona güvenilemeyeceğini sıklıkla ifade etmektedir.

Sosyal meselelerin çözüm önerilerinin toplumsal kabul görmesinde aracı rol üstlenen kitle iletişim araçları, sermaye açısından enformasyona erişim zamanını hızlandıran ve erişilebilirlik mesafesini kısaltan modern birer teknoloji olarak da işlevselleşmektedir. Kitle iletişim teknolojileri, ekosistem tahribatı ve çevre sorunları konulu tartışmalarda da ‘farkındalık’ ve ‘bakış açılarında dönüşüm’ yaratmada temel başvuru kaynağı haline gelmişlerdir (Cox, 2008:33). Çevre hareketinin doğasının, egemen üretim tarzına hizmet eder biçimde değişmesinde kitle iletişim teknolojilerinin işlevselliği küçümsenemeyecektir. Çokuluslu şirketlerin mülkiyetinde ya da çıkar ilişkileri bağlamında işbirliği içerisinde olan medya, toplumsal yapıda çevre sorunlarının nasıl şekilleneceği konusunda belirleyici rol oynamaktadır. Uluslararası düzeyde yerleştirilmeye çalışılan sürdürülebilirlik anlayışının bir uzantısı olarak gelişen çevrecilik hareketleri ve çevre duyarlılığının toplumsal olarak yaygınlık kazanması ile birlikte, kapitalist pazarlama süreçlerinde çeşitli dönüşümler yaşanmış; öncelikli olarak ABD’de ve sonrasında da dünyanın geri kalan kısmında ‘yeşil tüketimcilik’ (*green consumerism*) eğilimi ağırlık kazanmaya başlamıştır. Yeni oluşmaya başlayan yeşil tüketimcilik geleneği içerisinde tüketiciler, vicdanlarını rahatlatmak ve psikolojik çatışmadan kaçınmak için çok daha yüksek bedeller ödemek pahasına ‘çevre dostu’ ya da ‘çevreye zarar vermeyen’, ‘organik’ ürünleri satın alma eğilimi göstermeye başlamışlardır. Uluslararası şirketler, bu eğilimin bir uzantısı olarak, ürünlerinin çevreyi koruyan hammaddelerden üretildiklerini ve sağlıklı koşullarda, çevre dostu ambalajlarla muhafaza edildiklerini zihinlerde yerleştirmeye çalışan ‘yeşil pazarlama’ (*green marketing*) ve ‘eko-etiketleme’ (*ecolabeling*) sürecine destek olmuşlardır. Bu koşullar altında, ürünlerin ambalajlarında ‘çevre için güvenli’ (*safe for the environment*), ‘çevre dostu’ (*environmentally friendly*), ‘geri dönüşümlü’ (*recyclable*), ‘Ozon tabakasının dostu’ (*Ozone layer friendly*) ve ‘eko-güvenli’ (*eco-safe*) gibi ibarelerin yer alması adeta zorunlu hale gelmiştir. Yeşil pazarlamada, ‘yeşili nasıl tanımlarız?’, ‘tüketicilerin sevecekleri yeşil ürünleri nasıl üretiriz ve sunarız?’ ve ‘tüketicimiz ile vaatlerimiz ve önceliklerimiz konusunda güvenli ve etki yaratıcı iletişimi nasıl kurarız?’ gibi kilit soruların etkili bir şekilde cevaplanması ve hayata geçirilmesine dönük yeni işletme stratejileri geliştirilmiştir.

Globalleşme ile birlikte değişen ekonomik koşullar, geleneksel rekabet üstünlüklerini – ucuz emek, hammadde bolluğu vd.– geri plana itmiş; “iyi yetişmiş insan gücü, iyi işleyen bir piyasa mekanizması, nihai pazarlara ulaşmayı sağlayan gelişmiş enformasyon yapısı, kolaylıkla mal sevk edilebilmesini sağlayan ulaştırma ve haberleşme ağı ön plana çıkmıştır. Çokuluslu işletmelerin bir kısmı tam anlamıyla uluslararası hale gelmiş ve kendine özgü bir dünya şirketi olmuştur” (Pira, Kocabaş ve Yeniçeri, 2005:34). Globalleşen piyasa koşullarında dünya ‘tek bir pazar’ olarak değerlendirilmeye başlanmış ve pazarlama stratejileri bu anlayışa hizmet edecek tarzda yeniden geliştirilmiştir. Bu kapsamda bütünleşik pazarlama iletişimi anlayışının 1980’lerde ortaya çıkışının ardında yatan en önemli nedenler, kapitalizmin globalleşme eğilimi ile birlikte uluslararası ve çokuluslu şirketlerin dışı açılma politikalarını sağlamlaştırma çabaları, artan rekabet koşulları içerisinde çıkarları benzeşen yapılanmaların ‘ortak’ hareket etmelerini sağlayıcı mekanizmalar geliştirme arzuları, operasyonel verimliliği maksimize etme isteği ve hangi alanda olduğu fark etmeksizin ‘bütünleşik’, ‘birbiriyle çelişmeyen’ mesajlar iletme kaygılarıdır. “1987’de ABD borsasında yaşananlar sonrası kuruluşlar, karşılaştıkları maliyet ağırlıklı sorunları çözebilmek için büyük ölçüde işten çıkarmalara ve küçülmelere gitmişlerdir. 1990’ların başında kuruluşlar yeniden yapılandırma çalışmalarını ile kârlılık sorununa çözüm getirmek için çaba göstermişler, müşteri odaklı toplam kalite çalışmalarına ağırlık vermişlerdir. Yeniden yapılandırma ve maliyet azaltma teşviklerine yanıt olarak pek çok örgüt, pazarlama iletişimi çabalarında değişikliğe giderek geleneksel kitle reklamcılığı yerine daha uzmanlaş-

mış medya ve planlanmış tutundurma araçlarına yönelmişlerdir. En önemli değişimler 1980'lerin sonunda ve 1990'ların başında sayısallaşma ve lojistiğin kullanılmasıyla gerçekleşmiştir. Çoğu iş uygulamalarında büyük ölçüde bilgisayar kullanılmaya başlanmış ve bu durum örgütlere zaman ve maliyet açısından büyük kazançlar sağlamıştır” (Kaya, 2003:365). Yeni enformasyon teknolojileri, piyasanın işleyişinde esas tabanı oluştururken; pazarlama iletişimi uygulamalarını da tamamen piyasanın gereklerine göre dönüştürmüştür. İşletmelerin paydaşlarının uluslararası ölçekte artması ve dağıtım ağlarının genişlemesi ile birlikte, belirli amaç ve hedeflerin koordineli bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için bütünleşik pazarlama iletişimine başvurulmuş; zamanla bütünleşik pazarlama iletişimi teknikleri satışta egemen işleyiş tarzı haline gelmiştir. Bütünleşik pazarlama iletişiminin temel özelliklerini, “(i) bütün iletişim araçlarının pazarlama karmasıyla bütünleşmesi, (ii) teknolojinin pazarlama alanında tam anlamıyla kullanılması, (iii) tüketici ve müşterilere odaklanma, (iv) ölçülebilir olma, (v) interaktif bir iletişim süreci olması (çift yönlü ve karşılıklı etkileşim), (vi) veri tabanı bazında planlama ve uygulama (tüm pazar segmentleri, satın alma alışkanlıkları vb.’ne göre verilerden yararlanma), (vii) içeriden dışarıya değil, dışarıdan içeriye doğru planlama (stratejik kararlarda pazar ve tüketici ağırlığı), (viii) sıfır bazlı planlama (geçmiş yıllara ait verilerden çok, planlama dönemine ait kurumsal hedef ve araçlara göre bütçe ve plan yapma)” (Odabaşı ve Oyman, 2001:65) şeklinde sıralamak mümkündür. Bütün bu özelliklerin ortak paydası ise şirketlerin amaçlı ve planlı biçimde ilettiği enformasyonun, pazar yapısı ile tüketici davranışı arasında çelişkiye yol açmayacak biçimde tüketimi organize etmesidir. Bu çerçevede yeşil pazarlamanın bütünleşik pazarlama iletişimine eklenmesi mental çelişki ve kararsızlıkları giderici önemli bir unsur olarak anlam kazanmaktadır. Ancak yeşil pazarlamanın geniş kitleler üzerindeki tüm olumlu rolüne rağmen, karar verici konumundaki yöneticilerin çevre sorunlarını algılayış biçimlerinin değişmemesi, sürecin yapaylığını açıkça ortaya koymaktadır: “Küresel ısınma insanlarda ortak bir kaygı, dolayısıyla bir hareketlenme yaratmaya başladı; ne var ki özellikle ABD’deki büyük şirketlerin üst düzey yöneticileri bu konuda hiçbir zaman ‘bir ölçüde’ ya da ‘son derece’ kaygı duymadı. Küresel ısınmayla ilgili kaygı en fazla Japonya’daydı; burada üst düzey yöneticilerin yüzde 70’i bu kaygıyı paylaşıyordu. Avrupa’da ise bu konuyla en fazla ilgilenenler Alman üst düzey yöneticilerdi; ABD’de ise üst düzey yöneticilerin sadece yüzde 18’i bu konuda kaygısını dile getirmişti. Bu oran ise, bütün ülkelerde ortalama yüzde 40 civarında olan rakamın epey altındaydı” (Ritzer, 2011:372).

2. MARKA KİMLİĞİ OLARAK ÇEVRECİLİK

Günümüzde sektörlerinde başarılı ve öncü olan şirketlere/markalara bakıldığında, bütünleşik pazarlama iletişimi sürecini profesyonelce ve tüm boyutlarıyla yürüttükleri gözlenmektedir. Sektörlerinde öncü şirketler gerek kurumsal kimliklerinin inşasında gerekse kurum-ürün-marka ilişkiseliliği sağlamada tüketici odaklı pazarlama faaliyetlerine yönelmiş bulunmaktadırlar. Şirketler, pazarlama iletişimi süreçlerinde açıkça ifade edilen mesajlarının, belirli bir hedef kitleye etkili bir yolla iletilmesi uğraşısına girmekte; bu amaca ulaşılabilmek için de sırasıyla, bireylerin ‘ne’ hissetmeleri gerektiğini belirlemek üzere ‘konumlandırma’ (*positioning*), marka hakkında ‘ne’ hissetmeleri gerektiğini ortaya koymak üzere ‘kişilik’ (*personality*) ve bu iki beklentinin gerçekleşmesinin ‘nasıl’ sağlanacağını kararlaştırmak üzere de ‘önerme’ (*proposition*) süreçlerini planlamaktadırlar (Brannan, 1998:1-2). Günümüzde mal ya da hizmetlerin, ‘marka’ olarak kuruluş kişiliği ile tüketicilere sunulduğu, ‘ürünün toplam önerisi’nin başarılı ve ikna edici bir tarzda tasarlanması ile mümkündür. Rekabetin yoğunluk kazandığı pazar ortamında, üretici lehine sonuçlar elde edilebilmesi için içeriğin ‘farkındalık’ yaratmasına, mesajın ‘inandırı-

cılığına ve ‘görselliği’nin içeriği desteklemesine odaklanılmaktadır. “Bir kurumun itibarı, markası, o markaya ait marka değeri, kurumun ya da markanın tüketicinin aklındaki konumu ve tüketicilerin o kurum ve markalara karşı olan tutum ve davranışlarıyla ilgili bütün bu süreç, tüketiciler tarafından, doğrudan kendilerince oluşturulmaktadır” (Bozkurt, 2004:46). Bütün bu süreçte tanımlanan tüketici-marka ve tüketici-kurum ilişkisinde, tüketici kendi özgür iradesinden koparılmakta; kurum ya da markanın, çeşitli planlanmış iletişim süreçleri aracılığıyla toplumsal izlenimlere dönüşen ‘değer setleri’ tüketicinin kolaylıkla benimseyeceği biçime sokulmaktadır. Bahse konu ilişkilere ilişkin görüngülerin tamamı, marka kimliği üzerinden inşa edilmektedir. “Marka kimliği, herhangi bir ürün üzerine bir giysi giydirmektir. İnsani özelliklerin yaşamsal içerikle evcilleştirildiği bir oluşumdur. İnsani özellik vermek, markanın bir insan karakterine sahip olması ve tüketicisi ile konuşan, duygularına ortak olan, vb. özellikler sergilemesidir” (Pira, Kocabaş ve Yeniçeri, 2005:78). Kimlik, markanın değeri, duruşu ve algılanma biçimini belirleyen önemli bir unsurdur. Tüm iletişim ve pazarlama stratejileri, oluşturulan kimlik üzerinden inşa edilmektedir.

Uluslararası ölçekte faaliyet alanını genişleten şirketler, artan rekabet koşullarına bağlı olarak çeşitli marka stratejileri geliştirme yoluna gitmektedirler. Marka, hizmet ya da mal üreticisini veya satıcısını tanımlaması bağlamında önemli bir faktördür. Marka, üretici-tüketici ilişkisi içerisinde ‘kalite’, ‘güven’ ve ‘sempati’nin somutluk kazanmasında işlevseldir. Bu işlevsellik içerisinde marka sadece “bir isim, logo, sembol ya da slogan değildir. Marka, tüketicilerin ürünler veya hizmetlerle ilgili olarak duydukları, gördükleri, okudukları, izledikleri veya kendilerinin birebir deneyimlerinden elde ettikleri verilere göre yaptıkları tanımlamayı ifade eder. Bu da firmaların, markalarına yaptıkları yatırım ve uzun bir zaman dilimini ifade eder” (Bozkurt, 2004:48). Tüketici sağlığına hiçbir faydası bulunmayan hatta neden olduğu gıda bağımlılığı yüzünden pek çok araştırmada zararlı içecekler sınıflandırmasına dahil edilen ‘gazlı meşrubatlar’ sektörü içerisinde ilk aklı gelen markanın, Coca Cola olması şaşırtıcı değildir. Dünya nüfusunun % 90-95’inin bilinirliğini sağlamış marka olarak Coca Cola, tüm kültürlerde ‘susuzluğun giderilmesinde’ – ki aslında susuzluğu daha da artıran niteliğiyle bir ironiyi kendi içerisinde barındırmaktadır– olmazsa olmaz bir içeceğe dönüşmüştür. “Bugün Coca Cola, dünyanın en pahalı markasıdır. Coca Cola’nın marka değeri tam 72.5 milyar ABD Dolarını bulmaktadır. Birkaç yıl öncesine kadar en yakın rakibine bile açık ara fark atan Coca Cola, bugün, ensesinde Microsoft, IBM, Intel ve Nokia gibi yeni ekonomi şirketlerinin solğunu hissetse de, hala ilk sıradaki yerini korumaktadır. Coca Cola’nın pazar değeri ise 170 milyar ABD Dolarıdır. Coca Cola’yı ilk üreten Pemberton’un ölümünden sonra, bu içeceğin haklarını 2.300 dolara satın alan Asa Candler’in, 1892’de 100.000 dolar sermaye ile kurduğu Coca Cola’nın şu andaki konumuna ulaşması, sanıyoruz ki her şeyden önce marka yaratma becerisiyle açıklanabilir” (Bozkurt, 2004:110).

Dünyada, üretim sistemlerinde yaşanan teknolojik tabanlı değişimler, sürekli gelişen bu teknolojilere entegrasyonun maliyetli oluşu ve nitelikli işgücüne yönelik ihtiyacın artışı, pazarın sürekli genişletilmesi gerekliliği ile satış artırma çabalarının keskinleşmesini de beraberinde getirmektedir. “Bu yeni rekabet koşullarının ortaya çıkardığı bir durum da müşterinin satın alma davranışının sadece kişi ve gelir ile ilgili olmadığı, mevcut seçenekler içinde kişinin tatmin/tatminsizlik durumu ve seçenekler arasındaki fark ile de ilgili olduğudur” (Pira, 2005:14). Bu bağlamda, yenilikçi ve sürekli gelişen bir şirket izlenimi uyandırmanın en önemli yolu, enformasyonun düzenli akışının sağlanması, gündemde sürekli olumlu haberlerle yer almak ve sosyal sorumluluk projeleri ile birlikte anılmaktır. Şirketlerin ürün farklılaştırma ve ürünü yeşil bir bağlama oturtma yöntemlerinin başında,

ürünün niteliğinden çok kimliğine (marka, logo) dikkat çekme, ürünün belirli kişiselleştirmeler (ürünün tüketiciye sunumu sırasında çeşitli kahramanlar, hayali canlılar, tanınmış insanlar ya da çeşitli sloganların tercih edilmesi) aracılığıyla bireylerin gözünde somutlaştırılması, ürünün geçmişle bağının koparılması ve ‘yeni’ olduğu izlenimi verilebilmesi için adının değiştirilmesi gelmektedir. “Birçok marka, kendisinin genç kuşakları temsil ettiği algısını yaratarak inşa edilmiştir. Örnekleri arasında; BMW, MiniCooper, Pepsi-Cola, Mountain Dew, Red Bull, Tommy Hilfiger, The Gap ve Abercrombie & Fitch ilk akla gelenler” (Ries ve Ries, 2004:250). Kurumsal itibarın toplum gözünde yükselmesini sağlayan en önemli faktör ise ‘toplumun genel iyiliğinin göz önünde tutulduğu’ izlenimi oluşturan kurumsal eylemlerdir. “Kurumsal hayırseverlik, kurumsal bağışlar, kurumların toplumsal etkinlikleri, toplumsal ilişkileri, toplumsal iletişimi, toplumsal gelişim, yerel-küresel kurumsal kimlik uygulamaları ve kurumların toplumsal düzeyde pazarlanması” (Pira, 2005:155), kurum ve marka imajının güçlenmesini sağlayıcı, toplumla ‘iç içe’ olunduğu ve toplumun sorunlarıyla yakından ilgilenildiği yönünde ikna edici stratejilerdir. Yeşil markalamanın kurum stratejisi olarak kullanılması, ürün bilinirliğinde, tercihinde ve sürdürülebilirliğinde (yeniden satın alma için arayışa girilmesinde) şirketlere önemli üstünlükler kazandırmaktadır. Yeşil markalama yoluyla işletmelere sunulan ekolojik alternatifler, hukuk, hesap verilebilirlik ve etik bakımından esnek yollar açmaktadır. Yeşil markalama, kurum açısından gerekli ve güvenilir bir kimlik oluşturma ötesinde politik bakımdan da işlevseldir; çünkü hükümetlerce dayatılan tepeden inme ve kabul göreceği belirsiz sürdürülebilirlik stratejilerinin aksine sektörde uygulanabilir, yeni pazarlar için kârlı ve hedef kitlenin katılımı esaslı ilkeler geliştirmektedir.

3. ŞİRKET-ÇEVRE İLİŞKİSİNDE HALKLA İLİŞKİLERİN KONUMU

Halkla ilişkiler faaliyetleri, egemen piyasa yapısı içerisinde kazandığı işlerlik tarzına bağlı olarak son yıllarda çevrecilik ile olan ilişkisini de yeniden kurgulamıştır. Başlangıçta çeşitli olay ve olgular çerçevesinde işleyen halkla ilişkiler faaliyetleri, II. Dünya Savaşı sonrasında kapitalist dünya ekonomisinin uluslararası ticaret kapsamındaki gelişimine paralel olarak, etkinliklerini ‘duyurma’, ‘tanıtma’ ve ‘ikna etme’ olarak kategorize edilen unsurların ötesine taşınmış ve ticari ilişkiler ile uluslararası siyaset düzlemine genişletmiştir. Şirketlerin halkla ilişkiler etkinliklerini dünya genelinde yürütme zorunluluğu, hızla medya ve pazarlama hizmetleriyle bütünleşmesine ve iş yaptığı sektördeki şirketlerle benzeşerek endüstrileşme sürecine girmesine neden olmuştur. Halkla ilişkiler endüstrisi, çokuluslu şirketlerin global ölçekte işleyişlerini garantilemek açısından pazarlama, reklamcılık, lobicilik, sponsorluk, imaj yönetimi gibi iletişim tekniklerine başvurmuş; yaşanan gelişmelere tepki verme yerine yaşanabilecekleri öngörme stratejisi geliştirmiş ve hizmet verdiği şirketlerin kârlılığının, verimlilikten çok doğa-emek sömürüsüne dayanmasını meşrulaştıran çok daha geniş bir bağlama sahip çıkmıştır. “Halkla ilişkiler, dinamik, sürekli gelişen, evrim geçiren ve çözülen paydaş gruplarla (ki tüm bunlar kendilerini şirket üzerinde meşru hakka sahip olarak görmektedirler) ve paydaş gruplar arasındaki ilişkileri dikkatli bir şekilde bütünleştirmesi nedeniyle karmaşık ve beceri gerektiren bir etkinlik olarak görülebilecektir” (Gregory, 2004:53). Son çeyrek yüzyılda yaşanan neoliberalizm ve küreselleşme dalgası karşısında endüstriyel işleyişinin getirdiği amaçlarının da ötesine geçen halkla ilişkiler, uluslararası ticaretin ‘bilinç yönlendirme’, ‘onay üretme’ ve ‘talep düzenleme’ (*demand regulation*) mekanizmasına dönüşmüş; stratejik yönetim ve kurumsal koordinasyon ilkeleri geliştirerek, şirketlere adeta canlı birer kimlik kazandırmıştır. Günümüzde halkla ilişkiler ajansları, özellikle çevre sorunlarının artması karşısında şirketlerin kurumsal kimliklerini ve marka imajlarını zedeleyecek riskleri öngörerek, olası krizlere karşı acil durum planları hazırlamaya başlamışlardır. Çevrecilik konusunda

çok yönlü stratejiler geliştiren halkla ilişkiler şirketleri, “çalışma şartlarının işçi ve çevre sağlığına zarar vermesi, etik standartlardan sapma, ürünün beklenmedik olumsuz etkileri, sosyal paydaşlara yönelik olumsuz tutum ve davranışlar, kurumsal yönetim sorunları, sosyal sorumluluktan kaçma, kuruma ve ürüne yönelik güven sorunları, satış sonrası hizmet sorunları” (Pira, Kocabaş ve Yeniçeri, 2005:150) gibi toplum nezdinde üreticilerin rekabet ve pazar pozisyonunu zayıflatan durumlara karşı sürekli güncellenen plan ve projeler hazırlamaktadırlar. Burada dikkat edilmesi gereken, halkla ilişkiler şirketlerinin yaşanan sıkıntıları ortadan kaldırmaya yönelik çözüm arayışında değil, bu sıkıntıların topluma yansımaları önleyici ‘itibar’ ve ‘imaj’ yönetimi çabası içinde olmalarıdır. “Halkla ilişkiler şirketlerinin doğa lehine değil, şirketler lehine çalışması, onların yürüttüğü çalışmalarına karşı toplumun ‘inançsızlık’ duymasına neden olmuştur” (Özmen, 2014:237).

Geleneksel örgüt yapısı içerisinde şirket bünyesinde yer alan halkla ilişkiler birimlerinin yerini bağımsız halkla ilişkiler şirketlerine bıraktığı günümüzde, dönüşen üretim-dağıtım süreçlerine uygun çok yönlü hizmet anlayışı gelişmiş; tüketim süreçleri yeniden yapılandırılırken, satın alma, kullanma, memnun kalıp yeniden alma ya da beğenmeyerek yeni ürün arayışına geçme deneyimleri de standartlaştırılmış ve kontrol edilir hale gelmiştir. Artık “halkla ilişkilerin temel misyonu; bir kurumun bütün ilgili, hedef kitleler ile karşılıklı, eşit paylaşımına dayalı, açık, doğru, çevre ve insan haklarına saygılı ve bütün etik kriterleri sağlayacak şekilde iletişim ve ilişki kurmasını ve bu ilişkiyi sonsuza kadar sürdürmelerini sağlamaktır” (Bozkurt, 2004:146). Halkla ilişkiler, bir yönetim fonksiyonu olarak örgütlerin bütün kademelerinde iletişim ‘planlayıcısı’ ve ‘uygulayıcısı’ rolünü üstlenmektedir. Şirketlerin planları ile uygulamaları arasındaki farklılıklar, çevre sorunları gibi dışsallıklara neden olmakta; bu aşamada devreye giren halkla ilişkiler endüstrisi ise geliştirdiği geçici çözümlerle şirketin ya da sektörün kendini yenileyerek devamlılığını sağlamakta ve dışsallıktan etkilenenlere de onay üretirmeye çalışmaktadır. Sermaye gruplarının bir parçası konumundaki halkla ilişkiler şirketlerinin ‘onay üretme’ çabaları, ‘benimsetme’, ‘kabullendirme’ ve ‘içselleştirme’ aşamalarından geçilerek geçerlilik kazanmaktadır. Kapitalist üretim tarzının günümüzde geldiği noktada, ekosistem üzerindeki yıkımın büyüklüğü karşısında, toplumun sergilediği karşı duruşlar, halkla ilişkilerin alternatif iletişim yollarıyla yumuşatılmaktadır. Bu süreç içerisinde ekosistem içerisindeki bütün unsurlar, kapitalist pazar yapısıyla bağlantılandırılmakta ve bu bağların da insan yaşamının gereksinimlerine ve sosyal çıkarlara değil, şirket kârlarına hizmet etmektedir.

Halkla ilişkiler endüstrisi, şirket imajını olumlama yönünde “parasal yardımlar, burslar, maliyeti karşılanmış reklam kampanyaları, sponsorluklar, teknik uzmanlık, malzeme yardımları, gönüllü çalışmalar” (Pira, 2005:156) gibi sosyal sorumluluk kampanyaları yürütme, organizasyon sponsorluklarını düzenleme, siyasal lobicilik faaliyetlerini organize etme ve tanıtım projelerine destek verme gibi farklı düzlemlerde stratejiler geliştirmektedir. Bu stratejiler kapsamında halkla ilişkiler şirketleri, bir yandan da hükümetleri sorunu çözmeye davet etmektedirler (Tellan, 2008:64). Günümüzde şirketler, rekabet mücadelesinde çevre sorunlarına getirecekleri çözümlerin tüketici tercihlerinde önemli bir üstünlük sağladığının farkına varmış durumdadırlar. “Toyota’nın yeşil odağı tesadüfi değildi. 1990’ların başlarında Toyota yirmi birinci yüzyılın aracını tasarlamak için yola çıktığında, çevrenin korunmasını ana tema olarak benimsemişti. Otomobil üreticilerinin geleneksel olarak sevdiği ve kullandığı büyüklük, hız, performans ve hatta güzel kızları ya da kaslı erkekleri çekme özelliği gibi nitelikler tamamen bir kenara atılmıştı” (Esty ve Winston, 2008:29-30). Çevreci bir bakış açısı, şirketlerin daha inovatif ve girişimci oldukları izlenimi yaratarak, olumlu imaj üretimini sağlamakta; globalleşmeye bağlı olarak değişen oyun sahasında

çevreciliği merkeze alan stratejiler geliştirmek, uzun ömürlü değer ve rekabet avantajı ortaya çıkarmaktadır.

Halkla ilişkiler endüstrisinin çevre sorunları karşısında pazara sunduğu bir öneri mevcut ilişkilerin ve yapının devamı ile sorunların üzerinin örtülmesi iken, diğer önerisi ise çevre kirliliğini önleyici-azaltıcı teknolojilerin pazarda yer bulmasını duyurma ve tüketici beklentilerinin karşılandığı yönünde bir algı oluşturmaktır. 1990'lı yıllarda kapitalist pazarlar, alternatifsizlik tezleri eşliğinde kendilerini yeniden yapılandırmış ve ağır sanayi olarak adlandırılan kitlesel üretim süreçlerini post-fordist üretim/esnek yönetim politikaları eşliğinde parçalayıp çevre ülkelerine dağıtarak kirliliği ihraç etmişlerdir (Tellan, 2008). Sanayi şirketlerinin kapitalist merkez ülkelerde kendilerini yeniden yapılandıran kısımları ise yasal ve toplumsal baskılar karşısında üretim süreçlerini 'yeşilleştirmek' zorunda kalmışlar ve halkla ilişkiler faaliyetleri aracılığıyla yeni yapılarını kurumsal sosyal sorumluluğun bir parçası olarak sunmuşlardır. "Böyle büyük ölçekli değişimler, büyük fırsatlar da yaratır. Tüketiciler, şirketler ve örgütler, iklim değişikliklerine ve karbon tüketiminin sınırlandırıldığı bir dünyaya uyum sağlarken yeni teknoloji, ürün ve hizmetlere ihtiyaç duyarlar. Şirketlerin büyük kısmı, bu amaçla harcaacakları parayı kendilerine yeniden kazandıracak ürünlere ve beceriye sahiptir. Evler ve şirketler enerji tüketimlerini azaltmak için harekete geçtiklerinde, örneğin Honeywell gibi çevrecilikle özdeşleşmiş bir şirket onlara sofistike termostatlar ve verimli ısıtma-iklimlendirme cihazları sunmaktadır" (Esty ve Winston, 2008:63). Uluslararası rekabet koşulları altında pazar paylarının daralmasını 'yeşil şirket' imajıyla önlemeye çalışan sermaye grupları için 'geri dönüşümlü ürün üretimi', 'çevreci örgütlerin kabul ettiği teknoloji kullanımı', 'atık azaltıcı üretim politikasının benimsenmesi' ve 'sürdürülebilirlik standartları oluşturarak bunun kurum kimliğinin bir parçası olarak sunulması' vazgeçilmez unsurlar olarak sıralanmaya başlamıştır. "IKEA, yeni geliştirdikleri Ecomagination taahhütlerini ilan ettikleri tanıtım kampanyasına 90 milyon ABD Doları harcamış olan -9. sıradaki- General Electric'in de önünde yer alarak ABD'deki 7. en yeşil şirket olmuştur. Ve kısa bir süre önce yapılan bir araştırmada, IKEA İsveç'teki en güvenilir şirket olarak belirlendi; ankete katılanların yüzde 80'i IKEA şirketine güvendiklerini söylediler" (Grant, 2008:107).

Kitle iletişim araçları, halkla ilişkiler faaliyetlerinin kapsam ve etkinlik açısından işleyişini desteklemektedir. Halkla ilişkiler endüstrisi, 'yeşil' yeniden yapılanmayı toplumsal düzeyde yaygınlaştırmak ve 'yeşil'i, bir 'karşı duruşun' simgesi olmaktan çıkarıp, egemenin hizmetine sunmak amacıyla kitle iletişim kanalları sayesinde ulaşılmaktadır. Yeşil bir gündem yaratma konusunda uluslararası toplantılar düzenlenmekte, dergi ve gazetelerde konuya ilişkin yayınlar yapılmakta, bilim adamlarına yazdırılan rapor ve kitaplar piyasaya sürülmekte, radyo-televizyon programları ile tek tek evlere ulaşılmakta, internet sayfaları konuyla ilgili çeşitli materyaller –site, blog, tartışma forumları, belgeler, raporlar vd.– barındırmakta ve şirket vakıfları tarafından finanse edilen enstitüler kurulmaktadır. Tüm bu faaliyetler belirli bir bilinç yönlendirme mekanizmasına işaret ederken, küresel iklim değişimi çokuluslu şirketlerin lehine yeniden kurgulanmakta, 'yeşil' mal ve hizmetlerin satın alınması zorunlu tercih haline dönüştürülmekte ve ekolojik yıkım gizlenerek hızla kendini yenileyen kapitalist üretim biçimi meşrulaştırılmaktadır. Halkla ilişkilerin en büyük başarısı ise bu meşrulaştırma sürecinin en önemli parçası olduğunu çoğu zaman gizleyebilmesidir.

SONUÇ

Çağdaş kapitalist piyasa koşullarının şirketlere kârlarını artırma yönünde aşırı baskı yapması, şirketlerin mal ya da hizmet üretimi sürecinde sermaye birikimi sağlamak için doğa

ve insan kaynaklarını yoğun biçimde tüketmesine neden olmaktadır. “Çoğu çağdaş yönetim sistemleri, hepsinden önce var olan ve hepimizi birbirimize bağlayan doğal düzenin içinde kurulduklarını hesaba katmıyor. Aksine, evrensel prensiplerin hukuki, politik ve ekonomik sistemleri oluşturmak ve işletmekle bir ilgisi olmadığını varsayıyorlar. Neticede, yönetim sistemleri doğanın karşıtı olarak işletiliyor ve sürdürülemiyor. Örneğin, balık rezervinin aşırı sömürülmesi politik sistemle destekleniyor, yasal sistemle ruhsatlandırılıyor ve ekonomik sistemle teşvik ediliyor. Ancak tüm bu sistemler, nihayetinde, doğanın yasalarının belirlediği biçimde balıklar tükenirken, engellemekte yetersiz kalıyorlar” (Cullinan, 2014:98). Tüketimin gündelik yaşama bu denli egemen olması, dünya genelinde doğal hayatın ve sosyal birikimlerin yok olması ile sonuçlanmaktadır. Küresel iklim ve ekosistem, mevcut üretim ve tüketim tarzına bağlı olan bir yıkımı her gün ve sanılanın aksine yavaş yavaş değil, oldukça hızlı bir biçimde deneyimlemektedir. Piyasalara hakim olan görüş ise sanayileşmenin ekosistem üzerindeki baskısının, daha ‘yeşil’ stratejilerle aşılabileceğidir. Ancak, mevcut sosyal ilişkiler ağında yaşanan ve tüketime odaklanmış bireylerin talepleri, yeni-çevreci teknolojilerle üretilen ürünlere yönlendirilirken, sorunlar çözüme ulaşmamakta; ziyadesiyle genişlemekte ve derinlik kazanmaktadır. “Bugün yeşil konular tüketicilerin de ne yaptıklarını düşünmelerini gerektiriyor. Bir meydan okumayla karşılaşmamış olan pek çok alışkanlık ve varsayımın altüst edilmesi gerekiyor. Bu, etik tüketici bakış açısıyla sadece satın aldığınız ürünün verdiği memnuniyeti değil onun geçmişini ve geleceğini de düşünmek anlamına gelir; nereden geliyor, nasıl ve kim tarafından yapılıyor, buraya nasıl gelmiş, içinde ne var, ne tür etkileri var, nerede tüketilecek ve ham içeriğe nasıl geri dönüştürülecek ya da nasıl yeniden kullanılacak?” (Grant, 2008: 104-105). Dünya genelinde insanoğlunun doğa ile olan ilişkisi ‘satın al-kullan-at-yeniden satın al’ döngüsü içerisine hapsedilmiş durumda olup; canlıların kendi varlıklarını yeniden üretme becerisi her geçen gün bir parça daha yok edilmektedir. Bu çerçevede şirketlerin uzun dönemde varlıklarını sürdürebilmelerinin, piyasa koşullarının ekosistemin yıkıcısı değil koruyucusu olarak yeniden organize edilmesiyle mümkün olacağı açıktır. Tartışmalar göstermektedir ki, şirketlerin, şirketlerin ürettiklerini tüketenlerin ve tüketenlerin davranışlarının, geliştirdikleri politikaların ve yaşamı anlamlandırma biçimlerinin gelecek kuşaklara aktarılabilmesi, ancak doğa ile olan ilişkimizin bütünüyle gözden geçirilmesi halinde gerçekliğe dönüşebilecektir.

KAYNAKÇA

AYTEKİN, P. ve AY, C. (2014). “İkna Bilgi Modeli (Persuasion Knowledge Model)”. s. 343-372. içinde *Pazarlama Teorileri*. (ed.) M.İ. Yağcı ve S. Çabuk. İstanbul: MediaCat.

BOZKURT, İ. (2004). *İletişim Odaklı Pazarlama*. İstanbul: MediaCat.

BRANNAN, T. (1998). *A Practical Guide to Integrated Marketing Communications*. London: Kogan Page.

COX, M. J. (2008). “Sustainable Communication: A Study of Green Advertising and Audience Reception within the Growing Arena of Corporate Social Responsibility. Case Study: British Petroleum”. *Earth & Environment*. No. 3. p. 32-51.

CULLINAN, C. (2014). “İnsanlar Yerküre Topluluğunun Üyeleridir Yaklaşımıyla Yönetmek”. s. 97-109. içinde *Dünyanın Durumu 2014 Sürdürülebilirlik İçin Yönetişim*. (Çev., G. Hotinli). (ed.) L. Mastny. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

ESTY, D. C. ve WINSTON, A. S. (2008). *Yeşilden Altına: Akıllı Şirketler Çevreci Stratejiler ile Nasıl Avantaj Yararır?* (Çev., L. Göktem). İstanbul: MediaCat.

- GRANT, J.** (2008). *Yeşil Pazarlama Manifestosu*. (Çev., N. Özata ve Y. Fletcher). İstanbul: MediaCat.
- GREGORY, A.** (2004). “Public Relations and Management”. p. 48-65. in *The Public Relations Handbook*. (ed.) A. Theaker. London: Routledge.
- KAYA, B.** (2003). *Bütünleşik Kurumsal İletişim*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- KILBOURNE, W. E.** (1995). “Green Advertising: Salvation or Oxymoron?”. *Journal of Advertising*. Vol. XXIV No. 2. p. 7-19.
- KORTEN, D. C.** (2005). “Paranın Ekolojisi”. (Çev., A. Mert). *Üç Ekoloji*. Sayı: 4. 15-23.
- ODABAŞI, Y. ve OYMAN, M.** (2001). *Pazarlama İletişimi Yönetimi*. İstanbul: Media-Cat.
- ÖZMEN, Ş. Y.** (2014). “Çevre ve İletişim”. s. 222-241. içinde *Disiplinler Arası Bakış Açısı ile Çevre*. (ed.) İ. Günaydın ve T. Özsoy. İstanbul: Hiperlink.
- PİRA, A.** (2005). *Halkla İlişkiler İçin Okumalar*. İstanbul: Dönence.
- PİRA, A., KOCABAŞ, F. ve YENİÇERİ, M.** (2005). *Küresel Pazarda Marka Yönetimi ve Halkla İlişkiler*. İstanbul: Dönence.
- RIES, A. ve RIES, L.** (2004). *Markaların Evrimi*. (Çev., N. Kars-Tayanç ve D. Tayanç). İstanbul: MediaCat.
- RITZER, G.** (2011). *Küresel Dünya*. (Çev., M. Pekdemir). İstanbul: Ayrıntı.
- TELLAN, D.** (2008). “Küresel İklimin Yeniden Yapılandırılmasında Halkla İlişkiler Endüstrisinin Rolü”. s. 57-67. içinde *TMMOB İklim Değişimi Sempozyumu Bildiriler Kitabı*. Ankara: TMMOB Meteoroloji Mühendisleri Odası Yayınları.
- TOLUNGÜÇ, A.** (1999). *Tanıtma ve Reklam*. Ankara: Ankara Üniversitesi İLEF Yayınları.

BİR ÖZEL EFEKT UYGULAMASI OLARAK FİLM YAPIMINDA “COLOR CORRECTION”

İbrahim Etem ZİNDEREN *
Aslı YURDİGÜL **

ÖZET

Çalışmanın temel amacı, bir özel efekt uygulaması olarak color correction (renk düzenleme) uygulamalarının film yapımında önemini değerlendirmektir. Bu amaçla çalışmada, color correction tekniklerini de kapsayan özel efektler ele alınmış ve bu uygulamalara dair literatüre dayalı bir sınıflandırma yapılmıştır. Bu sınıflandırmaya paralel olarak çalışmada özel efekt uygulamalarının film yapımına etkisi değerlendirilmiş ve color correction uygulamalarının hangi özel efekt uygulamaları kapsamına girdiği üzerinde durulmuştur. Özel efekt teknikleri bağlamında color correction uygulamalarının yapım aşamalarının anlatıldığı çalışmada, örnek yapımlar üzerinden color correction’ın önemi ve yapımlara etkisi tartışılmıştır. Çalışmanın sonunda ise literatür taraması sonucu elde edilen bilgilerden de yararlanılarak ele alınan örnekler üzerinden bu tekniklerin kullanımı irdelenmiştir. Bu kapsamda color correction olarak ifade edilen tekniklerin film yapımında hangi düzeyde kullanıldığı irdelenerek söz konusu tekniklerin film yapımına etkisi tartışılmıştır. Bu tekniklere ilişkin sektörel durumun boyutları da ele alınarak yapılan genel değerlendirmeyle bir sonuca ulaşılmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Özel Efektler, Color Correction, Film

“THE COLOR CORRECTION” AS A SPECIAL EFFECTS IN FILM PRODUCTION

ABSTRACT

The main purpose of this study is evaluating the importance of the color correction applications in film making. With this purpose, in this study the special effects including the color correction applications are dealt and there is made a classification relating to these techniques. In parallel with this classification, the influence of the special effect applications on film making is evaluated and focused on color correction applications in which special effect applications fall. As part of the special effect techniques, in this study in which the steps of making the color correction applications are explained, via sample productions the influence and the importance of the color correction applications are discussed. Also at the end of the study in which color correction film making in is examined and there is made a general evaluation considering by the sectoral situation.

Keywords: Special Effects, Color Correction, Film

* Arş. Gör., Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, (İstanbul Üniversitesi Gazetecilik Anabilim Dalı Doktora Öğrencisi), ibrahim.zinderen@atauni.edu.tr

** Doç.Dr., Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Tv ve Sinema Bölümü, E-posta: asliacar@atauni.edu.tr

GİRİŞ

Sinema, reklam ve dizi başta olmak üzere bilgisayar oyunları ve tiyatro gibi birçok alanda görsel zenginlik amacı ile farklı araçlarla uygulanan geniş kapsamlı teknikler olarak tanımlanan özel efektler (Yurdigül ve Zinderen, 2011: 102) color correction uygulamalarını da içine almaktadır. Ancak bu teknikler günümüzde anlaşıldığı gibi sadece sinema veya televizyon ile kısıtlı değildir. Birçok yapım için kullanılmakta olan bu teknikler sadece teknolojik tabanlı uygulamalarla sınırlandırılacak kadar dar kapsamlı da değildir.

Yapımlarda özel efekt kullanımı başlangıçta “yanılsama” prensibi çerçevesinde gerçekleşmiştir. Aynı amaç reklam ve klip gibi farklı yapım türlerinde de uygulanmıştır. Bu tip farklı yapımlarda çeşitli tekniklerle yanılsamaların oluşturulması hayal edilen pek çok sahnenin canlandırılması noktasında büyük katkı sağlamıştır. Yapımlarda efekt kullanımı maliyet ve zaman tasarrufu gibi bir çok kolaylık sağlarken efekt kullanımının yaygınlaşması ve gelişen teknoloji birçok tekniğin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır.

1980’lerden itibaren bilgisayar teknolojisi büyük ilerlemeler kaydetmiştir. Bu gelişmeler özellikle de 1990’lardan sonra yapımlarda özel efekt uygulamalarının büyük bir kısmının dijital ortama kaymasına neden olmuş ve color correction uygulamaları da dijital efektler olarak bilgisayar tabanlı uygulanmaya başlanmıştır. Yapımlarda kullanımı da yaygınlaşan dijital tabanlı özel efekt uygulamaları sayesinde istenen her türlü sahnenin yaratılması kolaylaşmış ve color correction da farklı bilgisayar yazılımları kullanılarak yapılmaya başlanmıştır. Böylece filmlerin ayrılmaz bir parçası olarak görülmeye başlanan özel efektler ve bu kapsamdaki color correction, günümüz yapımları açısından önemli bir tamamlayıcı olarak kabul edilmektedir.

Özel efektler yapımların her aşamasında uygulanan farklı tekniklerden oluşmaktadır. Bu anlamda özel efekt uygulamaları kapsamında olan color correction, yapımlarda kullanılan özel efekt tekniklerinden biridir. Bu uygulamalar günümüzde sinema başta olmak üzere her türlü yapımda büyük önem verilerek kullanılmaktadır. Color-contrast ayarlamaları ile çekilen bir film veya klip için istenen ışık ve renk ayarı yapılarak izleyici üzerinde önemli etkiler bırakılmaktadır. Bunlardan en önemlisi ise “gerçeklik”tir. Örneğin savaşı anlatan bir dönem filmi veya korku gerilim türünde çekilen bir filmin renk düzenlemeleri farklılıklar taşımaktadır. Color correction ile farklı yapımlarda farklı renk düzenlemeleri yapılarak izleyici üzerinde istenen his yaratılabilmektedir. Bu anlamda hareketli bir şarkı klipi için yapılan color correction uygulaması ile duygusal bir müzik klipi için yapılan uygulamalar farklılık göstermektedir.

Özel efektler, yapımcılar açısından hayal edilenin yansıtılabilmesini sağlayan önemli bir araçtır. Dolayısıyla özel efekt uygulamaları yapımlarda anlatımı kolaylaştıran önemli bir unsurdur. Ayrıca özel efekt teknikleri ile donatılmış yapımlar daha gerçekçi görülmekte ve izleyici kendine çekmektedir. Bu tekniklerin kullanımı, yapımlarda maliyeti azaltmakta ve film, reklam gibi yapımların ortaya çıkarılmasında büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Buna teknolojinin de getirdiği kolaylıklar eklendiğinde gerek diğer özel efektler gerekse color correction bir yapım için son derece büyük öneme sahip olmaktadır.

Color correction ve özel efekt uygulamaları tüm dünyada gün geçtikçe gelişen ve yapımların ayrılmaz bir parçası olarak görülen tekniklerdir. Türkiye’de sinema sektörü başta olmak üzere yapımlar açısından uzun bir dönem ekonomik ve siyasi problemlerden kaynaklanan bunalım süreci yaşanmıştır. Bu durum teknik yetersizliği beraberinde getirmiştir. Dolayısıyla color correction ve özel efekt uygulamaları Türkiye’ye gecikmeli giriş yapmıştır. Bu anlamda Avrupa ve Hollywood’un gerisinde kalınmıştır. Ancak özellikle 2000’li yıllardan itibaren bu tekniklere ciddi bir yönelim içine girilmiştir. Gelişen ekonomik şartlar Türkiye’de yapımların ortaya çıkarılmasında birtakım imkânlar kazandırmıştır. Bilgisayar teknolojisine kayan özel efekt ve color correction uygulamaları Türkiye’de de

sinema başta olmak üzere çeşitli yapımların ortaya çıkarılmasında yoğun biçimde kullanılmaya başlanmıştır.

1.ÖZEL EFEKTLER

Özel efektler (Special Effects), tiyatro, televizyon, bilgisayar oyunları, eğlence sektörü ve özellikle de sinema gibi bir çok alanda kullanılan, görsel etki temelli teknikleri ifade etmektedir (Yurdigül ve Zinderen, 2011: 102). Günümüzde sinemada son derece büyük önem taşıdığı geniş kabul gören özel efektler, "bir tasarım tekniği" olarak değerlendirilmektedir. Dolayısıyla sinemada tasarım, çekilen görüntülerin üzerinde birtakım değişiklikler yapılmasını ve bu görüntülerin olduğu gibi verilmeyerek değiştirilmesini ifade etmektedir (Şenyapılı, 2003:50). Etkileyciliği artırma amacıyla da kullanılan özel efektlerin yapımlarda kullanımı açısından en önemli özelliği ise "illüzyon" (illusion) üretimi olarak tanımlanmaktadır (McCharty,1992:183). Illüzyonun yapımlara dönük yönü, normalde durağan olan görüntülerin (film kareleri) göz tarafından beyne gönderilen sinyaller ile hareketli bir biçimde algılanmasıdır. Bu noktada beyin, gözle görülen film karelerini ayrı ayrı algılamak yerine eksik kısımları tamamlayarak bir bütün olarak algılamakta olması (Şenyapılı, 2003:26), insan gözü ve beyni tarafından gerçekleştirilen bu algılama biçiminin sinemada illüzyonun izleyicinin etkilenmesi amacıyla kullanılması yolunu açmıştır. Hareket yanılsaması dediğimiz bu prensip çerçevesinde söz konusu algılama biçimi yapımlar açısından bir avantaja dönüştürülmüştür. Bu anlamda illüzyon kavramının temelinde etkileycilik bulunmaktadır. Böylece sinemada özel efektlerin kullanımı etkileyciliği sağlama-rak/artırarak izleyiciye "gerçeğe yakınlık" hissi vermektedir. "Yanılsama" olarak ifade edebileceğimiz illüzyon kavramı aslında hatalı algılamayı ifade ederken özel efekt uygulamalarının "gerçeklik" boyutuna ilişkin önemli bir tartışma alanını da açmaktadır.

Özel efektler uzay ve savaş sahnelerinin yaratılması veya bir sahnede uygulanan yağmur, duman, sis, kan ve patlama gibi çeşitli görsel zenginlik unsuru olarak yaratılmasında yapımların birçok aşamasında kullanılmakta, son derece geniş kapsamlı bir kullanım alanına sahip olduğu gözlenmektedir. Doğal yollarla yaratılması mümkün olmayan, yaratılması çok riskli veya çok maliyetli olan sahnelerin ortaya çıkarılmasında büyük kolaylıklar getiren özel efektler, yapay yollarla gerekli sahnenin yaratılmasını sağladığı gibi maliyeti de en aza indirmektedir (Miller, 2006:10) Öyle ki bu tür efektler kimi zaman fark edilemeyecek biçimde kullanılmaktadır. Günümüzün yapımlarında şaşkınlıkla izlediğimiz pek çok görüntünün yaratılmasında özel efekt uygulamaları sıklıkla kullanılmaktadır. Özel efektler bu açıdan sinema, reklam ve müzik klipi gibi birçok yapımda kullanılmakta, gerçekte olmayan görüntülerin gerçeklik hissi uyandıracak biçimde verilmesini sağlamaktadır. Bu teknikler ayrıca gerçekte olmayan görüntülerin gerçek görüntülerle birleştirilmesi ve gerçek görüntüler üzerinde birtakım değişiklikler yapılması çerçevesinde bir tür "yapım hilesi" (Şenyapılı, 2003: 87) olarak değerlendirilmektedir. Bu yönüyle yapımların ayrılmaz bir parçası, hatta en önemli tamamlayıcısı olarak görülmeye başlanan özel efektlerin yapımlar açısından önemi, hayal edilenin filme yansıtılabilmesini sağlamasından gelmektedir. Dolayısıyla özel efektler bir yapımcı, yönetmen veya senaristin hayal gücünün ifade edilebilmesi görevini yerine getirecek biçimde tüm teknikleri barındıran bir disiplindir (Finch, 1984:9).

İnanırcılığın artırılmasında önemli bir işleve sahip olan özel efektler, özellikle 1990'lerden itibaren gelişen bilgisayar teknolojisine paralel olarak büyük ilerlemeler kaydetmiştir (Cubitt, 2004:249). Bu gelişmelerle birlikte özel efektler kendi içinde yeni teknik uygulamalarla düşük maliyetli, daha güvenli ve kolay uygulanabilir nitelikler kazan-

mıştır. Bu durum, yapımlarda özel efektlerin kullanımını daha da kolaylaştırarak bu tekniklerin kullanımına olan ilginin de giderek artmasını sağlamıştır.

1.1.Fimlerde Özel Efekt Uygulamaları

Sinema tarihinde ilk filmler daha çok belgesel niteliğinde olsa da önemli ölçüde ilgi çekici bulunmuş hatta zamanla seyirci tarafından sinemada farklılıklar aranmaya başlanmıştır (Yurdigül ve Zinderen, 2011: 104). Bu durum, izleyicilerin talebini karşılayacak biçimde sinemaya yenilikler ve farklılıklar kazandırma çabası güden yönetmenlerin ortaya çıkmasını da sağlamıştır (Abisel, 2006:50). Bu çabalar çerçevesinde özel efektler film yapımında seyircinin ilgisini artırıcı bir etmen olarak görülmüş ve sıklıkla kullanılmaya başlanmıştır. Sinemada anlam yaratma unsuru olarak kullanılan özel efektler zamanla hayal edilenin filme yansıtılabilmesi noktasında önemli bir işleve kavuşmuştur. Bu teknikler film yapımını kolaylaştırmış, zaman ve maliyet açısından film yapımcılarına büyük kolaylıklar getirmiştir. Çekilen filmin niteliğini de etkileyen özel efektler sadece teknolojiye dayalı uygulamalar değildir. Bu teknikler bilgisayar tabanlı dijital teknoloji de dahil olmak üzere makyaj, post-produksiyon süreci ve dijital projeksiyon tekniklerini de kapsayan geniş kapsamlı görsel etki temelli düzenlemelerdir.

Méliès'den bu yana özel efekt uygulamaları filmde gerçekçi ve etkileyici bir yapının inşasında önemli görülmüştür. Bu yüzden özel efektler bir film açısından tamamlayıcı unsur olarak değerlendirilmektedir. Bir filmin yapım aşamasında bir yanılısama aracı olarak özel efekt uygulamalarından yararlanılması zaten filmin temelinde yatan bir çaba olarak yapıyı bir yanılısama ürünü kılmaktadır. Bu yanılısamının gerçekçi olması, hayal edilenin sinemaya gerçekçi bir biçimde yansıtılabilmesi çabası da özel efektlerle gerçekleştirilmektedir. Gelişen teknolojiye paralel olarak çok farklı özel efekt uygulamalarının ortaya çıkması, filmin temel amacı olan “yanılısama”ya bir güç kazandırmıştır. Bu “güç” izleyici üzerinde gerçekçi bir izlenim oluşturarak filmin anlatımına önemli bir katkı olarak görülmektedir. Ayrıca sinema seyirci üzerinde belli bir etki oluşturmak için mesajını doğrudan ulaştırmak yerine birtakım kodlama sistemlerini kullanmaktadır (Erdoğan,1993:45-47). Bu anlamda özel efekt uygulamaları da sinemada mesajın kodlanmasında kullanılan tekniklerden biri olarak öne çıkmaktadır.

Avrupa ve Hollywood sinemalarında filmin ortaya çıktığı günlerden beri kullanılan özel efekt uygulamaları özellikle 2000’li yıllardan itibaren bilgisayar tabanlı uygulanmaya başlanmıştır. Dijital teknolojiden önce ise bu uygulamalar çekim esnasında kamera önünde veya filmin banyo işlemi aşamasında uygulanmıştır. Sinemada 19.yüzyılın sonlarından itibaren ortaya çıkarak gelişen, geliştikçe de yaygınlaşan özel efektler bilgisayar teknolojisine dayalı bir görünüm kazanmaya başlamıştır (Klein, 2004: 360).Günümüzde ise özel efekt tekniklerinin büyük bir kısmı CGI olarak ifade edilen bilgisayar teknolojisi kullanılarak yapılmaktadır.

Literatüre dayalı olarak Richard Rickitt ve Ronn Miller ile Reymond Fielding, Robert McCharty gibi isimler üzerinden kategorize edilen özel efekt uygulamaları sekiz ana başlık çerçevesinde toplanmıştır. Bunlar; optik efektler (optical effects / Illusions), minyatür efektler (modeller), animasyon (stop-motion), matte (matter art), makeup (make up), fiziksel efektler (mekanik efektler), ses efektleri ve dijital efektler olarak sıralanmaktadır (Yurdigül ve Zinderen, 2013:31-32).

2.COLOR CORRECTION

Filmde istenen havanın oluşturulması amacıyla korku, gerilim, komedi veya bir dönem filmi gibi yapımlarda, izleyici üzerinde gerçeklik etkisi bırakmak için birçok özel efekt uygulamasına başvurulmaktadır. Bunlardan biri de color correction (renk düzenleme) teknikleridir.

Çekilen filmin türüne göre bu yapımın genelinde uygulanan color correction uygulamaları ile filmde gerçekçi bir etki oluşturulmaktadır. Bu anlamda color correction uygulamaları, filmi pekiştirici bir unsur olarak büyük önem taşımaktadır. Günümüzde tamamen dijital ortamda uygulanan bu teknik ile filmin geneline renk düzenlemeleri yapıldığı gibi iç ve dış mekânlar gibi farklı sahnelere de özel olarak farklı düzenlemeler yapılmaktadır. Film yapımında büyük önem taşıyan bu uygulamalar filmde ışık değerleri ve bu değerlere dair düzenlemeleri de içine almaktadır. Bu yönüyle color correction, post production (yapım sonrası) aşamasında, filmde istenen atmosferin yaratılması için başvuru olan özel efekt uygulamalarından biridir.

2.1. Kavram Olarak Color Correction

Türkçe’de renk düzenleme olarak ifade edilen color correction, film yapımında en sık başvuru olan özel efekt uygulamalarından biridir. Bu anlamda color correction bir yapım hilesidir. Color-contrast uygulamaları olarak da bilinen color correction, montaj aşamasından sonra çekilen görüntüler üzerinde renk ve ışık değerlerine dair düzenlemeleri içine almaktadır. Film yapımında hayati önem taşıyan bu uygulamalar günümüzde büyük oranda CGI (Computer-Generated Imagery) tabanlı olarak uygulanmakta ve bunun için çeşitli yazılımlar kullanılmaktadır. Günümüzde çeşitli compositing programlarının efekt seçenekleri ile masaüstü color correction sistemleri gibi birçok sektörel yazılım ve uygulamalarda color correction düzenlemeleri yapılabilmektedir (Hullfish, 2013:1-3). Kurgu içinde temel dikey araçlardan biri olarak görülen color correction çeşitli kurgu programlarıyla da yapılabilmektedir (McKerman, 2005: 89). Ancak profesyonel anlamda sadece color correction uygulamalarının yapılabileceği yazılımlar aracılığıyla da filmlerde gerekli renk düzenlemeleri yapılabilmektedir. Final Cut, After Effects, Null Object renk düzenlemelelerinin yapılabileceği programlardan bazılarıdır.

İzleyici üzerinde istenen etkiyi oluşturmak amacıyla filmde gerekli renk düzenlemelerinin yapılması gerekli görülen sahnede filtrelendirme yöntemi ile renk ve ışık değerleri üzerinde birtakım değişiklikler yaratılmaktadır. Bu düzenlemeler sayesinde sahnede istenen etki oluşturulmakta ve filmin geneline belirli bir düzenlemenin yapılmasının yanı sıra değişen sahneye göre de farklı renk düzenlemeleri yapılmaktadır. Korku, gerilim veya komedi gibi türlerde çekilen filme göre genel bir atmosfer yaratmak için de renk düzenlemelerine başvurulmaktadır.

Color correction kamera üzerinde çeşitli filtreler yardımıyla ve çekim esnasında ışık ayarlamaları kullanılarak da uygulanmaktadır. Ancak filme dair renk ve ışık düzenlemeleri daha çok yapım sonrası aşamaya bırakılmaktadır (Hayri Çölaşan, *Renk Düzeltilme*, Erişim Tarihi: 02.06.2015). Bu yöntem film yapımcılarının da işini kolaylaştırmaktadır. Filmler belirli bir renk ve ışık ayarları ile çekilmekte ve istenen ışık ve renk düzenlemeleri yapım sonrasına bırakılmaktadır. Dolayısıyla color correction büyük oranda CGI tabanlı olarak gerçekleştirilmektedir.

2.2. Color Correction Uygulamaları

Film yapımında color correction, sinema ve televizyonun siyah-beyaz (renksiz) olduğu dönemlerde de günümüz şartlarına kıyasla ilkel tekniklerle uygulanmıştır. O günün teknolojisine paralel olarak renk skalası da gri tonlardan oluştuğu için color correction uygulamaları da bu renkler referans alınarak yapılmıştır. Ancak gelişen teknolojiye paralel olarak gerek film yapımında gerekse renkli televizyon yayıncılığında renklere dair tüm uygulamalar büyük bir değişime uğramıştır (Erişim: <http://www.digitalproducer.com>, 11.05.2014). Color correction uygulamalarının kullanımında temel amaç elektronik araçlarla kayda alınan görüntülerin insan gözünün algıladığı renkleri yakalamak ve gerçekçi bir izlenim oluşturmaktır. Çünkü kameralar insan gözünün gördüğü renkleri tam olarak algılayamamaktadır. Kameralarda birtakım filtre ayarlamaları ile çekim esnasında ışık düzenlemeleri yapılırsa da tam olarak istenen sonuç elde edilememektedir. Dolayısıyla elde edilen görüntüler üzerinde birtakım renk düzenlemeleri yapma zorunluluğu doğmaktadır. Bu amaca dönük olarak kamera üzerinde renk hatalarının giderilmesi için kamera kontrol üniteleri gibi teknolojik cihazlar geliştirilmiş ve film yapımcılarının işini kolaylaştıracak birtakım yenilikler kendini göstermiştir. Ancak bu cihazlar ağır ve hantal sistemler olduğu için çok kullanışlı olmamış, gelişen teknoloji analog sistem devrini kapatırken daha kullanışlı olan dijital sistemlerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu yenilikler gerekli renk düzenlemelerinin dijital tabanlı yapılmasını sağlayarak her türlü yapımda gerek renk gerekse ışığa dair düzenlemeler için geniş çaplı CGI tabanlı sistemlere geçişin zeminini hazırlamıştır (Erişim: <http://www.digitalproducer.com>, 11.05.2014).

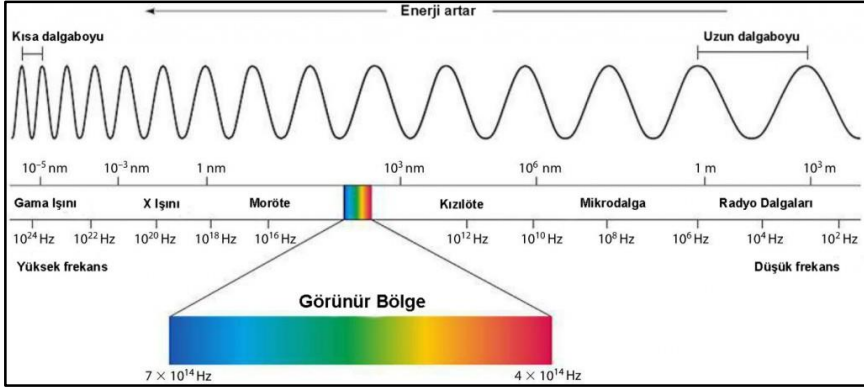
Günümüzde herhangi bir yapımda profesyonel kameralar kullanılarak çekilecek olan sahnelerde renk ayarlamaları yapmak zaman alabilmektedir. Sahnede ışık dengesi değiştiğinde veya sahnenin çekimi yapılıp başka bir sahnenin çekimine geçildiğinde çekimi yapılacak olan bu sahne için yeniden filtre ve ışık düzeni kurmak gerekmektedir. Bu durum filmin bütününde ışık ve rengin birbirini tutamaması sonucunu doğurmaktadır. Bu yüzden çekimde standart ölçüler kullanılarak çekimler yapılmakta, renk ve ışık düzenlemeleri yapım sonrası ifade eden bir aşama olarak post prodüksiyona bırakılmaktadır. Bu açıdan color correction genellikle çekimin bitmesinden sonra kurgu işlemine giren ve montajlandıktan sonra filme en son uygulanan işlemdir.

2.2.1. Işık ve Renk

Işık ve renk color correction uygulamalarının temelini oluşturmaktadır. İnsan gözünün renk algısı tamamen ışığa bağlı olduğundan renklerin tanınması ve ayırt edilmesi noktasında ışık en önemli etmendir. Işık, cisimler tarafından yansıtılmakta ve insan gözü tarafından bu sinyaller beyine iletilmektedir. Bir cismin rengi ışığın o cisim tarafından emilmeyen dalga boylarını ifade etmektedir. Yani insan gözü ışığı değil düştüğü noktadaki etkilerini algılamaktadır (Sözen, 2003:26). Işığın kaynağı güneş veya güneş referans alınarak oluşturulan enerjiler olduğundan ışık (gün ışığı) beyazdır ve içinde bütün renkleri barındırmaktadır. Bu anlamda ışık, katmanlı renk sistemi olarak düşünülmektedir. Dolayısıyla renklerin karışımından farklı renkler çıkmakta ve insan gözü kırmızı, mavi ve yeşil renkleri algılayarak bu renklerden oluşan diğer renkleri de algılayabilmektedir. Buna dayalı olarak gerçekleşen renk algısı ortam şartlarına göre değişiklikler gösterebilmektedir. Örneğin aynı renk ışıklı bir ortamda farklı; karanlık bir ortamda farklı görünmektedir. Ancak görme duyusu, rengi değişen ışık koşullarında da tanıyabilmektedir. İnsan gözü renk spektrumunda 380 nm (nanometre) ile 780 nm arasındaki dalga boyunu algılayabilmektedir (Er, 2008). Nesnelere üzerine düşen ışığın bu aralıktaki dalga boyu insan gözünün görebildiği renkleri ifade etmektedir. Ancak insan dışındaki başka canlılar ışığın farklı

dalga boyunu görebildikleri için etrafımızda görmekte olduğumuz nesnelerin rengini de insandan farklı algılamaktadır.

Şekil 1: İnsan Gözünün Renk Algısı



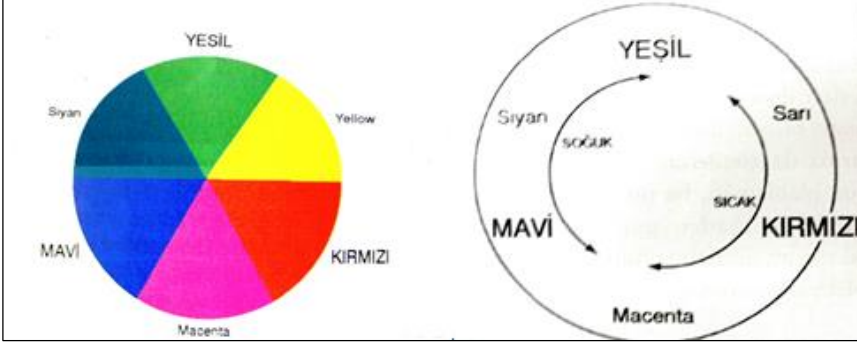
Kaynak: (<http://www.kozmikanafor.com/wp-content/uploads/2015/01/tayf.jpg>)

Göz retinasında koloniler ve ışıklar olarak adlandırılan iki tür ışık algılayıcısı bulunmaktadır. Bunlardan ilki olan "çubuklar" olarak ifade edilen ve aydınlık ile karanlığın algılanmasından sorumlu olanlardır. İkincisi olan "koloniler" ise renkleri algılamaktadır. Koloniler ışığın dalga boyuna göre üç gruba ayrılmaktadır. Birincisi 440 nm olan mavi, ikincisi 545 nm olan yeşil, üçüncüsü ise 580 nm olan kırmızıdır. Rengin algılanması ışığın fiziği, fiziksel maddenin yapısı, toplumsal ve kültürel etkenleri içine alan karmaşık bir olgu olarak görülmektedir. Evrende insan gözünün algısının dışında renklerin var olduğu bilinmemekte, hatta bu renklerin sonsuz olduğu kabul edilmektedir. Buna göre insan gözü bütün renkleri algılayamamaktadır. Bu yüzden color correction uygulamaları çerçevesinde yapılan renk ve ışık düzenlemelerinde renkler, dijital ortamda belirli kodlarla ifade edilmektedir. Örneğin kırmızı rengi #FF0000 kodu ile tanımlanmaktadır. Dolayısıyla renkler matematiksel bir boyuta da sahiptir. Seçilen renkler, tonlar ve bunların uyumu ve karşılıklı önemli bir ölçüt olarak değerlendirilmektedir. Bu düzenlemelerde uyum için tonlara dikkat edilirken karşılıklarda ise parlaklık referans alınmaktadır (Er, 2008).

Renkler dört temel niteliğe sahiptir. Renk özü (hue), renk değeri (value) ve renk doygunluğu (chroma) renklerin fiziksel özelliklerini, dördüncü nitelik olan renk ısısı ise renklerin psikolojik niteliğini yansıtmaktadır. Bir rengin özü, dalga boyunun tanımı ve doğal renk tayfındaki yeridir. Işığın dalga boyuna göre de renkler farklı isimlerle anılmaktadır. Bu anlamda renk özü, bir rengi başka renklerden ayırmaya yarayan niteliği ifade etmektedir. Rengin değeri ise açık bir rengin koyu olan renkten ayırt edilmesine yarayan ve ton farkı olarak tanımlanan niteliğidir. Örneğin bir renge siyah dahil edildiğinde koyulaştırılırken beyaz dahil edildiğinde ise aydınlatılmakta yani renk tonu açılmaktadır. Böylece herhangi bir rengin açık ve koyu tonları elde edilmektedir. Renk doygunluğu, bir rengin güçlü olması, görece saflığı, parlaklığı veya matlığını ifade etmektedir. Renge siyah, beyaz, gri veya renk çemberinde karşısında olan bir renk eklendiğinde rengin yoğunluğu azaltılmakta ve matlaştırılmaktadır. Rengin ısısı ise bir renk özünün göreceli sıcaklık veya soğukluğunu ifade etmektedir. Bu durum psikolojik tepki ile ilişkilidir. Örneğin kırmızı veya kırmızı-turuncu en sıcak renklerdir. Mavi veya mavi – yeşil ise en soğuk renklerdir. Renkler insanın duyguları ve ruh haliyle de yakından ilgilidir (Er, 2008). Renkler mesajlarla

doludur ve dolayısıyla insan psikolojisini doğrudan etkileme gücüne sahiptir (Özer, 2012: 272)

Şekil 2: Renk Isısı

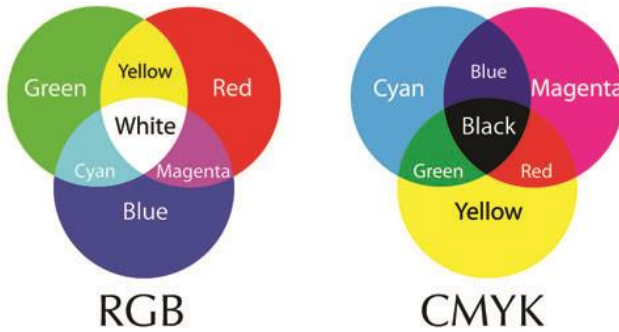


Renk çemberi görülebilir renk tayfının bükülmesi ile ortaya çıkarılmaktadır. Buna göre uzun dalga boyu olarak tanımlanan kırmızı uç, kısa dalga boyu olarak tanımlanan mor uçla birleştirilmektedir. Renk çemberinde ana renkler karışık olmayan renk özleridir ve birincil renkler olarak ifade edilmektedir. İkincil renkler ise iki ana (birincil) rengin karışımından oluşan renk özüdür. Üçüncül renkler ise ikincil renklerin kendisini oluşturan iki ana renk ile ayrı ayrı birleşmesinden meydana gelmektedir (Van Hurkman:2014:184-186). Buna göre renk karışımları ile ortaya çıkan renkler şöyledir:

$$\begin{aligned} \text{Kırmızı (Red)} + \text{Mavi (Blue)} &= \text{Macenta (Magenta)} \\ \text{Mavi (Blue)} + \text{Yeşil (Green)} &= \text{Siyan (Cyan)} \\ \text{Kırmızı (Red)} + \text{Yeşil (Green)} &= \text{Sarı (Yellow)} \end{aligned}$$

Renk modelleri katmalı ve çıkarmalı renk sistemleri olarak iki farklı prensibe dayanmaktadır. RGB olarak bilinen katmalı birinciller Red (Kırmızı), Green (Yeşil) ve Blue (Mavi) renklerden meydana gelmektedir. Katmalı birinciler insan gözünün renk algılamasında ana uyarıcılardır. RGB, video ve bilgisayar monitörlerinde, bilgisayar ve web grafiklerinde ana renk modelidir. Katmalı renkler ışıkla ve ışığa katılan renklerle ilgilidir. Üç ana rengin birleşimi ise beyazı oluşturmaktadır.

Şekil 3: Çıkarmalı ve Katmalı Renk Karışımları



Çıkarmalı ikinciler ise CMYK olarak adlandırılmakta ve Cyan (Siyan), Magenta (Macenta), Yellow (Sarı), K – Black (Siyah) renklerden oluşmaktadır. Renkli baskı işlemlerinde CMYK ana renk olarak kabul edilmektedir. Katmalı düzenin ikincil renkleri, çıkarmalı düzenin birincil renkleridir. Çıkarmalı renkler cisimdeki pigmentlerin ışığın bazı dalga boylarını emip diğerlerini yansıtmasını tanımlamak için kullanılmaktadır. Renkli baskının temelini oluşturan çıkarmalı renkler örneğin gazete sayfalarında sıkça görülmektedir.

İnsan gözü renkleri tek başına, çevre koşullarından soyutlanmış şekilde algılamaz. Bir renk, çevredeki renklere göre insan gözünde farklı etkiler oluşturmaktadır. Buna göre aynı renk etrafındaki renklere bağlı olarak algıda farklılık yaratmaktadır. Örneğin mavi bir zemindeki yeşil renk sarı bir zemindeki yeşil renkten daha koyu görünerek farklı algılanmaktadır. Bu durum rengi çevre koşullarına ve yakındaki renge göre farklı kılmaktadır. Dolayısıyla bir rengin algılanışı onu çevreleyen renk tarafından değiştirilmektedir. Buna göre açık renkler koyu rengin yanında daha açık görünürken koyu renkler beyazın yanında daha koyu görünmektedir. Açık rengin yanında duran koyu renkler koyu rengin yanında durduğundan daha koyu görünmektedir. Bu anlamda koyu-açık, sıcak-soğuk, daha parlak-daha mat renkler çevreleyen renge göre değişiklik göstermektedir (Erişim: <http://hyperphysics.phy-astr.gsu.edu>, 10.12.2014)

Uluslararası ışıklandırma komisyonu tarafından 1931 yılında kabul edilen "CIE" renk sistemi, renklerin ölçümünde, belirlenmesinde ve karşılaştırılmasında uluslararası bir standart olarak referans alınmaktadır. CIE kaynak standartlarında kaynak A 2554 K ısısında bir tungsten filamanlı lamba, kaynak B 4800 K renk ısısında öğlen güneşi ve kaynak C 6500 K renk ısısında ortalama gün ışığı olarak referans alınmaktadır (Erişim: <http://hyperphysics.phy-astr.gsu.edu>, 10.12.2014).

Elektronik renkler televizyon ve bilgisayar ekranlarında bir katod ışını tüpü aracılığı ile oluşturulmaktadır. Birincil elektronik renkler kırmızı yeşil ve mavidir. Dijital sistemlerde her rengin yoğunluğu 0-255 arasında ölçülmektedir. Örneğin sarı renk için bilgisayar 255 kırmızı, 255 yeşil ve 0 mavinin birleştirilmesi ile ortaya çıkarılmaktadır (Erişim: <http://hyperphysics.phy-astr.gsu.edu>, 10.12.2014)

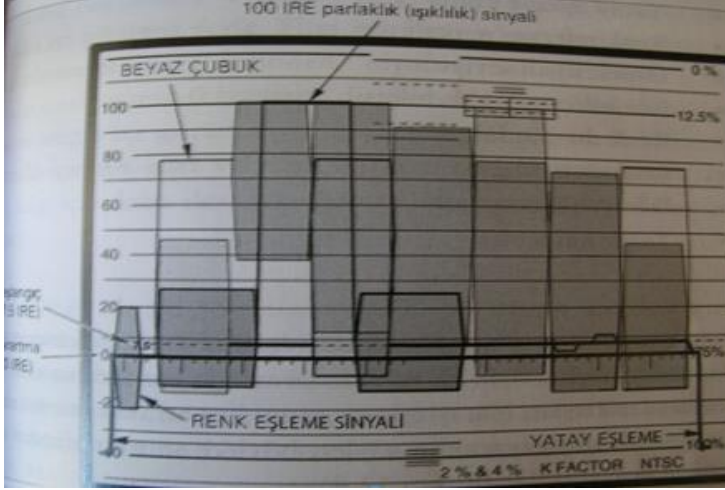
Herhangi bir video cihazı içinde renk dengesinin ayarlanması için standart bir renk tablosu kullanılmaktadır. SMPT Colour Bars (renk çubuğu) olarak tanımlanan bu tablo, renk standartlarının uygulanabilmesi için kullanılmaktadır. Videokaset döneminde bu kasetlerin başına döşenen bir iz olan colour bars, kameralarda ve görüntü masalarında da renklerin ayarlanması için kullanılan bir ölçektir.

Şekil 4: Colour Bars

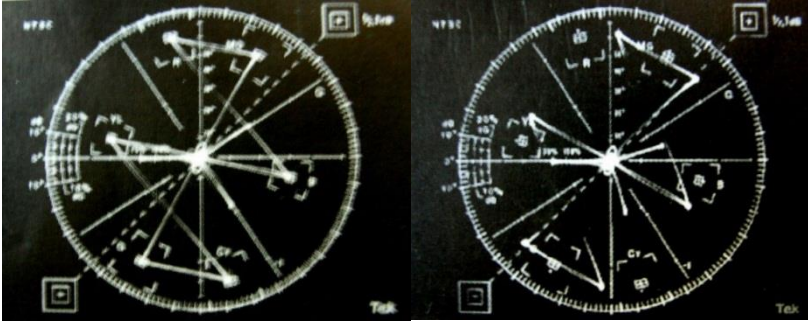
GRİ (80 BİRİM)	SARI	SİYAN	YEŞİL	MACENTA			MAVİ
MAVİ	SİYAH	MACENTA	SİYAH	SİYAN			GRİ
				3.5	7.5	11.5	SİYAH

İzlenen görüntülerin renklerinin elektronik seviyelerini ve doygunluklarını belirlemek ve kontrol etmek için waveform ve vektörskop kullanılmaktadır. Birer ölçüm aracı olarak kullanılan waveform ve vektörskop görsel problemlerin tespiti için önemli bir araçtır. Waveform ile video sinyalinin gücü ölçülerek luminans değeri tespit edilmektedir (Van Hurkman:2014:179).

Şekil 5: Waveform



Şekil 6: Vektörskop



Vektörskop ile referans değeri ayarlanarak video sinyalinin RGB değerleri ölçülerek tespit edilmektedir. Hangi renklere sahip olduğunu görmek için kullanılan vektörskop, color correction uygulamalarında son derece önemlidir. Bu yöntemle hangi renkten ne kadar eklendiği tespit edilmektedir. Ayrıca monitörlerde yanılma payı olsa da vektörskop her zaman gerçek değeri göstermektedir (Van Hurkman:2014:195-196). Özellikle yapım sonrası aşamasında çeşitli sahnelerin renklerinde oynamak gerektiğinde vektörskop, color correction uygulamalarına dair detaylı uygulama noktasında önemli bir referanstır.

Şekil 7: Grey Card



Grey card (gri kart) değer için ışık şiddetinin ölçülmesi amacıyla kullanılmaktadır. Grey card düz ve doğal (nötr) gri renkte bir nesnedir. Bununla beyaz denge ve renk dengesi için uygun bir referans elde edilmektedir (Erişim: <http://www.digitalartsphotography.com>, 11.03.2015) Dolayısıyla yapımlarda renge ilişkin düzenlemeler özellikle post prodüksiyon aşamasında uygulanmakta ve özel efektler bağlamında değerlendirilmektedir. Bu uygulamalar belli araçlar, yazılımlar ve görsel temelli kurallar dahilinde uygulanmaktadır.

2.3. Film Yapımında Color Correction Uygulamaları

Sinemanın seyirci üzerindeki görsel etkisi bağlamında görüntü büyük önem taşımaktadır. Teknik olarak da ışığa dayalı olan sinema, ışısız düşünülemeyen bir alandır. Işık aynı zamanda mesajın verilmesinde de önemli bir etken ve tamamlayıcıdır. Bir film sahnesinde ışık yön değiştirdikçe izleyici üzerinde etki de değişmektedir. Örneğin yandan, arkadan veya direkt olarak önden vuran ışık ile sahnede verilme istenen mesajlar farklıdır. Aynı zamanda ışığın yüksek veya düşük şiddette kullanımı da farklı anlamlar yaratmaktadır. Bir sahnedeki loş ışık dramatik veya gerilimli bir anlatım sağlarken, aydınlık bir sahnede seyircinin çevreyi seçmesi sağlanmakta ve algılaması da buna bağlı olarak farklı olmaktadır. Aynı şekilde ışık ile görüntüye derinlik katılabilmektedir. Bu da kullanılan ışığın şiddetine bağlı olarak farklılıklar göstermektedir (Şenyapılı,2003:73).

Renkli filmlerin henüz ortaya çıkmadığı zamanlarda siyah beyaz filmlerde color correction uygulamaları tamamen ışığa dayalı bir uygulama olarak gelişmiştir. Işığın yönüne göre küçük cisimlerin büyük gölgeleri ortaya çıkarılarak filmlerde korku öğesi olarak kullanılmıştır. Ayrıca bir asılma sahnesi için gerçek görüntü yerine gölge kullanılması gibidir (Erişim: <http://www.digitalartsphotography.com>, 11.03.2015) gölgeler asıl görüntünün yerine de kullanılan başlı başına bir anlatım aracı olarak da kabul edilmektedir.

1920'li yıllardan itibaren Almanya'da ortaya çıkarak birçok sanat dalında olduğu gibi sinemada da kendini gösteren "Dışavurumcu"(expressionism) akım, sinemada daha çok ışık-gölge kullanımı açısından öne çıkmıştır. Ancak bu yönelim hiç bir akımda görülme-yecek düzeyde olmuştur. Bu etki dünyada önemli ölçüde yaygınlaşmış, amreikan filmlerinde dahi etkisini göstermiştir (Butler,2011: 144). Biçime içerikten daha fazla önem verilmiştir. Filmlerde doğaüstü olaylar, kişilik değişimleri ve ruhsal çatışmalar konu edilmiştir. Gerçeklik yerine soyut ve metafizik alana yönelim söz konusu olmuştur. Bu bağlamda Dışavurumcu Alman Sinemasında dekor, makyaj ve aydınlatma büyük önem taşımaktadır (Abisel, 2006: 143). Aydınlatma tekniğindeki yenilikler korku filmlerinin temel aydınlatma prensibini oluşturmuştur. Filmlerde renge dair düzenlemeler ise ışık ve ışık açısına bağlı gölgeler ile boyanmış dekor aracılığıyla uygulanmıştır. Robert Wiene'nin 1919'da çektiği The Cabinet of Dr. Caligari (Dr. Caligari'nin Muayenehanesi) ışık ve dekorun

etkin kullanımına örnek bir film olarak öne çıkmaktadır. Filmde dekor, karakterlerin ruh halini yansıtan ayna olarak vurgulanmaktadır. Böylece filmde boyalı dekor etkin biçimde kullanılmıştır.

Şekil 8: Dr. Caligari'nin Muayenehanesi / Nosferatu Filminden Işık Kullanımı



Alman Dışavurumcu Sinemasının başyapıtlarından biri olarak görülen bir diğer film olan Nosferatu, korku sinemasının sayılı klasiklerindedir. F. W. Murnau tarafından yönetilen 1922 yapımlı filmde ışık açıları ile gölgelerle vampir izlenimi oluşturulmuş ve gölgeler birer korku öğesi olarak kullanılmıştır.

Amerika'da da savaş sonrası Alman Dışavurumcu Sinemanın etkisi görülmeye başlanmıştır. Film Noire (Kara Film) olarak adlandırılan bu filmlerde yalınlık ön plana çıkmaktadır. Işık tek kaynaktan sağlanmakta ve görüntüde kimi alanlar karanlık bırakılmaktadır. Kara film yapımcılarına göre bu alanlar negatif değil filmde en önemli alanlardır. Bu filmlerde ışıklı ve ışısız alanlar karşıtlık oluşturmakta ve derinlik vermektedir (Şenyapılı, 2003:74.). Filmlerde kullanılan ışık kimi zaman da gerçekçi etki prensibine dayalı olarak gelişmektedir. Bir mekânda filmin çekildiği esnada doğal ışık nereden nasıl gelecektir hesaplanarak bunun yapay yollarla sağlanması gerçekleştirilmektedir. Bu çerçevede yapay yollarla izleyiciye doğal ışık etkisi verilmektedir.

Bu yapay ışık oluşturma yöntemlerinden biri de kontrast çekimdir. Bu teknik ile izleyicinin dikkati çekilmek istenen öğelerin belirginleştirilmesi için arkadan gerçekçi ışık verilmektedir. Oyuncular bu ışığın önüne yerleştirildiğinde izleyicinin odaklandığı nokta olmaktadır (Şenyapılı, ss.74-75.). Bu durum arkadan gelen otomobil farları gibi doğal ışık prensibine dayalı olarak uygulanmaktadır.

Sesli sinemaya geçişte yaşanan sorunlar renkli sinemaya geçişte de yaşanmış ve hatta daha fazla sorun ortaya çıkarmıştır. Renklendirme işlemi film karelerinin tek tek boyanması ile başlamış olsa da daha sonra sahneler genel olarak renkli biçimde çekilmiştir. Bu dönemde renklendirme çalışmaları sahnelere iki renk verilmesini ifade etmesine dayalı olarak gelişmiştir. Gündüz çekimlerinin pembe, gece çekimlerinin ise mavi olduğu filmlerin ortaya çıkmasının ardından renk sayısı üçe çıkarılmıştır. Sinemaya birçok farklılık kazandıran bu gelişme beraberinde sahnelerin ve filmlerin renkli görüntüye göre tasarlanması zorunluluğunu doğurmaya başlamıştır (Şenyapılı, 2003:75). Filmlerin renklenmesi color correction uygulamalarının filmlerde daha yoğun kullanılmasının önünü açmış ve giderek vazgeçilmez bir unsur olarak ön plana çıkmasını sağlamıştır. Color correction sinema, reklam ve program gibi her türlü yapımda uygulanan, yapım aşamasında da uygulanmasına rağmen ve daha çok yapım sonrasına bırakılan özellikle sinema çalışmalarında

yaratıcı estetiğin önünü açan bir özel efekt uygulamasıdır (Van Hurkman, 2014:230). Günümüzde daha çok bilgisayar teknolojisi ile uygulanan color correction uygulamaları, görüntüde ışık ve renge dair istenen değişikliklerin yapılmasını sağlayan teknikleri ifade etmektedir.

Dijital teknoloji sayesinde görüntü üzerinde özel efektler kapsamında çok çeşitli düzenlemeler yapıldığı bilinmektedir. Bu anlamda dijital tabanlı olarak uygulanan tekniklerden biri olarak color correction, yapımlarda çekilen görüntülerin dijital ortama aktarılmasının ardından renk ve ışık düzeylerinde gerekli görülen ayarlamaların yine dijital ortamda yapılmasını ifade etmektedir. Color correction ile çekimi yapılan görüntüler üzerinde ışığın geliş açısı, filmin yapısı dikkate alınarak renk ve ışık düzeyleri ile ilgili birtakım değişiklikler yapılmaktadır. Bu değişiklikler filmde gerçekçi bir hava oluşturan ve izleyici üzerinde gerçekçi etki bırakan önemli bir tamamlayıcı olarak görülmektedir. Örneğin bir dönem filminde dönemin koşullarını yansıtacak şekilde birçok özel efekt uygulamasına başvurulduğu gibi renk düzenlemeleri de filmde anlatımı tamamlayacak bir unsur olarak kullanılmaktadır. Görüntülerin renk ve ışık değerlerine ilişkin düzenlemeler yapılarak filmin havası ciddi anlamda değiştirilebilmektedir. Gerilim, eğlence veya belgesel filmleri gibi farklı film türüne göre farklı renk ayarlamalarının yapılmasının yanı sıra sahneye göre de özel düzenleme yapılabilmektedir. Örneğin aynı filmde iç mekân ve dış mekân için uygulanan color correction uygulamaları farklılık göstermektedir. Bu uygulamalar ile film sahnesinin daha parlak, aydınlık veya karanlık tonlarda, kasvetli bir havada verilmesi sağlanabilmektedir.

Bu yönleriyle color correction uygulamaları film yapımında sık kullanılan ve film yapımcılarının işini oldukça kolaylaştıran bir özel efekt uygulaması olarak kabul görmektedir. Çeşitli yapımlarda kullanılan bu uygulamalar, gelişen teknoloji sayesinde günümüzde tamamen dijital ortama kaymış, dijital tabanlı olarak uygulanan teknikleri ifade etmektedir. Color correction ayrıca filmlerde mesajı destekleyen ve inandırıcılığı artıran bir tamamlayıcı olarak görülmektedir.

SONUÇ

Senaryonun filme dönüştürülmesi noktasında büyük kolaylıklar sağladığı gibi maliyeti de önemli ölçüde düşüren özel efektler seyirci üzerinde gerçekçi etki bırakmak amacıyla da kullanılmaktadır. Dolayısıyla hemen her filmde özel efekt uygulamalarına başvuran film yapımcıları açısından özel efektler yapımların ayrılmaz bir parçası olarak görülmeye başlanmıştır. Kayda alınan görüntüler üzerinde farklı amaçlar doğrultusunda ışık ve renge dayalı düzenlemeleri içeren, gelişen teknolojiyle birlikte gerek çeşitli kurgu programları aracılığıyla gerekse sadece renklendirme amacıyla profesyonel kullanımlara dönük yazılımlar aracılığıyla gerçekleştirilen color correction, özel efektler bağlamında değerlendirilmektedir.

Günümüz yapımlarında oldukça sık kullanılan color correction uygulamaları da özel efekt kullanımına yönelik tartışmaların odağında eleştirilerden nasibini almıştır. Ancak bu uygulamalar kullanıma ve kullanımın niteliğine bağlı olarak gerçekçi bir etki için gerekli tekniklerden biri olarak görülmekte ve film yapımcıları tarafından anlatımı destekleyici önemli bir unsur olarak kabul edilmektedir. Filmde istenen atmosfer color-contrast düzenlemeleri olarak da adlandırılan color correction uygulamaları yardımıyla yaratılmaktadır. Örneğin komedi türündeki film ile korku-gerilim türündeki film arasında renk anlamında büyük farklılıklar olmalıdır. Filmde yaratılan bu farklar büyük oranda renk düzenlemeleri ile gerçekleştirilmektedir. Dolayısıyla color correction uygulamaları ile filmde yaratılmak

istenen etki önemli ölçüde artırılmaktadır. Bu anlamda renk ayarlamaları bir film için anlatımda önemli bir tamamlayıcı olarak kullanılmaktadır. Ancak color correction uygulamaları geniş kapsamlı bir uygulama olarak renk ve ışık bilgisi ile yakından ilgilidir. Bu yüzden renk ve ışık ayarlamaları ile oluşturulacak anlatım, filmlerin izleyici üzerinde etki gücünü artırabileceği gibi azaltabilmektedir. Bu anlamda color correction uygulamaları filmin yapısına, türüne göre farklı uygulandığı gibi filmin iç mekan, dış mekan veya gece, gündüz gibi farklı sahnelerine göre de farklı şekilde uygulanan teknikler bütünüdür.

Dünyada renkli sistemlerden önce gri tonlardaki renk skalasına göre siyah-beyaz olarak uygulanan color correction, renkli sistemlerin hayata geçmesinden sonra uygulamada farklılık göstermiştir. 1980'lerden sonra gelişen bilgisayar teknolojisine kaymaya başlayan bu uygulama özellikle de 1990'lardan itibaren yoğun biçimde kullanılmaya başlanmıştır. Color correction uygulamaları 2000'li yıllardan itibaren ise yaygınlaşmaya başlamış ve günümüzde film sektöründe son derece önemli bir unsur olarak görülmektedir. Dünyada çok sık kullanılan color correction, kamera üzerinde filtre ayarlamaları ile yapılabildiği gibi ışık ayarlamaları ile gerçekleştirilmektedir. Ancak gelişen teknoloji sayesinde color correction uygulamalarının büyük bir kısmı dijital ortamda yapılmaktadır. Çeşitli bilgisayar yazılımları kullanılarak uygulanan bu renk düzenlemeleri, sinema başta olmak üzere, reklam ve dizi gibi birçok yapımda anlatımı tamamlayıcı bir unsur olarak kabul edildiğinden önemli görülmekte, neredeyse tek tipte çekilen görüntüler üzerinde post prodüksiyon aşamasında değişiklikler yapılmaktadır.

KAYNAKÇA

- Abisel, N.**, (2006). *Sessiz Sinema*, De Ki Basım Yayım, Ankara.
- Andrade, P.**, *Digital Film Making-Color Correction*, Erişim Tarihi: 11.05.2014, http://www.digitalproducer.com/2001/12_dec/features/12_03/digitalfilmmakingpt2.htm
- Butler, A. M., & Toprak, A.** (2011). *Film çalışmaları*. Kalkedon Yayıncılık.
- Cubitt, .**, *The Cinema Effect*, The MIT Press, London 2004.
- Erdoğan, N.**, (1993). *Seyirci ve Sinema*, Med Campus Yayınları, Ankara.
- Finch, C.**, (1984). *Special Effects: Creating Movie Magic*, Abbeville Press, New York.
- Hullfish, S.** (2013). *The art and technique of digital color correction*. Taylor & Francis.
- Klein, C.** (2004). "Martial Arts and the Globalization of US and Asian Film Industries", *Comparative American Studies: An International Journal* içinde, 2(3), pp.360-384.
- McCharty, Robert**, (1992). *Secrets of Hollywood Special Effects*, Focal Press, London,
- McKernan, B.** (2005). *Digital Cinema The Revolution in Cinematography, Postproduction, and Distribution*. Abd: The McGraw-Hill Companies.
- Miller, Ron** (2006). *Special Effects: An Introduction to Movie Magic*, Twenty-First Century Books, Mineapolis, Minesota.
- Özer, Deniz**, (2012). Toplumsal Düzenin Olumasında Renk ve İletişim, *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, Cilt 2, Sayı 2, Aralık 2012.
- Sözen, M.** (2003). *Sinemada Renk-Sembolik Anlamlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Şenyapılı, Ö.**, (2003). *Bir Yiğın İletişim Aracı Olarak Sinema: Sinema ve Tasarım*, Boyut Yayın, İstanbul.

Van Hurkman, A. (2014). *Color correction handbook: professional techniques for video and cinema*. Pearson Education.

Yurdigül, Y., & Zinderen, İ.E.(2011). "Sinemada Özel Efekt", *Atatürk İletişim Dergisi*, Sayı: 2, Erzurum Temmuz 2011.

Yurdigül, Y., & Zinderen, İ. E. (2013). *Sinema ve Televizyonda Özel Efekt*. İstanbul: Doğu Kitabevi.

Hyperphysics, *CIE Color System*, Erişim Tarihi: 10.12.2014, <http://hyperphysics.phy-astr.gsu.edu/hbase/vision/cie.html>

Digitalartsphotography, *Color Balancing Digital Images With A Grey Card*, Erişim Tarihi: 11.03.2015, <http://www.digitalartsphotography.com/instructions.htm>

LİBERAL DEMOKRASİNİN ONTOLOJİK VE AHLAKİ TEMELLERİNE YÖNELİK ELEŞTİREL BİR YAKLAŞIM

Naci İSPİR*
Yusuf YURDİGÜL**
Yavuz KÜÇÜKALKAN***

ÖZET

Herhangi bir siyasal ya da toplumsal sistem dayanmış olduğu ontolojik ve ahlakî temellerden bağımsız olarak düşünülemez. Zira her siyasal sistem belli bir insan doğası tanımlamasına, bu insan doğası tanımlaması da genel bir varlık tanımlamasına bağlı olarak ortaya çıkar. Idealist bir ontolojiye dayanan insan doğası tanımlamasıyla, pozitivist ya da materyalist bir ontolojiye dayanan insan doğası tanımlaması kuşkusuz birbirinden farklı olacaktır. 19. Yüzyıl Avrupa'sında siyasal anlamda yaygınlaşan liberalizmin kökleri son 300 yılda gelişen fikirler ve teorilere dayandırılmıştır. Liberal fikirler, Avrupa'da feodalizmin çöküşü ve onun yerine gelişen bir piyasa toplumunun veya kapitalist toplumun sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bir çok açıdan liberalizm, mutlak monarkların ve toprak sahibi aristokratların yerleşik iktidarı ile çatışma halinde büyüyen orta sınıfın özlemlerini yansıtmaktadır. Sanayileşme batı ülkelerinde yaygınlaştıkça, liberal fikirler zafer kazanmıştır. Böylece liberalizm sanayileşmiş Batı'da hakim ideoloji haline gelmiştir. Bu da bize liberalizm ile kapitalizm arasında sıkı bir bağ olduğunu göstermektedir. Öyle ki kapitalizm ayakta kaldığı süreçte, liberalizm de alternatif biçimleriyle ayakta kalacaktır. Bu şekliyle liberalizm, kapitalist toplumda mülkiyet sahibi yönetici sınıfın iktisadi çıkarlarının koruyucusu olarak şekillenmiştir. Liberalizme yönelik olumsuz tavırların temelinde, batının endüstriyel gelişim sürecinde, endüstride çalışan insanları sömürmüş olmasının yattığı söylenebilir. Liberalizmin isteyecek ya da istemeyerek esasta 19. Yüzyıl kapitalizmine ait "laissez-faire" ekonomik yöntemiyle aynileştirilmesinin ona yönelik eleştirilere haklılık kazandırdığını söyleyebiliriz. Siyasal anlamda liberalizmin, özgürlüğe dayalı rasyonel bireyi merkeze aldığı için insanın kişiliğini birinci değer olarak kabul ettiği söylenebilir. Buna göre rasyonel bir varlık olan birey kendi amaçlarını gerçekleştirirken hiçbir dış engel ve müdahale ile karşılaşmamalıdır. Bu durum bireysel hak ve özgürlüklerin varlığını ve bunların eşit dağılımını zorunlu kılar. Ancak liberal demokrasi dayanmış olduğu ontolojik ve ahlakî temelleri ile bu iddiasını gerçekleştirmede büyük ölçüde başarısız olmuştur.

Biz bu bildiride, kapitalist üretim biçiminden bağımsız olarak düşünülmemeyen liberal demokrasiyi, materyalist ontolojiye dayanan sonsuz arzulu, sınırsız sahiplenici ve özellikle yararlılıkların tüketicisi olarak ele aldığı insan doğası tanımlaması ve bu tanımlamaya bağlı olarak dayandığı utilitarist ahlak anlayışıyla bireysel faydanın maksimize edilmesi iddiasını gerçekleştirmede neden başarısız olduğunu tartışmaya açmaya çalışacağız.

Anahtar Kelimeler: Demokrasi, Liberal Demokrasi, Kapitalizm, Sahiplenici Bireycilik, Utilitarizm

A CRITICAL APPROACH FOR LIBERAL DEMOCRACY'S ONTOLOGICAL AND MORAL BASIS

ABSTRACT

Any political or social system can not be considered independently without their ontological and moral foundation. Every political system have certain human nature description and this human nature description also comes up with general being description. There are definitely dissimilarities between human nature description which based on an idealist ontology and based on a materialist ontology. Liberalism's roots spreading as political in 19th century Europe based on ideas an theories which have developed in last 300 years. Liberal ideas has emerged as a result of developing or capitalist society or the collapse of feudalism in Europe and a market society developing in its place. In many respects, liberalism, reflects the aspirations of the growing middle class in conflict with the entrenched power of the aristocracy and absolute monarchs and landlords. In western countries, as long as industrialization continue to spread, liberal ideas have gained victory. Thus liberalism has become the dominant ideology in the industrialized West. This shows us that there is a close link between capitalism and liberalism. As long as capitalism stands, liberalism will also stand with alternative forms. In this way, liberalism has been shaped as the guardian of capitalist society property with the economic interests of the ruling class. On the basis of a negative attitude towards liberalism, in the process of west industrialization improvement, it can be said that the west exploit the labour class. We can say that liberalism willingly or unwillingly on the principles of 19th century capitalism "laissez-faire" to be reconciled with economic methods justify criticism about liberalism. Potically "Liberalism", because of taking a rational individual freedom based centers, the personality of person can be said to be regarded as the first value. According to these ideas, while person as rational being achieve his/her goals, he or she shouldn't encounter with any external obstacles and intervention. This makes it necessary to the existence of individual rights and freedoms and the equal distribution. However, based on ontological and moral foundations of liberal democracy has been largely unsuccessful in achieving this claim. Liberal Democracy which can not be thought without capitalist production form, endless desire based on materialist ontology, unlimited possessive and especially as it addresses consumers' utility identification of human nature and We will try to open a debate on why we fail utilitarist morality is based on this definition, depending on the individual to realize his claim to maximize benefits.

Keywords: Democracy, liberal democracy, capitalism, possessive individualism, Utilitarizm

* Prof. Dr. Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon Sinema Bölümü, naciispir@atauni.edu.tr

** Doç. Dr. Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon Sinema Bölümü, yusufyurdagul@atauni.edu.tr

*** Arş. Gör. Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon Sinema Bölümü, ykucukalkan@hotmail.com

GİRİŞ

Siyasal otoritenin temsili ile hak ve özgürlüklerin dağılımı arasında bir denge kurmaya çalışan liberal demokrasi anlayışı, günümüzde demokrasinin yegâne türü olarak algılanmaktadır. En yalın haliyle bireysel özgürlüğün, hukuki savunmanın ve anayasacı devletin teori ve pratiği olan “liberalizm” ile en basit tanımıyla, halkın halk için halk tarafından yönetimi demek olan “demokrasi” sözcüklerinin bir araya getirilmesiyle oluşturulan liberal demokrasi, İkinci Dünya Savaşı sonrasında Batı toplumlarında var olan siyasal kurumları, bu kurumların varoluşlarını güvence altına alan hukuk kurallarını ve bu kurum ve kurallar içinde işlemekte olan siyasal süreci anlatmak üzere kullanılan bir kavramdır (Köker, 1992: 29). 19. yüzyılda siyasal anlamda yaygınlaşan liberalizmin kökleri, son üç yüzyılda gelişen fikirler ve teorilere dayandırılmıştır. Liberal fikirler, Avrupa’da feodalizmin çöküşü ve onun yerine gelişen bir piyasa toplumunun veya kapitalist toplumun bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Birçok açıdan liberalizm, mutlak monarkların ve arazi sahibi aristokratların yerleşik iktidarı ile çatışma halinde büyüyen orta sınıfın özlemlerini yansıtmaktadır. Sanayileşme Batı ülkelerinde yaygınlaştıkça, liberal fikirler de zafer kazanmıştır. Liberaller, yönetimin müdahalesinden bağımsız, sanayileşmiş ve serbest piyasa çerçevesinde işleyen bir iktisadi düzeni savunmuşlardır. Böylece liberalizm, sanayileşmiş Batı’da hâkim ideoloji haline gelmiştir. Bu da bize liberalizm ile kapitalizm arasında sıkı bir bağ olduğunu göstermektedir. Öyle ki Arblester’ in de ifade ettiği gibi kapitalizm ayakta kaldığı sürece, liberalizm de alternatif birimleriyle ayakta kalacaktır(1984:7). Bu iddia, liberalizmi eleştirenler kadar liberalizm taraftarlarınca da dile getirilmiştir. Örneğin, Marksistlere göre liberal fikirler, kapitalist toplumda mülkiyet sahibi “yönetici sınıfın iktisadi çıkarlarının” yansımasından başka bir şey değildir. Dolayısıyla Marksistler, liberalizmi, “burjuva ideolojisi” nin klasik bir örneği olarak görmekteydiler. Öte yandan Friedrich Hayek gibi düşünürler, iktisadi özgürlüğün (özel mülkiyete sahip olma, kullanma ve elden çıkarma hakkı) siyasi özgürlüğün zorunlu teminatı olduğu iddiasındadırlar. Bundan hareketle Hayek, liberal demokratik sistemin ve sivil özgürlüklere saygının sadece kapitalist iktisadi düzen bağlamında gelişebileceğini öne sürer(Vincent, 2006: 33).

Liberalizmin temelde, özgürlüğe inanan insanı, rasyonel bireyi merkeze aldığı için insanın kişiliğini birinci değer olarak kabul ettiğini söyleyebiliriz. Bu nedenle liberalizmde insanın varoluşu ve amaçlara yönelmesi her türlü toplumsal ve siyasal düzenlemenin çıkış noktasıdır. Buna göre rasyonel bir varlık olan birey, kendi amaçlarını gerçekleştirirken hiçbir engel ve müdahale ile karşılaşmamalıdır. Bu durum, bireysel hak ve özgürlüklerin varlığını ve bunların eşit dağılımını zorunlu kılar. Bunun için bireyin dışında kolektif herhangi bir gücün bireye müdahale etmemesi gerekir. Bu haliyle liberalizmin her şeyden önce siyasette, ekonomide, dini ve kültürel hayatta farklılığın yanında yer alarak, plüralist toplumun tesisini ülkü edinmiş olan fikirler manzumesini temsil ettiği söylenebilir. İnsana saygı ve hoşgörüyü temel felsefi tavır olarak belirleyen liberalizmin öngördüğü sosyal-siyasal örgütlenme tarzı da buna uygun bir şekilde, özgürlük ve eşitlik ideallerini mümkün en geniş anlamda ete-kemiğe büründürerek kurumsal yapı ve düzenlemeleri içermelidir. Bu bağlamda siyasal liberalizmin dayandığı temel kavramlar, bireycilik, rasyonellik, özgürlük, hukuk devleti, hoşgörü ve farklılık olarak ortaya çıkmaktadır.

1. ONTOLOJİK VE AHLAKİ TEMELLER BAĞLAMINDA LIBERAL DEMOKRASİ TARTIŞMALARI

Yukarıda özetlemeye çalıştığımız şekliyle siyasal liberalizm ile demokrasi arasında temelde bir çatışma görülmemektedir. Birçok ad ve türü olmasına rağmen, bir yönetim tarzı olarak demokrasinin bazı değişmezleri olduğu da bir gerçektir. Buna göre demokrasi: Profesyonel siyasetçilere ihtiyaç duymaksızın, halkın kendi kendini doğrudan veya dolaylı olarak yönettiği bir hükümet şeklini; hiyerarşi ve imtiyazdan ziyade eşit fırsatlara ve bi-

reysel liyakate dayalı bir toplum yapısını; temel belirleyici kararların halkın çoğunluğu tarafından alındığı çoğunluk yönetimi ilkesine dayalı bir karar verme sistemini; çoğunluğun iktidarının çoğunluğun tahakkümüne dönüşmesini engelleyecek ve bu suretle azınlıkların hak ve çıkarlarını koruyup gözetecek bir kontrol mekanizmasını; kamu görevlilerinin genel ve eşit oyun söz konusu olduğu serbest ve rekabetçi seçimler yoluyla belirlendiği bir yönetim biçimini; kuvvetler ayrılığının yürürlükte olduğu, düşünce ve ifade özgürlüğünün en temel insan hakkı olarak gören, halkın yönetimi mümkün bütün yollarla denetleyebilen bir siyasal örgütlenme biçimidir (Heywood, 2006: 96). Tıpkı demokrasi gibi liberal demokrasi de genel ve eşit oy ilkesini, iktidarın düzenli aralıklarla yapılan gizli oy ve açık sayımlı rekabetçi seçimlerle el değiştirebilmesini, halkın temsil edildiği parlamento gibi kurumların varlığını, hukukun üstünlüğünü, dolayısıyla yargının bağımsızlığını, düşünce, ifade ve örgütlenme özgürlüğünü savunur (Holden, 2007: IX).

Demokrasi düşüncesinin kökeni, liberalizmden çok daha eskilere dayanır. M.Ö. beşinci yüzyılda ilk defa Antik Yunan'da ortaya çıkan demokrasi düşüncesinin iyi bir yönetim biçimi olarak evrensel kabul görmesi yirminci yüzyılın ilk çeyreğine rastlamaktadır. Demos'u kategorik olarak alt sınıfa yerleştiren anlayıştan ahlaki-niteliksel eşitliğe geçiş için insanlık uzun bir süre boyunca beklemek zorunda kalmıştır. İnsanların doğuştan eşit varlıklar olduğu ve bireyin özgür ve özerk bir varlık olarak aynı temel hak ve özgürlüklere sahip olduğu düşüncesi ilk çağdaki sofistlerden sonra 17. yüzyıla kadar genel anlamda kabul görmemiş ve başta Platon olmak üzere birçok düşünür tarafından eleştirilmiştir. Bu anlamda ahlaki-niteliksel eşitliğin sistemli olarak ortaya konulması ilk önce Thomas Hobbes, arkasından da John Locke tarafından gerçekleştirildiğini söyleyebiliriz. Hobbes'un eşitlik düşüncesiyle liberalizmin müjdecisi, John Locke'un da eşitlik, özgürlük ve mülkiyet düşünceleri ve birey-devlet ilişkisi anlayışlarıyla liberalizmin kurucusu olduğunu söylemek de yanlış olmayacaktır. Böyle bakıldığında liberal düşüncenin ortaya çıkışıyla Antik Yunan'dan sonra demokrasi düşüncesinin gelişmeye başlaması aynı dönemlere rastlamakta ve aynı düşünsel paradigmanın sonucu olarak gelişmektedir. Dolayısıyla bugün liberal demokrasi olarak ifade ettiğimiz siyasal sistem ya da yönetim tarzının, bu iki düşünce yapısının birbirine eklemlenmesiyle tezahür etmesi basit bir tesadüften ibaret değildir. Hem demokrasinin hem de liberalizmin 17. yüzyılda ortaya çıkan yeni ontolojik anlayışa ve buna bağlı olarak gelişen yeni etik kuramla birlikte biçimlendiğini söyleyebiliriz. Söz konusu yeni ontoloji, aydınlanma düşüncesine de bağlı olarak insanın üzerindeki her türlü otoriteyi reddetmiş ve insanı otonom ve özgür bir varlık olarak konumlandırma için metafizikle olan bağı koparmıştır. Metafiziğin elenmesiyle birlikte pozitivist bir varlık anlayışı ve bu anlayışa bağlı olarak yeni bir insan doğası tanımlaması ve ahlaki yapı ortaya konulmuştur. Bireyin özerkliği, özgürlüğü, rasyonelliği, eşitliği ve gelişimi de bu düşünsel yapı üzerine inşa edilmiştir. Buna göre rasyonel bir varlık olan birey, kendi amaçlarını gerçekleştirirken hiçbir engel ve müdahale ile karşılaşmayacaktır. Bu durum, bireysel hak ve özgürlüklerin varlığını ve bunların eşit dağılımını gerektirir. Ancak bugün liberal demokrasinin dayanmış olduğu bu ontolojik ve ahlaki temelleri ile bu iddiasını gerçekleştirebildiğini söylemek mümkün değildir. Özellikle bireyin kendi yetenek ve kapasitelerini geliştirmesi ve toplumsal refahın paylaşımı açısından ciddi sorunlar yaşadığını rahatlıkla söyleyebiliriz.

Liberal demokrasi, bireyin toplum içerisindeki statüsünü onun bireysel yetenek, kabiliyet ve çalışmasına göre belirleyeceğini söyler. Bunu da fırsat eşitliği ilkesiyle sağlamaya çalışır. Bugün bir bireyin binlerce, yüzbinlerce hatta milyonlarca insandan daha fazlasına sahip olmasını da onun yeteneğine ve kabiliyetine bağlar. Bir insan diğerlerinden ne kadar zeki, çalışkan ve kabiliyetlidir ki, milyonlarca insanın toplamından daha fazlasını elde edebilsin? Tam da bu noktada liberalizmin kapitalizmle olan ilişkisi devreye girmektedir.

Zira ahlaki-niteliksel eşitler olarak kabul edilen ve aynı doğal özelliklere sahip olan insanlar arasında bu kadar uçurumun olması rasyonel olarak açıklanacak bir durum değildir. Ancak liberal demokrasinin dayandığı ontolojik ve ahlaki temele bağlı olarak yapılan insan tanımlamasına göz attığımızda mevcut durumun anlaşılması hiç de zor görünmemektedir.

Geçmişten günümüze kadar düşünce tarihi içerisinde farklı düşünce yapıları kendi ontolojik anlayışlarına göre farklı insan doğası tanımları yapmışlardır. Bu tanımlamaları, çok fazla detaya girmeden üç başlık altında toplayabiliriz. Birincisi, idealist ve spiritüalistlerin yaptığı gibi insanı sadece tinsel bir varlık olarak ele alır ve onun ahlaki yapısını da bunun üzerine inşa eder. İkincisi, daha çok realistlerin ortaya koyduğu ontolojik yaklaşımdır. Bu yaklaşımda insan, hem bir beden varlığı hem de ruhsal bir varlık olarak tanımlanır ve insan bu iki uç arasında bir denge varlığı olarak görülür. Üçüncüsü ise pozitivistlerin ya da materyalistlerin yaklaşımıdır. Bu yaklaşımda insan, sadece beden ya da cisimsel bir varlık olarak görülür. Böylece insanın normatif yapısı da bu anlayış üzerine kurulur.

Liberal demokrasinin dayandığı ontolojik temel de bir indirgemeci yaklaşım olan pozitivist-materyalist yaklaşımla insanı tanımlar. Buna göre insan, biyolojik ve fizyolojik istekler yığını olarak tanımlanır. Bu anlayışta insan, sonsuz arzulanıcı, sınırsız sahiplenici ve özellikle yararlılıkların tüketicisi olarak görülür. Böylece kadim dönemlerdeki potansiyel olarak kendi vasıfların geliştiricisi olan ahlaki değerlerle insan olma potansiyelini geliştiren insan tanımlamasından yalnızca tüketen bir varlık olmaya indirgenir. Zira liberal demokratik sistemde birey olmanın değeri, tüketim değeriyle ölçülür. Ne kadar fazla tüketirsen o kadar bireysin, o kadar insansın. Daha fazlasını tüketmek için daha fazlasına sahip olmak gerekir. Bundan dolayıdır ki Kanadalı düşünür Macpherson, liberal demokrasinin birey anlayışını (possessive individualism) sahiplenici bireycilik olarak tanımlar (1962:9). Sahiplenici bireycilik anlayışına göre birey olmak, bir şeye sahip olmaktır. Burada sahip olmak, birinin yalnızca kendi kişiliğine ve yeteneklerine sahip olmasını değil, aynı zamanda sahip olduğu yetenekleri kullanarak başka şeyleri de elde etme imkânına sahip olması demektir. Dolayısıyla bu anlayışta özgür ve eşit olmak da bir şeye sahip olmaya bağlıdır.

Sahiplenici bireycilik anlayışı temel olarak iki nedenden dolayı sorunludur. Birincisi, sahiplenici bireycilik kazanmayı ve tüketimi merkeze alarak insan hayatının daha derin amaçlarını göz ardı ettiği için fakirleşmiş bir hayat anlayışı üretir. İkincisi ise, sahiplenici bireycilik rekabetçi pazar yapısı içinde kaçınılmaz olarak tekelleşmeye yol açar. Bu tekelleşmeyle birlikte çoğu insan emeklerini satmaya zorlanırlar. Bu durumda onlar, yalnızca sözde özgür ve eşit bireylerdir. Gerçekte onlar, sermaye sahiplerine boyun eğmek zorunda kalan kölelerdir. Bu kölelik, serbest piyasa kurallarıyla gerçekleştirilen “net güç transferiyle” gerçekleştirilir. Eğer bir şirket her yıl iki kat büyüdüğü halde, orada çalışanın geliri sabit kalıyorsa, bu net güç transferiyle köleleştirmekten başka bir şey değildir.

Liberal demokrasinin dayandığı etik kuram, Bentham’ın sonsuz arzu ve sınırsız sahiplenme şeklinde tanımlanan insan doğasına uygun olarak geliştirdiği utilitarizmdir. Utilitarist ilke, “en çok sayıda insana en fazla mutluluğu sağlayacak” eylemi iyi eylem olarak tanımlar. İki azami iddiayı bir arada dile getiren bu önerme mantıksal olarak tutarsızdır. Zira elinizdeki en çoğuna sahip olan en fazla mutluluğa sahip olacaktır. Böyle bakıldığında yani mutluluk sahip olunanın çokluğuyla orantılıysa ancak en az sayıdaki insana en çoğunu verebilirsiniz ve en az sayıdaki insanı mutlu edebilirsiniz. liberal demokratik toplumlardaki gelir dağılımlarına bakıldığında tam da böyle olduğunu görebiliriz.

Benthamcı biçimiyle liberal kuram, bireysel yararlılıkların en yüksek noktaya çıkarılmasını iyi toplumun kriteri olarak ele almış ve bireyin yararlılıkları en yüksek noktaya çıkarma arzusunun insan doğasının temel özelliği olarak ortaya koymuştur. Bu anlayışa bağlı ola-

rak arzuları tatmin etmeyi istemek, insanın doğasının tanımını oluşturur. Bu haliyle yararcılık, bireysel çıkarları ve istekleri değerlendirmenin bir ölçütü olarak karşımıza çıkmaktadır. Ne var ki bireylerin tercihleri birbirinden farklıdır ve potansiyel olarak birbirleriyle çatışma içindedir. Ancak eşit olmayan mülkiyet ve kâr için maddi eşitsizliğin daha önemli olup olmadığına ilişkin tartışmada, yararcılık eşitliği ikinci derecede düşünür (Bentham, 1931:120). Yarırcılığın eşitliği ikinci derecede düşünmesinin nedeni çok açıktır. Herhangi bir eşitlik sistemi, sermayenin biriktirilmesi için teşvik ediciliği ortadan kaldıracaktır. Bu da bütün toplumun toplam faydası için elde edilebilir maddi varlığın toplam artışını engelleyecektir.

Yararcı etik kuramda insanların refahı(mutluluğu) maddi eşyaların sınırsız artışıyla bir araya getirilmesinde yatar. Yarırcılığın, insanı ilk önce maddi yararlılıkların sahiplenicisi ve tüketicisi olarak görmesinin nedeni de budur. Bu anlayışa göre maddi zenginliğin artışıyla, mutluluğun artışı doğru orantılıdır. Eşit olmayan fırsatlarla iki bireyden hangisi daha çok maddi zenginliğe sahipse, o daha çok mutludur. Dolayısıyla refahın en yüksek seviyeye çıkarılması, mutluluğun en yüksek seviyeye çıkarılmasıdır (İspir, 2011:170).

SONUÇ

Açıkça söylemek gerekir ki, liberal demokratik toplum, bireysel tatminini ve faydayı, en üst noktaya çıkarmada ve bireysel seçim özgürlüğünü genişletmede liberal olmayan toplumlara göre çok daha iyi gerçekleştirebilir. Bu iddia yalnızca bireysel arzuların maksimize edilmesini değil, aynı zamanda bunun hakkaniyetle yapılmasını da içerir. Ancak faydacılık, insanlara eşitler olarak davranmaya çalışsa da insanları eşitler olarak değerlendirmenin gerçekte ne anlama geldiği yönündeki çok sayıda inancı hiçe sayar. Bundan dolayı faydacılık, her insanın çıkarını eşit değerlendirme idealini yanlış yorumlamış ve bunun sonucu olarak bazı insanlara yeterince eşit davranmamış, böylece bu insanlara başka insanların amaçlarına yönelik birer araç olarak davranılmasına izin vermiştir.

Eşitlik, her bireyin toplu ürüne yaptığı katkıyla orantılı dağılımı gerektirir. Kaynakların ve gelirin dağılımı adil olmadığı takdirde, eşit yararı en yüksek seviyeye çıkarma iddiası boş bir laftan ibaret olarak kalacaktır. Bu yüzden liberal demokrasilerin ahlaki temelde garanti altına almak zorunda oldukları en önemli şey, her bir ferдин kendisi için en iyi olanı gerçekleştirme hususundaki eşit özgürlük hakkıdır. Açık ki etik manada bireysel kabiliyetlerin en yüksek seviyeye çıkarılması ile piyasa anlamında bireysel güçlerin en yüksek seviyeye çıkarılması arasındaki çelişkiler çözülmediği sürece, liberal demokrasinin ahlaki temeli sorunlu olmaya devam edecektir. Dolayısıyla liberal demokratik teorinin iddialarını gerçekleştirebilmesi, hem ontolojik hem de ahlaki temelinde yer alan bu sorunları çözmeye bağlıdır.

KAYNAKÇA

Köker, L., *Demokrasi Üzerine Yazılar*. Ankara: İmge Kitabevi (1992).

Arblester, A., *The Rise and Decline of Western Liberalism*, Blackwell Oxford (1984).

Vincent, A., *Modern Politik İdeolojiler*, Çev. A. Tüfekçi. İstanbul: Paradigma Yayınları (2006).

Heywood, A., *Siyaset*, Çev. B. B. Özipek, B. Şahin ve diğ. Ankara: Liberte Yayınları (2006).

Holden, B., *Liberal Demokrasiyi Anlamak*, Çev. H. Bal. Ankara: Liberte Yayınları (2007).

Macpherson, C.B., *The Political Theory of Possessive Individualism*, Clarendon Press. Oxford. (1962).

Bentham, J., *The Theory of Legislation*, Ed. C.K. Ogden. Londra (1931).

İspir, N., *C.B Macpherson'un Liberal Demokrasi Eleştirisi*, 2. Baskı . İstanbul: Arı-Sanat Yayınları (2011).

TURİZM DESTİNASYON PAZARLAMA VE TANITIMDA WEB SİTE- LERİ: BİR WEB PORTALI İNCELEMESİ

Sait Sinan ATILGAN*
Murat KARAPINAR**

ÖZET

Ülkemizde yeni yeni bölgesel bazlı turizm destinasyon planlamaları yapılmaya başlanmıştır. Bu çalışmaların hemen hepsinde web sitelerinin önemli bir misyonu bulunmaktadır. Ülkemizde de “Web’de var olma” aşamasının geçilip “Web’de etkin bir şekilde var olma” sürecinin yaygınlaşmaya başlaması, Web’e ve Web tabanlı uygulamalara profesyonel bir bakış açısıyla bakılması gerekliliğini de beraberinde getirmiştir. Mevcut çalışma, dünyadaki turizm tanıtımı ve pazarlama konusunda web sitelerinin önemini ortaya koyma amacı gütmektedir. Bu amaçla inceleme konusu olan www.kuzeydoguanadolu.com sitesinin yerine getirmeye çalıştığı misyon hakkında diğer turizm portalları ile karşılaştırma yapılarak bilgi verilecektir.

Anahtar sözcükler: Destinasyon Pazarlama, web siteleri, kuzeydoguanadolu web portalı.

WEB SITES IN TOURISM DESTINATION MARKETING AND PUBLICITY: AN EXAMINATION OF A WEB PORTAL

ABSTRACT

The planning of regionally tourism destination in our country is rather a recent application. Almost in all working, web sites have an important mission. Due to the process of prevalence of “being on web affectively” after the phase of “being on web” in our country, it has become necessary to approach web and web applications from a professional standpoint. The present study aims to establish the importance of web portals in tourism publicity and marketing in the world. For this purpose, the mission of www.kuzeydoguanadolu.com will be mentioned and compared with other web tourism portals.

Keywords: Destination Marketing, Web sites, kuzeydoguanadolu web portal

* Arş. Gör., Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, sinan.atilgan@atauni.edu.tr

** Doğu Anadolu İhracatçılar Birliği (DAİB) Başkanı, muratkarapinar@gmail.com

GİRİŞ

Destinasyon tanıtımında kabul edilmesi gereken en önemli olgu, destinasyonun sahip olduğu turizm ürünlerinden ziyade, o ürünlerin hedef kitleler tarafından nasıl algılandığıdır. Bunda ise algıyı belirleyen "iletişim", en stratejik kavram olarak öne çıkmaktadır. Bu kavram çerçevesinde, Kuzeydoğu Anadolu destinasyonunun tanıtım ve pazarlamasında web siteleri önem arz etmektedir. Kuzeydoğu Anadolu destinasyonunun tanıtımında ve pazarlamasından kullanılacak tüm araçlar sonunda ortaya çıkacak algıların toplamı "Kuzeydoğu Anadolu imajını" oluşturacaktır.

Bu çalışmada Slovakya'nın resmi internet sitesi olan <http://www.slovakia.com> sitesi ile www.kuzeydoguanadolu.com sitelerinin karşılaştırmasına bakılmaktadır. Slovakya'nın resmi internet sitesi ile Kuzeydoğu Anadolu web portalı içerik ve yapısal özellikler bakımından birbirlerine çok yakın olmalarından dolayı Slovakya resmi internet sitesi ile karşılaştırma yoluna gidilmiştir. Günümüzde birçok ülke benzer internet siteleri ile pazarlama faaliyetlerini çeşitlendirmektedir. Pazarlama faaliyetlerinin etkin olarak yapıldığı bu tür internet siteleri birbirlerine benzemekte ve hemen hemen aynı fiziksel özellikleri taşımaktadırlar. Burada asıl önemli olan Kuzeydoğu Anadolu web portalının diğer benzer sitelerin ulaştığı tıklanma sayılarına ulaşabilmesi için neler yapılması gerektiği ile ilgili önerilerde bulunmaktadır.

Kuzeydoğu destinasyonunun markalaşması açısından oluşturulan web sitesi için öncelikle kurumsal kimlik çalışması yapılmıştır. Bu amaçla logo, sembol ve sloganlar belirlenmiştir. Bölgenin turizm potansiyeli yönüyle akılda kalıcılığının artırılması açısından, Erzurum, Erzincan ve Bayburt'un turizm değerleri doğrultusunda, internet araçlarında, sosyal medya pazarlamasında, basılı ve görsel tanıtım materyallerinde kullanılacak logo, renk, çizgi, font ve bunların kullanım şekillerini düzenleyen kurumsal kimlik tasarımı çalışması yapılmıştır. Yapılan bu kurumsal kimlik çalışmasının genel manada bölgede kullanılan tüm tanıtım çalışmalarında uygulamaya konulması gerekmektedir. Bu bağlamda Kuzeydoğu Anadolu Bölgesini oluşturan Erzurum-Erzincan ve Bayburt illerinin tüm kurumlarının tanıtım çalışmalarında bu kurumsal çizgileri takip etmeleri hayati bir rol oynamaktadır.

Marka adı olarak Kuzeydoğu Anadolu - Northeast Anatolia seçilmiş olup, bölgeyi tam anlamıyla kapsayan ve dünyada sadece tek bir yere işaret eden tanım olmasından sebep böyle bir isim seçilmiştir. Bu sayede, marka ismi anıldığında Türkiye'de ve dünyanın herhangi başka yerinde zihinlerde oluşacak çağrışımın tek ve aynı yer olması amaçlanmıştır. Kuzeydoğu Anadolu'nun bir destinasyon olarak konumlandırılması hedeflenmiştir. Ayrıca bu markanın tescil edilmesi ve bu tescil ile tüm markalarda ve tanıtım pazarlama faaliyetlerinde bu logoyu kullanmaları hayati bir önem arz etmektedir.

1.TANITIM KAVRAMI

Günümüzde kentlerin, bölgelerin ve ülkelerin etkin bir şekilde tanıtımı konusu önem kazanmaya başlamıştır. 1900'lü yılların ne üretirsek satarız anlayışı, artık yerini neler üretmeliyiz ve nasıl satmalıyız anlayışına bırakmıştır. Ülkeler, giderek artan bir şekilde, turizmin ekonomik önemini ve onun bölgesel gelişme açısından üstlendiği rolü daha fazla dikkate almaya başlamıştır.

Tanıtım kavramı, "bir kişi, topluluk veya kurum tarafından, uygun yöntem, teknik ve iletişim araçlarından yararlanılarak, hedef grupları bir durum veya olay konusunda aydın-

latmak veya bir tutum ve davranışa yöneltmek amacıyla yapılan bilinçli bir etkinliktir (Karabulut, 2006: 20).

Turizmde tanıtma ise, gerek yurt içinde ve gerekse yurt dışında insanların ilgilerini bir ülkenin, bölgenin veya turistik bir istasyonun mal ve hizmetleri üzerine çekmek için bilgi vermek, eğitmek, telkinde bulunmak, bir imaj yaratmak suretiyle turistik mal ve hizmetlerin satın alınmasını kolaylaştıran sosyal, psikolojik, kültürel ve ekonomik bir çıkara yönelik etkinlik araç ve teknikleri içeren bir iletişim olayıdır (Rızaoğlu, 2004: 73).

Dünya ülkeleri geliştikçe ve ülkeler arasında rekabet ve ilişkiler arttıkça tanıtma çabaları çeşitlenmekte ve daha büyük önem kazanmaktadır. Özellikle, dış tanıtma bir ülkenin iyi imajına damgasını vurmaktadır (Rızaoğlu, 2003: 7).

1.1.Dış Tanıtım Kavramı

‘Tanıtım’ kavramından yola çıkarak ‘Dış Tanıtım’ kavramını tanımlamak gerekirse, dış tanıtım, ülke-destinasyon hakkında olumlu bir imaj oluşturmak, varsa yanlış düşünce ve önyargıları ortadan kaldırmak, bütün bunların sonucunda da bir ölçüde de olsa ekonomik kazanç sağlamak amacıyla reklam, halkla ilişkiler, propaganda ve enformasyon gibi yöntemler kullanarak, hedef kitlelere yöneltilen aydınlatıcı faaliyetler olarak tanımlanmaktadır (Tosun ve Temizkan, 2004: 348–349).

Turizm Tanıtım Politikasını oluşturan elemanlardan bazıları;

- Turistik tanıtıma yeni bir yön verilmesi,
- Tanıtım konusunda yeni bir örgütlenmeye gidilmesi,
- Hedef ülkelerin özelliklerine göre tanıtma faaliyetlerine yön verilmesi,
- Yayınlarda geleneksel özelliklerin ön plana çıkarılması,
- Tanıtım konusunda uzman eleman istihdam edilmesi,
- Özel sektörün tanıtma harcamalarına katılması,
- Yıl boyu talep yaratılması,
- Turizm talebinin dengeli dağılımının sağlanması,
- Talep çeşitliliğinin sağlanması (Şahbaz, 2000: 6).

2.DESTİNASYON KAVRAMI

Dünyada geliştirilmekte olan plan ve stratejiler, destinasyonların daha çok doğrudan tanıtımı ve pazarlanması üzerinde yoğunlaşmaktadır (Yavuz; Karabağ, 2009: 116). Nitekim turizm sektöründe başarılı olan birçok ülke, ülke temelli turizm tanıtımı politikalarında strateji değişikliği yapmış ve ‘Bölgesel Turizm Tanıtımı’ na başlamıştır. Bu strateji değişikliğinin asıl nedeni bölgesel turizm faaliyetlerin daha cazip imkânlar sunabilmesi ve her bölgenin kendine has özellikleri olduğu için tanıtımda çok fazla seçeneğin gün yüzüne çıkabilmesidir. Söz konusu ülkeler, coğrafya, tesis, altyapı, doğal çevre, arkeolojik varlıklar ve kültürel değerler yönü ile farklılık gösteren turizm bölgelerini, farklı pazar gruplarına göre konumlandırmıştır. Dünyada, turizm tanıtımı ve pazarlama örgütlemesi stratejilerinde gözlenen bu değişiklikler doğrultusunda İspanya, Marbella ve Kanarya Adaları’nı; Fransa, Cote d’Azur, Paris, Normandiya, Courchevel ve Korsika’yu; İtalya, Toscana ve Sardinya Adası’nı bağımsız bir destinasyon markası haline getirerek dünya turizm pazarına, ülke olarak değil de, destinasyonlar şeklinde çıkmıştır (Yavuz; Karabağ, 2009: 117).

Ülkemizde de artık bölgesel turizm faaliyetleri hız kazanmış ve bölgesel markalaşma yolunda güzel gelişmeler yaşanmaya başlamıştır. Örneğin Karadeniz, özellikle de Doğu Karadeniz, bölgesi artık dünyanın birçok bölgesinden bu bölgeyi özellikle ziyaret etmek

isteyen turistleri ağırlamaya başlamıştır. Erzurum-Erzincan ve Bayburt illerinden oluşan Kuzeydoğu Anadolu bölgesi de bölgesel rekabet edilebilirlik açısından birçok potansiyeli bünyesinde barındırabilmektedir. Örneğin kış turizmi denildiğinde ülke içinde ve ülke dışında birçok kişi Kuzeydoğu Anadolu Bölgesini bir marka olarak tanımaya başlamıştır.

Küresel düzeyde rekabetin yoğun olduğu dünya turizm pastasından daha büyük paylar almak için çabalayan ülkeler, rekabet güçlerini artırıcı yeni yönetim, tanıtım ve pazarlama teknikleri kullanmaya başlamıştır. (Yavuz, Karabağ, 2009: 113).

Turizm sektörü, içinde bulunduğumuz yüzyılda, yarattığı ekonomik ve sosyo-kültürel etkileriyle, ülkelerin refah düzeylerinin artması ve gelişimlerini sürdürebilmeleri açısından önem arz eden bir sektör konumuna yükselmiştir. Turizm sektörünün bu özelliği turistik destinasyona sahip ülkelerin, sektörde hedefledikleri yüksek pazar paylarına ulaşabilmek için bu alanda yeni pazarlama stratejileri oluşturmalarına ve pazardaki rakipleri ile olanca güçleriyle rekabete girmelerini gerektirmiştir. Böylece destinasyon pazarlaması ve destinasyonların birer marka haline gelmesi, gittikçe çeşitlenen ve farklı alternatiflerle turizm sektöründe yer alan destinasyonlar açısından büyük önem taşıyan birer konu haline gelmiştir (İpar, 2011: 157).

Geniş bir tanımla turizm destinasyonu, ülke bütününden küçük ve ülke içindeki pek çok kentten büyük, insan beyninde belirli bir imaja sahip markalaşmış ulusal bir alan ve önemli turistik çekiciliklere, çekim merkezlerine, festivaller, karnavallar gibi çeşitli etkinliklere, bölge içinde kurulmuş iyi bir ulaşım ağına, gelişim potansiyeline, dâhili ulaşım ağıyla bağlantılı bölgeler arası ve ülke düzeyinde ulaşım olanaklarına ve turistik tesislerin gelişimi için yeterli coğrafi alana sahip bir bölge olarak tanımlanmaktadır (Tosun ve Jenkins, 1996: 522).

2.1. Destinasyon Pazarlaması Kavramı

Destinasyonlar farklı şehirlerden, bölgelerden, ülkelerden turist çekebilmek için yoğun bir pazarlama faaliyetine ihtiyaç duyarlar. Destinasyon marka kimliğini ve onu diğer destinasyonlardan ayıran özelliklerini belirlemek ve pazarlama çalışmalarında bu belirlenen unsurları vurgulamak, bir destinasyonu uluslararası turizm pazarında rekabetçi bir konuma taşıyacak temel unsurlardır (Özdemir, 2008: 73).

Destinasyon pazarlaması bir yerin özneliliklerine uygun olarak oluşturulan bir destinasyon kimliğinin, o destinasyonu tercih etmesi beklenen seçili hedef kitlelere yönelik olarak etkin iletişim çalışmaları ile daha çekici hale getirilmesini amaçlar (Bardakoğlu ve Pala, 2009: 322).

Günümüzde, bir ülkenin tek bir destinasyon pazarlaması anlayışı terk edilerek, ülkelerin çeşitli bölgeleriyle bu bölgelerin belirli şehirlerinin turistik ürün kimlikleri ortaya çıkartılarak, bölgesel ve şehirselleşerek, tanıtım ve pazarlama anlayışı giderek artmaktadır (İlban, 2007: 33-34). Bu sebepten dolayı, dünyada turizm sektöründe önde gelen birçok ülkenin, ortaya çıkarılan bu yeni destinasyonların pazarlanması için, destinasyon pazarlama departmanları ve çeşitli turizm konsorsiyumları oluşturduğu, alternatif birçok tanıtım aracı /yöntemi kullandığı görülmektedir.

2.2. Turizm Destinasyonlarının Markalaşması-Tanıtımında Önemli Unsurlar Ve Kuzeydoğu Destinasyonu

TR1 Düzey 2 Bölgesinin kurumsal kimlik çalışmalarının bir parçası olarak, turizm değerlerinin tanıtımına yönelik yapılacak tüm etkinliklerde, yönlendirme tabelalarında, fuar

ve toplantılarda, her türlü basılı materyal ve dijital ortamda, medya ve reklam çalışmaları ile promosyon ürünleri ve benzeri ortam ve faaliyetlerde kullanılmak üzere, marka kimliği ile uyumlu olarak bölgenin turizm değerlerini çağrıştırır ve turizm açısından akılda kalıcılığını artırıcı nitelikte logo tasarımı yapılmıştır.

Şekil 1. KUDAKA Logo Tasarımı



Dünya genelindeki örnekler incelendiğinde, İspanya Katalan bölgesi, Andorra Prenslığı gibi küçük ölçekte belirli bir kültür ve coğrafi bölgeyi temsil eden bölgelerin destinasyon tanımlamaları; Türkiye’de ise Ege’ye gitmek, Doğu Karadeniz turuna katılmak, Güneydoğu turuna katılmak gibi yerleşmiş kavramlarla benzeşme sağlanmıştır. "Kuzeydoğu’ ya / Kuzeydoğu Anadolu’ya kayağa gitmek", "Kuzeydoğu Anadolu, Doğa Sporlarının Merkezi" gibi kavramlaştırmalar yapılabilecektir.

3.DESTİNASYON MARKASI OLUŞTURMADA WEB PORTALLARI

Dünya nüfusunun internet kullanım oranına baktığımızda her geçen gün artan bir kullanıcı istatistiği ile karşılaşmaktayız. 20 Aralık 2014 tarihi itibarı ile toplam dünya nüfusu 6.931.075.597 kişi (www.nufusu.com), internet kullanıcısı sayısı 2.952.233.701 kişi olarak tespit edilmiştir (http://wearesocial.com). Bu rakamlar dünyanın yaklaşık % 42’sinin internet kullandığını göstermektedir. 2000 yılında internet kullanıcısı sayısı 360.985.492’dir. Son rakamlar internet kullanıcılarında % 528,1’lik bir değişimin olduğunu göstermektedir. Türkiye internet kullanım oranında dünyada 12 inci sırada bulunmaktadır. Türkiye nüfusunda yaklaşık 37.700.000 kişi internet kullanıcısıdır (http://wearesocial.com). Dünya geneline baktığımızda gelişmiş ülkelerdeki internet kullanımını çok yüksek oranlarda bulunmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri’nde % 77,3, Japonya’da % 78,2, Almanya’da % 79,1, İngiltere’de % 82,5, Fransa’da % 68,9, Güney Kore’de % 81,1, Çin’de % 31,6’lık bir internet kullanım oranı bulunmaktadır. Bu ülkeler Türkiye’ye en fazla turist getiren ülkeler konumundadır.

Bireylerin turizm tercihlerinin belirlenmesinde internet ne kadar etkili olduğu sorusu burada sorulması gereken soru olarak karşımıza çıkmaktadır. 33 ülkede yapılmış bir araştırmada insanların tatil ve seyahat kararlarını alırken hangi etmenlerin buna etki ettiği araştırılmıştır. 2009, 2010, 2011 yıllarını kapsayan araştırmada insanların tatil kararlarını alırken % 27’lik oran ile arkadaş tavsiyelerini en fazla önemsedikleri ortaya çıkmıştır. Kişilerin tatil kararlarını etkileyen ikinci etmen üç yılın tümünde % 24’lik oran ile internet olmuştur. Üçüncü etmen kişisel deneyimler, dördüncü etmen tur acenteleri, beşinci etmen, broşür/dergi, altıncı etmen, medya olmuştur. Görüldüğü üzere internetin; kültür ve turizm tüketicilerinin, ilgili internet ağları, web sayfaları, internet reklamları, mail yoluyla yapılan reklamları ya da arama motorları ve sosyal medya sitelerinde sunulan ürün ve hizmet hakkında ayrıntılı bilgi edinme imkânına ulaşmalarını sağlaması, bilgi edinmek için aracı kurumlara bağımlılıklarını azaltması, sunulan ürün ve hizmetleri daha fazla bilgi setiyle, karşılaştırmalı olarak, daha düşük maliyetlerle vermesi son derece önemli bir yeniliktir. Tatil planlaması yapan birisi için internet, bilgiye ulaşma maliyetini de en aza indirmekte, kişi için önemli olan zaman maliyetini minimum düzeye çekmektedir (Çakır ve Yalçın, 2012: 13).

Turizm ve seyahat bilgilerini internete taşıyan ve gelişmeleri yakından izleyen uzmanların ortak görüşü elektronik ticaret içinde (kitap ve CD'den sonra) 3. sırada olan seyahat ve turizm ticareti, kısa bir süre içinde 1. sıraya çıkma eğilimindedir. Artık, internetten akla gelen - gelmeyen her ülke, kent ve hatta kültür hakkında hızlı, güncel, pratik, renkli, sesli, hareketli (videolu) bilgiyi masa başında edinmek mümkün olmaktadır. Günümüzde, bilgi toplumlarında pek çok kişi, turizm ve seyahat bilgisini bilgisayarından internete bağlanarak edinmektedir (<http://www.milliyet.com.tr>). Bu nedenle yürütülen tanıtım ve markalaşma kampanyaları o destinasyon hakkında doğru bilgi ve mesaj içermelidir. Zira bir haftada yaklaşık 17 milyon kişinin tatilini planlamak ya da diğer destinasyonlar hakkında bilgi sahibi olmak için girdiği Tripadvisor gibi gezi sitelerinde oluşturulan bloglarda herkes gittiği yer hakkında yorum yazmakta, olumlu/olumsuz tüm bilgilere ulaşabilmektedir (Aksungur ve Kastal, 2007: 22).

Gelişen iletişim sistemleri, internet ortamları, tatil sitelerindeki yapılan yorumlar sayesinde insanlar bilgiye doğrudan ulaşmakta ve bu süreç olumsuz bilgileri de içermektedir. Bu nedenle klasik tanıtım yöntemleri, devlet kanalıyla yapılan doğrudan tanıtım faaliyetleri ile turistleri etkilemek, yönlendirmek çok zorlaşmıştır (Aksungur ve Kastal, 2007: 23). Bu bağlamda, Kuzeydoğu Anadolu turizm destinasyonunu tanıtmak amacıyla hazırlanan turizm portalı, trendlere ve gelişmelere uygun bir yapıda, profesyonel bir tanıtım ve yönetim stratejisiyle her zaman güncel, dinamik ve proaktif bir yapıda yürütülmeli; youtube, tripadvisor, facebook, myspace gibi insanların çok ilgi gösterdiği internetteki yeni oluşumlar reklam çalışmalarında dikkate alınmalı ve mecra olarak kullanılmalıdır.

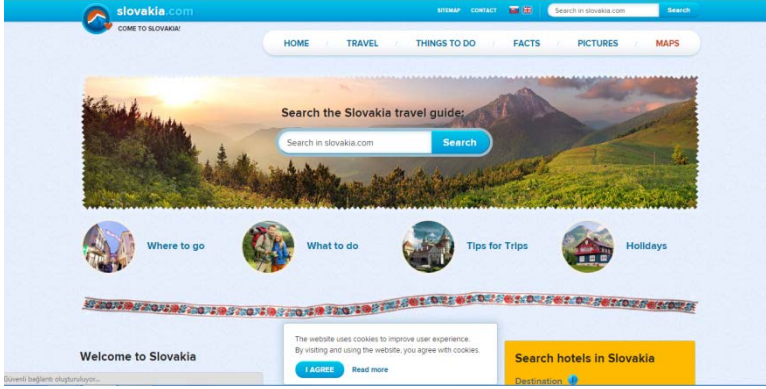
3.1.www.kuzeydoguanadolu.com Web Portalı

Turizm sektörü, internet teknolojilerini ve internet teknolojilerinin kazandırdığı esneklik ve avantajları ilk olarak kullanan ve buna göre kendisini düzenleyen sektörlerden biridir. Turizm bölgeleriyle ilgili internette yürütülen birçok faaliyet söz konusudur. Bu faaliyetlerin en belirgin olanları, söz konusu turizm bölgesinin kültürel, tarihi ve turistik çekiciliklerine dikkat çekmek, bölgenin yöresel etkinliklerini tanıtmak, bölgeyle ilgili ulaşım, konaklama, yeme-içme, eğlence vb. konularda bilgi vermek amacıyla internet ortamında oluşturulmuş web siteleridir (Sarı ve Kozak, 2005: 258). Uluslararası turizm pazarında rekabetçi kalmak isteyen destinasyonlar sunulan fırsatları en iyi şekilde değerlendirebilmek ve daha çok turiste ulaşabilmek için çeşitli hizmet sunabilecekleri destinasyon web sitelerini oluşturmuşlardır (Özdemir, 2007:890). Birçok ülke internet üzerinden yaptığı temel tanıtımı web siteleri üzerinden yapmaktadır (World Tourism Organization Business Council; 1999:73). Bu sitelerde kültür ve turizm alanında ülkeleri tanıtıcı bildiri, afiş, kampanya ve bu alanda yürüttükleri uygulamalar hakkında son gelişmeler bulunmaktadır. Ülkeler bu siteler aracılığı sadece tanıtım değil aynı zamanda düzenledikleri istatistikler ile hedef kitle talepleri ve istekleri konusunda geri bildirim elde etme imkânına da sahip olmaktadır. Gelişen teknolojiye bilgi edinme amacı ile ziyaret edilecek ilk yerler buralardır. Web siteleri ülke imajını yansıtmak için en önemli araçlardan birisi konumundadır.

Yukarıda bahsedilen sebeplerden dolayı oluşturulmuş olan, Kuzeydoğu Anadolu web portalı, 6 farklı dil (Türkçe, İngilizce, Almanca, Arapça, Farsça ve Rusça) seçeneği ile hizmet vermektedir. Sitede Kuzeydoğu Anadolu bölgesinin öne çıkan tarihi ve turistik özelliklerinin yanı sıra kültürel de birçok özelliği vurgulanmaya çalışılmıştır. Bu çalışmada Kuzeydoğu Anadolu web portalı Slovakya resmi internet sitesi ile karşılaştırma yapılma nedeni iklimsel olarak birbirlerine yakın olmasından kaynaklanmaktadır. Slovakya turizm portalı tatil planı yapan kişilere uyguladığı birçok ayrıcalığı ile diğer portallardan biraz daha farklıdır. Tripadvisor, Booking vb. sitelerin uyguladığı altyapısı ile kullanıcıla-

ra otel, araç, seyahat bilgileri gibi birçok bilgiyi aynı ortamda sunabilmektedir. Buna ek olarak ülkenin küçük bir coğrafyada bulunmasından dolayı bütüncül bir mantıkla ziyaretçilerine eksiksiz bilgiler verebilmektedir. Bu sayede bilinmeyen bir ülkeyi ziyaret etmekten kaçınanlar için sıcak bir ortam sağlandığı duygusunu uyandırabilmektedir.

Şekil 2.slovakia.com



Şekil 3. Kudaka Portal

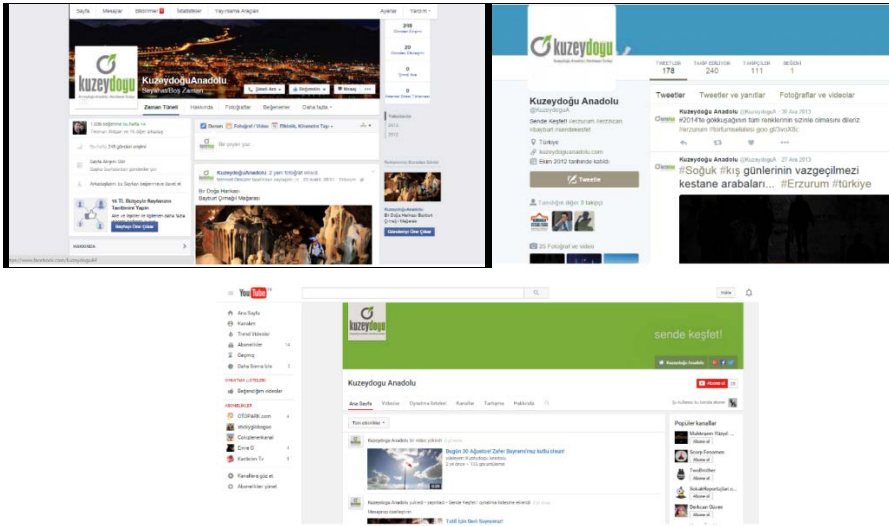


Destinasyonun algılanan imajına doğrudan etki ettiği ve tüketiciye önemli bir deneyim yaşattığı için, destinasyon web sitelerinin içerikleri de önemlidir. Bu deneyim sitenin interaktif özelliğini sunduğu oranda artmaktadır. Destinasyon tabanlı web siteleri çoklu arama seçeneklerine, çok yönlü ve kolay bir menüye sahip olmaları, dolaşımında ve aranan bilgiye ulaşmada kolaylık sağlaması önemlidir. Böylelikle web sitelerinin ziyaretçileri destinasyonla ilgili gerekli bilgiye en hızlı ve kolay şekilde ulaşabilmektedirler. Sitelerin, öncelikle İkinci olarak hedef kitle ve bireylere yönelik yeterli sayıda dil seçeneklerinin bulunması gerekir. Turizm açısından önde gelen ülkelerin web sitelerinde yaptığımız araştırmada web sayfalarının dil seçeneklerinin oldukça zengin olduğu görülmektedir. Örneğin; internet sitelerinden İspanya'nın 32, Almanya'nın 27, İngiltere'nin 6 dil, Kuzeydoğu Anadolu'nun 6 dil, Slovkya'nın ise yalnızca 2 dil seçeneği bulunmaktadır. Diğer taraftan bir web sitesi hakkında ilk kanaat görsel zenginlik ve estetik görünüm üzerinden verildiği için özenle hazırlanmış öğelere sahip olması gereklidir. Alt yapısı güçlü, hedef

ülkeye yönelik, medya unsurlarını kullanan diğer ilgili tüm sitelerle bağlantılı, misafirlerin tüm isteklerine karşılık vermeye ve plan yapmaya izin veren bir site olmalıdır. Bu sitede kullanılan bilgilerin kesinlikle tartışılmaz olması gerekir. Sitelerin ziyaretçilere güven telkin etmesi gerekmektedir (Çakır ve Yalçın, 2012: 16).

Kuzeydoğu Anadolu web portalı, sosyal medyada da aktif olarak hizmet vermektedir. Facebook, Twitter ve Youtube gibi sosyal mecralarda sıklıkla paylaşım yapılmakta, site aktif bir yönetim anlayışı ile yönetilmektedir. Her geçen gün sitenin sosyal medya aracılığı ile tıklanma sayısı artmaktadır. Benzer turizm web portalları (Slovakya 7 bin) aylık 10 bin civarında tıklanma sayısına ulaşırken Kuzeydoğu Anadolu web portalının aylık tıklanma sayısı yaklaşık bin ile bin beşyüz arasında seyretmektedir. Bunun sebebi benzer turizm portallarının bölgesel değil Slovakya ve Slovenya gibi ülkeler olmasıdır.

Şekil 4. Kudaka Portal



Slovakya internet portalı da diğer turizm portalları gibi sosyal medyayı çok aktif kullanmaktadır. Sosyal medya ziyaretçi sayısı 40-50 bin civarında iken Kuzeydoğu Anadolu bölgesinin sosyal medya hesapları 7 bin civarında kalmaktadır. Bunda etkili olan ve en fazla eleştirilebilecek eksik noktamız turizm ve tanıtım faaliyetlerinin Kuzeydoğu Anadolu Bölgesinde tek bir kaynaktan yapılmamasıdır. Birçok kamu ve özel kuruluş kendi çabalarıyla turizm çalışmalarına dâhil olmaktadır. Bu bölünme tanıtımın birçok boyutunu olumsuz etkilemektedir.

Gün geçtikçe bağımsız seyahate yönelik artan ilgi ve insanların kendi yaptıkları araştırmalar ve kendi yaptıkları seyahat doğrultusunda yönünde hareket etme eğilimleri sonucunda, turistler gün geçtikçe paket turlara, tur operatörlerine ve seyahat acentelerine daha az ihtiyaç duymaktadır. İnsanlar kendi yaptıkları organizasyonlara daha çok güven duymakta ve daha çok keyif almaktadırlar (Özdemir, 2007: 890). Kuzeydoğu Anadolu web portalı, yakın zamanda çevrimiçi olarak rezervasyon yapmaya olanak tanıyan ara yüzü ile hizmet vermeye başlayacaktır. İnternet üzerinde aradığı her türlü bilgiye kısa sürede ulaşan turist gerekli rezervasyonları da çevrimiçi yapmayı turizm deneyiminin bir parçası olarak hem

eğlenceli hem de kullanışlı ve rahat bulmaktadır (World Tourism Organization Business Council; 1999: 73).

Tanıtım filmleri, fotoğraf galerileri, sanal gezintiler, bilgilendirici haritalar, animasyonlar, tanıtım CD’leri, e-kitap, e-dergi, e-bülten, e-broşür, e-gazete, haberler, haritalar, duyurular, promosyonlar, istatistikler, ulaşım, hava durumu ve iklim, yerel saat, döviz kurları, e-araçlar, e-mailler, istek-öneri-şikâyet formu, anketler, sıkça sorulan sorular, ziyaretçi defteri, forum, tavsiye etme, bilgi edinme, ziyaretçi sayacı, site içi arama, site haritası, online rezervasyon, müşteri hizmetleri, insan kaynakları, yabancı dil ve linkler tanıtım sitelerinde ziyaretçinin kullanımına sunulabilecek unsurları oluşturmaktadır (Çakır ve Yalçın, 2012: 17). Tanıtım açısından işlevsel bir web sitesi bu unsurlara sahip olmalıdır (Karabulut, 2006: 88).

Tablo 5: Turizm Portallarının Turizm Pazarlamasında Sağlayacağı Yararlar

İşletmelere Sağlayacağı Yararlar	Bilgiye Eşit Erişim
	Düşük Maliyetli Tanıtım Ve Pazarlama
	Daha Hızlı İşbirlikleri Geliştirme
	Müşterilerle Daha Hızlı Ve Düşük Maliyetli İletişim
	Tanıtım Faaliyetlerinde Tasarruf
	Elektronik Para Ve Broşür İle Bürokrasiyi Azaltma
	Kısa Sürede Çok İş
	Kolay Ve Sürekli Bilgilendirme İle Müşteriyi İkna Olanağı
Nihai Tüketicilere Sağlayacağı Yararlar	Aracısız-Detaylı Bilgi Edinme
	Kişiyeye Özel Ürünlerden Yararlanma
	Alternatifleri Karşılaştırabilme
	Doğrudan Rezervasyon Ve Satın Alma
Turizm Bölgelerine Sağlayacağı Yararlar	Bölgesel Müşteri Profilini Kolay Elde Etme
	Bölgesel Düzeyde Kişiyeye Özel Ürün Geliştirme Olanağı
	Küresel Düzeyde Düşük Maliyetli Bölge Tanıtımı
	Bölge İçi Bölgeler Arası Hızlı İletişim Olanağı
	Kolay Ve Sürekli Bilgilendirme Yoluyla Müşteriyi Bölgeyle İlgili İkna Olanağı

Bölgesel Düzeyde İşletmeler Arası İşbirliği Olanaklarını Artırma

Kaynak: Sarı, Yaşar ve Metin Kozak (2005) Turizm Pazarlamasına İnternetin Etkisi: Destinasyon Web Siteleri İçin Bir Model Önerisi

SONUÇ

Destinasyonlar, internet aracılığı ile yalnızca olası turistlerle değil, seyahat acenteleri ve tur operatörleri ya da otel, restoran gibi turizm işletmeleri ile de aynı kolaylık ve hızla iletişim kurabilmektedir. Destinasyon web siteleri, turizm işletmeleri için de bir bilgi kaynağı işlevini görmektedir (Özdemir, 2007: 890). Bu doğrultuda, Kuzeydoğu Anadolu Turizm Portalı, Kuzeydoğu Anadolu Bölgesinde turizm sektörünün geliştirilmesi ve bölgenin önemli bir turizm destinasyonu haline gelmesi sürecinde önemli bir yer tutan ve 2013 yılı başında www.kuzeydoguanadolu.com, www.northeastturkey.com adreslerinden yayına başlayan Kuzeydoğu Anadolu Turizm Web Portalı etkin şekilde kullanılmakta ve yönetilmektedir.

Tanıtımda kullanılan sitelerin rekabet halinde kalabilmesi için site görünümünün değiştirilmesi, farklılık yaratılması ve güncel tutulması bir o kadar önemlidir. Kuzeydoğu Anadolu Web Portalı hizmetinin aksamaması için daimi güncellenmeli ve değişen bilgiler anında düzeltilmelidir. Ayrıca zaman içinde aşinalık oluşturmaması açısından da fotoğraflar ve videolar periyodik olarak değiştirilmelidir.

Kuzeydoğu Anadolu Web Portalı'nın güçlü yanları, Portalın özgün olması, Devamlı güncel durumda tutulması, Alternatif diller bakımından zengin olmasıdır.

Kuzeydoğu Anadolu Web Portalı'nın zayıf yanları ise, bölgesel olarak her kurumun tanıtım çalışmalarını farklı yapmaya çalışması buna bağlı olarak tanıtım çalışmalarının bütüncül olamamasıdır. Kuzeydoğu Anadolu bölgesine ait görsellerin yine tek bir kaynağa iletilmesi ve bu görsellerinde sitenin güncellenmesinde kullanılması gerekmektedir. Yerel otoritelerin de sitenin oluşmuş kurumsal kimliğinin dışında tanıtım çalışmaları yapmalarını gerekmektedir. Bunlara ek olarak Kuzeydoğu Anadolu turizm portalının gelecekte yapılacak web içerik analizlerinin anket yöntemi ile desteklenmesi de gerekmektedir.

Aksi takdirde destinasyona olan talep olumsuz etkilemekte, turizm potansiyelini düşürmektedir. Bu sebeple profesyonel olarak hazırlanan, dil içeriği ve yöre ile ilgili çeşitli bilgi, resim, video bakımından zengin, dosya boyutu küçük hızlı açılan ve daha önceden ilgili web sitesini kaç kişi görüntülemiş belli olan siteler turistleri bölgeye yönlendirerek turizm talebinin artmasına ve web sitelerinin tam anlamıyla amaca uygun hale gelmesine etki etmektedir.

KAYNAKÇA

Aksungur Aslı Gündoğdu; Kastal, İjlal, (2007), T.C. Kültür Ve Turizm Bakanlığı Tanıtım Genel Müdürlüğü Turizmde Markalaşma Semineri Raporu Palma De Mallorca-İspanya.

Aslantaş, H. (2002), Dünya Turizmindeki Değişim İçinde Türk Turizmi, 6. Bilkent Turizm Formu

Bardakoğlu, Övünç ve Pala, Tuğba (2009), Destinasyon Pazarlamasında Örgütlenme, 10. Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı, Ankara: Detay Yayıncılık.

Çakır, Mustafa ve Ali Erdem Yalçın. (2012), Kültür ve Turizm Tanıtımında Bir Araç Olarak İnternet Kullanımı, (<http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,46107/mufettis-yardimcilarimustafa-cakir-ve-ali-erdem-yalcin-.html>), Erişim Tarihi: 1 Ekim 2012.

Herman,D., (2006), Marka Olmak İstiyorum, Alteo Yayıncılık İstanbul, s:21-65.

İlban, M. O. (2007), Destinasyon Pazarlamasında Marka İmajı ve Seyahat Acentalarında Bir Araştırma, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

Karabulut, Hatice Demirbaş, (2006), Türkiye'nin Tanıtımı Ve İnternet (Türkiye Açısından Fırsat Ve Tehditler), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara

Morgan, N., Pritchard, A. (1998), Tourism Promotion and Power: Creating Images, Creating Identities, Chichester: John Wiley & Sons.

Özdemir, Gökçe. (2008), Destinasyon Pazarlaması, Ankara: Detay Yayıncılık.

Özdemir, Gökçe (2007), “Destinasyon Yönetimi ve Pazarlama Temelleri İzmir İçin Bir Model Önerisi”.

Özdemir, Gökçe (2007), Destinasyon Pazarlamasında İnternetin Rolü, Journal of Yasar University, 2(8), 889-898.

Rızaoğlu B. (2004), Turizmde Tanıtma, Ankara: Detay Yayıncılık.

Rızaoğlu B. (2003), Turizm Davranışı, Ankara: Detay Yayıncılık.

Sarı Y. , Kozak M. (2005), Turizm Pazarlamasında İnternetin Etkisi: Destinasyon Web Siteleri için Bir Model Önerisi, Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi (9) s:248-271.

Şahbaz Ramazan Pars, (2000, Türkiye'nin Tanıtım Harcamalarının Dış Turizm Talebine Etkileri Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 2, Sayı:3.

Tosun, C.; R. Temizkan (2004), “Türkiye'nin Dış Tanıtım ve Ülke İmajında Turist Rehberlerinin Rolü”, 1. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi. 345–365.

Tosun, C; Jenkins, C.L. (1996). Regional planning approaches to tourism development: The case of Turkey. Tourism Management, 17(7), 519-531

Yavuz, M, C; Karabağ, S, F.; (2009), Ulusal Turizm Tanıtımı Ve Pazarlama Yönetimi Örgütlenmesi: Türkiye İçin Bir Model Önerisi, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı; 36 s:116.<http://www.four-pillars.co.uk>, (2014), erişim tarihi 16.05.2014

<http://www.sybarislab.com>, (2014), erişim tarihi 12.05.2014

www.nufusu.com/dunya-nufusu/ (2014), erişim tarihi 20.05.2014

<http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-social-mobile-worldwide-2014>, (2014), erişim tarihi 20.05.2014

<http://www.milliyet.com.tr/ozel/21yy/990711/index.html>, (2014), erişim tarihi 21.06.2014.

World Tourism Organization Business Council, (1999), Marketing Tourism Destinations Online: Strategies for the Information Age.

KADINA YÖNELİK ŞİDDETİN SİNEMATOGRAFİK ANLATIYA YANSIMASI (O Çocukları Filmindeki Kadın Temsillerinin Feminist Sinema Kuramı Bağlamında İncelemesi)

Cüneyt KORKUT*
Aslı YURDİGÜL**

ÖZET

Şiddet konusu kitle iletişim araçlarının hemen her türünde anlatıyı etkili kılmak için kullandığı unsurlardan biridir. Özellikle cinsellikle beraber kullanıldığında hedef kitlenin ilgisini çekmek noktasında daha da önemli bir araç olmaktadır. Kadına yönelik şiddet konusu da sinemanın anlatı kurmakta müracaat ettiği ve izleyiciyi etkilediği bir konu olmuştur. Bir Ulusun Doğuşu (1915) filminden, Çalı Kuşu (1966) filmine, Çin Mahallesi (1974) filminden, O Çocukları'na (2008) sinema, toplumsal olaylara vurguda bulunmak için şiddet içeriğini sürekli kullanmış, kadını şiddet sarımalının içinde bir karakter olarak kurmuştur.

Çalışma; şiddet, kadın, sinematografi ve feminizm konuları çerçevesinde bir kavramsal alan belirlemekte, bu konuların ortaya konması için literatür taraması yöntemine başvurmuştur. Şiddet konusunun kadın ve sinema ile ilişkisini ortaya koymak için de sinematografik anlatıyı belirleyen içerik analizine müracaat edilmekte, bunun için O Çocukları filmine içerik analizi uygulanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Şiddet, Kadın, Sinematografi, Feminizm.

**THE REFLECTION OF THE VIOLENCE AGAINST WOMEN TO THE CINEMATOG-
RAPHIC NARRATIVE**
(The Review of Women's representations in O. Çocukları film according to the feminist Film Theory)

ABSTRACT

The violence issue is one of the elements of that mass media uses to make for effective all kinds of narrative. In particular, it is a more important vehicle to attract the target audience when used in conjunction with sexuality. The issue of violence against women has been a topic that cinema refers and affects the audience. From Bir Ulusun Doğuşu (1915) to Çalı Kuşu (1966) and from Çin Mahallesi (1974) to O. Çocukları (2008), to emphase on social events, cinema has used the violence factor and has established the women as a character in the spiral of violence. This study determines an area within violence, women, cinema and feminism issues, and refer to literature searching method to put on that issues. To put on the relation of violence between women and cinema, the content analysis method will be applied which determines the cinematographic narrative, and so the film of O. Çocukları will be analyzed by content analysis.

Key Words: Violence, Women, Cinematography, Feminism

*Okt., Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, ckorkut@atauni.edu.tr

**Doç.Dr., Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Tv ve Sinema Bölümü, asliacar@atauni.edu.tr

GİRİŞ

Toplumsal cinsiyet konusu iktidara ilişkin olması sebebiyle hemen her türlü toplumsal gerçekliğin bir parçası olarak önemli belirleyenlerden biri sayılmıştır. Cinsel kimlik, cinsel rol ve cinsel eşitlik gibi kavramların altyapısını kurduğu toplumsal cinsiyet konusu, literatüre ilişkin olarak düşünüldüğünde feminist literatürün oldukça geniş bir kısmını kapsamaktadır. Cinsiyet politikaları, iktidar, iktidarın araçları ve halk gibi konular söz konusu olduğunda feminizm toplumsal cinsiyet konularına genel olarak eleştirel yaklaşmaktadır.

Kentleşmeyle birlikte toplumsal rollerin benimsetilmesi bağlamında 19. ve 20. yüzyılın önemli araçlarından sayılan kitle iletişim araçları cinsiyet politikalarının belirlenmesi noktasında da etkili olmuştur. Zaten feminist söylemlerin de yaygınlaşmaya başladığı dönemlere bakıldığında kitle iletişim araçlarının önemi bir kez daha ortaya çıkmaktadır. Kadın haklarının elde edilmesi olarak görülmesi de kadının adının anılmaya başlandığı ilk dönem sayılan 1920'li yıllar, haklar konusundaki yaklaşımlara bilimsel alt yapıların oluşturulduğu 1960'lar ve nihayetinde kadın hakları konusunda aktivizmi savunan üçüncü dönemde kitle iletişim araçları oldukça etkili olmuştur. Meseleye bu açıdan bakıldığında kitle iletişim araçları hem erkek egemen yaklaşımın toplumsal olarak kurulmasında etkili olmuş hem de feminizmin tarihi gelişim sürecinde temel bir belirleyen olarak rol almıştır.

Sinema da kitle iletişim araçları içerisinde hem erkek egemen söylemin yaygınlaştırılması açısından hem de feminizmin bir dil olarak algısal oluşumunda etkili olan önemli bir araçtır. Özellikle 19. Yüzyılın her türlü zihinsel alt yapısının oluşturulmasında izler bırakan sinema toplumsal cinsiyet noktasındaki yaygın ve baskın söylemin gerek yerleşmesi gerekse meşrulaştırılmasında etkili olmuştur. Sinema geniş kitlelere ulaşabilen önemli iletişim araçlarından birisidir.

Sinemanın hem toplumun belirli olaylara yüklediği anlamları yansıtması hem de toplumun belirli olaylara bakış açısını biçimlendirmedeki etkisi bu çalışma için esin kaynağı olmuştur. Bu çalışmanın amacı, Yeni Türk sinemasında kadının temsili ve kadına yönelik şiddeti feminist sinema kuramı bağlamında irdelemektir. Kadına yönelik şiddetin bireysel boyutunun yanı sıra toplumsal boyutunun da olması bu boyutların birbirini beslemesi gerçeği göz önünde bulundurulduğunda şiddeti önleme ve farkındalık yaratma noktasında bu çalışmanın yardımcı olacağı düşünülmektedir. Bu amaçla 2008 yılında gösterime giren O. Çocukları filmi örnek olarak seçilmiştir.

O. Çocukları filmi hem Türkiye'deki birçok kadın tipini karakter olarak ele alması hem de şiddetin türlerine yönelik oldukça geniş bir yelpazeyi barındırıyor olması sebebiyle seçilmiştir. Söz konusu film İstanbul'un kenar mahallesinde yaşayan hayat kadınları ve çocuklarının yaşam ve özgürlük mücadelesini anlatmaktadır. O Çocukları filminde kadercilik duygusu ve özgürlük mücadelesinin bir arada işlenmiş olması, film ile toplumsal pratik arasında bağ kurmamıza yardımcı olmaktadır.

Çalışmanın kavramsal çerçevesinin belirlenmesi için literatür taraması yöntemine, filmin kadına yönelik şiddet içeriğinin belirlenmesi için ise öncelikle içerik analizinden kategorize tekniği, sonrasında ortaya konan kategoriler için söylem analizi yöntemi uygulanmıştır. Çalışma için çıkarılan kadın kategorileri önceden gerçekleştirilen araştırmalarda kullanılan kategorilerden seçilerek yapılmış, şiddet konusundaki kategori seçme belirleme süreci ise şiddet konusundaki literatür incelenerek gerçekleştirilmiştir. Filmdeki kadın tiplerinin değerlendirilmesi ise feminist sinema kuramı bağlamında gerçekleştirilmiştir.

1.ŞİDDET KAVRAMI

Şiddet sözcüğünün anlam olarak kökenine inildiğinde, Latince “violentia” dan gelmektedir. Bu kavram değer bilmemek, kurallara karşı gelmek olarak açıklanmaktadır. Çağdaş Fransızca sözlüklerde şiddet kavramı (vis), bir kişiye güç ya da baskı uygulayarak isteği dışında bir şey yapmak ya da yaptırmak; duyguların kabaca ifade edilmesine doğal eğilim olarak tanımlanmaktadır.

Şiddetin tanımı onu tanımlayan kişiler ve bu kişilerin amaçları doğrultusunda farklılıklar gösterse de Dünya Sağlık Örgütü şiddeti şu şekilde tanımlamaktadır. “Fiziksel güç ya da kuvvetin, amaçlı bir şekilde kendine, başkasına, bir gruba ya da topluluğa karşı fiziksel zarara ya da psikolojik zarara, ölüme, gelişim sorunlarına ya da yoksunluğa neden olacak şekilde tehdit edici biçimde ya da gerçekten kullanılmalıdır.” (WHO, 2002: s. 4)

Daha genel bir tanım yapmak gerekirse şiddet bireylerin yaralanmasına, sindirilmesine, öfkelenmesine veya duygusal baskı altına alınmasına yol açan davranış veya yaklaşımdır. (Öztunalı-Kayır, 1998: 61). Bu tanımlara bakıldığında güç sözcüğünün ön planda olduğu görülmektedir.

1.1.Kadına Yönelik Şiddet

Kadına yönelik şiddet de güç ve iktidar kavramlarıyla birlikte ele alınmalıdır. Bunun da erkek egemen yapı çerçevesinde değerlendirilmesi gerekir. Erkek egemen yapıda şiddete maruz kalan kadın erkeğin üstünlüğünü onaylayacak konum içine sokulur. Tabi ki bu güç ve iktidara yönelik bir erkeklik yanılmasıdır. Bu yapıda normatif algı erkek gücünün öne çıkarılmasıdır. Kadına yönelik şiddette amaç erkek egemen düzeni ayakta tutmak, itaati sağlamak ve güç dengesizliğini korumaktır.

Kadına yönelik şiddet, cinsiyete dayanan, kadını inciten, ona zarar veren, fiziksel, cinsel, ruhsal hasarla sonuçlanma olasılığı bulunan, toplum içerisinde ya da özel yaşamında ona baskı uygulanması ve özgürlüklerinin keyfi olarak kısıtlanmasına neden olan her türlü davranıştır. (Taborga, 2004:198)

Şiddetin cinsiyetinin olmadığı ön kabulüyle beraber kadının toplumdaki yeri değerlendirildiğinde ne yazık ki bir ayrımın gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bunun temelinde de kadına yönelik ayrımcılık yatmaktadır.

Cinsiyet temelli şiddetin yaşam döngüsüne baktığımızda; kadının doğumundan yaşlılığına kadar şiddetle karşı karşıya kaldığı gerçeği çıkmaktadır karşımıza. Doğum öncesi cinsiyet seçimi, hamilelik döneminde annenin fiziksel şiddete maruz kalması, cinsel saldırı nedeniyle hamile kalmak, bebeklik döneminde kız çocuğu olarak, duygusal ve fiziksel istismar, sağlık ve beslenme olanaklarından faydalanmanın kısıtlanması, çocukluk döneminde duygusal ve fiziksel istismar, ensest ve cinsel şiddet, beslenme, sağlık ve eğitim olanaklarından faydalanmanın kısıtlanması, fuhuşa zorlanmak, ergenlik döneminde yukarıda saydıklarımıza ek olarak iş yerinde cinsel istismar, üreme çağında eş tarafından fiziksel ve duygusal istismar, evlilik içi tecavüz, tecavüz, namus cinayeti, iş yerinde cinsel saldırı, başlık parası, berdel, çeyiz şiddeti ve yaşlılık döneminde dul eş ve yaşlı olarak fiziksel, duygusal ve cinsel şiddete maruz kalma gösterilebilir.

Kadınların karşılaştıkları şiddetin türleri fiziksel şiddet, psikolojik şiddet, ekonomik şiddet, cinsel şiddet, aile içi şiddet gibi çeşitli kategorilerde değerlendirilebilir.

Fiziksel şiddet, kaba kuvvetin bir korkutma, sindirme ve yaptırım aracı olarak kullanılmasıdır. İtmek, tokat atmak, ısırarak, boğmaya çalışmak, tekmelemek, yumruklamak, eşya

fırlatmak, fiziksel kuvvet kullanarak evden çıkmasına veya eve girmesine engel olmak, bıçak veya silah gibi aletlerle tehdit etmek, işkence yapmak gibi fiziksel gücün kullanıldığı durumları kapsamaktadır.

Psikolojik şiddet, duyguların ve duygusal gereksinimlerin; zorlamak, aşağılamak, cezalandırmak, öfke, gerginlik boşaltmak amacıyla karşı tarafa baskı uygulayabilmek için tutarlı bir şekilde istismar edilmesi, bir yaptırım ve tehdit aracı olarak kullanılmasıdır. Sevgi, şefkat, ilgi, onay, destek gibi duygular ve duygusal ihtiyaçların göz ardı edilmesi, küçümsenmesi gibi.

Sözel şiddet, söz ve hareketlerin düzenli bir şekilde korkutma, sindirme, cezalandırma ve kontrol aracı olarak kullanılmasıdır. Sözel şiddete ilişkin davranışlardan en belirginini, kişinin değer verdiği konulara yönelik güven sarsmak ve kadını yaralamak amacıyla belirli aralıklarla ağır hakaret ve sözler söylemektir.

Ekonomik şiddet, ekonomik kaynakların ve paranın kadın üzerinde bir yaptırım, tehdit ve kontrol aracı olarak düzenli bir şekilde kullanılmasıdır. Ekonomik şiddetin varlığına işaret eden bazı davranışlar; kadının çalışmasına engel olmak, ailenin ekonomik ihtiyaçlarını karşılamamak, kadının iş yaşantısında ilerlemesine yardımcı olabilecek fırsatları değerlendirmesine engel olmak gibi.

Cinsel şiddet, cinselliğin bir tehdit, sindirme ve kontrol etme aracı olarak kullanılmasıdır. Kadına cinsel bir nesne gibi davranmak, aşırı kıskanmak ve şüphecilik, cinselliği bir cezalandırma yöntemi olarak kullanmak, açıkça başka kadınlara ilgi göstermek ve kadını aldatmak kaba kuvvet kullanarak ilişkiye zorlamak, tecavüz etmek ve fuhuşa zorlamak şeklinde sıralanabilir.

Dünya sağlık örgütünün 2002 yılında çeşitli ülkelerde yaptığı araştırmalarda kadın cinayetlerinde faillerin %40 - %70 oranında; kocaları (ayrılma aşamasında), ve sevgilileri olduğu saptanmıştır. (WHO, 2002:12).

Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü'nün yaptığı araştırmaya göre Türkiye'de her beş kadından 2'si fiziksel şiddet görmektedir (KSGM, 2009:). Fiziksel şiddet gören her dört kadından biri yaralanmakta, her iki kadından biri psikolojik şiddet görmekte, her on kadından biri hamilelik döneminde şiddete maruz kalmakta ve şiddet gören on kadından beşi bunu kimseye anlatamamaktadır.

Kadına yönelik şiddetin nedenlerine bakıldığında, sosyo-kültürel yapının şiddeti, özellikle de kadına yönelik şiddeti olağan karşılaması, sosyal öğrenme yolu ile şiddetin aile içinde çocukluk yıllarından itibaren öğrenilmesi, hızlı ve çarpık kentleşme, yoksulluk, işsizlik, eğitimsizlik, göçler, vb. oldukça sık görülmektedir. Pek çok yerde ve zamanda şiddete maruz kalmak için sadece kadın olmanın yeterli olduğunu bulgular ortaya koymaktadır.

Şiddete dönecek olursak, Şiddet 21. yüzyılda kitle iletişim araçlarına taşınarak daha büyük kitlelere seyirlik hale gelmiştir. Her gün televizyonlarda cinayet, aile içi şiddet, kadına ya da çocuğa yönelik şiddet, töre cinayeti, kan davaları, intihar, namus cinayeti gibi sayısız şiddet haberleri izlenebilmektedir. Üstelik bu tür şiddet olaylarına haberler dışında dizilerde, sinema filmlerinde, kadın programlarında hatta çizgi filmlerde bile rastlanabilmektedir. Artık günümüzde kitle iletişim araçlarında tüm çıplaklığıyla gösterilen seyirlik şiddet olayları, izleyicilerin duyarsızlaşmasına hatta izlerken zevk almasına neden olmaktadır.

Duruma diğer bir açıdan bakıldığında ise “Pornografik Şiddet” ya da “Şiddetin Pornografisi” (Sontag, 2004: 113) olarak tanımlanan bu durumun kitle iletişim araçları tarafından sürekli kullanılması izleyicilerin konuya ilgisini sürekli kılmaya yarayan bir uyarıcı rolü de görmektedir. Medya geleneksel kaçış kuramının aksine hedef kitesini aslında kurgusal gerçeklikle baş başa bırakmaktadır. Bu gündem oluşturma şekli genellikle başta televizyon olmak üzere günümüzde yeni medya ve sinema üzerinden yürütülmektedir.

2. FEMİNİST HAREKETİN ORTAYA ÇIKIŞI VE FEMİNİZM

Felsefi anlamda feminizm, kadının hemen tüm Avrupa tarihi boyunca ezilmesinden, cadı addedilip yakılmasından, İncil’e dahi el sürmesinin yasaklanmasından, miras, boşanma, mülkiyet gibi pek çok hakkının elinden alınmasından sonra; Aydınlanma Çağı’nın, Fransız Devrimi’nin ve İnsan Hakları Bildirgesi’nin de kadına beklediğini vermemesi üzerine kadınların kendi haklarını aramak için doğal haklar bildirgesinden yola çıkarak 19.yüzyılda ortaya attıkları, fakat 21. yüzyıla kadar pek çok farklı kollara ayrılmış bulunan bir felsefi ekol ya da kuramdır. (Öztürk, 1999: 67)

Feminizmin sosyolojik açıdan tanımı ise şöyle yapılabilir. Feminizm, ilhamını doğal haklar bildirgesinden alan; aile ve toplum içinde kadından yana bir değişimi, kadınların, erkeğin kamusal alanda sahip olduğu tüm haklara sahip olması gerektiğini, erkek ve kadının ev içinde işbölümü yapması gerektiğini, aile planlamasını ve işyerinde de kadının çalışmasına uygun ortamlar hazırlanması gerektiğini savunan; bu çerçevede de çevre ve barış hareketlerine destek veren ve son ikiyüz yılda da pek çok sosyal değişime öncü olan toplumsal bir hareket ve bu hareketin temsilcilerinin fiili çabaları neticesinde de sosyolojik araştırmalara konu olan sosyal bir olgudur. (Öztürk, A.g.e:68)

Diğer bir tanımla Feminizm, erkeklere verilen toplumsal, ekonomik ve siyasal hakların tamamının kadınlara da verilmesini savunan ve kadının toplum içindeki rolünü genişletmeyi hedefleyen bir doktrindir.

Başka bir ifadeyle feminizm, “cinsiyeti (gender) önemli ve temel analiz birimi olarak gören faaliyetler, teoriler, varsayımlar, felsefeler ve yaklaşımlar demeti” olarak tanımlanabilen, disiplinler-arası bir akademik biliş tarzıdır. (Foster, 1995:126)

Farklı görüşleri savunan feminist gruplar ve bunların ortaya koydukları farklı yaklaşımlar olmasına rağmen, tüm feministlerin ortak hedefi kadınların durumunu iyileştirmeyi amaçlayan bir mücadele sürdürmektir. (Belge, 1994:89)

Feministlere göre, iktidar sahiplerinin erkekler olması dolayısıyla, dünyadaki tarih, iktisat ve siyaset bilimleri kadınların değişim ve gelişimlerini görmezden gelmektedir. Kadınların toplum ve devlet içindeki rolleri hep ikinci planda kalmaktadır. Ancak erkeklerin bulunmadığı durumlarda kadınların istihdamı söz konusudur. Kısacası, hem kamusal hem de özel alan ile ilgili bir kavram olan feminizm, iktisadi, hukuki, siyasi ve toplumsal araçlar ve düzenlemeler yoluyla kadınların dışlanışlık ve ezilmişliği kavramlarını temel alan bir doktrindir.

1920 yılına kadar olan feminizm hareketi birinci dalgayı oluşturmaktadır. Bu süreçte kadınlar oy hakkı gibi kazanımlar sağlamışlardır. Feminizm birinci dalga feminist hareketle başlar. Birinci dalga feminist hareket “Kadınların giyotine gitme hakları varsa; kürsüye çıkma hakları da olmalıdır.” diyen Olympe de Guoges ile başlar. Dönemin dikkat çekici isimlerinden biri de Mary Wollstonecraft’tır. Wollstonecraft’ın “A Vindication of Rights of Women” adlı eseri ilk feminist eserlerdendir. Ayrıca bu dönemde feminist yazının

önemli isimleri arasında Frances Wright, Sarah Grimke, Elizabeth Cady Stanton ve Susan B. Anthony gibi ünlü simalar da vardır.(Donovan, 2001:63)

Birinci dalga feminist hareketin düşünsel yönüne gelince, birinci dalga feminizm, 19.yy.da ABD’de ve Batı Avrupa’da kadınların oy, mülkiyet, eğitim hakkı gibi haklar konusunda bazı kazanımlar elde etmeleriyle sonuçlanan ve 20.yy başlarında medeni haklar mücadelesiyle devam eden, aydınlanmacı liberal siyasal düşünce temelli feminizmi içerir. (Emiroğlu, 2003:143)

1960 yılında ikinci dalga feminizm hareketi başlamıştır. Bu dönemde kadınlar kendilerini akademik çalışmalarla kabul ettirmek istemişlerdir. Erkek merkezçiliğine karşı eleştiriler yapılmıştır. (Marshall, 1998:202)

İkinci dalga feminist hareket, 1960’ların sonlarında, Amerika’da ve İngiltere’de ortaya çıkan Kadının Özgürlüğü Hareketi (Women’s Libeariton Movement) ve beraberinde gelişen bilinç yükseltme gruplarının çalışmaları, bir yandan birinci dalga feminizmin ortaya çıkışıyla gösterdiği benzerlikle biçimlenmiş olup diğer yandan da döneme damgasını vuran, Yeni solun anti-nükleer hareketleri, 68 öğrenci olayları çevreci protesto hareketleri ve Vietnam savaşının sonucunda oluşan savaş karşıtı reaksiyonlar gibi tepkisel hareketlerle karışmış olması nedeniyle birinci dalgadan farklılaşmaktadır.

Bu dönemde kamusal alan, özel alan gibi Batılı ikili kavramların Üçüncü Dünya ülkeleri için geçerli olup olmayacağı tartışmaları da gündeme geldi. Kamusal alan ile özel alanın ayrımı noktasında hassas olan Radikal feminizm, aşk kavramının kadını köleleştirdiğini söyleyerek aşka ve evliliğe karşı çıkmış, kadınların çocuklarına dahi bakma gibi bir zorunluluklarının olmadığını söylemiş ve kadınların çocuk yetiştirmeleri hususunda çözüm olarak sosyal annelik kavramını önermiştir.(Humm, 2002:114)

1960’lı yıllardan sonra feminist düşünce çeşitlenmeye başlamış ve bilimsel bir ağırlık kazanmıştır. (Humm, A.g.e.:114)

1980’lerin sonlarında uluslararası sistemde meydana gelen değişikliklerle birlikte tanımların, kavramların ve kuramların yeniden ele alındığı bir döneme girilmiştir. Özellikle iki kutuplu sistemin ortadan kalkması ile birlikte gelişen bu yeni dönemde, bireylerin kendilerini, sahip oldukları yurttaşlıkların yanı sıra ırk, etnik, dini ve cinsel kimlikleriyle de ifade etmeye başladıkları görülmektedir.14 1980’lerin sonlarından günümüze kadar ki süreci ele alan bu dönem, feminizmin tarihsel gelişim çizgisinde “Üçüncü Dalga Feminizm” olarak adlandırılmaktadır ve bu dönemdeki tartışmaların amacı, kadın hareketlerinin daha geniş bir tabana yayılmasını sağlamaktır. Bunun yanı sıra, kadını sınırlayan ve baskı altında tutan mikro konularla da ilgilenildiği, toplumsal değişimi sağlayacak, bilinçlenmeyi arttıracak eylemlerin ve eğitimin yaygınlaşması üzerinde durulduğu görülmektedir.(Heywood, 1997:56)

3. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINDA KADIN KONUSU

Kitle iletişim araçlarının toplumsal gerçekliği inşa ettiği ve yeniden ürettiği varsayımı temelde medyanın belli konu veya meseleleri, kullandığı dil ve kalıplarla yorumlayarak ilgi ve dikkatimizin yöneldiği konu ve meselelerle ilgili önceliklerimizi belirlediğini öne sürmektedir. (McLeod ve ark, 2003: 144). Bu çerçevede medya ürünlerinin metinsel, görsel ve söylemsel özelliklerine göre kadının temsil biçimiyle ilgili olarak yapılmış araştırmalar sonucunda çeşitli kategoriler oluşturulmuştur. Buna göre medya içeriklerinde kadınlar 7 farklı şekilde temsil edilmektedir.

- 1- Doğal-eşit varlık: Kadınların, hayatın herhangi bir alanında erkekler ile eşit biçimde “doğal” olarak temsil edildiği durumlardır.
- 2- Eş, anne, fedakâr kadın: Kadınların salt eş ya da annelik konumunun altını çizen ve/veya “fedakârlık” niteliğini ön plana çıkaran içeriklerdir.
- 3- Magazin nesnesi kadın: Kadınların, genelde “üçüncü sayfa” olarak tanımlanan haber türleri kapsamında canı, suçu ya da tersine kurban olarak yer aldığı haberler.
- 4- Cinsel nesne-haz nesnesi: Kadınların bedenlerini/cinselliklerini ön plana çıkaran içeriklerdir.
- 5- Örgüt - eylem öznesi: Kadınların herhangi bir eyleme (toplumsal, siyasal, kültürel) doğrudan katılır biçimde ya da belli bir örgüte dâhil olarak sunuldukları içeriklerdir.
- 6- Araçsal varlık: İçerikle doğrudan ilgili olmadığı durumlarda kadınların, gündelik deyimle “konu mankeni” biçiminde temsil edildikleri içeriklerdir.
- 7- Şiddete uğrayan Kadın: Fiziksel, cinsel, ruhsal hasarla sonuçlanma olasılığı bulunan, toplum içerisinde ya da özel yaşamında baskı uygulanması ve özgürlüklerinin keyfi olarak kısıtlanmasına neden olan her türlü davranışa maruz kalan kadın.

3. 1. Türk Sineması’nda Kadın ve Şiddet

Şiddet, kadın, kadına şiddet ve kadın temsiliinin konu alındığı birçok yapımda kadına biçilen rol, toplumsal cinsiyet rollerine uygun davranışlar ve bunun dışına çıkanlar şeklinde ikiye ayrılarak incelemiştir. Toplumsal cinsiyet rollerine uygun kadın, evli, namuslu veya evlenmek ve yuva kurma hayali olan kadın, bunun dışına çıkanlar ise toplumsal cinsiyet rollerinin dışına çıkanlardır.

Nilgün Abisel, Yeşilçam Filmlerinde Kadının Temsilinde Kadına Yönelik Şiddet isimli çalışmasında ve Şükran Esen de 1980’li yıllara kadar Türkiye sinemasında iki kadın tipi olduğunu ileri sürmektedir: ilk kadın tipi, namuslu, evinin kadını, çocuklarının annesi, cinselliği olmayan, sevgi dolu, bağışlayan, ezilse de mutlu görünmeye çalışan kadındır. İkinci kadın ise, cinselliğinden başka bir şeyi olmayan, kötü, erkekleri kötü yola sürükleyen, yuva yıkan vamp kadındır.

Türk Sinemasında 1960’lardan günümüze kadar ikinci gruba giren esas kadın karakterlerinin sayısı birinci gruba girenlerden daha fazladır. Bunun nedeni, birinci gruptaki karakterlerin mitleştirilmesine ve kadere yenilmenin kabulüne imkân verme şeklinde veya ikinci gruptaki kadın temsiliyle eleştirel bir bakış açısıyla soruna dikkat çekme olarak değerlendirilebilir.

1980’lere kadar Türk sinemasında kadının konu alındığı ve özellikle toplumdaki konumunun eleştirildiği birçok filmde kadın hikâyesinin hep merkezine yerleştirilmiştir. 1917 yapımı Türk Sinemasının ilk konulu filmi “Pençe”de evlilik ve evlilik dışı aşkın çatışması anlatılmış, 1919 yapımı “Mürebbiye”de birden fazla erkeğin bir kadın için verdikleri mücadeleyi filmleştirilmiştir. Bu filmlerin hikâyesinin odak noktası kadındır. 1922 yılı ile birlikte Türkiye sinemasında çeşitli kadın tipleri ortaya çıkmıştır. Bu tipler fahişeler, vampirler ve femme fatale’lerdir. Karakterler çapkınlık, çıplaklık, cinsellik ve erotizmle süslenmiştir. Bu dönemde çekilen filmlerdeki kadın karakterlere bakıldığında karakterlerin çoğunun, dişiliğini kullanarak erkekleri baştan çıkaran femme fatale kadınlardan oluştuğu görülmektedir.

Türkiye sinema tarihinde Tiyatrocular dönemi olarak tanımlanan 1923-1938 yıllarında sinema, tek bir kişinin, Muhsin Ertuğrul'un tekelindedir. İstanbul'da Bir Facia-i Aşk (1922) filmidir. Film, ağır bir melodramdır. Filmde görülen femme fatale kadınlar, tutkuları yüzünden mahvolan küçük kentsoyluları, cinayet, haksız yere suçlananlar ve her şeye rağmen ulaşılan mutlu son vardır. İlerleyen yıllarda Türkiye sinemasında bir gelenek haline gelecek olan anlatının başlangıcı niteliğindedir. Filmde kötü kadın öldürülmüş, iyi kadınlar ise mutlu şekilde yaşamaya devam etmişlerdir. Bu dönemde Pembe Behçetoğulları'nın "kadınsı film türü" olarak adlandırdığı melodramlar damga vurmuştur.

Geçiş Dönemi olarak adlandırılan 1939-1980 yılları arasında yeni yönetmenler kendi yapımlarını kurarak, film çekmeye başlamıştır. Bu dönemde çekilen filmlerin konularına bakıldığında köy gelenek ve adetleri ile köyden kente göçün anlatıldığı zenginleştirilmiş köy dramaları yer almaktadır. Filmlere tipoloji olarak yaklaşıldığında köy delikanlısı/erkeği; mert, gözü kara, mücadelecı, dürüst, yağız ve yiğit iken köy kadını; çileli, masum ve eziktir, babasından, ağasından, kayın pederi-kayınvalidesi tarafından kötü davranılan kişidir. Vurun Kahpe'ye filmi dönemin sosyo kültürel durumunu yansıtan önemli bir yapımdır. Kuyu (1968), Haremde Dört Kadın (1965), Hazal (1979), Gelin (1973), Dönüş (1978), Sürü (1978), Arkadaş (1974) gibi toplumsal gerçekçi filmlerde de kadının toplumdaki konumu eleştirilmektedir.

1980 sonrası kadın filmlerinde, kadın ayakları üzerinde duran, toplumsal baskılara direnen ve başkaldıran, tam özgür ol(a)masalarda bu amaç uğruna mücadele veren güçlü bireyler olarak göstermeye çalışmıştır. Fakat hikâyelerin çoğu halen eril bir dille anlatılmaktadır. Yılanı Öldürseler (1981), Kaşık Düşmanı (1984), Dünden Sonra Yarından Önce (1987), Bir Kırık Bebek (1987), Gece Dansı Tutsakları ve Med cezir Manzaraları (1989) kadın-erkek ilişkileri ve kadın sorunlarına odaklanılmıştır. Adı Vasfiye, Duruşma 1999, Bir Kadının Anatomisi, Gemide, Harem Suare, O çocukları örnek olarak verilebilir.

4. FEMİNİST SİNEMA KURAMI

Feminizmin ilk döneminde sinema, kadın hareketi için bir mücadele alanı haline getirilebilecek iletişim araçlarından biri olarak görülmüştür. (Nelmes, 1998:78)

Kadının sinemada temsiline ilişkin ilk ciddi eleştirel yaklaşımlar 60'lı yıllarda ortaya çıkmıştır. 1968'te ortaya çıkan özgürlükçü hareket de pek çok alanda radikal sayılabilecek çıkışlara ve olaylara düşünsel bir zemin hazırlamıştır. Kadın hareketleri de kendilerini daha radikal düşüncülerle ifade etmeye başlamış ve eril iktidara sert entellektüel çıkışlar yapmıştır. Yıllardır film sektöründe değişik ara elemanlar olarak çalışan fakat ana yaratım sürecine pek az kadının dâhil olduğu bir sinema pratiği gerçeğinden hareketle feminist hareketlerin kitle iletişim araçlarına dolayısıyla da sinemaya olan yaklaşımlarını şu şekilde özetleyebiliriz:

"Film erkeklerin egemenliğindeki medyanın sunduğu tek tipteştirilmiş kadın imgelerine karşı koyacak ve kadınların genellikle bağımlı roller üstlendikleri erkek egemen toplumdaki ikincil konularının farkına varmalarını sağlayacak ideolojik bir aygıt olarak kullanılabilir. Feminist film yapımının ardındaki amacın ve politik mücadelenin ideolojik özelliği de, feminist bir sinema kuramının gelişimini sağlamıştır. İlk dönem feminist sinema kuramı, özellikle cinsellik ve sunumu ile bunun erkek egemen bir toplumda erkek iktidarının egemenliği ile ilişkilerin ana ilgi odağı olarak benimsemiştir."(Nelmes, 1998:76)

Feminist kuramcı Anneke Smelik de sinemanın erkek egemen iktidarın gücünü pekiştirerek devam ettiren ve yerleşik toplumsal cinsiyeti yeniden üreten önemli bir araç olma özelliğinin altını çizer:

“Hollywood’un sakıncalı oluşunun sebebi, yanlış bilinç üretmesi ve bu filmlerin gerçek kadınları değil sadece ideolojik anlam yüklü kadınlığa ait klişe imgeleri göstermesidir. Artık filmlerin anlamları yansıttığı değil, inşa ettiği düşünülmektedir. (...) Geleneksel sinemanın anlatısal yapısı eril karakteri etkin ve iktidar sahibi olarak kurar.” (Smelik, 2008:6)”

Özellikle ana akım film üretim sürecindeki klişeler üzerine farklı yaklaşımlar getiren Claire Jonston ve Laura Mulvey feminist sinema kuramı ve pratiği üzerine ilk makaleleri kaleme alan isimler olmuştur. Genel olarak erkek egemen anlayışı koruyan ve devamını sağlayan ana akım sinemaya karşı çıkarlar ve ataerkil düzeni dolayısıyla da onu yansıtan sinema anlayışını reddederek, erkek egemen bakışı yıkacak bir sinema üretimine yönelmesi gerektiğini savunmuşlardır.

Feminist film teorisine psikanalizin özellikle de Freud, Lacan, yapısalcılar ve Marksist kuramın etkileri olmuştur. Laura Mulvey ‘in psikanalitik kavramlar üzerinden çözümler yaptığı ve sinemanın nasıl hem içeriksel hem de biçimsel olarak eril bakışın hizmetinde olduğunu anlattığı “Visual Pleasure ve Narrative Cinema” (Görsel Haz Ve Öykülü Sinema) adlı makalesi 1970’lerden günümüze kadar bu alandaki çalışmalar için önemli bir referans kaynak olmuştur.

Laura Mulvey “skopofili” (röntgencilik) teorisinde; seyircinin (erkek / aktif / özne) bakmaktan cinsel bir haz duyduğunu ve temsil edilen kadına (pasif / nesne) bakış aracılığıyla sahip olduğunu belirtir. Ancak Oedipus’tan beri röntgencilik cezası bir tür hadım etme eyleminin temsildir. Erkek bilinçdışının hadım edilme endişesinden iki kaçış yolu vardır: Suçlu nesnenin değersizleştirilmesi, cezalandırılması ya da kurtarılması ve sunulan figürü fetişe dönüştürerek hadım edilmeyi tümüyle yok saymaktır. Bu ikinci yol - fetişistlik skopofili- nesnenin fiziki güzelliğini yüceltir, onu kendi başına tatmin edici bir şey haline dönüştürür; sadizmle bağlantılıdır: Haz, kesinleştirilen suçta, suçlu kişinin cezalandırılma ya da affedilmesi aracılığıyla denetim ve boyun eğdirme uygulamasında yatar. (KAYPAKOĞLU, 2004:67)

Kadın ve bedeni, erkeğin mülkü haline geldikçe genelleştirilmiş cinselliğini kaybeder, eril arzusunun tasarrufuna girer. Ortada gerçek bir kadın değil, bir stereotip vardır. Kadın mutlaka birlikte olduğu erkeğe göre tanımlanır, onun tarafından kimliklendirilir, eril bakışın nesnesi olarak sergilenir, ikame edilir. Susan Brownmiller, *Against Our Will* (İrademize Karşı) adlı kitabında belirttiği gibi, kadınların erkeklere çekici gelebilmesi, her anlamda kurbanı oynayabilmelerine bağlıdır. Erotik haz ile cinsel şiddet arasındaki bu ittifak nedeniyle eril bakış açısının sinemasal inşası son derece rahatsız edicidir. Feminist film teorisyenlerince, sinemasal söylem içinde dişil özne, erkek olarak, marjinal olarak, mazoşist olarak ya da özne olmayan olarak varsayılmıştır. (ÖZERKAN, 2001:98)

Toplumsal cinsiyeti kuran bu söylemleri eleştiren, bu söylemsel yapıları kendi içinde bozmaya ve yerinden etmeye yönelik feminist sinema, söz konusu cinsiyetçi yapıyı, film yapıları içinde istikrarsızlaştırmayı hedefler. Kadın deneyiminden çıkan, cinsiyetçi ideolojiye işaret ederek erkek egemen söylemi az ya da çok kıran feminist sinema, kadını nesneleştirip fetişleştirmeyi reddeder. Dişil öznenin fetişleştirilmesinden ya kaçınır ya da eleştirel bir yaklaşımla yapı söküme uğratar. Dişil karakterin, özne konumuna geçtiğinde

ya da kendi failliği ve arzusunu kazanmak için mücadele verdiğinde artık fetişleştirilmiş bir imge şekline sokulması mümkün olmaz.

1970’li yıllarda kadın aktivistler sinemada daha radikal çözümlerin uygulamaya geçirilmesini savunmaya başlamışlardır. Buradaki amaç pasivize edilmiş ve kendinden geçirilmiş kadın imgesini yeniden yaratmak ve bunu yaparken de babanın dilini yıkararak, gerçek bir özne konumuna getirmektir. Bunu da yapabilecek yegâne varlık babanın dilini kullanmayı reddedecek kadın yönetmenlerdir. (SELEK, 2001:97)

1980’li yıllara kadar feminist film teorisinin tam olarak bir çizgide ilerlemediği değişik bakış açıları ve çözüm üretimlerine göre farklılaştığı görülmüştür. Özellikle de babanın dilinin reddi konusunda oluşturulan çözümlerin pratikle çok uyuşmaması kuramın dikte edilen zihniyeti değiştirmeye yönelik temel çıkış noktasını da ana odağından kaydırmıştır. Feminist film kuramı ilk dönemlerde önerdiği radikal kopuşçu yöntemin de pratikte uygun olmadığı tezinden yola çıkarak aynı araçlarla savaşmaya yani babanın dilini kullanmaya karar verirken eril sistemden kaçış yollarını da kültürel temsil alanında tıkamıştır. Son kertede önerilen kadını tarihsel bağlamından koparmadan ama yeni bir zihinsel okumadan geçirerek özne konumuna çekme çabaları da kültürel temsil araçlarını akılcı kullanımı ile mümkündür. Tüm bunlar yeni bir okuma ve görme biçimi yaratabilmeyi ve bunu yani bir kuşağa öğretebilmeyi gerektirmektedir.

Ülkemizde sinematografik anlatıda kadın, cinselliğinden sıyrılmamış, toplumsal cinsiyet kodlarının dışında kurgulanmamıştır. Sinema, kadınları bu anlamda sadece güzel nesnelere kurduğunu, uzun yıllar boyunca kadının kendi içine dönük hiçbir hikâyenin odağına yerleşmesine izin vermemiştir. Aslında Türkiye’de sinema genel anlamda hiçbir karaktere birey olma fırsatı vermemiş, toplumsal ahlakın taşıyıcı unsuru olarak kurgulamayı, genel anlamda kaçışçı bir sinemayı ya da ima ile geçiştirmeyi uygun bulmuştur.

Türk sinemasında sadakat olgusu kadının konumlanışında, temel değişmez olmuştur. Kadına, gündelik hayatında dikte edilen her türlü toplumsal cinsiyete ilişkin kodlar, genel olarak yeniden üretilerek ve daha ahlakçı söylemlerle sinemamızca topluma dikte edilmiştir. Bu ahlakçı üslubun uzun yıllar sinemada yer alması, kadın bedenini kutsallıkla, edepsizlik sınırında iki uç alanda tutulmasına neden olmuştur.

1960’lara kadar Türk sinemasında kadınlar melodram kalıpları içinde faziletli anne ve dokunulmamış sevgili olarak idealize edilirken, bunun dışında kalanlar ise kötü kadın, seks bombası, erkekleşmiş kadın, isterik kadın, gizemli cinsellik örneği kadın v.s. olarak tek boyutlu, iyi ya da kötü kadınlar olarak ortaya koyulmuştur. (Kalkan, 1992:57)

1980’li yıllarda tüm dünyada yeniden yükselen feminist hareket Türkiye’de de kendisini göstermiştir. Özellikle de 1980 öncesi sol örgütlenmelerde yer alan kadın aktivistlerin öncülüğünde, kadın üzerine yazılar, yayınlar ve kadının toplumsal konumlanışı üzerine derin tartışmalar yapılmaya başlanmıştır. Türkiye’nin politik ortamının politika yapmaya yasaklandığı yıllar, feminist düşünce açısından faydalı yıllar olarak geçirilmiştir. Sanat alanında hem toplu durumun getirdiği sıkıntılar hem de Türkiye’de sinema üretiminin değişen koşulları karşısında farklı tematik arayışlara yönelmiştir. Ancak bu dönemin yapımları iyi niyete ve kadının toplumsal konumuna eleştirel bir açıdan bakma çalışmalarına rağmen pek çok eleştirmen tarafından kadın sorununun yaklaşımı açısından gerçekçi bulunmamış ya da yetersiz bulunmuştur.

Feminist Sinema 1990’lı yıllarla birlikte yeni sinema olarak adlandırılan dönemde kendilerine geçmişten çok farklı bir konum bulamamıştır. Hatta kadınlar üzerine inşa edilen

anlatılar yeni sinema içerisinde yok denecek kadar azalmıştır. Kadının toplumsal konumlandırılışındaki görece değişim ya da gelişim kültürel üretim alanındaki görünümüyle paralellik göstermemektedir. Bu da yerleşik zihniyetin hala kültürel alanda devam ettiğinin en önemli göstergesi gibi durmaktadır. Bu dönem filmlerinde de, kadınlar ikincil konuma çekilmekte, biyolojik fark ataerkil yapı tarafından ideolojik olarak da dayatılmaktadır.

5. O. ÇOCUKLARI FİLMİ ÜZERİNDEN ŞİDDET KONUSU VE KADIN TEMSİLLERİNİN FEMİNİST SİNEMA KURAMI BAĞLAMINDA İNCELEMESİ

5.1. Filmin Künyesi

Demet Akbağ – Mehtap Anne

Deniz Özbay – Hazan

İpek Tuzcuoğlu – Hatice

Özgü Namal – Donatella (Dona)

Altan Erkekli – Lokman:

Sarp Apak – Saffet:

Sezin Akbaşoğulları – Meryem

Deniz Özerman – Mediha

Halil İbrahim Aras – Nazif

Mahir İpek – Komiser Şeref

Yönetmen: Murat Saraçoğlu

Yapımcı: Selay Tozkoparan

Senarist: Sırrı Süreyya Önder

Müzik: Kıraç

Görüntü yönetmeni: Cengiz Uzun

Sanat yönetmeni: Caner Gürlek

Stüdyo : ENERGY Media & Productions

Türü: Dram - Psikolojik

Yapım yılı: 2008, Türkiye

Süre: 120 dk.

5.2. Karakterler

Mehtap Anne (Demet Akbağ): Eski bir hayat kadını olan Mehtap Anne, evinde başka hayat kadınlarının çocuklarına bakmaktadır. Polisten kaçan Meryem ve kızı Hazan da

O'nun evine sığınır. Hayat kadınlarının sürekli başvurduğu filmin tecrübeli baş kadın karakterlerinden biridir.

Deniz Özbay – Hazan: Meryem'in kızı. 10 yaşında. Babası ve annesi O'nu Türkiye'de bırakarak İtalya'ya kaçar. Onların yanına gidebilmek için Donatella'dan İtalyanca öğrenir. Filmin ana-çocuk karakteridir.

İpek Tuzcuoğlu – Hatice: 14 yaşında severek evlenmiş ancak kayınbiraderi ve kayınpe-derinin tecavüzünden sonra hamile kalmış, doğumdan sonra çocuğunu bırakarak İstanbul'a kaçmıştır. Hatice burada hayat kadınlığı yapmaktadır. 30'lu yaşlardadır. İstanbul'da bir kızı olur. Kızı Suelin ise Mehtap Annenin bakıcı evindedir. Töre cinayetine kurban gider.

Özgü Namal - Donatella(dona): İtalya'dan Türkiye'ye Hazan'a dil öğretip İtalya'ya kaçırmak için gelen yarı Türk yarı İtalyan 20'li yaşlarda bir kadındır. Bir süre sonra Saffet'e âşık olur.

Sarp Apak – Saffet: Mehtap annenin bakıp büyüttüğü, 20'li yaşlarda annesiz büyümüş mahallenin delikanlısıdır. Hazan'ın anne babasının İtalya'ya kaçışını planlayan filmin baş erkek karakteridir.

Sezin Akbaşoğulları – Meryem: Hazan'ın annesidir. 30'lu yaşlardadır. Polisten kaçmak için gemiyle İtalya'ya gider. Sonra kızını yanına aldirmek için Donatella ile bağlantı kurar.

Deniz Özerman – Mediha: 30'lu yaşlarda, zengin olsun diye oğluna Sakıp adını takmış bir hayat kadınıdır.

Altan Erkekli – Lokman: Mehtap anneye âşık onunla evlenmek isteyen 50'li yaşlarda mahallenin sağlıkçısıdır.

Halil İbrahim Aras – Nazif: Hatice'nin kaçarken köyünde bebekken bıraktığı oğludur. 16-17 yaşlarındadır. Annesini (Bağdagül) öldürmek için İstanbul'a gelir ve izini bulur.

Mahir İpek - Komiser Şeref: 40'lı yaşlardadır. Meryem'in peşindedir. Hazan'ın dayısını işkence ile öldürmüştür. Darbe döneminin baskı rejiminin temsilcisidir.

12 Eylül 1980 ihtilalinde kocası ve kardeşi içeri alındıktan sonra küçük kızı Hazan ile birlikte saklanmaya başlayan Meryem, kendisine yardım eden Saffet tarafından Mehtap Annenin evine yerleştirilir. Eski bir hayat kadını olan Mehtap Anne, şimdi bu evde başka hayat kadınlarının çocuklarına bakmaktadır. Saffet, Meryem'i yurtdışına kaçırmak için bir gemi bulur. Fakat küçük Hazan bu yolculuğu tamamlamakta zorlanacağı için, onu İtalya'ya vardıkdan sonra başka bir yolla aldirmaya karar verirler. Diğer çocuklarla birlikte İstanbul'da kalan Hazan üzgündür.

Birkaç ay sonra, Meryem'in arkadaşı yarı Türk yarı İtalyan Donatella gelir Hazan'a yardım etmeye. Ona iki ay içinde İtalyanca öğretecek ve 23 Nisan'da gelecek bir İtalyan ailenin çocuğu rolünü oynayarak yurt dışına kaçmasına yardım edecektir. Ancak Hatice'nin olayı polise ihbar etmesi ve kendi kızı Çiçek'i Hazan diye tanıtarak İtalyan aileye vermesiyle işlerin boyutu değişir. Plan başarısız olur. Donatella İtalya'ya tek başına dönmeye karar verir. Saffet ve diğer çocuklarla havaalanına gelir. Bu sırada havaalanında İtalyan bir grup çocuk vardır. Donna Hazan ve Çiçek'i bu gruba sokarak uçağa bindirir ve İtalya'ya kaçırrır.

5.3. Karakterlerin Analizi

Yönetmenliğin Murat Saraçoğlu'nun yaptığı ve senaristliğini Sırrı Süreyya Önder'in üstlendiği *O Çocukları*; 12 Eylül'de bir kenar mahallenin görünmeyen yüzünü, polis (devlet) işkencesini, fahişeliği, ailesiz çocukları ve psikolojik şiddet gibi sosyolojik ve politik sorunlara eleştirel göndermeler yaparak, toplumsal sıkışmışlığı, değer yargılarını ve baskı ortamını sorguluyor.

O Çocukları filmindeki kadın karakterlerin feminist eleştirel kurama göre belli toplumsal cinsiyet kalıplarının bir üretimi olduğu ve bu süreçte kadınlık rollerinin erkekler için ve erkeğin gereksinimlerine göre kodlanmış olduğu görülmektedir. Ancak filmdeki hayat kadınları (Hatice, Mediha) ataerkil düzenin devamı için bir tehdit oluşturmayan edilgen, çaresiz, güçsüz olarak tanımlanırken, Yarı İtalyan “batılı” Dona, düzene karşı gelen ve sistem tarafından fişlenen Meryem ve görmüş geçirmiş, bu yüzden de umutlarını yitirmiş ama gene de kendi başına var olma kavgası veren Mehtap anne ise toplumsal yaşama katılma çabası ve toplum içindeki yerini belirleme uğraşı ile özgürlüğün temsilcisi olarak öne çıkmaktadır. Bu yönüyle filmdeki kadın temsilleri Türk sinema tarihinde Yeşilçam döneminin melodramlarına ve 2000'lerdeki yeni ve özgür kadın modellerine de gönderme yapmaktadır.

Bunun yanı sıra kadın bedeni üzerinden kurulan kodları ya da pazarlama taktiklerini yıkan, gündelik sıradanlığı, naifliği insanın yüzüne vuran bir kadını (Donna), anlatının odağına yerleştirmesi, filmi feminist teori açısından kayda değer bir alana da taşımaktadır.

Karakterler üzerinden şiddet olgusunun filme nasıl sirayet ettiğini vurgulama aşaması çalışmanın bundan sonraki bölümüdür. Buna göre daha önce kavramsal çerçevede ortaya konulan kadın tipleri ve şiddet türlerine yönelik kategorisel analiz filmdeki kadın karakterlere uygulanacaktır.

5.3.1. Mehtap Anne:

Öncelikle karakterlerin filmin sinematografik anlatısı içerisinde önemlerinin ne olduğu ve bu anlatıya şiddet kavramının etkisinin ne olduğunu irdeleyerek başlamak faydalı olacaktır. Mehtap Anne karakteri ataerkil bir toplum içerisinde penatronic erkek tipine yakın olan bir kadın olarak filmin sinematografik anlatısında merkeze yerleştirilmiş bir tiptir. Hayatının oldukça uzunca bir kısmını hayat kadını olarak erkeklerin dünyasında, erkeklerle oldukça yakın olarak sürdürmüş olan Mehtap Anne tipi, hayat kadınlığını bırakıp anne modeline geçtiğinde yine erkeklerin dünyasında geçmişteki tecrübelerinden hareketle hayat mücadelesini bir erkek gibi sürdürme eğilimindedir. Hayat kadınlığını bıraktıktan sonra evinde hayat kadınlarının çocuklarına bakan Mehtap anne kadın kategorileri içinde “Doğal – Eşit Varlık olarak Kadın” kategorisine girmektedir. Evinde ve çevresinde sözü dinlenen, erkeklerle eşit statüde ve gelenekçi yapısıyla tek başına ayakta durmaya çalışan kadın tipini temsil etmektedir.

Mehtap Anne karakterinin filmde yaşlı fakat güçlü kudretli (erkek gibi) kadın olarak merkeze alınması kadının feminist teori açısından konumlanışını destekler nitelikte görünse de aslında kadının cinselliğinden sıyrılarak ancak bir erkek gibi toplumsal alanda yaşamasının zorunluluğunu açıklar niteliktedir. Buradaki tablo; kadın olarak güçlü olabilmenin ve toplumdan saygı görebilmenin koşulunun kadınlıktan feragat olduğu, bu anlamda güçlü

kadın figürü olarak görünen Hatice Anne karakterinin aslında feminist teorinin tam da karşısında durduğu kavramları (toplumsal cinsiyet kodlarına itaat ve onun devamlılığına hizmet) pekiştirdiğini görmekteyiz.

5.3.2. Donatella:

Mehtap Anne karakterinin tersine Donatella erkek egemenin boyunduruğu altına girmeden mücadele etmeyi öğrenmiş bir karakter olarak karşımıza çıkmaktadır. Medeni Batıcıl bir kadını temsil etmesi noktasında sinematografik anlatıdaki çatışma unsurunun bir karakter temsili olarak filme yerleştirilmiş olan Donatella bir yandan batıyı temsil etmesi ancak doğuda, doğuyu yaşaması hasebiyle de zıtlık oluşturmaktadır. Mehtap Anneyi sürekli eleştirilmesi, eleştirirken batılı fikir altyapısına göndermede bulunması, kimi zaman doğuya öykünmesi gibi sunular Donatella'yı klasik oryantal yaklaşım üzerinden sinematografik anlatıya sokma çabasının ürünü olarak karşımıza çıkmaktadır. Yönetmen Donatella aracılığıyla Mehtap Anne karşısında bir başka açıdan güçlü olabilecek kadın tipini izleyiciye sunmaktadır. Bu biçimdeki bir sunuş ise sinematografik anlatıda oldukça önemli bir strateji olan zıtlıkların kurulması ve oradan çatışma yaratılması yöntemine uygundur.

Filmde özgür batılı kadını temsil eden Donatella, okumuş, görgülü ancak kendi doğruları yönünde hareket eden umut dolu ama hayatın zorluklarını bilmeyen bir yeniyetme ve zaman zaman Mehtap annenin ve Saffet'in yöntemlerini eleştiren yapısıyla "Doğal – Eşit Varlık olarak Kadın" kategorisine girmektedir.

Donatella yeni sinemada kendisine verilen ikincil konumlanmanın dışında bir kadın imge olarak farklılaşan bir karakterdir. Donatella kendisinden beklendiği gibi suskunlukla kendisini anlatmaz. Bağırır, çağırır, itiraz eder, dahası eyleme geçer. O ne istediği bilen bir kadındır. Kendisine verilene razı olmaz. Bu anlamda Donatella yaşadığı olumsuzluklara rağmen feminist eleştirel kurama uygun bir pozitif özne olarak, direnen ve bu toplumun kadınları için umut vadeden bir karakterdir. O insan olmanın değeri üzerinden kendisini ve çevresini değerlendirir. O'nu yaşadığı ortamdaki diğer kadınlardan ayıran da onun bu özgünlüğüdür. Örneğin; filmin sinematografik anlatısında da yönetmenin oldukça etkili bir anlam yüklediği sahnede bir metafor olarak akvaryum, her ne kadar kadın olsa da Donatella'nın bir "erk"ek gibi hareket etmesinde etkilidir. Çocukların terbiye ediliş sahnesi de diyebileceğimiz bu sahnede tıpkı akvaryumdaki balıkların ölmesi gibi çocuklardaki her türlü eşitsizliği öne çıkaran kötü huylarda öldürülmek istenmektedir. Bunun karşısındaki karakter Mehtap Anne de geleneğin temsilcisi olarak yine "erk"ek egemen söylemi savunmakta ancak feminist kuram bağlamında düşünüldüğünde Mehtap Anne klasik erkek anlatıya hizmet eden bir karakter olarak iş görmektedir.

5.3.3. Hatice:

Filmde birçok kadın tipini görmek mümkündür. Mehtap ile güçlü egemen kadın, Donatella ile çağdaş kadın anlatısını oluşturmaya çalışan yönetmen bir başka kadın tipini de Hatice karakteri üzerinden kurmaktadır. Kadının erkek egemenin haz dünyasındaki yerini ortaya koyan bir karakter olarak Hatice geleneksel toplumlarda çoğunluğu oluşturan kadın tipinin klasik bir temsilcisidir. Oldukça uysal, erkeğin kanatlarının altında yaşamayı tercih ederken bir yandan cinsel bir obje diğer yandan masum anne modelinin sunumu olan bu kadın tipi, sürekli şiddete maruz kalması yönünden toplumsal cinsiyet bağlamında en çok göz önünde olan kadın tipidir.

Töre yüzünden çocuğunu köyünde bırakarak İstanbul'a kaçan Hatice ailesinden gördüğü fiziksel ve cinsel şiddete İstanbul'da da defalarca maruz kalmıştır. Bu cinsel ve psikolojik

şiddet durumu O'nu cinsel nesne haz nesnesi kategorisine sokmakta ayrıca İstanbul'a gelen oğlu tarafından mahalle ortasında öldürülmesi fiziksel “şiddete uğrayan kadının temsili” noktasına vurgu yapmaktadır.

Feminist eleştirel kuram bağlamında bakıldığında ise birlikte kaçıp geldiği bir erkek için her şeyini feda etmesi ve bir erkek tarafından öldürülmesi bu kuramın, kadını erkeğe göre konumlandırın ve anlamlandırın tavra karşı olan duruşunu sekteye uğratmaktadır. Özellikle radikal feminist yaklaşımın neredeyse tam karşısında durduğu Hatice karakteri erkeğe karşı aktivizmi savunan ve hakların elde edilmesi sürecinde mücadeleyi öngören ikinci dalga feminizmin reddettiği kadın tipidir.

5.3.4. Meryem:

Geleneksel toplumlarda iktidara karşı çıkan erkeğin yanında duran ve mücadelesinde sürekli ona yardım eden kadın tipi bu filmde de karşımıza çıkmaktadır. Devrim zamanlarının vazgeçilmez yardımcısı, iktidarın devrilmesi için her zaman erkeğin yanında ona hizmet etmektedir. Kadının fiziksel yapısının naifliğinden uzak, mücadeleyi bir görev olarak gören bu kadın tipi erkeğin yanında yine başka bir erkek iktidarına karşı mücadele etmesi bakımından da ironiktir.

Düzene karşı gelen ve rejim tarafından fişlenen Meryem filmde “Örgüt - eylem öznesi kadın” kategorisinde karşımıza çıkmaktadır. Burada Meryem sistem tarafından öldürülen kardeşi ve İtalya'ya kaçan eşi ile aynı statüde değerlendirilmektedir. Bu yönüyle de eşit varlık statüsünde de karşılık bulmaktadır.

Feminizmin erkek egemen algıya başkaldırı olarak gören geç birinci dönem ve erken ikinci dönem yaklaşımlar bağlamında düşünüldüğünde Meryem radikal feminist söylemin dile gelmiş bir örneği olarak karşımıza çıkmaktadır. Anarşist yapısı itibarıyla Meryem mevcut düzenin her türlü meşrulaştırıcı aracını yok sayarak bir bakıma feminist eleştirinin filme karakter üzerinden yansımalarıdır.

5.3.5. Mediha:

Hayat kadını olan bir başka karakter ise Mediha'dır. Mehtap Annenin aksine hayatla olan mücadelesinde çok başarılı olamayan Mediha sürekli şiddete maruz kalması, sesini çıkarmaması ve paraya çok fazla değer vererek hayatının merkezine alması, kadın bedeninin bir meta olarak kullanılması noktasında filmin sinematografik anlatısına katkıda bulunmaktadır. Bedenin alınıp satılan bir meta gibi iş görmesi ve bu sürecin sinematografik olarak kötü bir biçimde gösterilmesi yönetmenin kapitalizme olan eleştirisi olarak da değerlendirilebilir.

Filmde bir yönüyle cinsel nesne haz nesnesi kadın olarak sunulurken diğer taraftan müşterisinden dayak yedikten sonraki tavrı kabullenişin ve sıradanlığın ifadesi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Filmde darbe döneminin hâkim ideolojisi ile birlikte yerleşik toplumsal algının sembolü olarak görülen Mediha genellikle suskun ve kaderci bir biçimde resmedilmiştir. Gerçekte filmde erilliğin kadın bedeni üzerindeki tahakkümüne ilişkin net sahneler olmasa da Mediha'nın darp edilmiş yüz sahnesi dönemin erkek egemen yapısını gösterir niteliktedir. Mediha karakterinde kadın bedeni, kadının kendisinden bağımsız olarak üzerinde mülkiyet kurulan bir nesne konumunda ve eril hegemonyanın en büyük iktidar alanı olmakta ve bu şekilde okunmaktadır.

SONUÇ

Sinematografik anlatının doğasında yer alan “Zıtlık kur ve buradan çatışma çıkar” kuralı, kadının film anlatısında bir karşıtlık metaforu olarak kullanılmasında da işe yaramaktadır. Kadın erkek egemen dünyada, erkeğin karşısında kimi zaman cinsel bir obje, kimi zaman şiddet nesnesi, kimi zaman da alınıp satılan bir meta olarak sunulmaktadır.

Çalışma, bahsi geçen kadın kategorileri üzerinden şiddet konusunu ele alarak Türk toplumdaki kadın tiplerinin şiddetin hangi türlerine maruz kaldığını sinematografik açıdan ele alan filmlere odaklanmaktadır. Bu filmler içerisinde öne çıkan O. Çocukları filminin hem Türkiye’deki birçok kadın tipini karakter olarak ele alması hem de şiddetin türlerine yönelik oldukça geniş bir yelpazeyi barındırıyor olması sebebiyle çözümlemeye değer görülmüştür.

Çalışmada kadın karakterlerin temsilleri feminist eleştirel kuram bağlamında incelenmiş, kuramın başlıca itirazlarından sayılan; kadınların filmlerdeki edilgen pozisyonları, kadınlara verilen rol ve erkek egemen bakışa yönelik bir nesne olarak gösterilmeleri gibi konular ise filmdeki kadın tiplerinin eleştirisine kavramsal altyapı oluşturmuştur. Örneğin iktidar olmak isteyen Mehtap Anne karakterinin bir kadın olarak erkek dünyasına aitmiş gibi, o dünyanın kuralları doğrultusunda hareket etmesi feminist sinema kuramı çerçevesinde düşünüldüğünde çok da uygun görünmemektedir. Kadının erkekten ayrı bir biçimde varlığını önkoşul olarak sunan feminist sinema kuramında kadın zaten kendi başına bir erk olarak mevcut olmak durumundadır.

Donatella ise tam da feminist sinema kuramı ekseninde ortaya çıkan kadın tipine uygun bir karakter olarak karşımıza çıksa da karakterin derinlemesine analizinde aslında liberal feminist yaklaşıma yakın bir tiptir. Örneğin erkek dünyasının hemen her türlü erk yaptırımına irite bir biçimde karşı çıkan Donatella aynı zamanda batılı kadın tipinin de bir örneğidir.

O Çocukları filminde kadın karakterler incelendiğinde; Başkarakter Mehtap Anne ve Donatella karakterleri kadın tipleri içerisinde “Doğal – Eşit Varlık olarak Kadın” kategorisine girerken, ikisinin de yaptıkları işten dolayı psikolojik şiddete maruz kaldıkları tespit edilmiştir. Bir hayat kadını karakteri olan Hatice gerek köyünde gerekse büyük şehire geldikten sonra fiziksel, cinsel ve psikolojik şiddete maruz kalmıştır. Bu da “Şiddete uğrayan kadın ve cinsel nesne - haz nesnesi kadın kategorisinde değerlendirmemize imkân tanımaktadır. Filmin diğer hayat kadını karakterlerinden biri olan Mediha da Hatice gibi hem psikolojik hem de fiziksel şiddete maruz kalmakta, bu yönüyle de cinsel nesne haz nesnesi ve şiddete uğrayan kadın kategorisinde değerlendirilebilmektedir. Meryem ise erkek egemen yapının fiziksel şiddetine karşı aykırı duruşuyla Örgüt - eylem öznesi kadın temsiliyle karşımıza çıkmaktadır.

Çalışmada yukarıda bahsedilen kadın tipleri ve kadına uygulanan şiddet türleri sinematografik anlatıya katkıda bulunurken aynı zamanda filmin yerleşik toplumsal cinsiyet algısına paralel bir söyleme sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu ikinci nokta çalışmanın kapsamına denk düşen feminist sinema kuramına genel manada ters bir yaklaşım olarak eleştiriye açık görünmektedir.

KAYNAKÇA

BELGE, M. (1994), *Edebiyat Üstüne Yazılar*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

DİREK, Z. (2007), *Cinsiyetli Olmak*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

- DONOVAN, J.** (2001), *Feminist Teori*, Çev. Aksu Bora, Meltem Ağdukc Gevrek, Fevziye Sayılan, İletişim Yayınları, İstanbul.
- EMİROĞLU, K., AYDIN, S.** (2002), *Antropoloji Sözlüğü*, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- FOSTER, G.A.** (1995), *Women Film Directors: An International Bio-critical Dictionary*, Greenwood Publishing Group, London.
- HEYWOOD, L., DRAKE, J.** (1997), *Third Wave Agenda: Being Feminist, Doing Feminism*, University of Minnesota Press, Minneapolis.
- HUMM, M.** (2002), *Feminist Edebiyat Eleştirisi*, Çev. Özge Altay vd., Say Yayınları, İstanbul.
- KALKAN, F.** (1992) *Türk Sineması Toplum Bilimi*, Seçin Yayınları, İzmir.
- KAYPAKOĞLU, S.** (2004), *Medyada Cinsiyet Stereotipleri Toplumsal Cinsiyet ve İletişim*, Naos Yayınları, İstanbul.
- MARSHALL, G.** (1998), *Sosyoloji Sözlüğü*, Çev. Osman Akınbay, Bilim ve Sanat Kitabevi, Ankara.
- MCLEOD, J., GERALD, M., ZHONGDANG, P.** (2003), “*Medya Etkilerinin Anlaşılması ve Yanlış Anlaşılması; Medya Etki Araştırmaları*”, Mass Media and Society, Çev: Murat S. Çebi, Alternatif Yayınları, Ankara.
- NELMES, J.** (2003), *An Introduction to Film Studies*, Taylor and Francis Inc., New York.
- ÖZERKAN, A.** (2001), *Medya Dil ve İletişim*, Martı Yayınları, İstanbul.
- ÖZTUNALI, G.**, (1998), *Geleceğim Elimde*, Mor Çatı Yayınları, Mart Matbaacılık Sanatları, İstanbul.
- ÖZTÜRK, E.** (1999), *Türk kadınının feminizme bakış açısı: Erzurum örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Din Sosyolojisi Bilim dalı, Erzurum.
- SELEK, P.** (2001), *Maskeler Süvariler Gacılar - Ülker Sokak: Bir Alt Kültürün Dışlanma Mekanı*, Aykırı Araştırma, İstanbul.
- SMELİK, A.** (2008), *Feminist Sinema ve Film Teorisi*, Çev. Deniz Koç, Agora Kitaplığı, İstanbul.
- SONTAG, S.** (2009), *Başkalarının Acısına Bakmak*, Çev., Osman Akınhay, Agora Kitaplığı, İstanbul.
- TABORGA C., LEACH B.**, (2004), *Cins Bakış Sözlüğü*, Çev. Ertuğrul Kürkçü
- www.bianet.org/diger/bilgi/2025.htm#cinsel-yonelis
- KADININ STATÜSÜ GENEL MÜDÜRLÜĞÜ (KSGM)**, (2008), *Aile İçi şiddetle Mücadele El Kitabı*, Ankara.
- WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO)**, (2002), *World Report on Violence and Health*, Belgrad.

MUHAFAZAKÂR SÖYLEM ÜZERİNDEN TÜRKİYE’DE MEDYA - İKTİDAR İLİŞKİLERİ: 2002 YILI VE SONRASINDA MEDYADA DEĞİŞEN SAHİPLİK YAPISI

Adem YILMAZ*
Taşkın ERDOĞAN**

ÖZET

Muhafazakâr söylem yaklaşık iki yüz yıldır hem düşünsel anlamda hem de siyasal alanda öne çıkan bir kavramdır. Çalışmamızda felsefi ve politik bu kavramın siyasal iktidar üzerinden düşüncelerin ifade edildiği önemli bir mecra olan medyaya nasıl etki ettiği sorunsalı üzerinden yola çıkmıştır. Bu çalışmada geniş bir literatür taraması yapılarak öncelikle kavramın açıklanması amaçlanmıştır. Literatür taraması sonucu elde edilen bilgiler ışığında muhafazakârlık kavramının dünyada ve ülkemizdeki siyasal söylemdeki yeri ve Türkiye’de 2002 yılı sonrasında muhafazakâr düşüncenin siyasal söyleme olan etkisi sonucunda değişen iktidar ile birlikte medyadaki sahiplik yapısında yaşanan dönüşüm örnekler üzerinden incelenmiştir. Sonuç olarak muhafazakâr düşünce Türkiye’de hem siyasal hayatta hem de medyadaki sahiplik yapısında 2002 yılı sonrasında oldukça etkili olduğu görülmektedir. Bu sav medyada yaşanan dönüşümü temsil eden örnekler ile de desteklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Muhafazakârlık, medya, iktidar

MEDIA-GOVERNMENT RELATIONS OVER CONSERVATIVE DISCOURSE IN TURKEY: 2002 YEAR AND AFTER THEN MEDIA CHANGE OF OWNERSHIP STRUCTURE

ABSTRACT

Conservative discourse is a prominent concept both intellectual content and political field about two hundred. Our work philosophic and politic this notion over government ideas of state has get off problematic over how an effect on important a duct of media. In this study first of all our work has aimed explain scanning expansive a literature this concept of ideational background. Literature as a result of information obtained from the concept of conservatism in the light of the world and in our country political discourse in my place, and Turkey, which say political conservative thought after the 2002 impact of the transformation of the ownership structure in the media with varying power in results was examined through examples. As a result, conservative thought both political life and effective in media ownership structure seems to be quite after 2002 in Turkey. This claim is also supported with examples representing the transformation taking place in the media.

Keywords: Conservatism, media, government.

* Doç. Dr., Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, adem@atauni.edu.tr

** Arş. Gör., Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, taskin.erdogan@atauni.edu.tr

GİRİŞ

Bir tutum ya da davranış olarak şekillenen muhafazakâr düşünce özellikle 18. yüzyılda Fransız İhtilali'nin ağır sonuçları ve toplumda yarattığı travma sonrası kendisini felsefi bir alt yapı ile birlikte siyasal söylem olarak da geliştirmeye başlamıştır. Bu bağlamda Avrupa örneğinde daha sert bir karşı tavır sergileyen düşünce özellikle Edmund Burke'nin oluşturduğu düşünsel alt yapısına zaman la bu kıtada farklı ülkelerde farklı karşılılar bularak kendisine bir yol haritası oluşturmuştur. Bununla birlikte 19. Yüzyıldan sonra Amerika'da düşünce değişime karşı sert tutumunun politik anlamda kitlelere yaygınlaşacak bir karşılık bulamadığı düşüncesinden hareketle daha esnek bir bakış açısı ile yer edinmeye çalışmıştır. Eski sağ söylemin yerini yeni sağ geleneksel muhafazakârlık kavramının yerini ise teorikte var olanı muhafaza etmekten yola çıkan bir düşünce ile çelişir bir şekilde yeni muhafazakârlık kavramı almıştır.

Türkiye'de Tanzimat ve Islahat Hareketleri döneminde yönetimin değişim mevcut korunan kurumları koruyarak hayata geçirme düşüncesine rağmen bunu yeterli bulmayan bir muhafazakâr tavır ortaya çıkmıştır. Cumhuriyetin ilk yıllarında ise devrime doğrudan bir söylem geliştirmemiş olsa da kültürel ve gelenekçi bir bakışla bazen de cumhuriyetçi bir muhafazakârlık anlayışı ile entelektüel bir arak plan oluşturmuştur. Politik söylem olarak ise Demokrat Parti döneminden başlayarak merkez sağın ideolojisi olarak benimsemiştir.

Özellikle 1980 sonrası İngiltere ve Amerika gibi dünya ülkelerinde etkili olan ve iktidarı ele geçiren bu söylem diğer gelişmekte olan ülkeler içinde de etkin olmaya çalışmıştır. Türkiye' bu doğrultuda bu söylemin etkileri altında bir politik alan gelişmiş ve kendi kültürel kodları ile örtüşük bu düşünce biçimi bir yönünü gelenekten alan dini söylemlerle oluştururken; bir yönünü değişime çeviren bir anlayış hâkim olmaya başlamıştır. Anavatan Partisi ile iktidar olan bu söylem 2002 yılından sonra Adalet ve Kalkınma Partisi dönemi ile daha da yaygınlık kazandığı gözlemlenmektedir. Halkın desteği ile güçlü bir şekilde iktidar olan AKP halkı yönlendirme, icraatlarını anlatma, sermaye yapısını kontrol altına tutma anlamında önemli bir araç olan medyayı, medyanın merkezinde olma fikrini benimsemektedir. Özellikle 2001 krizi sonrası TMSF'ye devrolan büyük medya kuruluşlarını kendisine yakın sermaye gruplarının ele geçirmesini sağlarken her türlü kolaylığı sağlamış karşısında olan özellikle Doğan Grubu gibi iktidarları baskı altında tutma noktasında kötü bir karnesi olan kuruluşları ise her yönden baskı altına aldığı tartışmalarının ortaya çıktığı görülmektedir. Kurban ve Sözeri iktidara yönelik muhalefet söylemini sertleştiren Doğan Grubu'na karşı iktidarın iki yönlü bir strateji izlediğini belirtmişlerdir. Bunlar “bir taraftan ağır vergi cezaları uygulayarak Doğan Grubu'nu küçülmeye zorlamak iken diğer taraftan ana akım medyayı yeniden şekillendirme girişimleridir”(2012: 54).

Ayrıca bu dönemde geçmişten gelen muhafazakâr söylemin hakim olduğu medya grupları kendilerini geliştirmiş yeni oluşan medyadaki sahiplik yapısında da iktidar ile birlikte bu söylem güçlenmiştir. Kendisini bu sürece kadar öteki üzerinden inşa eden muhafazakâr medya artık kendisini merkeze oturtmaktadır. Artık bir ezberin bozulduğunu söyleyen Mustafa Karaalioğlu'nun da ifade ettiği gibi “merkeze taşınan muhafazakâr medya temsilcileri pazara görece geç girmiş olmalarına ve bazıları 28 Şubat'ta 15 yıl kaybetmiş olmasına rağmen mesafeyi kısa sürede kapatarak pazardaki paylarını büyütmeyi başarmış ve merkez medya artık adres değiştirmiştir”(*medyagunlugu.com*).

1. MUHAFAZAKÂRLIK

Muhafazakârlık kavramı yaklaşık iki yüz yıldır literatürde ve siyaset felsefesinde yer almaktadır. Kavramsal isimlendirmeden de anlaşılacağı üzere muhafazakârlık muhafaza

etmek yani korumak kökünden gelir. Eski düzenin kurumlarının yeni düzende de var olması gerektiğini ve bu kurumların zaman içinde kendiliğinden dönüşüme uğrayacağını savunur. Bu yanıyla son çözümlemede bir burjuva akımı olan muhafazakârlık “tarihin akışına, toplumlara ve siyasal düzene devrimci müdahalelere karşı çıkar. Onun yerine evrimci bir değişimden yana olduğunu ilan eder”(Yanardağ, 2013: 22). Bu dönem içerisinde öncelikle değişime karşı bir tepki ve var olanı korumaya yönelik bir karşı düşünce olarak ortaya çıkan kavram zamansal ayırım ve mekânsal farklılıklara göre kendisini de tanımlamak için değişimin kaçınılmazlığından koruyamamıştır. Bu nedenledir ki muhafazakârlığın gerek dönemselsel olarak gerekse bölgesel ve yerel olarak çeşitli tanımları ilk ortaya çıktığı günde beri yapıla gelmiştir.

Kelimenin tanımsal anlamına dönecek olursak Latince muhafazakârlık (conservare) etimolojik olarak, kişi anlamındaki custos ve servator ile eş anlamlı olarak korumak, saklamak, muhafaza etmek biriktirmek anlamına gelmektedir(Vural, 2011: 15). Dilimize bu anlamları ile geçen kavram Arapça hıfz teriminden üretilmiştir. Safi’nin de ifade ettiği gibi burada muhafazakârlık kavramıyla vurgulanan mirasın korunması, toplumsal hafızanın yani sürekliliktir. Sürekliliğin kendini en iyi şekilde gösterdiği kökler, örf ve adetler, gelenekler, inançlar, anlar ve tarihi miras gibi korunmaya layık değerlerdir. Aynı zamanda geçmişe ait değerlerin kaybolmaları tehdidi karşısında duyan tepkiyi ifade eder (2007: 17).

Bir düşünce biçimi olarak muhafazakârlık bir toplumun yüzyıllar boyunca birikerek ilerleyen değerlerinin bir anda yok sayılarak görmezden gelinerek devrimin ve değişimin cazibesine heba edilmemesi gerektiğini savunur. Bu durum aynı zamanda değişimin iddia ettiği gibi mutluluk ve refahın yerine düzensizlik ve huzursuzluğa kaynaklık ettiği gerekçesi ile de kavramsal meşruiyetine zemin hazırlamıştır. Aydınlanma felsefesinin kaynaklık ettiği devrimler ve nihayetinde gerçekleşen Fransız İhtilali beklentilerin tersine kaosun ve kargaşanın müsebbibi olarak görülmüş ve son iki yüzyılda sosyalizm ve liberalizm ile birlikte sosyal siyasi ve iktisadi gelişimine yön veren düşüncelerinden birisi olmuştur.

Fakat sadece eskiye olan bağlılıkla, var olan kurumların korunarak sosyal ve siyasal düzenin sağlanacağı ve devam ettirileceği iddiası muhafazakârlar için dahi hayali bir düşünce olarak kalmıştır. Bunun içindir ki hayatın kendi içinde olan ve kendiliğinden oluşan değişimine kayıtsız kalarak da kavramın açıklanması veya düşüncenin temellendirilmesinin yetersiz kalacağı açıktır. Dolayısıyla muhafazakârlık “aynı zamanda değişimin kaçınılmazlığı karşısında duyulan bir çaresizlik halidir. Başka bir açıdan bakıldığında değişimin kaçınılmazlığını görmek fakat onun hızına ve kapsamına itiraz etmektir. Bu anlamda muhafazakârlığı devrimci ve radikal değişime yönelttiği itiraz yoluyla değişimin kendisini denetim altına alma çabası olarak da tanımlamak mümkündür” (Yanardağ, 2013: 23).

Bir düşünce ve bir tutum olarak muhafazakârlığın başlangıcını, insanlık tarihini bilinebilir ilik dönemlerine kadar geriye doğru götürmek mümkünse de siyasi bir doktrin ve bir ideoloji olarak ortaya çıkışı XVIII. Yüzyılda gelişen toplumsal olaylar sonucudur. (Safi, 2007: 15). Ergil 1986: 19) muhafazakârlığın bir düşünce akımı olarak doğup gelişmesini üç temel olgu üzerinden açıklamıştır

“Bunlardan ilki sadece Fransa’da değil dünyada birçok yerde etkisini hissettiren devrimlere ve yenileşme akımlarına öncülük eden Fransız İhtilali’dir. İkinci olgu ise sadece üretim ve ticaret hayatını değil tüm toplumsal ve siyasi hayatı derinden etkileyen istikrarı değil değişmeyi kural haline getiren sanayi devrimidir.

Üçüncü olgu ise muhafazakârlığın düşünsel temelinin ortaya çıkmasını sağlayan aslında diğer iki olgununda tarih sahnesinde yer almasına zemin hazırlayan aydınlanma felsefesidir”.

Muhafazakârlığı siyasal bir doktrin ya da ideoloji olarak temellendirirken onun aydınlanma dönemi felsefesi düşüncesinin bir karşıtı olarak çıktığını görmekteyiz. Fakat onu düşünsel olarak açıklamak için insanoğlunun var olduğu günden itibaren kavramsal olmasa da anlamsal olarak var olduğunu görmekteyiz. Dilimizde “Beşer şaşar” vecizesi ile anlamlaştığı üzere muhafazakâr felsefeye göre insanoğlu kusursuz değildir. Birey yanılabilir, günah işleyebilir, her türlü hata ve yanlışın içinde olabilir. Fert fert bireylerin bozulduğu bir toplumda ise düzenden, istikrar ve refahtan bahsetmekse neredeyse imkânsızdır. İşte bu yüzden sosyal hayatın işleyebilmesi için insanlar sosyal, dini ve geleneksel kurumlar aracılığıyla denetim altında tutulmalıdır. Yılların birikimi ve tecrübesi ile herkesin daha iyi yaşayabilmesi için bu kurumlar ve özellikle de dini kuralların yanı sıra düzeni sağlayan otoriteye karşı herkesin kendi doğrusunu savunması kargaşa ve kaostan başka bir şey getiremeyecektir. Bu düşünce özellikle de mevcut iktidar, dini liderler ve toplumun ekonomik ve bürokratik gücünü ekinde tutan kesimleri ve düşünürler tarafından ilk çağlardan beri ileri sürülmüştür. Bu yüzden doğal olarak muhafazakârlığı insanoğlunun var olduğu ve sosyalleşmeye başladığı ilk çağlara kadar götürebiliriz. Var olanı muhafaza edip düzeni sağlamanın olması gereken için yapılacak her türlü aşırılığın kargaşa ve kaosa neden olabileceği ilk çağlardan itibaren düşünülürmüştür. Argın’ında belirttiği gibi ‘anakronik’ bir hataya düşmekten korkmayıp Aristoteles’i ilk muhafazakâr düşünürlerden birisi olarak – hemen her konuda aşırılığı yasaklayıp ‘ılımlılığı’ tavsiye eden etik ve politik yaklaşımını bugünkü muhafazakâr konumu kavramak bakımından hala iyi ve uygun bir örnek teşkil ettiğini söyleyebiliriz (Argın, 2013: 468). Hem felsefi düşüncesini hem de siyasi duruşunu hep bir karşıtlık üzerine kuran muhafazakârlık en başından beri çizgilerini belirlerken istikrarı ve ölçülülüğü savunmuştur. Öyle ki diğer ideolojilere karşı konumu en başından beri saptanırken bile ölçüsüz düşlerin filozofu Eflatun’a karşı Aristo’nun sağduyulu çıkışı üzerinden tanımlanmaya çalışılmıştır (Öğün, 2013: 562). Aslında muhafazakârlığı ilk çağlara kadar indirgemenin en önemli sebebi günümüzde olduğu gibi geçmişte de toplumsal anlamda düzeni ve istikrarı sağlayan din, gelenek ve değerlerin insanları bir arada tutan birlikte yaşamayı ve kalkınmayı insanlara öğütleyen manevi dinamikler olmasıdır. Ayrıca aile, cemaat, lonca kilise ve vakıf gibi ara kurumların sosyal dayanışmayı sağlaması bireyin içten gelen bir sadakatle otoriteye olan bağlılığını güçlendirmesi muhafazakârlığın düşünsel referanslarına atıf yapmaktadır Ancak kavramı modern anlamda bir siyasal ideoloji veya felsefi düşünce olarak tanımlamak için ilk çağları referans almak yetersiz olacaktır. Bun için 18 ve 19. Yüzyılı beklemek daha doğru olacaktır. Çaha ’nın da ifade ettiği gibi modern dünyada muhafazakâr felsefenin en önemli kaynağı David Hume olmuştur. Hume’un geliştirdiği bilgi felsefesi modern dünyadaki tüm muhafazakârların temel referansını oluşturmaktadır. Hume’un bilgi felsefesi, çağdaşı ve siyasal liberalizmin fikir babası John Locke ’da olduğu gibi “saf akla” değil, “tecrübe”ye dayanır. (Çaha, 2004: 16) Burada yorumlanan hali tecrübenin savunulması bir anlamda toplumsal hayata dinsel ve siyasal otoritenin insanlara vermiş olduğunun dışına çıkılmamasını da ifade etmekte idi. Bu açıdan tarihsel bakıyesinden bakacak olursak gerek bireysel gerekse kurumsal anlamda dinsel öğeler ve siyasal aktörlerin monarşik anlamda mutlak üstünlüğünü yaşadığı 9. Yüzyıldan itibaren 15. Yüzyıla kadar Avrupa’da siyasal yaşamında doğal siyasal muhafazakârlığın hüküm sürdüğü söylenebilir (Şeyhanlıoğlu, 2009: 8).

1.1. Muhafazakâr Teorinin Coğrafi Tasnifi Ve Dönemsel Gelişimi

Muhafazakârlık dünyada ortak çıkış noktaları olmasına karşın her kültür kendine özgü olduğu savunmada farklı yolları seçmiş ve zamanla geliştirmiştir. Özellikle devrim sonrası Avrupa da temellerini atan muhafazakârlık klasik muhafazakârlığın ilk ortaya çıktığı dönem ve coğrafyalar olmuştur. Almanca kökenli Sonderweg (kendine özgü yol) kavramı her uygarlığın kendi sosyo-kültürel, toplumsal, siyasal ve dinsel yapısına göre kavramı uyarlama çabası içerisinde olan düşünürlere sınıflandırmalarında yardımcı olmuştur. Bu sınıflandırma öncelikli olarak klasik muhafazakârlık Çaha ’nın (2001: 102) ifade ettiği gibi “Kıta Avrupa’ında gelişmiş olmakla birlikte bütün kıtanın özelliklerini tam olarak taşımaz”. Çünkü kıtada biri Fransa’da gelişen devrimin sert uygulamalarına karşı aynı şekilde katı ve uzlaşmaz bir karşı duruş sergileyen ve Frankofon olarak adlandırılan bir muhafazakârlık geleneği; diğeri ise Almanya da daha felsefi temelleri güçlü olan, modern gelişimler karşısında romantik bir tavırla geçmişte olan kurum ve değerleri o anki durumla özdeşleştiren ve Gramenofon olarak adlandırılan muhafazakârlık geliştirmiştir. Ayrıca İngiltere’de devrimi daha esnek geçirmesine paralel olarak demokrasiyi monarşizmi ve liberalizmle muhafazakârlığı bağdaştıran pragmatist ve gelenekçi yapısı baskın olan muhafazakârlık anlayışı da günümüz muhafazakârlığına temel oluşturan bir anlayış geliştirilmiştir (Safi, 2007: 49).

1.1.2. Geleneksel Kıta Avrupa Muhafazakârlığı

Muhafazakâr düşünce dünyada Kıta Avrupa merkezli ve Anglo-Sakson Amerikan muhafazakârlığı olarak şekillenmektedir. Geleneksel muhafazakârlık Avrupa merkezli şekillenirken dönemsel farklılık ve coğrafyanın oluşturduğu kültürel kodlarla şekillenmektedir.

Kıta Avrupası düşüncesi ekseninde değerlendirilen Fransız muhafazakârlığı devrimin getirdiği yenilikleri ve yeniliklerin doğurduğu sonuçları doğrudan yaşamıştır. Bu bağlamda karşı duruşunu sergilemedeki düşünsel alt yapısını oluştururken devrimin yöntemi ile aynı doğrultuda sert, dogmatik, uyum sağlama ve uzlaşmaya kapalı özelliklere sahip olduğu görülmektedir. Özellikle Fransız devriminin gelenekleri, monarşik rejimi, kiliseyi hasım almasına tepki gösteren Fransız muhafazakârlığı gelenekleri, monarşiyi, Kilise eksensiz cemaat yapıyı savunan; devrim ve ilerleme düşüncesini şiddetle reddeden bir yaklaşım sergilemiştir (Safi, 2007: 44-45). Aydınlanma düşüncesinin ve devrimin geri kalmışlığın müsebbibi olarak kiliseyi göstermesi, dinsel motiflerin yerine rasyonalist temaları koymaya çalışması, cemaatvari bir şekilde yapılan Fransız toplumsal yapısının inanç değerlerine olan sadakatini hiçe saydığı düşüncesi Fransız muhafazakârlığına özgü bir dayanak noktasıdır. Çünkü sosyalizmde sınıfın, liberalizmde bireyin yerini muhafazakârlıkta cemaat almaktadır (Vural, 2011: 49). Cemaate verilen bu önem aslında muhafazakârların dine ve dinsel kurumlara verdiği değerden kaynaklanır.

Kıta Avrupa eksensiz muhafazakâr düşüncenin önemli bir sacayağı olan Alman muhafazakârlığı felsefi temelleri daha güçlü bir anlayış geliştirmiş, modern hayata ve düşünceye karşı romantik bir tepki ortaya koymuştur. Aydınlanma düşüncesine Fransız devrimine karşı argüman geliştirmede Alman muhafazakârlığı diğerlerinden farklı olarak yeni kavramlar kazandıracak entelektüel derinlikte ve ulus- devlet merkezli bir bakış açısı getirdiği görülmektedir. Bu bağlamda Alman muhafazakârlığında derin etkiler bırakan ve kurucusu olarak kabul edilen Hegel sadece millet ve devlet kavramına önem vermekle muhafazakâr gelenek içinde olmakla kalmaz, aynı zamanda hakikati rasyonelliğin mükemmel formu olarak kabul ederek muhafazakârlığını derin bir felsefi temele dayandırır(Safi,2007:45).

İngiltere muhafazakârlık anlayışı Fransa'dakinden daha farklı bir yöntem sergilemiştir. Modern dünyanın salt aklın sağlayabileceğine inandığı geometrik mantığına düşman, tarihten gelen ve bugünle bağdaştırılabilecek tarihin şekillendirdiği törelere ve kurumlara sadık, doğal ya da veraset yolu ile geçen aristokrasiye bağlı demokrasiye karşı muhalif ve ölçülü bir bakış açısı ile İngiliz muhafazakârlığı Fransız muhafazakârlığından ayrılır. Böylece Fransız akrabasına göre çok daha az radikal, çok daha az uzlaşmaz ve çok daha az doktrinlerdir (Benetton, 2011:68). Katı ve uzlaşmaz bir tavır yerine demokrasi ve monarşiyi, liberalizm ve muhafazakârlığı bir arada tutacak kadar enek ve ılımlı bir bakış açısı vardır. (Safi, 2007:49). Bu anlayış onun pragmatist yapısından kaynaklanır. Aslında faydacı bu bakış açısı genel olarak muhafazakârlığın temel karakteristiklerinden biridir.

İngiliz muhafazakârlığının diğer bir özelliği ise gelenekçi olmasıdır. Siyaset felsefelerini temelinde vatanseverlik ve otorite vardır. Gelenekçi olmaları nedeniyle tarihten gelen birikimin kurumlara meşruiyet verdiğini düşünürler ve monarşi, lordalar kamarası gibi geçmişte kalan kurumlara sıkı sıkıya bağlıdırlar (Vural, 2011:53). Yeniliği kökten reddetmek yerine gelenekle bir gelecek inşa etmenin yolunu arayan Fransız muhafazakârlık özellikle Fransa'daki paydaşına göre bu özelliği ile daha etkili olmuştur. Bu etki hem siyasi erk alınanda kendini hissettirmiş hem de gelişime açık yönü ve yeniliğe baktığı sentezleyici bakış açısı ile günümüze kadar etkisini sürdürme gelmiştir. Ancak bu süreci geçmişin taşıdığı gelenek ve kurumlara sırt çevirmeden yapılması gerektiğini de savunmaktadır.

1.1.3. Muhafazakârlığın Yeni Bir Kimlikle Etkin Bir Alana Taşyan Amerikan Muhafazakârlığı

Özgürlük ve eşitlik ilkelerini temel alarak oluşturulan Amerikan siyasi yapısı tarihsel hafızasının dayandığı noktalar ve homojen bir şekilde oluşan toplum modeli yaşanan dünyada yaşanan gelişmeler ışığında ilk dönem muhafazakâr düşünce yapısını da Kıta Avrupa'sından farklı ve çağın şartlarına uygun bir şekilde geliştirmesine neden olmuştur. Bu durumu Benetton klasik muhafazakârlığa neden olan Fransız devrimi ile bir kopuştan çok bir kuruluş olarak nitelediği Amerikan devriminin farklı şeyler olduğunu ileri sürerek destekler. Zira Fransa'da da devrim eski bir ülkeyi altüst etti, çok eski bir rejimi yıktı ve atalardan kalan bir geleneği parçaladı. Amerika da ise böyle bir şeyin olması mümkün değildi. Çünkü ülke zaten yeniydi. Devrim anavatanından ayrılarak Amerikan ulusunu kurdu ve onu aristokrasi ve monarşinin bir düzenden kopmasına sebebiyet vermeden ulusla bütünleşik bir modern rejimle donattı (Benetton, 2011:80). Avrupa örneğinden farklı bir devrim örneği geçiren Amerika da muhafazakâr düşünce gelenekçi modernlik karşıtı tavrını sergileyeceği bir alanı Amerika da bulamadığı için ilk dönemlerde muhafazakâr fikirler bu coğrafyada gerekli etki alanını kendisine oluşturamadı. Muhafazakâr düşünce bu kıtada felsefi ve ekonomik anlamda liberalizmle eklenerek sadece düşünce kapsamlı değil politik alanda da etkin olacak bir anlayış geliştirme ihtiyacı hissettirmiştir.

1.2. Liberal Düşüncenin Etkisinde Gelişen Yeni Sağ Ve Yeni Muhafazakârlık Anlayışları

Değişimin karşısında aldığı katı tutumun sonucunda karşısında durduğu olumsuz durumların zamanla ortadan kalkması ile kendine savunulacak alan bulamayan muhafazakârlık savunduğu gibi kökten ve ani bir değişimle olmasa da zaman içerisinde evrilerek klasik muhafazakârlıktan yeni sağa ve yeni muhafazakârlığa doğru yol almış ve dünya siyasetinde etkin propaganda aracı olarak kullanılmıştır.

1.2.1.Yeni Sağ

Yeni sağ kavramı “İkinci Dünya savaşı sonrasında kurumsallaşan refah devleti olgusunun Batı modernizminin çelişki ve ikilemelerinin derinleşmesi ile ortaya çıkan sosyal siyasal ve ekonomik sorunların çözümü yönünde oluşan düşünsel ve siyasal dönüşümü ifade etmektedir”(Vural,2011:118). Yeni sağ nitelemesini ilk defa “sosyal muhafazakâr” niteliğini vurgulamak isteyen muhafazakâr düşünür Kevin Philips, 1975 yılında kullanmıştır.

Aslında bir anlamda geçmişten gelen muhafazakâr disiplinin karşı durduğu ve eleştirdiği şeylerin 20. yüzyılda kendiliğinden ortadan kalması ile birlikte muhafazakâr felsefenin yok olmak yerine evrilerek yeni politikalara ayak uydurma ve yönetimi kendi düşünsel çerçevesi ekseninde inşa etme çabası olarak nitelendirilebilecek bir anlayış olarak görülmektedir.

Tarihsel süreç değerlendirildiğinde; devlet, din, ahlak, hukuk, aile kurumlarında da köklü değişimler gözlemlenmiştir. Muhafazakârlığın savunduğu aristokratların yönetimi, toprak mülkiyetinin önceliği, otoritesi Tanrı’ya dayanan iktidar gibi sistemler bugün çağdaş toplumlarda neredeyse yok olmuştur(Gürel,2007:29). Bu noktadan yola çıkacak olursak yeni sağ anlayışı yirminci yüzyılın başlarından itibaren birçok farklı düşünceyle eklenerek ortak noktalardan hareketle siyasi ve düşünsel alanda nüfuzunu güçlendirme yolunu tercih etmiştir Savaş sonrası dönemde, liberal ekonominin piyasa serbestliğini sınırlandıran ve bu tür politikaları kamusal desteklerle belirli ölçüde dizginleyen sosyal liberal politik konjonktür, özellikle Batı’da, muhafazakârlığın güçlü bir alternatif olarak ortaya çıkmasını engelledi. Fakat yine de muhafazakârlık bir takım dönüşümleri kabul ederek, varlığını farklı bir kulvarda canlı tutmayı başardı. Artık eski feodal topluma dönüş arzusu ile şekillenmiyordu ancak yine belli türde bir yerelliği veya kırsallık imgelerini ve değerlerini paylaşıyor ama genel anlamda modernizmin teknik yeniliklerini ve yaşamda neden olduğu dönüşümleri kabul etmiş görünüyordu. Ayrıca artık milliyetçi veya ulusalcı fikirlerle de ortaklık kurabiliyor veya en azından bunların kendi cemaatçi anlayışıyla yeniden üretilmesini üstlenebiliyordu(Yücebaş,2013:51). Bunların en önemlilerinden birisi de düşünsel temelleri dikkate alındığında ortak bir paydada buluşacakları düşünülmeden liberalizmdi. Biraz daha açacak olursak liberalizmin serbest piyasa vurgusu ile muhafazakârlığın otorite devlet anlayışında dilemma geçmişte aşılması güç bir engel konumunda idi. Ancak gelişen süreç ciddi çelişkileri olan liberalizm ve muhafazakârlık kavramlarını birbirlerine yakınlaştırmış yeni bir tanımlama yaparak güncelleştirmiş ve biri bütünsellik oluşturmak adına yeni sağ adı altında hem siyasi alanda hem de pratik uygulama sahasında bir araya gelmelerini sağlamıştır (Vural,2011:118).

Yeni sağ düşüncesin en problemleri olarak gördüğü alan aslında onu liberalizme yakınlaştıran bir durumdur. Çünkü refah devleti anlayışı ile güçlenen devlet algısı otoriter bir devlet anlayışından her zaman hoşnut olan muhafazakârları dahi rahatsız edici bir boyuta gelmişti. Bu yüzden devletin her alana müdahil olmaması gerektiği düşüncesi ön plana çıkarılıyordu. Bu yüzden ki yeni sağ refah devleti politikalarının krize girdiği 1970 ‘li yılların başlarında devlete müdahalesinin kaldırılmasını en az devlet en fazla bireylerin inisiyatifli ilkelerinin hâkim olduğu bir sistemi öngörüyordu(Akkaş, 2000:21). Fakat burada her bireyin öncelik olması muhafazakârlığın önem verdiği düzen ve istikrar konusunda yaratacağı sıkıntının göz ardı edilmemesi gerekiyordu. Bu noktada yapılacak şey büyük ve güçlü devletin ortaya çıkardığı sorunlarda dikkate alınarak devletin belirli alanlarda sınırlandırılıp; bireysel gelişimin ve özgür teşebbüsün yolunu açmaktan geçtiğidir. Bu imtiyazı bireye tanırken ona temeli dinsel öğretilerde- batı toplumundaki hali ile Hristiyan inancın-

daki sosyal öğretilerde olan moral değerlerde- meşrulaştırdığı içsel bir topluma karşı sorumluluk duygusunu geliştirmekti.

1.2.2.Yeni Muhafazakârlık

Soğuk savaş sonrası yaşanan gelişmeli sosyalizmin karşısında liberal ve muhafazakâr düşüncenin eklektik bir burjuvazi tavrıyla ortak hareket eme gerekliliğini benimsetmiştir. Yanardağ'ın tanımlaması ile Amerika' da ortaya çıkan ve çizgileri soğuk savaş dönemini ikinci yarısında netleşmeye başlayan yeni muhafazakârlık sosyalist sistemin baskısı sonucu Batılı ülkelerdeki halkçı ve toplumcu kazanımlara karşı tepki olarak gelişen “reaksiyoner bir burjuva tavrıdır. Düşüncesini destekleme adına “birleşik bir sav olan düşüncüyü sınıflandırırken iktisadi olarak ultraliberal bir program ile ideolojik olarak muhafazakâr/gerici bir anlayışın eklektik siyasal ifadesi olarak açıklamaktadır”(Yanardağ,2013:39).

Bir başka açıdan bakacak olursak liberal ve muhafazakâr düşünce liberallerin ahlaki değerlere yaptığı vurgu ile muhafazakârların serbest rekabeti desteklemeleri her iki düşüncenin birbirine yakınlaşmasına ve yeni bir muhafazakâr hareketin doğmasına neden olmuştur.(Akkaş,2000:23). Muhafazakâr pencereden bakacak olursak Burke deki ilk biçimleri ile liberal bir nitelik taşıyan ancak bireye, üretime ve bölüşüme ilişkin duyarlılıkları ile kapitalizme karşı ihtiyatla bir kabul politikası da içeren muhafazakârlığın önemli bir bölümü 2. Dünya Savaşı sonrasında itibaren sosyalizme karşı duyduğu onulmaz nefretin de etkisi ile liberalizme yaklaşıma başlamıştır (Özipek,2011:204). Bu iki düşüncenin yapmış oldukları ittifak tartışıldığı kadar hangi tarafın baskın olduğu veya olacağı da tartışma konusudur. Aslında bu yakınlaşma ortak bir tehlike –kominizim- karşısında reel politikada olan düşmanınımın düşmanı dostumdur vecizesinin bir sonucu olarak her iki anlayışında genlerinde olan pragmatizmle kırmızı çizgilerini ortadan kaldırmasıdır.

Yine Giddens(2009:36) yeni muhafazakârlığı tanımlarken felsefi olmaktan çok sosyolojik bir olgu olduğuna vurgu yapar. En önemli temsilcilerinin İngiltere’de değil Almanya ve Amerika Birleşik Devletlerinde olan yeni muhafazakârlar kapitalizm ve liberalizmin bugün yaşamımız üzerinde bugün yaşamımız üzerinde sahip olduğu yaygın etkiyi kabul ederler, ama burjuva düzeninin anlamlı bir toplumsal varlığın dayandığı geleneksel sembol ve uygulamaları imha ettiğini düşünürler.

Yeni muhafazakâr toplum öğretisini siyasi elitlerin pratik eylemlerini yönlendiren bir paradigma olarak gören Helmut Dubiel(2013:13) ise “Yeni muhafazakârlık nedir?” sorusunu çok yönlü olarak geniş bir perspektifte şöyle cevaplar:

“Yeni muhafazakârlık içerisinde kültürel temel tasavvurların, sosyal felsefi insan imgelerinin, sosyal bilimsel teori metinlerinin ve ampirik tariflerin yoğunlaştırılarak siyasi savlar haline getirdiği bu türden bir paradigmadır. Kelime dar anlamıyla kendi aralarında birebirlerinden türetebilen merkezi temel var sayımlarından tündengelimle elde edilmiş bir hipotezler yapısına mahsus bir teori değildir. Yeni muhafazakârlığın böyle bir bilişsel merkezi, hipotezlerin üretilmesi için kuralları yok; daha ziyade siyasi sorunların çözümüne yönelik bir toplum öğretisidir bu öğretinin birliği kendi içinde değil eleştirdiği şeydedir-yani liberal sistemlerin bunalım fenomeni ve burjuva değer sisteminde gerçekleştiği iddia edilen otorite çözülüşü. Onu karakterize eden eklektizm ve tek tek eleştiri nesnelerinin ayrıklığı üzerinde Yeni

Muhafazakârlığın daha önce hiç kimsenin sahip olmadığı düşünsel bilgiler anlamında yeni olmadığı gösterilebilir. Yeni muhafazakârlık bir tepki (reaksiyon) oluşumudur”.

Aydınlanma bütünüyle reddetmek yerine onun radikalliklerine ve aşırılıklarına karşı gelen 20. Yüzyılın muhafazakârlığı karşıtı ile var oluşunu derinleştiren bir görüşe sahiptir. Bu derinlik aydınlanmanın dönüştürdüğü ve modernizmin terbiye ettiği rasyonelleştirilmiş bir gelenekçiliktir. Bu nedenle dincilik ve köktencilikten ayrılan modern muhafazakârlık, aydınlanma ve modernizmin tam zıddı ve bütünsel bir inkârı değil, onun içinde tutucu rol oynayan sağcı bir akımdır. Bütünlüklü bir ideolojik yapısı olmadığı için, bu ikili karakteri sorun da yaratmaz. Bu anlamda modern muhafazakârlık, zaman içinde devrimci veya ilerici niteliğini kaybeden ve tutuculaşan burjuvazinin ideolojisi haline gelmiştir (Yanardağ,2013:30). Kendi sistemini oturtan burjuvazi feodalizmi yıkarken kullandığı devrimci söylemden vazgeçip kendi düzeninin devamlılığı için tutuculaşan bir tavır sergilemektedir.

2. TÜRK MUHAFAZAKÂRLIĞININ TARİHSEL SEYRİ VE DÜŞÜNSEL ALTYAPISI

Türk muhafazakârlığını çözümlemenin yolu teknik olarak Batıdaki muhafazakârlıkla aynı yöntemle yapılabilir. Neticede batıda muhafazakârlık düşünsel temellerini atarken modern dönem öncesi geleneksel toplum hayalinden yola çıkarak aydınlanma dönemi ve devrim hareketleri ile mücadele yolunu seçtiği gibi Türk muhafazakârlığı da Osmanlı'da Tanzimat ve Islahat hareketleri ile başlayan batı özentisi değişim ve yenilik hevesinin gereksizliğine ve değişimin içselleştirilmeden, tedricen yapılmak yerine taklidi bir zihniyetle dönem dönem topluma karşı yapılan psikolojik baskılarla hayata geçirmesini eleştirerek yola çıkmıştır. Ülkemiz siyasi literatüründe çok kullanılan fakat Batı'da kullanıldığı anlamı ile siyasal karşılığı bulunmayan “muhafazakârlık” kavramı, özellikle dindarlık ve geleneklere bağlı olma şeklinde algılanmıştır. Oysa Batı, muhafazakârlık kavramını kullandığında anlatmak istediği şey radikal değişimleri istemeyen, özellikle toplumsal yapıdaki sınıfsal ayrımların muhafaza edilmesinden yana olan bir siyaset ideolojisidir (Sezik,2013:311). Batıda siyasal bir düşünce ve sosyal bir hareket olarak karşısına Fransız devrimini ve aydınlanma felsefesini düşünsel çıkışlarını alan muhafazakâr düşünce; ülkemizde de çağdaşlaşma, modernleşme gibi tepeden inme yapılmaya çalışılan yeniliklere muhalif olmuştur (Gül,2001:153). Osmanlı'nın son dönemlerinden başlayarak günümüze kadar uzanan modernleşme süreci ve Cumhuriyetin kuruluşu ile hayata geçirilen inkılapların toplumda yarattığı travma üzerine eleştiriler getiren Türk muhafazakârlığı dini ve milli değerlerle ittifak ederek yaygınlık kazanmayı benimsemiştir.

Türk muhafazakârlığını anlamak için Türk modernleşmesinin seçtiği yöntemi de gözden geçirmek gerekir. Osmanlı-Türk modernliği içinde on dokuzuncu yüzyılın ilerlemeci siyasetinin ideolojik geleneği olarak yükselen pozitivistimin siyasal ve sosyal teorisi çerçevesinde gelişen anlayışa göre, bireysel gelişmenin ve toplumsal ilerlemenin şartı, cehaletin kaldırılması, akıl ve bilim ölçülerine uymayan önyargıların ve geleneklerin yok edilerek, özgür insanın yaratılmasıdır (İrem,2002:43). Osmanlı'nın geçmişteki ihtişamlı günlerinden uzaklaştığı dönemlerde batılı düşünürlerden etkilenerek yenilik hareketlerinin büyümesine kapılan düşünürler ve devlet adamlarının başlattığı günümüze kadar da etkilileri devam ettiren bu anlayış aslında muhafazakâr düşüncenin neye karşı olduğunun bir tanımı olarakta kullanılacak kadar açıktır. Bu yüzden değişimi teknik ve bilimde hoş gören muhafazakâr düşünce gelenek ve maneviyattan kopuşa neden olması dolayısıyla da eleştirmiştir.

Muhafazakârlığın pragmatist tarafı tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de dönemsel esneklik göstermesine neden olmuş ve çeşitlilik göstermiştir. Örneğin, muhafazakârlığın ilk ortaya çıktığı dönem olarak Fransız Devrimi gösterilmektedir. Bütünlüklü bir burjuva toplumsal dönüşümünün gerçekleştiği Devrim sırasında muhafazakârlık büyük oranda anti-burjuva olarak kendisini oluşturmuştur. Sosyalizmin ve sosyalist devrimlerin ortaya çıkışıyla beraber muhafazakârlık yeni düşmanıyla savaşılabilmek için kapitalizmle barışmıştır(Yıldırım,2003:10).Yine günümüze yaklaştıkça liberalizmle ortak savlar ileri sürmüş demokrasi ile barışmış ve değişim her ne kadar karşı olsa da kendi düşüncesi ile tutarlı bir şekilde tedrici değişime kaplılarını kapatmamıştır. Türk muhafazakârlığını diğer dünya örneklerinde olduğu gibi dönemsel incelemek ve yaşanan siyasi, sosyolojik, ekonomik ve bilimsel gelişmeler perspektifinde ele almak gerekmektedir.

2.1.Osmanlı'dan Günümüze Muhafazakâr Söylemin Siyasi Yansımaları

Osmanlı'da başlayan yenilik hareketlerinden farklı bir alana kayan cumhuriyet yenilikçiliği sadece yeniyi getirmekle yetinmeyerek eski ve işe yaramaz olarak ifade ettikleri geçmiş ortadan tamamen kaldıracak bir programı hayata geçirmeye çalışmıştır (Belge,2013:98). Ayrıca Türkiye tarihinde Cumhuriyet Devrimi ve Atatürkçülük; laiklik, akılcılık, evrimsel değil, devrimsel dönüşüm yaklaşımlarıyla muhafazakâr siyasi kimlikten oldukça farklı aydınlanmacı, ilerici ve köklü değişim taraftarı bir kimlik sergileyerek Türk muhafazakâr düşüncesinin de ortaya çıkmasına zemin hazırlıyordu (Gürel,2007:62). Aslında cumhuriyetin kuruluş aşamasından itibaren iki farklı bakış açısı birbirlerine muhalif olmalarının yansırı birbirlerini besleyen bir yapıyı da içermektedirler. Bu durum daha cumhuriyet kurulmadan oluşan ilk mecliste de kendisini göstermiştir. Aynı meclis içerisinde iki grup ortaya çıkmıştır. Bunlardan ilki Mustafa Kemal tarafından Anadolu ve Rumeli Müdafai Hukuk grubu olarak bilinen ilk meclisin tüm üyelerinin içinde olduğu "Birinci Grup" tur(Safi,2007:246). Birinci Büyük Millet Meclisi'nde Kemalistlere karşı oluşturulan İkinci Grup ile saltanat ve hilafetin kaldırılmasından sonra Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası modern anlamda bu topraklarda gelişen ilk muhafazakâr hareketlerdir. Kemalistlerin tasfiyelerine karşın bu gruptakiler dahi doğrudan modernleşme karşıtı olmak yerine gelenekleri koruyarak tedrici bir değişimin gerekliliğine inanmakta idiler(Yanardağ,2013:163). İkinci grubun gerek etkin bir lider ve teşkilatıma eksikliği, gerekse Atatürk'ün yakalamış olduğu askeri ve siyasi zaferlerin gölgesinde kalmaları kuruluş felsefesini yönünü yeniliğe çevirmiştir.

Türk modernleşmesi bu noktada hareket etmediği düşünülerek eleştirilmiştir. Paradigma-sını batıya çevirerek yenilik ve geç kalındığı düşünülerek hızla hayata geçirilemeye çalışılan yenilik yapma dürtüsü bir noktadan sonra kendi içerisinde muhafazakâr bir eğilim göstermeye başlamıştır. İlk meclis kurulduğundan itibaren muhalif olan kesim çeşitli zamanlarda siyasi ve yazarlar tarafından aykırı seslerini duyurmaya çalmışlardır. Refet Bele, Kazım Karabekir, Fevzi Çakmak ve Ali Fuat Paşa gibi Kurtuluş Savaşı'nın önde gelen şahsiyetlerinin bir muhalefet partisi kurarak, "jakoben imperium"u (tepeden inmece otoriteyi) sınırlama girişimlerinde buldukları görülmektedir(Şeyhanlioğlu,2009:99).

Birkaç başarısız deneme girişiminden sonra Türk siyasi hayatında yerleşen çok partili hayat aynı zamanda muhafazakâr söyleminde kendisine yer bulacağı bir alanı hazırlamıştır. Bu bağlamda Demokrat Parti bugünkü iktidarında kaynağını oluşturmaktadır dönemin başlangıç sürecine kısaca bakacak olursak Tüm dünyada İkinci Dünya Savaşı yılları sonrası esen demokrasi rüzgârı Türkiye'de karşılığını bulmuş ve demokrasini gereği olan çok partili sisteme geçmenin gerekliliği dile getirilmeye ballanmıştır. 7 Haziran 1945n tarihinde CHP milletvekilleri Celal Bayar, Refik Koraltan, Fuat Köprülü ve Adnan Menderes

verdikleri önerge ile “Dörtlü Takrir” olarak adlandırılan özgürlükleri kısıtlayan düzenlemelerin artık sürütülemeyeceğini hak ve özgürlüklerin anayasal güvenceye alınarak çok partili sistemin hayata geçirilmesi gerektiğini ve hükümetin TBMM tarafından denetlenmesini savunmuşlardır(Safi,2007:253-254). Bu durum muhafazakâr düşüncenin Türk siyasal hayatında kendisine yer bulmasına da zemin hazırlamıştır. Bu yüzden Yanardağ Türk muhafazakârlığının ikinci evresini çok partili düzene geçiş ve Demokrat Parti’nin kuruluş ve iktidarı oluşturduğunu söyler. Çünkü 1925’ te çıkarılan Takrir-i Sükûn Kanunu’yla 1950’ye kadar irtica (dinci gerilik) gibi onunla uzlaşma içindeki muhafazakârlık yasaklı konumdadır ve kendisinin bu dönemde sadece CHP içinde ifade etmek mecburiyetindedir(Yanardağ,2013:163).

Sonraki yıllarda iktidar olan Demokrat Parti zamanla muhafazakâr söyleme yakınlaşmış ve bu noktada adımlar atmıştır. Türkiye’de özellikle Demokrat Parti ile başlayan dönem gerek siyasi gerekse sosyal yapıda bazı değişikliklerin seyrinin farklılaştığı bir dönemdir. Liberal bir perspektifle özgürlükleri savunan bu düşünce yapısı kurucu felsefenin yenilikleri aniden ve tepeden inme anlayışının halk nezdinde bulmadığı karşılığı politik sepetine koyarak iktidara gelmiştir. Daha sonra ayrıntılandıracağımız gibi her ne kadar doğrudan bir muhafazakâr parti olarak algılanmasa da zaman içerisinde geleneğe, yerele, milli ve manevi inançlara yaptığı vurgular; Batı’ya sırt çevirmeden halkın özümseyeceği yenilikleri halkın geçmişten geldiği değerler kaynaştırarak hayata geçirme fikri bu partiyi muhafazakâr düşünce çerçevesinde değerlendirmeyi sağlamıştır. Özellikle “Yeter söz milletindir” sloganı devleti ve elit seçkini kutsayan zihniyet yerine halkı önemseyen ve onun görüşleri ile şekillenerek bir yönetimi yapının dolayısıyla da tipik bir muhafazakâr kimliğin hayata geçeceği iddiasıdır. İnceleyeceğimiz dönem ise politik kimliğine muhafazakâr kelimesini doğrudan olmasa da demokrat kavramı ile eklemleyerek siyasi kampanyalarını yürüten ve Türkiye’de uzun süren koalisyonlar dönemi sonrasında güçlü bir şekilde tek başına iktidar olan Adalet ve Kalkınma Partisi dönemidir. Bu dönemde de “Millî İrade, Millî Güç” söylemi kendisini hissettirmiş zaten parti yöneticileri kendilerini muhafazakâr demokrat olarak tanıtmışlardır.

Bu dönemde iktidarın güçlü ve tek başına oluşmasının nedenleri arasında bu partinin kampanyaları esnasında gelişen teknoloji ile birlikte siyasi iktidarın meşruiyeti sağlamanın araçlarından önemli birisi de medya organları öne çıkmaktadır. Kitle iletişim araçlarının günümüzde kazandığı bu önem iktidar olmanın yanı sıra iktidarda kalmanın ve söylemlerini ve politikalarını topluma yansıtmanın önemini de ortaya çıkarmaktadır. Bu noktadan yola çıkacak olursak iktidarın siyasal söylemine yerleştirdiği muhafazakâr söylem medyanın da bu doğrultuda şekillenmesi katkı sağladığı öne sürülebilir.

3.MUHAFAZAKÂR SÖYLEM ÜZERİNDEN MEDYANIN İKTİDARINDAN İKTİDARIN MEDYASINA YAŞANAN DEĞİŞİM

Medya iktidara seçimle verilen yetkinin nüfuz alanını genişletmesinde önemli bir yardımcı unsurdur. Foucault’un tespitinde olduğu gibi hiçbir iktidar bilginin üretimi düzenlenmesi, dağıtımı ve alıkonması olmaksızın uygulanamaz gerçekleşemez. Bu sebeplerdir ki iktidar açısından kitle iletişim araçlarının önemi büyüktür. Rızanın sağlanması ve ideolojik yeniden üretimin devamı için kitle iletişim araçları önemli bir görev üstlenmektedir. (Çoban,2014:27). Bu gücün farkında olan iktidarlar medyayı kendi istekleri doğrultusunda dizayn etme çabasında olmuşlardır. Özellikle güçlü tek başına iktidar olma avantajı bu doğrultuda medya alanında etkin olma amacını da hızlandırarak hayata geçirmektedir.

“Gramsci ideolojik hegemonya kuramını temellendirirken iktidarı elinde tutan ve sürekli tutma hırslarında olan egemenlerin kendi düşüncelerini kültürlerin ve etik değerlerini yaymak, ellerinde tuttukları gücü ve zenginliği kaybetmemek; bu gücün onlara sağlamış olduğu konumlarını sürekli hala getirmek için kitle iletişim araçlarını kullandıklarını belirtmektedir. Yine Althusser toplumsal üretimin toplumun tamamına yayılarak üretimin yapılması için kavramsallaştırdığı devletin ideolojik aygıtları tasnifinde medyayı ön plana çıkarmaktadır”(Arsan, Çoban,2014:11). Bu ifadenin de anlaşılacağı üzere medya iktidarlar için hayati önem taşıyan bir unsurdur. Sadece siyasal iktidara gelmenin değil orada kalıcı olmanın ve akabinde istediklerini hayata geçirecek bürokratik iktidarı ve halk desteğini ya da halkın tepkisiz kalması gerektiği zamandaki içe kapanışını sağlayacak bir güce sahiptir.

Bu tespitlerin doğrultusunda medya iktidar ilişkileri her dönem gözlemlenmektedir. Bu bir nevi karşılıklı çıkar ilişkisidir. Bir medya organı güçlü olmak istiyorsa gücünün yani egemen ideolojinin tarafında olmak durumundadır. Egemen düşünce iktidar sahipleri ile medya patronlarının ortak menfaat çerçevesinde bir araya getirmektedir. İktidar ve medya patronu düzenin devamı noktasında ortak bir görüşe sahiptir. Her hangi bir çatışma durumunda medya organı ya fikrini değiştirir ya da sektörden çekilir. Diğer tarafta ise iktidarın görünen yüzü değişir ve yeni iktidar eski veya yeni oluşturduğu medya ile bilinirde eski fakat görünürde yeni bir ilişki sarmalını oluşturur(Çoban,2014:37).

3.1. 2002'den İtibaren Kentin Elitlerinden Taşra'nın Ötekilerine Muhafazakârlaşan İktidar ve Medya Yapısı

3 Kasım 2002 seçimleri ile tek başına iktidar olan Adalet ve Kalkınma Partisi medyada yapmak istediği değişim için 2001 krizi sonrası batık bankaların sahiplerini birçoğunun medya sahipleri olması ve bu kuruluşları Tasarruf Mevduat Sigortası Fonu'na devri önemli bir fırsat olmuştur. Bu yaşanan olay holdingleşme sonrası önemli güce ulaşan medyanın iktidarından devlet imkânları kullanılarak “iktidarların medyasına” doğru bir devrimin habercisidir. Nitekim AKP dönemi bu fonun açtığı ihalelerle ve farkı yollarla hem kendine yakın sermayenin medya sahipliğini sağlamış hem de Türkiye’de kendisinin ana akım olarak konumlandırılan medyanın direncini kırmıştır. Kuruluşundan itibaren geçmişine çektiği süngeri yeni şeyler söyleyerek aşmaya çalışan AKP'nin durumunu tasvir ederken ne tam bir kopuştan ne de tam bir süreklilikten söz edilebilir. AKP ileri gelenleri, bir yandan geleneksel kültür ve değerleri korumaya özel bir vurgu yaparken diğer yandan Batı demokrasisinin temel kurumlarını, bilim ve teknolojiyi benimsemenin önemi üzerinde dururlar(Doğanay,2007:70). Gerek iç politikada gerekse dış politikada bir yönünü batıya dönen ve modernleşme ve özgürlükler noktasında olduğu kadar ekonomik hamlelerinde de liberal felsefeden etkilenen parti; bir yüzü ile de geleneksel değer ve kurumları önemseyerek İslami motiflerden beslenerek, alt kimliklere ayrı parametrelerden bakarak hemen her kesimden oy devşirmiş ve ilk seçimlerinde diğer sağ partilerin meclis dışında kalması ile birlikte tek başına iktidar olmayı başarmıştır.¹ Bu başarısını daha sonraki seçimlerde de tekrarlayarak AK Parti halk desteği olarak sağladığı siyasal iktidarını bürokratik iktidarla beslemesi gerektiğini bilincindedir. Ayrıca toplum nezdinde attığı adımları her anlamda meşrulaştırmak adına hem kendi sermayesini hem de kendi medyasını oluşturmak için

¹ AK Parti, 7 Haziran 2015 Milletvekili Genel Seçim’inde birinci olarak, üst üste girdiği dört genel seçimden de birinci çıkma başarısını gösterdi. AK Parti, kurulduğu 14 Ağustos 2001’den beri 4. genel seçime girdi. 2002, 2007, 2011 ve bugünkü seçimlerin yanı sıra, 2004, 2009 ve 2014 yerel ile 2014 cumhurbaşkanlığı seçimlerini kazanan AK Parti, Türk siyasi hayatında en uzun süre iktidarda kalan parti oldu. Yaklaşık 14 yaşındaki AK Parti, 12,5 yıldan beri iktidarda bulunmaktadır(<http://www.aa.com>).

zamana yayılan süreçte medya ile kronik ilişki sarmalını yoğunlaştırmaktadır. Bunun sonucunda Ak Parti iktidarından sonra medya sektöründeki egemen grupların resminde belirgin değişiklikler görülmüştür. Öncelikle Uzan Grubu şirketlerinin tasfiyesiyle başlayan değişim sürecine Çalık Grubu ve Kalyon Grubu’nun katılımı ve Doğuş Grubu’nun pazar payını büyük oranda artırmasıyla 2014’e geldiğinde yine güçlü sermaye gruplarının kontrol ettiği ancak yoğunlukların el değiştirdiği bir resim görülmektedir. Bu süreçteki en önemli faktörlerden birisi de TMSF olmuştur(Çam, Yüksel,2015:71-72). Duran bu durumu (2015:19) “AKP devleti ile büyük ölçüde global neoliberalizmin katkısıyla medyanın, gazeteciliğin, gazetenin, haberin, medya mülkiyetinin hatta okurun tanım işlev ve koşulları değiştirmiş” diyerek eleştirmiştir.

Bu uygulamalardan en çok dikkat çeken ise Sabah ve ATV grubunu o gün medyada hâkimiyet kurmaya çalışan Doğan grubu yerine iktidara yakın olan Çalık Grubu’na satılması olmuştur. Ülkenin ikinci büyük medya grubu, 2001 Krizi sonrasında sahibi Dinç Bilgin’in bankası ve medya şirketlerine TMSF tarafından el konulmasının ardından, 2007’de AK Parti’ye yakın Çalık Grubu tarafından devlet bankalarından sağlanan kredilerle 1,1 milyar dolara satın alınmıştır. Bu satışın 750 milyon dolarlık kısmının kamu bankaları olan Halkbank ve Vakıfbank’tan sağlanan kredilerle gerçekleştiği açıklanmıştır. Bu olay iki yönlü olarak iktidarın medya üzerindeki nüfuz alanını genişletmiştir. Çalık grubu daha sonraki yıllarda zarar ettiği gerekçesi ile Sabah ve ATV ‘yi satmak istemiş News Crop ile görüşülmüş ancak satış gerçekleşmemiştir. 17 Aralık 2003 yolsuzluk operasyonu sonrası ise Kalyon Grubuna bağlı Zirve Holding’in bu yayın kuruluşlarını satın aldığı açıklanmıştır. Bu grup devletten yüksek meblağlı tartışmalara neden olacak ihaleler aldığı ve Erdoğan’ yakınlığı ile bilinen bir gruptur((Çam, Yüksel,2015:75).

Bir yandan kendi sermayesini medya alanında tutarak kendisini garantiye almış öte yandan iktidarlar üzerinde etkin olan Doğan Grubu’nun gücü sabitlenmeye çalışmıştır. Hatta diğer uygulamalar ile Doğan Grubu’nun gücü iyice kırılmıştır. 2002 seçim sonrası dengeli yürütülen AKP – Doğan medya ilişkileri 2004 sonrası değişmiş ve bu gruba ait yayın kuruluşlarından hükümet ağır bir dille eleştirilmiştir. AK Parti’nin bu medya muhalefetine cevabı ikili bir strateji izleme yoluyla olmuştur. Bir taraftan ağır vergi cezaları uygulayarak Doğan Grubu’nu küçülmeye zorlamış, diğer taraftan ana akım medyayı yeniden şekillendirmeye başlamıştır (Kurban, Sözeri,2012:54). Medya dışında Petrol Ofisinden de koparılan gruba medya alanında ise ayrıca bu makro operasyonların yanında bünyesindeki “muzır” yazarları tasfiye ettirecek mikro cerrahi müdahalelerde de yapıldı(Sönmez,2014:99).Adaklı (2013:571) ise bu durumu özellikle Deniz Feneri tartışması üzerinden yorumlayarak bu dönemde Hürriyet gazetesinde çıkan haberleri üzerine Başbakan’ında gruba ilgili gizli belgeleri açıklama resti üzerine bu grubun yayın organları iktidar karşıtı bir kampanya yürütmüştür. Hükümetin Doğan Grubu’nu hedef alması ve 2011 yılında yürürlüğe giren 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun’un 19. maddesi birinci fıkrasının (d) bendi ile getirdiği medya kuruluşlarının pazar paylarının %30 ile sınırlanması kuralının ardından, Grubun 2005 yılında TMSF’den satın aldığı Star TV, Doğuş Grubu’na satılmıştır. Bunun ardından Doğan Grubu aynı yıl Milliyet ve Vatan gazetelerini de Demirören ve Karacan Grubu’nun ortak girişim şirketi DK Gazetecilik ve Yayıncılık AŞ’ye satmış, bu şirket Şubat 2012’de tamamen Demirören Grubu’nun kontrolüne geçmiştir (Sözeri,2015:12). Bu kuruluşlardan Star TV’yi satın alan Doğuş özellikle 12 Haziran 2011 seçimleri sonrası AKP iktidarı ile ilişkilerini sıklaştırmış, netice olarak NTV kadrosunda yapılan ayıklamalarla da bu durum teyit ettirilmiştir. Yine Milliyet ve Vatan gazetelerini satın alan Demirören yazar kadrosuna “

Beyefendiyi üzecek şeylerden uzak durum” telkini ile iktidarın konumunu belirlemiştir(Sönmez,2014:99).

Yine TMSF'nin şirketlerine el koymasına rağmen AKP iktidarı döneminde büyümeye devam eden Ciner grubu Habertürk televizyonunu satın almış sonrada gazetesini çıkarmıştır. Başbakan'ın daha sonra “Alo Fatih”² olayı ile gündeme gelecek Fatih Saraç'ı Ciner'le buluşturması ve 2013 ten itibaren Başbakan'ın baş danışmanlığını yapan yiğit Bulut'un öncesinde Habertürk Tv'de genel yayın yönetmenliği yapması yine iktidarın medya üzerinde kurduğu hegemonyanın bir diğer örneği (Çam, Yüksel,2015:73)

Uzan Grubu'nun el konulan medya şirketlerinden Star gazetesi ve bir televizyon kanalı ise 2006 yılında Ali Özmen Safa adlı bir iş adamına satılmış ve televizyon kanalı daha sonra 24 TV adını almıştır. Bir yıl sonra bu medya grubuna eski Türkiye Futbol Federasyonu Başkanı Hasan Doğan ve işadamı Ethem Sancak ortak olmuştur.(Sözeri,2015:13) bu gruplar daha sonraları yine el değiştirmiştir. Ancak sahiplik yapısı her zaman iktidar yanlısı kişilerden oluşmuştur.

Sönmez(2014:101). son dönemlerde Türkiye'deki medya yapısı ile ilgili tabloyu iktidar ile olan konumu itibarı ile şöyle çizmiştir.

-AKP iktidarı medyası(Star, Yeni Şafak, Akşam, Sabah, Türkiye grupları ve televizyon kanalları; ayrıca TRT ve AA kamusal medyalar

-Cemaat medyası (Zaman, Bugün gazeteler ve bağlı televizyon ve radyo kanalları)

-iktidara yakın duran biat etmiş Doğuş(NTV), Ciner (Habertürk), Demirören,(Milliyet, Vatan grupları)

-AKP iktidarına boyun eğmeye yer yer direnen ve niceliksel olarak en büyük medya grubu Doğan(Hürriyet, Posta ve bağlı TV kanalları)

-AKP iktidarına direnen muhalif irili ufaklı medya(Sözcü, Cumhuriyet, Aydınlık, Yurt, Birgün, Sol, Evrensel, Özgür Gündem, gazeteleri ve birkaç TV kanalı)

Özellikle mevcut siyasi iktidar döneminde güçlenen ve medya dünyasındaki etkinliğini arttıran, ‘Muhafazakâr ve İslamcı’ basın olarak adlandırılan, ancak diğer yandan da ‘yandaş medya’ tanımlamaları ile karşılaşan bir yapı görülmektedir (Feridunoğlu,2013:77). Bu gruplar AKP iktidarı sonrası her anlamda güç kazanmış ve önceki dönemlerde uygulanan negatif ayrımcılık noktasından pozitif bir ayrımcılığı elde edecek statüye kavuşmuşlardır. Ayrıca iktidar tarafından desteklenen diğer kuruluşlarında bu safta değerlendirilmesi muhafazakâr medyayı merkeze kaydırmaktadır. Star Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Mustafa Karaalioğlu, Türkiye’de sermayenin el değiştirmesine bağlı olarak medyada yaşanan değişime dikkat çekmektedir:

² Recep Tayyip Erdoğan'ın Fatih Saraç'ı arayarak MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin grup toplantısı ve sonrası yaptığı konuşmaları ve alt yazıları kaldırması gerektiğini söylediği ve kanalın yayını kestiği konuşma ile ilgili ses kayıdır. Bu iddialar uzun bir dönem basın özgürlüğü ve tarafsızlığını zedelediği için kamuoyunda tartışılmıştır.

Merkez yeni adresine taşınıyor. Değişimi anlatmak için genel bir tasnif yapalım..."Muhafazakâr" sermaye sahiplerinin sahip olduğu gazetelerin toplam tirajı, geri kalan gazeteleri geçti ve aradaki farkı da giderek açıyor. STAR, Zaman, Sabah, Türkiye, Takvim, Yeni Şafak, Bugün, Yeni Akit, Yeni Asya, Milli Gazete, Milat ve Today's Zaman'ın toplam günlük tirajı 2 milyon 250 bini aşmış bunuyor. Bu rakam, pazar payının yüzde 55'nin aşılması demektir. Buna karşılık, diğer bütün gazetelerin tirajı 2 milyonun altında seyrediyor. Ki o kesimde de bütün sermayeyi aynı başlık altında değerlendirmek doğru değil. Zira sermaye çeşitliliği ve ideolojik ayrışmalar eski Türkiye medyasını da tek başlık altında toplamayı güçleştiriyor. Nitekim bazılarının bu tasniften kurtulma çabası da gözleniyor. Ama dediğim gibi genel bir tasnif yapıyoruz...(<http://www.medyagunlugu.com>).

Türkiye'de ön plana çıkan muhafazakâr medya grupları da ağırlıklı olarak bir sermaye grubu tarafından yönetilmektedir. İktidara yakın olan bu gruplardan Albayrak grubu Yani Şafak ve TV Net kanalını, İhlas grubu Türkiye Gazetesi TGRT Haber ve İhlas Haber Ajansını yönetmektedir. Ayrıca Star Gazetesi ve Kanal 24 Ethem Sancak'ın kontrolündedir. Yine Kanal 7 grubu radyosu ve internet haber sitesinin yanı sıra Ülke TV ile de yayın ağını genişletmiştir.

Bu dönemde özellikle TMSF üzerinden yapılan uygulamalar ile iktidar devlet eli ile el konulan medya şirketlerini belirli dönemlerde ihale ederek belirli gruplar arasında satışlar yapıldığı görülmektedir. Bu durum medyada tekelleşme olgusunu farklı gruplar elinde olsa bile iktidar yakını ortak paydası üzerinde birleştirmesi medya üzerindeki tek tipleştirme eleştirilerin farklı bir noktaya taşımıştır. Böylece en büyük medya patronu haline gelebilecek iktidar geçmişte medyanın hükümetler üzerinde kurduğu baskıyı akış tersine çevirerek devam ettirebilmektedir. Böylece medyanın doğru haber verme ilkesi, bağımsız haber yapma yetisi zedelenmekte manipülatif bilgi akışı hızlanmaktadır eleştirileri yoğunlaşmaktadır.

SONUÇ

Muhafazakârlık kavramının ortaya çıkışı ve düşünsel zemininin oluşması ise tarihsel bir arka plana dayanır. Öncelikle aydınlanma Felsefesinin tohumlarını atan Rönesans ve Reform hareketleri rasyonel akla değer verilmesini ve bireyin salt bu çözümlerle düzeni ve huzuru sağlayabileceğini öğütlemektedir. Bu düşünceler çerçevesinde ortaya çıkan Fransız Devrimi ve devrim sonrası yaşananlar Avrupa'da muhafazakâr düşüncenin sistematik olarak temellenmesine yol açmıştır. Kavram günümüzde karşısında olduğu değişimi yaşayarak gelen muhafazakâr düşünce ortak paydasına olmasına karşın içinde bulunduğu zamana veya ortaya çıktığı toplumun sosyo psikolojik değerlerine, siyasal ve ekonomik yapısına göre de şekillenmiştir Muhafazakâr olmak değişime sorgulamadan karşı çıkmak değil değişimin hızı ve uygulama şekline olan bir itirazdır. Bu düşünce ile zaman içinde kendisini geliştiren muhafazakâr düşünce kendi içine kapalı sığ bir düşünce olmaktan çıkarak zamanı ve mekânı aşmış tüm dünyada ve bugüne kadar felsefi düşüncenin olduğu kadar politik söylemin de önemli bir aracı olmuştur.

Muhafazakâr düşünce siyasal olarak ise Türkiye'de daha çok merkez sağın söylemi olmuştur. Genel olarak millete ve milli iradeye gelenekler ve inançlara vurgu yapan bu politik söylem iktidarını meşrulaştırmak adına kendi medyasını oluşturmak ve karşısında

olduğu düşünceleri ise baskı altına almayı tercih etmiştir. Bu yüzden siyasi Lügatini “muhafazakâr demokrat” kimlik üzerinden inşa eden Adalet ve Kalkınma Partisi’nin iktidar geldiği 2002 yılından sonra medya yapısında önemli değişiklikler olmuştur. Bu değişiklikler iktidarın kendi medyasını oluşturma adına yaptığı değişiklikler olarak özellikle medyaya sermaye iktidar sarmalında önemli bir noktaya geldiği gözlemlenmektedir.

Bir diğer dikkat çeken hususu ise bu süreçte iktidarla birlikte oluşan sermaye yapısındaki değişim medya bağlantılı devam etmiştir. Güçlü bir şekilde iktidar olan bir partinin medya üzerindeki hâkimiyet alanı iki şekilde genişlemektedir. Bunlardan ilki mevcut medya guruplarını doğrudan olmasa da dolaylı bir şekilde iktidarın destekçisi yayınlara yönlendirmektedir veya keskin muhalefet çizgisinden daha esnek bir yayın politikası izlemesini sağlamaktadır. Böylece halk nezdinde iktidar güçlü bir figür olarak yansırken muhalefet silikleştirilmektedir. Bir diğer yöntem ise kendi sermayesi ekseninde kendi medyasını oluşturmaktır. AKP dönemi özellikle bu anlamda ticari medya alanı ortaya çıkmış ve müdahaleye açık bir noktada konumlanmıştır. Bu noktada getirilen eleştiriler medyanın sermaye gurupları arasında el değiştirmesi ve bu gurupların devlet üzerinden aldığı ihalelerle önemli bir güce sahip olmasının yarattığı sonucun medyanın teorikteki müdahale olmadan sağladığı bilgi aksının pratikte durumu göre yorumlanan, öne çıkarılan veya görmezden gelinen bilgi akışının olduğu bir yöne doğru gittiği şeklindedir. Aslında medya ile iktidar arasında şekillenen bu süreç özellikle 28 Şubat 1997 “post modern askeri darbesi” ve sonrasında 2001 yılında yaşanan ekonomik krizin şekillendirdiği bir dönemdir. Krizin ardından bazı medya gurupları piyasadan çekilmiş bazıları ise sahiplerinin karıştığı yolsuzluklardan dolayı devlet tarafından el koyularak TMSF ‘ye devredilmiştir. Devredilen bu medya kuruluşları 2002 yılında iktidara gelen AK Parti’nin medyayı yeniden şekillendirmesinde etkili olmuştur (Sözeri, 2014: 81). AK Parti’nin iktidara geldiğinde muhafazakâr medya olarak adlandırılacak bu gurupların hem nitel hem de nicel ağırlığının etkin olmaması güçlü bir halk desteği ile iktidara gelen bir partinin eksik tarafı olarak görülmektedir idi. Bu sonuçtan yola çıkarak iktidar bu eksikliğin giderilmesi için bu düşünce ekseninde yer alan iş adamları bu piyasada yer edinmeye çalışmıştır. Ayrıca bu grupta bulunan etkin yazarlar ana akım medya gurupları içinde yetkin bir konum sağlayarak muhafazakâr kimliğin medyanın merkezine oturmasına katkı sağlamışlardır. Merkez olmaya öykünen ve iktidar rantından kendi payını isteyen ‘muhafazakâr burjuvazi’yi ve yeni ‘orta-sınıf’ı muhatap okur kitlesi kabul eden muhafazakâr medya Türkiye’de iki yönlü bir medya alanını ortaya çıkardığı gözlemlenmektedir. Aslında bu durum bir nokta iktidarın muktedir olma gereğinin bir zarureti olarak görülebilir. Bu bağlamdan yola çıkacak olursak en az halk desteği kadar sermaye gücü ve bunları yansıtacak bir medya gücü medyanın holdingleşme süreci sonrası ticari bir meta olarak algılanması medya patronları ve iktidarlar arasında yakınlaşmayı bazen de çatışmayı beraberinde getirmektedir. . Muhafazakâr kimlik üzerinden oluşan bu yapı Türkiye’deki yeni medya yapısını bu düşünce ekseninde bir resim ortaya koyacağını göstermektedir.

KAYNAKÇA

Kitaplar

Adaklı, G. “2002-2008: Türk Medyasında AKP Etkisi”, AKP Kitabı: Bir Dönüşümün Bilançosu, Der. İlhan Uzel, Bülent Duru, Ankara: Phoenix Yayınevi, 2013, s.559-613.

Argın, Ş. (2013). “Siyasetin Taşra’sında Taşranın Siyasetini Tahayyül Etmek”, Modern-Türkiye’de Siyasi DüşünceC: 5. İstanbul: İletişim Yayınları

- Arsan, E.ve Çoban S.** (2014). Medya ve İktidar: Hegemonya, Statüko, Direniş. İstanbul: Evrensel Basım Yayın
- Belge, M.** (2013). “Muhafazakarlık Üzerine”, Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce C: 5. İstanbul: İletişim Yayınları
- Benetton, P.** (2011). Muhafazakârlık. (Çev.:Cüneyt Akalın), İstanbul: İletişim Yayıncılık
- Çaha, Ö.** (2001). Dört Akım Siyaset. İstanbul: Zaman Kitap
- Çam, A. ve Yüksel, İ.Ş.** (2015). “Türkiye’de Medyanın 2002 Sonrası Dönüşümü: Ekonomi Politik Bir Yaklaşım”, U. Uraz Aydın (Der.) Neoliberal Muhafazakâr Medya, İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Çoban, S.** (2014). “İktidarın Medya’sı”, Esra Arsan – Savaş Çoban (Haz.) Medya ve İktidar: Hegemonya, Statüko, Direniş. İstanbul: Evrensel Basım Yayın
- Dubiel, H.** (2013). Yeni Muhafazakârlık Nedir?(Çev. Erol Özbek), İstanbul: İletişim Yayınları
- Duran, R.** (2015). “Dümdüz... Hareketsiz... Ulvi gibi Medya Nasıl Kürtaj Edilir?” U. Uraz Aydın (Der.) Neoliberal Muhafazakâr Medya, İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Giddens, A.** (2009). Sağ ve Solun Ötesinde: Radikal Politikaların Geleceği. (Çev. Müge Sözen, Sabir Yücesoy), İstanbul: Metis Yayıncılık
- İrem, N.** (2002). Bir Değişim Siyaseti Olarak Türkiye’de Cumhuriyetçi Muhafazakârlık”, Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce C: 5. İstanbul: İletişim Yayınları
- Kurban, D ve Sözeri, C.** (2012). İktidarın Çarkında Medya: Türkiye’de Medya Bağımsızlığı ve Özgürlüğü Önündeki Siyasi, Yasal ve Ekonomik Engeller, İstanbul, TESEV Yayınları
- Öğün, S.** (2013). “Türk Muhafazakârlığının Kültürel Politik Kökleri”, Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce C: 5. İstanbul: İletişim Yayınları
- Özipek, B.B.** (2011). Muhafazakârlık (Akıl, Toplum, Siyaset). İstanbul: Timaş Yayınları
- Safi, İ.** (2007). Türkiye’de Muhafazakâr Siyaset ve Yeni Arayışlar. Ankara: Lotus Yayınevi
- Sönmez, M.** (2014). “Monarşiden Bugüne Türkiye Medya’sında Baskı ve Sansür: AKP İktidar ve Yeni Medya Karteli”, Esra Arsan – Savaş Çoban (Haz.) Medya ve İktidar: Hegemonya, Statüko, Direniş. İstanbul: Evrensel Basım Yayın
- Sözeri, C.** (2015). Türkiye’de Medya-İktidar İlişkileri Sorunlar ve Öneriler. İstanbul: İstanbul Enstitüsü Yayınları
- Vural, M.** (2011). Siyaset Felsefesi Açısından Muhafazakârlık. Ankara: Elis Yayınları
- Yanardağ, M.** (2013). Yeni Muhafazakârlık Neo-Conlar (Dünya’da ve Türkiye’de Post-Modern Gericilik. İstanbul: Destek Yayınları
- Makaleler**
- Çaha, Ö.** (2004). “Muhafazakâr Düşüncede Toplum”. Liberal Düşünce Dergisi.:15-24, Sayı: 34, Bahar

Doğanay, Ü. (2007). ” AKP'nin Demokrasi Söylemi ve Muhafazakârlık: Muhafazakâr Demokrasiye Eleştirel Bir Bakış”. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi. ss. 65-88, C: 62 Sayı: 1

Ergil, D. (1986). Muhafazakâr Düşüncenin Temelleri, Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, XLI, 1-4, (s: 269-293).

Gül, S. (2001). “Muhafazakârlık Tartışmaları ve Muhafazakâr Bir Gazete Olarak Zaman Gazetesi”. Mülkiye Dergisi: 145-170, C: 25, Sayı: 227

Sezik, M. (2013). “Muhafazakâr Siyaset İdeolojisi ve Türkiye'de Muhafazakarlık”. Ümit Güneş (Ed.) II. Türkiye Lisansüstü Çalışmalar Kongresi Bildiriler Kitabı. İstanbul: İlem

Yıldırım, S. (2003). “Muhafazakârlık, Türk Muhafazakârlığı ve Peyami Safa Üzerine: 10”. Journal of Historical Studies Dergisi. ss. 9-18 C: 1

Yıldız, A. (2011). “Muhafazakâr Tepkiler: Kuruluş Sürecinde Cumhuriyet Muhafazakârlığı: Peyami Safa'nın Kemalizm Yorumu”. Doğu Batı Düşünce Dergisi /Türk Muhafazakârlığının Eleştirisi. ss. 191-193, Yıl: 14, Sayı: 58, Ağustos, Eylül, Ekim 2011, Ankara: Doğu Batı Yayınları

Tezler

Akkaş, H. H. (2000). İngiliz Muhafazakâr Siyasal Düşüncesi Ve Edmund Burke. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Feridunoğlu, İ. C. (2013). Günümüz Türkiye'sinde Muhafazakârlık Kavramını Hürriyet ve Yeni Şafak Gazeteleri Bağlamında İçerik Analizi Yönetimi'yle Analizi. (Yayımlanmış Doktora Tezi). Marmara Üniversite'si Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Gürel, T. (2007). Türk Sıyası Tarihinde “Muhafazakârlık” Kimliği ve AKP Örneği İncelemesi. (Yayımlanmış Doktora Tezi). Marmara Üniversite'si Sosyal Bilimler Enstitüsü

Şeyhanhoğlu, H. (2009). Demokrat Parti ve Siyasal Muhafazakârlık. (Yayımlanmış Doktora Tezi). Süleyman Demirel Üniversite'si Sosyal Bilimler Enstitüsü

Yücebaş, S. (2013). Gündelik Yaşam Estetiğinin Muhafazakâr Biçimi: Muhafazakâr Yazılı Basında Yeni Yaşam Tarzları. (Yayımlanmış Doktora Tezi). Ege Üniversite'si Sosyal Bilimler Enstitüsü

İnternet Adresleri

(<http://www.medyagunlugu.com/Haber-240-muhafazakâr-medya-yuzde-55i-gecti.html>).

(<http://www.aa.com.tr/tr/politika/533139>).

FOTOĞRAF MAKİNELİ SOSYOLOG: SEBASTIÃO SALGADO

Nadir BUÇAN*

ÖZET

1839 yılında fotoğrafın icadının kamuoyuna duyurulmasından sonra fotoğraf makinesi yüzyılın sonuna doğru toplumsal sorunların araştırılması ve bu sorunların düzeltilmesi yönünde kullanılmaya başlandı. 1880'li yıllarda göçmenlerin sorunlarına yazılılarıyla dikkat çekemediğini düşünen gazeteci Jacob Riis ve ondan kısa bir süre sonra çocuk işçiler hakkındaki araştırmalarında sosyolog Lewis Hine fotoğrafın gücünden yararlandılar. 1930'lara gelindiğinde Jacob Riis ve Lewis Hine'in başarılı fotoğraf çalışmaları ABD'de biliniyordu ve onların yarattığı farkındalık sayesinde Dorothea Lange, Walker Evans gibi sosyal belgeci fotoğrafçılar Büyük Bunalım'ın çiftçiler üzerinde yarattığı yıkıcı etkiye fotoğrafik görünürlük kazandırmışlardı. Sosyal belgesel fotoğraf ve fotojurnalizm geleneğinin günümüzdeki temsilcilerinden Sebastião Salgado'nun çalışmaları, sözü edilen fotoğrafçıların çalışmalarından izler taşır. Göçmenler, işçiler, çocuklar, topraksız köylüler ve açlık Salgado'nun da üzerinde durduğu konular olarak dikkati çeker.

Anahtar Kelimeler: Fotoğraf, Sebastião Salgado, Sosyal Belgesel Fotoğraf.

THE SOCIOLOGIST WITH A CAMERA: SEBASTIÃO SALGADO

ABSTRACT

After the invention of the camera has been declared to the public in 1839, it has been used for the study of the social problems and the fixing of those problems towards the end of the century. In 1880s, the journalist Jacob Riis who thinks he could not draw attention to the problems of the immigrants with his articles and soon after from him the sociologist Lewis Hine used the power of the photograph in her studies about the child workers. When it comes to the 1930s, the successful works of Jacob Riis and Lewis Hine were known in USA and by the help of the awareness that they created, the social documentarist photographers such as Dorothea Lange and Walker Evans had brought the photographic visibility to the destructive effects of the Great Depression on the farmers. The works of Sebastião Salgado who is the representative of the social documentary photography and photojournalism in the present day, bear the stamp of the aforementioned photographers' works. The immigrants, the workers, the children, the peasants without land and the hunger draw attention as the subjects that Salgado had dwelt on.

Key Words: Photograph, Sebastião Salgado, Social Documentary Photography.

* Öğr. Gör., Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Sinema ve Televizyon Bölümü, nadirbucan@gmail.com

GİRİŞ

North Western Üniversitesi sosyoloji profesörlerinden Howard S. Becker 1974 yılında yayınlanan *Fotoğraf ve Sosyoloji* adlı makalesinde fotoğraf ve sosyolojinin hemen hemen aynı tarihlerde ortaya çıktığını, başlangıçtan bu yana her iki disiplinin de çeşitli projelere hizmet ettiklerini, bunların en önemlisinin de toplumun araştırılması ve keşfi olduğunu belirtir. Birçok fotoğrafçı üstlendikleri projelerde sosyolojik araştırma sonuçlarıyla benzerlik taşıyan sonuçlar elde etmişlerdir. Amerika'nın Büyük Bunalım dönemindeki zor koşullarını ve çiftçilerin yoksulluğunu belgeleyen FSA (Farm Security Administration / Çiftlik Güvenlik Örgütü) fotoğrafçıların çalışmaları çeşitli toplumbilim kuramlarının izleri görülür. Sosyologların sosyal belgesel fotoğrafçıların işleriyle ilgilenme nedenlerinden biri, bu fotoğrafçıların sosyolojinin ilgi alanına giren konuların birçoğunu belgelemiş olmalarıdır. Gerek sosyologlar gerekse fotoğrafçılar çeşitli meslekleri ve bu işlerle bağlantılı olan kurumları, toplulukları, toplumsal hareketleri, egzotik alt kültürleri, toplumun unutulmuş gruplarını, kentsel ve kırsal yaşam ortamlarını betimlemişlerdir. Becker'a göre, sosyologlar ve fotoğrafçılar aynı zamanda bazı ortak çalışma yöntemlerine sahiptir. Bazı fotoğrafçılar, daha çok bir toplumbilimcinin çalışma takvimine benzer şekilde, birkaç yıla yayılan uzun soluklu projelere imza atmışlardır. Bir dizi fotoğraftan ve ona eşlik eden fotoğraf altı yazılarından oluşan foto-röportajlar, tıpkı iyi yapılmış sosyolojik araştırmalar gibi, incelenen konuyla ilgili birçok insanı ve durumu gösterirler (Becker, 2006: 45-51). Becker'ın belirttiği ortak çalışma yöntemlerine bazı eklemelerde bulunmak mümkündür. Hem fotoğrafçılar hem de sosyologlar, çalışmaları süresince üzerinde çalıştıkları topluluklarla birlikte yaşamayı tercih edebilirler. Aynı zamanda, çalışmalarında çeşitli kurumsal yapılardan destek alabilirler ve bu yapılarla ortak çalışmalar gerçekleştirebilirler. Kendisini sosyolog olarak tanımlayan, sosyolojik araştırmalarda fotoğraf kullanmanın gücünü keşfeden Lewis Hine, kent yaşamı hakkındaki ilk araştırmasında Russel Sage Vakfı tarafından desteklenmiştir (Gutman, 1967'den akt. Becker, 2006: 46). ABD'deki çocuk işçi sömürsü üzerine olan çalışmasında ise, Ulusal Çocuk Emeği Komitesi ile birlikte çalışmış ve çektiği fotoğraflar sayesinde çocukların çalışma hayatına ilişkin birtakım yasal düzenlemelerin yapılmasını sağlamıştı (Oral, 2006: 20-21).

Becker'a göre (2006: 49), "Sosyologlar gibi fotoğrafçılar da göç, yoksulluk, ırk, toplumsal huzursuzluk gibi çağdaş toplumsal sorunlarla ilgilenmişlerdir. Bu fotoğraf geleneğinde, kötülükler genellikle teşhir amacıyla betimlenir ve bunların düzeltilmesi için eylem çağrısı yapılır." Becker'ın burada sözünü ettiği fotoğraf geleneği sosyal belgesel fotoğrafıdır. Sosyal belgesel fotoğraf, temel amacı toplumsal değişim olan, toplumsal sorunlara fotoğrafik görünürlük kazandıran, aynı zamanda mevcut sorunun ortadan kaldırılması ve toplumun daha az imtiyazlı sınıflarının yaşam koşullarının iyileştirilmesi yönünde çalışan bir fotoğrafik yaklaşımdır (Oral: 2006: 18). Dorothea Lange ve Walker Evans gibi FSA fotoğrafçıları, Jacob Riis, Lewis Hine, Paul Strand, Roman Vishniac, Margaret Bourke-White ve W. Eugene Smith sosyal belgesel fotoğraf yaklaşımının önemli temsilcileri oldular. Bu fotoğrafik yaklaşımın günümüzdeki en önemli ve etkili temsilcisi ise Sebastião Salgado'dur.

1. SALGADO'NUN YAŞAM ÖYKÜSÜ VE FOTOĞRAFÇILIĞININ İLK YILLARI

Sebastião Salgado 8 Şubat 1944 tarihinde Brezilya'nın Minas Gerais bölgesinde sekiz çocuklu bir ailenin altıncı çocuğu ve tek oğlu olarak dünyaya geldi. 1964-1967 yılları arasında iktisat okuyan Salgado, 1969'da aynı alanda yüksek lisansını tamamladı ve Brezilya Maliye Bakanlığı'nda çalışmaya başladı. Ekonomi doktorasını Paris Üniversitesi'nde yapan Salgado 1971'de Londra'ya yerleşti ve International Coffee Organization'ın (Uluslararası Kahve Örgütü) yatırım bölümünde, Afrika'daki kahve plantasyon-

larının ürün çeşitlenmesine yardım etmek amacıyla çalışmaya başladı. Çalışmalarını Avrupa Kalkınma Fonu, Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü, Dünya Bankası ile işbirliği içinde yürüttü (Çelikel, 2004: 92).

1973 yılına kadar ekonomist olarak çalışan Salgado'nun, Uluslararası Kahve Organizasyonu adına Afrika'ya yaptığı iş gezisi hayatının dönüm noktası oldu, bu yolculuk sırasında fotoğrafla tanıştı. Eşi Lélia Wanick Salgado'dan aldığı fotoğraf makinesi ile Afrika'da çektiği fotoğrafların ardından hayatının geri kalan bölümünü fotoğraf çekerek geçirmeye karar veren Salgado, Paris'e yerleşti ve fotoğrafçı olarak çalışmaya başladı. Otuzlu yaşlarında fotoğrafla tanışan Salgado, insan ve iş ilişkilerini ele alan fotoğraflarıyla kısa zamanda dünyanın en iyi fotoğrafçıları arasına girdi. *Time*, *Paris-Match*, *Stern*, *The Sunday Times* ve *Fortune* gibi önemli basın kuruluşları için foto-röportajlar gerçekleştiren Salgado, başlangıçta serbest fotoğrafçı olarak çalıştı (Özel, 2005: 64-65). 1974 yılında, merkezi Paris'te bulunan uluslararası haber ajansı *Sygma*'da fotoğrafçı olarak çalışmaya başlayarak, Portekiz'e karşı kurtuluş mücadelesi veren Angola ve Mozambik gibi ülkeleri görüntüledi. 1975-1979 yılları arasında *Gamma Ajans* için çalışan Salgado, Avrupa, Afrika ve Latin Amerika'da çeşitli ülkeler hakkındaki haberler üzerinde çalıştı (Çelikel, 2004: 92, 94).

1979 yılında ise ekonomik krizden kurtulmasına vesile olacağı Magnum Photos'a¹ katıldı. Magnum'a katılmasından bir ay sonra karısının ikinci ve Down sendromlu çocuklarını doğurması, Salgado'ya ailesini ekonomik güvence altına alabilmesi için bir fotoğrafçı olarak para kazanmada güçlü bir dürtü sağladı. Salgado, Magnum'da birbirine yardım edip önerilerde bulunan fotoğrafçılarla çok uyumlu bir çalışma ortamı buldu. Josef Koudelka ona kontakt baskılarını nasıl edit edeceğini öğretti, René Burri de dergilerde iş bulmasına yardımcı oldu. *New York Times* tarafından Ronald Reagan'ın başkanlıktaki ilk yüz gününü fotoğraflamak için görevlendirildiğinde, Avustralya taşrasında bir işteydi (Miller, 2012: 312-313). *New York Times Sunday Magazine*'in fotoğraf editörü Fred Ritchin, Ronald Reagan'ın başkanlığının ilk yüz gününü fotoğraflamak için genç ve fazla tanınmayan Sebastião Salgado'yu işe aldı. Ritchin, önceleri Marlboro adamı olmak isteyen, ancak sonrasında başkan olan kareli gömleklili, at binen, odun kesen, kovboy şapkalı Cumhuriyetçi aday hakkında hiçbir şey bilmeyen bir fotoğrafçıyla çalışmak istiyordu. Aynı zamanda bu fotoğrafçı görünenin ardında ne olduğunu görebilecek yetenekte olmalıydı. Ritchin bu iş için İngilizce bilmeyen yabancı bir fotoğrafçı seçti (Ritchin, 2012: 197). 30

¹ 1947 yılında Robert Capa, Henri Cartier-Bresson, George Rodger ve David Seymour tarafından kurulan Magnum, İspanya İç Savaşı sırasında birlikte olan bu fotoğrafçıların fotoğrafa olan ortak tutkularından doğmuştur. Bir fotoğraf ajansı kurmaları gerektiği fikri önce Capa'dan çıkmıştır. Magnum kurulmadan önce *Life* ve *Vu* gibi dergiler için fotoğraflar çeken Capa, editöryal sınırlamalardan ve yönlendirmelerden her zaman rahatsız olmuş ve bu nedenle kooperatif bir ajans kurma fikrini arkadaşlarıyla tartışmıştır. Capa'nın amacı sadece fotoğrafçıların sahip olacağı ve yöneteceği, fotoğrafçının konu seçiminde özgür olacağı, editöryal sınırlandırmalardan ve yönlendirmelerden arındırılmış bir organizasyon yaratmaktır. XX. yüzyılın ikinci yarısının en belirleyici anlarında bulunmuş olan Magnum fotoğrafçıları, insanoğlunun trajedileri, zaferleri ve aptallıklarını belgeleyerek, yüzyılın hala en unutulmaz görüntülerinden bazılarını yakalamışlar ve fotoğrafçılığın zamanımızın en tesirli ve güçlü sanat formlarından biri olduğunu kanıtlamışlardır. Fotoğraf makinesi bir Magnum fotoğrafçısı için kanaatleri etkilemeye, aydınlatmaya ve bilgilendirmeye yarayan bir araç, bazen de sesi çıkmayanlar adına konuşmak için uyarıcı bir güçtür. Televizyon her oturma odasına girmeden önce, dünyanın en üca yerlerinde bile neler olup bittiğini insanlara genellikle ilk önce Magnum fotoğrafçıları gösteriyordu. İnsanların savaş sonrası bilgi açlığını doyurarak "dünyanın gözleri" işlevini görüyorlardı (Miller, 2012: XI-XII, 24, 40-41).

Mart 1981'de başkan Reagan, Washington DC'deki Hilton Oteli'nde endüstri liderlerine konuşuyordu. Otelden ayrıлып kalabalığa el salladığı sırada otuz beş yaşındaki John Hinckley kendisine üç metre uzaktan altı el ateş etti. Suikasti tek bir fotoğrafçı belgeleyebildi: Sebastião Salgado. Salgado'nun bir kaç saniye içinde çektiği fotoğraflar Magnum'a dünya genelinde ilk 130 bin dolarını kazandırdı (Miller, 2012: 312). Salgado o günü şöyle anlatır:

"Oraya gittiğimde başkanın konuşurken birkaç resmini çektim ve sonra birden dışarı çıkma isteği duydum. Muhtemelen kapak olacak bir haber üzerine çalıştığımı biliyordum; mümkün olduğu kadar çeşitli cephelerden fotoğraf çekmek istedim ama o anda neden aniden dışarı çıkmaya karar verdiğimi bilmiyorum; sadece bir içgüdüydü. Önce bir korumaya yan kapıdan geçip geçemeyeceğimi sordum ama koruma o kapının yalnızca ekip fotoğrafçılarına ait olduğunu, ön kapıdan çıkmam gerektiğini söyledi. Başkan'ın ayrılmakta olduğunu fark ettim, o yüzden koşmaya başladım ve makinemi kaldırdım; tam o sırada silah seslerini duydum ve durmaksızın deklanşöre basmaya başladım" (Miller, 2012: 313).

ABD başkanı Ronald Reagan'a düzenlenen suikast girişimini fotoğraflaması ona hem uluslararası ün kazandırdı hem de Magnum'u yaklaşık on yıldır içinde bulunduğu ekonomik krizden kurtardı (http://www.ilefarsiv.com/fotograf/yazi_53.htm). Birçok kişi Salgado'nun ün, finansal güvence ve dolayısıyla daha derinlemesine çalışmak için özgürlük kazanmasına yardım eden şeyin onun Reagan suikasti fotoğrafları olduğunu öne sürer (Ritchin, 2012: 197). Fakat, bu fotoğraflarından kazandığı para sadece iki yıl Afrika'da geçinmesine yardım etti. Aynı zamanda, Magnum'a özgü bir gelenek olan, kişisel projelerin başarılı kitaplar ve sergilerle neticelenmesi ve ajans arşivi için paha biçilmez malzeme sağlama geleneğini yeniden tesis etti (Miller, 2012: 315).

2. SALGADO'NUN FOTOĞRAF ANLAYIŞI

1918-1933 yılları arasında Almanya'da hüküm süren Weimar Cumhuriyeti dönemi boyunca etkili olan liberal anlayış resimli dergilerin ortaya çıkmasını sağlamıştı. Resimli dergilerle birlikte yeni bir yaklaşım ortaya çıkmıştır: Fotojurnalizm.² "Bu yaklaşım, ilk örnekleri Weimar resimli dergilerinde görülen, Life dergisinde pekiştirilen, Eugene Smith ve günümüzde Sebastião Salgado ile doruğuna ulaşan, fotoğrafların metin ile birlikte kullanıldığı, fotoğrafçının dokümantasyon kaygısı taşımakla birlikte, plastik kaygılara maksimum düzeyde önem verdiği ve birden çok fotoğraftan oluşan bir görsel anlatı aracıdır" (Oral, t.y.: 22). Resimli dergiler ve fotojurnalizm Almanya'da doğmuş, fakat Hitler'in iktidara gelişi ve basının susturulmasıyla birlikte resimli dergiler kapanmış, bu dergiler için çalışan fotoğrafçılar Avrupa'nın diğer ülkelerine ve ABD'ye yerleşmişlerdir. Nazi terörü nedeniyle Almanya'yı terkeden ve çoğu Yahudi olan bu fotoğrafçılar gittikleri ülke-

² Türkçede "fotojurnalizm" sözcüğünün "basın fotoğrafçılığı" sözcüğüyle eş anlamlı olarak kullanılması bir takım karışıklıkların doğmasına yol açar. Çünkü basın fotoğrafçılığı, basında yer alan her türlü fotoğrafı kapsayan bir anlama sahiptir. Özellikle günlük gazetelerde yer alan basın fotoğrafları anında tüketilirler ve anlık olayları konu edindikleri için plastik değerlerden yoksundurlar. Ayrıca, basın fotoğrafının işlevi haber metnini desteklemek olduğu için genellikle tek bir kare kullanılır (Oral, t.y.: 21).

Oysa, bir dizi fotoğrafın ona eşlik eden fotoğraf altı yazılarıyla birlikte kullanıldığı fotojurnalizm, plastik değerlerden yoksun değildir. Anında tüketilmezler, uzun soluklu ve derinliği olan fotoğraf projeleridir (Light, 2006: 14). Bu nedenle Minamata şehrindeki çevre ve insan katliamını fotoğraflamak için bu şehre yerleşen ve hayatının meselesi haline getirdiği bu sorunu iki yıl boyunca fotoğraflayan W. Eugene Smith sıradan bir basın fotoğrafçısıyla karıştırılmamalıdır.

lerde fotojurnalizm anlayışının yerleşmesinde öncü oldular. Özellikle kırklı ve ellili yıllar boyunca, başta 1937'de kurulan *Life* olmak üzere, resimli dergiler görsel tek haber kaynağıydı. Kendisi de bir fotojurnalist olan Ara Güler, fotojurnalizmi sanatla gazeteciliğin birleştiği yer olarak görür. Resimli dergilerde daha çok fotoğraflara yer veriliyor, bunlara da fotoğraf altı yazıları eşlik ediyordu. Ara Güler (1977: 11), yazıdan çok fotoğrafa yer verilmesi hakkında şunları söyler: "Zaten devir değişmiş, görerek anlama ve öğrenme en kesin yol olarak kabul edilmişti. Artık fotoğrafın doğrudan doğruya etki yaratma gücü meydana idi, çünkü en çabuk ve en kısa yoldan okuyucuya fikri ulaştırıyordu. Bu yeni bir tarz gazeteciliğin doğuşu idi." Robert Capa, Henri Cartier-Bresson, George Rodger, David Seymour, André Kertész, Werner Bischof, Margaret Bourke-White, Brassai, Josef Koudelka, W. Eugene Smith gibi isimlerden oluşan dev fotoğrafçı kadrosu fotojurnalizmin en önemli temsilcileriydi. Samih Rifat (2007: 34), resimli dergiler ve onlar için çalışan fotojurnalistler hakkında şu değerlendirmelerde bulunur:

"Bu dergilerin aradığı malzeme, tam anlamıyla bir gazetecilik malzemesi değildi. Gündelik haber kavramının sınırlarını aşan, Batılı kentsoyluyu dünyanın dört bir yanıyla yüz yüze getirmeye yönelik, kapsamlı röportajlar gerekiyordu bu dergilere. Ve röportajların görsel yanı, yazılı yanına her zaman ağır basmalıydı. Bu 'talep' karşısında, bir avuç fotoğrafçı dünyanın dört bir yanına savruldu. Gittikleri yerlerde uzun süre yaşadılar; yörelerle, insanlarla derinlemesine ilişkiler kurdular. Kapsamlı ve derinlikli bir fotoğraf malzemesini yavaş yavaş biriktirdiler, dergilerine ya da ajanslarına gönderdiler. Bu dönemin ünlü röportajlarının çoğu 'ismarlama' da değildi; fotoğrafçıların yaşam ve düşüncelerine göre biçimlenmiş, çoğu zaman derin bir lirizmle yüklü, özgün çalışmaları."

Sebastião Salgado, gerek belgesel fotoğrafın gerekse onun bir türevi olarak kabul edilen fotojurnalizm geleneğinin günümüzdeki en önemli ve etkili temsilcisidir. Ülkesindeki toprak dağıtım sistemine çözüm bulma üzerine yüksek lisans yapan ve çalışma hayatına önce bir iktisatçı olarak başlayan Salgado, fotoğrafların, dünyanın gidişatına dair kaygılarını ekonomik raporlardan daha iyi ifade ettiğine karar vermiştir (Salgado, 2012: 119). Ekonomi üzerindeki birikimi sanayileşme, küreselleşme, yoksulluk ve üçüncü dünya gibi kavramlara eleştirel yaklaşımını belli bir paradigma içerisine oturtmasını sağlamıştır (http://www.ilefarsiv.com/fotograf/yazi_53.htm). Salgado, fotoğrafın bir iletişim aracı olarak önemine dair şu değerlendirmede bulunur:

"Günümüzde bize ulaşan bilginin çoğu televizyon tarafından sağlanmaktadır ve yanlıdır. Fotoğrafçılık belli bir konuda çok daha fazla zaman harcama olanağını sunar. Görece daha ucuz bir mecradır ve fotoğrafçıya başka bir yerde gerçekten yaşama, başka bir gerçekliği aktarma ve gerçeğe daha çok yaklaşma olanağı sunabilir" (Aktaran Oral, t.y.: 111).

"Fotoğrafi tüm ideolojinizle çekersiniz" diyen Salgado (2012: 121), aynı zamanda fotoğrafı politik mesajlar taşıyan bir araç olarak görür. Onun görüşüne göre, belgesel fotoğrafçı, bir yere güzel fotoğraflar ve güzel şeyler yaratmak için gitmez. Belgesel fotoğrafçılık bir tartışma başlatmalı ve hayatımızın gidiş yönünü sorgulatmalıdır. Fotoğrafçı bu tartışmanın içinde yer almalıdır ve sadece bunu yapmakla yükümlüdür. Dünyada fotoğraftan korunması gereken tek bir insan bile olmadığına inanan Salgado (120-121), belgesel fotoğrafı bir vektör olarak görür ve belgesel fotoğrafçının sahip olması gereken vektörel işlev hakkında şunları belirtir:

"Bir şeyi göstermek üzere fotoğraf çekerken kendinizi orada olma fırsatı bulamamış insanların yerine koyarsınız. Bu iki taraf arasında bir bağlantı kurarsınız. Sonunda belgesel fotoğrafı bir vektör olarak görürsünüz... Dünyada yaşanmakta olan her şey gösterilmelidir.

İnsanlar dünyanın diğer yerlerindeki insanların neler yaşadıklarını öğrenmelidir. İşte bir belgesel fotoğrafçının sahip olması gereken vektörel işlev de budur; insana diğerinin varlığını göstermek... İnsanlar dünyanın diğer yerlerindeki insanların çok zor bir hayat yaşadıklarını öğrendiklerinde şoka uğruyorlar. Bu insanlar gayet ciddi ve dürüst, çünkü bunu daha önce görme fırsatı bulamamışlar. Onlara bu fotoğrafları gösterip orada yaşananları anlattığınızda, bu problemle bütünleşmiş hale geliyorlar, bu sorun onların hayatlarının bir parçası haline geliyor."

Göçmenler, dünyanın dört bir yanındaki işçiler, topraksızlar, yoksul çocuklar, evsizler, kısacası "öteki"ler Salgado'nun konularını oluşturur ve onların içinde buldukları açmazlara fotoğrafik görünürlük kazandırır. Aynı zamanda, fotoğrafik görünürlük kazandırdığı sosyal problemlerin ortadan kalkması için de mücadele eder. Nitekim, 1997 yılında, "Yurtsuzların Mücadelesi" adını verdiği proje kapsamında topraklarının geri verilmesi için mücadele eden Brezilya köylülerini fotoğrafladı ve bunu albümleştirdi. Bu fotoğraflardan elde ettiği gelire topraksız köylülere toprak aldı ve o topraklar üzerinde bir üniversite kurulmasına önyak oldu (Ökten, 2013: 64-65). Bu durum aynı zamanda onu sosyal belgesel fotoğrafçı olarak konumlandırmamıza neden olur. Salgado, çektiği fotoğrafların toplumsal sorunların çözümüne katkısı olmasını istiyor ve bu konuda sorumluluk duyuyor: "Fotoğraflarıma bakan birinde sadece bir merhamet duygusu uyanırsa, tamamıyla başarısız olduğuma inanacağım. İnsanların bir çözüme ulaşabileceğini anlamalarını istiyorum" (Cumhuriyet Gazetesi, 2001). Onun bu sözleri fotoğraflarından ve onları alımlayanlardan beklentilerini de açığa vurur. Sorunlar sadece gesterilmekle kalmamalı, aynı zamanda onların çözümü yönünde de toplumsal bilinç yaratılmalıdır. Salgado'nun işaret ettiği belgesel fotoğrafın sahip olması gereken işlev bizlere Paul Rotha'nın belgesel sinemanın bazı ilkeleri üzerine düşüncelerini hatırlatır. Salgado ve Rotha aynı vurgulara sahiptir, çünkü belgesel fotoğrafçılar ile belgesel sinemacılar aynı misyonu yüklenirler. Rotha'ya göre (2000: 88-89), belgesel sinemanın sahip olması gereken ilkeler şunlardır:

"Benim düşünceme göre, belgeselcilerin acil olan görevlerinden birisi, insanlarla ilgili ve onların sorunlarını çözmeye yönelik bir tutum içinde olarak, sanatlarındaki ustalığı hissettirmektir. Onun görevi, halkın bir kısmına, onun diğer kısmını anlatmaktır. Modern topluma yönelik daha derin ve daha akıllıca toplumsal çözümlemelerin yapılması gerekmektedir; toplumun zayıflıklarının keşfedilmesi, olayların aktarılması, deneyimlerin dramatikleştirilmesi ve toplumun önde gelen sınıfına yönelik uyarılarda bulunulması belgeselin amaçlarından bazılarıdır... Onun dünyası, caddeler, evler, fabrikalar ve insanların işyerleridir... Bunların ötesinde, belgeseller var olan sorunları ve gerçeklikleri yansıtmalıdır."

Hem Salgado'nun hem de Rotha'nın işaret ettiği politik işlev, yeniden-üretim teknolojilerinin (fotoğraf ve sinema) doğasında var olan bir özelliktir. Sosyal mesajlar içeren bir fotoğraf, yeniden-üretilebilirliği sayesinde kitleselleşir ve bu kitlesel dolaşım süresince de kamuoyunu değişim yönünde harekete geçirerek politik bir işlev yüklenmiş olur. Yeniden-üretim teknolojilerinin doğasındaki bu potansiyel üzerine ilk ciddi sorgulamayı gerçekleştirmiş olan Alman filozof ve kültür tarihçisi Walter Benjamin, yeniden-üretim (çoğaltım) sayesinde sanatın politikleştiğini ve kolektifleştiğini vurgular. Fotoğrafın bulunuşundan önce sanat eserlerinin alımlanması sadece küçük bir azınlığın tekelindeyken, fotoğraftan sonra sanat eserleri inzivadan kurtulmuş, alımlanmaları yeniden-üretim sayesinde kitleselleşmiş ve kitlelerin sanatla olan ilişkisi olumlu anlamda değişmiştir (Benjamin, 2012: 59, 69). Benjamin (2012: 54) bu gelişmeyi şu şekilde açıklar: "Teknik yolla yeniden-üretim, özgün yapının kopyasını yapının aslı için düşünülemez konumlarına getirebilir. Her şeyden önce ister fotoğraf, ister plak aracılığıyla olsun, yapının izleyi-

ciye gelmesini sağlar. Katedral, bir sanatseverin stüdyosuna gelmek için bulunduğu yerden ayrılır; bir salonda veya açık havada çalınmış olan koro yapıtı bir odada dinlenebilir."

3. SALGADO'NUN GÖZÜNDEN "ÖTEKİ" DÜNYA

Salgado, 1977-1984 yılları arasında yedi yıl süresince Brezilya'da uzak dağ köylerini gezerek "Other Americans / Öteki Amerika" (1986) adlı albümü hazırladı. Bu çalışmasında Amerika kıtası ile aynı adı taşıyan kıtanın ötekiliğini ön plana çıkardı ve yerlilerin, özellikle de kırsal kesimdeki yoksul halkın arasında yaşayıp onların yaşam savaşımını fotoğrafladı, yabancı olmadığını çevreyi ve insanları bilmeyenlere anlatmaya çalıştı (Özel, 2005: 65). 1980 yılında on beş ay boyunca Fransız Sınır Tanımayan Doktorlar Topluluğu ile Afrika'nın Sahra bölgesini gezerek "Sahel: L'Homme en Détresse / Sahra: Izdırıp İçindeki İnsan" adlı çalışmasını hazırladı. Güney Amerikalı yazar Eduardo Galeano (2004: 68), Salgado'nun Sahel'e ilk önce bir iktisatçı olarak gittiğini belirterek, "Orada ilk defa, gerçeğin kendini gizlemek için kullandığı deriye nüfuz etmek için kameranın gözlerini kullandı" der. Galeano'nun sözünü ettiği gerçeği gizleyen "deri", bizlere Walter Benjamin'in en önemli kavramlarından biri olan "hâle (aura)"yi hatırlatır. *Fotoğrafın Kısa Tarihi* (1931) adlı denemesinde Benjamin "hâle" kavramını gerçeğin gizleyen perde ya da makyaj anlamlarına gelecek şekilde kullanır (Price, 2004: 90). Benjamin (2013: 23-24), XIX. yüzyılın sonlarına doğru Paris'in boş sokaklarını, çeşmeleri, anıtları görüntüleyen belgesel fotoğrafın öncüsü Eugene Atget için, "nesneyi hâlesinden kurtarmaya girişmişti... Onun motifleri, batmakta olan bir gemiden boşalan sular gibi, gerçeğin üzerindeki hâleyi emip çıkarmaktaydı" der. Atget, gerçeğin hâleden ayrılıp özgürleştirilmesi sürecini başlatmıştı. O halde şunu söylemek mümkündür: Gerçeğin hâleden ayrılıp özgürleştirilmesi geleneği günümüzde Salgado ile devam etmektedir.

1986-1992 yılları arasında en büyük projesi olarak kabul edilen "Workers / İşçiler" (1993) üzerinde çalışan Salgado, bu proje kapsamında yirmi altı ülke gezerek geniş çaplı bir işçi profili çıkarttı. Çalışmasının genel yapısına bakıldığında üç temel bölüm üzerine inşa edildiği görülür. Fransa gibi sanayisi gelişmiş ülkelerdeki işçilik, Rusya gibi eski doğu bloku ülkelerde sanayileşmiş ancak görece olarak eski teknolojiye dayalı işçilik ve üçüncü dünya ülkelerinde genellikle tarıma dayalı işçilik (http://www.ilefarsiv.com/fotograf/yazi_53.htm). "Workers" adlı albümünün alt başlığı ise "An Archaeology of the Industrial Age / Endüstri Çağının Arkeolojisi"dir. Bu belgesel çalışmasıyla yok olmak üzere olduğu savunulan kol emeğinin, başta Üçüncü Dünya ülkeleri olmak üzere dünyanın birçok ülkesinde yaygın kullanımını ve bedensel iş gücünün üretim süreci içindeki ağırlığını gözler önüne serer. Sanayi devriminin ilk yıllarını hatırlatan ilkel üretim yöntemlerinin hâlâ kullanılmakta olduğunu belgeler (Çobanoğlu, 2004: 32). Bu fotoğraflar için, "Kesin olan tek bir şey var: Bu eserlere bakıp da etkilenmemek mümkün değil. Omuz silkip, görmeden arkasını dönüp gidecek, ıslık çalarak boş boş dolaşacak tek bir kişi bile hayal edemiyorum" diyor Güney Amerikalı yazar Eduardo Galeano (2004: 38). "Workers" projesi kapsamında Brezilya ve Küba'daki şeker kamışı toplayıcılarını, kakao işçilerini, Hint Okyanusu'ndaki Réunion Adası'nda parfüm endüstrisi için çalışanları, Sicilya'da ton balığı avcılarını, Bangladeş'te 100.000 işçinin geçimini sağladığı hurda tersanelerini, Ukrayna ve Fransa'daki iki büyük çelik fabrikasını, Brezilya'nın Serra Pelada altın madeninde çalışan işçileri, Kuveyt'teki petrol kuyularını, İngiltere ve Fransa'yı birbirine bağlayan 31 millik Euro Tüneli'nin yapımında çalışanları ve Hindistan'da kömür madenlerini fotoğrafladı.

Onun madenci fotoğrafları Orta Çağ'da çekilmiş izlenimi verir. "Kuwait / Apocalypse in Oil" adlı foto-röportajında I. Körfez Savaşı'nın çevreye ve insana olan etkilerinin izlerini

süren Salgado, "Kısa savaş diye bir şey yoktur. Körfez Savaşı'nın insani, çevresel ve ekonomik sonuçları yıllarca hissedilecektir" (Cumhuriyet Gazetesi, 1992) diyor. Bangladeş'te 100.000 işçinin geçimini sağlayan hurda tersanelerini Ara Güler'in tavsiyesi üzerine fotoğraflar. Pek çok isim arasında özellikle Josef Koudelka ve Sebastião Salgado'yu kendine daha yakın hisseden Güler, "Belki de hepsinin üzerine limon sıkar" dediği Salgado'yla ilgili anılarını şöyle anlatır:

"Salgado işçiler üstüne çalışıyor o sıralar. İşçilerin daniskası Çitagong'dadır dedim ona. Bangladeş'te bir şehir; Bengal Körfezi'nin ucunda. Açık deniz olduğu için med-cezirden dolayı sular yükselip alçalır. Sökülecek gemiler içerilere girer, sular çekilince çamurda kalırlar. Orada binlerce gemi var; o gemileri söküyorlar, işçiler kan ter içinde, çamurlu bir yerdir dedim. Tarif et gideyim dedi. Nasıl göndereyim? Casus diye yakalarlar!" (Cumhuriyet Gazetesi, 2001).

"Workers" projesinin en önemli ayağı ise kuşkusuz Brezilya'nın Serra Pelada altın madenidir. Salgado bu foto-röportajında bir futbol sahası büyüklüğündeki madende ürkütücü koşullar altında yaşanan insanlık dramını anlatır. Binlerce kölenin Firavunlar için piramitleri inşa etmesinden ya da Alaska Klondike'daki altına hücum furyasından bu yana dünya, Serra Pelada'da altın arayan, toprağı kazan, çamura bulanmış 50.000 işçinin destansı boyutlardaki insani dramına benzer bir başka drama daha tanık olmadı (Çelikel, 2004: 54). Mısır piramitlerinin nasıl inşa edildiği, tonlarca ağırlıktaki taşların kilometrelerce uzaklıktan sayıları tam olarak kestirilemeyen kölelerce nasıl taşındığı bugün hâlâ bir muamma. Bu muammanın belki de en önemli nedeni fotoğrafın tanıklığının henüz söz konusu bile olmadığı bir dönemde yaşanmış olması. Oysa bizler bugün uzaktaki gerçekliği yakınlaştıran fotoğraflar sayesinde Serra Pelada'da yaşanan insanlık dramının boyutlarını biliyoruz. Walter Benjamin'in (2012: 75) o eşsiz tespitinde vurguladığı gibi, "Güdüsel-bilinçaltı alanını ancak ruhçözümlemeyle öğrenebilmemiz gibi, görsel-bilinçaltı konusunda da ancak kamera aracılığıyla bilgi edinebiliriz." Çünkü, tıpkı bir cerrah gibi fotoğrafçı da olgunun dokusunun derinliklerine kadar girebilir (69).

1980'lerde Tres Barras'ta, küçük bir toprak sahibinin cangılı keserek oluşturduğu içinden su geçen bir çiftlikte, bir inek çobanı suları eleyerek altın aradı. Bir külçe altın bulacak kadar şanslı olan çoban en yakın kasabaya götürerek altını sattı. İki hafta sonra haberin yayılmasıyla yaklaşık on bin altın arayıcısı bölgeye akın etti ve Brezilya'nın Klondike'ını yarattı. Brezilya'nın altın üretimi 1979'da 28 tonken 1983'te 53 ton olmuş, Serra Pelada ocağı onu dünyadaki altın üreticileri arasında altıncı sıraya oturtmuştu. Yine de Brezilya'nın altın üretiminden elde ettiği gelir dış borç faizlerinin küçük bir kısmını ancak karşılamaya yetiyor. Her gün elli bin altın arayıcısı futbol sahası büyüklüğündeki üstü açık Serra Pelada altın madenine geliyor. Devlet yönetiminde olan madende işçilere taşıdıkları torba başına 20 sent ödeniyor. Maden yalnızca yağışsız mevsimde, eylül'den ocak ayının sonuna kadar faaliyette. Çamurun içinde altını kazıp çıkaran adamlara balçık domuzları deniyor, bu elli bin kişilik çamur adamlar topluluğunu, biri altın bulduğu zaman dışında, birbirinden ayırt etmek zor. Toprak kazılıp çuvallara doldurulunca upuzun merdivenlerden ocağın tepesine doğru uzunca bir tırmanış başlıyor. Maden ocağının tepesinde ise çuvallar boşaltılıyor. Bu işleri makinelerin yapması gerekirken arazinin konumu yüzünden buna olanak kalmıyor (Nepomuceno ve Salgado, 2007: 41).

Salgado'nun dünyanın farklı coğrafyalarındaki işçi fotoğraflarından oluşan "Workers: An Archaeology of the Industrial Age / İşçiler: Endüstri Çağının Arkeolojisi" adlı 424 sayfalık albümü 1993 yılında sekiz ayrı ülkede aynı anda yayımlandı. Albümün yüz binden çok kopyası basıldı ve albümdeki fotoğraflar sergi kapsamında altmıştan fazla müzeyi

dolaştı. Bu proje kapsamında yayımlanan albüm ve açılan sergilerde dünyanın farklı endüstri bölgelerinde çalışan ve üreten sınıfın kötü yaşam koşulları bütün çıplaklığıyla görülebilmektedir (Özel, 2005: 66).

1997 yılında ise Brezilya'da topraklarının geri verilmesi için mücadele eden köylüleri fotoğrafladı ve bu çalışmasını "After Terra: Struggle of the Landless / Yurtsuzların Mücadelesi" adıyla albümleştirdi. Bu albümden ve fotoğraflarının satışından elde ettiği gelire topraksız köylülere arazi satın almış ve tıpkı Jacob Riis, Lewis Hine, Dorothea Lange, W. Eugene Smith gibi hümanist sosyal belgeselcilerin kendisinden önce yaptığı gibi, kamerasını toplumsal sorunların çözümü yönünde kullanmıştır. Bu fotoğrafçıların ortak özellikleri derin bir hümanizme sahip olmaları, bir toplumsal sorunu ifşa etmeleri ve bunun çözümü yönünde toplumu ve karar organlarını harekete geçirecek bilinç uyandırmalarıdır.

Salgado'nun topraksız köylülerden sonraki konusu ise göçmenlerdir. Yaklaşık elli ülkede savaşlar ve yoksulluk gibi nedenlerle sürekli devinim halindeki vatansız insanları, göçmenleri ve mültecileri fotoğrafladı. 2000 yılında basılan "Migrations: Humanity in Transition / Göçler: Geçiş yapan İnsanlık" ve göçmenlerin çocuklarının portrelerinden oluşan "Portraits of Children of the Migration / Göç Çocuklarının Portreleri" adlı albümler sekiz ülkede 200 binden fazla basıldı. Proje kapsamında açılan sergiler üç milyondan fazla insan tarafından gezildi, birçok ülkede sergiyle birlikte eğitim programları da hazırlandı. Bu projenin Salgado açısından da büyük önemi vardır. Çünkü aslında Salgado'nun kendisi de bir göçmendir. Önce küçük bir köyden kasabaya, ardından kente göç etmiş, daha sonra da diktatörlük rejimine karşı çıkıp Brezilya'dan ayrılmıştır (Özel, 2005: 66). Fotoğraflarıyla yurtsuzluk ve göçmenlik gibi toplumsal sorunlara değinmesinin altında yatan nedenler onun kendi geçmişinde aranmalıdır. Salgado bu yönüyle ilk sosyal belgesel fotoğrafçılar olarak kabul edilen Jacob Riis ve Lewis Hine'a benzetilebilir. 1880'li yıllarda New York'un göçmen mahallelerindeki sağlıksız barınma koşullarını belgeleyen Jacob Riis'in ve onun hemen ardından Amerika'daki çocuk işçi sömürsüne aynı duyarlılıkla yaklaşan Lewis Hine'in çalışmaları kendilerine hiç de yabancı olmayan gerçekliklerdi. Riis'in ifşa ettiği gerçeklik bir zamanlar kendisinin de bir gerçekliği idi. Riis de o göçmenlerden biriydi ve o zorlu koşulların ne demek olduğunu biliyordu. Lewis Hine ise çocukluğunda bir işçiydi. Görüntülediği şeyler bir zamanlar onun da hayatının bir parçasıydı. Riis ve Hine'i çalışmaları için güdüleyen şey, tıpkı Salgado'da olduğu gibi, fotoğrafladıkları insanlarla aynı yazgıyı paylaşmış olmalarıdır. Kerry Tremain'in (2012: 19) belgesel fotoğrafçılar için söylediği şu söz konuya yaklaşım açısından aydınlatıcıdır: "Kendi acıları, kendi belleklerinde kazılı kalan acılar, onları başkalarının acılarını aramaya itmiştir."

1993'ten itibaren yedi yıl boyunca yılın dörtte üçünü göçmenlerle geçiren Salgado, onların geride bırakmış oldukları hayatın daha da beter olduğunu vurgular. "Yine de bezginliğe teslim olmuyorlar: Cesaret ve kararlılıkla, saygımızı hak eden bir güçle mücadele ediyorlar... Kabul edilemeyen bir yoksulluktan kurtulabilme şansları hiç mertebesinde olduğu için gitmişlerdi... Benden acıma duygusunu doğurtmamı değil, ama var olduklarını bildirmemi bekliyorlardı" diyor Salgado (2000: 16).

Salgado 2002 yılında ise çocuk felcinin kökünü kazımak için gerçekleştirilen evrensel kampanyayı fotoğraflamak için Somali, Sudan, Hindistan, Kongo ve Pakistan gibi ülkeleri gezmiştir. Uzun yıllar boyunca savaşları, yoksulluğu, ağır çalışma koşulları altında ezilen işçileri, köylüleri ve çocukları fotoğraflayan Salgado, 2004 yılında başladığı ve "Genesis / Yaratılış" adını verdiği son projesinde ise objektifini doğaya çevirir. Bu projenin umut

içerdiğine inanan Salgado, yıllardır sürdürdüğü tarzından farklı bir çalışmaya neden giriştiği hakkında şunları söyler:

"Gezegendeki bozulmayı gösteren bir sürü hikâye çektim. Doğayı kirleten fabrikaları çekme ve çöp birikintilerini gösterme fikrim vardı. Ama sonunda, en fazla bizi teşvik edenin, umut taşıyanın, gezegenin bozulmamış köşelerinin resimlerini göstermek olduğunu düşündüm. Ve sonra neyi korumamız gerektiğini anlayabiliriz diye düşündüm" (<http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=154109>).

Salgado (2013: 26), 2011 yılında tamamladığı bu projesi kapsamında yerkürenin henüz bozulmamış uzak köşelerine 32 seyahat gerçekleştirdi ve kendi deyişiyle "modern insanın uzun -ve çoğu zaman yıkıcı- kolundan kurtulabilmiş kara ve deniz manzaralarını, hayvanları ve ilkel toplulukları" fotoğrafladı.

4. SAGADO'NUN ÇALIŞMA ETİĞİ

Sosyal belgesel fotoğraf çalışmalarının sahip olması gereken niteliklerden biri kurumsal yapılardan destek almasıdır. Fotoğraf tarihine baktığımızda toplumsal değişmeyi amaç edinen fotoğrafçıların çalışmalarını yürütebilmeleri için reformist örgütlerden destek aldıklarını görürüz (Oral, 2006: 19). XX. yüzyılın hemen başında gerçekleştirdiği çalışmalarını "toplumsal fotoğrafçılık" olarak tanımlamış olan Lewis Hine, ABD'deki çocuk işçi sömürsünü ifşa etmiş ve çocuk işçilerin çalıştırılması ile ilgili yeni yasaların çıkarılmasını sağlamıştı. Fakat, bu gelişme Ken Light'ın belirttiği gibi, Hine'nin tek başına başardığı bir iş değildi. Hine, Ulusal Çocuk Emeği Komitesi (UÇEK)'nin çalışmaları sayesinde gerçekleşen bir sürecin parçasıydı. Bir fotoğrafçının tek başına değişimi sağlayabilmesinin zor olduğunu, fotoğrafçıların sesinin cılız kaldığını zaman içinde fark ettiğini belirten Light, fotoğrafçıların değişimi zorlayabilmeleri için daha büyük bir dünyanın ve hareketin parçası olmaları gerektiğinin altını çizer (Oral, 2002: 24). Sebastião Salgado da çalışmalarını insani yardım amaçlı sivil toplum kuruluşları ile sürdürmüş ve onları desteklemiştir. Mesleğini, fotoğrafladığı insanların yaşam koşullarını iyileştirmek amacıyla da kullanan Salgado, Dünya Sağlık Örgütü, Uluslararası Af Örgütü, Mülteciler Yüksek Komiserliği ve Sınır Tanımayan Doktorlar Örgütü'yle projeleri için işbirliği yapar ve UNICEF'in özel temsilcisi olma görevini üstlenir (Özel, 2005: 68). Salgado (2012: 123-124), bu sivil toplum kuruluşlarına fotoğraflarını asla satmadığını, parasız verdiğini, dergilerden zaten para kazandığını belirtir. Bu kurumlar Salgado'nun fotoğraflarını gazetelerinde, gösterilerinde, afişlerinde, televizyon kampanyalarında ve benzeri şeylerde kullanırlar. Salgado, Birleşmiş Milletler kuruluşlarından biriyle birlikte, ülkelerine geri dönen Mozambik mültecileri hakkında bir sunum hazırladığını ve bunun Mozambik, Tanzanya, Malawi, Zimbabve ve Güney Afrika'da gösterileceğini belirtir.

Salgado'nun çalışmalarına baktığımızda uzun dönemli ve derinlikli fotoğraf projelerine imza attığını görürüz. İşçiler üzerine yaptığı proje altı, göçmenler ve mülteciler ile kamerasını doğaya çevirdiği son projesi yedişer yıl sürmüştür. İşçiler projesi için tam kırk iki farklı ülkede çalışan Salgado, bu çalışma yerlerinin her birinde her yıl en az sekiz ay geçirmiş ve bazen aylarca, bazen de haftalarca bu insanlarla birlikte yaşamıştır. Yine benzer şekilde, göçmenler ve mülteciler üzerine yaptığı çalışmada yedi yıl boyunca yılın dörtte üçünü göçmenlerle geçirmiştir. O halde, Salgado'nun uzun soluklu projeleri tercih etmesini, konusunu oluşturan insanlarla birlikte yaşamasını onun başarısının en önemli nedenlerinden biri olarak görmek mümkündür. Fotoğrafi çeken kişiyle, konuyu oluşturan kişi ve olay arasında özel bir ilişki olması gerektiğini savunan Salgado, bu yaklaşımını "fotoğrafik görüngü" varsayımı olarak adlandırır. Bu yaklaşım, sorunun daha derinden anlaşılması

için fotoğrafçının konusuyla zaman geçirmesi düşüncesinden gelmektedir (Özel, 2005: 67). Fotoğrafa yaklaşımı ve çalışma etiği onu sıradan bir haber fotoğrafçısından, özellikle de ısmarlama işler yürüten iliştilmiş (embedded)³ muhabirlerden farklılaştırır. Onun fotoğrafları anlık olayları konu alan, anında tüketilen, plastik değerlerden yoksun ve derinliği olmayan haber fotoğraflarından farklıdır. Onun projeleri aradan uzun yıllar geçse dahi tekrar tekrar bakma isteği uyandıran derinlikli ve görsel yönü güçlü fotoğraflardan oluşur.

Salgado'nun çalışma yöntemi, belgesel sinemanın öncüsü Robert Flaherty'nin çalışma yöntemiyle benzerlik gösterir. Belgesel sinema kuramcısı John Grierson (1968: 346-347), *Belge Filmin Baş İlkeleri* adlı makalesinde, 1922'de çektiği ve bir Eskimo ailesinin zorlu doğa koşullarına karşı mücadelesini anlattığı *Nanook of the North (Kuzeyli Nanook)* ile belgesel sinemayı başlatan Robert Flaherty hakkında şunları belirtir:

"Flaherty, belge filmin ana ilkelerine herkesten daha iyi bir örnektir. Belge film, gerecini olduğu yerde yakalamalı, bu gereci düzene sokmak için, onunla içli dışlı olmalıdır. Flaherty bununla bir iki yıl uğraşıyor belki. Öyküsü 'kendi kendine' söyleniverinceye değin, kişileriyle birlikte yaşıyor."

John Grierson'ın, Flaherty örneğinden hareketle açıklamaya çalıştığı belgesel sinemanın temel ilkeleri belgesel fotoğrafçılık için de söz konusudur. Grierson'ın Flaherty için söylediklerini Salgado için de söylemek mümkündür: Salgado, belgesel fotoğrafın ana ilkelerine herkesten daha iyi bir örnektir. Çünkü, "Fotoğraf tarihi boyunca yaşadığı çağı ve insanına ait konuları, bu hacimde, farklı coğrafyalarda ele alıp, bu kadar uzun süreli belgeleyen ikinci bir fotoğrafçı yoktur" (Çobanoğlu, 2004: 33-34).

Belgesel fotoğrafın en güzel düsturlarından birini dile getirmiş olan dünyanın en iyi savaş fotoğrafçısı Robert Capa, "Fotoğrafların yeterince iyi değilse, yeterince yakın değildir" diyor. Capa'nın kastettiği kuşkusuz hem fiziksel hem de tinsel bir yakınlıktır. Salgado (2012: 122-123) da, fotoğrafçının çalışacağı konuyla ideolojik yakınlığının olması gerektiğini, aksi halde uzun süre içten ve empatik kalınmayacağını vurgular. Yine onun görüşüne göre, belgesel fotoğrafçılıkta, fotoğrafçının büyük bir kaygısı olmalı ve kendini konu ile özdeşleştirmelidir.

Salgado, yaptığı öyküler için her zaman bir taslak hazırlar ve tüm düşüncelerini yoğunlaştırdığı bir çerçeve yaratır. Bu çerçevede bir çok kapı ve pencere vardır. Bunun içine girer, dışına çıkar, yeni şeyler ve insanlar getirir, eskilerini götürür. Salgado, bu yöntemle fotoğrafçının kendini geliştirmesinin ve başkalarıyla çalışmasının daha kolay olduğunu belirtir. "Nasıl hazırlanacaksınız? Nasıl fon bulacaksınız? Bu fotoğrafları kullanacak olan dergi ya da birlikte çalışacağınız organizasyon nasıl olacak? Sizin yaptıklarınıza açık olacak ve size bir şeyler verebilecekler mi?" Bu soruların yanıtlanması gerekir. Salgado, fotoğraf çekeceği yere sadece bir fotoğraf çekmek için gitmez. Amaç bir öykü oluşturmaktır ve bu öyküler bir dizi fotoğraftan oluşur. Bu öyküler sadece tek bir mecrada yayınlanmaz. Onun tek bir dergiyle ya da tek tip bir medya ile kapalı sözleşmesi yoktur. Örneğin, bir ülkede bir dergiyle anlaşması varsa, diğer ülkede başka bir dergiyle de olur. Bu, onun birden fazla dergiyle, birden fazla ülkede, birden fazla sanat yönetmeniyle ve editörle çalışmasını ve bu sayede fikir alışverişi yapmasını sağlar (Salgado, 2012: 121-123).

³ İliştilmiş (embedded) habercilik, egemen ideolojinin istemediği görüntülerin üretim, dağıtım ve yayımının engellendiği, durdurulduğu bir habercilik yöntemidir. (Yurdalan, 2008: 65)

5. SALGADO'NUN FOTOĞRAFLARINDA PLASTİK UNSURLAR

Sebastião Salgado gibi belgesel fotoğrafçılar bizlere dünyanın halini ve kendi kaygılarını göstermek için biçimsel kaliteye önem vermişler ve iyi fotoğraf baskısının gücünden yararlanmışlardır. Son yıllarda başka fotoğrafçıların çok başarılı renkli fotoğrafları olmasına rağmen, onların çalışmalarına baktığımızda belgesel fotoğrafçıların ortak görüntü dilinin 'siyah-beyaz' olduğunu görürüz (Light, 2006: 15). Salgado'nun fotoğrafları içerik yönünden nitelikli ve derinlikli olduğu kadar, biçimsel yönden de son derece güçlüdür ve 'siyah-beyaz'ın en güzel örnekleridir. Işık kullanımı, ton dağılımı, çerçeveleme, yarattığı derinlemesine kompozisyonlar ve fotoğrafların baskı kalitesi son derece güçlüdür. Onun fotoğraflarını etkileyici kılan da budur: Biçimsel lezzet (Rifat, 2004: 22-23). Bu biçimsel kalitenin oluşumunda Rönesans ressamlarının, Rembrandt ve Chiaroscuro aydınlatma yöntemlerinin ve Meksika Yeni Gerçekçiliği olarak adlandırılan ekspresyonist yaklaşımın etkisi büyüktür. Samih Rifat (2004: 22-23), belgesel fotoğrafçıların bu biçimsel kaliteyi Rönesans ressamlarına borçlu olduklarını şu sözlerle dile getirir:

"Bir sanat yapıtının duyularımıza seslenmesini, içimizdeki kimi telleri titretmesini sağlayan, bilincimizden önce tenimize, yüreğimize, sinirlerimize ulaşan şey. Kısaca 'Biçim' diyebiliriz ona. Cartier-Bresson'u, Ara Güler'i, Josef Koudelka'yı ve Sebastião Salgado'yu, benzerleri yüzlerce, binlerce gazeteci-fotoğrafçıdan ayırt eden, yapıtlarına tanımlanması olanaksız bir büyü, bir derinlik, bir tat katan şey, biçimdir; başka hiçbir şey değil. Biçim de, sanırım bu fotoğrafçıların 'Rönesans ressamlarına borçlu oldukları' şeyin ta kendisidir."

Salgado aynı zamanda Rembrandt ve Chiaroscuro⁴ aydınlatma yöntemlerinin en güzel örneklerini verir. Aydınlık ve karanlığın etkileyici kullanımı fotoğrafların üçüncü boyut hissi katar, dokuları ve formları öne çıkarır. Gölgeleğin yoğun, kontrast seviyesinin yüksek olduğu bu fotoğraflarda, Maksika'da temelleri atılan, öncülerinin Riviera, Siqueros ve Orozco gibi ressamların olduğu, Meksika Yeni Gerçekçiliği olarak adlandırılan ekspresyonist yaklaşımın izlerini de görmek mümkündür (http://www.ilefarsiv.com/fotograf/yazi_53.htm).

Salgado'nun fotoğraflarındaki biçimsel kalite aynı zamanda onun en fazla eleştirilen yönüdür. Övgüyle karşılaştığı kadar yergilere de maruz kalır. Kimi eleştirilenlerce fotoğraflarındaki biçimsel yönün içeriği zayıflattığı, insanların acılarını estetize ettiği ve bundan para kazandığı dile getirilir. Bu tartışmaların fitilini ateşleyen Jean-François Chevrier (2000: 17), *Le Mond*'ün "Tartışmalar" adlı sayfasında yayımlanan "Salgado, ya da Acımanın Sömürüsü" başlıklı makalesinde, Salgado'nun göçmenler ve mülteciler üzerine yaptığı çalışma hakkında şunları söylüyor: "Kitsch'ten, gösterisellikten, duygusal röntgencilikten söz etmek mümkündür; ıstırap ve sefaletin tecimsel yönden estetikleştirilmesi suçlanabilir..." Chevrier'in söz konusu makalesi için "Utandım" başlıklı bir yazı kaleme alan belgesel fotoğrafın duayeni Henri Cartier-Bresson (2000: 18) ise, "Bu yılan dilli metin hiçbir yapıcı katkıda bulunmuyor. Salgado'ya nişan alınmış, ama onun

⁴ "Chiaroscuro", İtalyanca aydınlık ve karanlık kelimelerinin birleşmesinden oluşur. XV. yüzyıl İtalyan ve Fransız resminde karşılaştığımız bu akım aslında gölgelerin yoğun ve kontrastın yüksek olduğu bir aydınlatma biçimidir. Bu akımda sert ışık kullanımı görülür ve görüntü aydınlık-karanlık arasında çok ince bir dengede durur. Gölgeleğin keskin ve derindir, dokular öne çıkar ve üçüncü boyut hissi artar. Chiaroscuro akımının en önemli temsilcisi Caravaggio'dur. Rembrandt ışığı ise adını XVII. yüzyılda yaşamış ünlü Hollandalı ressamdan alır. Bu ışık türü aslında bir chiaroscuro çeşitmesidir. Karanlığın yoğun olduğu, gölgelerin derin ama kontrollü, dokuları ve formları öne çıkaran bir aydınlatma anlamına gelir (Caniklil, 2007: 144-145).

ötesinde, tüm bir gözlemci-röportajcı mesleğinin hedef seçildiği gayet iyi anlaşılıyor ve bu beni utandırdı. Salgado'nun çalışmalarında bir soyluluk var ve onu bu şekilde cehenneme göndermek kesinlikle doğrulanabilir bir tavır değil" diyor. Salgado (2012: 122) ise, "yoksulların güzel fotoğraflarını çekiyorsun" diyenlere şu yanıtı verir:

"Bunu söyleyen aslında hiçbir şey anlamamıştır, çünkü ben asla fotoğraf çekmek için gitmem. Ben güzel fotoğraf çekmeye gitmem. Güzel bir fotoğraf nedir ki ayrıca? Hayır. Ben öykümün içinde yaşamak için giderim, neler olup bittiğini anlamak için, fotoğraflarını çektiğim insanlara yakın olmak için ve başkalarına bir şeyler iletebilecek bir bilgi akışı oluşturmak için..."

Kerry Tremain (2012: 18), keskin eleştirmenlerin belgesel fotoğrafçıları yoksulların görüntülerini estetize ederek onların üzerinden para kazanan röntgenciler olarak tanımladıklarını belirtir. Tremain'e göre bu eleştiri, belgeselcilerin neden ve nasıl çalıştığını çarpıtmaktadır. Belgesel fotoğrafçılar, konularını oluşturan insanlarla uzun süreli bir ilişkiyi tercih ettiklerinden haber amaçlı sansasyonel fotoğrafçılıktan kaçınılmaktadırlar. "Çapkın bir bakış dostça bir bakıştan nasıl farklıysa, röntgencinin bakışıyla bir tanışın bakışı da birbirinden o kadar farklıdır." Güney Amerikalı yazar Eduardo Galeano (2004: 90) da benzer vurguları taşır:

"Tüketim toplumunun fotoğrafçıları yaklaşıyor, ama içeri girmiyorlar. Çaresizlik, umutsuzluk ya da şiddet sahnelerine yaptıkları aceleci ziyaretlerde uçak veya helikopterlerinden dışarı süzülüp, makinenin düğmesine basıp, flaşı patlatıyorlar: Fotoğrafi hızla çekiyor ve kaçıyorlar. Görmeden bakmışlar, görüntülerinin söyleyecek bir şeyi yok... Hayırseverlik, dikey, aşağılar. Dayanışma, yatay, yardım eder. Salgado içeriden, dayanışma içinde fotoğraf çeker. Açlığın fotoğrafını çekmeye gittiği Sahel çölünde on beş ay kaldı. Bir avuç fotoğraf toplamak için yedi sene Latin Amerika'ya gitti geldi."

Belgesel fotoğrafı yaşam biçimi olarak gören ve konularıyla ideolojik yakınlığı olan Salgado, şayet kendini onlara yakın hissetmeseydi, o yoğun insan sevgisi olmasaydı konularıyla uzun süre birlikte olamaz, onlarla yaşayamaz ve gerek içerik gerekse biçimsel yönden bu denli etkili ve güçlü çalışmalara imza atamazdı. Onu başarıya götüren güdü, sömürü ya da bir tür röntgencilik isteği değil, dünyaya ve insana karşı içinde taşıdığı o ince duyarlılıktır.

SONUÇ

Sebastião Salgado'nun fotoğrafik görünürlük kazandırdığı konulara ve çalışma yöntemlerine baktığımızda bunların toplumbilimcilerin yaklaşımlarıyla benzerlikler taşıdığını görürüz. Salgado, tıpkı bir sosyolog gibi, toplumun araştırılması ve keşfi yönünde çalışmış ve bunu bir yaşam biçimi haline getirmiştir. Sosyolojinin de ilgilendiği konular olan göç, yoksulluk, topluluklar, meslekler, toplumsal huzursuzluk, egzotik altkültürler, toplumun unutulmuş grupları ve kırsal yaşam ortamlarını belgelemiş, bir sosyologun çalışma takvimine benzer şekilde uzun soluklu projelere imza atmış ve yine bir sosyolog gibi konusunu oluşturan insanlarla birlikte yaşamıştır. Sahel'de on beş ay, işçiler üzerine olan çalışmasında ise onlarla bazen haftalarca, bazen de aylarca yaşamıştır. Bir sosyolog ve aynı zamanda sosyal belgeselci olan Lewis Hine'in yaptığı gibi çeşitli sivil toplum örgütleriyle çalışan Salgado, fotoğraflarını bu yapıların hizmetine sunarak onları desteklemiştir.

Doğrudan fotoğrafın ustası Ansel Adams, Büyük Bunalım'ın ABD'deki çiftçiler üzerinde yarattığı yıkıcı etkiyi belgeleyen ve fotoğraf tarihinin ilk büyük sosyal belgesel projesi olarak kabul edilen FSA'nın yöneticisi Roy Stryker'la yaptığı bir söyleşide ona şu sözleri

söyler: "Seninle birlikte çalışanlar yalnızca birer fotoğrafçı değiller. Ellerinde fotoğraf makinası bulunan birer sosyolog onlar" (Tolungüç, 1985: 8). FSA benzeri bir projeyi, ama bu sefer Büyük Bunalım'ın değil, küreselleşmenin yarattığı yıkıcı etkiyi çok daha kapsamlı ve geniş ölçekte tek başına ele alan Salgado, Adams'ın FSA fotoğrafçıları için yaptığı benzetmeyi tüm sosyal belgelerden daha çok hak eder. Çünkü, dünyanın hali ve insanlık sorunları üzerine bu kadar kapsamlı bir çalışmaya ne geçmişte ne de günümüzde rastlanır. Yaklaşık otuz beş yıla yayılan yedi farklı çalışma aslında tek bir bütünün fragmanlarıdır ve farklı coğrafyalar, kimlikler ve sorunlar üzerinden tek bir noktaya dikkat çeker: Gidererek büyüdüğü bozulan bir dünya.

KAYNAKÇA

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi. (2003). Erişim tarihi: 09 Nisan 2014, http://www.ilefarsiv.com/fotograf/yazi_53.htm

Becker, H. S. (Mart 2006). "Fotoğraf ve Sosyoloji". (Çev. Berrin Yanıkkaya). *Toplumbilim*, 19, 45-67.

Benjamin, W. (2012). *Pasajlar*. (Çev. Ahmet Cemal). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları. (1982).

Benjamin, W. (2013). *Fotoğrafın Kısa Tarihi*. (Çev. Osman Akınhay). İstanbul: Agora Kitaplığı.

Canikligil, İ. (2007). *Dijital Video ile Sinema*. İstanbul: Pusula Yayıncılık.

Cartier-Bresson, H. (Güz 2000). "Utandım". *Sanat Dünyamız*, 77, 18.

Chevrier, J. F. (Güz 2000). "Salgado, ya da Acımanın Sömürüsü". (Çev. Turhan Ilgaz). *Sanat Dünyamız*, 77, 17-18.

Çelikel, P. (Haz.). (2004). *Sebastião Salgado, Ara Güler Koleksiyonu*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Çobanoğlu, H. (2004). "Onuncu Günün Fotoğrafçısı". Pınar Çelikel (Haz.). *Sebastião Salgado, Ara Güler Koleksiyonu* (ss. 29-34). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Galeano, E. (2004). "Açlık". Pınar Çelikel (Haz.). *Sebastião Salgado, Ara Güler Koleksiyonu* (ss. 68). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Galeano, E. (2004). "İşçiler". Pınar Çelikel (Haz.). *Sebastião Salgado, Ara Güler Koleksiyonu* (ss. 38). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Grierson, J. (Ocak 1968). "Belge Filim Üstüne, Belge Filimin Baş İlkeleri". (Çev. Akşit Göktürk). *Türk Dili Sinema Özel Sayısı*, 196, 343-347.

Güler, A. (Kasım 1977). "Sanatla Gazeteciliğin Birleştiği Yer: Fotojurnalizm". *Yeni Fotoğraf*, 14, 4-12.

Light, K. (Mart 2006). "Belgesel Fotoğrafçılık Üzerine". (Çev. Merter Oral). *Toplumbilim*, 19, 13-15.

Miller, R. (2012). *Magnum: Efsanevi Fotoğraf Ajansının Hikayesi*. (Çev. Tamer Tosun). İstanbul: Agora Kitaplığı. (1997).

Nepomuceno E., Salgado, S. (Ocak-Şubat 2007). "Altın, Serra Pelada, Brezilya". *İz Dergisi*, 7, 26-41.

- Oral, M.** (Mart 2006). "Fotoğraf ve Toplumsal Değişme". *Toplumbilim*, 19, 17-24.
- Oral, M.** (t.y.). *Weimar Cumhuriyetinden Günümüze Fotoğraf Ajanslarının Fotojurnalizme Katkıları*. İstanbul: Espas Sanat Kuram Yayınları.
- Oral, M.** (Temmuz-Eylül 2002). "Ken Light ile Belgesel Fotoğraf Üzerine". (Çev. Merter Oral). *Geniş Açık Dergisi*, 24, 22-24.
- Ökten, A. İ.** (2013). *Fotoğrafın Eleştirel Gücü, Fotoğraf Yazıları-II*. Ankara: Alter Yayıncılık.
- Özel, Z.** (Mart-Nisan 2005). "Lirik Belgesel Fotoğrafçı, Sebastiao Salgado". *Ünlem Sanat Dergisi*, 10, 64-68.
- Price, M.** (2004). *Fotoğraf Çerçevedeki Gizem*. (Çev. Ayşenaz & Kubilay Koş). İstanbul: Ayrıntı Yayınları. (1994).
- Radikal Gazetesi.** (2005). Erişim tarihi: 10 Nisan 2014, <http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=154109>
- Rifat, S.** (2004). "Serra Pelada'nın Öncesi ve Sonrası". Pınar Çelikel (Haz.). *Sebastião Salgado, Ara Güler Koleksiyonu* (ss. 15-28). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Rifat, S.** (2007). *Akla Kara Arası*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Ritchin, F.** (2012). "Balık Su Hakkında Bir Şey Bilmez, Dijital Devrimin Ortaya Çıkışı". Ken Light (Haz.). *Çağımızın Tanıkları Belgesel Fotoğrafçılar Anlatıyor* (ss.197-206). (Çev. Hüseyin Yılmaz). İstanbul: Espas Sanat Kuram Yayınları.
- Rotha, P.** (2000). *Belgesel Sinema*. (Çev. İbrahim Şener). İstanbul: İzdüşüm Yayınları.
- Salgado, S.** (2012). "İşçiler", Ken Light (Haz.). *Çağımızın Tanıkları Belgesel Fotoğrafçılar Anlatıyor* (ss. 119-125). (Çev. Hüseyin Yılmaz). İstanbul: Espas Sanat Kuram Yayınları.
- Salgado, S.** (Güz 2000). "Bugüne Kulak Verelim". (Çev. Turhan Ilgaz). *Sanat Dünyamız*, 77, 15-16.
- Salgado, S.** (Temmuz- Ağustos 2013). "Genesis - Önsöz". *İz Dergisi*, 46, 26-55.
- Tolungüç, A.** (Der.). (Eylül 1985). "İlk Belgesel Fotoğraf Çalışması". *Fotoğraf*, 30, 4-11.
- Tremain, K.** (2012). "Görmek ve İnanmak". Ken Light (Haz.). *Çağımızın Tanıkları Belgesel Fotoğrafçılar Anlatıyor* (ss. 13-22). (Çev. Hüseyin Yılmaz). İstanbul: Espas Sanat Kuram Yayınları.
- Yazarı Belirtilmemiş. (23 Ocak 2001). "İki Sanat Dalının Düellosu". *Cumhuriyet Gazetesi*. 15.
- Yazarı Belirtilmemiş. (29 Temmuz 2001). "Küreselleşen Dünyanın Trajedisi", *Cumhuriyet Gazetesi*. 15.
- Yazarı Belirtilmemiş. (4 Kasım 1992). "Görsel Tarihin Gözüpek Yazıcıları". *Cumhuriyet Gazetesi*. 18.
- Yurdalan, Ö.** (2008). *Belgesel Fotoğraf ve Fotoröportaj*. İstanbul: Agora Kitaplığı.

GOJIRA FİLMİNDE TEMSİL MEKANİZMASININ TARİHSEL VE İDEOLOJİK ÇÖZÜMLEMESİ

E. Gülay Er PASİN*

ÖZET

Gojira, 1954 yılında, 2. Dünya Savaşı ardından ve Japonya'nın işgalinin bitiminden hemen sonra çekilmiş bir bilimkurgu-korku filmidir. Çok sayıda devam filmi çekilmesiyle sinema tarihinde kendine özel bir yer edinmiştir. Japon sinemasında ise kaiju filmleri olarak sınıflandırılan filmlere öncülük etmiştir, bu filmlerdeki canavarlar Gojira ile ilişkilidir.

Dikkat çekici olan unsur, canavarın daha sonraki filmlerde Japonya'nın koruyucuna dönüşmüş olmasıdır. Gojira, 2. Dünya Savaşı ve Soğuk Savaş yıllarında çekilen atom bombası korkusunun ya da uyarısının konu alındığı anaakım sinemadaki canavar filmlerinden farklı olarak atom bombasının yıkıcı etkilerine maruz kalmış bir ülkenin yapımıdır. Bu noktada Gojira'nın Japon yapımı olması filmin konuya yaklaşımının ve canavar kimliğinde temsil mekanizmasını ne şekilde uyguladığının incelenmesi çalışmanın temel sorunsalını teşkil eder.

Çalışmada Gojira filminde canavarın metafor olarak kullanımı ön plana alınarak filmde tarihe ilişkin temsil mekanizmasının işleyişi çözümlenmiş ve filmin tarihsel gerçeklere ilişkin ideolojik yaklaşımı irdelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gojira, 2. Dünya Savaşı, Pasifik Savaşı, Japonya

HISTORICAL AND IDEOLOGICAL ANALYSIS OF THE MECHANISM OF REPRESENTATION IN GOJIRA

ABSTRACT

Gojira is a science fiction- horror movie shot in 1954, after the end of 2. World War and right after the occupation of Japan ended. It has a specific status in cinema history due to numerous film sequels. It is the pioneer for the movies classified as kaiju movies in Japanese cinema, the monsters in these movies are related to Gojira.

It is remarkable that the monster is transformed into the protector of Japan in sequels. As distinct from the monster movies of the mainstream cinema shot in II. World War and Cold War period concerning the issue of the fear of or the warning for the atomic bomb, Gojira is a production of the only country which was exposed to the destructive effects of the atomic bomb. In this point, by the reason of the fact that Gojira's being a production of Japan the examination of the movie's approachment to the issue and its attitude applying the mechanism of representation in the identity of the monster is the primary concern of the study.

In this study, the mechanism of representation of the movie is analyzed placing the use of the monster as a metaphor to forefront and the ideological attitude of the movie for historicity is researched.

Keywords: Gojira, II. World War, Pacific War, Japan

* Yrd. Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon Sinema Bölümü, e.gulay.er@gmail.com

GİRİŞ

1954 yılında yönetmenliğini Honda Ishiro'nun yaptığı, Toho yapımı Japonya'nın ilk büyük bütçeli canavar filmi olan *Gojira*, yeniden çevrimleri ve devam filmleri ile sinemada özel bir konuma sahiptir. Sinemada 'Gojira/Godzilla filmleri' olarak anılacak sayıda filmle kendine yer edinmiş olan *Gojira*'nın ilk filmi, genel tabirle orjinal film bu çalışmada konu alınmıştır. *Gojira* filminin örnek olarak seçilme sebebi 1950'li yılların canavar filmleri içinde gerçek yaşamda ülkelerine atom bombası atılan Japonlarca çekilmiş olmasıdır, zamanı için bu bağlamda tek örnektir. Dolayısıyla son derece uzun süreli ve trajik sonuçları olan bir felaketi yaşayan bir ülkede çekilen bu filmin konuyu ne şekilde ele aldığı başlı başına incelemeye değer görülmüştür.

Gojira, tür olarak bilimkurgu- korku –gerilim şeklinde tanımlanmaktadır. Filmin ait olduğu bir diğer altkategori canavar filmleri olarak görülebilir, özellikle 2. Dünya Savaşı sonrasında ve nükleer tehdidin yoğun olarak hissedildiği Soğuk Savaş yıllarında sıklıkla karşımıza çıkmış olan korku filmlerinin alttürü olarak. Sinemada tür filmlerinin kurucusu olan ve halen baskın konumunu koruyan Hollywood bu filmlerle genellikle toplumsal uzlaşmayı sağlamak, egemen ya da hedef ideolojinin toplumsal kabulü, kriz dönemlerinde toplumsal rahatlatma gibi amaçlara hizmet etmektedir. Hatta Vietnam ya da Kore Savaşı gibi konuları bile bireysel kahramanlık hikayelerine dönüştürme becerisini göstermektedir. Nilgün Abisel, Kracauer'in korku filmlerinin toplumsal ve siyasal ortamla ilişkisini kuran ilk kişi olduğunu belirtmiştir. Örneğin Kracauer, sessiz dönem Alman Sineması korku filmlerini kültürel bir hastalık olarak görmüş, hatta kimilerini 'Nazizmin ön biçimlenişleri' olarak tanımlamıştır (Abisel, 1999: 120). Korku filmlerinin, bilinçaltına hitap etmesi kadar var olan sorunlar konusunda izleyiciyi uyarıcı bir etkisi de vardır ve bu bakımdan diğer tür filmlerinden, bilimkurgu ile birlikte ayrılırlar. İşte bu noktada, uzaydan gelen bilinmeyen varlığın ya da canavarın neyi temsil ettiği önemlidir. Ancak Hollywood'da toplumu uyarıcı işlevdeki bilimkurgu- korku türündeki filmlerde toplum genellikle komünizme karşı uyarılmıştır. *Gojira*'nın tür açısından ilintili görülebileceği bir diğer film türü de felaket filmleridir. Gürhan Topçu, felaket filmlerinin 'kriz dönemi filmleri' olarak da adlandırılabilceğini belirtir ve felaket filmlerini şöyle tanımlar:

Felaket filmleri başlı başına bir tür oluştursa da çoğu zaman melodram, bilimkurgu ve korku gibi türlerle de iç içe geçerler. Bir tanımlama yapmak gerekirse felaket filmi, bir grup insanın (bu grup, bir aile ya da kasaba halkıyla sınırlı olabileceği gibi, bir ülke hatta tüm dünya da olabilir) deprem, yangın, sel, göktaşı, dev taratıklar, uzaylı canavarlar gibi doğal ya da doğa dışı bir tehdit karşısında kalmalarını ve bu tehditle mücadele etmelerini konu alan filmlerdir. Aslında sinemadaki temsil politikalarını göz önüne aldığımızda bu tehdidin altında, ortaya çıktığı dönemi yansıtan ve bu yazının da konusunu teşkil eden farklı dinamiklerin yattığını iddia edebiliriz. (...) Felaket filmlerinin en yoğun çekildiği dönemlerin ABD'nin ciddi bir savaş tehlikesini hissettiği, komünizm paranoyasının dorukta olduğu 50'ler ve Vietnam savaşının tüm ABD'yi etkilediği, feministlerin ve siyahların siyasal hareketlerinin dorukta olduğu, siyasal sistemin Watergate gibi skandallarla sarsıldığı 70'ler olması şaşırtıcı değildir (Topçu, 2010: 153,154).

Kültürel temsillerin sistem için bir tür savunma mekanizması işlevi gördüğünü belirten Topçu, örnek olarak feminizmin güç kazandığı dönemde Hollywood'un erkek egemen kapitalist ideoloji için yatıştırma ya da uyarı niteliğindeki filmler ürettiğinin altını çizer (Topçu, 2010: 155). Felaket filmlerinde dünyayı ve insanlığın geleceğini zorunlu koşul olarak vatansız, bilim insanı, fedakar gibi kimliklere sahip ve vazgeçilmez olarak kahraman olan Amerikalılar kurtarır. Hollywood Althusserci tanımla genel olarak devletin ideolojik aygıtı belirlemesini hak etmektedir.

Toplum yapısını ataerkil aileye dayandıran ve statükocu zihniyeti savunan normatif görüş bu filmlerde işleyen ikinci bir anlam katmanını zorunlu bir koşul gibi görmüştür. Zizek *İdeolojinin Aile Miti* kitabında bu konuya değinir. *E.T.* (1982), *Jurassic Park* (1993), *Empire of the Sun* (1987), *Schindler's List* (1993) gibi örneklerle Steven Spielberg filmlerinin ataerkil bir güven ve sorumluluk sahibi baba figürünün kaybedilen konumunun yeniden kurulmasını anlattığını ya da *Armageddon* (Michael Bay, 1998), *Deep Impact* (Mimi Leder, 1998), *War of the Worlds* (Steven Spielberg, 2005) gibi filmlerde proto ensest baba kız ilişkisinin mutlu sonunu garantilediğini açıklayarak Hollywood'da güdülen ideolojiyi tanımlarken anlatıların filmin gerçek anlamını ileten Oidipal düzey ve onun metaforik uzantısı olan dışsal yüzey yani filmin konusu olan iki düzeyde işlediğini belirtir (2012: 23-38). Bu işleyiş örnek olarak *Schindler's List* filmi üzerinden net olarak görülebilir:

Schindler'in Listesi, en basitinden, *Jurassic Park*'ın yeniden yapımıdır (eğer aralarında bir fark varsa, yeniden yapım orijinalinden çok daha kötüdür): Dinozor yaratıkların yerini Naziler, (filmin başındaki) sinik-vurguncu ve oportünist baba figürünün yerini Schindler ve hayatları tehlikedeki çocukların yerini ise gettoda Yahudiler (ki filmdeki çocuksulaştırılmaları dikkat çekicidir) almıştır - film, Schindler'in Yahudilere karşı sorumlu olduğu paternal görevini zamanla keşfetmesinin; şefkatli ve sorumluluk sahibi bir babaya dönüşmesinin hikayesini anlatır (Zizek, 2012: 24).

Moine, tür filmlerinin sisteme hizmet eden bir araç olarak kullanımını özetleyen net bir tanımlama yapmıştır:

Tür, yinelenen kalıplaşmış öykülerle, toplumsal normlara bağlı kalan çözüm yollarıyla izleyiciye empoze edilen ideolojik sınırlama/kısıtlama için etkili bir araç olarak görülebilir. Tür filmlerinin düzenli/alışılmış gösterimi, kendi ideolojik görüşlerini paylaştıkları sonucunu beraberinde getiren ve halkı uyuşturan yönlemleri nedeniyle sinema endüstrisinin temsilcisi ve aracısı/vekili olduğu egemen sınıfların çıkarlarına hizmet eder. Tür, böylelikle kuralcı toplumsal değerleri yeniden tasdik ederek toplumsal ve politik mevcut durumu güvence altına alır (2008: 74).

Gorjira, bu bağlamda tür filmlerinin ideolojik işlevini üstlenmemiştir. Ülkenin içinde bulunduğu toplumsal yapının dönüşüm sürecinde değişimi toplumsal eleştiriyle birlikte ve objektif bir tutumla yansıtmaya çabasıyla, taraf olduğu konulardaki tavrını net olarak göstermesiyle ve insana ve doğaya saygılı olma koşuluyla ilerlemenin yanında yer almasıyla normatif toplumsal kuralların savunucusu olarak görülmesi mümkün değildir. Toplumu eğlendirme, uyuşturma ya da rahatlatma gibi bir işlevi yoktur. Alışıldık şekilde bir mutlu

son söz konusu değildir. Anlatısını toplumsal bir konunun bireyselleştirerek ve kahraman hikayesine dönüştürerek kurmaz. O halde anaakım sinemadan uzaklaşıp filmin özgül niteliklerine ve belirleyenlerine bakmak yararlı olacaktır.

Gojira'nın çekildiği dönemde, büyük canavar filmleri çekilmektedir, bir yıl önce Warner Bros, *The Beast from 20.000 Fathoms* (Eugène Lourié, 1953) filmini gösterime sokmuştur, film Japonya'da gösterilmediyse de Tanaka filminden haberdardır. *King Kong* (Merian C. Cooper, Ernest B. Schoedsack) ise 1952 gibi yakın bir tarihte yeniden gösterime girmişti. *Gojira* ise günümüzde bile devam filmleri çekilmekte olan, tüm dünyada popülerleşmiş bir canavar filmi olmuştur. 1954-2004 yılları arasında 28 *Gojira* filmi çekilmiş, dünyanın farklı ülkelerinde benzerleri üretilmiştir. Britanya'da *Gorgo* (1960), Danimarka'da *Reptilicus* (1962), Güney Kore'de *Yongary* (1967), Kuzey Kore'de *Pulgasari* (1985) gibi (Tsutsui, 2010: 207).

Gojira, garip yaratık ya da canavar demek olan *kaiju* filmlerinin öncüsüdür, Japonya'ya saldıran ve genellikle birbirleriyle savaşan bu türden canavarları konu edinen filmlere *kaiju* filmleri denir. Bu filmler doğrudan *Gojira* ile ilişkilidir. *Gojira*, çok sayıdaki devam filmiyle sinema tarihinde yerini almıştır. İlk devam filmi hemen ertesi yıl çekilmiş, zaman içinde Japonya'nın yıkımı yönünde tehdit oluşturan canavar Japonya'nın koruyucusuna dönüşmüş, Japon milliyetçiliğinin sembolü haline gelmiştir. *Kingkongu tai Gojira* (aka King Kong versus Gojira, 1962), yine Ishiro Honda tarafından çekilmiştir ve bu filmde *Gojira* Fuji Dağı'nda King Kong'a karşı savaşır. Sonraki filmlerde kendisi gibi mutantlara karşı savaşarak ülkesinin koruyucusu konumunu sürdürür. Elbette Hollywood versiyonları anlatıyı kendi bakış açlarına uydurur. 1956 yılında Amerikan versiyonu *Godzilla, King of the Monsters* (Ishiro Honda, Terry O. Morse) adı ile gösterime girmiştir. Bununla birlikte son derece ilgi çekici bir durum söz konusudur, filmin 50. yılı onuruna her iki versiyonunun kesintisiz ve altyazılı dvd formatında çıkarılması sonucu orijinal *Gojira* Amerika'da ilk kez ancak bu tarihte izlenebilmiştir. Canavarın çeşitlemeleri, Japonya'da yaşanan güncel değişimler ve izleyici odaklı olarak gerçekleştirilmiştir. Zamanla kendisi korku duyulan canavar olan *Gojira*'nın karşısına düşmanlar çıkarılmış ve *Gojira*, ülkeyi savunmak için başka kötü canavarlarla kavga eden bir ulusal kahramana dönüşmüştür. Yine zaman içinde daha az korkutucu bir görünümle ve okul çağı çocuklarının izleyici olarak hedef kitle olmasıyla sevimli, arkadaşça bir kimliğe bürünmüştür. Devam filmleriyle birlikte *Gojira* canavar olarak milliyetçi bir kimlik edinmiştir.

Gojira, anlatım dili açısından yer yer belgesel bir tutuma sahiptir. Atom bombası felaketine uğrayan bir ülkenin yapımı olması nedeniyle korku- gerilim- bilimkurgu kategorisinde tanımlanan filmin konuya yaklaşım tarzı önem kazanmaktadır. Japonya, 2. Dünya Savaşı'nın sonunda iki kez atom bombasına maruz kalarak yenilgiyi kabul etmiş bir ülkedir. Filmde atom bombası ile ilişkili bir metafor olarak kullanılan canavarın temsil ettiği unsurların irdelenmesi bu bağlamda ön plana çıkar. Çünkü aynı dönemde Japonya yayılmacı bir politika ile Pasifik Savaşı'nı yaşamış ve savaş yıllarında sert militarist uygulamalarda bulunmuştur.

Çalışmada, canavarın kimliğinde metafor kullanımı ve filmin tarihsel gerçeklere ilişkin ideolojik tutumu çözümlenmiştir. Orijinal film olan *Gojira*, çalışmanın sınırlılığıdır. Başka ülkelerde çekilmiş olan versiyonları ya da yeniden çevrimleri ve devam filmleri çalışmaya dahil edilmemiştir. Çalışmada konu alınan ilk filmde canavarın kimliğinin ne şekilde örüldüğü ve metafor olarak anlamının *Gojira* filmlerindeki değişime bir temel teşkil edip etmediği ve devam filmlerinde edindiği Japonya'nın koruyucusu olan milliyetçi canavar kimliğine bir ışık tutup tutmadığı da sorgulanmıştır.

Tematik açıdan filmde tarihsel gerçeklerin temsili ve filmin konu edindiği sorunsala ideolojik yaklaşımı çalışmanın odağıdır. Bu amaçla çözümleme gerek filmin zamanı gerekse çekildiği dönemin tarihsel, siyasal ve toplumsal gerçekleriyle bakışumlu olarak yapılmıştır.

1.FİLMİN KISA ÖZETİ

Pasifik Okyanusu'nda ticari gemilerin kaybolmasının ardından arama çalışmaları başlar. Bir araştırma ekibi Odo Adası'na gider ve Gojira'nın yüksek oranda radyasyon ve mesozöik dönemden kalma fosil içeren ayak izini bulurlar, ekibin başında Profesör Yamane vardır.

Gojira, Tokyo'ya saldırır ve kenti yerle bir eder. Gojira'nın nefesi radyoaktiftir, atom bombasının etkisi ile dönüşüme uğramış, yüksek oranda radyoaktiviteyi absorbe ederek canavarlaşmış ve yaşadığı okyanusun derinliklerinden çıkarak etrafa saldırmaya başlamıştır.

Yamane, bir bilimadamı olarak, Gojira'nın öldürülmesine karşıdır, incelenmesini istemektedir. Serizawa ise laboratuvarından pek dışarı çıkmayan bir bilim adamıdır ve Gojira'yı yok edecek olan silahı geliştirmiştir.

2. TARİHSEL BİR TRAJEDİNİN METAFORU OLARAK CANAVAR VE 2. DÜNYA SAVAŞI

Gojira filminin başında, yük gemisindeki denizciler güvertede oyalanmaktayken ani bir parlama olur ve bakamazlar, ardından gemi alev alır, batar. Denizciler güvertede oyalanırken, Pasifik Okyanusu'nda ani bir patlama ve bakamayacakları şiddette bir parlama ile bir geminin batışı yer alır. Onu aramaya giden gemi ve ardından bir arama botu da aynı şekilde batar. Kurtulan üç kişiden biri okyanusun patladığını söyler. Daha sonraki bir planda adaya ulaşanlardan Masagi ise bunu canavarın yaptığını söyler. Olaylar gazetelere manşet olur, halk, özellikle de denizcilerin aileleri bilgi almak için bekler, arama için seferber olunur... Filmin hemen başındaki bu giriş, açıkça *The Lucky Dragon* olayına göndermedir.

22 Ocak 1954 tarihinde Yaizu Limanı'ndan ayrılmadan hemen önce tuna balığı avlayacak olan *Lucky Dragon* teknesinin sahibi, avın daha bol olacağını düşünerek teknenin Midway Adaları yakınına gitmesine karar vermiştir. Bu, daha uzun ve zorlu bir yolculuk demektir ve yirmiyüç kişilik mürettebatın çoğu bu karardan bihaber yola çıkmış, denize açıldıktan sonra rota değişikliğini öğrenmiştir. Motorun bakımı için Ogawa Limanı'nda acilen durduklarında ise kazaen tekne karaya oturmuş ve sular yükselene dek yerinden kıpırdatılamamıştır. Balıkçılar bunu kötüye yorumşlardır. Şubat ayında Midway'a varmışlar, balık avının kötü geçmesinin yanı sıra hava şartları kötüdür ve başka terslikler de peşlerini bırakmamıştır. Bunun üzerine son kez şanslarını denemek ve daha sıcak sulara gitmek için Marshall Adaları'na yönelirler. Aikichi Kuboyama, savaştan sonra Amerika'nın burada atom bombası testleri yaptığını bildiği için Bikini Atolü'nden uzak durmaları konusunda kaptanı uyarmıştır. Ancak 1946'dan beri bomba patlamadığı, son denemenin 600 mil uzaklıktaki Eniwetok Atolü'nde yapıldığı ve Deniz Güvenlik'ten de bir uyarı almamış olmaları nedeniyle bir tehlike olmadığını düşünmüşlerdir. Ne var ki gerçek hiç de düşündükleri gibi değildir. Marshall Adaları, Amerika'nın deneyeceği hidrojen bombası testinin merkezinde yer almaktadır. 1 Mart 1954 tarihinde Amerika Birleşik Devletleri, Bikini Atolü'ne 15 megatonluk hidrojen bombası atmıştır. Atom Enerjisi Komisyonu'nca 'Operation Bravo' adı verilen patlama, sıradan bir atom testidir. Bikini Atolü'nün büyük kısmı buharlaşmıştır. Yüksek oranda radyoaktif artık içeren bulut Pasifik Okyanusu'nda 7000

milkmare alana yayılmıştır. Birden gökyüzünde çok parlak bir ışık belirmiş, adeta alev almış gibi sarıdan kırmızıya değişen renkte ufukta yükselmiştir. Bunu gördüğünde gemide bulunanlardan Suzuki güneşin batıdan yükseldiğini haykırmıştır. Birkaç dakika sonra Lucky Dragon şiddetli bir hava çarpması ve iki büyük patlamaya maruz kalmıştır. İçlerinden bazıları bunun *pika-don*, atom bombalarından sonra uydurulmuş ve patlamadan kaynaklanan şimşek benzeri parlamayı tanımlayan sözcüktür, olduğundan emindir. Kaldı ki yapış yapış beyaz kül üstlerine yağmıştır. Denizciler dönüş yolunda hastalanmış, kimilerinin yüzü ürkütücü şekilde kararmıştır. Sonucunda denizcilerden birkaçı ölmüş, halk tuna balığı boykotu yapmış, bomba karşıtı kampanyalar düzenlenmiştir (Ryfle, 2005: 47-50). Bu olaya Japon basınında büyük yer verilmiş ve halkın nükleer endişeleri alevlenmiştir. Önemli bir diğer nokta ölenlerin sivil olmaları ve hidrojen bombasının önceden bir uyarıda bulunmadan atılmış olmasıdır.

Filmin bu tarihsel olaya göndermeyle başlaması daha sonraki sahnelerde adeta 2. Dünya Savaşı'nın ardından olduğu gibi yıkılmış şehir görüntüleri, Gojira'nın kurbanlarının görüntüleri, halkın korku ve umutsuzluk dolu konuşmaları da filmin Japon tarihine belgesele yaklaşan yaklaşımı ile uygun düşmektedir. 2. Dünya Savaşı'nda çok sayıda Japon ticaret gemisi Amerikan denizaltıları tarafından batırılmıştır. Lucky Dragon sahnesinde arama kurtarma amaçlı giden gemilerin kaybolmaları açıkça bu tarihsel gerçeğe bir göndermedir. Bu sahne 2. Dünya Savaşı'nın başında savaşa girmek üzere olan Japonya'yı imler.

Yukarıda anlatılan olaylar sırasında Toho Film Şirketi'nde film yapımcısı olarak çalışan Tomoyuki Tanaka bir iş görüşmesinden uçakla Tokyo'ya dönerken camdan bakar ve aklına bir fikir gelir: The Lucky Dragon'un yaşadığı talihsizlik üzerine gelişen antinükleer arbededen esinlenerek Japonya'nın ilk büyük canavar filmini yapmak ister. Tomoyuki Tanaka, Lucky Dragon ile ilgili gazete haberini Toho Film yapımcılarına göstererek "dev bir primitif yaratığın hidrojen bombası sonucu nükleer bir canavara dönüşmesi" fikrini söylemiştir (Ima-Izumi, 2006: 200-202).

Gojira filminin başındaki sahne, yukarıda da belirtildiği gibi, Amerika'nın 1954 yılında Pasifik Okyanusu'ndaki Bikini-Marshall Adaları'na attığı nükleer bombaya ve özellikle de Lucky Dragon No. 5 (Daigo Fukuryū Maru) gemisinde yaşananlara göndermedir. Bu, Gojira'yı canavara dönüştüren ve denizin altından uyanarak saldırmasına yol açan bombadır.

Doğu'da giderek güçlenen, ekonomisini güçlendirmek için hammadde ihtiyacı sebebi ve militarist bir tutumla yayılcı bir politika izleyen Japonya'nın önceden bir uyarıda bulunmadan yaptığı Pearl Harbor baskını, Amerika'yı çileden çıkarmıştır. Michael Schaller, Amerika'nın bakışını detaylandırarak özetler: Pearl Harbor saldırısından sonra Amerikalıların genel yargısı Japonya'ya saldırılması gerektiği yönündedir ve Asyalılara karşı genel bir antipati geliştirilmiştir. Senatör Lister Hill (Alabama) silahlı kuvvetlerin Japonya'yı ateşe boğarak tahrip etmesini ister, Senatör Ernest McFarland (Arizona) Japonların Amerika'ya saldırılarının karşılığını kanları ve şehirlerinin külleriyle ödemeleri konusunda ısrarkardır, Senatör Theodore G. Bilbo (Mississippi), General Douglas MacArthur'a tüm Japonların kısırlaştırılmasını önerir. State-War-Navy Coordinating Committee (SWNCC) danışmanlarından biri "Japonların ırk olarak yok edilmesi yönünde" öneride bulunur, Japonya o kadar ağır şekilde bombalanmalıdır ki uygarlıklarından geriye çok az bir kırıntı kalmalıdır. 1945'te, başkanın oğlu olan Elliott Roosevelt önceki başkana ve dönemin Ticaret Sekreteri (Secretary of Commerce) Henry A. Wallace'a ABD'nin "Sivil Japon nüfusunun yarısını yok edene kadar" bombalamaya devam etmesi gerektiğini belirtmiştir. Nitekim aylar süren yoğun yangın bombası hücumu şehirlerde yaşayan Japonların yarısını

gerçekten de küle çevirmiştir. Ticaret gemilerinin batırılmasının yanı sıra Asya ve Pasifik'ten gıda ve hammadde ithaline sıkı bir kuşatma gerçekleştirmiştir. Çin'de ve Güneydoğu Asya'da milyonlarca asker ve sivil umutsuz şekilde izole edilmiştir. Onbinlerce morali bozuk Japon askeri ölmüş ya da intihar etmiştir. Ağustos ayı itibarıyla iki milyon Japon ölmüştür (Schaller, 1985: 3,4). Sonuç olarak ABD 1945 yılında ilk kez nükleer silah kullanarak Hiroshima'ya atom bombası attı. Bu atom bombasına "Little Boy" adını vermişlerdi. Bundan üç gün sonra Nagasaki'ye "The Fat Man" adını verdikleri bombayı attı. Atom bombası felaketini yaşayıp hayatta kalanlara Japonya'da 'hibakusha' dendi. Hibakusha'lar ve çocukları ülkede yıllarca insanlar tarafından dışlandı. Radyasyondan etkilenme korkusu nedeniyle hiç kimse onlara yaklaşmak istemedi. Yıllarca bu zor koşullarda yaşayan hibakushalar kendi trajedilerinden yola çıkarak dünyada başka Hiroşima ve Nagasaki olmaması için büyük kampanyalar başlattı.

Savaşın yıkıcı etkileri Japon toplumunda son derece sancılı bir kaotik döneme neden olmuştur. 1943 ortalarında savaş Japonya'nın aleyhine dönmüş, her taraftaki askeri birlikleri püskürtülmüş, 1944'te Amerikan bombalarıyla şehirleri harap olmuş, 1945'te sadece tek bir hava saldırısında atılan yangın bombalarıyla Tokyo'da 100000'den fazla insan ölmüştür. 6 Ağustos'ta ilk atom bombası Enola Gay Hiroshima'ya atılmış, ikincisi ertesi gün Nagasaki'ye atılmıştır. Hava saldırılarına ve atom bombalarına dayanamayan Japonya yenilmiş, Pasifik Savaşı da sona ermiştir. Atom bombası karşıtları bugün hala atom bombasının insansız bir alana atılabileceğini ve gereksiz olduğunu, Amerika'nın aslında yeni silahını denediğini tartışır. Savaşın sonunda Japonya sefil durumdadır. Ülke vatandaşlarının kitlesel ölümlerini görmüştür- 2.5 milyon askerin ve yaklaşık bir milyon sivilin öldüğü söylenir. Çok sayıda şehir ve altyapısının büyük kısmı zarar görmüştür. Sanayi temelini dörtte biri mahvolmuştur. Halkı afallamış halde, yorgundur ve açlıktan kıvrılmaktadır. Barınma sorunu vardır ve ilaç kıtlığı yaşanmaktadır. Sorunlar, çok sayıda askerin terhis edilmesiyle daha da kötü hale gelen yüksek düzeydeki işsizlikle artmıştır (Andressen, 2002: 116-118).

1945-1952 yılları, Japonya'nın işgal altında olduğu dönemdir. Bu dönemde imparator sadece bir simgeye dönüştürülmüş, ülkenin demokratikleştirilmesi adı altında uzakdoğuda etkili olacak kapitalist bir güç yaratılmasının temelleri atılmış, geleneklerine bağlı, dışı açık olmayan Japon halkının tüketim kültürüne geçişi sağlanmıştır. Özellikle bölgedeki komünizme karşı böyle bir kapitalist güç, üstelik de yasaklamalarla bağlı bir devlet, Amerika'nın ticari açıdan gelecek planları için önem taşıymaktaydı ve işgal bu planlara dönük işlemiştir. Demokratik kimi ilkelerin halk tarafından hemen benimsenmesinin yanı sıra inanç sisteminde değişimler meydana gelmiş, toplumsal yapı adeta çözüne uğramıştır. Bir yandan da modernizasyon, geleneğin yok olma korkusunu getirmiştir. Belki de Japon toplumunu en çok etkileyen etmenlerden biri, savaştan çıkmış, büyük kayıplar vermiş olan ülkenin, ard arda atılan iki atom bombası ile şoka girmiş, bombaların etkileri uzun sürede anlaşılmaya başlanmış iken, kayıplarına yas tutup iyileşmeye çabalayacağı zamanda, işgal altında olmasıdır.

Filmde en dikkat çekici unsurlardan biri, Gojira'nın saldırısına uğrayan şehrin doğrudan atom bombası ve savaş görmüş bir şehri andırmasıdır. Gojira'nın radyoaktif nefesi ile yakıp yıktığı kenti, toparlanıp kendini sağaltması gereken bir toplumun yeniden inşa etmesi gerekmektedir. Aynen 2. Dünya Savaşı'nda yaşanmış olduğu gibi. Bu açıdan film kimi sahnelerde belgesel gerçekçiliğine yaklaşır. Filmin bu tutumu tren sahnesinin çekimlerinde net olarak görülür. Trendeki insanlar manşetlerinde Gojira haberi verilen gazetele-ri korku ve endişeyle okur, yeniden sığınak bulmak zorunda kalacaklarından kaygılanırlar.

Buradaki 'yeniden' vurgusu açıkça savaş dönemine yapılan bir göndermedir. Bir kadın Nagasaki'de atılan nükleer bombadan güçbela canlı olarak kurtulmuşken şimdi hidrojen-den etkilenen tuna balığından, radyoaktif yağmurdan ve Gojira'dan korktuğunu söyler. İma-Izumi Yoko, bu sahne ile seyircilere nükleer bombadan Amerika'nın sorumlu olduğunun hatırlatılmasının amaçlandığını belirtmiştir (2006: 206,207). Gojira'nın Tokyo'ya saldırısında sokakta çaresizce üç çocuğuna sarılmış olan kadının çocuklarına verebildiği tek teselli, biraz sonra babalarına katılacaklarını söylemesidir. Açıktır ki 2. Dünya Savaşı'nda ölmüş babalarına katılacaklardır. Burada savaşın sonucu olarak ortaya çıkan ve toplumu etkilemiş bir durum olan, daha sonra Japon sinemasında başlı başına etkili olacak bir tema olan babanın yokluğu konusu da vurgulanmaktadır. 2. Dünya Savaşı'na başka bir anıştırma da, Ogata'nın ağzından bir gözünü kaybetmiş olan Serizawa'nın yarasının savaşta olduğu sözleriyle verilir.

Filmin yönetmeni olan Honda 1936'da askere alınmış ve sekiz yıldan uzun süre Japon işgalindeki Çin'de piyade eri olarak görev yapmıştır. 1945'te esir düşmüş ve savaş esiri olduğu sırada atom bombalarını ve Japonya'nın teslimiyetini öğrenmiştir. Serbest bırakıldığında eve dönüşü sırasında büyük kısmı yok olmuş Hiroshima'yı görmüştür ve bu görüntü ilelebet aklından çıkmamıştır. Daha önce belgesel filmler çekmesi *Gojira*'nın gerçekçi tutumunu ve geniş çaptaki şehir yıkımını gözünü kırpmadan yeniden tasarlamasını açıklar. Gojira Honda için bombanın metaforu değil fiziksel tezahürüdür.

Görüntülerin çoğu savaş deneyimlerimden. Savaşın sonra Tokyo'nun yanısıra Japonya'nın tamamı yerle bir olmuştu. Atom bombası atılmış ve Hiroshima'yı tamamen harap etmişti... Gojira bir dinazor ya da başka bir hayvan olsaydı tek bir top güllesiyile öldürülebilirdi. Ama bir atom bombasına eşit olsaydı ne yapacağımızı bilemezdik. Böylece atom bombasının karakteristik özelliklerini aldım ve Gojira'ya uyguladım (Ryfle, 2005: 52).

Gojira'nın Tokyo saldırısı, açıkça atom bombası atılmasını simgeler. Sonrasında gösterilen hastane görüntüleri, paniklemiş ve umutsuz durumdaki insanların çaresizliği belgesel bir filmde olabileceği kadar gerçekçi bir atmosferde verilmiştir, korku-bilimkurgu türündeki bir filmde bu gerçekçi yaklaşım filmin ana sorunsalının neliğini gösterir.

Film sadece ülkenin savaştaki yenilgisini ve atom bombası felaketinin yansımaları göstermez, Japonya hükümetinin ve ordusunun kendisine yönelik eleştirel bir tutuma da sahiptir. Filmin Japonya'nın 2. Dünya Savaşı sırasındaki tutumuna yönelik özeleştirisi aynı zamanda bundan sonra yöneleceği tavrı da gösterir. Japon Öz Savunma Kuvvetleri Gojira'nın yok edilmesi için hazırlık yaparken Dr. Yamane bilimadamı olarak Gojira'nın incelenmesi gerektiğini savunmaktadır. Roberto, savaş dönemindeki iktidarın militarist görüşlerini Japonya'daki herkesin paylaşmadığını belirterek Dr. Yamane'nin bilimadamı kimliğiyle Gojira'yı incelemek istemesi ve Japonya mahvolmadan yok edilmesi gerekliliği çelişkinin, savaş sırasında Japonların yaşadığı çelişkiyi sembolize ettiğini belirtir. Dr. Serizawa'nın geliştirdiği Oksijen Silahı modern teknolojinin bir ürünüdür, kullanıldığı alanda sudaki tüm oksijeni yok edeceğinden yaşayan canlıların da ölümüne yol açacaktır. Oksijen yok olduğunda geriye kalan bileşense hidrojen olacaktır! Hagiwara adlı bir gazeteci, Dr. Serizawa'nın geliştirdiği silaha ilişkin bilgi almıştır ve kendisiyle görüştüğünde Serizawa'nın konuyu reddetmesi üzerine gazeteci İsviçre'deki muhabirlerinin bu bilgiyi doğrudan Serizawa'nın bir Alman arkadaşından aldığını söyler ancak Serizawa hiç Alman arkadaşı olmadığını ısrar eder. Varlığı reddedilen 'Alman arkadaş', Serizawa'nın deneyleriyle Nazilerinki arasında bir bağ kurma önerisidir ve net olarak Japonya'nın savaş

döneminde Almanya ile ittifakına göndermedir (Roberto, 2014: 7,8). Serizawa'nın oksijen silahı açıkça hidrojen bombasına gönderme olmakla kalmaz, kendilerine atılmış olan bombayı filmde kendileri üretmiş olmakla savaş döneminde kendilerinin de atom bombası çalışmaları yapmalarına dair bir itiraf ve yüzleşmedir. Film, Japonya'nın içselleştirdiği bir suçluluk duygusunu ve Japonya'nın savaş sırasındaki tutumunu itiraf ederken Serizawa'nın silahını kullanma şekliyle telafinin değilse de gelecekte olmaları gereken konunun önerisini getirmektedir böylece.

Kore Savaşı'ndan başlayarak ekonomisini güçlendiren Japonya, soğuk savaş yıllarında 1950'lerden sonra ABD ile arasına mesafe koyarak Çin ve Sovyetler Birliği ile ilişkilerini geliştirmiştir (Belge, 2011: 426). Bu tutumu gerçek yaşamda Amerika'dan özellikle gıda yardımı almış olmasına karşın filmde saldırıdan sonra harap haldeki şehrin hiçbir yardım görmemesinde görülmektedir.

İşgal altındaki bir ülkenin savaşta kaybettiği insanlarına tutamadığı yas, *Gojira*'da telafi edilmeye çalışılır gibi yer almıştır. Böylelikle ölümlerine yas tutamadıkları ve bunun sebebi de hatırlatılmış olmaktadır. Örneğin Serizawa'nın geliştirdiği silahını kullanmaya ikna edilme sahnesinde televizyonda hastanelere taşınan yaralılar görülür ve kayıplar için çocuklardan oluşan bir koronun söylediği dini şarkı yayın aracılığı ile tüm ülkenin katılımıyla yaşanan cenaze töreni yerine geçer. Serizawa'nın karar vermesinde etkili olan da budur. Televizyon yayınıyla aracılendirilmiş görüntüler savaş sonrası işgal döneminde ülkede uygulanan katı sansürü ve bu sahnelerin tamamı da Japonya'nın savaş kayıpları için gereğince tutamadığı matemini imler.

3.GELENEK VE MODERNLEŞME

Filmin başlarında, adalı balıkçıların hiçbir şey yakalayamadan dönüşleri üzerine, yaşlı bir adalı "O zaman... Bunu Gojira yapmış olmalı." der. Kadınlardan biri, 'yaşlı adam ve Gojira, ikisi de eski zamandan kalma', diye eğlenir. Yaşlı adam, böyle düşünmeye devam ederlerse hepsinin Gojira'ya yem olacağını söyler. Yaşlı adamın temsil ettiği 'eski zamanlar'a tezat olarak adaya helikopterle gelen yerel gazeteci, akşamki sahne gösterisi sırasında yaşlı adama Gojira'yı sorar: "Denizde yaşayan canavarın adı. O, hayatta kalmak için insanlarla beslenmek üzere okyanustan gelecek. Eskiden, balık olmadığı zamanlar hepimizi yemesini önlemek için genç kızları kurban ederdik. Şimdi ise eski adetlerden geriye kalan tek şey bu ritüel." Bununla birlikte başka genç bir ada sakini de olayı soruşturan gazeteciye denizde bir çeşit hayvan olması gerektiğini ve bu nedenle hiçbir şey yakalayamamış olduklarını söyler. Ama o büyüklükte bir deniz hayvanı şüpheyle karşılaşılır. Burada yaşlı adam yeni nesli eski zamanlar, gelenekler hakkında hiçbir şey bilmemeleri nedeniyle eleştirir.

Yasuo Nagayama'nın yaptığı *Gojira*'nın postkolonyalist okumasına göre canavarın kökeni nükleer bir kazaya değil bir 19. yüzyıl Şintoisti olan Masumi Ohishigori tarafından uydurulan bir sözde din ve sahte bilim teorisine dayanır. Edo döneminin sonundan Meiji dönemine doğru olan sürede Ohishigori Şintoizmin sınırlılığının farkındaydı ve Hristiyanlık ve Budizmle arayı kapaması için onu modernize etti. Böylece atalara tapınmanın bir uygulayıcısı, bir Şintoist olan Ohishiro, Darwinciliğin yükselişinden ve paleontolojiden etkilenerek şaşırtıcı bir teori uydurdu ve insanın kökenini Japon tanrılarının doğma dinozora dayandırdı. Japonların kökenini dinozorlara dayandıran bu teori Taisho döneminde çok etkin olan mistik bir kültte, Oomoto-kyo'da büyük yankı uyandırdı. Bu kültürün bazı üyeleri dinozorların ejderha tanrılar olarak okyanuslarda halen varlıklarını sürdürdüğüne inanıyordu. Naka-

no'ya göre, Gojira'nın denizden çıkması canavarın yaratıcılarının aklının bir köşesinde Ohishigori'nin teorisinin olduğunu göstermektedir (Nakano, 2008: 5,6).

Yaşlı adam eski yaşantı ve inançları savunmasıyla geleneksel Japonya'yı temsil eder. Ne var ki burada 'eski zamanlar', 'geleneksel Japonya' deyişlerinin genel kullanımdan farklı bir anlamı vardır. Çünkü söz konusu işgalle birlikte Japonya'da kökten bir değişim söz konusudur ve Japonya'nın bu şekilde modernleşmesi çok tartışmalı bir konudur. Toplumsal yaşantıyı temelden etkilemiştir.

Odo Adası aynı zamanda Tokyo ile bakışımı olarak gelenek ve modernleşme, geçmiş ve bugün/gelecek gibi ikili zıtlıkların verilmesi için kullanılan bir unsurdur. Karakterler gibi Odo Adası ve Tokyo da bu karşıtlıkların bir çeşitlemesi olarak yer almıştır filmde. Odo doğayla ilişkisi uhrevi nitelikte olan Japon toplumunu ve geleneksel değerlerini yansıtan Tokyo teknolojik ilerlemenin, medyanın, modernleşmenin, toplumsal değişimin simgesidir.

Gojira'nın Tokyo'ya saldırısı ve bunun sonucunda ortaya çıkan durum doğrudan 2. Dünya Savaşı'nı anımsatır. Gojira'nın bu saldırıda yerle bir ettiği Meclis binası, Nichigeki Tiyatrosu ve Matsuzakaya mağazası, modernleşmeyi ve ilerlemeyi imleyen yerlerdir (Balmain, 2008: 41). Gojira'nın hedef aldığı modernleşme, sistem değişimi ve toplumsal dönüşüm canavarın kimliği için determinist bir seçim olmuştur.

Dolaylı bir yorumla çağdaş halk araştırmacısı Akasaka Norio, Gojira'da askerlerin huzursuz ruhlarının bedenlendiğini söylerken görüşünü destekleyen dolaylı bir kanıt olarak da Gojira'nın Mishima Yukio'nun içten anlayışını çağrıştırdığını ileri sürer (Inuhiko, 2007: 107). Yazar olan Mishima Yukio, Tate no Kai adlı milliyetçi örgütün başkanıdır, Japonya'nın geleneksel değerlerine dönmesini savunur, silahlanmasını ister, modernleşmeye karşıdır. 1970 yılında Japonya Silahlı Kuvvetlerinin Tokyo'daki Ichigaya Kampını ele geçirirler ve burada Mishima Yukio, imparatorluğun yeniden kurulması yönünde konuşmasını yaptıktan sonra seppuku yapar.

Emiko ile Ogata ve Serizawa arasındaki ilişki ve bu üç karakter Japonya'nın değişimine, modernleşmesine ilişkin kurgulanmıştır. Emiko ile Serizawa'nın aile tarafından kararlaştırılmış evliliği, geleneksel Japon toplum yapısına işaret ederken Emiko ile Ogata'nın aşkı altmetinde Emiko karakterinin özellikleriyle birlikte okunduğunda geleneksel yapının eleştirisi olmaktan çok değişen Japon toplumunu ve kadının toplumdaki konumuna dair farklılaşmayı yansıtmaktadır. Serizawa ise yüzünde taşıdığı savaş yarasıyla savaşı kaybetmiş olan Japonya'yı ve kaotik kişiliğiyle savaş öncesindeki geleneksel yapısının içinde bulunduğu durumu temsil eder. Serizawa'nın ölümü sadece Emiko ve Ogata aşkına değil Japonya'nın geleceğine yer açarken, aynı zamanda simgelediği eski değerler sisteminin de ölümüdür. Serizawa ile Emiko ya da Ogata ile Emiko'nun babası arasındaki ilişkilerin doğası incelikli bir şekilde işlenirken aşk ilişkisinin ön plana alınması değil aile ve toplumsal ilişkilerin yansımaları söz konusudur. Bu ilişkiler açık olarak savaş öncesi geleneksel Japon toplum yapısındaki değişime işaret eder. Fakat aynı zamanda Emiko ve Ogata'nın aşkı Japon toplumunun maneviyatındaki görev, sorumluluk, minnet ve hiyerarşik bağlılık unsurlarının karşısında kadının eşit ve özgür konumuyla ve seçim hakkıyla modernleşen toplum yapısını olduğu kadar Batı tarafından ülke için öngörülen kapitalizmin güvencesi olan çekirdek burjuva aileyi de imlemektedir.

Filmin bu tematik yaklaşımının gözlemlendiği bir diğer sahne, parlamento sahnesidir. Profesör Yamane, canavarın dinazorlar döneminden bir varlık olduğunu, adalıların inancına göre adına Gojira denebileceğini söyler. Bu varlık, derin denizde bulunan organizma-

larla beslenerek bugüne kadar varlığını sürdürebilmiştir. Son zamanlardaki nükleer patlamalar doğal ortamını bozunuma uğratmış olmalıdır, atom patlaması onu yaşam alanından dışarı çıkarmış olmalıdır. İki milyon yıl önce yok olmuş olan canlı, tribolite, Godzilla'nın ayakzinde bulunmuştur, mükemmel durumdadır, kabuğunda kum vardır ve bu kum da dinazorlar devrine tarihlenmektedir. Ayakzinden alınan kum, yüksek oranda ve atom bombasından geçebilen tipte radyasyon içermektedir, bu da Gojira'nın kendisinin yüksek oranda atom kaynaklı radyasyon soğurmuş olduğunu göstermektedir. Yamane'nin gerçek verileri açıklaması üzerine filmde ideolojik bir yaklaşımla gerçeğin halka açıklanmasına dair Japon Meclisi'ndeki tartışma ve iki kutuplu yapısal durum, kadınların söz hakkı olmaya başlaması, demokrasiye geçilmesi gibi unsurlar kadın politikacının halkın doğru bilgilendirilme hakkına dair sözleriyle yeni Japonya hakkında belirli bir tutumla verilmiştir.

Susan Sontag, "The Imagination of Disaster" başlıklı yazısında bilimkurgu filmlerde ahlakal kolaylaştırmanın ve şekillendirilen uluslararası dayanışmanın umut verici fantezisinin yanısıra bugünkü varoluşumuza ilişkin en derin kaygıların gizlendiğini belirtir. Sadece atılmış olan bombanın gerçek travması değil yeni bombaların pekala kullanılabilir olması söz konusudur. Fiziksel felakete, evrensel tahrip hatta imha olasılığına ilişkin yeni kaygıların yanında bilimkurgu filmleri insan ruhunun durumuna ilişkin güçlü endişeleri yansıtır. Sontag'a göre bilimkurgu filmlerde toplumsal eleştiri en örtük şekilde bile olsa kesinlikle yer almaz. Yanı sıra toplumsal ve politik ilgi ile kesişen toplumsal bir etkinlik olarak bilim kavramı kabul edilmez. Bilim basitçe ya macera ya da tehlikeye verilen teknik bir karşılıktır (1966: 220-223). Filmde yansıtılan endişeler Sontag'la örtüşmekle birlikte yaptığı toplumsal eleştiri ve politik ilgi ile kesişen bilimin noksanlığı belirlemesi Gojira için geçerli değildir, Gojira bu açıdan anaakım sinemadan ayrılmaktadır. Gerek bilimsel gerçeklerin açıklanması üzerinden politik şeffaflık gerek politik şeffaflığı savunan kadının toplumsal konumundaki değişim gerekse canavarın sadece yok edilmesi gereken bir tehdit olarak görülmemek için ona bilimsel bir bakışla da yaklaşılması ve siyasal sorumluluğun paylaşılması filmde net olarak yer alır.

Susan Napier, Japonya'da bilim kurgunun ülkenin modernleşmesine paralel gittiğini ve savaş sonrasında da distopik tutumun devam ettiğini belirtir. Japon bilimkurgu filmlerinde kimlik kavramındaki değişim sorunu temel konulardan biridir. Kimlik mefhumu, tarihin güncel Japon kültüründeki rolü ile yakından ilişkilidir (Napier, 1993: 329, 331). Japonya'nın tarihsel süreçte demokrasi, toplumsal yapının değişimi, kapitalistleşme gibi alanlardaki değişimine bakıldığında, bu son derece yerinde bir tespittir.

Japonya'da birden gerçekleşen devrim niteliğindeki değişimler doğal olarak toplumsal kaygılara da yol açmıştır ve filmde bu durumun yansımalarını net olarak görürüz:

Modernizm öncesi Japon paternalizmi ile modern demokratik Batı değerleri arasındaki gerilim işgal sonrası Japon sinemasının tematik izleğini oluşturmuştur. Bu, geleneksel Japon değerlerinin görünüşe göre daha demokratik olanlar için terki değil, birini yeniden kurmak için diğerini kabul etmek meselesidir.

Toplumsal parçalanma, kadın erkek ilişkilerindeki değişim, sınıflar arasındaki sabit ayrımdan feragat ve Japonya'nın aniden gerçekleşen modernleşmesi zamanında korku filmi öngörülmemiş olan bir devrimin yaşandığı dönemde Japon toplumunun değişen yapısıyla ilgili endişe ve kaygıları ifade etmek için en uygun yön-

temlerden biri olmuştur. Godzilla'da canavar mutant sürüngen atomik nefesiyle nükleer silahların sebep olduğu yıkımın andacı işlevindedir ve modern teknolojik savaşı eleştirirken aynı anda geleneğin kaybı için yas tutar (Balmain, 2008: 30,31).

Parlamentodaki tartışma sahnesi, gerçeklerin halka açıklanmasına dair iki farklı tutum; tren sahnesinde gazete başlıklarının görüntülenmesi, gazete haberlerinin okunması, yolcuların konuşmaları üzerinden yaşananlara ve geçmişe dair sözlü belge niteliğindeki görüntüler gibi unsurlar, o günün Japonya'sına dair sosyopolitik bir yansıtma sağlarken filme belgesel gerçekçiliğinde bir atmosfer vermektedir.

4. PASİFİK SAVAŞI VE İÇ HESAPLAŞMA

Gojira, aynı zamanda Japonya'nın iç hesaplaşmasını barındıran bir filmidir. Canavar sadece Japonya'ya atılan atom bombalarını ve 2. Dünya Savaşı'nın yıkıcı etkilerini temsil etmez, Japonya'nın 2. Dünya Savaşı'nın yanısıra süregiden Pasifik Savaşı'ndaki tutumuna dair kendisiyle yüzleşmesini de imler.

Nancy Anisfield, *Gojira*'nın anormalliğine neden olduğu için bombadan nefret ederken kendisinin bombanın bir parçası ve bombanın da kendisinin bir parçası olduğunu fark ettiğini belirtir ve iki ulusun yaklaşımını "Amerikalılar kendilerinden öteleyen Japonlar bomba/canavarı kültürel bilinç düzeyinde içselleştirmiştir" diyerek özetlemiştir (Anisfield, 1995: 53, 58).

Japon izolasyonunun 200 yıldan uzun sürdüğünü hatırlamak, Japonya'nın başka ülkelerle savaşa girmesini de modernleşmenin toplumsal sancılarını da anlamak açısından elzemdir. Kendi iradesiyle bu denli uzun zaman dünyaya kapalı yaşamış bir ülkede 2. Dünya Savaşı sonunda gerek yönetim biçiminin değişmesi gerekse liberal kapitalist ekonomik sisteme geçerken toplumsal yaşantıyı kökten değiştirip yeniden düzenleyen anayasal değişikliklerin ülke savaştan harap hale dönmüş haldeyken yaşanması ve işgal yıllarında uygulanan katı sansür nedeniyle savaşta yitirilene tutulamayan yaşla birleşince eski modernleşme tartışmalarından hayli farklı bir durum yaratmıştır. 1850'li yıllarda izolasyondan çıkış Pasifik'te etkin olan ABD'nin zorlamasıyla gerçekleşmişti ancak Meici (Aydınlanma) restorasyonu ile ulus-devlete geçildiğinde (Meici hanedanının imparatorluğunda birlik sağlanmıştı) toplumsal sınıflar kalkmış ama samuraylık yerini modern orduya bırakmıştı. İmparatorun simgesel manevi konumunun yanısıra iktidarı yöneten şogunun yerini ordu almıştı ve 1889'da anayasal düzene geçildi. Bu arada, Akil Adamlar Heyeti'nden boşalan alanı da ordu doldurmuştu. Kısaca, Japon yönetimi militarist yaklaşımını korumaktadır bu dönemde. 1. Dünya Savaşı sırasında batılı devletler savaşırken Meici döneminde gelişmeye başlayan sanayi etkili olmuş, Asya pazarına Japonya hakim olmaya başlamıştır. Sonunda Pasifik'teki büyük güç olma arzusu ve yayılcı tutumu hız kazanır, Çin'le savaş sürerken Mançurya ve Moğolistan'ın bir kısmını alır ve Almanya'yla AntiKomintern Paktını 1936'da imzalar, 1941'deki Pearl Harbour baskınından sonra Filipinler, Endonezya, Okyanus adaları, Tayland'ı alır. Japonya, ancak 2 atom bombası atıldıktan sonra teslim olur.

Dönem olarak Çin'le savaşa girilen 1937 ile işgalin resmi olarak bittiği 1952 yılları arasındaki olaylar bugünün Japonya'sını şekillendirmiştir. Curtis Andressen genel olarak da kabul gören bir vargı olarak Japonya'nın bugün hala anayasasında, silahlı kuvvetlerinde, iç ilişkilerinde, ekonomik yapılanmasında ve sosyal bölünmede Pasifik Savaşı'nın izlerini taşıdığını belirtir. Ülke tarihindeki başka hiçbir olay bu kadar travmatik bir etkiye sahip olmamış ve ülkenin tarihi gidişatını değiştirmemiştir. Andressen, Japonların Pasifik Sava-

ş'ndaki uygulamalarına örnek olarak Nanjing'i verir. Üç ay içinde Japonya Çin'de 200000 askeri bölüğü konuşlandırmış, Pekin ve Tianjin kolayca düşmüş, ordu Nanjing'e yönelmiştir. Bu savaşın en vahşi sahnelerinin yer aldığı yerlerden biri, kadınlar ve çocuklar başta olmak üzere yaklaşık 42000 sivilin katledildiği ve sayısı belki 20000'lere ulaşan tecavüz olaylarının yaşandığı Nanjing'dir. 100000 askeri ve sivil savaş esiri de öldürülmüştür. Bu rakamsal veriler 1940'ların sonunda yapılan Tokyo Savaş Suçları Mahkemesi'nden alınmıştır ve oldukça doğru görünmektedir.

Savaş sırasında Japon komutanların askerlerinden olağanüstü yüksek derecede beklentileri vardı ve disiplin son derece katıydı. Ordu, yenilenlerin ne merhamet beklediği ne de gördüğü zihniyeti sürdürüyordu. Esir alınmaya izin veren askerler hakir görülüyordu ve bu tutum kendi ellerine düşen müttefik gücün askerlerine de gösteriliyordu. Çok az sayıda Japon askeri savaşarak ölmek ya da intihar etmektense esir alınmaya izin vermiştir. İletişim gibi sorunlardan çıkan ihtilaflar genellikle esirlere daha sert davranılmasına yol açıyordu. Savaş esirlerinin ciddi şekilde gıda eksikliğinden muzdarip oldukları bilinmektedir, ama hatırlanmalıdır ki Japon birlikleri de erzak eksikliği çekiyordu ve küçümsenen esirler için daha da azı ayrılıyordu. Japonya'ya uygulanan Müttefik ablukası etkili olmaya başladığında evlerinde yaşayan Japonlar da gıda kıtlığı yaşamıştır. Son olarak, sahadaki komutanlarla Japonya'daki generaller arasında anlaşmazlıklar vardı. Savaş Bakanlığı'nın esirlere kurallara uygun davranılması yönünde verdikleri talimatlara rağmen savaş alanında Cenevre Sözleşmesi ya bilinmiyordu ya da ihmal ediliyordu. Savaş esirlerinden zorla çalıştırılanlardan ağır şartlar nedeniyle onbinlerce kişi ölmüştür. Zorla çalıştırmanın en kötü örneği 1942-43'te Bangkok ile Rangoon arasındaki "ölüm demiryolu"nun Asyalı ve Müttefik esirlerce inşasıdır, bu olay Hollywood *Bridge Over the River Kwai* (aka Kwai Köprüsü, David Lean, 1957) filminde konu alınmıştır (Andressen, 2002: 104-114).

Başta Kore olmak üzere çıkan ayaklanmalar kanlı şekilde bastırılmış, Endonezya örneğinde olduğu gibi çok sert baskı rejimleri kurularak ayaklanma çıkmasının önüne geçilmeye çalışılmıştır. Japon ordusu, askerlerin buldukları yerdeki kadınlarla cinsel ihtiyaçlarını giderme yönünde karar vermiş ve milyonlarca kadın seks kölesi olarak görülerek tecavüze uğramıştır. Nanjing'de Çin'e göre 300000'in üzerinde çoğu sivil her yaşta insan öldürülmüş, kentin üçte biri yıkılmış, sayısız tecavüz yaşanmış ve kıyım çevresine de yayılmıştır. Bununla birlikte sıradan Japonlar savaş sırasında yaşananları savaş bittikten sonra, Uzakdoğu Uluslararası Savaş Divanı duruşmalarında öğrenmişlerdi (Belge, 2011: 421-423).

Hem Pasifik Savaşı sırasındaki militarist uygulamaları hem kendi kayıpları canavarın ideolojik bir temsil olarak görülmesindeki başlıca unsurlardır. Gojira'nın denizden çıktktan sonra izlediği yol dikkat çekicidir çünkü önemli tüm binalar, alanlar gösterildiği halde güzergahı üzerindeki İmparatorluk Sarayı filmde yer almaz, bunun yerine denize geri döner. İmparatorluk Sarayı'nın hariç tutulması Gojira'nın neyi temsil ettiği, neyin metaforu olduğuna ilişkin önemli bir göstergedir.

Filmin müziğini besteleyen Akira Ifukube, Gojira'nın 1940'larda reşit olan jenerasyon için savaş sırasında Pasifik Okyanusu'nda ölen Japon askerlerinin ruhlarını temsil ettiğini belirtmiştir. Aynı anlayışla Norio Akasaka Gojira'nın 2. Dünya Savaşı'nda sırasında Pasifik'te ölen askerlerin ve denizcilerin huzursuz ruhlarının intikam almak için Japonya'ya dönüşünü temsil ettiğini ileri sürer. Akasaka, Gojira'nın Tokyo'ya yönelmesini savaşta ölenlerin ruhları gibi Gojira'nın İmparatorluk Sarayı'na yöneleceği şeklinde nedenlendirir: "*Güney Pasifik'ten Ginza ve Meclis binasını yok etmek için gelen Gojira, İmparatorluk Sarayı'nın önünde birden durur, sağa döner ve yüzünde acı çektiğini gösteren üzgün bir*

ifadeyle geriye, denize doğru yönelir.” Nakano, *Godzilla, Mothra and King Ghidorah* (Shūsuke Kaneko, 2001) filminde yaşlı bir adamın ‘Pasifik Savaşı’nın kurbanı olan sayısız insanın ruhu Gojira’nın bedeninde birleşmişti’ sözlerinin, savaşta öldürülenlerin ızdırabının unutulmuş olmasının canavarın Japonya’ya saldırma sebebi olduğunun bir açıklaması olarak görür. Tsutsui, Japon eleştirilenlerce Gojira’nın 1876-1877 yıllarında modernleşmeye ve ulusal yönetim biçiminin Batılılaşmasına karşı nihayetinde sonuçsuz kalmış olan isyana önderlik eden bir 19. yy. samurayı olan Saigo Takamori ile ilintilendirildiğini belirtir. Gojira, Saigo gibi köleye yakışır Batılılaşmaya ve Japonya’nın ulusal ruhunun cansızlaştırılmasına karşı gazabını Tokyo’ya yöneltir. Aynı doğrultuda Yasuo Nagayama, Gojira’nın geç 19. Yüzyıl milliyetçi devrim hareketinin önderi olan Takamori Saigo’yu sembolize ettiğini ileri sürer: “*Saigo ve Godzilla insanların düşmanı değildi ama yanlış hükümet politikalarının düşmanıydı.*” (Nakano, 2008: 5; Matthews, 2007: 99).

Aynı bağlamda Japonya’yı tehdit eden Gojira’nın bizzat bir nükleer saldırının kurbanı olduğunu belirten Inuhiko, onun Hiroshima ve Nagasaki’nin bombalanmasının neden olduğu yıkımdan kurtulan savaş sonrası Japon toplumunun metaforu olduğunu ileri sürer ve Yamane’nin Gojira’nın incelenmesinden elde edilebilecek sonuçların nükleer çağda Japonya’nın bekasını sağlayacağı görüşünde olduğunu belirterek filmin gerçek yaşamla, tarihle bağını kurar. 2. Dünya Savaşı’nda etkin olan ünlü Japon halk araştırmacısı Yanagita Kuno’nun daha sonra ölen askerler konusunda geliştirdiği savaş karşıtı bir teori Gojira’nın savaşta ölenlerin metaforu olduğu konusunu aydınlatır. Yanagita’nın belirttiğine göre Japon insanı vatanında ölmelidir, ölenlerin ruhlarının huzur içinde olacağı tek yer budur. Buna göre, askerler yurtdışında öldüklerinde ruhlarının son varış yeri belirsiz olacak ve bu nedenle de ruhları sonsuza dek arafta kalacaktır. Bu görüş gözönüne alınacak olursa Pasifik Savaşı’nda ölen sayısız insan güney denizlerinde bırakılmış, sonsuza kadar tek edilmiştir ve uzaktaki evlerine dönmeleri olanaksızdır. O zaman neden ölen savaşçıların ruhları korkutucu bir canavar biçimini üstlenir? Bu noktada Freud’un ‘bastırılmış olanın dönüşü’ kavramı kritik bir referanstır. Gojira kesinlikle, açık olarak savaşta ölenlerin ruhlarını cisimleştirdiği için korkutucudur. Savaş kayıplarının zihinsel imajı, vahşetten kurtulmuş olan ve şimdi savaş sonrası yaşamda refahın ve demokrasinin keyfini süren Japonları küçük düşürücü bir konuma sokuyordu. Savaşa dair kamusal tartışmalar söz konusu olduğunda bu psikolojik süreç de, pek çok Japon tarafından hissedilen kolektif ‘tarihle ilgili kayıtsızlık’ sorunuyla ciddi olarak aynı düzeye gelmiştir. Örneğin, tam da filmde Gojira’nın Tokyo’ya musallat olduğu farz edilen yılda o zaman 54 yaşında olmasına rağmen ülkenin sembolik lideri olan Japon İmparatoru Hirohito, deniz biyolojisi çalışmalarına benzersiz şekilde kendini kaptıracaktı (Inuhiko, 2007: 106-108). Bu doğrultuda filmin savaş görmüş bir toplumun kaygılarının yanı sıra savaş kayıplarına karşı duyduğu suçluluk duygusunu yansıttığı ileri sürülmüştür.

Pasifik Savaşı’nda ölen askerlerin huzursuz ruhları demekle kastedilene daha yakından bakıldığında filmin Japonya’nın sadece savaş döneminde kendi atom bombasını üretme çalışmalarının değil Pasifik Savaşı yıllarındaki tutumunun da canavarın yerli kimliğinde olmasıyla getirdiği eleştiride kendisini hedef almasının sebebi olduğu görülür. Japonya’nın Pasifik Savaşı’ndaki sert militarist tavrı sadece saldırdığı, işgal ettiği yerlerdeki insanlara yönelik değildir, kendi askerine de yöneliktir. Canavar hem kendi hem ötekidir, nefesi radyoaktif olan saldırgan ve maruz kaldığı radyasyonu soğurmakla canavara dönüşmüş olan kurbandır.

Savaş sırasında askerlere ve halka maddi gücün karşısında ruhun ölümsüzlüğünü ve manevi gücü yücelten konuşmalarla yapılan propaganda ve imparatorun kutsal konumu Japonlar için zorluklara dayanma sebeplerinden olmuştur. Bununla birlikte hiyerarşiye bağlılığın üst düzeyde olduğu toplumsal yapının etkisi, sahadaki komutanların katı tutumları, savaş geleneğindeki ölümün sıradanlığı, askerlerin karşısındakini yıldırıcı şekilde ve ölümlü hiçe sayarak savaşmalarına imkan vermiştir.

Savaşta ölümü göze alan askerler ne yazık ki esir düşme ya da yaralanmaları durumunda kurtarılmayı pek beklememiştir. Japonlar geri çekilirken hastanedeki yaralıları ya tıbbi sorumlu olan asker öldürüyordu ya da yaralılar el bombası ile kendilerini öldürüyordu. Ordu örgütlenmesinde kurtarma ve ilkyardım görevini yapacak kimseler yoktu. Japon askeri, savaş sırasında ümitsiz bir durum oluştuğunda yanındaki son el bombasıyla kendini öldürmeyi ya da silahsız olarak düşmana saldırmayı teslim olmaya tercih ediyordu. Yaralı ya da bilinçsiz halde esir alınsa bile ülkesine döndüğünde şerefini kaybedecekti ve önceki hayatı için ölü kabul edilecekti (Benedict, 2010: 17-35). Söz konusu militarist uygulamalardan biri yaygın isimle kamikaze olarak bilinen ‘özel saldırı gücü’ anlamındaki tokkatai, yani uçakla ya da özel üretilmiş tek kişilik denizaltı torpidolarla intihar saldırısı düzenleyenler dikkate değer bir konudur. Muvazzaf subaylar arasında bu işe hemen hiç gönüllü çıkan olmayınca söz konusu görev orduyu oluşturan köylü sınıftan kişilere, üniversiteden yeni mezun olmuş yedek subaylara kalmıştır. Tokkatai olmayı kabul eden kişilerin yakınlarına yazdıkları mektuplardan bu kişilerin bu işi isteyerek, milliyetçi duygularla yapmadıkları ve ciddi bir entellektüel birikime sahip gençler oldukları görülmüştür. Bu uygulamanın Japonya’nın köşeye sıkışmaya başladığı savaşın son dönemlerinde gerçekleşmesi bu gençlerin ne faydasız bir iş yaptıklarını gördükleri halde psikolojik olarak yine de görevi üstlenmelerine getirilen tek açıklama oluyor (Belge, 2011: 469 -476).

Filme Japonya’nın barışma ve değişim için hem özeleştirisini hem de kendine tutunmasını görürüz. Gorjira’nın yok edileceği silahı geliştiren, kendi laboratuvarında çalışan Serizawa’dır. *Gorjira*’yı imparatorluğun 1931-1945 yılları arasındaki savaşı ile savaş-sonrası arasında köprü olarak yorumlayan Barak Kushner, canavarın yok edilmesinde Japon Savunma Kuvvetleri’nin herhangi bir katkısı olmadığına dikkat çeker. Serizawa canavarla birlikte kendisini de öldürür, “... öleceğini bilir, fakat savaş zamanındaki Japon pilotları gibi imparator için değil, ulusunu kurtarmayı istediği için” diyen Kushner, canavarı öldüren silahın bir Japon tarafından geliştirilmiş olmasını ile önceki başbakan Suzuki Kantaro’nun ofisinden ayrılmadan önceki konuşması arasında bağıntı kurar. Kantaro Japonya’nın Ağustos 1945’teki teslimiyetinin hemen ardından Japonya’nın mağlubiyetinin nedeninin yetersiz askeri güç ya da savaş ruhunun olmaması değil ülkenin yeteri kadar bilimsel şevkinin olmaması olduğunu söylemiştir (Kushner, 2006: 41-49). Ve filmde Japon bilimadammının geliştirdiği silah Japon ulusunu ve insanlığı kurtarır, ölümcül olanın yok edilmesi koşulu ise filmin barış yanlısı tavrı olarak görülebilir.

Filmin sonunda Emiko ve Ogata silahı kullanmasını söylediklerinde Serizawa, buluşunun iyi bir amaca hizmet edecek olması durumunda onu dünyadaki herkese duyurmayı isteyeceğini ama bu haliyle ancak büyük bir yıkıma neden olacak bir silah olduğunu söyler, bir kez bile kullanılacak olsa, dünyadaki tüm politikacılar silahı görecektir ve elbette onu silah olarak kullanmak isteyeceklerdir. “İnsanlar zayıf hayvanlardır. Notlarımı yaksam bile silahın sırrı benim kafamda olacak. Öleceğim güne dek, herhangi biri tarafından silahı tekrar yapmaya zorlanmayacağımdan nasıl emin olabilirim?” diyen Serizawa, televizyondaki yayında barış için, ölenlerin ardından çocuk korosunun seslendirdiği ilahiyi Tokyo’nun mahvolmuş haliyle birlikte görürken fikrini değiştirir. Bunun, silahın kullanıldığı

tek zaman olması gerektiğini söyleyerek silahın formülünün yazılı olduğu tüm çalışmasını yakar. Serizawa hayatı pahasına silahı kullanarak Gojira'yı, kendisini ve oksijen silahına ilişkin çalışmasını ortadan kaldırır. Burada bilimin politika tarafından çıkarıcı ve ölümcül kullanımı açıkça eleştirilmektedir.

Son söz Profesör Yamane'ye aittir: "Gojira'nın türünün yaşayan son örneği olduğuna inanmıyorum. Ama nükleer testleri yapmaya devam edersek, dünyanın bir yerinde bir başka Gojira'nın tekrar ortaya çıkması mümkündür." Tehlikeden kurtulmuş olmaya dair coşku-
dan ziyade ardlarında bıraktıkları tehlikeyi hafifleten hiçbir diyalog ya da aksiyon olmaksızın Serizawa'nın uğurlanması olan saygı duruşunu görürüz, müzikse Yamane'nin sözleriyle birleştiğinde filmin bir iç hesaplaşma olması duruşuna katkıda bulunmaktadır. Serizawa'nın tutumu ve Yamane'nin son sözleri açıkça atom üzerine bilimsel çalışmaların insanlığa yönelik bir silah olarak kullanılmasına ve sadece kendilerine yönelik değil bu konuda çalışma yapan her ülkeye, topluma dair bir uyarıdır. Gojira'nın son sahnesi geleceğe umutlu bakmaz. Filmin son sahnesindeki bu uyarı tüm insanlığa yönelik olmakla birlikte filmde Gojira'nın söylencelerde yaşayan mitolojik bir varlık olarak tanıtılması konunun doğrudan Japonya'nın kendisi ile ilgili olduğunun altını çizer.

Filmin savaşta yaşananların sorumluluğunu alan iç hesaplaşmayı bu kadar erken bir tarihte yapıyor olmasını anlamak için Japon mentalitesini bilmek gerekir. Savaşı kaybeden Japonlar yenilgiyi tamamen üstlenerek objektif değerlendirmelerde bulunmuş ve yeni duruma hızla ayak uydurmuştur. ABD, yeni bir düzen kurarken Japon hükümetinden yararlanmış, Japonlarsa yeni olan demokrasiyi içselleştirmede tarihlerine içkin olan yönetime, hiyerarşik bağlılığa başvurmuşlardır.

Muhafazakâr Başvekil Baron Shidehara'nın Ekim 1945'te kabineyi kurduğu zaman, Japonlara hitaben yaptığı konuşma bunu net olarak gösterir: "*Yeni Japon Hükümeti halkın iradesine hürmet eden demokratik bir hükümdür... Memleketimizde çok eskiden beri imparator, kendi iradesini halkın iradesi olarak kabul etmişti. İmparator Meiji'nin Anayasasındaki ruh budur ve bahsettiğim demokratik hükümet de gerçekten bu ruhun bir tezahürü olarak düşünülebilir.*" Japon toplum yapısının tinsel yönü gözetilerek ülkedeki rejim değişikliğinin İmparator tarafından halka sunulması şeklinde gösterildiği bu konuşmada açıkça görülmektedir. Yenilgiden sonra işgal döneminin getireceği değişiklikleri henüz bir Amerikalı bile Japonya'ya gitmeden kabul ettiklerini, büyük gazetelerin askeri güce büyük inançlarının bir hata olduğunu, mağlubiyetin yeni Japonya'nın esas kurtuluşu için faydalı olabileceğini, yeni bir sanatın ve yeni bir kültürün başlangıcı olduğunu yazmalarında görebiliyoruz. Yenilmiş olmak değil fakat küçük düşürücü davranışlar ve şereflerine yönelik tavırlar Japonları kızdırır ve intikama yöneltebilirdi. Şimdi, yeni esaslara dayanarak dünyada hürmet görmeye layık olmak başlıca görevleriydi (Benedict, 2010: 259-267).

Gojira filmini de bu bağlamda işgal yıllarında uygulanan katı sansürün ardından hiç beklemezsiniz çekilmiş olmasıyla ancak yaşanan zalimliklerin karşılıklı kabulü ve ülkenin savaş dönemindeki tutumuyla yüzleşerek içinde bulunduğu dönemin değişimlerini içselleştirilebileceğine ve yüzünü geleceğe dönebileceğine dair öneride bulunan bir örnek olarak görebiliriz.

SONUÇ

Gojira, mesozoik dönemden amfibik nitelikli prehistorik bir varlıktır. Gojira, canavar, her şeyden önce metaforik bir temsildir, atom bombasına dair komplike bir metaforik temsildir. Bu eskilerden kalma yaratık, okyanusun derinliklerinden atom bombası tarafından uyarılarak çıkmıştır, atom bombasından ötürü yüksek radyasyon absorbe ederek şimdi

kendisi radyoaktif tehlike arz eden bir canavara dönüşmüştür. Yaşanan felaketin ardından ölmemiştir, hatta bombayı, bedeli bir canavara dönüşmek pahasına, yenmiştir denebilir. Bununla birlikte, Gojira, ‘dışarıdan gelen tehdit olarak öteki’ kimliğinde değildir, korku ve bilimkurgu filmlerindeki genellemenin aksine bir durumdur bu. Gojira, Japon’dur. Hem atom bombasına maruz kalan kurban hem de aynı zamanda radyoaktif nefesiyle saldıran canavardır. Bu, filmin en can alıcı yaklaşımıdır. Gojira kimliğinde ötekinin kendinde içselleştirilmesini görürüz. Ve bu içselleştirme filmin bir iç hesaplaşma ve özleştirme oluşuna hizmet eder.

Japonya’nın da atom çalışmaları yapmış olması, işgal sırasında kabul edilen silahsızlanma, hükümet politikalarının yetersizliği, işgal ve ülkeye dayatılan değişim süreci gibi unsurlar, demokrasi, teknoloji ve modernleşme konularında canavarın saldırısı üzerinden işaret edilen sorular, filmde kendileri ile bir hesaplaşma olduğunu da göstermektedir. Bu iç hesaplaşma belirgin olarak tarihe yüzleşme biçimindedir. Özellikle 2. Dünya Savaşı ve Pasifik Savaşı yıllarında Japonya’nın gerek işgal ettiği ülkelerdeki sadece askere değil çocukları da gözetmeksizin sivil halka yönelik gerekse kendi askerlerine yönelik zulmünün izi canavarın metaforik temsilinde ve yerli kimliğinde rahatlıkla sürülür.

Sonunda canavarı yenen devlet gücü değil, bilimdir. Hatta tek bir bilimadamının buluşudur. Japon bilimidir silah olarak kullanılan. Gerçek hayatta kendilerine karşı kullanılmış olan gibi, kitlesel bir imha silahıdır. Bu unsur, kendilerinin de 2. Dünya Savaşı yıllarında atom üzerine çalışmalar yürüttükleri gerçeğiyle yüzleşmedir bir bakıma. Yıkıcı etkileri çok etkili olan silahın kendisinin yok edilmesi Gojira’nın öldürülmesinden daha az önemli değildir. Politik eleştirinin bilimsel buluşun silah olarak kullanımı üzerinden getirilmesiyle bu tutumun ve yüzleşmenin altı çizilir. Kendilerine atılmış olan bombayı pekala kendileri de atmış olabildikleri gerçeği ve olasılığı oksijen silahının bir Japon buluşu olarak verilmesiyle gösterilir. Tam da bu noktada filmin savaş karşıtı bir film olarak tanımlanmasına neden olan duruş sergilenmektedir.

Filmin sonunda atom bombasının canavarlaştırdığı Gojira ile birlikte onu öldüren atom bombası kadar tehlikeli silahı üretmiş olan Serizawa da ölür, silah ve formülü de ortadan kalkar. Bununla birlikte Yamane’nin insanlığı uyaran sözleri ile insanın güç tutkusunun asıl sorun olduğunun altı çizilmektedir. Böylelikle açıktır ki Gojira filmi pasifist bir savaş karşıtı tutumu benimsemektedir.

Yanı sıra, devam filmlerinde canavarın Japonya’nın koruyucusuna dönüşmüş olmasının yolu bu ilk filmde Gojira’nın savaş sırasında ölen askerlerin ruhlarının bedenlendiği canavar oluşu ve hedef aldığı mekanların siyasal ve toplumsal niteliği üzerinden milliyetçi bir kimliği imlemesiyle açılmıştır.

Film aynı zamanda savaş yıllarının ve işgal döneminin ardından devrim niteliğindeki değişimlerle kurulmakta olan yeni siyasal ve toplumsal düzene ilişkin ideolojik bir tutuma sahiptir. Politik şeffaflık, kadınların toplum yapısındaki rollerinin değişimi, modernleşmenin toplumsal sancıları gibi temalar belirgin bir tutumla işlenmiştir.

KAYNAKÇA

Abisel, N. (1999). Popüler Sinema ve Türler. İstanbul: Alan Yayınları.

Andressen, C. (2002). A Short history of Japan: From Samurai to Sony. Crows Nest NSW.: Allen & Unwin Press.

Anisfield, N. (1995). Godzilla/Gojiro: Evolution of the Nuclear Metaphor. *Journal of Popular Culture* (29/3): 53-62. İnternet si: <http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&hid=105&sid=ded2db15-74b0-41ba-9392-2cd5eea40c4d%40sessionmgr112> , Erişim Tarihi: 13.04.2010.

Balmain, C. (2008). *Introduction to Japanese Horror Film*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Belge, M. (2011). *Militarist Modernleşme: Almanya, Japonya ve Türkiye*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Benedict, R. (2010). *Krizantem ve Kılıç: Japon Kültürü Üzerine Bir İnceleme*. (Çev. Türkan Turgut). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

İma-Izumi, Y. (2006). Japan and America in Godzilla Films. *Literature* (49): 199-219 İnternet Adresi, <http://www.tulips.tsukuba.ac.jp/limedio/dlam/M84/M842928/9.pdf>, Erişim Tarihi, 14.04.2010.

İnuhiko, Y. (2007). "The Menace From the South Seas: Honda Ishiro's Godzilla (1954)". Alastair Phillips, Julian Stringer (der.), *Japanese Cinema: Texts and Contexts* içinde: 102-111. New York: Routledge.

Kushner, B. (2006). "Gojira as Japan's First Postwar Media Event". William M. Tsutsui and Michiko Ito (der.), *In Godzilla's Footsteps* içinde: 41-50. New York: Palgrave Macmillan.

Matthews, Melvin E., Jr. (2007). *1950's Science Fiction Films and 9/11: Hostile Aliens, Hollywood, and Today's News*. New York: Algora Publishing.

Moine, R. (2008). *Cinema Genre*. Çev. Alistair Fox, Hilary Radner. Malden, Oxford: Blackwell Publishing.

Nakano, H. (2008). "Signs Taken for Monsters: What Made Godzilla So Angry Then?" *Yokohama Journal of Social Sciences* 13(1): 1-7, İnternet Adresi: <http://kamome.lib.ynu.ac.jp/dspace/bitstream/10131/3792/1/1-Nakano.pdf>, Erişim Tarihi: 17.09.2015

Napier, Susan J. (1993). "Panic Sites: "The Japanese Imagination of Disaster from *Godzilla* to *Akira*"", *Journal of Japanese Studies* 19/2 (Summer, 1993): 327- 351. İnternet Adresi, <http://www.jstor.org/stable/132643>, Erişim Tarihi, 13.04.2010.

Roberto, J. R. (2014). Japan, Godzilla and the Atomic Bomb: A Study into the Effects of the Atomic Bomb on Japanese Pop Culture. 1-21, İnternet Adresi, <http://historyvortex.org/JapanGodzillaAtomicBomb.html>, Erişim Tarihi, 05.09.2015.

Ryfle, S. (2005). Godzilla's Footprint. *The Virginia Quarterly Review* (81/1): 44-63 İnternet Adresi: <http://www.vqronline.org/articles/2005/winter/ryfle-godzillas-footprint/>, Erişim tarihi: 16.09.2015.

Schaller, M. (1985). *The American Occupation of Japan: The Origins of the Cold War in Asia*. New York, Oxford: Oxford University Press.

Sontag, S. (1966). "The Imagination of Disaster". *Against Interpretation and Other Essays* içinde: 209-225. New York: Farrar, Straus, Giroux.

Topçu, Y. G. (2010). “Hollywood’dan Kriz Dönemi Kıyamet Öyküleri: Felaket Filmle-ri”. Y. Gürhan Topçu (der.), Hollywood’a Yeniden Bakmak içinde: 153-173. Ankara: De Ki Basım Yayım.

Tsutsui, W. M. (2010). “Kaiju Eiga/Monster Movies”. John Berra (der.), Directory of World Cinema: Japan içinde: 206-210. Bristol/ Chicago: Intellect Press.

Zizek, S. (2012). İdeolojinin Aile Miti. Çev. Mine Yıldırım. İstanbul: Encore Yayınları.

TÜRK İSLAM DÜŞÜNCE SİSTEMİNDE İBN-İ HALDUN'UN DEVLET NAZARİYESİ

Esra YILDIZ TURAN*

ÖZET

Çalışmamızda İbn-i Haldun'un devlet anlayışı genel hatlarıyla tanıtılmaya çalışılacaktır. Bu tanıtımı yaparken İbn-i Haldun'un temel eseri Mukaddime'den ve diğer birincil ve ikincil kaynaklardan faydalanmaya çalıştık. Çalışmamızda İbn-i Haldun'un bütün düşünce sisteminin temelini oluşturan devlet ve asabiyet kavramlarını tahlil edeceğiz ve bu kavramların onun devlet nazariyesindeki önemini ortaya koymaya çalışacağız. İbn-i Haldun, bugünkü sosyolojik anlayışa uygun olarak toplum ve devleti birbirinden ayrı olarak ele alır. Devlet, insanı diğer insanların saldırılarından korumak için kurulmuş bir kurumdur. İbn-i Haldun, devletin veya siyasî iktidarın ortaya çıkışını bir bakıma, idare edenlerle idare edilenler farklılaşması gibi bir olay ile açıklamaktadır. Ona göre devletler, göçebe kavimlerin zamanla genişleyip zenginleşerek yerleşik hayata yönelmeleri ve kendi başlarına siyaseten teşkilatlanmaları sonucu ortaya çıkmaktadır. İkel toplumsal yaşam biçiminden, devlet kurmaya ve uygarlığa doğru ilerlemeye iten güç de asabiyedir. Asabiye bağları ile iç ve dış saldırılara karşı gelen olan yasağcı, toplumun bütününe egemen olur. İşte bunun adı da devlettir. Başka bir deyişle, asabiyenin sonuç ve amacı devlet kurmaktır. Ayrıca o, devlet anlayışında organizmacı bir tutum sergiler. Devletler de aynı insanlar gibi doğar, gelişir ve ölürlür. Kısaca, İbn-i Haldun'a göre, bir devlet kurulduktan sonra büyüme, olgunlaşma ve yıkılmanın doğal ve zorunlu yasasına tabi olur.

Anahtar Kelimeler: İbn Haldun, Devlet, Asabiye, Toplum

ABSTRACT

STATE THEORY OF IBN KHALDUN IN ISLAMIC THOUGHT SYSTEM

In study we will try to introduce the Ibn-i Khaldun's conception of the state in general. While introducing, we try to benefit from Mukaddimah written by Ibn-i Khaldun and other primary and secondary sources. We will analyze the concept of state and nervousness which form the basis of Ibn-i Khaldun's thought system and will show the importance of these concepts in his theory of state. In accordance with today's sociological understanding, Ibn-i Khaldun considers state separately from human being. The State is an institution set up to protect people from other people's aggression. Ibn-i Khaldun imparts the occurrence of state or political power based upon differentiation of human managed or being managed. According to him, states came to an existence as a result of nomad tribes' being enriched, expanded and has political organizations. Pushing the state to establish a primitive form of social life and progress towards civilization power is nervousness. Nervousness with its connections becomes dominant in whole society as a result of internal and external attacks. This is the name of state. In other word result and aim of nervousness is to set up the state. Also, it has an attitude of organism to state conception. States just like human being gets born, develops and dies. In short, according to Ibn-i Khaldun, after a state get set up will be subject to grow, mature and collapse.

Key Words: Ibn Khaldun, State, Nervousness, Society

* Arş, Gör., Atatürk Üniversitesi, Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi, Felsefe Grubu Eğitimi, esrayildiz@atauni.edu.tr

GİRİŞ

İbn-i Haldun'un yaşadığı dönem hicri sekiz, miladi on dördüncü yüzyıla tekabül etmektedir. Onun yaşamış olduğu bu dönem Müslüman toplumların büyük çoğunluğunun çözülme ve yıkılmaya başladığı dönem iken, batı toplumların ise canlanma ve ilerlemeye başladığı bir dönemdir, diyebiliriz (Husri, 2000: 59). İslam tarihindeki önemli düşünürlerden biri ve aynı zamanda özellikle Avrupalı bilginlerin ilgi odağı olan İbn-i Haldun (1332-1406), hikâyeci tarihçilikten analizci tarih anlayışına geçişin öncüsü olarak görülmektedir. Tarihçi, sosyolog ve siyaset bilimcisi olarak bilinen İbn-i Haldun, aynı zamanda başta siyaset felsefesi olmak üzere, özgün felsefi görüşleri de olan önemli bir düşünürdür.

14. yüzyıl düşünürü olan İbn-i Haldun, batı dünyası tarafından ancak 19. Yüzyılda keşfedilebilmiştir. Batı dünyası Haldun için "Arapların Montesquieu'su" benzetmesini kullanmışlardır. Bunun nedeni ise Haldun'un batı dünyası için yabancı bir kişilik olmasıdır. Böyle olunca da onlar, Montesquieu'dan hareketle İbn Haldun'u tanıtmaya çalışarak adeta bilinmeyenini bilinenle açıklama çabası içerisine girmişlerdir. Fakat batı dünyası tarafından 19. Yüzyılda tanınması Haldun'un İslam düşünce sistemi içerisinde uzun zamandır tanındığı anlamına da gelmemektedir. Çünkü, Haldun kendi yaşamış olduğu coğrafyada da uzun bir dönem tek başına kalmış bir düşünce adamıdır. Bu sebeple de onun için "kendi semasında tek yıldız" benzetmesi yapılmaktadır.

Toplumsal yaşamı hakkında bilgi sahibi olmadan aktarılan tarihi bilgilerin doğru bir şekilde anlaşılmasının imkânsız olduğunu ileri süren İbn-i Haldun, bu ilkeleri ünlü eseri Mukaddime de ele almaktadır. Söz konusu ilmi konulardaki görüşlerinin yer aldığı ünlü "Mukaddime" adlı eseri onun kaleme almış olduğu en önemli eserlerinden biridir. Ümran ilmi, toplumsal hayatı ve aynı zamanda toplumsal hayatta var olan yaşam biçimleri, yönetim, ekonomi, ticaret ve ilim gibi konuları incelemektedir. Fakat o, sadece tarihsel gerçekliği değil, gerçekliğe giden yolda tarihi de inceleme alanına dahil etmiştir.

Mukaddimedede hem mülk hem de devlet kelimesi genellikle beraber anılmaktadır. İbn-i Haldun mülk sözcüğü ile devlet örgütlenmesini ifade etmektedir. O, hükümdarı ise melik sözcüğü ile seslendirir. Mülk sözcüğü, hem hanedanlıklar hem de beylikler için kullanıldığı halde, devlet sözcüğü, başka bir otoriteye bağlı olmayan hanedanlıklar için kullanılmıştır. Mukaddimedede, devlet sözcüğü günümüzde ki kullanım anlamına yakın bir şekilde kullanılmıştır. İbn-i Haldun'a göre, devlet bir topluluğu temsil eden tek siyasi erk olup, yöneten ve yönetilen diye ikiye ayrılan kent toplumlarında varlığını gösterir. Hiçbir kaideye bağlı kalmaksızın herkes üzerinde güç kullanabilme kapasitesine sahiptir (Uygun, 2008: 91). İbn-i Haldun'a göre, asabiyetin en temel amacı ise mülktür. Yani devlet otoritesinin ele geçirilmesidir (Say, 2011: 329).

1.İBN HALDUN'UN DEVLET ANLAYIŞI

Devletin ne zaman ve ne şekilde ortaya çıktığı konusu sosyal bilimler içerisinde en tartışmalı olan konulardan biridir. Öyle ki, ilkel toplumdaki devletli toplum düzenine ilerleyişin zamanı ve kesin sebepleri net olarak aydınlığa kavuşturulamamıştır. Fakat, devletin kökenini aydınlatmaya yönelik, tam olmamakla beraber, çok sayıda tutarlı teoriler bulunmaktadır. Bu konuda en önemli katkı siyasal antropolojiye aittir. İlkçağdan bu yana devletin kökenini açıklamaya yönelik çok sayıda görüşler ileri sürülmüştür. Fakat, bunların çoğu tahminden öteye geçememiştir. Öyle ki, devletin kökenini toplumsal sözleşmeye dayandıran görüşlerde, bir doğa durumundan, toplumsal sözleşme durumuna geçişten bahsedilir. Fakat bu iki durum da bir varsayım olarak görülür. Çünkü insanoğlunun toplum öncesi

doğa durumundan bir sözleşmeyle çıktığı iddiası, kanıtı olmayan bir varsayım olmaktan daha öteye gidememiştir (Uygun, 2008: 89-90).

İbn-i Haldun'a göre, gelmiş geçmiş bütün siyasi rejimler kaynağını kanunlara ve kanun koyucu bir erke duyulan ihtiyaçtan alırlar. İnsan, yalnız bırakıldığı zaman başkalarının canına ve malına kastetmeğe meyil gösterebilirler. İşte bundan dolayı, insanın var olan bu zarar verme eğilimini engellemek için egemen bir gücün varlığı gerekmektedir. İbn-i Haldun'a göre toplumsal yaşam bir zorunluluktur. Fakat meydana getirilen bu toplumsal yaşamın devam edebilmesi için de bir düzen koyucu ve yasaklayıcı bir gücün çıkması gerekir. Öyle ki bu egemen gücün kendisinde en nihayetinde bir insandır ve kendisinde haksızlık etme eğilimini barındırmaktadır. Böyle olunca da ilerleme yerine tekrar başa dönüş söz konusu olacaktır. Bunun sonucunda toplum egemen güce isyan eder hale gelir. İbn Haldun'a göre, bir toplumda baş gösteren bu karışıklığın önüne ancak bir takım siyasi kanunlar ile geçilebilir. Bu kanunlar ise halk tarafında hükümleri kabul edilmiş kanunlardır. Bu kanunlar üzerine kurulmamış olan bir devletin istikrar sağlaması mümkün değildir (Arslan, 2002: 173-174). O halde, siyaset ve devlet, insanların ve toplumların korunmalarını sağlayan, zorunlu bir kurumdur (Say, 2011: 332; Yetkin, 2008: 276). Devlet düzenine geçiş sürecini Haldun mukaddime adlı eserinde şu şekilde ifade eder:

“...İnsanları birbirlerine karşı koruyacak bir düzenleyici gereklidir. Çünkü insanların hayvanlık eğilimlerinde doğuştan düşmanlık ve zulüm (eğilimi) vardır. Yabancı hayvanların saldırılarına karşı kullanmak üzere kendilerinde var olan silahları, kendi türlerinden gelecek saldırıları önlemeye yetmez. Çünkü aynı silahlardan hepsinde vardır. Öyleyse bir başka şey gereklidir ki, onun yardımıyla birbirlerine karşı korunabilsinler. Bu 'bir başka şey', kendilerinin dışındaki herhangi bir hayvan olamaz. Çünkü tüm hayvanların kavrama ve esin alma güçleri eksiktir. Bu durumda o düzenleyici, insanların kendilerinden biri olmalıdır: Hepsine baskın gelen, hepsi üzerinde egemenliği ve (saldırılarına karşı) eziciliği olan bir düzenleyici. Öyle ki, artık kimse başkasına saldırmayı, başkasının hakkına geçmeyi başaramasın. İşte 'egemen' olmanın anlamı budur” (Haldun'dan aktaran Uygun, 2008: 92).

İbn-i Haldun'un, devletin meydana gelişi aşamasında ortaya koyduğu en önemli kavram “asabiye” kavramıdır. İbn Haldun toplumsal birliğin oluşması ve devam ettirilmesini, Arapça “bağlı olmak” manasında olan ve “asabe” kökünden gelen asabiye kavramıyla temellendirir. Asabe kavramı “yakınlık bağı”, “topluluk duygusu”, “dayanışma duygusu”, “ortak ruh”, “toplumsal uyuşma”, “toplumsal dayanışma”, “milliyetçilik fikri”, “askerî ruh” gibi anlamları da ifade etmektedir. Fakat bu kavram, İbn-i Haldun tarafından toplumların ıskellikten uygarlığa doğru ilerleyişinin temel güdüleyici toplumsal bağı olarak yorumlanmıştır. Ayrıca toplumsal ve hukuksal düzenin kurulup sürdürülmesini sağlayan güç asabiye olduğu gibi yine ilkel toplumsal yaşam biçiminden devlet kurmaya ve uygarlığa doğru ilerlemeye yönelten güç de asabiyedir. Öyle ki asabiyenin sonuç ve amacı devlet kurmaktır (Haldun, 1989: 353). Asabiyet kavramı, etimolojik olarak biyolojik bir kavram niteliğindedir. Asabiyet kavramının sosyal bilimler alanında da kullanılıyor olması, insan vücudunda bulunan sinirlerin yerine getirdiği görevle benzerlik teşkil etmektedir (Arslan, 1997: 120).

İbn-i Haldun mukaddime adlı ünlü eserinde asabiyeti, himaye, müdafaa, fetih, zafer, müş-terek eylem, ortak hareket etme olarak kullanır. Asabiyet düşman saldırılarını bertaraf etmek, ortak şuurla harekete geçmek, için oluşmuştur. Asabiyet, nihayetinde bir hareket tarzıdır. Asabiyette, birlik duygusu bulunmaktadır. Fakat bu duygu sadece soyut boyutta kalmayıp kendisini hareket ile de ortaya koymaktadır. Asabiyet kolektif bir harekettir. İbn-i Haldun'a göre, asabiyet sayesinde ülkeler fethedilip, zaferler kazanılır. Bunun sonucunda da yeni mülkler kurulur (Hassan, 2010: 194-195). O, toplumun temelini yerleştirdiği asabiyeti basit olarak üçe ayırır. Öyle ki, göçebe toplumlarda dayanışmayı kan bağı sağlarken, asabiyet kendini kentlerde toplumsal bağlılık olarak gösterir. Buna karşılık, üçüncü olarak da insanlar arasında duygulara bağlı, geçici bir dayanışma olduğunu ifade eder. Dayanışmanın en gelişmiş biçimi, toplumları devlete dayalı bir düzene götürür (Cevizci, 1999: 435). Asabiyetin ortaya koymuş olduğu dinamizm ve beraberlik ruhu devletin kurulmasından sonra da, toplumda siyasi yönetimin meşruiyetini korumak ve daha da kuvvetlendirmek için gereklidir. Asabiyet devamlı bir şekilde canlı tutulmazsa zayıflamaya mahkum olur. Bu nedenle de asabiyet bağları zayıflayan bir topluluğun, asabiyet bağları daha güçlü olan topluluklar tarafından yıkıma uğratılması daha kolay olacaktır. İbn-i Haldun'a göre temel anlamda iki tür asabiyet vardır:

• Nesep Asabiyeti: Aynı soydan gelme, kandaş olma, ortak bir şecereye bağlı olmayı ifade eder. İstem dışı meydana gelen bu asabiyet türünde temel olan bir soy kütüğüne sahip olmaktır. Bu asabiyet türü, ilk topluluklarda ve bedevilerde yaygın ve etkili bir şekilde görülmektedir. İbn-i Haldun'a göre, akrabalarından bir taraf eğer haksızlığa ya da saldırıya uğrarsa, diğer taraf içerisinde bir eziklik hissi duyar ve bu duyguyla da yakınlarına yardımcı olur:

“Çünkü yakınlarının bir haksızlığa uğramaları ya da onlara bir düşmanlı gösterilmesi karşısında, insan, içinde bir ezikli, bir kopma duyar. Ve hemen, yakınlarıyla tehlikenin arasına girmek ister. Var olalı beri insanoğlunda bulunan doğal bir savunma eğilimiyle. Birbirlerine yardım edenler arasındaki soy bağı eğer birlik ve kaynaşmayı sağlayacak ölçüde çok yakın bir soy birliği niteliğindeyse, o insanların birbirlerine olan bağlılıkları açık-seçik görülür. O zaman yani salt böyle bir bağın açık-seçik bulunması, yakınlar arasında dayanışmayı sağlamaya yeter, yakınları birbirlerini yürekten savunmaya iter” (Haldun'dan aktaran Uygun, 2008: 41).

İbn-i Haldun'a göre, var olan soyun içerisinde daha sonradan giren insanlar arasında da aynı asabiyet gerçekleşir. Fakat sonradan dahil olanlarla öncekiler arasında bir akrabalık bağı bulunmaz. İki taraf arasındaki bağ zamanla öyle güç kazanır ki, dışarıdan bakıldığında akrabalık bağı (kan bağı) olmadığını anlamak mümkün olmaz.

• Sebep Asabiyeti: İçtimai hayatta kendini gösteren her türlü ortak dini, siyasi ve siyasi olmayan ideolojilerden meydana gelen beraberlik duygusu sonucunda, idare ve iradeye bağlı olarak oluşmaktadır. Bu asabiyet türü ise hadari-medeni topluluklarda yaygın olarak görülmektedir. Sebep asabiyeti de en genel ifadeyle iki şekildedir. Din bağı ve ideolojik bağ. İbn-i Haldun mukaddime de din birliğinin, insanlar arasında güçlü bir bağ oluşturduğunu söyler. İbn-i Haldun bir devletin kuruluş ve devamlılığını sağlayan sebebin ne olduğuna yönelik araştırmasında önceliği manevi yükseliş ya da düşüşe yükler. Bunu da asabiye ve din terimleriyle izah etmeye çalışır. O, dinsel dayanışma şeklini mukaddime de şu şekilde ifade etmeye çalışır:

“...Dinsel boya(dinsel bir inancı benimseme) kabile halkındaki yarışmaları, kıskançlıkları giderir, yönelişleri halk doğrultusunda birleştirir. Dinsel boyaya girmiş olanların, yapacakları işlerde, girişimlerinde bilinçli olmalarını sağlar bu boya. Böyle bir niteliği almış olan kabile halkını, artık hiçbir şey durduramaz. Çünkü o halktaki bireylerin yönelişleri birdir. Onlar amaçları için ölebilirler. Bu nedenle, ele geçirmek istedikleri bir devletin halkı, dinle boyanmış olanlardan kat kat çok olsa bile, onlara karşı koyamaz” (Uygun, 2008: 45).

Haldun’a göre, ideolojik bağ ise devletin başındaki egemen güce duyulan bağlılıktan kaynaklanır. Ona göre, devlet iyice köklendikten sonra kan bağına gerek olmadığını ifade eder. Yani güçlü bir asabiyetin olması için aynı soydan gelmiş olmak şartı aranmaz Düşünür mukaddime de bu durumu şöyle açıklar:

“İnsanlar onların ((hanedanların) yanında, onlara karşı olanlarla savaşırlar. O aileden olanlar egemen kalsın diye savaşırlar. Bu yolla dinsel inançlarını korumuş olacaklarını düşünerek savaşırlar. Onun için de, böylesine bir güç kazanmış aileden gelenler, egemenliklerini sürdürebilmek için büyük bir yakınlık bağına gerek duymazlar. Neden ki, onlara boyun eğmek Tanrı'nın yazıp gerekli kıldığı bir ödev olmuştur insanlar için. Değişmez ve tersi düşünülmez bir ödev.” (Uygun, 2008: 46).

Nesep ve sebep asabiyeti ile ulaşılmaması arzulananan amaç iktidardır. Yeryüzünde var olan topluluklar arasında ki ilişkiler, herhangi bir nedenle çıkmaza girdiğinde ya da bağlar zayıfladığında başka bir toplum, o topluma kıyasla daha kuvvetli bir konuma sahip olur. Topluluklar arasında ki bu üstünlük kısa zaman sonra hakimiyete dönüşür. Bu durum topluluk içerisinde yaşayan çeşitli aileler içinde söz konusudur. Aynı şekilde aileler içinde ki denge herhangi birinin lehine bozulduğu zaman, bu aile diğerlerini kendi tarafına çekmeyi başarabilirse nihayetinde gücü elinde bulundurarak iktidarın sahibi olabilir (Arslan, 1997: 113). Haldun’a göre insanlar iktidarı iki kişiye vermek için istekli görünürler. Bunlardan ilki, kendi nefsine hakim olabilen kişi iken ikincisi ise en güçlü asabiyete sahip olan kişidir. İktidarı ele geçirme olasılığı açısından en güçlü asabiyete sahip olan kişi daha avantajlıdır. Bu kişi, iktidarı bir kere ele geçirdikten sonra artık bir hukuk meydana getirme gücüne ve yetkisine sahip olacaktır. İbn-i Haldun bu görüşlerinde gücü hak olana denk gören bir düşünce sisteminden hareket eder. O asabiyetin bu “kahredici” kuvvetini en başat dinamik olarak kabul etmektedir (Fındıkoğlu, 1946: 801).

İbn-i Haldun’a göre, temel anlamda iki türlü toplum biçimi vardır. Bunlardan ilki bedevi ümrandır. Bedevi toplumlarda ortak bilinç, asabiyet yoğun olarak yaşanır. Şehir hayatı yerine köy ya da yaylalarda yarı yerleşik bir hayat idame ettirilir. Ayrıca, yönetim şekli olarak ahlakı temele koyan kabilevi riyaset şeklini benimsemişlerdir. Bu toplumlar kent hayatına ulaşmak için devamlı mücadele ederler. İbn-i Haldun’un mukaddimede ifade ettiği ikinci toplum ise, medeni ümrandır. Bu tarz toplumlarda, ortak bilinç ve asabiyet kaybolmuş olup, bireysel ilişkiler ve çıkar ön plana geçmiştir. Yerleşik hayat şehirlerde devam ettirilir ve ekonomisi ise ticarete dayanır. Ayrıca bu toplumlarda kabilevi riyaset, devlet şekline dönüşmüştür. Yerleşik toplumlarla göçebe toplumların yönetim yapıları farklıdır. Şöyle ki, yerleşik toplumlarda asabiyet bağı giderek zayıflamış, onun yerini manevi bağ ve egemen güce bağlılık almıştır. Dolayısıyla bu göçebe toplumlarda ki siyasi yapı dini kurallar ve hükümdarın koymuş olduğu kurallar çerçevesinde işlemektedir. Me-

deni toplumu bedevî toplumdan ayrı kılan en önemli öge devlet unsurudur. İbn-i Haldun'a göre, devletle toplum arasında, madde ve form arasında var olan ilişki gibi bir bağ vardır. Devlet toplumun sureti, toplum ise devletin maddesi gibidir. Nasıl ki madde formdan, form da maddeden ayrı olarak var olamazsa aynı şekilde devlet veya topumdun birinin var olmadığı yerde diğeri de var olmaz (Toku, 2000: 116-118; Öktem, 1988: 290).

İbn-i Haldun, devleti yapısı gereği canlı bir organizmaya benzetir. Nasıl ki, insanlar doğar, büyür, gelişir ve ölürseler, devletler de tıpkı insanlar gibi sırasıyla bu süreçlerden geçerler. Yani, her devlet kurulduğu andan yıkıldığı ana kadar belirli aşamalardan geçer. Sonuçta yıkılan her devletin yerine yeni bir devlet kurulur. Öyle ki kurulan bu devlette yine aynı süreci yaşayarak bir gün yıkılır. İbn Haldun'a göre her kurulan devlet bu aşamaları 120 yıl içerisinde yaşar. Yani her devletin ömrü ortalama 120 yıldır. İbn Haldun'un ifadesiyle, devletler peş peşe gelen üç hükümdar soyundan sonra yıkılırlar. O, bu devlet görüşünü tavırlar teorisiyle ifade eder. Devletin çöküşünü tarih için bir son olarak değerlendirmez. Haldun'a göre, bir devletin yıkılmasından sonra başka bir devletin tarihi yazılacak ve bu döngü tarih boyunca bu şekilde devam edecektir.

İbn-i Haldun'a göre, devleti kuruluşdan çöküşe doğru iten temel olarak beş aşama vardır. Bu aşamalar sırasıyla: kuruluş dönemi (zafer), egemenliğin kişiselleşmesi dönemi (istibdat), refah ve büyüme dönemi, duraklama dönemi (barış) ve son olarak yıkılış (israf) dönemidir:

Yıkılma dönemi yaşayan devletin tamamıyla refah dönemi yaşayan asabiyetin eline geçmesiyle zafer dönemi başlar. Bu dönemde devlet ile halk arasındaki bağ halen daha bozulmamıştır. Yani, en baştaki güçlü asabiyet bağı devam etmektedir. Fakat zaman sonra devlet yavaş yavaş halktan uzaklaşmaya başlar. Devletin bu tutumu zamanla istibdata dönüşür. Böylelikle İbn-i Haldun'un zikrettiği istibdat dönemine geçilmiş olunur. Bu dönemden sonra ise devlet bir refah dönemi içerisine girer. Bu dönemde devlet artık bir düzen oluşturmaya, vergi toplamaya ve şehirleşmeye başlar. Refah döneminde ordu ön planda tutulur. Devlet, artık halka itibar etmez ve her konuda halkı yönlendirmeye başlar. Bu dönem sonunda devlet kendi bekasını korumak için ve dışarıdan gelebilecek tehditleri bertaraf edebilmek için diğer ülkelerle barış antlaşmaları imzalar. Böylece bir barış devri başlamış olur. Dönemin temel anlayışı, yurttan sulh cihanda sulh anlayışıdır. İbn-i Haldun'a göre, devlet bu dönemleri geçirdikten sonra yavaş yavaş israf ve yıkım aşamasına girer. Bu dönem artık devletin son dönemidir. Siyasi erk, artık devletin çıkarları için değil de kendi çıkarları için çalışmaya başlar. Diğer önemli işlerde de işinin ehli olmayan insanlar görev alır. Adalet bile suiistimal edilir hale gelir. Artık devlet için son görünmüştür ve devlet inkıza uğramaya mahkum olur (Toku, 2000: 101-103). Ona göre, tüm kurulan devletler bu aşamalardan geçmeye ve yıkılmaya mecburdur. Kısaca devletler de, insan bedeninin yaşamış olduğu aşamalardan geçerek bir sona ulaşır. Kurulur, gelişir ve yok olurlar. Devletlerin daha fazla hüküm sürebilmeleri aralarındaki asabiyetin güçlü olmasına bağlıdır. Asabiyet bağları zayıflamış olan devletlerin kurumları, kendi çıkarları için devlete feda ederler.

Haldun'a göre, devletin var olmasının temel amacı halkının faydasını gözetmektir. Bu sebeple de iyi bir hükümdarın yapması gereken görevler vardır. Bu görevler, halkın güvenliğini sağlamak, çıkarlarını gözetmek, maddi anlamda geçimini temin etmek ve tüm halkına iyi ve adil davranmak şeklinde sıralanabilir. Halkına zulmeden ve ağır cezalar uygulayan bir hükümdar halkının düşmanlığını kazanacaktır. Bu da devletin düzeninin bozulmasına sebep olur. Bu durumun sonucu ise, hükümdarın kendi halkı tarafından öldürülmesine kadar gidebilir (Gürkan, 1967: 238). Hükümdarın halka olan tutumunun iyi ve

adil olmasının sebebi herhangi bir normdan değil hükümdarın kendi kuyusunu kazmaması gerekliliğinden kaynaklanmaktadır. Devlet ve hükümdar için biçilmiş bu görev, devletin sonsuza kadar varlığını sürdürmesi anlamına gelmez. Bu sadece devletin ve hükümdarın çöküşe uğramasını ve erken bir yok oluşa maruz kalmamasını sağlayabilir (Fındıkoğlu, 1939: 151).

SONUÇ

Sonuç olarak, İbn-i Haldun'un, devlet ve toplumla ilgili görüşlerinden şöyle bir durum ortaya çıkar: “İnsanların hem ahlaklılığı, hem de ekonomik verimliliği, özgürlükleriyle bire bir orantılıdır. Ne kadar özgürlük, o kadar ahlaklılık ve verimlilik; ne kadar baskı ve formalizasyon, o kadar ahlaksızlık ve verimsizlik. Kısacası, İbn-i Haldun tarafından savunulan şey, günümüz ekonomi literatürünün diliyle, siyasi ve ekonomik liberalizmin birliğidir” (Toku, 2000: 119).

İbn-i Haldun'un toplum ve devlet görüşleri ele alındığında onun tarihsel determinizme göre bir yol çizdiği görülür. O, tüm toplumların kaçınılmaz olarak, bedevilikten medeni bir yaşama doğru geçiş yaptıklarını dile getirmekle determinist bir görüş ortaya koymuştur. İbn Haldun'un, göçebe toplum ve yerleşik toplum ayrımı yaparken, o dönemde hüküm süren Arap, Berberi, Moğol, Kürt ve Türk topluluklarının yaşam biçimlerini gözlemlediği için o dönem açısından görüşleri önemli bir yere sahiptir. Fakat, onun, gelmiş geçmiş ve gelecekte ortaya çıkacak olan tüm toplumların bahsini ettiği aşamalardan geçmiş olması gerektiğini söyleyerek genellemeye varmış olması bir varsayımdan ibarettir diyebiliriz.

Hem İslam hem de Batı bilim tarihi çerçevesinde insani ve toplumsal olayları yöntem bakımından belirli noktalarıyla göz önüne alan ilk düşünür İbn-i Haldun'dur, diyebiliriz (Kamer, 1998: 14). Onu İslam düşünce tarihi içerisinde özgün kılan ise toplumda var olan problemleri realist bir şekilde, deney ve gözleme dayalı olarak ele almasıdır (Öktem-Türkbağ, 2001: 341). Yani İbn-i Haldun skolastik düşünceden uzak, modern bir bilim yöntemi ortaya koymaya çalışmıştır. Bu durum ise, onun görüşlerini, deney ve gözlemlerle temellendirerek spekülasyonlardan uzak ampirik bir yöntem inşa etmesine olanak sağlamıştır.

İbn-i Haldun'un devlet nazariyesi, tarih anlayışı ve ümran teorisi ile aynı niteliktedir. Yani toplumsal yaşamın temel ögesi konumunda olan insanlar, içerisinde buldukları maddi ve manevi şartların sonucunda kendi aralarında yönetenler ve yönetilenler şeklinde iki guruba ayrılmaktadırlar. Diğer insanlarla beraber yaşamın getirdiği bazı karakter ve ahlak özellikleriyle, bir bağlılık duygusuyla yakın akrabalarını uzak akrabalarından, uzak akrabaları da akraba olmayanlardan ayrı tutar (Meriç, 1974: 85). Bunun neticesinde ortaya çıkan gurup ve güç odaklarından en kuvvetli olanı, toplumsal gerçeklik içinde başkanlığı, yani yönetimi elde eder. Kısaca asabiyet tarihi gelişimin dinamik bir gücüdür.

Kısaca, İbn-i Haldun'a göre insan Allah'ın kendisine vermiş olduğu bilgi ve kabiliyetlerle bir çok işin altından kalkabileceğini dile getirir. Fakat bir insanın yaşamı için gerekli olan birçok şeyi de kendi başına yapamayacağı kanısındadır. Bu sebeple insanlar arasında yardımlaşma zorunlu bir hal almakta ve bunun sonucunda da toplumsal hayat zorunlu hale gelmektedir. Zorunlu olan toplumsal hayat, yaşanan coğrafyanın, insanların uğraş alanlarının, toplumsal ve ekonomik yapılarının aynı olmaması gibi sebeplerle farklı isimler alır. Tarım ve hayvancıkla uğraşan ve köylerde yaşayan toplumlara bedevi toplum denirken ticaret ve sanayi ile uğraşan ve büyük kentlerde yaşayan toplumlara da hazeri toplum denmektedir. Bu farklı toplum yapılarında insanlar arası ilişkilerin düzenlenmesi, anlaş-

mazlıkları çözülmesi ve insanların tehlikelere karşı korunması amacı, egemen bir gücün varlığını zorunlu hale getirmektedir. Bu güç bedevi toplumlarda başkan/reis ismini alırken, hazeri toplumlarda hükümdar, dini toplumunda ise önceleri halife, sonraları hükümdarlık ismini almaktadır.

KAYNAKLAR

- Arslan, A.** (2002). *İbn Haldun'un İlim ve Fikir Dünyası*. Ankara: Vadi Yayınları
- Arslan, A.** (1997). *İbn-i Haldun*. Ankara: Vadi Yayınları
- Cevizci, A.** (1999). *Paradigma Felsefe Sözlüğü*. İstanbul: Paradigma Yayınları
- Ertürk, K.** (1998). *Tarih Felsefesinde İbn Haldun ve Vico*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Ankara
- Fındıkoğlu, Z. F.** (1946). "Müslüman Bir Devlet Nazariyecisi: İbn-i Haldun". İçinde *Amme Hukuku Dersleri Cilt:II*. İçinde Charles Crozat. İstanbul: İÜHF Yayınları. S. 798-800
-(1939). "İbn-i Haldun'un Hukuka ait Fikirleri ve Tesiri". İçinde *İÜHFM*. Cilt: V. Ankara. S. 140-143
- Gürkan, Ü.** (1967). "Hukuk Sosyolojisi Açısından İbni Haldun" İçinde *AÜHFD*. XXIV(1-4). Ankara. S. 223-246
- Haldun, İ.** (1998). *Mukaddime C:I*. (Çev: Zakir Kadri Ugan). İstanbul: M.E.B. Yayınları
- Hassan, Ü.** (2010). *İbn Haldun Metodu ve Siyaset Teorisi*. Ankara: Doğu Batı Yayınları
- Husri, S.** (2000). *İbn-i Haldun Üzerine Araştırmalar*. (Çev: Süleyman Uludağ). İstanbul: Dergah Yayınları
- Meriç, Cemil** (1974). *Ümran'dan Uygarlığa*. İstanbul: Ötüken Yayınevi
- Say, S.** (2011). *İbn Haldun'un Düşünce Sistemi ve Uluslar arası İlişkiler Kuramı*. İstanbul: İlk Harf Yayınları
- Toku, N.** (2000). *İlm-i Ümran:İbn-i Haldun'da Toplum Bilimsel Düşünce*. İstanbul: Bilge Adam Yayıncılık
- Uygun, O.** (2008). *İbn Haldun'un Toplum ve Devlet Kuramı*. İstanbul. On İki Levha Yayıncılık
- Öktem, N. ve Türkbağ, A. U.** (2001). *Felsefe Sosyoloji Hukuk ve Devlet*. İstanbul: Der Yayınları
- Yetkin, Ç.** (2008). *Siyasal Düşünceler Tarihi-1*. İstanbul: Salyangoz Yayınları

ALTERNATİF KAMUSALLIK AÇISINDAN İNTERNET GAZETECİLİĞİ: HABER SİTELERİNDE OKUYUCU YORUMLARI

Adem YILMAZ*
Ahmet TAYLAN**

ÖZET

Günümüzde gazetecilik gerek mesleki pratikler gerekse de içerik üretimi ve sunumu bakımından hızlı bir dönüşüm süreci geçirmektedir. Özellikle yeni medya ve enformasyon teknolojilerinin yoğun kullanımıyla yaşanan bu dönüşüm süreci sonunda gazeteciliğin görece demokratik ve âdemi merkezîyetçi doğasına yeniden dönüş potansiyeli taşıdığına dair tartışmalar gündeme gelmektedir. Ancak özellikle ana akım medyanın gerek haber dili gerekse de ekonomi politik bakımdan sorunlu yapısı henüz aşılmış değildir. Bu nedenle mevcut ana akım gazetecilik yapısını değişime zorlayacak dinamikleri işler kılmak önem taşımaktadır. Bu çalışmada, ana akım medyada mevcut yapısal sorunların aşılması ve daha eşitlikçi bir haber dili kurulabilmesi için ana akım içinden alternatif kamusalılıklar yaratma uygulamalarından birisi olarak “okuyucu yorumları” örneği incelenmiş ve çalışmada yürütülen tartışma, iletişim öğrencilerinin internet haber sitelerindeki etkileşim kanallarını kullanmalarına yönelik bir uygulamalı araştırmadan elde edilen bulgularla somutlaştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Alternatif Medya, İnternet Gazeteciliği, Sosyal Medya

INTERNET JOURNALISM FROM THE POINT OF ALTERNATIVE PUBLIC SPHERES: READER COMMENTS IN NEWS PORTALS

ABSTRACT

Nowadays journalism is rapidly changing in terms of both professional practices and production and distribution ways of media texts. Especially peak use of new media and information technologies creates this transformation process. Thus some arguments about comeback potential of journalism to turn its democratic and decentralised nature become the main topic of theoretical conversations. However current problems about news language and political economy of mainstream media have not been overcome yet. For that reason it's important to operationalise some inner dynamics to force the mainstream media to change. In this paper, “reader comments” are examined as an example way of creating alternative public spheres from inside of mainstream media to overcome structural problems and generate an equalitarian journalistic language. In the end, arguments of this paper are concretized through findings of an applied research on students' utilization ways of interactivity facilities in news portals.

Key Words: Alternative Media, Online (Digital) Journalism, Social Media

* Doç., Dr., Atatürk Üniversitesi, Kazım Karabekir İletişim Fakültesi, Radyo Tv ve Sinema Bölümü, adem@atauni.edu.tr

**Yrd., Doç., Mersin Üniversitesi, ataylan@mersin.edu.tr

GİRİŞ

Gazetecilik çalışmaları günümüzde sadece ana akım endüstriyel iletişim ortamı içindeki profesyonel pratikleri anlatmak için kullanılmamaktadır. Artık gazetecilik pratikleri, medyanın bireyleri ve toplulukları daha aktif bir konuma oturtmasına ve o toplulukları oluşturan insanların demokratik katılımını artırma yollarına bakarak yeniden tanımlanmaktadır. Bu yeni tanım ekseninde, medyanın aynı zamanda ezilen kesimleri güçlendirmek ve bas-kın kapitalist mantığa karşı direniş noktalarını ve eleştirel düşünmeyi teşvik etmek için alternatif kamusalılıklar yaratmak üzere kullanılabilceği fikri öne çıkmaktadır.

Söz konusu direniş noktaları, alternatif/radikal gazetecilik girişimleri aracılığıyla yerel deneyimler olarak hayata geçip küresel medya alanına taşınır. Hem maliyet hem de dolaşım ağlarını genişletmek bakımından bu girişimler için farklı olanaklar sunan yeni medya teknolojisi, günümüzde bir fikri olan ve bunu insanlara ulaştırmak isteyen herkesi, bir internet bağlantısı ile bilgisayar ve/veya cep telefonu içeren küçük bir yatırımla küçük ölçekli bir medya girişimcisi yapabilmektedir.

Bununla birlikte, bu yapı, üretim sürecinde yer alan aktörlerin ana akımdan farklı ve profesyonel olmayan bir yapı içinde konumlanmalarını gerektirmektedir. Elbette alternatif gazetecilik uygulamaları da katılımcı bir medya yapısı kurmak için henüz tek başına yeterli değildir. Bu yüzden bir yandan da ana akım medyanın kendi içinden dönüş(türül)mesi gerekmektedir. Ana akım medyanın dönüşümü için de medya tüketicilerinin medyadaki üretim sürecine katılımına ya da etki etmesine imkân verecek alternatif ifade ve tartışma kanallarının güçlendirilmesi önem taşımaktadır. Zira günümüzde medyada hâkim ekonomi politik yapıyı kırmak kolay olmadığı gibi, yalnızca medya sahipliğinin el değiştirmesiyle sorunun tamamıyla çözülmesini beklemek anlamlı değildir. Bu nedenle mevcut ana akım haber dili ve pratiklerini değişime zorlayacak dinamikleri işler kılmak önem taşımaktadır.

Ana akımın içinden ya da dışından, mevcut yapıyı değiştirecek ya da ona alternatif oluşturacak bir haber dilinin inşası söz konusu olduğunda, bu girişimin genellikle ana akım ve yaygın medya içinden başlatılacak bir reformla daha da anlam kazanacağı savı gündeme gelir. Bu reform iddiası sıklıkla, mülkiyet ilişkilerinin yeniden düzenlenmesi, iletişim alanına dair hukuksal mevzuatın yenilenmesi, gazetecilerin etik ilkelere sadakatini arttıracak yeni mesleki uygulamalar geliştirilmesi, iletişim eğitiminin eleştirel bir yapıyla sektöre daha bilinçli gazeteciler yetiştirmeye odaklanması gibi çeşitli öneriler ekseninde gündeme taşınmaktadır. Bu gibi medya reformu girişimleri medya tekellerini kırmak, yeni tekellerin oluşumunu engellemek, medya içeriklerindeki çok sesliliği arttırmak, dışlanmış grupların medya kanallarına erişimini kolaylaştırmak ve ticari medyanın kamu yararına dair sorumluluklarını yerine getirmesini garanti etmek için devletin varlığı ve düzenleyici araçları üzerinden de işleyebilmektedir.

Hangi düzeyde ve kapsamda olursa olsun bu çabalar sadece iyi niyetli girişimler olmaktan daha öte anlamlar taşımaktadır. Bu nedenle bir yandan mümkün olan her durumda alternatif kamusal ifade kanallarının güçlenmesi için çaba göstermek kadar, diğer yandan da ana akım medya içinde de eşitlikçi bir dil kurmak, editöryal bağımsızlığı sağlamak için mücadele etmek, emek süreçlerinin yeniden düzenlenmesi için örgütlenmek ve nihayet medyaya kârın değil kamusal faydanın egemen olmasının gerekliliğini durmaksızın dillendirmek ve bu bakımdan bir eğilim yaratmak önemlidir.

Bu çalışmada da söz konusu dillendirme ihtiyacı doğrultusunda, ana akım medyada mevcut yapısal sorunların aşılması ve daha eşitlikçi bir haber dili kurulabilmesi için “ana akı-

mın içinden” yapılabilecek reformist uygulamalara odaklanılmıştır. Bu uygulamaların bir örneği de okuyucuların tepki ve görüşlerini haber üretim sürecinin bir parçası haline getirmektir. Bu bağlamda, çalışmada alternatif kamusalıklar yaratma uygulamalarından birisi olarak “okuyucu yorumları” örneği incelenmiş ve çalışmada yürütülen tartışma, iletişim öğrencilerinin internet haber sitelerindeki okuyucu ile etkileşim kanallarını kullanmalarına yönelik olarak yapılmış olan bir uygulamalı araştırmadan elde edilen bulgularla somutlaştırılmıştır.

Yeni iletişim teknolojileri temelli medya yapılanmalarının yukarıda değinilen söz konusu dönüşümü gerçekleştirmek ya da en azından tetiklemek adına dikkate değer bir potansiyel taşıdığından söz etmek mümkündür. Bu doğrultuda öncelikle internet medyasının farklı kamusalıklar üzerinden sunabileceği olanaklara değinmek yararlı olacaktır.

1.ALTERNATİF KAMUSALLIKLARIN İNŞASI BAKIMINDAN YENİ MEDYA

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve özellikle internet temelli yeni medyanın yaygınlaşması, bu yeni medyanın kamusal alana ilişkin potansiyel etki ve sonuçları hakkında tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Aslında tüm bu tartışmaların temelinde teknoloji merkezli bir yaşam tarzının günümüzün en belirgin özelliği olması bulunmaktadır. Toplumlar ve bireyler günümüzde teknolojinin bugüne dek hiç olmadıkları kadar etkisi altındadırlar. Bilgi ve iletişim teknolojileri, bireysel ve sosyal yaşama dair tüm alanlara nüfuz ederek, kavram ve değerlerin değişimine aracılık etmektedirler. Özellikle yeni medyanın toplumsal ilişkileri dönüştürmesi ve enformasyon kaynağı, iletişim aracı ve bir sanal kamusal alan olarak konumu bu değişim sürecinde en çok tartışılan konular arasındadır.

İnternetin yeni bir toplumsallık yaratması fikrinin kökenleri -bu konu 90’lı yıllarla birlikte daha yaygın olarak tartışılmasına karşılık- enformasyon toplumu yaklaşımına uzanmaktadır. “Enformasyon toplumu” terimi bilgi ve iletişim teknolojilerinin önyak olduğu değişimi simgeleyen bir kavram olarak öne çıkmaktadır. Enformasyon toplumuna dair iyimser yaklaşımlar, internetin gelişmesiyle daha da artmıştır. Kuramsal altyapısını özellikle Alvin Toffler (1981), Marshall McLuhan (2001) gibi kuramcıların görüşlerinde bulan bu yaklaşımlarda yeni medyanın çeşitli olumlu yönleri üzerine odaklanıldığı söylenebilir. Bunlar; eşitlikçilik vaadi, doğrudan demokrasi ve katılım vaadi, karşılıklı bağımlılık ve evrensel uyum vaadidir. Enformasyon toplumu kavramı, iletişim ağlarını yaşanan ve yaşanacak olan hemen tüm değişimlerin odak noktasına yerleştirmiştir. Bilgi ve iletişim teknolojileri, küresel düzeyde eşitsiz bir iletişim ortamının çözümü ve günümüz toplumlarının karşı karşıya kaldığı siyasal, toplumsal ve ekonomik sorunların çaresi olarak konumlandırılmakta ve örneğin Toffler, “bilgisayarlar ve telekomünikasyonun bizi karşı karşıya getirmekten alıkoyacağı, insanlar arası ilişkileri daha anlamsızlaştıracağı şeklinde halk arasında yaygın olan korkuları yersiz” bulmaktadır (1981: 422).

Özellikle doğrudan demokrasi ve katılım vaadi açısından düşünüldüğünde, yeni medyanın kamusal alana ilişkin konum ve etkileri hakkındaki tartışmalara, iki farklı eğilimin yön verdiği söylenebilir. İnternetin demokrasi için tek başına bir kurtarıcı olmasa da kamusal söylem ve söylemsel demokrasi için daha fazla olanak sunabildiğine dair görüş yeni medyaya dair daha iyimser bir yaklaşım göstermektedir. Bunun karşısında, yurttaşların yeterli bilgi ve imkânâ sahip olmamalarından dolayı kamusal tartışmaya etkin bir şekilde katılamayacağını, ticari aktörlerin kamusal alan ve siyasal otorite üzerinde hâkimiyet kuracağını öne çıkaran eleştirel görüşler yer almaktadır.

Yeni medyaya dair eleştirel ve iyimser yaklaşımları değerlendirmek için, bu yaklaşımları karşılaştıran ve tüm tehditlerine rağmen yeni medyanın taşıdığı potansiyeli önemseyen bir

kuramcı olarak Douglas Kellner'in görüşlerine başvurmak yararlı olacaktır. Kellner, kamusal tartışmanın ve gündelik politikanın bugün artık görsel-işitsel medya kadar, büyük oranda internet gibi yeni iletişim teknolojileri kanalıyla müzakere edildiğini belirtmekte ve bu yeni oluşumu "teknopolitika" olarak adlandırmaktadır. Teknopolitika kavramı eleştirel ve iyimser karşı görüşler arasında tutkulu tartışmalara sahne olan, hayli çekişmeli bir alan haline gelmiştir. Kellner, eleştirel görüşleri dikkate almakla birlikte "radikal demokratik teknopolitika" yaklaşımını benimsemekte ve teknopolitikanın ana akım medyadan ve politik tartışmadan dışlanmış muhalif toplumsal grup ve hareketlerin çıkarlarını savunmak üzere rahatlıkla kullanılabileceğini vurgulamaktadır (Kellner, 2004: 715-716).

Kellner'a göre yeni teknolojinin ve demokrasinin savunucuları, yeni iletişim teknolojisinin, ana akım medya ve politikadan dışlanmış grup ve bireylere olağan politik tartışma spektrumunda yer almayan fikirleri yayma ve genellikle muhalif fikir ve gruplara kapalı tutulan tartışma ve diyaloglara katılma olanağı veren araçlar sunduğunu öne sürmektedirler. Bu görüşe göre, internet ve yeni bilgisayar teknolojileri, kamunun erişimine açık bilgi ve fikirler kümesini zenginleştirerek, böylece daha fazla bilgiyle donanmış bir seçmen kitlesinin üretilmesine yardım ederek ve politik tartışma alanından genellikle dışlanan grup ve bireylerin kamusal alana katılım olanaklarını genişleterek demokrasiye katkıda bulunmaktadır. Teknopolitikaya ve elektronik demokrasiye karşı geliştirilmiş görüşler ise, yeni bilgisayar teknolojisine erişimin eşitlikçi olmadığı, dolayısıyla da teknopolitikadan söz etmenin, yalnızca, bunlara sahip olmayanların çıkarları pahasına sahip olanların çıkarlarını savunmak anlamına geldiği öne sürmektedir. Ayrıca, yeni teknolojilerin politik bilgi ve tartışmanın yaygınlaşmasına katkıda bulunabileceği, ancak aslında, ne bu bilginin ne de bu tartışmanın kendi başına politik bir içerik taşıdığı, söz konusu bilginin böylesi bir bilgi bombardımanı çağında yaşayan kitleler üzerinde kafa karıştırıcı ve boğucu bir etkisinin olabileceği de öne sürülmektedir.

Kellner, bu itirazlarda bir doğruluk payı olduğunu ve teknopolitikayı savunmadan önce enine boyuna düşünmeyi zorunlu kılan oldukça iyi sebeplerin varlığını kabul etmektedir. Ancak bu itirazların teknoloji ve politika arasında başlangıçtan bu yana var olan karşılıklı bağı, yani teknolojik biçim altındaki politik değişimlerin, doğaları gereği siyasete aracılık ettiği ve ifade aracı değiştikçe siyasetin de ister istemez farklılaştığı olgusunu anlamaktan uzak olduklarını belirtmektedir. Bu tarihsel perspektiften bakıldığında, Yunan demokrasisi, sözlü bir kültürün temel politik biçimi olan nutuk ve retorik üzerinde kurulmuştu, dolayısıyla politikanın ta kendisi politik söylem ve tartışma normlarından oluşuyordu. Buna karşı modern çağda yazılı medya, politik bilgi ve tartışmanın yaygınlaşmasının egemen biçimi halini almıştır, dolayısıyla politika, yazılı kültür ve muhakeme normları tarafından dolaylanmıştır. Görsel işitsel medya çağında, önce radyo, sonra televizyon politik tartışma ve mücadelenin biçimini temelden değiştirmiş, radyo kamusal figürlerin sesini evin mahremiyetine taşımış, sonra da televizyon, bu kez politik figür ve olayların görüntüsünü gündelik hayatın içine sokmuş ve böylelikle imaj temelli yeni politika biçimleri oluşturmuştur. Kellner, medya temelli politikanın giderek birincil politik biçim halini alışının, birçoklarını görsel-işitsel çağda bir "demokrasi krizi" yaşandığını düşünmeye ittiğini belirtmektedir. Ancak bazıları da gelişmekte olan görsel-işitsel medya içinde, cemaat/topluluk ve gerilla radyoları ya da kamusal erişime açık televizyonlar gibi, demokrasiyi güçlendirecek potansiyeller görmeye başlamıştır. Bugün ise bu işlev, internetle daha etkili bir hale gelmiştir. Kellner'a göre internet çağında demokrasi için yeni meydan okumalar ve yeni kriz olasılıkları doğuran yeni siyasal iletişim biçimleri ortaya çıkmaktadır. Yeni kamusal alanlar oluştuğu, yeni politik aktörler öne çıkmakta, siyasal haber ve tartışmaların doğası değişmekte, politika ve demokrasi bir dönüşüm geçirmektedir.

Bu bağlamda, Kellner demokrasiyi, egemen güçlerce yönetilen politika ve medyadan dışlanmış olan, bağımlı konumdaki sınıfları, toplumsal cinsiyet gruplarını, ırksal ve bölgesel toplulukları ve benzeri başka ezilen grupları içeren güçlü bir katılım temelinde tanımlayan bir “radikal demokrasi” fikrini savunmaktadır (2004: 717). Radikal demokrasi, hem bilgiye hem tartışma araçlarına erişimi gerektirmekte, dolayısıyla da demokratik katılımın alan ve içeriğinin genişlemesini mümkün kılmaktadır. Bu nedenle Kellner, büyük medya kuruluşları tarafından yönetilen görsel-işitsel medya politikası çağı ile daha çoğulcu ve farklılaşmış araçlar ve medya organizasyonları üzerinde yükselen ve de her bireye iletişim teknolojileri aracılığıyla politik bir aktör olma olanağı tanıyarak giderek artan sayıda birey ve gruba yeni kamusal alanlara erişim olanağı sağlayan internet çağı arasında bir ayrıma gitmektedir. Görsel-işitsel medya iletişimde söz konusu olan, bir merkezden birçok alıcıya doğru giden, senkronik bir modeldir. Buna karşı bilgisayar dolayımı ile iletişim oldukça âdemi merkezidir ve çok sayıda kişiyle çok sayıda kişi arasında iletişimi olanaklı kılmaktadır. Yani her birey kendi görüşlerini birçok kişiye iletebilmekte; böylece tek bir merkezi olmayan, büyük holdinglerin ve devletin kontrolünden bağımsız, çoğulcu bir iletişim modeli mümkün olmaktadır. Dolayısıyla sayısal iletişim hayli esnek ve demokratik iletişim ve katılımın yeni biçimlerini olanaklı kılmaktadır.

Kellner, kapitalist toplumlarda demokrasinin yeniden canlandırılmasının demokratik bir medya ve teknopolitika gerektireceğini iddia etmekte ve böyle bir politikanın iki yanlı bir strateji içereceğini açıklamaktadır. Bu stratejilerden ilki, var olan medyayı, ‘kamusal çıkar, yarar ve gereksinimlere’ daha fazla cevap verecek şekilde demokratikleştirmeye çalışmaktır. Gazetelerin ve yazılı medya kuruluşlarının okur köşelerine mektup ve yorumlar yazmak, telefonla radyo ve televizyonlardaki canlı yayınlara katılmak ya da ana akım medyayı kendi kurumları içinde eleştirmek gibi standart uygulamalar, var olan medya kuruluşlarını demokratikleştirmeye ve onun mesaj ve fikirler evrenini genişletmeye çalışan içeriden dönüştürme yaklaşımının örnekleri arasında sayılabilir. Farklı bir strateji de, ana akım medyaya alternatif olan ve kurulu medya sisteminin dışında gelişen muhalif bir medya yaratmaktır. Bu stratejinin odak noktasında, alternatif yapılar geliştirmek için, verili kurumların dışında işleyen, alternatif, görsel-işitsel ve basılı medya kurumları (ve başka medya türlerinde kurumlar) oluşturulması vardır. Dolayısıyla fikirlerini ve mücadelelerini yaygınlaştırmak isteyen birey ve gruplar, aynı anda hem içeriden hem dışarıdan müdahale eden bir medya stratejisi yürütmeli; fikir ve sözlerini hem (giderek parçalı bir görünüm kazanan) ana akım medya içinde yaymaya hem de bilgi akışını ve iletişim alanının yapısını kendilerinin kontrol edebildiği bağımsız medya kurumlarını ve bilgisayar ağlarını oluşturmaya çalışmalıdırlar (2004: 719).

Sonuçta Kellner’a göre internet ve siberdemokrasiyi eleştirenler, çoğu kez, teknolojinin askeri kökenlerine ve egemen sermaye ve devlet iktidarının işleyiş sürecinde oynadığı merkezi role dikkat çekmektedirler; ancak herhangi bir şeyi, özellikle de yaratıcılarının çıkarlarına karşı kullanılacak ve bireylerin ya da muhalif grupların ihtiyaçlarını karşılamak ve amaçlarına ulaşmalarını kolaylaştırmak üzere farklı bir şekilde yeniden şekillendirebilecek olan teknolojiyi, kökenleri nedeniyle yargılamak temelde hatalıdır. Üstelik, internet kullanımının her geçen gün daha fazla sayıda insan açısından metalaşmamış olması, giderek daha çok âdemi merkezileşerek daha çok sayıda grup ve sese açık bir hale gelmesi şaşırtıcıdır. Bu nedenle Kellner’a göre siberdemokrasi ve internet bir çatışma alanı, çekişmeli bir alan olarak görülmelidir ve muhalif entelektüel ve aktivistler, internetin sunduğu direniş imkanlarına ve mücadeleyi dolaşıma sokacak olanaklara eğilmelidirler. Bu sayede, yakın geçmişe kadar büyük medyanın egemenliğindeki ve büyük oranda denetim altındaki kamusal alanlara katılmayan radikal demokratik grup ve bireyler artık

bu yüzyılın büyük bir bölümünde politik iletişimi denetim altında tutan, sınırlayan ve halen önemli birer politik güç olmaya devam eden güçlü medya devlerinin enformasyon bekçilerinden bağımsız olarak tartışmalara katılabilmekte ve fikirlerini dolaşıma sokabilmektedirler (2004: 720, 732).

James Curran da radikal demokratik yaklaşımı kullanarak, kamusal bir alan olarak medyanın rolüne ilişkin dengeli bir argüman geliştirmeye çalışan araştırmacılarıdır. Curran, liberal ve Marksist yaklaşımların yanında yerini alması gerektiğine inandığı radikal demokratik bakış açısının eklettik öğelerini bir araya getirmeyi ve bir kuram olarak sunmayı amaçlamaktadır. Curran'a göre radikal demokratik yaklaşımın başlangıç noktası, medyanın rolünün klasik liberalizmin tanımladığından daha öteye gitmesi gerektiğidir. Medya, çatışan güçler arasındaki bir savaşım alanıdır. Medyanın bu çatışmaya tepki gösterme ve çatışmayı aktarma biçimi toplumsal güçler arasındaki dengeyi ve nihai olarak toplumda ödüllerin paylaşımını etkiler. Bu nedenle, demokratik bir medya sistemi için önkoşul, toplumdaki tüm çıkar gruplarının medyada temsil ediliyor olmasıdır. Medya, çıkar gruplarının kamusal alana katılımlarını kolaylaştırmalı, kamuoyunu ilgilendiren tartışmalara katkı yapmalarını olanaklı kılmalı ve kamu politikalarının şekillendirilmesinde söz sahibi olmalarını sağlamalıdır (Curran, 1994: 217). Bu bakış açısında medya, bireyler, gruplar ve iktidar yapılan arasındaki yatay, dikey ve çapraz iletişim kanallarını eklemlen araçlar olarak görülmektedir.

Genelikle liberal ve radikal bakış açılan arasındaki yaklaşım farkı, gazetecilik pratiği ile ilgili farklı normatif yargılara da neden olmaktadır. Liberal düşünce içindeki egemen akım profesyonel nesnellik ilkesine övgüler yağdırır. Bu ilkeye göre, gazeteci tarafsız olmalı, gerçeği fikirden ayırmalı ve iddia ve karşı iddiaları dengelemelidir. Bu görüş, çağdaş liberalizmin medyayı hükümetler ve yönetilenler arasında bir enformasyon kanalı olarak değerlendirmesinden kaynaklanmaktadır. Buna karşılık, radikal yaklaşım daha çok 'parti-zan gazetecilik' ya da 'araştırmacı gazetecilik' biçimleri ile özdeşleştirilmektedir. Bu, radikal geleneğin, medyanın 'muhalafet ya da karşıt güç rolü' üzerindeki vurgusundan ortaya çıkmaktadır. Liberal açıklamaların çoğunluğunda; kamusal alan siyasal alanla eşitlenmektedir ve medyanın kamusal rolü hükümetle ilişkisi açısından tanımlanmaktadır. Buna karşılık radikal yorumcular; kamusal alanın liberal tanımını destekleyen kamusal ve özel alan arasındaki geleneksel ayrımı reddederler. Medyanın aracı rolünün, işyeri ve ev de dahil iktidar ilişkisinin söz konusu olduğu tüm alanlara uzandığını söylerler. Ve medyanın etkisi yalnızca hükümetin eylemleri açısından değil fakat aynı zamanda toplumsal normlara uyumu ve kişilerarası ilişkileri etkilemesi açısından da tanımlanır (Curran, 1994: 220).

Öte yandan, geleneksel Marksizme göre ise, liberalizmde yer alan kamusal alan kavramı, burjuva tahakkümünü gizleyen bir aldatmacadır. Mülkiyeti burjuvanın elinde olduğu için ya da bu sınıfın ideolojik hegemonyasına maruz bırakıldığı için medya bir sınıf kontrolü aracıdır. Aslında medya, devletin ideolojik bir aygıtı olarak görülmelidir. Medyanın "düzeltililebileceği" görüşü bir safdillik olarak kabul edilir. Medyadaki önemli değişimler ancak toplumun sosyalist dönüşümü yolu ile gerçekleşebilir. Bu görüş de, medyanın toplumdaki iktidar yapıları ile ilişkisi açısından farklı bir anlayış öneren radikal demokratik görüş tarafından benimsenmemektedir. Radikal demokratlar genelde, gazetecilerin gündelik rutin işlerinde bazen önemli ölçülere ulaşan bir özerkliğe sahip olabildiklerini savunurlar. Bu durum özellikle, özerk hale gelen yayın kurumları ile hiç bir hissedarın tek başına kontrol edemediği çok hissedarlı ticari medya için geçerlidir. Bu bakış açısı, toplumda medyanın yerini yeniden konumlandırma etkisine sahiptir. Medyanın, toplumsal düzenin

tümüyle emrine girmiş bir hizmetçi gibi hareket etmekten çok ideolojik bir çapraz ateşe yakalanmış olduğu varsayılır. Bu bakış açısı medyanın, toplumsal mücadelelerin sonucunu etkilemede daha büyük bir potansiyele sahip olduğunu ima eder (Curran, 1994: 224, 225).

Curran'a göre radikal demokratik yaklaşım, liberal çoğulcu argümanları eleştirmeden benimsemek anlamına gelmemektedir, zira çoğu liberal demokrasideki medya sistemleri temsil edici olmaktan uzaktır. Ancak, radikal demokratik yaklaşım medyanın daha temsil edici ve daha ilerici olacak biçimde yeniden düzenlenebileceğine inanır. Curran'ın sunduğu model, kolektivist ve serbest pazar yaklaşımlarını, her ikisinin de güçlü yanlarını bir araya getiren bir sentez içinde birleştiren, kamu, sivil ve pazar sektörlerinden oluşan kurallara bağlanmış karma ekonomi biçiminde bir öneriye dayanmaktadır (1994: 240).

Sonuç olarak, gerek genel olarak medyanın, gerekse de yeni iletişim teknolojilerinin özellikle kamusal alan tartışmaları bakımından konumunu eleştirel ve şüpheli bir yaklaşımla karşılamak mümkün olmakla birlikte, yukarıda özetlenen görüşlerde de ortaya koyulduğu üzere dengeli ve farklı yaklaşımların güçlü yanlarını dikkate alan bir tavır geliştirmek mümkündür. Bu doğrultuda bilgi ve iletişim teknolojilerinin sahip olduğu potansiyeli ve sunduğu fırsatları -tehditkâr yanlarını göz ardı etmeden- değerlendirmek özellikle ana akım haber üretim sürecini değiştirebilecek alternatif girişimler ve dönüşüm çabaları bağlamında düşünüldüğünde anlamlı olacaktır.

Dolayısıyla ana akım medyaya dair okuyucudan gelen tepki ve görüşlerin, Türkiye gibi ülkelerde halen ağırlığını koruyan ana akım medyanın kimi görüşleri meşrulaştırmak ya da kamusal meşruiyetin dışında bırakmak yoluyla kurduğu “medyakrası” zeminine bilgi ve iletişim teknolojileri temelli yeni medyanın sağladığı kimi olanaklar aracılığıyla bir direniş (ya da en azından etkileme/dönüştürme) olanağı olarak konumlandırılıp konumlandırılma- mayacağı üzerine bir tartışma geliştirmek önem taşımaktadır. Çalışmada, yukarıda değinilen radikal demokratik yaklaşımı benimseyen bir anlayışla, gerek Kellner'in öne sürdüğü gibi bilgiye ve tartışma araçlarına erişimi sağlayan bir olanak olarak yeni medyaya ilişkin olumlu bir argüman geliştirmek, gerekse de Curran'ın ortaya koyduğu gibi medyanın toplumsal ve siyasal rolünün hem liberal hem de eleştirel yaklaşımlarda tanımlanan güçlü yanlarını göz önünde tutacak bir dengeyi korumak hedeflenmektedir.

2. İNTERNET, GAZETECİLİK VE YENİ OLANAKLAR

Bilindiği üzere internet gazeteciliği yeni medya teknolojileri üzerine temellenmekte ve günümüzde geleneksel iletişim araçları ile yapılan habercilik pratiklerini topyekûn dönüşüme zorlamaktadır. “Yeni medya”, bir bölümü bilgisayarlara (bilgi-işlem) özgü işlemleri, bir bölümü ise iletişim araçlarına (haberleşme-telekomünikasyon ve yayıncılık) özgü yapıları barındıran iki yönlü, “melez” bir medyadır (Törenli, 2005: 87). Yeni medyanın en çarpıcı örneği olarak interneti gösteren Geray, yeni medyayı, kitle izleyicisini bireysel kullanıcı olarak da kapsayabilen, kullanıcıların içeriğe veya uygulamalara farklı zaman dilimlerinde ve etkileşim içinde erişebildikleri sistemler olarak tanımlamaktadır (Geray, 2003:20). Başlangıçta PC (Personal Computer) dolayısıyla interneti kapsayan yeni medya, bugün görüntülü ve mobil telefonlar, PDA (Personal Digital Assistant), sayısal radyo ve interaktif TV gibi melez ürünlerle çeşitlenmektedir. Yeni medya, kullanıcılar tarafından çok yönlü sayısal ağlar üzerinden etkileşimli olarak tüketilebilecek hizmet ve ürünlerin yaratılması ve bunların etkin bir şekilde pazarlanması için bilişim teknolojisi, telekomünikasyon ve içeriğin birleştirilmesine dayanmaktadır. Geleneksel medyanın özellikleri tek yönlülük, eşzamanlılık ve geniş kitlelere yayılmazdır. Yeni medyanın temel özellikleri

ise etkileşimlilik/iki yönlülük, eşzamansız (asenkron) olabilme, kitlesizleştirme (Rogers'dan aktaran Geray, 2003:18). Eşzamansızlık yani asenkron olabilme yeteneği alıcılara enformasyona almak istedikleri zamanlarda ulaşabilme yeteneğini kazandırır. Kitlesizleştirme özelliği ile medyanın kontrolündeki ağırlığın mesaj yapıcıdan tüketici ya da alıcıya doğru kayması olasıdır. Böylece büyük bir kullanıcı grubu içindeki çeşitli grupların amaç ve ihtiyaçlarına uygun enformasyona ulaşma seçenekleri artarken, genel çoğunluk-tan farklı seslerin de ifade edilmesi için uygun bir zemin yaratılabilir.

Yeni medya zamansal bir yenilikten ötesini anlatan bir terimdir. Çeşitli geleneksel medya türleri arasında zamanla yöndeşme oluşması ve bu türlerin kullandığı altyapı, uçbirim terminalleri ve ağların ortaklaşmasıyla ortaya daha melez modeller çıkmıştır. Yeni medya melez bir medya olması itibarıyla, geleneksel medyanın özelliklerini de taşımaktadır. Törenli, günümüzdeki iletişim uygulamalarının kitle iletişimine ya da “geleneksel” iletişime özgü yanları tümüyle ortadan kaldırmış olmadığına dikkat çeker; buna göre, geleneksel iletişim araçlarıyla yeni medya iç içe geçmiş durumda, bir arada kullanılmaktadır. Ancak (en azından teorik olarak) bilgisayara özgü yanın türetilbilir ve saptanabilir, yani “doğası” gereği karşı-merkezci olduğunu; buna karşın iletişim araçlarına özgü yanın yerel, bölgesel, uluslararası, kısacası var olan herhangi bir kanalda kullanılabilir nitelikte olduğunu söyleyebiliriz. İnternetin teknik altyapısı ve kullanılan yazılımlarıyla birlikte kitle iletişim araçlarına özgü hiyerarşik, bir merkezden birçok kişiye uzanan eski iletişim modeli yerine simetrik, birçok kişiden yine birçok kişiye uzanan yeni, esnek, demokratik, yani “egemeni olmayan”, yurttaşların siyasal karar alma etkinliğine daha geniş yer veren, şeffaf, ağ üzerinden katılımı olanaklı kılan bir iletişim modelini temsil ettiğini (Törenli, 2005:88, 159) ileri süren görüşler sıkça dile getirilmektedir.

Medya, kamuoyunun oluşumunda merkezi bir rol oynamaktadır, ancak, bu rol hakim sınıfın ekonomik çıkarları ile bunları sürdüreceği idari ve yasal araçlar arasındaki doğrudan ilişki temelinde düşünüldüğünde daha da anlam kazanacaktır. Çünkü kamuoyunun “toplumun çoğunluğunu oluşturan bireylerin, kamusal işlere dair kanaatler toplama” olduğu, yani aslında onun “çoğunluğun kanaatleri” sayıldığı gibi bir durum ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle yeni medyanın, geleneksel medyanın merkezi konumunu sarsma ve alternatif iletişim kanalları yaratma potansiyelinin dikkate alınması gerekmektedir. Televizyon ve benzeri geleneksel medya, bireylere homojenleşmiş yekpare bir kamusal alanda konumlandırılan çeşitli otorite figürleri sunarken, yeni medya otoriteye karşı dağınmış bir iktidar alanında söz söyleme imkanı vermektedir.

Bu noktada, internet üzerinde yer alan alternatif haber ve tartışma kanallarının farklı kamusalılıkları geliştirmek yoluyla enformasyona erişim kısıtlılığını azaltma potansiyeli önem taşımaktadır. Yeni medyayı enformasyon kaynağı olarak ele aldığımızda, ucuza sunduğu enformasyon bolluğuyla birlikte, daha çok enforme edilmiş insanlardan oluşan bir enformasyon toplumuna yönelmeyi artıracığı (Browning ve Rheingold'dan aktaran Karakaya Polat, 2005:437) belirtilmektedir.

İletişim aracı olma işlevi açısından düşünüldüğünde, yeni medya, iletişimi ucuzlatma, kolaylaştırma, hızlandırma ve daha elverişli hale getirme imkanları bakımından da tartışmaya değer bulunmaktadır. İnternetin geniş iletişim kapasitesinin ve e-posta gibi yeni iletişim kanalları açmasının da karşı görüşteki kamuların ve kamusal alanın oluşumuna katkı sağlayacağı düşünülebilir. Zira internetin dağınmış ve çoğulcu doğası, küreselleşme karşıtları, çevreciler gibi çeşitli toplulukları elektronik haber mektupları, e-posta listeleri ve çevrimiçi sohbet grupları üzerinden iletişim kurmak yoluyla harekete geçirmektedir.

Yeni medyanın sanal kamusal alan oluşturması yönünden ise dikkate alınması gereken iki önemli bağlantı bulunmaktadır. Birincisi, kamusal alanı genişletmesi, ikincisi ise siyasal katılma ve tartışma için sanal bir platform oluşturmasıdır. Bu konuda Karakaya Polat (2005: 450) internetin kamusal alanın sınırlarını genişletme potansiyelinin sınırlı olduğunu iddia etmektedir; çünkü eşitsiz erişim olanakları, internetin büyük miktarda parçalanmış yapısı ve gittikçe ticarileşmesi söz konusudur. Ancak günümüzde geleneksel medyanın alternatifi olarak sadece internet gösterilmese de internetin bu konudaki potansiyeli önemlidir. Yurttaş gazeteciliği, internet haberciliği gibi geleneksel medyaya alternatif olabilecek gelişmeler etkinliğini gün geçtikçe arttırmaktadır. Nitekim internet kamusal alanını, eleştirel aklın ışığında gerçeklik iddialarının var olduğu bir alan değil, öznenin demokratik oluşumuna izin veren bir alan olarak tanımlayan Poster da, “bu eleştirelilik ve uzlaş, potansiyelinin var olmayacağı anlamına gelmemelidir” demekte ve internetin farklılığa dayalı yeni bir topluluk uzamı olarak modern toplumdaki kamusal alanın yok oluşuna direniş mekânları olarak yorumlanmasını önermektedir (Poster, 1997: 212).

İnternetin yeni kamusal alanın mekânı olduğunu savunan Rheingold ise, yüz yüze topluluk içinde gerçekleşen konuşma ve sanal topluluklarda gerçekleşen konuşma ile kafeler ve bilgisayar konferansları arasında yakın bir ilişki olduğunu; geniş toplumsal grupların her iki ortamda da bir otoritenin yönetiminden bağımsız olarak kendilerini yönettiğini söylemektedir. Rheingold, Habermas’ın kamusal alan kavramlaştırmasını yeni elektronik ortamlara uyarlamaktadır. Ona göre, 20. yüzyılın kamusal alanı, modern demokrasinin oluşumu için yapı taşlarını oluşturmuştur, internet ve yeni iletişim ortamlarında yaratılan kamusal alan da modern demokrasinin açmazlarına yönelik bir çözüm olarak düşünülmelidir. İnternet, Rheingold’a göre, kamusal alan kavramının gereklerini yerine getirmektedir: Bu anlamda internet, her isteyene açık erişim, gönüllü katılım, kurumsal rollerin dışında bir katılım, kamuoyunun rasyonel tartışmaya katılan yurttaşlar birliği tarafından gerçekleşmesi, devlet ve örtülü iktidarların eleştirisi gibi kamusal alan kavramının gereklerini yerine getirmelidir. (Rheingold, 1994: 284)

Günümüzde endüstrileşmiş bir toplumda yaşayan bireyler, iktidar tarafından alınan kararlardan görece uzak ve habersiz olarak yaşamaktadırlar. Ana akım medya ise kendi meşruiyetini kurduğu “çoğulculuk ve iletişimsel zenginlik” söylemiyle siyaseti ve kamusal alanı kuşatmıştır. Bu bakımdan yeni medyaya toplumsal yapının ve üretim ilişkilerinin yeniden tasarlanmasında önemli roller yüklenmiştir. Murdock ve Golding, Habermas’ın kamusal alan kavramlaştırmasında ideal konuşma durumunun öncüllerini yurttaşlık hakkı olarak görürken, yurttaşların toplumsal söyleme katılma, iletişim araçlarında temsil edilme ve geribesleme mekanizmalarının işlemesine özel bir önem vermektedirler (Murdock ve Golding, 1989: 183). Ancak Murdock, geleneksel kamu hizmeti kurumlarının ve ticari medya endüstrilerinin ulusal veya uluslararası düzeyde yeni yurttaşlık ve kültür oluşumlarının meydan okumasını karşılayamayacaklarına dikkat çekmekte ve farklılığı tanıyan ve ihtiyaçları hoşgören yeni bir kamusal iletişim uzamı geliştirme gereğine dikkat çekmektedir (Murdock, 1992: 40).

John Keane de, günümüzde kamu hizmeti yayıncılığının önündeki -kamusal alan kuramıyla doğrudan ilişkili olan- en önemli engeller olarak kamu hizmeti yapan yayın kurumlarının yaşadığı mali sıkışıklığı, buna bağlı olarak mevcut program repertuarının toplumdaki her kesimi temsil edememesinden kaynaklanan meşruiyet sorununu ve teknolojik değişim sonucu yaşanan frekans kıtlığını göstermektedir (Keane, 2000: 303-310). Bu engeller açısından düşünüldüğünde yeni bir medya olarak internet, yatırım maliyetlerinin görece ucuzluğu, esnek temsil yeteneğiyle meşruiyet sorununu aşması ve teknolojik ola-

rak frekans gibi kısıtlara bağlı kalmaması nedeniyle önemli bir alternatif olabilir. Bu bağlamda internetin yeni bir kamusal iletişim uzamı olarak ana akım medyayı dönüşüme zorlama ve kamu hizmeti yayıncılığının önündeki engelleri aşma potansiyeli dikkate değerdir.

3.OKUYUCU ETKİLEŞİMİ VE KATILIMCILIK

Yeni medya kapsamı altında değerlendirilen ve ağ üzerinden yayın yapan haber siteleri çevrimiçi (online) gazete, e-gazete ya da internet gazetesi olarak adlandırılmaktadır. Bu gazeteler sadece sanal ortamda yayın yapan siteler olabileceği gibi, geleneksel medya türleri üzerinden yayımlanan medya kuruluşlarının çevrimiçi versiyonları da olabilmektedir. Aynı şekilde ana akım habercilik kodlarıyla yayın yapan çevrimiçi gazetelerin yanı sıra alternatif ya da radikal medya olarak nitelendirilebilecek medya kuruluşları da internette yerlerini almaktadır. İnternet gazetelerinin başlıca özellikleri haberi çok hızlı bir biçimde verebilmesi ve sürekli güncellemesi, okuyucunun habere 24 saat, dilediği zaman ulaşabilmesi, çokluortam temelinde ses-grafik-görüntülü dosyaları kullanma, arşivdeki haberlere kolayca ulaşabilme ve istenilen haberleri saklayabilme, okuyucuyla etkileşim (interaktivite), okuyucunun görüş ve yorumlarını anında iletebilmesi, diğer medyada yer almayan farklı haberleri bulabilme ve içerikleri alternatif haber siteleri ile anında karşılaştırma imkânı tanınmasıdır.

Web sitelerinde kullanıcı/okuyucu etkileşimi, siteyi ziyaret eden kullanıcıların aktif olmasını sağlayan, özellikle haber sitelerinde kullanıcının katılımcılığına imkân veren teknik özellikleri anlatmaktadır. Etkileşim ve kullanıcı geribildirimi, web sitelerinin önemli bileşenleridir. Bu bileşenler özellikle alternatif medyanın “katılımcı medya” olarak tanımlanması doğrultusunda da önem kazanmaktadır. Bu bileşenleri kullanarak okuyucuların sitenin içeriğini ve amacını daha iyi anlamalarına yardımcı olmak, sayfalarda dolaşmalarını kolaylaştırmak ve sitede gezmeyi okuyucular için daha ilgi çekici bir deneyim haline getirmek mümkündür. Bu özelliklerden bazıları siteye üyelik sistemi, sitede yazılan her yazıya, fotoğraf ve videoya oylama, puanlama, beğenme ve/veya yorum yapma seçenekleri, forum açma, “Facebook” ya da “Twitter” gibi sosyal paylaşım ağları desteği, “Gmail” ya da “Windows Live” vb. için oauth¹ özelliği, Rollover’lar (kullanıcı imleci sayfada bir yerin üzerine getirdiğinde değişen resimler), JavaScript fonksiyonları ile eklenen metin kutuları, pop-up (ayrı açılan) sayfalar, Flash animasyonlar, metin içine gömülü linkler (bağlantılar) vb. olabilmektedir.

Ülkemizde hurriyet.com.tr, milliyet.com.tr gibi ana akım medyanın önemli örnekleri arasında sayılan hemen bütün haber siteleri, haber metinlerinin altında okuyucu yorumlarına yer vermekte, yapılan yorumlara ilişkin oylama yapma imkânı sunmakta, hatta haberin beğenilme düzeyini dahi okuyucu oylarına açmaktadırlar. Ancak burada yapılan yorumlar, gazetelerin ve bağlı oldukları sermaye gruplarının yayın anlayışı doğrultusunda katı bir filtreden geçirilirken, yayın politikasına ya da ilgili medya grubunun organik bağları olan siyasi, ticari, sportif vb. kurumların çıkarlarına ters düşen bir okuyucu yorumu sitede yayına girememektedir. Nitekim ana akım medyadaki okuyucu yorumlarını inceleyen Dirini, -yapılan okuyucu yorumlarını- “denetleyenler kendi ideolojilerini üreten yorumlara geniş yer verirken, kendi ideolojisine muhalif olan yorumlara yer vermemektedirler” demektedir. Dirini’ye göre bu, sadece bu tür yorumların geliyor oluşuyla açıklanamaz, çün-

¹ Oauth, kullanıcıların üyesi oldukları bir site ya da platformun şifresini üye oldukları başka bir web sitesi ya da platformla paylaşmadan, izin verdiği bilgilere diğer site tarafından ulaşılmasını sağlayan bir kimlik doğrulama protokolüdür.

kü haberlere yapılan muhalif yorumların yayınlanmadığı araştırmacı tarafından da bizzat deneyimlenmiştir (Dirini, 2010: 70).

Binark, haber portallarındaki okuyucu yorumlarında dikkat çeken bir unsurun, bir yorumun arkasından benzeri hatta söylemsel şiddet düzeyi daha yoğun bir okuyucu yorumunu teşvik etmesi olduğunu belirtmektedir (2010: 28). Dirini de yorumların, egemen söylemin kitlelerin egemene ideolojiyi benimsemesine davetiye çıkardığını belirtmektedir. Dirini, okuyucu yorumlarını bir katılımcılık aracından çok egemen söylemin üretilmesinin araçlarından biri olarak görmektedir: “Haberde kullanılan dille, kodlarla ideolojik söylemin etkisinde kalan okuyucuların kendileri gibi okuyucu olan çoğunluğun fikirlerinden de etkilenmektedir. Okur yorumları aracılığıyla egemen ideoloji binlerin ‘kendi’ fikirleri haline getirilir” (2010: 57).

Şenol Cantek’in hurriyet.com.tr sitesine yorum yapan okuyucular üzerine yaptığı araştırmada, buradaki yorumcular “yorumlarında ortaya çıkan milliyetçi vurgunun ve ötekileştirmeye yönelik söylemin hilafına, kendilerini ‘demokrat, aydın, eşitliğe ve halkların kardeşliğine inanan’ kişiler olarak tanımlamakta ve bu değerlerin topluma hâkim olması için bir katkıda bulunma gerekçesiyle yorum yazdıklarını belirtmektedirler” (2007: 70). Şenol Cantek bu durumu, gazete ile okur kitlesinin, egemen söylemi yeniden üretme konusundaki uyumunun göstergesi olarak değerlendirmektedir (2007: 71). Ayrıca Şenol Cantek’e göre, yapılan yorumlarda kullanılan dil; “sanal ortamın hızına ve yarattığı jargona uygun olarak, kısaltmalar ve işaretlerle, ayrıca imla hatalarıyla dolu, kendine özgü bir dildir. Oluşturulan dil ve söylem, erkeksi, çoğunlukla saldırgan ve dayatmacı, sloganvari, kimi zaman sarkastik, egosantrik, kalıp yargılar ve metaforlarla örülü bir söylemdir” (2007: 76).

4. ALAN ARAŞTIRMASI: BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Okuyucu yorumları ve oylama sistemi gibi olanaklar, haber üretim sürecine katılımcılığa imkân vermesi bakımından oldukça yararlıdır; bununla birlikte alternatif bir haber dilinin varlığını garanti eden öncelikli bir ölçüt değildir. Ayrıca bu olanakların ana akım medyada görüldüğü üzere, ayrımcılığı ve nefret söylemini pekiştirmesi, medyanın sahip olduğu ideolojiyi okuyucunun kendi fikri olarak sunması da mümkün olabilmektedir. Nitekim alternatif bir medya kurumunun okuyucu yorumu almaması alternatiflik tanımını zedeleyecek bir durum oluşturmadığı gibi, böylesi imkânları yoğun olarak kullanmaları Hürriyet.com, Milliyet.com gibi web sitelerinin ya da içeriklerinin radikal/alternatif olarak değerlendirilmesini de mümkün kılmamaktadır.

Bu bağlamda çalışmada, mevcut literatürden farklı olarak, okuyucu yorumlarının içeriğinden daha çok okuyucuların medya kullanma alışkanlıklarına odaklanmak yoluyla medyada katılımcılığın düzeyi irdelenmektedir. Araştırma ana akım medyada mevcut yapısal sorunların aşılması ve daha eşitlikçi bir haber dili kurulabilmesi için “ana akımın içinden” yapılabilecek reformist uygulamaları kapsamaktadır. Bu uygulamaların bir örneği de okuyucuların tepki ve görüşlerini haber üretim sürecinin bir parçası haline getirmektir. Bu bağlamda, çalışmada alternatif kamusalıklar yaratma uygulamalarından birisi olarak “okuyucu yorumları” örneği incelenmiş ve çalışmada yürütülen tartışma, iletişim öğrencilerinin internet haber sitelerindeki okuyucu ile etkileşim kanallarını kullanmalarına yönelik olarak yapılmış olan bir uygulamalı araştırmadan elde edilen bulgularla somutlaştırılmıştır.

Bu doğrultuda iletişim öğrencilerinin özellikle internet gazetelerindeki okuyucu yorumları ve haber oylaması, haber paylaşımı vb. teknik olanakları kullanma düzeyi incelenmekte

ve ana akım medya ile alternatif medya kuruluşlarını izleyen/okuyan öğrencilerin “okuyucu yorumlarına” dair görüşlerinin ne ölçüde farklılaştığı karşılaştırmalı olarak ele alınmaktadır. Bu bağlamda alan araştırması için hazırlanan anket sorularına verilen yanıtlara istatistik testler uygulanmış ve hipotezin hangi güven aralığında kabul edilebileceği araştırılmıştır. Araştırma grubuna ilişkin ifadeler, demografik verilerin ve 5 kademeli ölçeğe bağlı yargıların non-parametrik istatistik testlerle analiz edilmesine dayandırılmış; araştırma yöntemiyle genel geçer yargılara varılmasından çok belirli kısıtlılıklar altında kabulere ulaşılması amaçlanmıştır. Araştırma sürecinin zaman, mekân ve finansal kısıtlılıkları ise alan araştırmasının Erzurum ve Mersin ili genelinde Atatürk Üniversitesi ve Mersin Üniversitesi İletişim Fakültelerinde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin çalışmaya dâhil edilmesine neden olmuştur.

Araştırma grubunu oluşturan 165 katılımcıdan 161'i (% 97.6) yaş ile ilgili soruya yanıt vermiş olup; 19-35 yaşları arasında değişim gösteren örneklemin yaş ortalaması 22.08'dir. Araştırma grubunun yaşlara göre dağılımı Tablo 1'de görülmektedir.

Tablo 1. Araştırma Grubunun Yaş Dağılımı (N= 165)

Yaş	Frekans	Yüzde (%)	Yaş	Frekans	Yüzde (%)	Yaş	Frekans	Yüzde (%)
19	4	2.5	23	19	11.8	28	1	0.6
20	18	11.2	24	8	5.0	29	1	0.6
21	48	29.8	25	11	6.8	33	1	0.6
22	48	29.8	26	1	0.6	35	1	0.6

Araştırma grubundaki 165 katılımcıdan 107'si Erkek (% 64.8) 58'i Kadın (% 35.2)'dir. Katılımcıların 122'si (% 78.2) interneti düzenli olarak kullandığını, 34'ü (% 21.8) ise farklı periyotlarda-düzensiz olarak kullandığını ifade etmiştir. 9 katılımcı ise soruya yanıt vermemiştir. Araştırma grubunu oluşturan 165 katılımcıdan 135'i 'Günde ortalama kaç saatini internette vakit geçirdiğine ilişkin' soruya yanıt vermiştir. Araştırma grubunun internette vakit geçirdiği ortalama süre 3 saat 36 dakikadır. Soruya yanıt veren deneklerden 31'i (% 23) günde ortalama 3 saat vakit geçirdiğini, 26'sı (% 19.3) 2 saat, 24'ü (% 17.8) 5 saat, 19'u (% 14.1) 1 saat, 17'si (% 12.6) 4 saat, 5'i (% 3.7) 6 saat, 5'i (% 3.7) 7 saat, 4'ü (% 3) 8 saat, 2'si (% 1.5) 10 saat ve 1'i (% 0.7) 9, 1'i (% 0.7) de 12 saat günlük ortalama internet kullanım süresini deneyimlediğini belirtmiştir. Katılımcıların 53'ü (% 34.4) internete haberleri takip etmek, 48'i (% 31.2) araştırma yapmak, 40'si (% 26) sosyal medyayı takip etmek, 5'i (% 3.2) eğlenmek, 4'ü (% 2.6) ödev yapmak, 2'si (% 1.3) film seyretmek ve 2'si (% 1.3) de diğer nedenlerle bağlandığını ifade etmiştir. 11 denek ise internete ne amaçla bağlandığına ilişkin soruya yanıt vermemiştir.

Araştırma grubunu oluşturan katılımcılardan 141'i (% 85.5) en az bir internet haber sitesini düzenli olarak takip ettiğini ifade etmiş, 24'ü (% 14.5) ise herhangi bir internet haber sitesini düzenli olarak takip etmediğini belirtmiştir. Katılımcıların 97'si en az iki internet haber sitesini, 54'ü ise en az üç internet haber sitesini düzenli takip ettiklerini beyan etmişlerdir. İnternet haber sitelerinin takip sıklıklarına göre dağılımı Tablo 2'de görülmektedir.

Tablo 2. Araştırma Grubunun Düzenli Takip Ettiği İnternet Haber Siteleri (N= 165)

Takip Edilen Haber Sitelerinde Birinci Tercihler			Takip Edilen Haber Sitelerinde İkinci Tercihler			Takip Edilen Haber Sitelerinde Üçüncü Tercihler		
Haber Sitesi	Frekans	Yüzde (%)	Haber Sitesi	Frekans	Yüzde (%)	Haber Sitesi	Frekans	Yüzde (%)
hurriyet.com	54	38.3	milliyet.com	19	19.6	sabah.com	9	16.7
google-news.com	24	17.1	Ensonhaber.com	15	15.5	internethaber.com	9	16.7
milliyet.com	22	15.6	Googlenews.com	13	13.4	gazeteciler.com	9	16.7
internethaber.com	9	6.4	gazeteciler.com	13	13.4	bianet.org	7	13.1
ensonhaber.com	7	5.0	bianet.org	10	10.3	ensonhaber.com	5	9.3
haber3.com	6	4.3	Sabah.com	8	8.2	mynet.com	4	7.4
sabah.com	5	3.5	internethaber.com	8	8.2	google-news.com	3	5.6
mynet.com	4	2.8	mynet.com	5	5.3	trthaber.com	2	3.7
bianet.org	4	2.8	Haber3.com	3	3.1	haber-turk.com	2	3.7
gazeteciler.com	2	1.4	Yazete.com	1	1.0	ntv.com	2	3.7
haberturk.com	2	1.4	haber-turk.com	1	1.0	milliyet.com	1	1.7
ntv.com	1	0.7	haber7.com	1	1.0	haber365.com	1	1.7
zaytung.com	1	0.7						
Toplam	141	100.0	Toplam	97	100.0	Toplam	54	100.0

Araştırma grubunu oluşturan katılımcıların ‘İnternet haberciliği günlük yaşamımda vazgeçilmez bir yere sahiptir’ şeklinde ifade edilen yargıya verdikleri yanıtlar 41’i (% 24.8) Tamamen katılıyorum, 86’sı (% 52.1) Katılıyorum, 18’i (% 10.9) Kararsızım, 19’u (% 11.5) Katılmıyorum ve 1’i (% 0.6) Hiç Katılmıyorum şeklindedir.

Katılımcıların ‘İnternet üzerinden haber almayı klasik medya türüne tercih ederim’ şeklinde ifade edilen yargıya verdikleri yanıtlardan 24’ü (% 14.5) Tamamen katılıyorum,

54'ü (% 32.7) Katılıyorum, 32'si (% 19.4) Kararsızım, 48'i (% 29.1) Katılmıyorum ve 7'si (% 4.2) Hiç Katılmıyorum şeklindedir.

Araştırma sorularına yanıt veren katılımcıların 'İnternette kendi dünya görüşüme uygun bir haber sitesi bulmam daha kolaydır' şeklinde belirtilen yargıya ilişkin ifadeleri 30'u (% 18.4) Tamamen katılıyorum, 85'i (% 51.8) Katılıyorum, 25'i (% 15.2) Kararsızım, 22'si (% 13.4) Katılmıyorum ve 2'si (% 1.2) Hiç Katılmıyorum biçimindedir. 1 katılımcı bu yargıyla ilgili görüş belirtmemiştir.

Araştırma grubunu oluşturan katılımcıların 'İnternet haber sitelerini güvenilir buluyorum' şeklinde ifade edilen yargıya verdikleri yanıtlar 4'ü (% 2.4) Tamamen katılıyorum, 46'sı (% 27.9) Katılıyorum, 65'i (% 39.4) Kararsızım, 46'sı (% 27.9) Katılmıyorum ve 4'ü (% 2.4) Hiç Katılmıyorum şeklindedir.

Katılımcıların 'İnternet haber sitelerindeki haberlere yorum yazılmalıdır' şeklinde ifade edilen yargıya verdikleri yanıtlardan 5'i (% 3.0) Tamamen katılıyorum, 39'u (% 23.6) Katılıyorum, 18'i (% 10.9) Kararsızım, 74'ü (% 44.8) Katılmıyorum ve 29'u (% 17.6) Hiç Katılmıyorum şeklindedir.

Araştırma sorularına yanıt veren katılımcıların 'İnternet haber siteleri haberlere yazdığım tüm yorum ve eleştirileri yayımlamalıdır' şeklinde belirtilen yargıya ilişkin ifadeleri 3'ü (% 1.8) Tamamen katılıyorum, 18'i (% 11.0) Katılıyorum, 31'i (% 19.0) Kararsızım, 80'i (% 49.1) Katılmıyorum ve 31'i (% 19.0) Hiç Katılmıyorum biçimindedir. 2 katılımcı bu yargıyla ilgili görüş belirtmemiştir.

Araştırma grubundaki katılımcıların 'İnternet haber sitelerinde haberlere yapılan yorumları okur ve takip ederim' şeklinde ifade edilen yargıya verdikleri yanıtlar 17'si (% 10.4) Tamamen katılıyorum, 98'i (% 59.4) Katılıyorum, 20'si (% 12.1) Kararsızım, 22'si (% 13.3) Katılmıyorum ve 8'i (% 4.8) Hiç Katılmıyorum şeklindedir.

Araştırma grubundaki katılımcıların 'İnternet haber sitelerinde haberlere yapılan yorumlara yanıt yazarım' şeklinde ifade edilen yargıya verdikleri yanıtlar 4'ü (% 2.4) Tamamen katılıyorum, 31'i (% 18.8) Katılıyorum, 24'ü (% 14.5) Kararsızım, 77'si (% 46.7) Katılmıyorum ve 29'u (% 17.6) Hiç Katılmıyorum şeklindedir.

Araştırma sorularına yanıt veren katılımcıların 'Beğenmediğim bir haber içeriği ile karşılaştığımda haber sitesine e-mail gönderirim' şeklinde belirtilen yargıya ilişkin ifadeleri 5'i (% 3.0) Tamamen katılıyorum, 31'i (% 18.9) Katılıyorum, 19'u (% 11.6) Kararsızım, 78'i (% 47.6) Katılmıyorum ve 31'i (% 18.9) Hiç Katılmıyorum biçimindedir. 1 katılımcı bu yargıyla ilgili görüş belirtmemiştir.

Araştırma sorularına yanıt veren katılımcıların 'İnternet haber sitelerinde kendi yazdığım haberleri görmek isterim' şeklinde belirtilen yargıya ilişkin ifadeleri 27'si (% 16.5) Tamamen katılıyorum, 95'i (% 57.9) Katılıyorum, 17'si (% 10.4) Kararsızım, 18'i (% 11.0) Katılmıyorum ve 7'si (% 4.3) Hiç Katılmıyorum biçimindedir. 1 katılımcı bu yargıyla ilgili görüş belirtmemiştir.

Araştırma grubunun 5 kademeli Likert ölçeği ile yanıtlanan ve internet haberciliğine ilişkin tutum ve yaklaşımlarını belirlemeyi amaçlayan yargılara verdikleri yanıtlara ilişkin Z-Testi ve Ki-Kare değerleri Tablo 3'de sunulmuştur. Burada uygulanan Ki-Kare Uygunluk (Z) Testi ile belirli bir değişkenin farklı kategorilerine ait gözlenen frekanslarının, beklenen frekanslarına uygunluğu araştırılmıştır. İnternet haberciliğine ilişkin tutumlarda beklenen frekanslar birbirinden anlamlı bir farklılık sergilememektedir.

Tablo 3. Araştırma Grubunun İnternet Haber Sitelerine İlişkin Yargılarına Dair Z-Testi (N= 165)

Soru	N	Ortalama (Mean)	Std. Sapma	Ki-Kare	df	Anlamlılık (Asymp. Sig)
Vazgeçilmez bir yere sahiptir	165	2.11	0.931	130.84	4	0.00
Klasik medya türüne tercih ederim	165	2.76	1.148	43.15	4	0.00
Dünya görüşüme uygun bir haber sitesi bulmam daha kolaydır?	164	2.27	0.955	117.64	4	0.00
Güvenilir buluyorum	165	3.00	0.870	92.24	4	0.00
Haberlere yorum yazılmalıdır	165	3.50	1.124	83.09	4	0.00
Haberlere yazdığım tüm yorum ve eleştirileri yayımlamalıdır	163	3.72	0.958	102.49	4	0.00
Haberlere yapılan yorumları okur ve takip ederim	165	2.43	1.007	163.51	4	0.00
Haberlere yapılan yorumlara yanıt yazıyorum	165	3.58	1.060	87.21	4	0.00
Haber sitesine e-mail gönderirim	164	3.60	1.089	91.85	4	0.00
Kendi yazdığım haberleri görmek isterim	164	2.29	1.008	153.56	4	0.00

$p < 0.05$

SONUÇ

Gelişen teknoloji ile birlikte geleneksel yapısından yeni bir alana doğru evrilen medya yapısı sadece kavramsal bir “yenilik “ yüklenmekle kalmamış aynı zamanda en az üreticiler olduğu kadar haberin tüketicilerinin de aktif katılım sağladığı etkileşimli bir alana doğru kendisini taşımıştır. Bu noktadan yola çıkacak olursak medyanın yüklendiği eşitlikçi, tarafsız ve özgür denetleme işlevine katkı doğrudan medya sahipleri ve egemen güçler tarafından değil toplumda bu erişim alanına ortak her birey tarafından da sağlanacağı bir yapının ortaya çıkacağı öngörülmektedir. Bu katkı sadece olumlu yönde değil, aynı zamanda yine egemen söylemin toplum tarafından karşılık bulduğu meşruiyetini sağlama adına kullanacak bir yöntem olarak da kullanılmaktadır. Araştırmamızın konusu olan haber yorumları içeriğinin kontrol altında olması ve denetimden geçerek insanlara ulaşılır olması bu gelişimi eleştiriye açık taraflarından birisidir.

Farklı iki bölge üniversitesinin iletişim fakültesi öğrencileri üzerinde yaptığımız araştırma sonucunda deneklerin artık hayatın her anında ve istedikleri zamanda ulaşılır oldukları interneti çeşitli işlevsel kolaylıkları ile birlikte hayatları eklemledikleri görüşü alan araş-

tırmamızın ilk sorusuna verdikleri cevaplardan da görüldüğü kadarı ile de bulgulandırılmaktadır. Öte taraftan katılımcıların ‘İnternet üzerinden haber almayı klasik medya türüne tercih ederim’ şeklinde ifade edilen yargıya verdikleri yanıtlardan elde edilen istatistikî kararsız tavır bu savı bir anlamda destekler niteliktedir.

Araştırma sorularına yanıt veren katılımcıların ‘İnternette kendi dünya görüşüme uygun bir haber sitesi bulmam daha kolaydır’ şeklinde belirtilen yargıya verdikleri cevaplardaki destekler oran geleneksel medyanın ekonomik külfeti ve politik baskılar, bürokratik engeller ile azınlıkların ve “ötekiler” in sesi olma hüviyetinden uzak kalma durumu ile ilişkilendirilebilir. Alternatif olarak adlandırılan yeni medyanın ucuz ve hızlı haber üretme, her düşünce ve görüşe yer verme avantajları ile kendisini bir imtiyaz alanı yarattığını da ayrıca söyleyebiliriz. Böylece bireyler kendi ilgi alanları ile alakalı haber ve içeriklere kolaylıkla ulaşacak; bu yönde haber yapmak isteyen kişiler ise geleneksel medyanın getireceği ağır ekonomik ve siyasal baskılardan arınarak kendini ifade etme şansı bulacaktır. Bu olumlunan durumların yanı sıra deneklerin internet haberlerini güvenli bulma noktasındaki kararsızlıkları her türlü müdahaleye açık bu allanın kolaylıkla manipülatif bir kimliğe bürünebileceği ve teknolojiyi üretenlerin hâkimiyetinin kırılamayacağı korkusu ile açıklanabilir.

Deneklerin “İnternet haber sitelerindeki haberlere yorum yazılmalıdır” ve “ İnternet haber siteleri haberlere yazdığım tüm yorum ve eleştirileri yayımlamalıdır” sorusuna çoğunlukla katılmadıklarını belirtmesi habere yapılan yorumlar üzerinden içeriği şekillendirme isteği ile çelişir bir durumu ortaya koymaktadır. Bu durum bireylerin istediği habere istediği zaman ulaşma isteklerinin şekillendirme noktasında henüz o kadar baskın olmadığını göstermektedir. Haberlere yapılan yorumlara yanıt verme noktasındaki katılmamama oranının yüksek olması da bu bakış açısını destekler niteliktedir. Ancak deneklerin yapılan yorumları okuma ve takip etme sorusuna verdikleri cevaplarda katılım oranı deneklerin haber içerikleri kadar toplumun habere verdiği refleksinde takipçi olduklarını gösterebilmektedir. Son olarak kendi yazdıkları bir haberin internet sitesinde yer alma isteği alan araştırmamızın örnekleme iletişim fakültesi öğrencilerin kendi çalışma alanlarını içeren bu konuda istekli oldukları şeklinde açıklanabilir. İlk başta geleneksel medyada yer almanın zorlukları ve tecrübe gerekliliği mesleğe yeni atılacak olan öğrencilerin yeri geldiğinde hatalarının görmezden gelineceği pratik yapabilecekleri bu geniş sanal kamusal alanı onlara sağlamaktadır.

KAYNAKÇA

BİNARK, Mutlu (2010), “Nefret Söyleminin Yeni Medya Ortamında Dolaşıma Girmesi ve Tüketilmesi”, Yeni Medyada Nefret Söylemi içinde, (Der.) T. Çomu, İstanbul: Kalkedon Yayınları, ss. 11-53.

CURRAN, James (1994), “Kamusal Bir Alan Olarak Medyayı Yeniden Düşünmek”, (Çev.) S. İrvan, İLEF Yıllık ’93, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, ss. 215-243.

DİRİNİ, İlden (2010), “Okur Yorumlarıyla Yeniden Üretilen Nefret Söylemi”, Yeni Medyada Nefret Söylemi içinde, (Der.) T. Çomu, İstanbul: Kalkedon Yayınları, ss. 55-93.

GERAY, Haluk (2002), İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları, Ankara: Ütopya Yayınevi.

GERAY, Haluk (2003), Etkileşimli Demokrasi mi, Masaüstü Sömürgecilik mi? (Panel), Ankara: TMMOB Elektrik Mühendisleri Odası.

KARAKAYA Polat, Rabia (2005), “The Internet and Political Participation: Exploring the Explanatory Links”, *European Journal of Communication*, Vol. 20, No. 4, ss. 435-459.

KEANE, John (2000), *Medya ve Demokrasi*, (Çev.) H. Şahin, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

KELLNER, Douglas (2004), “Tabandan Küreselleşme: Radikal Demokratik Bir Teknolojik politikaya Doğru,” *Kamusal Alan içinde*, (Der.) M. Özbek, İstanbul: Hil Yayın, ss. 689-713.

KELLNER, Douglas; **KAHN**, Richard (2005), “Oppositional Politics and the Internet: A Critical/Reconstructive Approach”, *Cultural Politics*, Vol. 1, No. 1, ss. 75-100.

MCLUHAN, Marshall (2001), *Global Köy: 21. Yüzyılda Yeryüzü Yaşamında ve Medyada Meydana Gelecek Dönüşümler*, (Çev.) B.Ö. Düzgören, İstanbul: Scala Yayıncılık.

MURDOCK, Graham; **Golding**, Peter (1989), “Information Poverty and Political Inequality: Citizenship in the Age of Privatized Communications”, *Journal of Communication*, Vol. 39, No. 3, ss. 180-195.

POSTER, Mark (1997), “Cyberdemocracy: Internet and the Public Sphere”, *Internet Culture içinde*, (Der.) D. Porter, New York: Routledge, ss. 202-216.

RHEINGOLD, Howard (1994), *The Virtual Community: Finding Connection in a Computerized World*, E-Kitap, Londra: Secker and Warburg, <http://www.rheingold.com/vc/book>’dan 1 Mart 2013’de erişildi.

Şenol CANTEK, Funda (2007), “Okurunun Gazetesi/Gazetesinin Okuru: Hürriyet Gazetesi Yorum Sayfası Üzerine”, *Toplum ve Bilim*, Bahar, Sayı: 109, ss. 66-96.

TOFFLER, Alvin (1981), *Üçüncü Dalga*, (Çev.) A. Seden, İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.

TÖRENLİ, Nurcan (2005), *Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı*, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

ANTİK YUNAN VE PLATON'DA CİNSİYET SORUNU

Hilal ÇOLAKOĞLU *

ÖZET

Geçmiş insanlık tarihi kadar eski olan Cinsiyet meselesi, çeşitli etkenlere bağlı olarak şekillenmeye devam eden felsefi bir tartışma konusudur. Kadın ve erkeğin tarihi süreçte edinmiş olduğu yer; içinde bulunulan çağ, toplumsal şartlar ve kültür tarafından belirlenmektedir. Antik Yunan kültüründe mevcut olan cinsiyet ayrımı, özellikle kadını görmezden gelen yaklaşım dönemin düşünürlerini de etkilemiştir. Bu bağlamda ortaya çıkan fikirler erkeği yüceltirken, kadına erkekle eşit haklar tanımayan, kadını pasif hale getiren bir özelliğe sahiptir. Platon içinde bulunduğu kültürden farklı olarak ilk kez kadın ve erkeğin eşitliğinden söz edebilen filozof olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada Antik Yunan geleneğinin cinsiyete bakış açısıyla birlikte Platon'un bakışı açıklanacak ve farklılıkları tartışılmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Cinsiyet, erkek, kadın, Antik Yunan, kültür

THE ISSUE OF GENDER IN ANCIENT GREEK AND IN PLATO

ABSTRACT

The issue of gender which is as old as human history is a philosophical discussion subject that continues to shape based on various factors. The place which the woman and man take in historical process is determined by the era that is being gone through, social conditions and culture. Sexism in Ancient Greek; especially the approach that ignored the woman affected the philosophers of that era. The opinions that emerge in this context dignified the man, passivized the woman and did not accord equal right to woman with man. Plato, different from his culture, was the philosopher who could utter the equality of woman and man. In this study, the points of view of both Ancient Greeks and Plato on gender will be explained and the differences between two viewpoints will be discussed.

Key Words: Gender, man, woman, Ancient Greek, culture

* Arş. Gör. Atatürk Üniversitesi, Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi, Felsefe Grubu Eğitimi Anabilim Dalı, hilalcolakoglu@atauni.edu.tr

GİRİŞ

Tarihi süreç boyunca ortaya çıkan toplumsal değişimler tartışılan çeşitli sorunları da beraberinde getirmiştir, bu sorunlardan biri de cinsiyet sorunudur. Kadının ve erkeğin ne olduğu, toplum düzeninde bu iki cinsin alacağı yerle birlikte, toplumda kendine özgü yeteneklerini ne şekilde geliştireceği ve kadının haklarının ne olduğu gibi konular hakkında çeşitli görüşler birçok düşünür tarafından farklı zamanlarda kapsamlı tartışmalar ekseninde ele alınmıştır. Ancak bu tür felsefi tartışmaların ortak noktası genel anlamda erkeğin karşısında kadının yok sayılması ya da ikinci sınıfa itilmesi, bunlarında cinsiyetçi ve ırkçı söylemlerle dile getirilmiş olduğu yaklaşımlar çerçevesinde şekillenmesidir. Bunu destekleyen şekilde insanlığın tarihi, “Uygarlık temel olarak doğanın ve kadınların tahakküm altına alınmasının tarihidir” (Zerzan, 2010: 49) olarak tanımlanabilmektedir. Bu ortak yaklaşım bağlamında bazı felsefe tarihçileri için "felsefenin erkekler tarafından diğer erkekler için yapıldığı" (Erkızan, 2013: 14) ifade edilmiştir. Yine aynı görüş ışığında "İnsan türünün yarısının -kadın cinsinin- ilk tarihi, büyük ölçüde gözden irak tutulmuş, gizli bırakılmıştır" (Reed, 1994 :11) ifadeleriyle kadının tarihi süreçteki yeri ifade edilmiştir.

Geçmiş ilk çağa kadar uzanan “cinsiyet” sorununa daha özel olarak “kadın nedir?” sorusuna verilen cevaplar incelendiğinde yaşanan yüzyılın ve toplumda mevcut olan düşünsel yapının kadına bakışı şekillendirdiği görülmektedir. Felsefi düşünce tarihine bakıldığında “Kadınlık, felsefi düşüncenin doğuşundan beri, simgesel olarak, Akıl'ın dışında kaldığı varsayılan şeylerle -yer tanrıçalarının karanlık güçleriyle veya esrarlı kadınların görünmez güçlerinin etkisinde kalmayla- eş tutulmuştur” (Lloyd, 1996: 22). Bu bağlamda tarihte kültürel anlamda önemli olan rasyonel düşüncenin gelişimi konusunda göz ardı edilmesi gereken şeylerle, kadın arasında simgesel bir ilişki kurulmuştur. Bu düşünceler sonucu erkek olmak düşüncenin açık ve net haliyle ilişkilendirilirken, kadın olmak anlaşılmaz ve belirsiz düşüncenin ifadesi haline gelmiştir. “Kadınların zihni olsun bedeni olsun, büyük işler için yaratılmamış olduklarını anlamak için görüntülerine bakmak yeterlidir” (Schopenhauer, 2006: 8) vb. düşüncelerle kadınların erkeklerden aşağı bir seviyede olduğu dile getirilmiştir. Bu düşüncelerin yanında tarih boyunca kadın bazen bir anne bazen bir eş ya da bir sevgili olarak filozofların hayatlarında var olmuş ve çeşitli nedenlerle de bu filozofların felsefi düşünceleri üzerinde etkili olmuştur.

1. ANTİK YUNAN’DA CİNSİYETÇİLİK VE KADININ YERİ

Antik yunan felsefesinde mevcut olan cinsiyet ayrımı, temelini bulunduğu toplumdaki kültürel bakış açısından almıştır. Bu dönem Atina’ında kadınların toplum içinde görünür olmadıkları söylenebilir. Bu çağda kadınlar yasal olarak bağımsız ve özgür bir hayata sahip değillerdir. Kadın evde olmalı ve bir erkek tarafından korunmalıdır. Bu erkek kimi zaman koca, kimi zaman baba ya da en yakın erkek akraba olmaktadır. Kadın burada hayatını bir erkeğin sorumluluğu altında sürdürmek zorundadır. Erkek kadını hem korumak hem de ekonomik anlamda geçindirerek mutluluğunu sağlamak rolünü üstlenmiştir. Kadının kişisel alanı ve toplumsal alan arasındaki ilişkiyi bu erkek sağlamaktadır ve kamusal alanda kadının temsilcisi durumuna gelmiştir. Çünkü bu dönemde kadının kendi adına yasal işlemlerini yapması yasaklanmıştır. Yurttaş sayılmazlar ve oy kullanamazlar. Toplumsal ve siyasi anlamda soyutlanmış ve kendi bireysel alanlarına hapsedilmiş olarak yaşamaktadırlar. Onların toplum içinde konuşulmaları bile hoş görülmemiştir. Kadının polis devletindeki yeri ancak evleridir, erkeklerle aynı eğitim ve statüye sahip olamazlar. Bu toplumda erkekler duygusal ve cinsel hayatlarını karısı dışında başka kişilerle de sürdürebilirken, kadınlar kanunen eşlerine sadık olmak zorundadırlar. Boşanma konusunda

da erkekler çok daha fazla haklara sahiptirler. Kadın ancak ev işi ve çocuk yetiştirmeye görevlendirilmiş, akrabalar dışında erkeklerle görüşmesi yasaklanmıştır.

Bu kültürel temeliyle Antik Yunan'ın oluşturmuş olduğu toplumda ortaya çıkmış olan çeşitli düşünceler de kadına bu bakış açısının şekillendirmesiyle ortaya çıkmıştır. Antik felsefede düşünüşün merkezinde doğa ve arke problemi bulunduğu için bu dönemin kadın betimlemesi hakkında ancak yazılanlar aracılığıyla oluşturulan sınırlı bir bilgi söz konusudur. Bu dönemle ilgili olarak bir erkekler söylemi oluşturduğu söylenilebilir. Pythagorasçılar tarafından oluşturulan Karşıtlar Kuramı bu dönemdeki ve daha sonraki cinsiyetçiliğin temelini oluşturur. Pythagorasçılardan daha önce yaşamış olan Anaksimandros ve Anaksimenes'te de karşıtlık fikri bulunmasına karşın, bu karşıtlık cinsiyetçilik açısından ifade edilmemiştir. Daha sonra karşımıza çıkan oluş filozofu Herakleitos'a bakıldığında üstünlük şeklinde olmayıp karşılıklı ihtiyaç halinde olan bir karşıtlıktan söz edilebilir. Onda, yaşam ve ölüm, gündüz ve gece gibi kadın ve erkek birbirine bağımlı bir yapıya sahiptir. Çoğulcu düşünceye sahip Empedokles'e göre ise evrenin kurucu öğeleri olan toprak, hava, su ve ateş iki güç tarafından yönetilir. Bu güçlerden birincisi tanrısal ve kadınsal olan Sevgi, ikincisi ise tanrısal olan ancak erkeksi olan Nefret'tir. Sevgi barışın, nefret savaşın varlığını sağlar, bununla birlikte karşıt olan bu güçler birbirine eşittir.

Antik Yunanda cinsiyetçiliğin kesin anlamda temelini oluşturan Pythagorasçılar için ise bu karşıtlık tamamen açık ve kesin şekilde belirlenmiştir. İlk kadın filozof olarak bilinen M.Ö.600 de yaşamış Krotonlu Theano, Pythagoras'ın eşi öğrencisi ve ilk takipçilerinden biri olmuştur. Theano'nun da içinde bulunduğu Pythagorasçılara ait karşıtlar tablosunda kadının olumsuz olan tarafta bulunduğu ve asla erkekle eşit olmadığı vurgulanır. "Pisagor'un, İÖ altıncı yüzyılda düzenlediği karşıtlar tablosunda kadınlık, açık bir biçimde, sınırlanmışın -tam ve açık olarak belirlenmişin- karşıtı olarak alınan sınırlanmamış olanla -muğlak ve belirsiz olanla- ilişkilendirilmiştir" (Lloyd, 1996: 23). Pythagorasçılar için erkeğin erdemleri: yönetmek, egemen olmak ve belirlemek olarak ifade edilirken, kadının erdemi ise: erkeğe itaat etmek, onun egemenliğini ve belirleyiciliğini alçak gönüllü bir şekilde kabul etmek olarak tanımlanmaktadır. Kadın, onlar için karanlık olan, kötü olan, aşağı olan maddeyle aynı kategoride bulunarak, ruh ile özdeş tanımlanan erkeğin belirlemesi altında betimlenmiştir (Erkızan, 2013: 17). Bu anlamda kadın erkeğe oranla aşağı durumda ve erkeğin belirlemesi altında bulunmaktadır.

Parmenides'in felsefi görüşleri incelendiğinde hakikat ve sanı ayrımı içinde kadın farklı bir rol ile ortaya çıkacaktır. Kadın tanrıça Thea hakikat yolunda Parmenides'in aklını kullanması konusunda rehberlik eden önemli bir yol gösterici olarak tanımlanmaktadır.

Ancak Sokratesle başlayıp düşüncenin merkezine insanın alındığı dönemle birlikte kadının yeri ve önemi hakkında farklı fikirler ön plana çıkmaya başlamıştır. Bu dönemin en önemli filozoflarından Sokrates'in doğru bilgiye ulaşma yolunda kullanmış olduğu tartışma yöntemi "doğurtma yöntemi"dir ve düşünürle ilgili elde edilen yazılarda bu yöntemini mesleği ebelik olan annesinden esinlenerek bulduğu dile getirilmektedir. Sokrates'in hocası olduğu söylenen bir başka kadın olan Aspasia'nın ise diyalog yöntemini Sokrates'e öğrettiği ve siyasal konuşma sanatı olan Sokratik diyalogun kaynağında olduğu yazılmıştır.

Sistemik felsefe dönemine bakıldığında ise Aristoteles ve Platon'un kurmuş olduğu sistemler ve bu sistemler içindeki kadının yeri belirginleşmektedir. Erkeklik ile ilişkilendirilen açık belirlenmiş net düşünce, Antik Yunan'ın sonlarında ortaya çıkan madde-form ayrımı konusunda da varlığını devam ettirmektedir.

“Erkeklik, etkin, belirlenmiş formla, kadınlık da edilgen, belirlenmemiş maddeyle aynı safta yer alır. Bu eşleştirme için gereken uygun ortam, Yunanlılar’ın insanın üremesine ilişkin geleneksel anlayışınca hazırlanır; bu anlayışa göre baba, biçimlendirici ilkeyi sağlayandır, üremenin gerçek nedensel gücüdür; buna karşılık anne, sadece bu biçimi veya belirlenmiş olanı kabul eden maddeyi sağlayan ve babanın ürünü olan şeyi besleyendir” (Lloyd, 1996: 24).

Bu düşünce Platon’un düşüncesinde de yer bulmuş ve çeşitli şekillerde ele alınmıştır.

2.PLATON DÜŞÜNÇESİNDE CİNSİYET VE KADININ EVRİMİ

Bulunduğu çağdan farklı olarak cinsiyet sorununa yaklaşan Platon Antik Yunan düşüncesinin aksine kadına önem attığı düşünceleriyle öne çıkmaktadır. Platon kadın ve erkeğin bir bütünü iki yarısı olduğunu, eski mitik çağlarda birbirinden ayrılmış olduklarını dile getirir. İnsanların dişi, erkek ve hem erkek hem de dişi olan üç çeşide ayrıldığını savunur ve üçüncü çeşidin kaybolduğunu dile getirir.

“ peki, ama neden insanlar üç çeşitti, neden dediğim gibiydiler? Çünkü erkekler, aslında güneşten gelmedi, dişi bu dünyadan, ikisini birleştiren cins de aydan; ay hem güneşe, hem dünyaya bağlı ya. Toparlık olmaları, döne döne gitmeleri de bu gezegenlere çektikleri içindir” (Blondel, 2004: 46)

Ona göre kadın ve erkek bu yüzden hiç durmadan aşk yoluyla buluşup birleşmeye çalışmaktadırlar.

Klasik dönem Atinası’nda kadınların bulunduğu toplumsal yere karşılık olarak, Platonun kadına tanıdığı olduğu toplumsal statü ve yer ele alındığında, Platon’un bir devrim gerçekleştirdiği söylenebilecektir. O bulunduğu toplumun aksine kadınları dışlamayarak, kamu düzeninde yer sahibi olmaları gerektiğini ve hatta erkeklerle eşit bir yere sahip olabilecek şekilde yaratıldıklarını ifade etmiştir. Devlet içinde kadınların aktif olarak katılacakları bir yaşam ve eğitim durumu gerekliliğinden bahsetmiştir. Kadın, Platon’un ideal devletinde çeşitli kademelerde yer alabilecek ve yetenekleri ölçüsünde iş alanlarında değerlendirilecektir.

Platon, kadın ve erkeğin her ne kadar farklı yaratılsalar da iş gücü olarak birbirlerinden farklı olmadıklarını ve aynı işi yapabileceklerine inanır. “Platon ideal devletinde kadınlarda erkekler gibi eğitildikleri, yetiştirildikleri zaman erkeklerle aynı işi yapmalarına bir engel olmadığına inanır. Kadınlarla erkekler arasındaki yaradılış ayrılığı aynı işi yapmalarını engelleyecek nitelikte değildir” (Göze, 2000: 27). Devlet yönetimi hakkında da Platon, “Devletin yönetiminde kadının kadın olduğu için, erkeğinde erkek olduğu için daha iyi yapacağı iş yoktur. Yaradılıştan her iki cinsten de, aynı güçler vardır, kadında erkek gibi bütün işleri görebilir”(Platon, 1999: 130) sözleriyle kadının yer alabileceğini belirtir. Ancak kadınların iş konusunda aynı güce sahip olsalar da yaradılışlarında yine de farklar olduğunu dile getirir. “Ne var ki kadın hiçbir işte erkek kadar olamaz, yani kadında erkek gibi bekçilik yapar, ancak bu yaradılış kadında daha zayıf, erkekte kuvvetlidir” (Platon, 1999: 13). Kadınların dikiş dikmek, çörek pişirmek gibi işleri her zaman daha iyi becerebileceğini ifade etmesi de kadının doğasının bu tür işlere daha yatkın olduğu düşüncesini desteklemektedir.

Platon'a göre çeşitli değerlere yani yeteneklere sahip kadınlar yine aynı değerlere sahip erkeklerle eş yapılmalıdır, çünkü yaradılışları arasında yakınlık vardır. Ancak bu eş yapma durumunu sadece çiftleşme açısından ele alır. Platon devlet için aile kurumunu kabul etmez. “Bekçilerimizin kadınları hepsinin arasında ortak olacak, hiçbiri hiçbir erkekle ayrı oturmayacak. Çocuklar da ortak olacak. Baba oğlunu, oğul babasını bilmeyecek” (Platon, 1999: 133) sözleriyle ortak kadın ve ortak çocuk düşüncesini dile getirmiştir. Bu düşüncesini ise Devlet adlı eserinde ele alırken çeşitli benzetmelerle açıklamaya çalışır. Evlenmenin nasıl yararlı olabileceği sorusuna, hayvanların bile çiftleştirilirken iyi cins olanların bir araya getirilmesine dikkat edildiği gibi toplumdaki bireylerin de sahip olduğu iyi özelliklerine, yeteneklerine uygun olarak çiftleştirilmesi gerektiğini söyler. “Her iki cinsin de en iyilerinin en fazla, en kötülerinin de en az çiftleşmeleri gerekir. Ayrıca en kötülerin değil, en iyilerin çocuklarını büyütmeliyiz ki, sürünün cinsi bozulmasın” (Platon, 1999: 135) sözleriyle fikirlerini ifade eder. Evliliklerde ki iyi cinsin devamının ise devlet adamlarının kontrolünde olması gerektiğini belirtir. Böylece toplumda erkek ve kadının yerinin nasıl olduğu, farkları ve evlenmelerinin hangi şartlara bağlı olduğu Platon tarafından Devlet adlı kitabında ifade edilmiş olur.

Kadın ve erkeğin eşitliği meselesini Platon, aslında kadınlara bulunduğu topluma aykırı olarak büyük haklar vermek amacıyla geliştirmemiştir. Geleneksel kadına bakış şekline uzaklaşmasının nedeni kendi kurmuş olduğu ideal devletin devamını sağlamaktır. Bu devlette kadın ve erkek aynı işi yapabilir çünkü onlar arasında kadının doğurması ve erkeğin buna neden olması dışında bir fark yoktur. Doğalarının farklılığı onların cinsiyetlerinin farklı olmasından kaynaklanmaktadır. Her iki cinsiyette de doğal yetenekler benzer biçimde mevcuttur.

Platon'un kadın hakkındaki görüşleri bir diğer diyalogu olan Timaios'ta da karşımıza çıkar. Ona göre insan doğası ikili bir yapıya sahiptir. Bu yapının güçlü olanı erkek olarak isimlendirilir.

“Ruhlar kaderleri gereği, bedene girdiklerinde ister istemez birtakım acı ve haz karışımı sevgi, öfke, korku ve bunlara benzer aşırı arzularla karşı karşıya kalacaklardır. Eğer, ruhlar bu ihtirasların üstesinden gelebilirlerse, yani onları zaptedebilirlerse, adil bir yaşam; onların kendilerini ele geçirmelerine izin verilerse adaletsiz bir yaşam süreceklerdir” (Boyacı, 2014: 219)

Platon'a göre ruhlar bu zamanı iyi geçirirlerse mutlu yaşamlarına geri dönecekler, kötü geçirirlerse ikinci kez dünyaya geldiklerinde kadın olarak dünyaya geleceklerdir. Burada kadın olma, erkek olarak dünyaya gelmenin alt seviyeye düşmüş hali olarak tanımlanmıştır. Bu düşüş daha sonra hayvan bedeninde dünyaya gelmeyle devam edecek bir döngüdür. Platon'un kadınları bu döngü içinde konumlandırış şekli onun gözünde kadının erkekten aşağı ve zayıf olduğunun ispatı olarak düşünülebilecektir.

Platon için ifade edilen şu sözler onun cinsiyet konusuna nasıl baktığını özetler: “Platon hayatında iki şeye sevinirdi: Birincisi hür bir adam doğduğuna, ikincisi de erkek doğduğuna..” (Bebel, 1966: 62).

SONUÇ

M.Ö. 6. Yüzyıl Atina'sında var olan kültürel koşullar o dönemdeki cinsiyet sorunu üzerinde etkili olmuştur. Kadının ve erkeğin içinde bulunduğu durum erkek lehine bir karakter taşımaktadır. Bu dönemde erkek yüceltilirken kadın tamamen görünmez hale gelen bir varlık şeklini almıştır. Kadın ve erkek eşit değildir, kadın siyasal ve toplumsal haklara

sahip olmayan bir canlı olarak eve hapsedilmiş, dünya ile bağlantısı sadece yakın olduğu bir erkek tarafından sağlanması uygun görülmiştir. Ev işleri ve çocuklara bakmak gibi görevlerle kısıtlanan özgürlüğü ev içine hapsedilmiştir. Kadının burada duyguları önemsenmeyerek, eşine sonsuz bir bağlılık içinde yaşaması görevi verilmiştir. Toplumun yarısını görmezden gelen Antik Yunan seçme hakkını da sadece erkeklere vermiştir. Erkek kadının ekonomik ihtiyaçlarını gidermeli ve huzur sağlamalıdır. Bu kültürel koşullar içinde ortaya çıkmış çeşitli düşünürler de toplumun bu yapısından etkilenerek kadına bakışlarında erkek yanlısı bir tavır sergileme eğilimine girmişlerdir. Kadın daha çok şeytani bir varlık, akılsız bir varlık ya da yüzeysel düşünen bir rol biçilerek tanımlanmaya çalışılmıştır. Kadının üreme özelliği sayesinde nüfus artışı için bir araç olarak görüldüğü bu toplumlarda kadın söz hakkı olmadan yaşaması gereken, güçsüz olduğu için erkeklerin hizmetinde olması gereken varlık olarak tanımlanmıştır. Antik Yunan'ın bu erkek yanlısı düşünceleri Platon'la birlikte şekil değiştirecek, o zamana kadar asla eşit olduğu düşünülmeyen kadın ve erkek arasında eşitlik durumu tartışılacaktır. Platon kurmuş olduğu ideal devlet anlayışında toplumun yönetilmesi ve düzenlenmesiyle ilgili fikirlerini açıklarken, kadınları da erkeklerle aynı görevleri yapabileceği bir devlet şekli tasarlamıştır. Burada kadın da erkek de doğuştan cinsiyet ayrımına bağlı farkları olmasına rağmen aynı güce sahiptir. Aynı işi, yeteneği yani değeri olduğu ölçüde kadın da erkek de yapabilir. Kadın erkekle aynı eğitimi alabilir ve çeşitli haklara sahiptir. Platon'un kadının daha önce hiç olmadığı şekilde erkekle eşit haklarla donatılması gerektiği düşüncesi bulunduğu çağa kıyasla devrim niteliğindedir. Ancak bu eşitlik isteğini kadınları yüceltmek amacıyla ortaya atmadığı görülmektedir. Platon'un amacı devletteki düzeni en ideal şekilde kurarak, devletin devamını sağlamaya çalışmaktır. Bu yüzden kadınlar ve çocukların evlenildikten sonra erkekle aynı evde yaşamaması gerektiğini savunmuştur. Kadınların ortak olmasıyla tüm vatandaşların kadına ve çocuğa aynı mesafede durması sağlanacak böylece devletin daha güçlü olması mümkün kılınacaktır. Cinsiyet sorununa yaklaşım konusunda Platon'un bu tavrı her ne kadar devletin devamını sağlamak için olsa da bulunduğu toplumdaki bakış açısının değişmesi için önemli bir adım olmuştur. Kadın ilk kez hakları ve yaradılışıyla erkeklerin seviyesine yaklaşmış, cinsiyet farkına rağmen iş bölümü ve eğitim konusunda eşit haklara sahip olabileceği bir toplum şekli düşünülmüştür.

KAYNAKÇA

BEBEL, August(1966) Kadın ve Sosyalizm, Ankara: Toplum Yayınları

BLONDEL,Eric (2004) Aşk, çev: Esra Özdoğan, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları

BOYACI, Nihal P. (2014), "Platon'da Kadın Sorunu Üzerine Bir tartışma". İstanbul: Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi, 18, 205-230.

GÖZE, Ayferi (2000) Siyasal Düşünceler ve Yönetimler, İstanbul: Beta Yayınevi

ERKIZAN, Hatice N. (2013) "Erkek Merkezcilikten (Androcentrism) İnsan-Merkezciliğe Yolculuk (Anthropocentrism): Antik Felsefe ve Cinsiyet Üzerine (Pre-Sokratikler)", Özne-Feminizm ve Felsefe 18. Kitap (der.), Konya: Çizgi Kitapevi, s.11-18

LLOYD, Genevieve (1996) Erkek Akıl, çev: Muttalip Özcan, İstanbul: Ayrıntı Yayınları

PLATON (1999) Devlet, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları

REED, Evelyn (1994) Kadının Evrimi, çev: Şemsa Yeğin, İstanbul: Payel Yayınları.

SCHOPENHAUER, Arthur (2006) Aşka ve Kadınlara Dair, çev. Ahmet Aydoğan, İstanbul: Say Yayınları

ZERZAN, John (2010) “Ataerkillik, Uygarlık ve Toplumsal Cinsiyetin Kökenleri”, İstanbul : Felsefelogos Dergisi- Cinsiyetçilik, çev. Utku Özmağas, 38, 49-56