

ARALIK/DECEMBER 2018 • SAYI / ISSUE: 31 • ISSN: 2630-6220

TÜRKİYE İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

TURKISH
REVIEW OF
COMMUNICATION
STUDIES



İletişim Fakültesi



MARMARA ÜNİVERSİTESİ YAYINEVİ

ARALIK/DECEMBER 2018 • SAYI • ISSUE: 31 • ISSN: 2630-6220

TÜRKİYE İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

TURKISH REVIEW OF COMMUNICATION STUDIES
(TURCOM)



MARMARA ÜNİVERSİTESİ YAYINEVİ



Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi • Turkish Review of Communication Studies

6 Aylık Hakemli Dergi • Biannual-Reviewed Academic Journal
Aralık • December 2018 • Sayı • Issue: 31 • ISSN: 2630-6220

Marmara Üniversitesi Rektörlüğü Adına İmtiyaz Sahibi • Owner

Prof. Dr. Erol Özvar (Rektör • Rector)

Derginin Sahibi • Owner of the Journal • Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Adına, On behalf of Marmara University, Faculty of Communication

Prof. Dr. Cengiz Anık (Dekan • Dean)

Editör • Editor Doç. Dr. Hediyeullah Aydeniz

Editöryal Ekip • Editorial Team Dr. Ergün Köksoy, Dr. Haldun Narmanlıoğlu, Dr. Yenil Göksoy, Dr. Yusuf Ziya Gökçek, Dr. Süheyla Nil Mustafa

Editör Yardımcısı • Assistant Editor Arş. Gör. Damla Cesur, Arş. Gör. Fatmanur Demir, Arş. Gör. Gülen Sönmez, Arş. Gör. Mesut Bostan, Arş. Gör. Ufuk Özden, Arş. Gör. Yasin Aydınlik

Yayın Kurulu • Editorial Board

Prof. Dr. Ali Murat Yel (Marmara Üniversitesi)	Prof. Dr. John Keane (The University of Sydney)
Prof. Dr. Cengiz Anık (Marmara Üniversitesi)	Prof. Dr. Özhan Tingöy (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Ergün Yıldırım (Marmara Üniversitesi)	Doç. Dr. Hediyeullah Aydeniz (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Filiz Balta Peltekoğlu (Marmara Üniversitesi)	Doç. Dr. Mehmet Özçağlayan (Marmara Üniversitesi)

Danışma Kurulu • Advisory Board

Prof. Dr. Abdullah Özkan (İstanbul Üniversitesi)	Prof. Dr. Rıdvan Şentürk (İstanbul Ticaret Üniversitesi)
Prof. Dr. Ahmet Kalender (Selçuk Üniversitesi)	Prof. Dr. Selma Ulus (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Ayhan Biber (Kastamonu Üniversitesi)	Prof. Dr. Serhat Ulağlı (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Besim Dellaloğlu (Sakarya Üniversitesi)	Prof. Dr. Serpil Kirel (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Fahrettin Altun (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı)	Prof. Dr. Şahin Karasar (Maltepe Üniversitesi)
Prof. Dr. Himmet Hülür (Abant İzzet Baysal Üniversitesi)	Prof. Dr. Şükrü Sim (İstanbul Üniversitesi)
Prof. Dr. Mustafa Şeker (Akdeniz Üniversitesi)	Prof. Dr. Türkan Uğur Dai (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Mutlu Binark (Hacettepe Üniversitesi)	Prof. Dr. Yusuf Devran (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Naci İspir (Atatürk Üniversitesi)	Doç. Dr. Alev Erkilet (İstinye Üniversitesi)
Prof. Dr. Nilüfer Timisi Nalçaoğlu (İstanbul Üniversitesi)	Doç. Dr. Mehmet Emin Babacan (İbn Haldun Üniversitesi)
Prof. Dr. Peyami Çelikkcan (İstanbul Şehir Üniversitesi)	Doç. Dr. İhsan Karlı (Kocaeli Üniversitesi)

Musahhah • Proofreader Arş. Gör. Yasin Aydınlik (Türkçe, English), Doç. Dr. Alparslan Nas (English), Dr. Süheyla Nil Mustafa (English)

Kapak Tasarımı • Cover Design Araş. Gör. Oğuz Gülleb

Marmara Üniversitesi Yayınevi • Marmara University Press

Adres: Göztepe Yerleşkesi 34722 Kadıköy, İstanbul

Tel/Faks: (0216) 348 43 79 E-posta: yayinevi@marmara.edu.tr

İletişim Bilgileri

Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Bahçelievler Yerleşkesi 34180 İstanbul

E-mail: iletisimdergi@marmara.edu.tr

Web: <http://dergipark.gov.tr/turcom>

<https://marmara.academia.edu/turcom>

<http://twitter.com/turcomdergi>

“TÜRKİYE İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ” Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Uluslararası Hakemli Akademik yayındır. Altı ayda bir yayınlanır. Dergide yayınlanan makalelerdeki görüşler yazarlarına aittir. Yayın Kurulu tarafından benimsendiği anlamına gelmez. Yayın Kurulu, yazının özüne dokunmaksızın gerekli yazım ve cümle değişiklikleri yapma hakkını saklı tutar. Dergiden yapılan alıntılarda kaynak göstermek mecburidir. Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi (eski adıyla Marmara İletişim Dergisi) ULRICH Global Serials Directory, EBSCO uluslararası alan indeksi, ASOS Index, DOAJ Directory of Open Access Journals, ULAKBİM Sosyal ve Beşeri Bilimler Veri Tabanı (SBVT) ve Emerging Sources Citation Index (ESCI) ve CiteFactor tarafından taranmaktadır.

“TURKISH REVIEW OF COMMUNICATION STUDIES” is a peer-reviewed academic journal of Marmara University Faculty of Communication. It is published every six months. All the opinions written in the articles are under responsibilities of the authors and it does not mean that they are adopted by the board. The Editorial Board

reserves the right to make necessary changes in spelling and sentence, without distorting the essence of the text. The published contents in the articles cannot be used without being cited. Turkish Review of Communication Studies (formerly named as Marmara Journal of Communication) is indexed by ULRICH Global Serials Directory, EBSCO International Index, ASOS Index, DOAJ Directory of Open Access Journals, ULAKBIM Social and Human Sciences Database, and Emerging Sources Citation Index (ESCI) and CiteFactor.

31. Sayının Hakem Kurulu • List of Referees

- | | |
|--|---|
| Prof. Dr. Abdullah Koçak (Selçuk Üniversitesi) | Doç. Dr. Burcu Kaya Erdem (İstanbul Üniversitesi) |
| Prof. Dr. Abdullah Özkan (İstanbul Üniversitesi) | Doç. Dr. Bülend Aydın Ertekin (Anadolu Üniversitesi) |
| Prof. Dr. Ali Murat Vural (İstanbul Üniversitesi) | Doç. Dr. Emel Poyraz (Marmara Üniversitesi) |
| Prof. Dr. Belkıs Ulusoy Nalcioğlu (İstanbul Üniversitesi) | Doç. Dr. Erkan Saka (İstanbul Bilgi Üniversitesi) |
| Prof. Dr. Cem Sefa Sütçü (Marmara Üniversitesi) | Doç. Dr. İrfan Paçacı (Marmara Üniversitesi) |
| Prof. Dr. Derya Öcal (Atatürk Üniversitesi) | Doç. Dr. Mahmut Hakkı Akın (Necmettin Erbakan Üni.) |
| Prof. Dr. Ebru Özgen (Marmara Üniversitesi) | Doç. Dr. Mehmet Emin Babacan (İbn Haldun Üniversitesi) |
| Prof. Dr. Ergün Yıldırım (Marmara Üniversitesi) | Doç. Dr. Mehmet Özçağlayan (Marmara Üniversitesi) |
| Prof. Dr. Güven Necati Büyükbaykal (İstanbul Üniversitesi) | Doç. Dr. Mesut Yücebaş (Gaziantep Üniversitesi) |
| Prof. Dr. Hüseyin Emre Bağçe (Marmara Üniversitesi) | Doç. Dr. Murat Şentürk (İstanbul Üniversitesi) |
| Prof. Dr. Murat Özgen (İstanbul Üniversitesi) | Doç. Dr. Oya Morva (İstanbul Üniversitesi) |
| Prof. Dr. Nazlım Tüzel Uraltaş (Marmara Üniversitesi) | Doç. Dr. Şevki Işıklı (Marmara Üniversitesi) |
| Prof. Dr. Nezih Erdoğan (İstanbul Şehir Üniversitesi) | Doç. Dr. Şeyda Akyol (Marmara Üniversitesi) |
| Prof. Dr. Savaş Arslan (Bahçeşehir Üniversitesi) | Doç. Dr. Yusuf Yurdigül (Atatürk Üniversitesi) |
| Prof. Dr. Selma Ulus (Marmara Üniversitesi) | Dr. Öğr. Üye. Ahmet Güven (Bandırma Onyediy Eylül Üni.) |
| Prof. Dr. Serdar Öztürk (Gazi Üniversitesi) | Dr. Öğr. Üye. Ali Özcan (Gümüşhane Üniversitesi) |
| Prof. Dr. Serhat Ulağlı (Marmara Üniversitesi) | Dr. Öğr. Üye. Alper Değerli (Beykent Üniversitesi) |
| Prof. Dr. Yusuf Adıgüzel (İstanbul Üniversitesi) | Dr. Öğr. Üye. Canan Balan (İstanbul Şehir Üniversitesi) |
| Doç. Dr. Ahmet Çetinkaya (Marmara Üniversitesi) | Dr. Öğr. Üye. Veysel Kurt (İstanbul Medeniyet Üni.) |
| Doç. Dr. Betül Önay Doğan (İstanbul Üniversitesi) | Dr. Öğr. Üye. Yalçın Lüleci (Marmara Üniversitesi) |
| Doç. Dr. Burak Özçetin (İstanbul Bilgi Üniversitesi) | Dr. Özde Çeliktemel-Thomen (University College London) |



İçindekiler / Contents

İletişim Eğitimi ve Disiplinlerarasılık: İletişim Fakültelerindeki Akademisyen Profili Üzerine Bir Değerlendirme Communication Education and Interdisciplinarity: An Evaluation on the Profile of Academics in Communication Faculties Mahmut AKGÜL, Mustafa AKDAĞ	1-20
16 Nisan 2017 Anayasa Değişikliği Referandumu Örneğinde İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Oy Verme Kararlarında Seçim Mecralarının Etkisi The Effects of the Election Mediums on Voting Decisions of the School of Communication Students: The Example of the Constitutional Referendum Held on 16th April, 2017 Metin IŞIK, K. Özkan ERTÜRK, Elif ŞEŞEN	21-40
Avatar: Korra Efsanesi Çizgi Filminde İdeolojik Anlam İnşası Ideological Meaning Construction in <i>Avatar: The Legend of Korra</i> Ahmet GÜVEN, Cengiz ANIK	41-61
Çerkes Sürgünü Hikayelerinde Kimliğin İnşası Identity Construction in Circassian Exile Stories Zeynep AKSOY	62-76
Sivil Toplum Kuruluşu İtibarının İnsanbiçimcilik Yaklaşımı ile Ölçümü: Bir Anlamsal Ağ Analizi An Anthropomorphic Approach to Measuring Civil Society Organization's Reputation: A Semantic Network Analysis Selin TÜRKEL	77-102
“Şebekeleşmiş Otoriteryanizm” ya da Otoriter Rejimlerin Siber Alanla İlişkisi: Rusya ve Çin Üzerine Bir Literatür İncelemesi “Networked Authoritarianism” or The Relation of Authoritarian Regimes and Cyber Space: A Literature Review on Russia and China Mustafa Cem OĞUZ	103-120
Old Concepts, New Contents: The City, Cinema and the Stranger Eski Kavramlar, Yeni Muhtevalar: Kent, Sinema ve Yabancı Sertaç Timur DEMİR	121-133

Türkiye'nin Enerji Politikalarının Rus Basınına Yansımaları: Nezavisimaya Gazeta Örneği The Reflections of Turkey's Energy Policies on Russian Press: The Case of Nezavisimaya Gazeta <i>Aynura HAGVERDİYEVA, Nurşen MAZICI</i>	134-152
Türkiye'de Mülteci Krizinde "Web Sitelerinin" Kullanımı: Suriyeli Mültecilerle İlgili Web Sitelerinin Karşılaştırmalı Analizi Use of the "Websites" in the Refugee Crisis in Turkey: A Comparative Analysis of Web Sites Related to Syrian Refugees <i>Selma KOÇ AKGÜL, Betül PAZARBAŞI, Murathan BİRİNCİ</i>	153-167
Telegramming News: How have Telegram channels transformed journalism in Iran? <i>Hossein KERMANI</i>	168-187
Türkiye'de Fikir Sanat Dergiciliği: İlk Dönem Hareket Dergisi Örneği Literary and Artistic Magazine Publishing in Turkey: The First Period Sample of Hareket Magazine <i>Bilgehan İHTİYAR</i>	188-203
1945-1950 Döneminde Türk Dış Politikasının Propagandası Üzerine Bir Girişim: New York Haberler Bürosu* A Propaganda Initiative of Turkish Foreign Policy Between 1945-1950: New York News Bureau <i>Melih DUMAN</i>	204
Erken Cumhuriyet Döneminde Atatürk ve CHP'nin Sinema Politikası* Atatürk and CHP's Cinema Policy in the Early Republican Period <i>Yalçın LÜLECİ</i>	222
Onat Kutlar'ın Mirasını Takip Eden 'Eksik' Bir Derleme Kitap: <i>Sinema... Sinema (Yazılar-Konuşmalar)</i> <i>Tunç YILDIRIM</i>	249

İletişim Eğitimi ve Disiplinlerarasılık: İletişim Fakültelerindeki Akademisyen Profili Üzerine Bir Değerlendirme

Communication Education and Interdisciplinarity: An Evaluation on the Profile of Academics in Communication Faculties

Mahmut AKGÜL*
Mustafa AKDAĞ**

Öz

Bu çalışma iletişim fakültelerindeki öğretim üyesi sosyolojisine odaklanmaktadır. Türkiye’de yükseköğretim kurumları bünyesinde faaliyet gösteren iletişim fakültesi sayısının hızlı artışının incelenmesi gerektiği ön kabulünden hareket eden çalışmada, disiplinlerarası olduğu var sayılan iletişim bilimleri alanındaki akademisyen kompozisyonunun betimlenmesi amaçlanmaktadır. Kamu üniversiteleri bünyesinde eğitim faaliyetini sürdüren 38 iletişim fakültesinin araştırma konusu edildiği çalışmada, içerik analizi yönteminden yararlanılmıştır. Çalışmada fakülteadaki kadro mühendisliğinin disiplinlerarası bir bilim dalının gereklerini yerine getirecek şekilde yapıp yapılmadığı ya da hibrit (melez) bir yapılanmanın var olup olmadığı gibi sorulara cevap aranmaktadır. Elde edilen bulgular değerlendirildiğinde kamu üniversitelerindeki iletişim fakültelerinin, birçok sosyal bilimler ve fen bilimleri disiplinlerinden akademik formasyona sahip bir öğretim üyesi kompozisyonuna sahip olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Disiplinlerarasılık, İletişim, İletişim Eğitimi, İletişim Akademisyenleri, İletişim Fakültesi

Abstract

This study focuses on the sociology of the faculty members of the communication faculties. Based on the presumption that the rapid increase of the number of communication faculties operating in higher education institutions within Turkey should be examined, it is targeted to describe the academic composition in the

* Dr. Öğr. Üye., Erciyes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Kayseri, Türkiye, mahmutakgul@erciyes.edu.tr, Orcid ID: 0000-0003-1834-9588.

** Prof. Dr., Erciyes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Kayseri, Türkiye, makdag@erciyes.edu.tr, Orcid ID: 0000-0002-1818-2960.

field of communication sciences which is regarded as interdisciplinary. The content analysis method was used in the study of 38 communication faculties that have been conducting educational activities in public universities. In the study, answers to the following questions are sought; whether the staff engineering in the faculty is employed in a way that fulfills the requirements of an interdisciplinary science, or whether there is a hybrid / hybrid structure. The findings reveal that, the communication faculties in public universities have a composition of faculty members with academic formation in various social sciences and disciplines of science.

Keywords: Interdisciplinarity, Communication, Communication Education, Communication Academician, Faculty of Communication

Giriş

Türkiye’de akademik düzeyde verilmeye başlanan iletişim eğitimi elli yılı geride bırakırken, verilen eğitimin biçimi, içeriği, eğitimci kadrosu ve misyonuyla ilgili tartışmalar da eğitim yaşıyla başat gitmektedir. 1948 ve 1950 tarihlerinde İstanbul’da açılan ve sektör çalışanlarının mesleki donanımlarını artırmayı amaçlayan gazetecilik enstitüleriyle (İnuğur, 1988, s. 155-157; Abadan-Unat, 1972, s. 68) başlayıp, 1965’te Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın Yayın Yüksek Okulu’yla (Tokgöz, 2015, s. 23) devam eden iletişim eğitimi bugün, yetmiş aşkın fakültede sürdürülmektedir. Hızla artan fakülte sayısı, akademisyen kompozisyonunun da çeşitlenmesine yol açmaktadır. Doğası gereği sosyal bilim disiplinlerinin kavşak noktasında yer alan ve farklı disiplinlerin etkisine açık olan iletişim biliminin müstakil bir disiplin olup olamaması tartışmaların temel sorunsalını oluşturmaktadır. İletişim eğitimi veren akademik kurumların iletişimi müstakil bir disiplin olarak kabul edip etmeme konusundaki yaklaşımlarının sonucu olarak iletişimin alt disiplinlerinin genel sorunsaldan koptuğu ve daraltıcı, güdük bir yapıya büründüğü iddiası (İnal, 1996, s. 206) eleştirilerin odak noktasını oluştururken; çözüm olarak iletişimin disiplinlerarası bir alan olarak kabul edilip toplum bilimlerden beslenmesinin, yapılacak araştırmalara önemli katkılar sağlayacağı sunulmaktadır (İnal, 1996, s. 206).

Bu noktada, yani iletişim akademisi tartışmalarında disiplinlerarasılık olgusunun da yanlış yorumlandığı göze çarpmaktadır. Zira, Julie T. Klein ve William H. Newell’a göre “tek bir disiplin ya da uzmanlık alanı tarafından layıkıyla ele alınamayacak kadar karmaşık ya da kapsamlı bir konunun ya da sorunun çözülmesine yönelik bir süreci” ifade eden disiplinlerarasılılık (akt. Değirmenci, 2011, s. 75), Türkiye’de basitçe farklı uzmanlık alanlarının yan yana getirilmesi şeklinde algılanmaktadır (Değirmenci, 2011, s. 73). Disiplinlerarasılığın bu bakış açısıyla ele alınması, hızla artan fakülte sayısı sonucunda ortaya çıkan akademisyen açığının farklı alanlardan akademik formasyon sahibi öğretim üyelerinin devşirilmesi yoluyla kapatılmaya çalışılmasıyla (Tokgöz, 2006, s. 61) bir araya gelince, ortaya melez bir yapı çıkmaktadır. İletişim alanına kendi bilimsel varsayımlarıyla gelen akademisyenlerin, sorunlara da esas uzmanlık alanlarının teorik kısıtlılıkları çerçevesinde odaklanmaları iletişim alanı gibi, inceleme yöntemlerini ve konularını net bir şekilde ayırmış olan sosyoloji, psikoloji, sosyal antropoloji gibi alanların da melezleşmesine yol açmıştır (Tellan, 2011, s. 16). Bu çerçevede farklı

disiplinlere mensup olup iletişim disiplini içinde çalışan akademisyenlerin, başka disiplinlerden ödünç kavramlara, uygulamalara ve kuramlara daha fazla başvurması da (Öztürk, 2011, s. 152), söz konusu melezleşmenin doğal sonucu gibi görünmektedir.

Bu realiteden yola çıkılarak kaleme alınan bu çalışmada, iletişim fakültelerindeki öğretim üyesi kompozisyonuna odaklanılmaktadır. Öğretim üyelerinin lisans ve doktora formasyonlarına göre yapılan haritalamalarla, iletişim akademisinin içinde bulunduğu durum betimlenmektedir.

Araştırma Metodolojisi

Araştırmada içerik analizi yönteminden yararlanılmaktadır. Betimleyici çalışmalarda sağlıklı sonuçlar vereceği ön kabulü, içerik analizi yönteminin tercih edilmesinde etkili olmuştur. Araştırma kapsamında devlet üniversiteleri bünyesinde eğitim hayatını sürdüren 38 iletişim fakültesi ve iletişim bilimleri fakültesinin tamamına yer verilmiştir. Devlet üniversitesi olmakla birlikte güzel sanatlar, insani bilimler, sanat ve tasarım ile sosyal bilimler fakülteleri çatısı altında bulunan iletişim bilimleri, radyo televizyon ve sinema, görsel iletişim tasarımı, yeni medya, halkla ilişkiler ve tanıtım, reklamcılık ve televizyon haberciliği gibi bölümler değerlendirme dışı bırakılmıştır. Ayrıca vakıf üniversiteleri bünyesinde bulunan iletişim fakülteleri de araştırma sınırlılıkları dışında bırakılmıştır. Vakıf üniversitelerinin kapsam dışında bırakılmasında hiç şüphesiz ki yarı zamanlı ve tam zamanlı öğretim üyesi çalıştırma prensibinin sağlıklı veri toplanmasına etki edeceği ön kabulü etkili olmuştur. Çalışmada öğretim üyesi tanımlaması kapsamında bulunan Prof. Dr., Doç. Dr. ve Dr. Öğretim Üyesi unvanına sahip akademisyenler değerlendirilmiş, Öğretim Görevlisi, Araştırma Görevlisi gibi akademik unvana sahip personele yer verilmemiştir. Çalışmada veri toplama aracı olarak Yüksek Öğretim Kurumu'nun (YÖK) akademik arama motoru (<http://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/>) ve üniversitelerin kurumsal web sayfalarına başvurulmuştur. Üniversitelerin kurumsal web sayfalarından elde edilen veriler Yüksek Öğretim Kurumu'nun akademik arama motorunda teyit edildikten sonra çalışma kapsamına dâhil edilmiş ve SPSS 17.0 istatistik programında işlenmiştir. Devlet üniversitesi bünyesinde olmakla birlikte kurulu olup henüz kadro yapılına gitmemiş olan (Bursa Teknik Üniversitesi, Celal Bayar Üniversitesi, vb.) fakülteler de değerlendirme kapsamı dışında tutulmuştur. Elde edilen veriler Ekim 2017 dönemine ait güncel bulgulardır.

Bulgular

Yapılan çalışmada toplam 38 fakülte bünyesinde 678 öğretim üyesine ulaşılmıştır. Elde edilen bulgular değerlendirildiğinde, fakültelerin yaşıyla akademisyen sayısı arasında bir düz korelasyon olduğu gözlemlenmiştir. Yani köklü fakültelerin akademisyen sayısı fazlayken, daha genç olan fakültelerdeki akademisyen sayısı daha azdır (Tablo 1). Bir diğer dikkat çekici nokta ise üniversitenin bulunduğu şehrin gelişmişliğiyle fakültenin akademik potansiyeli arasındaki ilişkidir. Büyük şehirlerdeki fakülteler daha gelişmişken, nispeten daha küçük şehirlerdeki fakültelerin daha az geliştiği görülmektedir.

Tablo 1. Üniversitelere Göre Dağılım

	Frekans	Yüzde
ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ	10	1,5
ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ	13	1,9
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ	21	3,1
AKSARAY ÜNİVERSİTESİ	4	0,6
ANADOLU ÜNİVERSİTESİ	56	8,2
ANKARA ÜNİVERSİTESİ	42	6,1
BOZOK ÜNİVERSİTESİ	5	0,7
BÜLENT ECEVİT ÜNİVERSİTESİ	4	0,6
CUMHURİYET ÜNİVERSİTESİ	9	1,3
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ	9	1,3
ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ	7	1
DİCLE ÜNİVERSİTESİ	2	0,3
EGE ÜNİVERSİTESİ	69	10,2
ERCİYES ÜNİVERSİTESİ	16	2,4
FIRAT ÜNİVERSİTESİ	13	1,9
GALATASARAY ÜNİVERSİTESİ	22	3,2
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ	8	1,2
GAZİ ÜNİVERSİTESİ	33	4,9
GİRESUN ÜNİVERSİTESİ	11	1,6
GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ	8	1,2
HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ	9	1,3
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ	8	1,2
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ	60	8,8
KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ	8	1,2
KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ	10	1,5
KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ	28	4,1
MARMARA ÜNİVERSİTESİ	75	11
MERSİN ÜNİVERSİTESİ	11	1,6
MUNZUR ÜNİVERSİTESİ	1	0,1
MUSTAFA KEMAL ÜNİVERSİTESİ	3	0,4
MUŞ ALPARSLAN ÜNİVERSİTESİ	1	0,1
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ	9	1,3
SAMSUN 19 MAYIS ÜNİVERSİTESİ	11	1,6
PAMUKKALE ÜNİVERSİTESİ	4	0,6
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ	11	1,6
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ	43	6,3
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ	12	1,8
UŞAK ÜNİVERSİTESİ	12	1,8
TOPLAM	678	100

Bulgular değerlendirildiğinde %11'lik dilim ve 75 öğretim üyesiyle Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, Türkiye'nin en kalabalık iletişim fakültesi olarak başı çekmektedir. Marmara Üniversitesi'ni

sırasıyla %10,2'lik oran ve 69 öğretim üyesiyle Ege Üniversitesi, %8,8'lik oran ve 60 öğretim üyesiyle İstanbul Üniversitesi takip etmektedir. Buna göre öğretim üyesi sayısı bakımından Türkiye'nin en kalabalık üç iletişim fakültesi, İstanbul ve İzmir'de bulunmaktadır. En az öğretim üyesine sahip olan fakülteler ise Muş, Tunceli ve Diyarbakır'da bulunan üniversiteler bünyesinde yer almaktadır. Muş Alparslan Üniversitesi İletişim Fakültesi sadece 1 öğretim üyesi ve %0,1'lik oranla, aynı sayıda öğretim üyesine sahip Tunceli Munzur Üniversitesi İletişim Fakültesiyle birlikte en az akademisyeni olan fakülte konumundadır. Munzur ve Alparslan üniversitelerini ise Dicle Üniversitesi İletişim Fakültesi takip etmektedir. %0,3'lük orana sahip fakültede 2 öğretim üyesi bulunmaktadır. Buna göre en az öğretim üyesine sahip iletişim fakülteleri Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesinde bulunan üniversitelerde yer almaktadır.

Tablo 2. Bölümlere Göre Dağılım

	Frekans	Yüzde
GAZETECİLİK	214	31,5
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM	201	29,6
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA	203	29,9
YENİ MEDYA	4	0,6
REKLAMCILIK	20	2,9
GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI	25	3,7
İLETİŞİM BİLİMLERİ	11	1,6
TOPLAM	678	100

Öğretim üyelerinin bölümlere göre dağılımı incelendiğinde en fazla akademisyenin gazetecilik bölümlerinde bulunduğu görülmektedir (Tablo 2). 678 öğretim üyesinin 214'ü gazetecilik bölümünde yer almaktadır. Söz konusu sayı toplam sayının %31,5'ini oluşturmaktadır. Gazetecilik bölümünü 203 öğretim üyesi ve %29,9'luk oranla radyo televizyon ve sinema bölümü takip etmektedir. 201 öğretim üyesiyle halkla ilişkiler ve tanıtım bölümü ise en kalabalık üçüncü bölüm konumundadır. En az akademisyene sahip bölüm ise yeni medya bölümüdür. Söz konusu bölümde sadece 4 öğretim üyesi bulunmaktadır. Yeni medya bölümündeki akademisyen sayısı, toplam sayının %0,6'lık bir kısmını oluşturmaktadır. Bölümlerin tarihsel geçmişiyle akademisyen sayısı arasındaki doğrusal ilişki dikkat çekmektedir. Türkiye'de eğitim geçmişi en eski olan gazetecilik bölümünün en fazla akademisyene sahip olması beklenen bir durumdur. Yine son yıllarda devlet üniversitelerinde açılmaya başlanan yeni medya bölümü ise henüz emekleme aşamasındadır. Dolayısıyla söz konusu bölümün akademisyen sayısının az olması makul karşılanabilecek bir durumdur.

Tablo 3. Unvanlara Göre Dağılım

	Frekans	Yüzde
PROFESÖR	197	29
DOÇENT	154	22,7
DOKTOR ÖĞRETİM ÜYESİ	327	48,2
TOPLAM	678	100

İncelenen öğretim üyesi grubunun unvanlara göre dağılımına bakıldığında ise (Tablo 3) 197 Profesör Doktor, 154 Doçent Doktor ve 327 Doktor Öğretim Üyesi unvanına sahip iletişim akademisyeni olduğu görülmektedir. Profesörler toplam sayının %29,0'ını oluştururken doçentler %22,7'sini, Doktor Öğretim Üyeleri ise %48'2'sini oluşturmaktadır. Bu durumda toplam iletişim akademisyeninin yarısına yakınının Doktor Öğretim Üyesi unvanına sahip akademisyenlerden oluştuğu görülmektedir. İletişim biliminin yeni bir disiplin olduğu göz önünde bulundurulduğunda Dr. Öğretim Üyesi oranındaki yoğunluk anlaşılır gözükmemektedir.

Tablo 4. Lisans Eğitimine Göre Unvanlara Dağılım

		UNVAN			TOPLAM
		PROFESÖR	DOÇENT	DR. ÖĞR. Ü.	
ERİŞİLEMEDİ	Sayı	35	23	42	100
	Unvan %	17,80%	14,90%	12,80%	14,70%
	Toplam %	5,20%	3,40%	6,20%	14,70%
İLETİŞİM	Sayı	91	91	209	391
	Unvan %	46,20%	59,10%	63,90%	57,70%
	Toplam %	13,40%	13,40%	30,80%	57,70%
SOSYOLOJİ	Sayı	7	4	8	19
	Unvan %	3,60%	2,60%	2,40%	2,80%
	Toplam %	1,00%	0,60%	1,20%	2,80%
ANTROPOLOJİ	Sayı	2	0	3	5
	Unvan %	1,00%	0,00%	0,90%	0,70%
	Toplam %	0,30%	0,00%	0,40%	0,70%
DİL BİLİMİ	Sayı	15	7	10	32
	Unvan %	7,60%	4,50%	3,10%	4,70%
	Toplam %	2,20%	1,00%	1,50%	4,70%
İŞLETME	Sayı	10	8	14	32
	Unvan %	5,10%	5,20%	4,30%	4,70%
	Toplam %	1,50%	1,20%	2,10%	4,70%
SİYASET BİLİMİ	Sayı	10	11	8	29
	Unvan %	5,10%	7,10%	2,40%	4,30%
	Toplam %	1,50%	1,60%	1,20%	4,30%
EĞİTİM BİLİMLERİ	Sayı	6	4	4	14
	Unvan %	3,00%	2,60%	1,20%	2,10%
	Toplam %	0,90%	0,60%	0,60%	2,10%
PSİKOLOJİ	Sayı	1	0	0	1
	Unvan %	0,50%	0,00%	0,00%	0,10%
	Toplam %	0,10%	0,00%	0,00%	0,10%
MALİYE	Sayı	1	0	1	2
	Unvan %	0,50%	0,00%	0,30%	0,30%
	Toplam %	0,10%	0,00%	0,10%	0,30%

İletişim Eğitimi ve Disiplinlerarasılık: İletişim Fakültelerindeki Akademisyen Profili Üzerine Bir Değerlendirme

ULUSLARARSI İLİŞKİLER	Sayı	0	1	1	2
	Unvan %	0,00%	0,60%	0,30%	0,30%
	Toplam %	0,00%	0,10%	0,10%	0,30%
FELSEFE	Sayı	2	0	0	2
	Unvan %	1,00%	0,00%	0,00%	0,30%
	Toplam %	0,30%	0,00%	0,00%	0,30%
KARA HARP OKULU	Sayı	0	0	2	2
	Unvan %	0,00%	0,00%	0,60%	0,30%
	Toplam %	0,00%	0,00%	0,30%	0,30%
TARİH	Sayı	0	0	2	2
	Unvan %	0,00%	0,00%	0,60%	0,30%
	Toplam %	0,00%	0,00%	0,30%	0,30%
İSTATİSTİK	Sayı	0	0	3	3
	Unvan %	0,00%	0,00%	0,90%	0,40%
	Toplam %	0,00%	0,00%	0,40%	0,40%
BİLGİ BELGE YÖNETİMİ	Sayı	1	1	2	4
	Unvan %	0,50%	0,60%	0,60%	0,60%
	Toplam %	0,10%	0,10%	0,30%	0,60%
HUKUK	Sayı	1	2	1	4
	Unvan %	0,50%	1,30%	0,30%	0,60%
	Toplam %	0,10%	0,30%	0,10%	0,60%
TURİZM	Sayı	0	0	1	1
	Unvan %	0,00%	0,00%	0,30%	0,10%
	Toplam %	0,00%	0,00%	0,10%	0,10%
MİMARLIK VE ŞEHİR PLANLAMA	Sayı	2	0	1	3
	Unvan %	1,00%	0,00%	0,30%	0,40%
	Toplam %	0,30%	0,00%	0,10%	0,40%
İKTİSAT	Sayı	5	1	2	8
	Unvan %	2,50%	0,60%	0,60%	1,20%
	Toplam %	0,70%	0,10%	0,30%	1,20%
GİYİM ENDÜSTRİSİ	Sayı	0	0	1	1
	Unvan %	0,00%	0,00%	0,30%	0,10%
	Toplam %	0,00%	0,00%	0,10%	0,10%
HEYKEL	Sayı	0	0	1	1
	Unvan %	0,00%	0,00%	0,30%	0,10%
	Toplam %	0,00%	0,00%	0,10%	0,10%
RESİM GRAFİK	Sayı	1	0	4	5
	Unvan %	0,50%	0,00%	1,20%	0,70%
	Toplam %	0,10%	0,00%	0,60%	0,70%
İLAHİYAT	Sayı	1	1	1	3
	Unvan %	0,50%	0,60%	0,30%	0,40%
	Toplam %	0,10%	0,10%	0,10%	0,40%
MATBAACILIK	Sayı	1	0	1	2
	Unvan %	0,50%	0,00%	0,30%	0,30%
	Toplam %	0,10%	0,00%	0,10%	0,30%

TÜRKOLOJİ	Sayı	1	0	0	1
	Unvan %	0,50%	0,00%	0,00%	0,10%
	Toplam %	0,10%	0,00%	0,00%	0,10%
BİLGİSAYAR MÜHENDİSLİĞİ	Sayı	1	0	2	3
	Unvan %	0,50%	0,00%	0,60%	0,40%
	Toplam %	0,10%	0,00%	0,30%	0,40%
ENDÜSTRİ MÜHENDİSLİĞİ	Sayı	2	0	2	4
	Unvan %	1,00%	0,00%	0,60%	0,60%
	Toplam %	0,30%	0,00%	0,30%	0,60%
SAĞLIK İDARESİ	Sayı	1	0	1	2
	Unvan %	0,50%	0,00%	0,30%	0,30%
	Toplam %	0,10%	0,00%	0,10%	0,30%
TOPLAM	Sayı	197	154	327	678
	Unvan %	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
	Toplam %	29,10%	22,70%	48,20%	100,00%

İletişim fakültelerindeki akademisyen profili lisans eğitimi alanlarına göre değerlendirilmiş, 578 akademisyenin lisans eğitimiyle ilgili veriye ulaşılrken, 100 akademisyenin lisans eğitimiyle ilgili herhangi bir bulguya rastlanmamıştır (Tablo 4). Ulaşılan 578 akademisyenin 391'inin herhangi bir iletişim disiplininden lisans diplomasına sahip olduğu saptanmıştır. Bu rakam, toplam rakamın %57,7'lik kısmına tekabül etmektedir. 187 akademisyenin ise iletişim disiplinleri dışında bir alandan lisans formasyonuna sahip olduğu saptanmıştır. İletişim bilimleri dışındaki lisans eğitimleri içinde dilbilim ve işletme başı çekmektedir. Her iki alan da 32'ser öğretim üyesi ve %4,7'lik oranla iletişim bilimlerini takip etmektedirler. Söz konusu bölümleri ise siyaset bilimi alanı takip etmektedir. İletişim fakültelerinde siyaset bilimi lisans eğitimine sahip 19 öğretim üyesinin bulunduğu görülmektedir. Unvanların alanlara göre dağılımı incelendiğinde ise fakültelerde toplam 197 profesörün istihdam edildiği görülmektedir. Bu sayının 91'i iletişim alanında lisans eğitimi almışken, 71'i diğer alanlardan lisans eğitimine sahiptir. 35 profesörün ise lisans eğitimiyle ilgili herhangi bir bulguya ulaşılammıştır. İletişim lisansına sahip profesör oranı toplam sayının %46,2'sini oluşturmaktadır. 15 profesör ve %7,6'lık oranla diğer alanlar içerisinde en yüksek orana dilbilim lisans eğitimi almış akademisyenler sahiptir. Doçent unvanına sahip akademisyenlerin lisans eğitimleri incelendiğinde, iletişim lisanslı akademisyenlerin oranı biraz daha yükselmektedir. Toplam 154 doçentin istihdam edildiği iletişim fakültelerinde iletişim lisanslıların sayısı 91'dir. Bu sayı oransal olarak toplamın %59,1'lik bir kısmını oluşturmaktadır. 5 doçentle ilgili herhangi bir bulgu elde edilemezken 58 doçentin ise iletişim dışından herhangi bir alandan lisanslı olduğu görülmektedir. Doçent unvanından diğer alanlar içerisinde en yüksek oranı siyaset bilimi formasyonu oluşturmaktadır. 11 siyaset bilimi formasyonlu doçentin yüzdeleri dilimi 7,1'dir. Doktor öğretim üyesi unvanını sahip akademisyenlerin lisans eğitimi incelendiğinde ise iletişim lisanslı akademisyenlerin bariz üstünlüğü göze çarpmaktadır. Toplam 327 doktor öğretim üyesinin 209'unun iletişim lisansına sahip olduğu görülmektedir. Bu sayı, toplam rakamın %63,9'unu oluşturmaktadır. 42 doktor öğretim üyesinin lisans eğitimiyle ilgili bir veri elde edilemezken, 77'sinin ise alan dışı olduğu gözlemlenmiştir. Doktor Öğretim Üyelerinde iletişim dışı alanlarda en yüksek oranı işletmeciler oluşturmaktadır. İşletme lisanslı 14 akademisyen toplam doktor öğretim üyesi nüfusunun %4,3'lük kısmını oluşturmaktadır.

Unvanlar bağlamında genel bir değerlendirme yapıldığında profesörden doktor öğretim üyesine doğru iletişim lisanslıların oransal olarak istikrarlı yükselişi, iletişim bilimlerinin müstakil bir bilim dalı olma yolunda ilerlediğini göstermektedir.

Tablo 5. Doktora Eğitimine Göre Unvanlara Dağılım

		UNVAN			Total
		PROFESÖR	DOÇENT	DR. ÖĞR. Ü.	
ERİŞİLEMEDİ	Sayı	3	5	9	17
	Unvan %	1,50%	3,20%	2,80%	2,50%
	Toplam %	0,40%	0,70%	1,30%	2,50%
İLETİŞİM	Sayı	146	122	270	538
	Unvan %	74,10%	79,20%	82,60%	79,40%
	Toplam %	21,50%	18,00%	39,80%	79,40%
SOSYOLOJİ	Sayı	5	2	9	16
	Unvan %	2,50%	1,30%	2,80%	2,40%
	Toplam %	0,70%	0,30%	1,30%	2,40%
İŞLETME	Sayı	7	5	8	20
	Unvan %	3,60%	3,20%	2,40%	2,90%
	Toplam %	1,00%	0,70%	1,20%	2,90%
SİYASET BİLİMİ	Sayı	9	9	1	19
	Unvan %	4,60%	5,80%	0,30%	2,80%
	Toplam %	1,30%	1,30%	0,10%	2,80%
FELSEFE	Sayı	2	0	1	3
	Unvan %	1,00%	0,00%	0,30%	0,40%
	Toplam %	0,30%	0,00%	0,10%	0,40%
EĞİTİM BİLİMLERİ	Sayı	6	1	3	10
	Unvan %	3,00%	0,60%	0,90%	1,50%
	Toplam %	0,90%	0,10%	0,40%	1,50%
PSİKOLOJİ	Sayı	2	1	1	4
	Unvan %	1,00%	0,60%	0,30%	0,60%
	Toplam %	0,30%	0,10%	0,10%	0,60%
SPOR YÖNETİCİLİĞİ	Sayı	0	1	0	1
	Unvan %	0,00%	0,60%	0,00%	0,10%
	Toplam %	0,00%	0,10%	0,00%	0,10%
DİL BİLİM	Sayı	4	2	3	9
	Unvan %	2,00%	1,30%	0,90%	1,30%
	Toplam %	0,60%	0,30%	0,40%	1,30%
ULUSLARARASI İLİŞKİLER	Sayı	0	1	2	3
	Unvan %	0,00%	0,60%	0,60%	0,40%
	Toplam %	0,00%	0,10%	0,30%	0,40%
TARİH	Sayı	1	1	4	6
	Unvan %	0,50%	0,60%	1,20%	0,90%
	Toplam %	0,10%	0,10%	0,60%	0,90%

BİLİŞİM	Sayı	0	1	3	4
	Unvan %	0,00%	0,60%	0,90%	0,60%
	Toplam %	0,00%	0,10%	0,40%	0,60%
BİLGİ BELGE YÖNETİMİ	Sayı	0	0	1	1
	Unvan %	0,00%	0,00%	0,30%	0,10%
	Toplam %	0,00%	0,00%	0,10%	0,10%
SAHNE SANATLARI	Sayı	1	0	0	1
	Unvan %	0,50%	0,00%	0,00%	0,10%
	Toplam %	0,10%	0,00%	0,00%	0,10%
EKONOMETRİ	Sayı	0	0	2	2
	Unvan %	0,00%	0,00%	0,60%	0,30%
	Toplam %	0,00%	0,00%	0,30%	0,30%
RESİM GRAFİK	Sayı	3	1	2	6
	Unvan %	1,50%	0,60%	0,60%	0,90%
	Toplam %	0,40%	0,10%	0,30%	0,90%
HUKUK	Sayı	1	1	1	3
	Unvan %	0,50%	0,60%	0,30%	0,40%
	Toplam %	0,10%	0,10%	0,10%	0,40%
ÇALIŞMA EKONOMİSİ	Sayı	1	0	0	1
	Unvan %	0,50%	0,00%	0,00%	0,10%
	Toplam %	0,10%	0,00%	0,00%	0,10%
SAĞLIK BİLİMLERİ	Sayı	1	0	2	3
	Unvan %	0,50%	0,00%	0,60%	0,40%
	Toplam %	0,10%	0,00%	0,30%	0,40%
TURİZM	Sayı	0	0	1	1
	Unvan %	0,00%	0,00%	0,30%	0,10%
	Toplam %	0,00%	0,00%	0,10%	0,10%
ANTROPOLOJİ	Sayı	3	0	0	3
	Unvan %	1,50%	0,00%	0,00%	0,40%
	Toplam %	0,40%	0,00%	0,00%	0,40%
İKTİSAT	Sayı	0	1	2	3
	Unvan %	0,00%	0,60%	0,60%	0,40%
	Toplam %	0,00%	0,10%	0,30%	0,40%
İSTATİSTİK	Sayı	1	0	0	1
	Unvan %	0,50%	0,00%	0,00%	0,10%
	Toplam %	0,10%	0,00%	0,00%	0,10%
SANAT TARİHİ	Sayı	0	0	1	1
	Unvan %	0,00%	0,00%	0,30%	0,10%
	Toplam %	0,00%	0,00%	0,10%	0,10%
ZİRAAT MÜHENDİSLİĞİ	Sayı	1	0	1	2
	Unvan %	0,50%	0,00%	0,30%	0,30%
	Toplam %	0,10%	0,00%	0,10%	0,30%
TOPLAM	Sayı	197	154	327	678
	Unvan %	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
	Toplam %	29,10%	22,70%	48,20%	100,00%

Doktora eğitimi baz alınarak bir değerlendirme yaptığımızda ise iletişim formasyonlu öğretim üyesi oranlarında tutarlı bir artış olduğu görülmektedir (Tablo 5). Her üç unvana sahip öğretim üyesi grubunda da iletişim doktoralı oranı, toplam oranın ağırlık merkezini oluşturmaktadır. Unvanlara göre değerlendirildiğinde fakültelerdeki toplam 197 profesörün 146'sının iletişim alanından doktoralı olduğu görülmektedir. Bu sayı, %74,1'lik bir orana tekabül etmektedir. 48 profesör diğer alanlardan doktoralıyken, üç profesörün doktora bilgisine ulaşamamıştır. Buna göre iletişim fakültelerindeki her dört profesörün üçü iletişim doktorasına sahiptir. Diğer alanlardan doktoralı profesör profili incelendiğinde ise en yüksek oranı %4,6'lık oran ve dokuz profesörle siyaset bilimciler oluşturmaktadır. Türkiye'de iletişim eğitimine Siyasal Bilgiler Fakültesi bünyesinde kurulan Basın Yayın Yüksek Okulu'nda başlanmış olmasının siyaset bilimi kökenlilerin ağırlıkta olmasına etki etmesi olasıdır. Doçent unvanlı öğretim üyesi grubu incelendiğinde profesörlere benzer bir tablo ortaya çıkmaktadır. Toplam 154 doçentin 122'sinin iletişim doktoralı olduğu gözlenmektedir. Bu rakam toplam doçent sayısının %79,2'lik kısmını oluşturmaktadır. 27 doçent diğer alanlardan doktoralıyken, beş doçentle ilgili herhangi bir doktora bilgisi elde edilememiştir. 27 alan dışı doktoralı doçent içerisinde en yüksek oran ise %5,8'lik dilimle profesörlerde olduğu gibi siyaset bilimcilere aittir. Siyaset bilimi doktoralı doçent sayısı dokuzdur. Doktor öğretim üyesi unvanlı öğretim üyeleri toplamı içerisinde iletişim doktoralıların oranı daha da yükselmektedir. Toplam 327 doktor öğretim üyesinin 270'i herhangi bir iletişim alanında doktora yapmıştır. Bu rakamın oransal karşılığı ise %82,6'dır. 48 doktor öğretim üyesi iletişim dışı bir alandan doktoralıyken, dokuz doktor öğretim üyesinin doktora alanı belirtilmemiştir. İletişim doktoralı olmayan öğretim üyeleri içerisinde en yüksek oran ise diğer unvanlardan farklı olarak sosyoloji doktoralı öğretim üyesi oranıdır. Toplam dokuz doktor öğretim üyesi sosyoloji alanında doktora yapmıştır. Doktora alanlarına göre unvanlar değerlendirildiğinde lisans eğitimiyle senkronize bir durum gözlenmektedir. Profesörden doktor öğretim üyesine doğru iletişimcilerin oranı tutarlı bir şekilde yükselmektedir. Hatta ve hatta doktora alanlarına göre oranlandığında iletişimcilerin payının daha da yükseldiği görülmektedir. İletişim alanında lisansüstü eğitimin yaygınlaşmasının bu rakamların oluşmasına etkisi olasıdır.

Tablo 6. Lisans Eğitimine Göre Bölümlere Dağılım

		BÖLÜM							
		GAZETECİLİK	HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM	RADYO TELEVİZYON SİNEMA	YENİ MEDYA	REKLAMCILIK	GÖRSEL İLETİŞİM TASARIM	İLETİŞİM BİLİMLERİ	TOPLAM
ERİŞİLEMEDİ	Sayı	30	35	27	0	0	8	0	100
	Bölüm %	14,00%	17,40%	13,30%	0,00%	0,00%	32,00%	0,00%	14,70%
	Toplam %	4,40%	5,20%	4,00%	0,00%	0,00%	1,20%	0,00%	14,70%

İLETİŞİM	Sayı	120	108	135	2	13	9	4	391
	Bölüm %	56,10%	53,70%	66,50%	50,00%	65,00%	36,00%	36,40%	57,70%
	Toplam %	17,70%	15,90%	19,90%	0,30%	1,90%	1,30%	0,60%	57,70%
SOSYOLOJİ	Sayı	9	4	5	0	0	0	1	19
	Bölüm %	4,20%	2,00%	2,50%	0,00%	0,00%	0,00%	9,10%	2,80%
	Toplam %	1,30%	0,60%	0,70%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%	2,80%
ANTROPOLOJİ	Sayı	3	1	1	0	0	0	0	5
	Bölüm %	1,40%	0,50%	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,70%
	Toplam %	0,40%	0,10%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,70%
DİL BİLİM	Sayı	9	9	10	0	0	0	4	32
	Bölüm %	4,20%	4,50%	4,90%	0,00%	0,00%	0,00%	36,40%	4,70%
	Toplam %	1,30%	1,30%	1,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,60%	4,70%
İŞLETME	Sayı	7	20	1	0	4	0	0	32
	Bölüm %	3,30%	10,00%	0,50%	0,00%	20,00%	0,00%	0,00%	4,70%
	Toplam %	1,00%	2,90%	0,10%	0,00%	0,60%	0,00%	0,00%	4,70%
SİYASET BİLİMİ	Sayı	11	8	7	1	1	0	1	29
	Bölüm %	5,10%	4,00%	3,40%	25,00%	5,00%	0,00%	9,10%	4,30%
	Toplam %	1,60%	1,20%	1,00%	0,10%	0,10%	0,00%	0,10%	4,30%
EĞİTİM BİLİMLERİ	Sayı	2	3	4	1	0	4	0	14
	Bölüm %	0,90%	1,50%	2,00%	25,00%	0,00%	16,00%	0,00%	2,10%
	Toplam %	0,30%	0,40%	0,60%	0,10%	0,00%	0,60%	0,00%	2,10%
PSİKOLOJİ	Sayı	0	0	0	0	0	1	0	1
	Bölüm %	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,00%	0,00%	0,10%
	Toplam %	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%	0,00%	0,10%
MALİYE	Sayı	2	0	0	0	0	0	0	2
	Bölüm %	0,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%
	Toplam %	0,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%
ULUSLARARASI İLİŞKİLER	Sayı	2	0	0	0	0	0	0	2
	Bölüm %	0,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%
	Toplam %	0,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%
FELSEFE	Sayı	1	0	1	0	0	0	0	2
	Bölüm %	0,50%	0,00%	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%
	Toplam %	0,10%	0,00%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%
KARA HARP OKULU	Sayı	1	1	0	0	0	0	0	2
	Bölüm %	0,50%	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%
	Toplam %	0,10%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%

İletişim Eğitimi ve Disiplinlerarasılık: İletişim Fakültelerindeki Akademisyen Profili Üzerine Bir Değerlendirme

TARİH	Sayı	1	0	1	0	0	0	0	2
	Bölüm %	0,50%	0,00%	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%
	Toplam %	0,10%	0,00%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%
İSTATİSTİK	Sayı	2	1	0	0	0	0	0	3
	Bölüm %	0,90%	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%
	Toplam %	0,30%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%
BİLGİ BELGE YÖNETİMİ	Sayı	0	1	2	0	0	0	1	4
	Bölüm %	0,00%	0,50%	1,00%	0,00%	0,00%	0,00%	9,10%	0,60%
	Toplam %	0,00%	0,10%	0,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%	0,60%
HUKUK	Sayı	1	0	3	0	0	0	0	4
	Bölüm %	0,50%	0,00%	1,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,60%
	Toplam %	0,10%	0,00%	0,40%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,60%
TURİZM	Sayı	1	0	0	0	0	0	0	1
	Bölüm %	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%
	Toplam %	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%
MİMARLIK VE ŞEHİR P.	Sayı	1	1	1	0	0	0	0	3
	Bölüm %	0,50%	0,50%	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%
	Toplam %	0,10%	0,10%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%
İKTİSAT	Sayı	5	2	0	0	1	0	0	8
	Bölüm %	2,30%	1,00%	0,00%	0,00%	5,00%	0,00%	0,00%	1,20%
	Toplam %	0,70%	0,30%	0,00%	0,00%	0,10%	0,00%	0,00%	1,20%
GİYİM ENDÜSTRİSİ	Sayı	0	1	0	0	0	0	0	1
	Bölüm %	0,00%	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%
	Toplam %	0,00%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%
HEYKEL	Sayı	0	1	0	0	0	0	0	1
	Bölüm %	0,00%	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%
	Toplam %	0,00%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%
RESİM GRAFİK	Sayı	0	0	2	0	1	2	0	5
	Bölüm %	0,00%	0,00%	1,00%	0,00%	5,00%	8,00%	0,00%	0,70%
	Toplam %	0,00%	0,00%	0,30%	0,00%	0,10%	0,30%	0,00%	0,70%
İLÂHİYAT	Sayı	1	1	1	0	0	0	0	3
	Bölüm %	0,50%	0,50%	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%
	Toplam %	0,10%	0,10%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%
MATBAACILIK	Sayı	2	0	0	0	0	0	0	2
	Bölüm %	0,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%
	Toplam %	0,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%

TÜRKOLOJİ	Sayı	0	0	1	0	0	0	0	1
	Bölüm %	0,00%	0,00%	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%
	Toplam %	0,00%	0,00%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%
BİLGİSAYAR MÜH.	Sayı	1	1	1	0	0	0	0	3
	Bölüm %	0,50%	0,50%	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%
	Toplam %	0,10%	0,10%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%
ENDÜSTRİ MÜH.	Sayı	1	2	0	0	0	1	0	4
	Bölüm %	0,50%	1,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,00%	0,00%	0,60%
	Toplam %	0,10%	0,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%	0,00%	0,60%
SAĞLIK İDARESİ	Sayı	1	1	0	0	0	0	0	2
	Bölüm %	0,50%	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%
	Toplam %	0,10%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%
TOPLAM	Sayı	214	201	203	4	20	25	11	678
	Bölüm %	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
	Toplam %	31,60%	29,60%	29,90%	0,60%	2,90%	3,70%	1,60%	100,00%

Öğretim üyeleri lisans eğitimlerine göre bölümlere oranlandığında bazı bölümlerde daha heterojen bir görünüm ortaya çıkmaktadır (Tablo 6). İletişim lisanslı öğretim üyelerinin oranı bazı bölümlerde kütle merkezini oluştururken, bazı bölümlerde daha düşük yüzdelik dilimlere sahiptir. Bölümler özelinde incelendiğinde gazetecilik bölümünde yer alan toplam 214 öğretim üyesinin 120'sinin iletişim alanında lisans eğitimi aldığı görülmektedir. Bu rakam bölüm öğretim üyeleri toplamının %56,1'lik kısmını oluşturmaktadır. Diğer alanlar arasındaki en yüksek pay ise sosyoloji bölümüne aittir. Sosyoloji lisanslı dokuz öğretim üyesinin bulunduğu bölümde sosyologlar toplam sayının %4,2'lik kısmını oluşturmaktadır. Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümü verileri de Gazetecilik bölümünün verilerine yakındır. Toplam 201 öğretim üyesinin bulunduğu bölümlerde, 108 öğretim üyesi iletişim alanında lisans eğitimi almıştır. İletişimciler, bölüm nüfusunun %53,7'lik kısmını oluşturmaktadır. Halkla ilişkiler bölümlerinde iletişim lisanslıları işletmeciler takip etmektedir. 20 işletme lisanslı öğretim üyesinin bölümdeki oransal payı %2,9'dur. Radyo televizyon ve sinema bölümlerinde iletişim lisanslıların oranı daha da yükselmektedir. 203 öğretim üyesinin bulunduğu radyo televizyon ve sinema bölümlerinde 135 öğretim üyesi herhangi bir iletişim lisansına sahiptir. Bu rakamın oransal karşılığı %66,5'tir. Bölümdeki diğer alanlardan lisanslılar sıralamasında dilbilimciler başı çekmektedir. Bölüm toplamının %4,9'unu oluşturan dilbilimcilerin sayısı 10'dur. Reklamcılık bölümü verileri de radyo televizyon ve sinema bölümünün verilerine yakındır. 20 öğretim üyesinin bulunduğu bölümde 13 öğretim üyesi iletişim lisanslıdır. Bu rakamın oransal karşılığı %65'tir. Bölümdeki en kalabalık ikinci lisans alanı ise işletmedir. Bölümdeki dört işletme lisanslı akademisyen %20'lik bir orana karşılık gelmektedir. Yeni medya bölümündeki iletişimcilerin oranı %50'dir. Dört öğretim üyesinin ikisi iletişim formasyonludur. Diğer öğretim üyeleri ise siyaset bilimi ve eğitim bilimleri lisans diplomasına sahiptir. Görsel iletişim tasarımı ve iletişim bilimleri bölümlerinde ise tablo biraz daha farklı görünmektedir. Her iki bölümde de

iletisimcilerin salt çoğunluğu dahi oluşturmadiğı görülmektedir. Görsel iletişim tasarımı bölümü kadrosunda yer alan 25 öğretim üyesinin sadece dokuzu herhangi bir iletişim alanından lisans diplomasına sahiptir. Bu rakam %36'lık bir kesimi oluşturmaktadır. En yüksek ikinci lisans alanı ise eğitim bilimleridir. Eğitim bilimleri lisanslı dört öğretim üyesi toplam bölüm nüfusunun %16'lık kısmını oluşturmaktadır. Buna göre görsel iletişim tasarımı bölümlerinde yer alan her üç öğretim üyesinin sadece birinin iletişim lisanslı olduğu görülmektedir. İletişim bilimleri bölümlerindeki tablo da görsel iletişim tasarımı bölümlerinden farklı değildir. Toplam 11 öğretim üyesinin bulunduğu iletişim bilimleri bölümlerinde iletişim lisanslıların sayısı sadece dördtür. İletişimciler bölüm toplamının %36,4'lük kısmını oluşturmaktadır. İletişim bilimleri bölümlerinde dilbilimcilerin oranı iletişimcilerle başa baş gitmektedir. Bölümde dört dilbilimci %36,4'lük oranla iletişim lisanslılarla aynı orana sahiptir. Bu veriler göz önünde bulundurulduğunda gazetecilik, halkla ilişkiler ve tanıtım ile radyo televizyon ve sinema gibi köklü bölümlerde iletişimcilerin ağırlıkta olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, yeni medya, reklamcılık, görsel iletişim tasarımı ve iletişim bilimleri gibi son yıllarda yaygınlaşmaya başlayan bölümlerde daha heterojen bir yapı vardır. Gazetecilik bölümlerinde sosyoloji, halkla ilişkiler ve tanıtım ile reklamcılık bölümlerinde işletme, radyo televizyon ve sinema ile iletişim bilimleri bölümlerinde dilbilim, görsel iletişim tasarımı ve yeni medya bölümlerinde ise eğitim bilimleri alanlarının ağırlıkta olduğu dikkat çeken bir başka durumdur.

Tablo 7. Doktora Eğitimine Göre Bölümlere Dağılım

		BÖLÜM						TOPLAM	
		GAZETECİLİK	HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM	RADYO TELEVİZYON SINEMA	YENİ MEDYA	REKLAMCILIK	GÖRSEL İLETİŞİM TASARIM		İLETİŞİM BİLİMLERİ
ERİŞİLEMEDİ	Sayı	5	6	5	0	1	0	0	17
	Bölüm %	2,30%	3,00%	2,50%	0,00%	5,00%	0,00%	0,00%	2,50%
	Toplam %	0,70%	0,90%	0,70%	0,00%	0,10%	0,00%	0,00%	2,50%
İLETİŞİM	Sayı	167	154	174	3	18	16	6	538
	Bölüm %	78,00%	76,60%	85,70%	75,00%	90,00%	64,00%	54,50%	79,40%
	Toplam %	24,60%	22,70%	25,70%	0,40%	2,70%	2,40%	0,90%	79,40%
SOSYOLOJİ	Sayı	7	2	5	0	1	0	1	16
	Bölüm %	3,30%	1,00%	2,50%	0,00%	5,00%	0,00%	9,10%	2,40%
	Toplam %	1,00%	0,30%	0,70%	0,00%	0,10%	0,00%	0,10%	2,40%
İŞLETME	Sayı	4	15	0	0	0	1	0	20
	Bölüm %	1,90%	7,50%	0,00%	0,00%	0,00%	4,00%	0,00%	2,90%
	Toplam %	0,60%	2,20%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%	0,00%	2,90%
SİYASET BİLİMİ	Sayı	8	9	2	0	0	0	0	19
	Bölüm %	3,70%	4,50%	1,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,80%
	Toplam %	1,20%	1,30%	0,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,80%

FELSEFE	Sayı	0	2	1	0	0	0	0	3
	Bölüm %	0,00%	1,00%	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%
	Toplam %	0,00%	0,30%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%
EĞİTİM BİLİMLERİ	Sayı	3	2	1	0	0	4	0	10
	Bölüm %	1,40%	1,00%	0,50%	0,00%	0,00%	16,00%	0,00%	1,50%
	Toplam %	0,40%	0,30%	0,10%	0,00%	0,00%	0,60%	0,00%	1,50%
PSİKOLOJİ	Sayı	0	1	1	0	0	2	0	4
	Bölüm %	0,00%	0,50%	0,50%	0,00%	0,00%	8,00%	0,00%	0,60%
	Toplam %	0,00%	0,10%	0,10%	0,00%	0,00%	0,30%	0,00%	0,60%
SPOR YÖNETİCİLİĞİ	Sayı	1	0	0	0	0	0	0	1
	Bölüm %	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%
	Toplam %	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%
DİLBİLİM	Sayı	3	3	2	0	0	0	1	9
	Bölüm %	1,40%	1,50%	1,00%	0,00%	0,00%	0,00%	9,10%	1,30%
	Toplam %	0,40%	0,40%	0,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%	1,30%
ULUSLARARASI İLİŞ.	Sayı	2	1	0	0	0	0	0	3
	Bölüm %	0,90%	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%
	Toplam %	0,30%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%
TARİH	Sayı	3	1	2	0	0	0	0	6
	Bölüm %	1,40%	0,50%	1,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,90%
	Toplam %	0,40%	0,10%	0,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,90%
BİLİŞİM	Sayı	1	1	0	1	0	0	1	4
	Bölüm %	0,50%	0,50%	0,00%	25,00%	0,00%	0,00%	9,10%	0,60%
	Toplam %	0,10%	0,10%	0,00%	0,10%	0,00%	0,00%	0,10%	0,60%
BİLGİ BELGE YÖNETİMİ	Sayı	0	0	0	0	0	0	1	1
	Bölüm %	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	9,10%	0,10%
	Toplam %	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%	0,10%
SAHNE SANATLARI	Sayı	0	0	1	0	0	0	0	1
	Bölüm %	0,00%	0,00%	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%
	Toplam %	0,00%	0,00%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%
EKONOMETRİ	Sayı	1	1	0	0	0	0	0	2
	Bölüm %	0,50%	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%
	Toplam %	0,10%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%
RESİM GRAFİK	Sayı	0	0	5	0	0	1	0	6
	Bölüm %	0,00%	0,00%	2,50%	0,00%	0,00%	4,00%	0,00%	0,90%
	Toplam %	0,00%	0,00%	0,70%	0,00%	0,00%	0,10%	0,00%	0,90%
HUKUK	Sayı	0	0	2	0	0	1	0	3
	Bölüm %	0,00%	0,00%	1,00%	0,00%	0,00%	4,00%	0,00%	0,40%
	Toplam %	0,00%	0,00%	0,30%	0,00%	0,00%	0,10%	0,00%	0,40%
ÇALIŞMA EKONOMİSİ	Sayı	0	1	0	0	0	0	0	1
	Bölüm %	0,00%	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%
	Toplam %	0,00%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%
SAĞLIK BİLİMLERİ	Sayı	2	1	0	0	0	0	0	3
	Bölüm %	0,90%	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%
	Toplam %	0,30%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%
TURİZM	Sayı	1	0	0	0	0	0	0	1
	Bölüm %	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%
	Toplam %	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%

ANTROPOLOJİ	Sayı	1	0	1	0	0	0	1	3
	Bölüm %	0,50%	0,00%	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	9,10%	0,40%
	Toplam %	0,10%	0,00%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%	0,40%
İKTİSAT	Sayı	2	1	0	0	0	0	0	3
	Bölüm %	0,90%	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%
	Toplam %	0,30%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%
İSTATİSTİK	Sayı	1	0	0	0	0	0	0	1
	Bölüm %	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%
	Toplam %	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%
SANAT TARİHİ	Sayı	0	0	1	0	0	0	0	1
	Bölüm %	0,00%	0,00%	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%
	Toplam %	0,00%	0,00%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%
ZİRAAT MÜHENDİSLİĞİ	Sayı	2	0	0	0	0	0	0	2
	Bölüm %	0,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%
	Toplam %	0,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%
TOPLAM	Sayı	214	201	203	4	20	25	11	678
	Bölüm %	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
	Toplam %	31,60%	29,60%	29,90%	0,60%	2,90%	3,70%	1,60%	100,00%

Öğretim üyeleri doktora alanlarına göre bölümlere oranlandığında ise iletişim doktoralı öğretim üyesi grubunun bariz üstünlüğü göze çarpmaktadır (Tablo 7). Bölümlerin gitgide iletişim merkezli homojenleştiği ortadadır. Lisans eğitimi oranlarına nazaran doktora alanlarındaki iletişimci oranındaki artış, başka alanlardan lisanslı bir kısım öğretim üyelerinin de iletişim alanında doktora yaptığını göstermektedir. Bölümler özelinde incelendiğinde toplam 214 öğretim üyesinin bulunduğu gazetecilik bölümlerinde 167 öğretim üyesi iletişim doktoralıdır. Bu rakam toplam öğretim üyesi sayısının %78'lik bölümünü oluşturmaktadır. Lisans eğitimleri bazında 120 öğretim üyesinin iletişim alanından lisanslı olduğu düşünüldüğünde doktora eğitimi için iletişim alanına yönelme olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Halkla ilişkiler ve tanıtım bölümlerinde de durum gazetecilik bölümlerinden farklı değildir. 201 akademisyenin bulunduğu halkla ilişkiler ve tanıtım bölümlerindeki akademisyenlerin 154'ü herhangi bir iletişim alanından doktoralıdır. Bu rakam toplamın %76,6'lık kesimini oluşturmaktadır. Lisans eğitime göre doktora eğitiminde iletişim alanının oransal artışı, gazetecilik bölümündekilere benzer bir yönelimin halkla ilişkiler ve tanıtım bölümleri içinde geçerli olduğunu göstermektedir. Halkla ilişkiler ve tanıtım bölümlerinde işletme formasyonlu öğretim üyesi ağırlığı, lisansta olduğu gibi doktora da bariz hissedilmektedir. 15 işletme doktoralı halkla ilişkiler akademisyeni toplam sayının %7,5'ini oluşturmaktadır. Radyo televizyon ve sinema bölümlerinde iletişimcilerin oranı daha da yükselmektedir. 203 radyo televizyon ve sinema akademisyeninin 174'ü iletişim alanından doktoralıdır. Bu rakam %85,7'lik orana karşılık gelmektedir. Yeni medya bölümlerinde bulunan dört öğretim üyesinin üçü, reklamcılık bölümlerinde ise 20 öğretim üyesinin 18'i iletişim alanından doktoralıdır. Görsel iletişim tasarımı ve iletişim bilimleri bölümlerinde ise iletişimcilerin oranları nispeten daha düşüktür. Görsel iletişim tasarımı bölümlerinde bulunan 25 öğretim üyesinin 16'sı iletişim alanından doktoralıyken dokuz başka alanlarda doktora yapmışlardır. Söz konusu bölümdeki iletişimci oranı %64'tür. İletişim bilimleri bölümlerinde ise 11 öğretim üyesinin altısı iletişim doktoralıdır. Bu rakam %54'lük bir

oranı oluşturmaktadır. Buna göre iletişim doktoralı öğretim üyesi oranının en yüksek olduğu bölüm reklamcılıktan, en düşük olduğu bölüm iletişim bilimleridir.

Sonuç ve Öneriler

İletişim eğitiminin Türkiye'deki yarım yüz yılı aşan serüveninin günümüzdeki görünümünün öğretim üyesi sosyolojisi perspektifinden değerlendirildiği çalışma sonucunda akademisyen kompozisyonunun parçalı bir yapıdan ibaret olduğu saptanmıştır. Sosyal bilimlerin birçok alt disiplininin öğretim üyelerinin iletişim fakültelerinin eğitimci kadrosunda yer aldığı gibi sağlık ve fen bilimlerinden de bazı öğretim üyelerinin iletişim akademisinde yer aldığı gözlenmiştir. Görmezden gelinemeyecek bu realiteye rağmen unvanlara göre dağılım göz önünde bulundurulduğunda iletişim akademisinin gitgide müstakil bir bilim dalı olma yolunda evrilmesi de akademi açısından olumlu karşılanabilecek bir gelişmedir. Zira lisans ve doktora formasyonları açısından unvanlara göre bir değerlendirme yapıldığında Dr. Öğretim Üyesi unvanına sahip akademisyenler arasında Doç. Dr. ve Prof. Dr. unvanlı akademisyenlere oranla iletişim bilimleri formasyonlu popülasyonun arttığı gözlemlenmektedir. Yani, son zamanlarda yetişen iletişim akademisyenleri iletişim bilimleri alanından yetişmektedir. Göze çarpan bir diğer nokta ise lisans ve doktora formasyonlarının farklılaşmasıdır. Özellikle lisansı farklı bir disiplinden olup doktorası iletişim bilimleri olan akademisyen sayısı yadsınamayacak kadar fazladır. Buna göre farklı alanlardan iletişim bilimlerine doktora düzeyinde de olsa bir yönelme söz konusudur.

İletişim bilimlerinin alt disiplinlerine göre bir değerlendirme yapıldığında ise hala çeşitli sosyal bilim disiplinlerinin özgül ağırlığı hissedilmektedir. Bölümlerin diğer bölümlerle paydaşlığı incelendiğinde sosyoloji formasyonlu akademisyenlerin gazetecilik bölümlerinde, işletme formasyonlu akademisyenlerin halkla ilişkiler tanıtım ve reklamcılık bölümlerinde, dilbilim formasyonlu akademisyenlerin iletişim bilimleri ile radyo televizyon ve sinema bölümlerinde, eğitim bilimleri formasyonluların ise görsel iletişim tasarımı ve yeni medya bölümlerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Bu dağılım ile söz konusu bölümlerin birbirlerine olan disiplinler mesafesi arasında anlamlı bir ilişki kurmak mümkündür. Zira halka ilişkilerin bir yönetim fonksiyonu olduğu gerçeği, yine reklamcılığın endüstriyel üretim ilişkilerinin ve pazarlama zincirinin bir ayağını oluşturması, işletme disipliniyle aralarında düz bir korelasyon olmasını anlaşılır kılmaktadır. Yine benzer şekilde bir iletişim unsuru olan dil ve edebiyat yapıları üzerine yoğunlaşan dilbilim disiplini ile iletişim bilimleri ve radyo televizyon ve sinema disiplinlerinin kesişim kümelerinin varlığı, söz konusu yoğunlaşmanın açıklanmasına yardımcı olmaktadır.

Son tahlilde iletişim fakültelerindeki öğretim üyesi profilinin çok çeşitli ve melez bir yapıya sahip olduğu saptanmıştır. Söz konusu yapılanmanın disiplinlerarasılığın gereklerine göre gerçekleştirilip gerçekleştirilmediğiyle ilgili üretim çıktılarına bakmak, bu çalışmayı daha anlamlı kılacaktır. İnceleme konusu yapılan iletişim akademisindeki akademik evren tarafından yapılan bilimsel araştırmaların niteliksel özelliklerinin ortaya konması, disiplinlerarasılık tartışmalarını netleştirecektir.

Kaynakça

- Abadan-Unat, N. (1972). *Batı Avrupa ve Türkiye’de basın yayın öğretimi*. Ankara: Sevinç Matbaası.
- Değirmenci, K. (2011). Sosyal bilimlerde disiplinlerarasılığ ve disiplinler ayrımı yeniden düşünmek. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, İletişim Eğitimi Özel Sayısı*, (15), 72-80.
- İnal, A. (1996). *Haberi okumak*. İstanbul: Temuçin Yayınları.
- İnuğur, M. N. (1988). *Türk basınında iz bırakanlar*. İstanbul: Der Yayınları.
- Öztürk, S. (2011). İletişim eğitiminin hedefi: Yeni bir entelektüel yaratmak, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, İletişim Eğitimi Özel Sayısı*, (15), 145-156.
- Tellan, D. (2011). Halkla ilişkiler eğitiminin bağlamı: İletişim, sosyal bilimler ya da onay üretimi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, İletişim Eğitimi Özel Sayısı*, (15), 11-31.
- Tokgöz, O. (2015). Başlangıçtan günümüze Türkiye’de iletişim araştırmaları: Eleştirel bir değerlendirme. B. Yıldırım (Haz.) *İletişim araştırmalarında yöntemler içinde* (s. 15-45). Konya: Literatürk Yayınları.
- Tokgöz, O. (2006). Türkiye’de iletişim fakültelerindeki eğitim kadrosunun konumu: Eleştirel bir değerlendirme. *Kültür ve İletişim Dergisi*, 9(1), 33-70.

İnternet Kaynakları

- <http://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/>, Erişim Tarihi: 12.10.2017
- <https://atauni.edu.tr/iletisim-fakultesi>, Erişim Tarihi: 07.10.2017
- <http://if.kocaeli.edu.tr/>, Erişim Tarihi: 07.10.2017
- <http://ilef.ankara.edu.tr/>, Erişim Tarihi: 07.10.2017
- <http://ilef.ibu.edu.tr/index.php/tr/>, Erişim Tarihi: 11.10.2017
- <http://iletisim.akdeniz.edu.tr/>, Erişim Tarihi: 10.10.2017
- <http://iletisim.beun.edu.tr/icerik/1/ana-sayfa/>, Erişim Tarihi: 08.10.2017
- <http://iletisim.bozok.edu.tr/>, Erişim Tarihi: 13.10.2017
- <http://iletisim.comu.edu.tr/index>, Erişim Tarihi: 08.10.2017
- <http://iletisim.cu.edu.tr/tr/>, Erişim Tarihi: 14.10.2017
- <http://iletisim.ege.edu.tr/>, Erişim Tarihi: 12.10.2017
- <http://iletisim.erciyes.edu.tr/>, Erişim Tarihi: 10.10.2017
- <http://iletisim.gsu.edu.tr>, Erişim Tarihi: 06.10.2017
- <http://iletisim.gumushane.edu.tr/>, Erişim Tarihi: 12.10.2017
- http://iletisim.istanbul.edu.tr/tr/_, Erişim Tarihi: 09.10.2017
- <http://iletisim.kastamonu.edu.tr/index.php/tr/>, Erişim Tarihi: 07.10.2017
- <http://iletisim.marmara.edu.tr/>, Erişim Tarihi: 12.10.2017
- <http://iletisim.omu.edu.tr/>, Erişim Tarihi: 13.10.2017
- <http://iletisim.sdu.edu.tr/>, Erişim Tarihi: 15.10.2017
- <http://iletisim.usak.edu.tr/>, Erişim Tarihi: 11.10.2017
- http://ogrenciotomasyonu.alparslan.edu.tr/oibs/bologna/fakulte_bologna.aspx?curFakKod=08, Erişim Tarihi: 09.10.2017
- <http://tif.giresun.edu.tr>, Erişim Tarihi: 11.10.2017
- <http://wenfirat.edu.tr>, Erişim Tarihi: 15.10.2017
- <http://www.akademik.adu.edu.tr/fakulte/iletisim/default.asp?idx=323233>, Erişim Tarihi: 12.10.2017
- <http://www.aksaray.edu.tr/asu.asp?asu=488>, Erişim Tarihi: 06.10.2017

- <https://www.anadolu.edu.tr/akademik/fakulteler/225/iletisim-bilimleri-fakultesi/genel-bilgi>, Erişim Tarihi: 12.10.2017
- http://www.cumhuriyet.edu.tr/akademik/fak_iletisim/, Erişim Tarihi: 14.10.2017
- <http://www.dicle.edu.tr/iletisim-fakultesi>, Erişim Tarihi: 15.10.2017
- <http://www.ilet.gazi.edu.tr/>, Erişim Tarihi: 15.10.2017
- <http://www.iletisim.hacettepe.edu.tr/>, Erişim Tarihi: 07.10.2017
- <http://www.iletisim.sakarya.edu.tr/tr>, Erişim Tarihi: 11.10.2017
- <https://www.inonu.edu.tr/tr/cms/iletisim>, Erişim Tarihi: 06.10.2017
- <http://www.ktu.edu.tr/iletisim>, Erişim Tarihi: 12.10.2017
- <http://www.mersin.edu.tr/akademik/iletisim-fakultesi>, Erişim Tarihi: 06.10.2017
- <http://www.mku.edu.tr/main.php?location=iletisim>, Erişim Tarihi: 10.10.2017
- <https://www.munzur.edu.tr/birimler/akademik/fakulteler/iletisim/Pages/Default.aspx>, Erişim Tarihi: 09.10.2017
- <http://www.nigde.edu.tr/iletisim>, Erişim Tarihi: 10.10.2017
- <http://www.pau.edu.tr/if/tr>, Erişim Tarihi: 08.10.2017
- <http://www.selcuk.edu.tr/iletisim/tr>, Erişim Tarihi: 07.10.2017

16 Nisan 2017 Anayasa Değişikliği Referandumu Örneğinde İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Oy Verme Kararlarında Seçim Mecralarının Etkisi

The Effects of the Election Mediums on Voting Decisions of the School of Communication
Students: The Example of the Constitutional Referendum Held on 16th April, 2017

Metin İŞİK*
K. Özkan ERTÜRK**
Elif ŞEŞEN***

Öz

Siyasal kararlara katılım demokratik yapının gerekliliği olarak modern toplumların gündeminde önem arz eden bir olgudur. Siyasal katılımın ilk akla gelen şekli olan oy verme davranışı, toplum içerisinde bireyin sosyoekonomik ve sosyal psikolojik süreçlerinden etkilenmektedir. Bu süreci etkileyen bir başka önemli öge de kitle iletişim araçlarıdır. Zira temsili demokrasilerin hakim olduğu günümüz modern toplumlarında, bilgisayar ve internet teknolojilerinde kaydedilen ilerlemeler, bilginin zaman ve uzam içerisindeki dolaşımını artırarak şekillendirmekte ve bu durum bireyin kamusal olaylara bakışı üzerinde de etkili olabilmektedir. Siyaset ile iletişimin birleşiminden doğan ve bu iki alanın birbirinden ayrılmasını gittikçe güçleştiren siyasal iletişimin, kitle iletişim araçlarına bağımlı bir görünüm arz ettiği söylenebilir. Bu çalışma, aldıkları eğitimle gelecekte bu alana yön vermeleri beklenen iletişim fakültesi öğrencilerinin siyasal gündem takibi ve oy verme davranışlarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. 16 Nisan 2017 Anayasa Değişikliği Referandumu örneğinde iletişim fakültesi öğrencilerinin medya kullanım alışkanlıkları ile oy verme davranışı arasındaki ilişki üzerine gerçekleştirilen bu çalışmada iletişim mecralarının öğrencilerin siyasal kararlara katılımına etkisinin sınırlı kaldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Referandum, Siyasal İletişim, Oy Verme, Politik Gündem Takibi, Anayasa Değişikliği

* Prof. Dr., Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi, Sakarya, Türkiye, imetin@sakarya.edu.tr
Orcid ID: 0000-0001-5984-0328

** Prof. Dr., Düzce Üniversitesi, Sanat ,Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Düzce, Türkiye, ozkanerturk@mynet.com
Orcid ID: 0000-0003-0804-3470

*** Dr. Öğr. Üye., Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Niğde, Türkiye, elifsesen@gmail.com,
Orcid ID: 0000-0002-8513-9647

Abstract

Participation in political decisions as the necessity of the democratic structure, is an important issue in the agenda of modern societies. Voting behavior which is the first form that comes to mind of political participation, has been influenced by the individual's socioeconomic and social psychological processes in the society. One of the most important factor affecting this process is the mass media. In modern democracies, progress in computer and the Internet technologies increases the circulation of information in time and space, which can affect the individual's view and thought about public issues. It can be said that the political communication that emerged as a result of the combination of politics and communication and which is getting more and more difficult to separate these two fields has become dependent on mass media. This study aims to reveal the politic agenda following and voting behaviors of communication faculty students who are expected to lead this field in the future with their education. In this study which was conducted to examine the relationship between the media usage habits of school of communication students and voting behaviors in the example of the 16th April Constitutional Referendum, has been concluded that the influence of communication mediums on the participation of students in political decisions is limited.

Keywords: Referendum, Political Communication, Voting, Politic Agenda Following, Constitutional Amendment

Giriş

Siyasal kararlara katılma, diğer bir deyişle bireyin siyasal tercihlerini ifade etmesi, sosyal bir varlık olarak insanın toplum içerisindeki konumlanışıyla yakından ilgilidir. Bireyin yakın çevresi ve bu toplumsal çevre ile iletişim biçimi, geçmiş tecrübeleri, yaşam şekli, aile yapısı ve eğitim süreci siyasal kararlara katılım tercihini etkilemektedir. Siyasal katılım sürecinde kitle iletişim araçları, bireyin bilgi düzeyi ve olayları anlamlandırmasında etkili olmaktadır. Süreç içerisinde kitle iletişim araçlarını vazgeçilmez kılan, yazılı-basılı ya da sesli-görüntülü materyalle işlenmiş iletiyi, dünyanın her yerindeki bireye ulaştırabilmesi; en zayıf, en mahrem anında bile onu yakalayabilmesi ve bu sayede bireyi hem fert olarak hem de içinde bulunduğu sosyal çevresiyle birlikte etkilemesidir (Anık, 2000, s. 58).

Günümüzde siyasal iletişimin, kitle iletişim araçlarına bağımlı bir görünüm sergilediğini söylemek mümkündür. Siyasal iletişim açısından adaylara ya da partilere sempati duyan seçmenlere etkin ve kullanılabilir bilgi iletilmesinin önemini ve değerini vurgulayan Trent ve Friedenberg (1983), siyasal iletişim sürecinin yönlendirilmesinde kitle iletişiminin önemli bir rol oynadığını söylemektedirler. Yönetenler ve yönetilenler arasında fikir, etki ve bilgi akışını, bir başka deyişle iletişimi sağlayan birimler olarak kitle iletişim araçları yaşamsal bir öneme sahiptirler.

Temsili demokrasilerin vazgeçilmez ve ayrılmaz bir parçası olarak kabul edilen seçimler, siyasal sistem içinde yöneten-yönetilen arasındaki iletişimi sağlamakta ve siyasetçilere politikaları ve uygulamalarıyla ilgili seçmenlerin tepkilerini ulaştıran bir geri besleme süreci olarak işlemektedir

(Cotteret ve Emeri, 1995). Seçim dönemlerinde vatandaşların, kampanya bilgilerini doğrudan adaylardan alması pek mümkün değildir. Kitle iletişim araçları bu süreçte başta gelen mecra niteliğindedir. Kişisel iletişim, söylentiler ya da kişilerarası görüşme ve tartışmalar aracılığı ile bilgi dolaşımında etkin bir rol oynar; ancak, seçmenlerin kendi aralarında yaptıkları tartışmaların ya da görüşmelerin temel konuları, haber medyasında yer alan öykülerden oluşur (Uztuğ, 2004). Seçim kampanyalarının yapıldığı süre içerisinde seçmenler etkilenmeye açık bir duruma gelir, medyanın etkileme oranı artar ve insanlar medyanın siyasal bilgilendirmesine göre davranışlarını değiştirebilirler (Güz, 1996, s. 986). Demokratik rejimlerde seçim dönemlerinde kamuoyunun ilgisini yoğunlaştırdığı kitle iletişim araçları, bu süreçte haber verme ve bilgi sağlamanın yanında, etkileme ve yönlendirme gücüne de sahiptir. Bu dönemlerde kitle iletişim araçları, gündemi takip edebilmek ve yeni gelişmelerden haberdar olabilmek adına toplumun büyük bir kesimi için temel iletişim mecrası niteliğindedir. Bu kesimlerden biri de gençlerdir.

Medyanın siyasal katılımı nasıl etkilediğine dair daha derin bir anlayış kazanmayı hedefleyen bu çalışmada, mevcut bulguların genişletilmesi amacıyla siyasal katılımın kuramsal boyutuna dair bilgi sahibi olduğu kabul edilen ve ayrıca teknolojiyi yoğun olarak kullanmakta olan bir kesim olarak üniversite öğrencileri hedef kitle olarak belirlenmiştir. Çalışmada 16 Nisan 2017 Anayasa Değişikliği Referandumu öncesi ve sonrasında iletişim fakültesi öğrencilerinin siyasal katılımı ile medya kullanımları arasındaki ilişki araştırılmıştır.

Kitle İletişim Araçlarının Siyasal Katılıma Etkisi

Siyasal katılım, liberal demokratik sistemlerin merkezi bir ilkesi ve vatandaşlık sorumluluğunun da önemli bir parçası olarak kabul edilmektedir. Demokratik kurumlar açısından, siyasal katılım tek bir kararın onaylanması ya da bir bütün olarak politik sistemin desteklenmesini sağlayan bir mekanizmadır. Siyasal katılım kavramı, siyasal bilimciler için popülerliğini hep korumuş ve birçok araştırmaya konu olmuştur. Siyasal katılım “ya uygulanan kamu politikalarını etkileyerek doğrudan, ya da bu politikaları tasarlayan siyasal aktörlerin seçimini etkileyerek dolaylı olarak hükümet hareketlerini etkileyebilecek davranış”tır (Verba’dan aktaran Yamamoto, Kushin ve Dalisay, 2013, s. 4). Kate Kenski ve Natalie J. Stroud (2006) ise siyasal katılımı, “bir kampanyaya bağlı yapma veya başkalarını oy kullanmaya ikna etme gibi siyasetle ilgili faaliyetlerde bulunma” olarak tanımlamaktadırlar (s. 174).

Siyasal katılımı bir siyasal davranış olarak ele alan Ersin Kalaycıoğlu’na (1983) göre siyasal katılım, “siyasal sistem içerisinde yer alan bireylerin, siyasal karar vericilerin aldıkları kararların niteliklerini etkileyebilmek üzere ortaya koydukları davranış ve faaliyetleri” ifade etmektedir (s. 9). Mustafa Aydın’a (2006) göre ise siyasal katılım, “yönetilenlerin yönetim sürecine etkileri” olarak anlaşılabilir (s. 172).

İlter Turan (1986), siyaset olgusunu ve siyasal katılımı daha iyi anlayabilmek için kişilerin, siyasal olana duydukları ilgi, siyasal olana ilişkin bilgi düzeyleri ve siyasal tutumlarının göz önünde tutulması gerektiğini söylemektedir (s. 67). Aslında siyasal katılımın çok farklı yolları vardır ancak klasik demokrasi anlayışıyla özdeşleşen ve ilk akla gelen oy kullanmadır. Siyasal davranışın bir alt

eylemi olarak oy verme, sosyoekonomik (yaş, gelir, meslek, cinsiyet, eğitim, yerleşim) ve psikolojik etmenlerden etkilenerek, siyasal kültür ve siyasal toplumsallaşma içinde biçimlenir (Sarıbay, 1994). Siyasal katılımın azaldığına dair araştırma sonuçları dikkate alındığında vatandaşları katılım için harekete geçmeye nelerin teşvik ettiğini anlamak daha önemli hale gelmiştir (Martin, 2012). Siyasal katılım; mitinglere katılma, politikacılarla doğrudan temas kurma, oy verme gibi geleneksel yolların yanı sıra dijital teknolojiler vasıtasıyla karar vericileri etkilemeye yönelik geleneksel olmayan yolları da kapsamaktadır. Çeşitli araştırmalardan elde edilen sonuçlar, oy kullanmanın hala temel siyasal katılım şekli olduğunu göstermekle birlikte, bu geleneksel davranışın büyük oranda geleneksel olmayan katılım yolları ve araçlarının etkisiyle biçimlendiğini göstermektedir.

Demokratik rejimlerde siyasal kararlara katılım her ne kadar özünde bireysel bir davranış olan oy verme ile nihayete ermiş olsa da, bireyin kararlarında içinde bulunduğu yakın ve uzak çevreyle bilgilendirme düzeyi ve yönlendirmeler de etkili olabilmektedir. Bu noktada bireyin kararları üzerinde değer verdiği ya da vermediği, dikkate aldığı ya da almadığı birçok kişi ve farklı odaklardan edindiği bilgiler etkili olabilmektedir. Michael X. Delli Carpini ve Scott Keeter (1996) siyasal bilginin oy kullanma olasılığı üzerinde güçlü bir etki yarattığı sonucuna ulaşmışlardır. Nakwon Jung, Yonghwan Kim ve Homero Gil de Zúñiga'nın (2011) araştırması da siyasal bilginin siyasal katılımı önemli ölçüde etkilediğini göstermektedir. Charles Atkin ve Gary Heald'a (1976) göre ise, politik haber ve bilgiye ilgi gösteren kişilerin bir seçimde oy kullanacaklarına dair beklenti de artmaktadır (s. 218). Bir başka deyişle, siyasal katılıma ilk adım, siyasal konulara ilgi göstermektir. Bu bakımdan siyasal katılım açısından medyada bilgi arayışı önemli bir etkidir. Çünkü geleneksel toplum yapısında çözümlere yol açan değişme ve gelişme süreçlerinde görülen, seçmenin yalnızlaşarak evinde yalıtılmış olması durumu medyanın, siyasal konularda bilgi edinmede daha önemli hale gelmesine yol açmıştır (Yıldız, 2002, s. 104).

Demokrasi ile yönetilen ülkelerde medya, toplumu bilgilendirme, demokrasi kültürünü yerleştirme, gündemdeki kamusal tartışma konularıyla ilgili duyarlılığı artırarak katılımı sağlama ve toplumsal seferberliği geliştirme gibi önemli işlevler üstlenmektedir (Damlapınar ve Balcı, 2014, s. 56). İletişim araçları bu işlevlerini yerine getirirken aynı zamanda biçim ve içeriklerine bağlı olarak bir takım toplumsal süreçlere de etki etmektedir. Siyasal tercihler de toplumun büyük bir bölümünün zaman zaman gündemini meşgul eden önemli bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Zaman içerisinde demokrasinin gelişerek kurumsallaşması, siyasal tercihin toplumsal rolünü artırması, oy verme davranışının da giderek daha büyük bir öneme sahip olup kamuoyunun büyük bir bölümünün ilgisini çekmesi sonucunu ortaya çıkarmıştır. Kitle iletişim araçları, taraflı olsun ya da olmasın bir biçimde ilettiği bilgilerle siyasal süreçlerde etkili olmaktadır. Nitekim, Oya Tokgöz'ün (1978) de belirttiği gibi, "Siyasal dünya hakkındaki bilgiler, medya yoluyla ikinci el gerçekler olarak bireylere ulaştırılmaktadır. Kişiler, bu araçlardan toplumda yaygınlıkları ölçüsünde ve kişisel alışkanlıklarına göre yararlanmaktadır" (s. 80). Kitle iletişim araçlarının dünyaya ilişkin imgeleri biçimlendirme gücü, medya-siyasal davranış ilişkisinin önemli bir boyutunu oluşturmaktadır. Kitle iletişim araçları ya da kısaca medyanın, modern insanın dünyaya ilişkin imgelerini yaratmasına katkıda bulunduğu dikkat çeken Knut Lundby ve Helge Ronning (1997), medyayı yurttaşların bazı kamusal sorunları ve bazı

temel değerleri, tartışma ve söylem yoluyla inşa ettikleri ve dolayısıyla toplumsal, kültürel ve siyasal temsiliyete aracı yapılar olarak tanımlamaktadırlar (s. 19).

Günümüzde siyasal bilginin mevcut ve potansiyel seçmenlere aktarılmasında kitle iletişim araçları ve bu araçlar içinde de internet öncelikli bir yere sahiptir. Bugün uydu teknolojileri sayesinde coğrafi şartlar dolayısıyla ulaşımı zor olan bölgelerde vatandaşlarla bilgi alışverişinde internet ve sosyal ağlar büyük önem taşımaktadır (Chun, Shulman, Sandoval ve Hovy, 2010, s. 3). Milyarlarca insanın kullandığı internet, eğlence aracı olmanın ötesinde insanların bilgiye olan ihtiyacını karşılayan bir kitle iletişim aracı olarak işlev görmektedir (Tongut ve Akman, 2014, s. 121). İnternet, sosyal ve politik davranış için geniş fırsatlar sunan yeni bir kamusal çevre inşa etmektedir (Shah, Kwak ve Holbert, 2001; Stanley ve Weare, 2004). Siyasal tercihlerin ifade edilmesinde, pekiştirilmesinde ve yaygınlaştırılmasında siyasi parti ve liderlerce başvurulan temel araçlardan biri halini alan sosyal medyanın siyasi katılımı ve tartışmayı artırma potansiyelini kullanan bireyler, siyasal partileri ya da liderleri takip etmenin yanı sıra birbirleriyle de siyasal konularda etkileşimler gerçekleştirebilmektedirler (Bayraktutan vd., 2014, s. 60). Siyasal tercihlere katılım sürecinde internet, siyasete katılım için online seçim anketleri, tartışmalar, bloglar ve sosyal ağlar gibi yeni fırsatlar sunmaktadır. Lynda L. Kaid ve Christina Holtz-Bacha'ya (2008) göre bloglar, podcastlar, online katılımı ve geri bildirim almayı sağlayan siyasi web siteleri, sosyal ağlar ve online video paylaşımı gibi online araçlar siyasal iletişim sürecinde önemli bir role sahiptir. Ancak yeni medyanın seçim kampanyalarının başarısı ya da başarısızlığına etkisi henüz tam olarak ölçülememiş olup araştırmalarda çelişkili sonuçlara ulaşılmıştır (Fama ve Tam, 2010, s. 85). Siyasal karar alma sürecinde kitle iletişim araçlarının rolü üzerine çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Örneğin Baki Can'a (2005) göre seçimler öncesinde vatandaşların adaylar hakkında bilgi edindikleri kaynaklar arasında medya ilk sırada yer almakta, medyayı aile ve arkadaşlar takip etmektedir. Karin Gwin Wilkins (2000) de haber takibinde televizyon ile gazete kullanım oranlarının benzer olduğunu ve siyasal katılımı pozitif ilişkili olduğunu göstermektedir. Adem Doğan ve Göksel Göker'in (2013) çalışması adayların televizyondaki konuşmaları ile çeşitli programlardaki performanslarının seçmenlerin siyasi tercihlerini etkilediği yönündedir. Saiful Mujani ve R. William Liddle'in (2010) çalışmasının sonuçlarına göre ise seçmenler seçim kampanyası sırasında haberleri, ilk olarak televizyondan (% 88,8), daha sonra gazeteden (% 34,9) ve internetten (% 30) almaktadırlar. Nurettin Güz'ün (1995) çalışmasına göre de televizyon, seçmenin oy verme kararı sürecinde başvurduğu kitle iletişim araçları arasında ilk sırada gelirken radyo son sıralarda yer almaktadır. Ahmet Kalender'in (2003), Zülfikar Damlapınar ve Şükrü Balcı'nın (2005), Şükrü Balcı ve Hüsamettin Akar'ın (2010) ve Süleyman Karaçor'un (2013) çalışmaları da televizyonun ilk sırada gelen bilgi edinme aracı olduğunu göstermektedir. Gazete, televizyonu takip ederken seçim afişleri son sırada gelmektedir.

Gençler ve Siyasal Katılım

Siyasal katılım ve bu katılımın görünen yüzü olan oy vermede yaş, cinsiyet ve eğitim etkili faktörler olarak öne çıkmaktadır. Nancy Burns, Kay Lehman Schlozman ve Sidney Verba (2001) politik katılımı bireyler arasındaki farkın temel nedenini katılma talebi eksikliğine bağlamakta

ve bu talebin oluşması için kişinin bazı kaynaklara sahip olması gerektiğini vurgulamaktadırlar. Henry E. Brady, Sidney Verba ve Kay Lehman (1995) bu kaynakları zaman, para ve beceri olarak saymaktadır. Bunlardan zaman, politik eylem ve toplantılara katılabilmek için boş/uygun zamana sahip olmayı; para politik katılıma maddi destekte bulunabilmeyi; beceri ise politik süreci anlamak ya da politik amaçlı iletişimde bulunmak gibi katılım için ihtiyaç duyulan zihinsel kapasiteyi anlatmaktadır. Kişisel özelliklere işaret eden bu kaynakların durumu da genel olarak eğitim ve gelir düzeyi ile yakından bağlantılıdır (s. 271).

Çeşitli araştırmalar, yaşın seçimlere katılım ve oy verme üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermiş olup diğer etkenler benzer olsa bile gençlerin daha az oy kullanma eğiliminde oldukları ifade edilmektedir (Dalton, 2002; Oppenhuis, 1995). İleri kapitalist toplumlarda görülen en dikkat çekici eğilim, öğrencilerin siyasal yaşama katılımlarının giderek azalması şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Touraine (2002) bugün genel olarak dünyada, siyasal yaşama karşı bir ilgisizlik duyulduğuna dikkat çekerek toplumsallaşmadan, toplumsal bütünleşmeden, siyasal yaşama katılımdan söz etmenin artık geçmişte gözlemlediğimiz deneyimlerle bağdaşmayan bir iş haline geldiğini, 1980'lerden itibaren oy verme oranlarının giderek düştüğünü ifade etmektedir (s. 188). Jean M. Twenge (2009) de 1,3 milyon üniversiteli hakkındaki bilgelere dayanan 12 araştırmanın sonuçlarını yorumladığı *Ben Nesli* adlı kitabında ABD'de görülen benzer bir eğilimden söz etmektedir. Aynı üniversitede farklı tarihlerde yapılan araştırma sonuçlarına göre 1966'da öğrencilerin %60'ı siyasal olaylarla ilgilenmenin önemli bir yaşam hedefi olduğunu belirtirken, 2000 yılına gelindiğinde öğrencilerin sadece %10'u bu fikre katıldığını söylemektedir (s. 198). Gençlerin seçimlere katılımının giderek azaldığını belirten David Mindich (2005) de ABD, Kanada, Batı Avrupa, Japonya ve Latin Amerika'da durumun benzer olduğuna dikkati çekmektedir (s. 22). Edward Fieldhouse, Mark Tranmer ve Andrew Russel (2007) tarafından yapılan bir başka araştırma, Avrupa'da gençlerin seçimlere katılma oranının yaşlılara oranla daha düşük olduğunu göstermektedir (s. 798). André Blais, Elisabeth Gidengil ve Neil Nevitte (2004) genç nesillerin oy vermeye daha az eğilimli olmalarını, siyasete daha az ilgili olmalarına bağlamakta ve oy vermeyi sadece bir hak değil, ahlaki bir sorumluluk olarak da gören eski kuşaklar gibi düşünmediklerini ifade etmektedirler (s. 221). Bu anlamda seçimlere katılımdaki düşüş aslında daha genel bir sosyal ve kültürel değişimin bir parçası olarak okunabilir. Nitekim günümüzün gençliği haber izlemek ya da gazete okumak için anne babalarından çok daha az vakit harcamakta ve yaşadıkları toplumdaki politik olaylar hakkında bilgi edinme ya da kamusal meseleleri tartışma konusunda daha isteksiz davranmaktadır (Mindich, 2005). Genel olarak düşük düzeyde siyasal ilgi ve bilgiye sahip olan gençler, herhangi bir şeyi değiştirme gücüne sahip olduklarına inanmadıkları gibi politik sisteme ve politikacılara güvenmediklerini ifade etmektedirler (Fer, 2015, s. 2). Siyaset hakkında daha az okuyan, siyasal haberlere daha az ilgi duyan gençlerin siyaset hakkındaki bilgilerinin de sınırlı olduğunu belirten Delli Carpine ve Keeter (1996) bu durumu "zayıf vatandaşlık" olarak adlandırmaktadırlar.

Mevcut durumu farklı okuyanlar ise gençlerin politika ile hala ilgilendikleri ancak bunun için geleneksel yolları takip etmediklerini ileri sürmektedirler (Della Porta ve Mosca 2005; Di Maggio, Hargittai, Neuman ve Robinson, 2001; Norris, 2002). Siyasi partilere üye olmayan gençler dijital

platformlardaki toplumsal olaylara dair kampanyalara gönüllü olarak katılmakta, politik gündemi daha çok internet ve sosyal ağlar üzerinden takip etmektedirler (Bode ve Dalrymple, 2014). Geleneksel siyasete mesafeli olan gençler, aktif oldukları çevrimiçi ağlarda güncel politik konularla ilgili mesajlara maruz kalmaktadırlar (Baumgartner ve Morris, 2010, s. 25). Seçmenleri, siyasi partilere üye olan ve mevcut yollara öncelik veren gelenekseller, mevcut siyasal yapıya muhalif olup yeni politik katılım biçimlerine önem veren dönüşümcüler, her iki katılım yolunu da destekleyen yüksek ilgililer ve her iki katılım biçimine de fazla ilgi göstermeyen düşük ilgililer olmak üzere dört grupta toplanan Davide Calenda ve Albert Meijer (2009) gençler arasında teknoloji aracılı dijital platformları öne çıkaran dönüşümcü siyasal katılım biçiminin daha yaygın olduğunu ifade etmektedirler (s. 884). Darren G. Lilleker ve Karolina Koc-Michalska'nın (2017) araştırmasına göre de eğitim, siyasal katılımı güçlü bir teşvik edici öge olarak karşımıza çıkmakta olup özellikle üniversiteli gençler, dijital platformlardaki siyasal aktivitelere daha yoğun ilgi göstermektedir. Sidney Kraus ve Dennis Davis (1978) ile Brian McNair'in (1995) çalışmaları da medyanın gençlerin siyasal tutumlarını şekillendirmede önemli bir rol oynadığı sonucuna ulaşmıştır. Kenski ve Stroud (2006), Vitak ve ark. (2011), Homero Gil de Zuniga, Nakwon Jung ve Sebastián Valenzuela (2012), Dharma Tintri Ediraras, Dewi A. Rahayu, Ary Natalina ve Winda Widya (2013), Kim Strandberg (2013) ile Weiwu Zhang, Trent Seltzer ve Shannon L. Bichard (2013) tarafından yapılan çalışmalar, sosyal medyanın gençlerin siyasal katılımını etkilediğini göstermektedirler. Kaye D. Sweetser ve Ruthann Weaver Lariscy (2008) adaylar için özellikle genç seçmenleri kazanma ve onlarla iki yönlü bir iletişim kurma konusunda Facebook'un önemli bir mecra olduğunu belirtmektedirler. Vitak ve arkadaşlarının (2011) çalışması, Facebook'un politik amaçlar için kullanım yoğunluğu ve öğrencilerin siyasal katılım düzeyleri arasında pozitif bir ilişki olduğunu öne sürmektedir. Bununla birlikte Matthew James Kushin ve Masahiro Yamamoto (2010) tarafından yapılan çalışmada ise sosyal medyanın genç yetişkinlerin siyasal katılım düzeyine etkisinin oldukça sınırlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Lynda L. Kaid, Mitchell S. McKinney ve John C. Tedesco (2007) gençlerin siyasal katılım eksikliklerini büyük oranda siyasal bilgi eksikliklerine bağladıklarını bulmuşlardır. Shakuntala Banaj ve David Buckingham (2010) gençlerin, geleneksel medyada bulamadıkları siyasal bilgiye ulaşmak için internet ve sosyal medyayı kullandıklarını ortaya koymuşlardır. Sonia Livingstone ve Moira Bovill'in (2000) çalışmasına göre ise gençler için haber alma ve takip etmede öncelikli mecra, televizyon olup bunu internet ve gazete takip etmektedir. Şükrü Balcı ve Tuba Bor'un (2015) üniversite öğrencilerini kapsayan araştırmalarında ise siyasal bilgilenme araçları arasında gazete ilk sırada gelirken bunu televizyon ve internet izlemektedir. Diana Owen ve Jack Dennis (1992) çalışmasına göre kadınlar ve erkekler politik bilgi için farklı medyalara başvurmakta, erkekler daha çok gazeteyi kadınlar ise televizyonu tercih etmektedirler.

Yöntem

Bu çalışma eğitim düzeyi aynı olan ve gelecekte siyasal iletişim alanında çalışma ihtimali yüksek olan iletişim fakültesi öğrencilerinin oy verme ve siyasal gündem takibi üzerinde mecra'nın etkisini anlamaya yöneliktir. Çalışma, "İletişim fakültesi öğrencileri siyasal bilgi alma ve siyasal katılım için

hangi araçları kullanıyorlar?”, “Seçim kampanyasında kullanılan iletişim mecralarının etkinliğini nasıl değerlendiriyorlar?” ve “Referandumda dair haber ve paylaşımları referandum öncesi ve sonrasında hangi sıklıkta takip ettiler?” sorularını cevaplamayı hedeflemektedir.

İletişim fakültesi öğrencilerinin seçim kampanyalarında iletişim mecralarının etkileri ve sosyal medya paylaşımlarının oy verme davranışı ve kararı üzerindeki etkisini 16 Nisan 2017 tarihindeki anayasa değişikliği referandumu kampanyası örneğinde anlamayı amaçlayan bu araştırma kapsamında, 3-7 Nisan 2017 ve 17-21 Nisan 2017 tarihleri arasında Sakarya Üniversitesi ile Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi iletişim fakülteleri öğrencilerine anket uygulanmıştır.

Önceki araştırmalar sadece seçim sonrasında yapıldığı için kampanya süresince bir değişim yaşanıp yaşanmadığının ortaya konulabilmesi açısından eksik kalmaktadırlar. Bu çalışma kapsamında anketler, siyasal haberlerin en yüksek noktaya ulaştığı referandumdan önceki bir hafta ile referandumun hemen arkasından gerçekleştirilmiştir. Böylece kampanya süresince takip edilen haberlerin öğrencilerin oy verme kararı ile oyun içeriği üzerindeki etkisi anlaşılmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın amaçları doğrultusunda yalnızca iletişim fakültesi öğrencileri dikkate alınmıştır. Yükseköğretim Kurulu (YÖK) verilerine göre ülkemizde 50’den fazla (KKTC dahil) iletişim fakültesi bulunmaktadır, ancak bu fakültelerin bir kısmında bazı bölümler henüz açılmamış ya da eğitim-öğretime başlanmamıştır. YÖK tarafından açıklanan 2016-2017 Yükseköğrenim İstatistiklerine göre aktif olarak 48 üniversitede 47 iletişim ve 1 iletişim bilimleri fakültesinde yaklaşık 50 bin öğrenci eğitim görmektedir. Araştırmanın evreni Türkiye’deki iletişim fakültelerinin öğrencileridir. Tüm iletişim fakültelerine ulaşmak zaman, maliyet ve emek açısından mümkün olamayacağı için iki üniversitenin iletişim fakülteleri araştırmacıların erişim kolaylığı sebebiyle tercih edilmiştir. Veriler anket yöntemi ile toplanmıştır. Anket formunun referandum öncesi bölümünü 409 öğrenci, referandum sonrası bölümünü 402 öğrenci cevaplamış olup sonuçlar değerlendirilirken önceki bölüme katılmayan 7 öğrenci ile seçme yaşından küçük oldukları için oy kullanamayan 6 öğrenci değerlendirmeye dahil edilmemiştir. Toplam 396 öğrenciden toplanan verilerin değerlendirilmesinde SPSS 19.0 istatistik programındaki frekans analizi kullanılmıştır. Yahşi Yazıcıoğlu ve Samiye Erdoğan (2004) tarafından önerilen 0,95 güvenirlilik ve 0,05 örneklem hatası ile temsil edilebilecek evren büyüklüklerine dair Tablo 1’e göre 396 kişilik bir örneklemin 1.000.000 kişilik bir evreni temsil edebileceği görülmektedir ve dolayısıyla araştırmanın örneklem sayısının yeterli olduğu söylenebilir (s. 49).

Tablo 1. Örneklem Sayıları

Evren Büyüklüğü	100	500	750	1000	2500	5000	10000	25000	50000	100000	1000000
Örneklem Sayısı	80	217	254	278	333	357	370	378	381	383	384

Araştırma kapsamındaki 48 fakültenin müfredatları genel olarak incelenmiş ve hemen hemen tüm üniversitelerde öğrencilerin Siyaset Bilimi, Siyasal Düşünceler Tarihi, Siyasal İletişim, Siyasal Davranış, Siyasal Reklam, Kamuoyu Araştırmaları, İmaj Yönetimi gibi siyaset ile iletişimin kesişimindeki çeşitli dersleri aldıkları görülmüştür. Bu bakımdan iletişim fakültesi öğrencilerinin

siyasal iletişimde kullanılan kitle iletişim araçlarının etkinlik ve verimliliğine dair temel düzeyde bilgi sahibi oldukları ifade edilebilir. Gelecekte siyasal iletişim alanında çalışma ihtimali yüksek olan iletişim fakültesi öğrencilerinin başta çağın yükselen medyası internet ve sosyal medya olmak üzere iletişim mecraları hakkında da fikir sahibi olmaları beklenecektir.

Araştırmada iletişim araçları ve sosyal medyanın etkinliğinin ortaya konulabilmesi için referandum öncesinde ve sonrasında aynı öğrencilere anketler kâğıt üzerinde dağıtılarak uygulanmıştır. Anket formları sahaya uygulanmadan önce 10 kişilik bir örneklem grubu üzerinde ön test gerçekleştirilmiş, anlaşılabilirlik ve yapılacak analizlere uygunluk düzeyi saptanarak gerekli düzenlemelere gidilmiş, anket formlarına nihai şekli verilmiştir. Nihai anket formları toplam 19 sorudan oluşmakta olup yaş ve cinsiyetle ilgili demografik bilgileri müteakip “her zaman” ile “hiçbir zaman” arasında değişen 5’li Likert ölçeğine dayanan sosyal medya sitelerinin takibine dair sorular bulunmaktadır. Anket formunda öğrencilerden siyasal seçim kampanyalarında sık kullanılan iletişim mecralarının etkinliğini “çok etkili” ile “etkisiz” arasında değişen 5’li Likert ölçeğinde değerlendirmeleri istenmiştir. Referanduma dair haberleri ve partilerin sosyal medya paylaşımlarını ne sıklıkta takip ettikleri referandum öncesi ve sonrasında ayrı ayrı sorulmuştur. Öğrencilere ayrıca referandum öncesi bölümde referandumda oy kullanmayı düşünüp düşünmedikleri, düşünüyorlarsa karar verip vermedikleri sorulmuştur. Referandum sonrası bölümde ise oy kullanıp kullanmadıkları, seçim sürecinde takip ettikleri haberlerin kararlarında etkisi olup olmadığı sorulmuş ve ayrıca referandum öncesindeki kararlarında bir değişiklik olduysa bu değişimde okudukları ya da izledikleri haberlerin etkisini değerlendirmeleri istenmiştir.

Bulgular

Demografik Özellikler

Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özelliklerine bakıldığında yaklaşık %55’inin kadın ve %45’inin ise erkek olduğu, öğrencilerin yaklaşık %46’lık bölümünün 18-20 yaş aralığında yer aldığı görülmektedir. %37,1 oranında 20-22 yaş arasında katılımcı bulunurken %10 oranında da 22-25 yaş arası katılımcı çalışmaya dâhil olmuştur. Öğrencilerin %5,1’lik kısmı ise 25 yaşından büyüktür.

Tablo 2. Demografik Özellikler

		Frekans	Yüzde
CİNSİYET	Kadın	217	%54,8
	Erkek	179	%45,2
	Toplam	396	%100
YAŞ	18’den küçük	6	%1,5
	18-20 arası	183	%46,2
	20-22 arası	147	%37,1
	22-25 arası	40	%10,1
	25’ten büyük	20	%5,1
	Toplam	396	%100

İletişim Mecralarının Etkinliği

Seçim kampanyalarında sık kullanılan iletişim mecralarının etkililiğine dair sonuçlar incelediğinde, öğrencilerin %37,9'u internet sitelerini “çok” etkili, %28,5'i “oldukça” etkili ve %24,2'si de “etkili” bulunduğunu ifade etmektedir. Bu oranlar sosyal medya platformları içinse sırasıyla %57,8, %23,5 ve %13,1'dir. Öğrencilerin %47,5'i televizyonun “çok” etkili, %27,5'i “oldukça” etkili ve %18,2'si ise “etkili” olduğunu düşünürken gazete, radyo ve açık hava mecraları için bu oranların daha düşük olduğu göze çarpmaktadır. Seçim kampanyalarında yüz yüze iletişimin etkisine dair oranlar ise daha yüksektir. Öğrencilerin %44,4'ü yüz yüze iletişimi “çok” etkili, %16,4'ü “oldukça” etkili ve %26,8'i ise “etkili” bir mecra olarak değerlendirmektedir. Öğrencilerin “çok” ve “oldukça” etkili bulunduğu mecraların toplam oranlarına bakıldığında ilk sırada %81,3 ile sosyal medyanın geldiği görülmektedir. Bunu %75 ile televizyon, %66,4 ile internet siteleri, %60,8 ile yüz yüze iletişim, %33,8 ile açık hava izlemektedir. Gazete ve radyo %29,1 ve %13,9 oranları ile son sıralarda yer almaktadır.

Tablo 3. İletişim Mecralarının Etkinliği

	Çok etkili		Oldukça etkili		Etkili		Az etkili		Etkisiz	
	F	Y	F	Y	F	Y	F	Y	F	Y
İnternet siteleri	150	%37,9	113	%28,5	96	%24,2	23	%5,8	14	%3,5
Sosyal medya	229	%57,8	93	%23,5	52	%13,1	5	%1,3	17	%4,3
Televizyon	188	%47,5	109	%27,5	72	%18,2	11	%2,8	16	%4,0
Gazete	30	%7,6	85	%21,5	173	%43,7	85	%21,5	23	%5,8
Radyo	20	%5,1	35	%8,8	70	%17,7	198	%50,0	73	%18,4
Açık hava	59	%14,9	75	%18,9	129	%32,6	83	%21,0	50	%12,6
Yüz yüze iletişim	176	%44,4	65	%16,4	106	%26,8	32	%8,1	17	%4,3

Gündem Takibi Mecraları

Öğrencilerin çok büyük bir kısmı olan yaklaşık %74'ü ülke gündemine dair haberleri ve gelişmeleri internette (gazetelerin web siteleri ve haber siteleri) takip ettiğini belirtmiştir. Gündem takibinde televizyon %21 oranıyla ikinci sırada gelmektedir. İnternet, gündem takibinde ilk sıradaki mecra olmakla birlikte referandumun tarihini öğrencilerin neredeyse yarısı (%49,2) televizyondan öğrendiğini ifade etmiştir. Televizyonu %39 oranıyla internet ve %10,9 oranı ile aile/arkadaş çevresi takip etmektedir.

Tablo 4. Gündem Takibi ve Referandum Tarihi

	Gündem Takibi		Referandum Tarihi	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
İnternet	292	%73,7	155	%39,1
Televizyon	83	%21,0	195	%49,2
Gazete	4	%1,0	2	%0,5
Radyo	3	%0,8	1	%0,3
Aile/arkadaş çevresi	14	%3,5	43	%10,9
Toplam	396	%100	396	%100

Sosyal medya siteleri takibine dair Tablo 5'te görüldüğü üzere, Instagram öğrencilerin %63,4'ü (251 kişi) tarafından, Youtube %39,6'sı (157 kişi) tarafından, Twitter %29,3'i (116 kişi) ve Facebook da %22,7'si (91 kişi) tarafından "her zaman" takip edilmektedir. Öğrencilerin "sık sık" takip ettiklerini belirttikleri sosyal medya siteleri ise sırasıyla Youtube (%38,1), Facebook (%23), Twitter (%22,2) ve Instagram (%17,9) olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya sitelerinin "her zaman" ve "sık sık" kullanım oranlarının toplamı dikkate alındığında Instagram %81,3 oranı ile ilk sırada yer alırken bunu %77,7 oranı ile Youtube, %51,5 oranı ile Twitter ve %45,7 oranı ile Facebook takip etmektedir. We Are Social ve Hootsuite tarafından yayınlanan ve internet ve sosyal medya kullanım istatistiklerini içeren Ocak 2017 tarihli Digital in 2017 Global Overview raporuna göre aktif kullanıcı sayısı bakımından dünya genelinde Facebook ilk sırada, Youtube ikinci sırada, Instagram üçüncü sırada ve Twitter dördüncü sırada gelmektedir. Ülke genelinde en aktif kullanılan sosyal medya platformları sıralamasına göre ise Türkiye'de Youtube ilk sırada gelirken, bunu Facebook, Instagram ve Twitter takip etmektedir. Öğrencilerin sıralamasında Instagram ilk sırada gelmektedir.

Tablo 5. Sosyal Medya Siteleri Takibi

	Her zaman		Sık sık		Bazen		Çok az		Hiçbir zaman	
	F	Y	F	Y	F	Y	F	Y	F	Y
Youtube	157	%39,6	151	%38,1	78	%19,7	3	%0,8	7	%1,8
Facebook	90	%22,7	91	%23,0	88	%22,2	72	%18,2	55	%13,9
Instagram	251	%63,4	71	%17,9	37	%9,3	15	%3,8	22	%5,6
Twitter	116	%29,3	88	%22,2	82	%20,7	22	%5,6	88	%22,2
Scorp	6	%1,5	10	%2,5	27	%6,8	90	%22,7	263	%66,4
Blogger	22	%5,6	21	%5,3	73	%18,4	65	%16,4	215	%54,3

Öğrencilerin ülke gündemine dair haberler ile siyasal gelişmeleri en fazla hangi sosyal medya sitesinden öğrendiklerine dair Tablo 6'da görüleceği üzere Facebook yaklaşık %49 oranı ile birinci sıradadır. Twitter ise %31,4 oranı ile ikinci sırada gelmektedir. Bu durum dünya genelindeki sonuçlarla benzerlik göstermektedir. Zira sosyal medyanın politik katılıma etkilerine yönelik araştırmalar (Di Gennaro ve Dutton, 2006; Calenda ve Meijer, 2009; Kushin ve Yamamoto, 2010; Gerbaudo, 2012; Spada, Mellon, Peixoto ve Sjoberg, 2016) da daha çok Facebook ile Twitter üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bunda Facebook ve Twitter'ın kişiler arasında anlık mail gönderimi ile grup kurma ya da var olan gruplara katılmaya izin

veren yapısının etkili olduğu söylenebilir. Siyasal partilerin de internet üzerinden seçim kampanyalarında Facebook ve Twitter'a öncelik verdikleri söylenebilir.

Tablo 6. Gündem Takibinde Sosyal Medya Siteleri

	Frekans	Yüzde
Facebook	194	%48,9
Twitter	124	%31,4
Youtube	54	%13,6
Instagram	16	%4,1
Blogger	6	%1,5
Scorp	2	%0,5
Toplam	396	%100

Öğrencilerin referandumla dair haberleri, tartışma programlarını ve sosyal medya paylaşımlarını takip sıklıklarına bakıldığında (Tablo 7) referandum öncesinde ilgili haberleri “hemen her gün takip ediyorum” diye cevap verenlerin oranı %34,3, “sık sık takip ediyorum” diyenlerin oranı %28,5 ve “bazen takip ediyorum” diye cevap verenlerin oranı ise %26,8'dir. Referandum öncesindeki sosyal medya paylaşımlarını takip oranları ise sırasıyla %14,4, %33,3 ve %40,2 şeklindedir. Hiç takip etmediğini ifade edenlerin oranları ise haberler için %1,5 ve sosyal medya paylaşımları için de %5,3'te kalmıştır. Oranlar referandum öncesinde referandumla ilgili haber ve sosyal medya paylaşımlarının öğrenciler tarafından büyük oranda okunduğunu ya da izlendiğini göstermektedir. Referandum sonrasındaki haberler ve sosyal medya paylaşımlarının takibine dair oranlara bakıldığında ise “hiç takip etmediğini” söyleyenlerin %5,1 ile %6,1 olduğu görülmektedir. “Fazla takip etmediğini” söyleyenlerin oranlarında fazla bir değişiklik görülmezken “hemen her gün” takip ettiğini söyleyenlerin oranı haberler için %14,4'e ve sosyal medya paylaşımları içinse %23'e düşmüştür. Buna karşın “sık sık” takip ettiğini söyleyenlerin oranlarında yükselme (haberler için %33,3 ve sosyal medya paylaşımları için %44,7) göze çarpmaktadır.

Tablo 7. Haber ve Sosyal Medya Takibi

		Her gün		Sık sık		Bazen		Fazla değil		Hiç	
		F	Y	F	Y	F	Y	F	Y	F	Y
Haber takibi sıklığı	ÖNCE	136	%34,3	113	%28,5	106	%26,8	35	%8,8	6	%1,5
	SONRA	57	%14,4	132	%33,3	159	%40,2	28	%7,1	20	%5,1
Sosyal medya paylaşım	ÖNCE	121	%30,6	134	%33,8	95	%24,0	25	%6,3	21	%5,3
	SONRA	91	%23,0	177	%44,7	82	%20,7	22	%5,6	24	%6,1

Oy Vermede Haberlerin Etkisi

Referandum öncesinde katılımcıların yaklaşık %80'ine tekabül eden 316 öğrenci oy kullanmayı düşündüğünü söylemiş ve katılımcıların %77'sine tekabül eden 305 öğrenci referandumda oy kullandığını belirtmiştir. Referandum öncesinde oy kullanmayı düşünmediğini ifade eden 31

öğrenci ve henüz karar vermediğini söyleyen 49 öğrenci vardır. Referandum sonrasında ise 91 öğrenci oy kullanmadığını ifade etmiştir. Kampanya öncesinde henüz karar vermemiş olan ve kullanmayı düşünmediğini söyleyen öğrencilerin toplamı 80 kişidir ve bu durumda 11 öğrencinin oy kullanmadığı sonucuna varılabilir.

Anketin referandum öncesi kısmında öğrencilerin %81,6'sı (323 öğrenci) vereceği oyun içeriğine karar verdiğini ifade ederken henüz karar vermemiş olanların oranı %18,4'te (73 öğrenci) kalmıştır. Bu durumda oy kullanmayı düşündüğünü söyleyen öğrencilerin (316 kişi) sadece 7'sinin vereceği oyun içeriğine referandum öncesinde karar vermediği sonucuna ulaşılabilir.

Tablo 8. Oy Kullanma

	ÖNCE		SONRA	
	F	Y	F	Y
Evet, düşünüyorum / kullandım	316	% 79,8	305	%77,0
Hayır, düşünmüyorum / kullanmadım	31	%7,8	91	%23,0
Henüz karar vermedim	49	%12,4	X	X
Toplam	396	%100	396	%100

Anketin referandum sonrası kısmında referandumda oy kullandığını belirten öğrencilerden seçim kampanyası süresince izlediği/okuduğu haberlerin kullandığı oy üzerindeki etkisini değerlendirmeleri de istenmiştir. Bu sorunun cevabına dair Tablo 9'da da görüldüğü üzere, öğrencilerin %30,8'i haberleri "etkisiz" olarak değerlendirmiştir. Haberlerin "az etkili" olduğu söyleyen öğrencilerin oranı ise %21,6'dır. Buna karşın öğrencilerin %24,5'i haberleri oy kararları üzerinde "etkili" bulurken öğrencilerin %14,4'ü haberlerin "oldukça" etkili ve %8,7'si de "çok" etkili olduğunu ifade etmiştir.

Tablo 9. Haberlerin Karara Etkisi

	Çok etkili		Oldukça etkili		Etkili		Az etkili		Etkisiz		Toplam	
	F	Y	F	Y	F	Y	F	Y	F	Y	F	Y
Haber Etkisi	26	%8,7	44	%14,4	75	%24,5	66	%21,6	94	%30,8	305	%100

Anketin referandum sonrası kısmında seçim kampanya süreci öncesinde verdiği kararda değişiklik olduğunu söyleyenlerin oranı %26,3 (104 öğrenci) iken bir değişiklik olmadığını belirtenler ise %73,7 (292 öğrenci) oranı ile yaklaşık üç kat fazladır. Öğrencilerin büyük oranda referandum öncesinde karar verdikleri anlaşılmaktadır. Referandum öncesindeki kararında değişiklik olduğunu belirten öğrencilerin, bu değişiklikte seçim kampanyası süresince izlediği/okuduğu haberlerin etkisine dair değerlendirmelerine bakıldığında (Tablo 10) ise öğrencilerin %71,2'i "etkili" sayılabileceğini, %16,4'ü "oldukça" ve yaklaşık %2'si de "çok" etkili olduğunu ifade etmektedir. Bir başka deyişle kararını değiştiren öğrenciler arasında haberleri bu değişimde etkili bulanların oranı toplamda %90'dan fazladır. Buradan hareketle kampanya süresince kararını değiştiren öğrencilerin oranının (%26) yüksek olmamakla beraber kararını değiştiren öğrenciler arasında haberleri bu değişimde etkili bulanların oranının oldukça yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 10. Haberlerin Değişikliğe Etkisi

	Çok etkili		Oldukça etkili		Etkili sayılabilir		Az etkili		Toplam	
	F	Y	F	Y	F	Y	F	Y	F	Y
Haberlerin Değişikliğe Etkisi	2	%1,9	17	%16,4	75	%72,1	10	%9,6	104	%100

Sonuç ve Yorum

Siyasal katılım, seçimlerden çok daha geniş ve çok faktörlü bir olgu olmakla birlikte oy vermek siyasal katılımın önemli bir göstergesidir. Günümüzde siyasal katılımı kitle iletişim araçlarından bağımsız düşünmek neredeyse olanaksız hale gelmiştir. Kitle iletişim araçlarının toplumsal rolünün zamanla daha iyi anlaşılması ve özellikle siyasal süreçlerde daha etkin ve verimli olarak kullanılması, internet ve sosyal medyanın da sürece dahil olmasıyla beraber gözle görülür bir ivme kazanmıştır.

Ülkemizde 16 Nisan 2017 tarihinde gerçekleştirilen Anayasa Değişikliği Referandumu sürecinde, iletişim mecralarının iletişim fakültesi öğrencilerinin oy verme davranışına etkilerini incelemeyi hedefleyen bu çalışma kapsamında uygulanan ankette öğrencilere; gündem takibi, referandumla ilgili haber takibi, iletişim mecraları takibi, oy kullanma, haberlerin kararlara etkisi gibi başlıklar altında sorular yöneltilerek, iletişim mecraları kullanım alışkanlıklarının referandumda oy verme davranışı üzerindeki etkisine bakılmıştır. Anket çalışmasına katılan öğrencilerin yaş ortalaması 18-25'tir. Bununla birlikte ankete yoğun katılımın 18-22 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Öğrencilerin siyasal iletişim mecralarının etkinliğine dair değerlendirmelerine bakıldığında, "çok" ve "oldukça" etkili buldukları mecra sıralamasında sosyal medya ilk sırada gelmektedir. Toplamda televizyon ikinci sırada, internet üçüncü sırada bulunmakta ve radyo da son sırada gelmektedir. İnternet, yüz yüze iletişim ve kitle iletişim araçları gibi mevcut platformlara önemli ve yeni bir araç olarak katkıda bulunarak bu alanlarla çeşitli şekillerde etkileşime girmektedir. Siyasal katılım için yeni fırsatların bu kombinasyonu yeni politik aktiviteleri de içermektedir. İnternetin artık siyasal iletişim de dahil olmak üzere hemen her alanda geleneksel mecraların önüne geçtiğini ileri sürmek yanlış olmayacaktır. Bununla birlikte bu sonuçlarda araştırmanın internet ve sosyal medya kullanım oranlarının diğer yaş gruplarına göre yüksek olduğu gençler üzerinde yapılmış olmasının etkili olduğu da ifade edilebilir. Zira 2016 yılı TÜİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması'na göre Türkiye'de 16-24 yaş arasındaki kişilerin internet kullanım oranı %70, 25-35 yaş arasındakilerin %63, 35-44 yaş arasındakilerin %51'dir. Yaş ilerledikçe kullanım oranı düşmektedir.

Öğrencilerin siyasal gündemi takip mecralarına bakıldığında da internet yaklaşık %74 oranıyla ilk sırada gelmektedir. Bunu %21 oranıyla televizyon takip ederken radyo ve gazete en az başvurulan araçlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sonuç, gençlerin haber takibinde kullandıkları öncelikli mecra olarak televizyonu tercih ettiğini gösteren Livingstone ve Bovill'in (2000) çalışmasından da, daha yeni tarihli olmakla birlikte en fazla tercih edilen mecra olarak gazeteyi işaret eden Balci ve Bor'un (2015) çalışmasından da farklılık göstermektedir. Bununla birlikte öğrencilerin siyasal iletişimde en etkili buldukları mecranın sosyal medya olduğu düşünüldüğünde bu sonuç, iletişim mecralarının etkinliğine dair cevapları ile uyumludur. Ancak öğrencilerin siyasal haber takibinde

sosyal medyayı daha etkili buldukları için mi tercih ettikleri yoksa daha yoğun kullandıkları için mi daha etkili bulduklarını anlamak için farklı çalışmalara ihtiyaç vardır.

Bulgulara göre öğrencilerin en fazla kullandığı sosyal medya sitesi Instagram olmakla birlikte gündem takibinde Facebook ilk sırada gelmektedir. Öğrencilerin referandum tarihini ilk öğrendikleri mecra ise televizyondur. Bunu yakın bir oranla internet takip etmektedir. Bu durumda internet ve sosyal ağlar daha yoğun kullanılmakla birlikte geleneksel mecralar içinde televizyon öne çıkmaktadır.

Referandum öncesi ve sonrası için öğrencilerin haber ve sosyal medya takibi sıklığına bakıldığında referandum öncesinde haber takibinin, referandum sonrasında ise sosyal medya paylaşımlarının yoğun olduğu görülmektedir. Geleneksel mecralar arasında ayrım yapılmaksızın referandum öncesinde ilgili haberleri “her gün” ya da “sık sık” takip ettiğini söyleyen öğrencilerin oranı toplamda yaklaşık %63 olup bu oran referandum sonrasında yaklaşık %48’e düşmüştür. Sosyal medya paylaşım sıklığına dair bulgulara bakıldığında ise referandum öncesinde %64 olan oranın referandum sonrasında yaklaşık %68’e çıktığı görülmektedir. Bu durumun, referandum öncesindeki bilgilendirme ihtiyacı ve referandum sonrasında duygu, düşünce paylaşımı isteğinden kaynaklandığını söylemek mümkündür. Geleneksel mecraların takibinde görülen azalma sosyal medya paylaşımlarında yaşanmamıştır. Bu durum, aslında gençlerin siyasal konularda dijital platformlardaki aktivelere daha aktif oldukları yönündeki araştırma sonuçlarını da desteklemektedir.

Üniversite öğrencileri sosyopolitik gelişmeleri takip eden ve eleştiren bir sosyal grup içinde yer aldıklarından siyasal bilgiye ihtiyaç duyarlar. Seçim dönemleri, politik ilgi ve katılımın daha yüksek olmasının beklendiği bir dönemdir. Araştırma sonuçları (Delli Carpini ve Keeter, 1996; Jung, Kim, ve De Zúñiga, 2011) siyasal ilgi ve bilginin siyasal katılımı artırmada etkili olduğu yönündedir. Seçim dönemlerinde haber takibi için kitle iletişim araçlarının amaçlı kullanımı benzer düşüncedeki kişileri bir araya getiren ağların genişlemesine katkıda bulunabilir. Araştırma bulguları referandum öncesinde katılımcıların %60’ından fazlasının hem geleneksel medyayı hem de sosyal medyayı siyasal gündem takibi için her gün ya da sık sık kullandığını göstermektedir. Bu oran, referandum sonrasında geleneksel medya için düşerken sosyal medya için yükselmiştir. Bu bakımdan yeni medya, gençlere ulaşmak için önemli bir fırsat sunmakta olup özellikle kararsız seçmen açısından daha da öne çıkmaktadır. Çünkü araştırmanın bulguları, oy verme kararı almış öğrencilerin büyük oranda sandığa gittiğine buna karşın referandum öncesinde kararsızların oy vermemeyi tercih ettiğine işaret etmektedir.

Çalışmanın temel sorunsalı olan, çeşitli mecralardaki haberlerin referandum sürecinde oy verme/vermeme kararına etkisi olup olmadığı noktasında, katılımcıların büyük bir çoğunluğunun net bir tutum sergilediğini söylemek zordur. Zira katılımcıların, takip ettikleri iletişim mecralarından edindikleri haberlerin oy verme davranışları üzerindeki etkisine ilişkin görüşlerine yönelik soruya verilen cevaplardan, oy verme ya da karar değiştirmede bariz bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Oy kullandığını söyleyen öğrenciler (305 kişi) ile referandum öncesinde oy kullanmayı düşündüğünü söyleyen öğrencilerin (316 kişi) sayılarına bakıldığında 11 öğrencinin oy vermekten vazgeçtiği anlaşılmaktadır. Oy vermeyi düşünmediğini ifade eden öğrenciler (31 kişi) referandum sonrasında oy vermediğini söyleyen öğrencilerin (91 kişi) üçte biri kadardır. Referandum öncesinde

oy verip vermemeye henüz karar vermediğini söyleyen öğrencilerin (49 kişi) çok büyük bir ihtimalle sandığa gitmedikleri anlaşılmaktadır. Bu sonuca göre, çalışmaya katılan öğrencilerin sosyal medyayı, gündem ve haber takibi için yoğun bir biçimde kullandıkları, bununla birlikte oy verme davranışının şekillenmesinde sosyal medyadan ya da diğer iletişim mecralarından etkilenme düzeylerinin sınırlı olduğunu söylemek mümkündür. Bir başka deyişle iletişim mecralarının öğrencilerin siyasal kararlara katılımına etkisi sınırlı kalmaktadır. Bu durum da sosyal medyanın siyasal katılıma etkisinin sınırlı olduğunu ortaya koyan Kushin ve Yamamoto'nun (2010) çalışma sonuçlarını desteklemektedir. Bu noktadan hareketle, gelecek dönemde bu durumu etkileyen değişkenlere yönelik araştırmalar yapılabilir.

Gençler özellikle de üniversite öğrencileri, geçmişten günümüze sosyal ve siyasal değişimde önemli aktörlerdirler. Siyasal süreçlerden gittikçe uzaklaştığı düşünülen üniversite gençliğinin farklı iletişim mecralarını nasıl değerlendirdiğini anlamak için yapılan çalışmalar bugün ve gelecek için önem taşımaktadır. Siyaset ile iletişimin kesişme noktasında bulunan ve aldıkları eğitimle gelecekte siyasal kampanyalar hazırlama ya da yürütme ihtimalleri yüksek olan iletişim fakültesi öğrencilerinin oy verme kararlarında, sosyal medya başta olmak üzere kitle iletişim araçlarının etkisini anlamak ise siyasal iletişimin rotasını çizmek açısından temel teşkil edecektir.

Araştırma örnekleminin sayısal büyüklüğü yeterli olmakla birlikte bu çalışmanın sonuçları yorumlanırken ve daha ileri araştırmalar yapılırken dikkate alınması gereken sınırlılıkların başında çalışmanın örneklem çeşitliliği gelmektedir. Araştırmanın amacı kapsamında sadece iletişim fakülteleri çalışmaya dahil edilmiştir. Araştırma iletişim fakültesi öğrencilerinin siyasal iletişim sürecindeki mecraları değerlendirme ve etkilenme düzeyleri ile bu dersleri almayan öğrencilerin karar ve davranışlarında farklılık olup olmadığının anlaşılması için diğer fakülte ve üniversitelere de genişletilebilir. Ayrıca ülkemizdeki seçmen davranışı üzerinde iletişim mecralarının etkisine dair daha fazla veri elde edebilmesi ve katılımı etkileyen değişkenlerin ortaya konulabilmesi amacıyla araştırmanın eğitim, yaş, sosyoekonomik durum gibi farklı özellikteki seçmenlere uygulanması da faydalı olacaktır.

Kaynakça

- Anık, C. (2000). *Siyasal ikna*. Ankara: Vadi Yayınları.
- Atkin, C. ve Heald, G. (1976). Effects of political advertising. *Public Opinion Quarterly*, 40(2), 216-228.
- Aydın, M. (2006). *Siyasetin sosyolojisi: Bir sosyal kurum olarak siyaset*. İstanbul: Açılım Kitap.
- Balcı, Ş. ve Akar, H. (2010). Siyasal bilgilenmede iletişim araç ve yöntemlerinin önem düzeyi: 29 Mart 2009 yerel seçimleri Konya araştırması. *E-Journal of New World Sciences Academy Humanities*, 5(2), 282-305.
- Balcı, Ş. ve Bor, T. (2015). Siyasal bilgilenmede televizyonun önem düzeyi. *Global Media Journal*, 5(10), 47-70.
- Banaij, S. ve Buckingham, D. (2010). Young people, the internet, and civic participation: An overview of key findings from the CivicWeb project. *International Journal of Learning and Media*, 2(1), 1-24. DOI: 10.1162/ijlm_a_00038.
- Baumgartner, J. C. ve Morris, J. S. (2010). MyFaceTube politics, social networking web sites and political engagement of young adults. *SAGE*. 28(1), 24-44.
- Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Doğu, B., İslamoğlu, G. ve Aydemir, A. (2014). Siyasal iletişim sürecinde sosyal medya ve Türkiye'de 2011 genel seçimlerinde Twitter kullanımı. *Bilig*, 68, 59-96.
- Blais, A., Gidengil, E. ve Nevitte, N. (2004). Where does turnout decline come from? *European Journal of Political Research*, 43(2), 221-236. DOI: 10.1111/j.1475-6765.2004.00152.x.
- Bode, L. ve Dalrymple, K. E. (2014). Politics in 140 characters or less: Campaign communication, network interaction, and political participation on Twitter. *Journal of Political Marketing*, 15(4), 1-22. DOI: 10.1080/15377857.2014.959686.
- Brady, H., Verba, S. ve Schlozman, L. (1995). Beyond SES: A resource model of political participation. *The American Political Science Review*, 89(2), 271-294.
- Burns, N., Schlozman, K. L. ve Verba, S. (2001). *The private roots of public action: Gender, equality and political participation*. MA: Cambridge: Harvard University Press.
- Calenda, D. ve Meijer, A. (2009). Young people, the internet and political participation: Findings of a web survey in Italy, Spain and The Netherlands. *Information, Communication & Society*, 12(6), 879-898.
- Can, B. (2005). Bir siyasal iletişim aracı olarak televizyon (TBMM TV örneği). *Communication and Media Studies in the Process of Social and Cultural Interaction* (I. International Communication Symposium), Bishkek: Kyrgyz-Turkish Manas University Publications, 251-258.
- Chun, S. A., Shulman, S., Sandoval, R. ve Hovy, E. (2010). Government 2.0: Making connections between citizens, data and government. *Information Polity*, 15, 1-9
- Cotteret, J. M. ve Emeri, C. (1995). *Seçim sistemleri*. A. Kotil (Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Dalton, R. J. (2002). *Citizen politics: Public opinion and political parties in advanced industrial democracies*. London: Seven Bridges Press.
- Damlapınar, Z. ve Balcı, Ş. (2005). Seçmenin zihnindeki aday imajını belirleyen etkenler: 28 Mart 2004 Yerel Seçimleri alan araştırması. *Selçuk İletişim*, 4(1), 58-79.
- Damlapınar, Z. ve Balcı, Ş. (2014). *Siyasal iletişim sürecinde seçimler, adaylar, imajlar*. Konya: LiteraTürk Academia Yayınları.
- De Zuniga, H., Jung, N. ve Valenzuela, S. (2012). Social media use for news and individuals' social capital, civic engagement and political participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17, 319-336. doi: 10.1111/j.1083-6101.2012.01574.
- Della Porta, D. ve Mosca, L. (2005). Global-net for global movements? A network of networks for a movement of movements. *Journal of Public Policy*, 25(1), 165-190.

- Delli Carpini, M. X. ve Keeter, S. (1996). *What Americans know about politics and why it matters?* New Haven, CT: Yale University Press.
- Di Gennaro, C. ve Dutton, W. (2006). The internet and the public: Online and offline political participation in the United Kingdom. *Parliamentary Affairs*, 59(2), 299-313.
- Di Maggio, P., Hargittai, E., Neuman, R. ve Robinson, J. (2001). Social implications of the internet. *Annual Review of Sociology*, 27, 307-336.
- Doğan, A. ve Göker, G. (2013). Genel seçimlerde seçmen tercihi: 12 Haziran 2011 Genel Seçimleri örnek olayı. A. Doğan ve G. Göker (Haz.), *Siyasal iletişim araştırmaları* içinde (s. 109-136). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Ediraras, D. T., Rahayu, D. A., Natalina, A. ve Widya, W. (2013). Political marketing strategy of Jakarta Governor Election in the 2012. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 81, 584-588. doi:10.1016/j.sbspro.2013.06.480.
- Fama, P. A. ve Tam, C. M. (2010). From citizens to netizens: Social media and politics in Malaysia. P. Behke (Ed.), *Social media and politics* içinde (s. 79-85). Singapore: Konrad Adenauer Stiftung.
- Fer, S. (2015). Young people's trends in political trust and views of their declining sense of duty. *Journal of Identity and Migration Studies*, 7(1), 111-132. DOI: 10.2139/ssrn.2574572.
- Fieldhouse, E., Tranmer, M. ve Russell, A. (2007). Something about young people or something about elections? Electoral participation of young people in Europe: Evidence from a multilevel analysis of the European Social Survey. *European Journal of Political Research*, 46(6), 797-822. doi: 10.1111/j.1475-6765.2007.00713.x.
- Gerbaudo, P. (2012). *Tweets and the streets: Social media and contemporary activism*. London: Pluto Press.
- Global Overview Report (2017). 10.03.2017 tarihinde <https://wearesocial.com/uk/blog/2017/01/digital-in-2017-global-overview> adresinden edinilmiştir.
- Güz, N. (1995). Siyasal tercihleri belirlemede kitle iletişim araçlarının rolü (Mart 1994 Yerel Seçimleri Ankara Örneği). *Amme İdaresi Dergisi*, 28(1), 113-128.
- Güz, N. (1996). Türk basınında gündem oluşturma. *Yeni Türkiye Dergisi*, Medya Özel Sayısı, 2(12), 982-997.
- Jung, N., Kim, Y. ve De Zúñiga, H. G. (2011). The mediating role of knowledge and efficacy in the effects of communication on political participation. *Mass Communication and Society*, 14(4), 407-430. DOI:10.1080/15205436.2010.496135.
- Kaid, L. L. ve Holtz-Bacha, C. (2008). *Encyclopedia of political communication*. California: Sage Publication.
- Kaid, L. L., McKinney, M. S. ve Tedesco, J. C. (2007). Introduction: Political information efficacy and young voters. *American Behavioral Scientist*, 50(9), 1093-1111. DOI: 10.1177/0002764207300040i.
- Kalaycıoğlu, E. (1983). *Karşılaştırmalı siyasal katılma siyasal eylemin kökenleri üzerine bir inceleme*. İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Yayınları, No:10.
- Kalender, A. (2003). Seçmenin karar verme sürecinde iletişim araç ve yöntemlerinin önemi üzerine bir araştırma. *Selçuk İletişim*, 2(4), 30-41.
- Karaçor, S. (2013). *Seçmen siyasal kampanyalardan ne bekler?* Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Kenski, K. ve Stroud, N. J. (2006). Connections between internet use and political efficacy, knowledge, and participation. *Journal of Broadcasting Electronic Media*, 50(2), 173-192. DOI: 10.1207/s15506878jobem5002_1.
- Kraus, S. ve Davis, D. (1978). *The effect of mass communication on political behavior*. Pennsylvania: The Pennsylvania State University Press.

- Kushin, M. J. ve Yamamoto, M. (2010). Did social media really matter? College students' use of online media and political decision making in the 2008 election. *Mass Communication and Society*, 13(3), 608-630. DOI: 10.1080/15205436.2010.516863.
- Lilleker, D. G. ve Koc-Michalska, K. (2017). What drives political participation? Motivations and mobilization in a digital age. *Political Communication*, 34(1), 21-43. DOI: 10.1080/10584609.2016.1225235.
- Livingstone, S. ve Bovill, M. (1999). *Children, young people and the changing media environment*. London School of Economics and Political Science Report of the Research Project.
- Lundby, K. ve Ronning H. (1997). Medya kültürü iletişim: Medya kültürü aracılığıyla modernliğin yorumlanması. S. İrvan (Editör). *Medya, kültür, siyaset* içinde (s. 13-28). Ankara: Ark Yayınları.
- Martin, A. (2012). *Young people and politics: Political engagement in the Anglo-American democracies*. London, UK: Routledge.
- McNair, B. (1995). *An introduction to political communication*. London: Routledge.
- Mindich, D. T. (2005). *Tuned out: Why Americans under 40 don't follow the news*. Oxford: Oxford University Press.
- Mujani, S. ve Liddle, R.W. (2010, March 9). *Personalities, parties, and voters*. 10.03.2017 tarihinde <http://www.lsi.or.id/riset/384/Journal%20of%20Democracy%20Mujani%20and%20Liddle> adresinden edinilmiştir.
- Norris, P. (2002). *Democratic phoenix: Political activism worldwide*. New York: Cambridge University Press.
- Oppenhuis, E. (1995). *Voting behavior in Europe: A comparative analysis of electoral participation and party choice*. Amsterdam: Het Spinhuis.
- Owen, D. ve Dennis, J. (1992). Sex differences in politicization: The influence of mass media. *Women and Politics*, 12 (1), 19-41.
- Sarıbay, A. Y. (1994). *Siyasal sosyoloji*. İstanbul: Der Yayınları.
- Shah, D. V., Kwak, N. ve Holbert, R. L. (2001). 'Connecting' and 'disconnecting' with civic life: Patterns of internet use and the production of social capital. *Political Communication*, 18(2), 141-162.
- Spada, P., Mellon, J., Peixoto, T. ve Sjoberg, F. (2016). Effects of the internet on participation: Study of a public policy referendum in Brazil. *Journal of Information Technology & Politics*, 13(3), 187-207.
- Stanley, J. W. ve Weare, C. (2004). The effects of internet use on political participation. evidence from an agency online discussion forum. *Administration & Society*, 36(5), 503-527. DOI: 10.1177/0095399704268503.
- Strandberg, K. (2013). A social media revolution or just a case of history repeating itself? The use of social media in the 2011 Finnish parliamentary elections. *New Media & Society*, 15(8), 1329-1347. DOI: 10.1177/1461444812470612.
- Sweetser, K. D. ve Lariscy, R. W. (2008). Candidates make good friends: An analysis of candidates' uses of Facebook. *International Journal of Strategic Communication*, 2(3), 175-198. DOI: 10.1080/15531180802178687.
- Tokgöz, O. (1978). Siyasal toplumsallaşmada kitle haberleşme araçlarının rolü ve önemi. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 23(3-4), 79-92.
- Tongut, S. ve Akman, E. (2014). Sosyal medyanın siyasi partiler tarafından siyasal iletişim aracı olarak kullanılması: 2014 Yerel Seçimleri ve Cumhuriyet Halk Partisi İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Mustafa Sarıgül'ün Twitter kullanımı. *Turkish Studies*, 9(5), 117-137.
- Touraine, A. (2002). *Eşitlik ve farklılıklarımızla birlikte yaşayabilecek miyiz?* O. Kunal (Çev.). İstanbul: YKY Yayınları.
- Trent, J. ve Friedenber, R. (1983). *Political campaign communication*. New York: Preager.
- Turan, İ. (1986). *Siyasal sistem ve siyasal davranış*. İstanbul: Der Yayınları.

- TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması (2016). 31.03.2017 tarihinde www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21779 adresinden edinilmiştir.
- Twenge, J. M. (2009). *Ben nesli* E. Öztürk (Çev.). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Uztuğ, F. (2004). *Siyasal iletişim yönetimi*. İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Vitak, J., Zube, P., Smock, A., Carr, C. T., Ellison, N. ve Lampe, C. (2011). It's complicated: Facebook users' political participation in the 2008 election. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 14(3), 107-14. DOI: 10.1089/cyber.2009.0226.
- Wilkins, K. G. (2000). The role of media in public disengagement from political life. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(4), 569-580. DOI: 10.1207/s15506878jobem4404_3.
- Yamamoto, M., Kushin, M. J. ve Dalisay, F. (2013). Social media and mobiles as political mobilization forces for young adults: Examining the moderating role of online political expression in political participation. *New Media & Society*, 1, 1-19. DOI: 10.1177/1461444813518390.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yıldız, N. (2002). *Türkiye'de siyasetin yeni biçimi: Liderler majlar medya*. Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Yükseköğretim Kurulu (YÖK) İstatistikleri (2017). 02.04.2018 tarihinde <https://istatistik.yok.gov.tr> adresinden edinilmiştir.
- Zhang, W., Seltzer, T. ve Bichard, S. L. (2013). Two sides of the coin: Assessing the influence of social network Site use during the 2012 U.S. presidential campaign. *Social Science Computer Review*, 31(5), 542-551. DOI:10.1177/0894439313489962.

Avatar: Korra Efsanesi Çizgi Filminde İdeolojik Anlam İnşası

Ideological Meaning Construction in Avatar: The Legend of Korra

Ahmet GÜVEN*
Cengiz ANIK**

Öz

Son yıllarda, bilgisayar teknolojilerindeki gelişmelerin de etkisiyle, fantastik yapımlarda ciddi bir artış meydana gelmiştir. Birer kitle kültürü ürünü olarak fantastik yapımlar dünya genelinde hatırı sayılır izlenme oranlarına sahiptir. Gerçek dışı kurgular olmaları sebebiyle toplumsal gerçeklikten uzak kabul edilen bu yapımlar esasında ideolojik anlamın inşa edilebildiği mecralardır. Bu çalışmada ideoloji kavramı Karl Mannheim'ın bilgi sosyolojisi disiplini içerisinde tanımladığı şekilde, mevcut toplumsal gerçeklikteki bilgi örgüsü olarak ele alınacaktır. Mannheim'ın ideoloji ile birlikte kullandığı diğer kavram olan ütopya ise toplumdaki hakim bilgi örgüsünün dışında kalan ve farklı toplumsal düzen fikirlerini savunan zihinsel kodlardır. Fantastik bile olsa hiçbir metnin, içerisinde üretildiği toplumsal bilgi örgüsünden bağımsız olamayacağı savından hareketle her metinde hem ideolojik hem de ütopyik düşüncelerin yer alabileceği iddia edilmektedir. Dolayısıyla metin, ideoloji ve ütopyanın mücadele alanı olarak görünür hale geldiği mecralardan biridir. Bu çalışmada *Avatar: Korra Efsanesi* (2012-2014) isimli fantastik çizgi filmdeki ideolojik ve ütopyik unsurlar ele alınarak ideolojik anlamın nasıl inşa edildiği tartışılmıştır. Çalışmadan elde edilen sonuç ise, çizgi filmde ABD'nin temsil ettiği liberalizmin alternatifsiz olduğu ve ABD müdahaleciliğinin kutsal bir misyon olarak kabul edilmesi gerektiği şeklinde bir ideolojik anlam inşa edildiğidir.

Anahtar Kelimeler: Bilgi Sosyolojisi, İdeoloji, Çizgi Film, Karl Mannheim, ABD, Liberalizm

Abstract

In recent years, with the influence of the developments in computer technology, there has been a serious increase in fantastic productions. As a product of mass culture, fantastic productions have a considerable

* Dr. Öğr. Üye., Bandırma On Yedi Eylül Üniversitesi, Ömer Seyfettin Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Balıkesir, Türkiye, aguwen@bandirma.edu.tr, Orcid ID: 0000-0002-2452-2992.

** Prof. Dr., Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İstanbul, Türkiye, cengizanic61@gmail.com, Orcid ID: 0000-0002-7908-036X.

number of viewing rates throughout the world. These productions, which are regarded as far from social reality because they are unrealistic fictions, are the media on which the ideological meaning can be built. In this work, the ideology concept will be treated as a knowledge pattern in the existing social reality, as Karl Mannheim defines within the discipline sociology of knowledge. Utopia, the other concept Mannheim uses in conjunction with ideology, is the mental codes which stand outside of the prevailing knowledge frame of society and advocate different ideas of social order. Based on the argument that even if it is fantastic, no text can be independent of the pattern of social knowledge in which it is produced; it is claimed that in every text there can be both ideological and utopian considerations. Therefore, text is one of the manifestations in which ideology and utopia become visible as the field of struggle. In this work, the ideological and utopian elements in the fantastic cartoon named Avatar: The Legend of Korra are handled and how the ideological meaning is constructed is discussed. The resulting conclusion is that in the cartoon an ideological meaning is constructed, that is to say, the liberalism represented by the US has no alternative and that US interventionism should be regarded as a sacred mission.

Keywords: Sociology of Knowledge, Ideology, Cartoons, Karl Mannheim, USA, Liberalism

Giriş

İdeoloji kavramının yaygın kullanımına bakıldığında genellikle olumsuz çağrışımlarla birlikte ifade edildiği görülür. İnsanlar bir düşünceyi ideolojik olarak yaftaladıklarında esasında kendi düşüncelerinin ideolojik olmadığı ön kabulüyle tavır almaktadırlar. Terry Eagleton (1996), ideolojinin pis kokan bir nefes gibi daima başkasına ait olduğunu söylerken işaret ettiği şey, başkasının düşüncesinin ideolojik yani “yanlış düşünce” olduğudur (s. 18). Böylelikle yanlış düşünce-doğru düşünce dikotomisi ideolojinin ne olduğu ile ilgili tartışmanın temelinde yatan bir soru olarak belirmektedir. Şerif Mardin (2010) de ideolojik düşüncenin neden yanlış ve bilimsel düşüncenin neden doğru olduğu tartışmasını, eserinin henüz ilk satırlarında hatırlatarak aynı noktaya dikkat çeker. Dolayısıyla ideoloji kavramının tarihsel ve düşünsel temellerine inildiğinde öznel bilgi ve nesnel bilgi tartışmasının varlığı görülecektir.

Fransız İhtilali'nin hemen sonrasında Destutt de Tracy tarafından ilk defa bir terim olarak kullanılan ideoloji kelimesi “doğru düşünme yöntemi” veya “doğru düşünme bilimi” anlamında kullanılmıştır (akt. Eagleton, 1996, s. 103). Karl Marks'ın kavrama yüklediği “yanlış bilinç” veya “buğulu gözlük” (McLellan, 2012, s. 20) anlamının tam zıttı olan bu anlam, bütün bir aydınlanma düşüncesinin yansıması olarak görülmelidir. Platon'un idealar alemi teorisini ve Ariston'un tümdengelimci yöntemlerini şiddetle eleştiren, kilisenin temsil ettiği din, gelenek ve mistisizm gibi bütün müesseseleri toptancı ve akıl dışı önyargılar olarak kabul eden aydınlanmacı düşünürler, nesnel bilgi ve öznel bilgi ayrımı yaparak nesnel bilgiyi baş tacı ederlerken öznel bilgiyi mahkum etmişlerdir. Francis Bacon, Etienne Condillac, Claude Adrien Helvetius, Baron d'Holbach gibi düşünürlerin nesnel bilginin imkanını aramaları pozitivist cepheyi güçlendirmiştir. Örneğin Bacon doğru düşünmenin önünde, dört sınıfa ayırdığı “idoller” görür (Bacon, 2015). Ona göre idoller, hiçbir kanıtı dayandırmayan öznel bilgilerin kaynağı oldukları için ortadan kaldırılmaları gerekir.

Doğru düşünmenin yolunun açılması bu şekilde mümkün olacaktır. Aynı aydınlanmacı zihin dünyası, ihtilal sonrası Fransa'sında eğitim işlerinden sorumlu bir bürokrat olarak de Tracy'de de mevcuttur. De Tracy, ideolojiyi doğru düşünme yöntemi olarak tanımlarken aydınlanmacıların aksi bir tanımlama yapıyormuş gibi görünse de, esasında yaptığı şey yalnızca kavramın yerini değiştirmektir. İdeolojinin de Tracy tarafından zoolojinin bir alt dalı olarak sınıflandırılması insan bilimleri ve doğa bilimleri ayırımına gidilmediğini, doğa bilimlerinde nesnel bilgiyi elde etmek için kullanılan pozitivist yöntemlerin insan bilimlerine de uygulanması gerektiğini işaret etmektedir. Böylece, kavramın ortaya çıkışına kısa bir bakış atıldığında nesnel bilgi-öznel bilgi, pozitivist paradigma-yorumsamacı paradigma, doğal toplum-sembolik toplum gibi tartışmalar görülmektedir.

Bilgi Sosyolojisi Bağlamında İdeoloji

Fen bilimlerinde nomotetik ve tümevarımcı bir yöntemi dikte eden aydınlanma düşüncesi, aynı pozitivist ilkeleri sosyal bilimlere de uygulamıştır. Her türlü tarihsel ve kültürel önyargıdan arındırılmış bir insan doğası peşine düşen bu düşünce, bütün zaman ve mekanlar için geçerli olacak hakikatlere ulaşmak amacıyla sosyal bilimlerde de pozitif bilimlerin metodolojisini geliştirmeye çalışmıştır. Bilgi sosyolojisi tüm aydınlanma dönemi boyunca öznel bilgi ile nesnel bilgiyi ayırt etmeye ve bu amaçla pozitivist bir metodoloji ortaya koymaya çalışmış olsa da, bu durum zaman içerisinde öznel bilgi lehine değişmiştir. Bir başka ifadeyle, fen bilimleri için uygulanan pozitivist yöntemlerin sosyal bilimlerde geçerli olamayacağını düşünen anti-pozitivist sosyal bilimciler bilgi sosyolojisi alanını domine etmeye başlamışlardır (Hekman, 2012, s. 17-20).

Bilimsel düşünce/ideolojik düşünce veya bilim/ideoloji karşıtlığı aydınlanmacı epistemolojinin meydana getirdiği pozitivist metodolojinin bir sonucu olarak okunabilir. Günümüzde hala yaygın olarak kullanılan ideoloji kavramı da genel olarak bu karşıtlığın türevleri şeklinde tezahür eder. Bilgi sosyolojisi bu karşıtlığa meydan okumuş ve ideolojiyi bir toplumdaki hakim bilgi örgüsü şeklinde görmüştür.

Bilgi sosyolojisinin amacı bilgi sistemleri ile toplumsal yapılar arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bilgiyi, sosyal hayatın inşasını gerçekleştiren bir unsur olarak gören bilgi sosyolojisi bilginin yanlışlığı veya doğruluğu gibi meseleler üzerinde durmaz, sosyal olarak inşa edilen gerçekliğin nasıl kurulduğuyula ilgilenir. Kısacası bilgi sosyolojisi gerçekliğin sosyal inşasını analiz eder.

Fransız aydınlanmacıları ideolojiye, neredeyse pozitif bilimle eş bir anlam yüklemişlerdi. Doğayı ve toplumu düz ve açık bir gerçeklik olarak gören pozitivistler doğru metotlar kullanıldığı takdirde herkesin gerçekliğe ulaşabileceği yaklaşımını benimsemişlerdir. Oysa Alman düşünce geleneği gerçekliğin gözlemlenmekten ziyade insanlar tarafından kurulduğu yönünde bir yaklaşıma sahipti. Belli döneme ait düşünceler belirli toplumsal koşulların ürünü olduklarından ve değişen tarihsel koşullara göre değiştiklerinden mutlak bir gerçeklik olarak değerlendirilemezlerdi (McLellan, 2012, s. 9).

Bu, gerçeklik konusunda uzlaşamayan Fransız ve Alman ekolleri sosyal bilimleri de genel olarak ikiye ayıracaktır. Bu ayırım, doğal toplum modeli ve sembolik toplum modeli şeklinde ifade edilebilir. Doğal toplum modelinin temelinde pozitivism yatarken, sembolik toplum modelinin

temelinde yorumsama vardır (Sunar, 1979, s. 4). Doğal toplum modeli gerçekliğin insan zihninden bağımsız olarak var olduğunu kabul eder. Dolayısıyla bu görüşün odaklandığı yer gözlem yapmak, betimlemek ve keşfetmektir. Sembolik toplum modelinde ise gerçekliğin nasıl üretildiğine, nasıl kurulduğuna odaklanılmıştır. Toplumu sabit ve verili olarak görmeme ve çelişkilerle dolu bir olgu olarak değerlendirmiş olmaları bakımından Hegel, Marks, Mannheim ve Habermas bu ana damar içinde değerlendirilebilir (McLellan, 2012, s. 10).

Hakikat iddiasında olan bilgi, tarihsel ve toplumsal şartlardan bağımsız olamaz. Fakat yine de, belirli tarihsellikler ve toplumsal şartlar içinde ortaya çıkmış olan bilgi söz konusu konumunda meşrudur, geçerlidir. Bilginin kontekste bağlı olması onun doğruluk veya yanlışlık kriterlerine tabi olmadığı anlamına gelmez. Belirli tarihsellikler ve toplumsal şartlarda geçerlidir ancak mutlak değildir. Her türlü bilgi ve bütün ideoloji, toplumsal yapı ve tarihsel süreç içerisinde bir yerde bulunma durumuna bağlıdır (Coser, 2008, s. 375). Bilgi sosyolojisi genel olarak bilgi ve toplum ilişkisini ele alır.

Bilgi sosyolojisi toplumsal grupların ürettiği bilgiyi inceliyor olsa da burada sığ ve mekanik bir tek taraflı belirlenimcilikten söz edilemez. Her ne kadar bilgi veya bilgi sistemleri toplumsal varoluştan kaynaklanıyor olsa da bilgi sosyolojisi, bilginin de toplumsal varoluşu belirlediği gerçeğini gözden kaçırmaz. Yani, hem toplum bilgiyi hem de bilgi toplumu etkiler. Dolayısıyla, bilgi sosyolojisi için nedensellik ilkesi tek taraflı ve kesin değildir, diyalektik ve muhtemeldir (Aydm, 2013, s. 54).

Bilgi sosyolojisi bilginin toplumsal varoluştan kaynaklandığı iddia ederken teoriktir. Toplumsal varoluşla bilgi arasındaki bu ilişkinin tarihsel ve sosyolojik açıdan hangi formlarda ve hangi içeriklerde ortaya çıktığını incelemesi yönünden ise bir araştırma yöntemidir (Mannheim, 2002, s. 283).

Karl Mannheim bilgi sosyolojisinin yöntemi hakkında anlama, mesafe koyma, ilişkisellik, düşünsel model, kısmileştirme gibi kavramlar geliştirmiştir (akt. Bal, 2015, s. 96-97). Anlama, Mannheim'ın Wilhelm Dilthey ve Max Weber'den ilham aldığı bir yöntem olarak farklı niteliklere sahip toplumsal grupların ürettiği bilgi sistemlerini karşılaştırmakla ilgilidir. Daha açık bir ifadeyle esas olan, farklı perspektiflere sahip olan toplumsal grupların bakış açılarından dünyanın nasıl görüldüğünü anlamaktır. Bu da belirli toplumsal gruplara mesafe koymakla mümkün olabilmektedir. Belli bir toplumsal grubun üretmiş olduğu bilgi sistemi içinde gömülü olan kişi, diğer perspektifleri anlamayacak veya onların tamamen yanlış olduğunu düşünecektir. Ancak bilgi sosyolojisi bilgi sistemlerinin doğruluğu veya yanlışlığıyla ilgilenmez. Belirli bir toplumsal grup için mutlak olan bilgi başka bir grup için kısmi ve görelidir. Mesafe koyma mutlak bilgi yanılgısından kurtulmayı sağlayacaktır. Bir başka yöntem olan ilişkisellik, belirli bir bilginin dünyayı belirli bir yorumlama biçimiyle ilişkili olması demektir. Dünyayı yorumlama biçimi ise, belirli bir toplumsal varoluşla ilişkilidir. Mannheim'a göre dünyayı yorumlama biçimi söz konusu toplumsal grubun düşünsel modelinden kaynaklanır. Belirli bir toplumsal grup içinde toplumsallaşan birey o grubun düşünsel modelini hazır bulur ve dünyayı buna göre yorumlar (Mannheim, 2002, s. 244). Görüldüğü üzere toplumsal varoluş, düşünsel model, dünyayı yorumlama biçimi ve bilgi birbirleriyle ilişki içindedir. Ancak Mannheim bu ilişkiselliğin mutlak olmadığını ve yönelinen nesneye göre bu ilişkiselliğin sınırlandırılması gerektiğini düşünür. Bu sınırlandırma ise kısmileştirme olarak ifade edilir.

Bilgi sosyolojisi ile ideoloji kavramı arasından yadsınamaz bir yakın ilişki söz konusudur. Yukarıda zikredilen ideoloji öğretisi daha ziyade siyasi parti tarafluluklarının az veya çok bilinçli yalanlarını ortaya çıkarmakla ilgilidir. Bilgi sosyolojisi ise bundan farklı olarak bütün unsurlarıyla toplumsal bilgi sistemlerini ve farklı bilgi sistemleri içinde bulunan bireylerde bu bilgi sistemlerinin nasıl tezahür ettiğini inceler.

Mannheim (2002), toplumsal şartlara bağlı olarak ortaya çıkan farklı düşünce biçimlerine kısmi ideoloji, bütünlükçü ideoloji ve ütopya kavramlarıyla yaklaşır. Mannheim'a göre karşı tarafın çıkarlarına uygun olmayan bir gerçekliğin ört bas edilmesi kısmi ideoloji kavramına karşılık gelir. Bu örtbas etme durumu bilinçli yalan, bilinçli içgüdüsel örtbas etme, başkası tarafından yanıtılma veya kendi kendini yanıltma şeklinde olabilir. Mannheim kısmi ideolojiyi şu şekilde ifade eder:

Kısmi ideoloji anlayışını, yanlışlığını, psikolojik bir düzeyde cereyan eden, istenmiş veya istenmemiş olan bilinçli ya da bilinç dışı aldatmalara borçlu olan ve yalanın yapısına az ya da çok sahip olan bir öznenin ifadeleri diye anlayacağız. ...Bütünlükçü ideoloji kavramı ise tarihsel toplumsal olarak belirlenen öznenin sahip olduğu bilinç olduğundan ve buna bilinçli bir yalan sızması olmadığından bu anlamda ideoloji pejoratif anlamın dışında kullanılacaktır. (s. 285)

Bütünlükçü ideoloji ise bir çağın veya somut olarak var olan toplumsal bir grubun bütünlükçü bilinç yapılarıdır (Mannheim, 2002, s. 83). Kısmi ideoloji daha çok Marks'ın yanlış bilinç olarak kullandığı ve bir şeyin üzerindeki örtüyü kaldırmak, maskeyi düşürmek şeklinde ifade edilen ideolojiye tekabül eder. Ancak bütünlükçü ideoloji yanlış veya doğru olarak nitelendirilemez. O belli bir tarihsel-toplumsal bilinçteki bilgi örüntüsüdür. Mannheim (2002), Bacon'un idollerini kısmi ideoloji olarak değerlendirir (s. 88-89). Aydınlanmacıların yanlış bilgi veya öznel bilgiyi kastettikleri şey kısmi ideolojidir.

Hem ideoloji hem de ütopya kavramlarının mevcut gerçeklikte bir karşılığının bulunması gerekir (Mannheim, 2002, s. 122). Dolayısıyla mevcut gerçeklikle ilişkisi bakımından ideoloji ve ütopya kavramları benzerlik gösterir. Ancak bu iki kavram arasında son derece önemli farklar mevcuttur. İdeoloji daha çok mevcut gerçekliğin devamı ve meşrulaştırılmasıyla ilgilenir. Bir başka ifadeyle ideoloji statükonun korunmasını arzu eder. Bu açıdan ideoloji, toplumdaki egemen güçlerin menfaatlerini dile getiren düşünceler olarak zikredilebilir. Ütopya ise daha çok ezilen grupların beklenti ve tasarımlarını içeren düşüncelerdir. Ütopyalar farklı bir toplumsal düzen kurma imkanını hayal etmeye yöneliktir.

İdeoloji mevcut toplumsal durumu çoğu zaman olduğu gibi muhafaza etmek derdinde olsa da mevcut düzende aksayan ve sorun oluşturan unsurları ortadan kaldırmak ister. Ancak bu restorasyon asla toplumsal düzeni değiştirecek ve sarsacak cinsten değildir. İdeolojinin gelecek tahayyülü mevcut toplumsal düzen üzerinden "şimdi" üzerinden ilerler. İdeoloji mevcut durumdan büyük ölçüde memnundur. Ütopya ise derin bir tatminsizliği ve mevcut düzenin radikal bir değişimini arzular. Bu arzuların meydana getirdiği tasarımlar o kadar gerçek dışıdır ki (mevcut düzenle o kadar çelişiktir ki) olmayan bir yerde hayali dünyalar kurarken tahrip edicidir, yıkıcıdır. İdeoloji ideallerinden vazgeçmemekle birlikte gerçeklikle uyum içerisinde (Çağan, 2008, s. 31).

Toplumsal varoluş üzerinde değiştirici bir etki yapmış olan her türlü dūřünceyi ütopya olarak değerlendiren Mannheim (2002), bireyin toplumsal değişimdeki rolünü reddeden sosyolojiyi de hatalı bulur. Zira her ne kadar toplumsal değişimi tek bir birey meydana getiremeye de ütopyalar öncelikle bireyin zihninde oluşan tasarımlardır. Birey mevcut toplumsal varoluşa muhalif olsa da bilinci, söz konusu varoluş içinde temellenir. Bu, varoluşla ütopyanın diyalektik ilişkisinin bir sonucudur. Bireyin arzu ve isteklerinin meydana getirdiği dūřler, toplumsal ve politik olarak genişler. Mevcut gerçeğliği parçalayıcı etki yapacak olan tasarımlar ancak bu genişlemeyle mümkün hale gelir. Mevcut varoluşsal düzene alternatif olabilecek bir varoluşsal gerçeğlik ancak bireyin içinde bulunduğu mevcut varoluşsal düzendeki eğilimlerden faydalanıp onları ifade edebildiği ve tabakaların bilincine geri akıp eyleme dönüştüğünde meydana gelir (2002, s. 228-230).

Mannheim'ın ideoloji ve ütopya kavramsallaştırması devrimci bir bakış yerine evrimci bir bakışı ortaya koyar. Ona göre toplumsal değişimin imkanı belli evrimsel süreçlerle mümkündür. İdeolojilerin ve ütopyaların toplumsal zeminde sürekli olarak mücadele içerisine girmeleri toplumdaki dinamizmi ve değişimin imkanını doğuracaktır. Dolayısıyla toplumsal bilgi örgüsüne sürekli katkıda bulunan kitle iletişim araçlarındaki ürünlerin içeriğinde de ideoloji ve ütopyanın mücadelesini gözlemek mümkündür.

Toplumsal değişimin imkanını evrimci yaklaşımda gören Mannheim'ın bu dūřüncelerini, Peter L. Berger ve Thomas Luckmann'ın (2008) *Gerçeđliđin Sosyal İnşası* ve Valentin N. Volořinov'un dil felsefesinde de görmek mümkündür. Mannheim'ı destekler nitelikteki bu iki görüş medya ürünlerinde, toplumsal değişimi izlemek adına önem arz etmektedir.

Berger ve Luckmann sosyal gerçeğliği insan zihninin dışında var olan sabit bir yapı olarak görmezler. Ancak insanın içerisine doğduğu toplumu da nesnel olarak bulduğunu kabul ederler. Teorileri, nesnel olarak var olan bir toplumsal yapı ile öznel olarak inşa edilen bir sosyal gerçeğliğin arasında duran Berger ve Luckmann (2008), dışsallaştırma, nesnelleşme ve içselleştirme olarak üç aşamalı bir süreç öngörürler. İlk olarak insanlar gerçeğleştirdikleri faaliyetler ve ilişkileri sonucunda ve zaman içerisinde çeşitli toplumsal kurumların oluşmasını sağlarlar. Başta nesnel olmayan bu siyasal, ekonomik, dinsel, kültürel kurumlar ve kurallar zaman içerisinde gelenek ve ritüellere dönüşerek nesnelleşir. Bu süreç sonunda artık yeni nesiller için söz konusu toplumsal kurum ve kurallar kendilerinden uzak nesnel birer yapı olarak var olurlar. Zira yeni nesiller bu toplumsal yapıların içerisine doğmuşlardır (s. 27-28). Fakat yine de insanlar içerisine doğdukları bu toplumsal yapıyı öğrenirken, yani sosyalleşme sürecinde, bireysel farklılıkları doğrultusunda dışarıdaki gerçeğliği öznel olarak içselleştiriler (Layder, 2013, s. 119-120). Bu süreç makro ile mikronun, birey ile toplumun birbirlerini sürekli ve karşılıklı olarak inşa ettikleri bir döngü halini almıştır.

Dil felsefesini benzer bir süreç üzerine kurmuş olan Voloşinov da, ideoloji kavramını, birey ile toplumun karşılıklı belirlenimi üzerine kurmuştur. Dili, ontolojik düzlemde tinsel gücün içeriden dışarıya doğru bir hareketi olarak görerek bireyci ve öznelci temelde bir yaklaşım geliştiren Wilhelm Von Humboldt'un (akt. Kılıç, 2009, s. 44) dil felsefesini eleştiren Voloşinov'a (2001) göre bilinç öznel değil toplumsaldır ve toplumsal olan bireyin bilinci de toplumsal olmalıdır (s. 52). Ancak Voloşinov'un toplumsallık vurgusu Ferdinand de Saussure'ün yapısalcılığı gibi bireyin toplum

tarafından belirlendiği bir yapı değildir. Yapının güçlü tahakkümü altında bireysel harekete imkan tanımayan Saussure'ün teorisinde toplumsal değişime de pek imkan yoktur. İdeolojiyi göstergede arayan Voloşinov göstergenin anlam kazanabilmesi için de etkileşim kavramının zorunluluğu olduğunu söyler. Gösterge anlamdan ve anlamın oluştuğu bağlamdan kopartılamaz. Dolayısıyla ancak bu anlam, dolaşım ağının içinde var olabilir. Göstergenin var olması bireyler arasında gerçekleşen iletişimin maddileşmesidir. Voloşinov, dili, etkileşim ve iletişimin başka bir ifadeyle toplumsal hayatın içine oturtur. Tam olarak somut dilsel iletişimde hayat kazanan dil, ne dil biçimlerinin oluşturduğu soyut dilsel sistemde ne de konuşanların bireysel psişelerinde ortaya çıkar. Dil hayatın içinde ve etkileşimle ortaya çıkar (Serdar, 2001, s. 230)

Etkileşim içinde ortaya çıkan ideoloji yaklaşımı bir “metni” incelerken ona nasıl yaklaşmamız gerektiğinin de ipuçlarını verir. Hiçbir metin içinde var olduğu alanın etkisinden bağımsız değildir. Yalnızca metnin kendi iç dinamikleri değil aynı zamanda o metnin, içinde oluştuğu toplumsal bağlamla olan ilişkisi de inceleme açısından göz ardı edilemez. Yukarıda görüldüğü gibi ideoloji insanda değil insanlar arasındaki etkileşimde ortaya çıktığına göre insanlar tarafından kurulmuş olan metin de toplumsal etkileşimin bir sonucu olarak vardır. Dış dünya ile eser arasındaki geçişlilikler eserin ideolojiyle bağımlı yönlerini gösterir. Göstergesel ve dolayısıyla ideolojik olan dil dış dünyadan, toplumsal bağlamdan taşınarak metin içinde biçimlendirilir (Serdar, 2001, s. 225). Dolayısıyla bu çalışmada metinlerdeki ideolojik içerik araştırılırken metnin kendi iç dinamiklerinin yanı sıra metin ile toplumsal anlam alanı arasındaki geçişlilikler inceleme konusu edilecektir.

Yöntem

Yukarıda Voloşinov'un ideoloji anlayışı irdelenirken bahsedildiği üzere, toplumsal repertuardan gelen her türlü bilgi ideolojiktir. Aynı şekilde Mannheim da ideolojiyi benzer şekilde tanımlar. Bireyin veya grubun öznel tasarımlarının ortaya çıktığı alan ise Mannheim'a göre ütopyadır. Toplumsal bilgi üretimini açıklayan bu teori çalışmanın eksenini oluşturacaktır. Ancak çalışma metin incelenmesi şeklinde olacağı için hem metnin iç dinamiklerinin hem de metnin içinden çıktığı toplumsal bilgi repertuarıyla ilişkisinin tahlili söz konusudur. Bir metnin yazarı/senaristi toplumsal repertuardan bağımsız değildir. Ortaya koyduğu metin bu toplumsal repertuardan alınan malzeme (ideoloji) ile oluşturulan öznel tasarımın (ütopya) yeniden nesnel alana taşınması (çizgi filmin yapımı ve yayınlanması) sonucu oluşur. Dolayısıyla metnin içinde aynı anda hem ideolojik hem de ütöpik unsurlar mevcuttur. Fakat bu çıkarıma vardıktan sonra ortaya yeni bir sorun çıkmaktadır: ideolojik unsurlar ile ütöpik unsurlar nasıl ayırt edilecektir? Bu soruya yine Mannheim'ın teorisini yorumlayarak şöyle cevap vermek mümkündür: Toplumsal bağlam ile metin arasındaki geçişler yani uyumlu noktalar ideolojik unsurları vermektedir. Bunun aksine toplumsal bağlama saldıran ve onunla mücadele içine girerek değiştirmeye çalışan unsurlar ise ütöpik unsurları vermektedir.

Toplumsal repertuar, belli bir toplumun belli bir tarihsellikte ve belli bir coğrafyada toplumsal düzeni ve işleyişi sağlayan zihinsel kodların, bilgi birikiminin toplamı olarak tanımlanır. Esas itibarıyla bu tanım, Mannheim'ın bütünlükçü ideoloji tanımından farksızdır. Ancak bu ideoloji tanımının dinamik ve evrimsel yapısı, popüler kültür ürünlerinin içeriği incelenirken bazı güçlükler

ortaya çıkarmaktadır. Zira bir popüler kültür ürünü belli bir bütünlükçü ideoloji içerisinde ortaya konur. Ürünün içeriğindeki öznel ve ütopyik unsurlar ideolojiyi yani mevcut bilgi örgüsünü bir miktar değişime uğratar. Böylece ürünün sunumundan sonra ortaya çıkan ve bir miktar değişmiş olan bilgi örgüsü yine bütünlükçü ideoloji olarak isimlendirilir. Dolayısıyla ürünün öncesinde ve sonrasında var olan iki ideolojiden bahsedilmektedir.

Toplumsal repertuar, metne kaynaklık eden fikirleri sağladığı gibi metnin içerisindeki unsurlardan da gözlenebilir. Başka bir ifade ile metnin içerisindeki unsurlar toplumsal repertuarı yansıtırlar, yani ideolojiktirler. Ancak özellikle bu tip fantastik metinlerde toplumsal repertuar, öznel tasarımların içerisine yedirilmiş olarak ortaya çıkar. Metni ortaya koyan senarist toplumsal repertuar ile öznel tasarımların kesiştiği bir bilinçtir. (Bu durum Berger ve Luckmann'ın öznel ve nesnel gerçeklik kavramlarında açıklanmıştır.) söz konusu kesişim senaristin bilincinde oluşsa da bunun izlenebileceği yegane yer senaristin ortaya koyduğu metindir. Dolayısıyla metnin içerisinde toplumsal repertuar ile öznel tasarımlar bir arada ve karışmış halde bulunur. Burada yapılmaya çalışılacak olan şey, iç içe geçmiş olan bu unsurları çözümlemektir.

Bir metnin içerisinde toplumsal repertuar ile öznel tasarımlar birlikte bulunur. Metnin veya anlatının kurgusu içinde toplumsal repertuar ile öznel tasarımlar o kadar iç içe geçmiştir ki, bu unsurları net olarak ayırmak pek mümkün gözükmemektedir. Genel kurgunun küçük bir parçasında hem toplumsal repertuardan hem de öznel tasarımlardan unsurlar bulmak mümkündür. Bu iki unsur farklı oranlarda kurgunun içerisinde anlamlı bir bütünlük olarak oluşturulmuştur. Dolayısıyla, bir anlatı parçası analiz edilirken aynı parçanın hem toplumsal repertuar bağlamında hem de öznel tasarım bağlamında incelenmesi gerekebilir. Örneğin *Avatar: The Legend of Korra/ Avatar: Korra Efsanesi* (2012-2014) adlı çizgi dizide eşitlikçiler adıyla anlatılan parçada toplumsal repertuar bağlamında eşitlikçiler sosyalizmi temsil etmektedir. Bu parçanın toplumsal repertuar bağlamında analizi yapılırken gerçek hayattaki sosyalizmin ilkeleri ve tarihsel süreci incelenmelidir. Diğer taraftan eşitlikçiler, kurgu içerisinde öznel bir tasarımla yer almaktadırlar. Gerçek hayatta karşılığı bulunmayan ve yalnızca fantastik bir yapının kurgusunda anlam kazanan bükücülük ve bükme yeteneği tamamen öznel bir tasarım olarak vardır. Eşitlikçilerin bükücülük ve bükücüler ile olan mücadelesi de yine bu öznel tasarım içerisinde incelenebilir.

Senaristin zihnindeki öznel tasarımlar ile mevcut bilgi örgüsündeki ideoloji metninde somutlaştıktan sonra ortaya yeni bir ideolojik anlam çıkacaktır. Ortaya çıkan bu ideolojik anlam iki şekilde tezahür edebilir. Bunlardan ilki, metnin genel çerçevesine bakıldığında toplumsal repertuarın perçinlenmesi veya yeniden üretilmesidir. Bir başka ifade ile metindeki ideolojik anlam, mevcut bilgi örgüsünü, zihinsel kodları yeniden üretmek pekiştirebilir. Yine eşitlikçiler üzerinden giderek buna *Avatar: The Last Airbender/Avatar: Son Havabükücü* (2003-2008) çizgi filminden bir örnek vermek gerekirse, sosyalist ütopyanın geçersizliği vurgulanmakta ve liberalizmin zaferi ilan edilmektedir. Metnin, içinden çıktığı toplumsal repertuardaki hakim dünya görüşünün klasik Amerikan liberalizmi olduğu göz önünde tutulduğunda *Avatar* çizgi filmindeki ideolojik anlam, mevcut bütünlükçü ideolojiyi yeniden üretmektir. Ancak metinde bu durum sağlanırken diğer taraftan sosyalist ütopya içerisindeki bazı 'makul' kavram ve düşünceler (eşitlik fikri gibi) ütopyanın içerisinde çöküp ideolojiye eklenmek suretiyle meşrulaştırılmıştır. İdeolojik anlamın ikinci tezahür

etme şekli ise öznel tasarımlarda yer alan toplumsal değişim arzusunun veya ütopyanın başarıya ulaşarak toplumsal repertuarda önemli bir değişiklik meydana getirmesidir. Bu durumda metnin ideolojik anlamı, toplumun mevcut düzeninde ciddi bir değişiklik arzusudur. Bir anlamda yukarıdaki örnek statükonun devamına sağlamayı amaçlayan bir ideolojik anlama sahip olurken diğerinde statükonun değişimini arzulayan bir ideolojik anlam ortaya çıkar.

Sonuç olarak bu çalışmada kullanılacak olan bilgi sosyolojisi temelli yöntemde toplumsal repertuar, öznel tasarımlar ve ideolojik anlam olmak üzere üçlü bir sınıflandırmaya gidilmiştir. Ortaya konmuş olan her türlü metnin dayandığı bir toplumsal repertuar mevcuttur. Bununla birlikte her metnin yaratıcısının ortaya koyduğu öznel tasarımlar da metnin içerisinde okunur. İdeolojik anlam ise toplumsal repertuar ile öznel tasarımların kesişmesiyle ortaya çıkar, dönüşür veya devam eder. *Avatar: Korra Efsanesi* çizgi filmi bu yöntem ile analiz edilmeye çalışılmıştır.

***Avatar: Korra Efsanesi*'nde İdeolojik Anlam**

Sanskritçe, “zuhur etme, aşağı inme, alçalma” anlamlarına gelen “avatara” kelimesi Hinduzim’de tanrının yeryüzüne inerek bedenlenmesi kavramına karşılık için kullanılır (Kutlutürk, 2015, s. 144). Bu inanca göre yeryüzündeki denge ve barış bozuldukça tanrı bir insan suretinde yeryüzüne gelerek insanlığa barışı ve dengeyi getirmektedir (Hiriyan, 2011, s. 79). Çizgi filmdeki avatarlar da tıpkı bu Hindu inanisinde olduğu gibi yeryüzüne barış ve denge getirme misyonu ile hareket ederler. Bir önceki çizgi film olan *Avatar: Son Havabükücü* serisinde başkarakter Aang, ateş lordunu mağlup ederek bozulan dengeyi ve barışı dünyaya geri getirmiştir. Avatar Aang’in barışı sağladıktan sonra, kötülükler ve savaşlarla yıpranmış olan ülkelerin uzağında kurduğu Cumhuriyet Şehri’ne bakıldığında bu yeni ülkenin Amerika Birleşik Devletleri’ni (ABD) işaret ettiği net olarak görülecektir. Dolayısıyla, çizgi filmin kurgusuyla ve sembollere yüklenen anlamlarla Amerika’nın, dünyaya barışı ve dengeyi getiren kutsal bir misyona sahip olduğu fikri metnin satır aralarında açıkça okunabilmektedir. Çizgi filmin toplumsal repertuarı ile sembollere yüklenen anlamlar karşılıklı olarak okunduğunda alt metinde alternatifsiz bir Amerikan liberal ideolojisinin yattığı açıktır.

ABD’nin Soğuk Savaş sonrası yeniden dizayn edilen zihinsel haritası birbirleriyle yakın ilişki içerisinde olan iki ana dayanak üzerinden okunmalıdır. Bunları; Amerikan müdahaleciliği ve Amerikan liberalizmi olarak belirlemek mümkündür. Amerikan müdahaleciliği fikri 19. yüzyıla temellenir ve Soğuk Savaş sonrası Amerikan liberalizminin zaferini ilan etmesiyle yeni bir boyut kazanır. Çizgi film boyunca bu iki unsur temel anlatı olarak işlenmiştir.

ABD’nin kuruluşuna bakıldığında kurucuların, Amerika’yı gerçekleştirilmekte olan bir ütopya olarak algıladıkları görülmektedir. Avrupa ve Orta Doğu’ya coğrafi uzaklığı, okyanuslarla çevrelenmiş nispeten güvenli bir ülke oluşu gibi jeo-stratejik özelliklerin yanı sıra İngilizlere karşı verilen bir bağımsızlık savaşı sonunda kurulması ve Amerikan Bağımsızlık Bildirgesi’nin evrensel bir karaktere sahip olduğuna dair inanç ABD’nin pek çok açıdan “eşsiz” ve “özgün” olarak kabul edilmesini sağlamıştır. Zira kurucuları Amerikan halkını, “Tanrının seçilmiş halkı” olarak görmekte ve Amerika’yı “kaba kuvvetin egemen olduğu karanlık çağ”ın bittiği ülke olarak değerlendirmekteydiler (Sümer, 2008, s. 122). Amerika, her türlü insani, siyasi ve dini hakkın tanındığı, insanların özgürce

yaşadığı yegane ülke olarak tasavvur edilmişti. Bu tasavvurun bir sonucu olarak ABD, Kuzey Amerika kıtasının tamamına egemen olma amacını gütmeye başlamasının yanı sıra günümüze kadar sürecek olan Amerikan dış politikasındaki müdahaleci geleneği de bu düşünce üzerine kurmuş oldu.

ABD, kuruluşundan beri Avrupa ile ilişkilerini mesafeli tutmaya çalışmış, ticari ilişkilerin devam etmesini arzulamış ancak Avrupa'nın siyasi oyunlarından uzak durmak istemiştir. "Amerika'nın İzolasyon Politikası" olarak bilinen bu yaklaşım George Washington'dan beri uygulanmaya çalışılmıştır. 1823 yılında, beşinci ABD başkanı olan James Monroe, "Monroe Doktrini" olarak bilinen bildiriye ilan ettiğinde Avrupalı devletler Latin Amerika'daki İspanyol sömürgelerine müdahale etmeye hazırlanmaktaydılar. Monroe Doktrini ile Amerika, Avrupa ile politik oyunlara girmek istemediğini ancak kendisine karşı bir tehdit oluşması durumunda bunu düşmanca bir hamle olarak kabul edeceğini ilan etmiş oldu (Armaoğlu, 2009, s. 42-43). Eski Dünya'yı temsil eden Avrupa ile Yeni Dünya'yı temsil eden Amerika'nın kesin çizgilerle birbirlerinden ayrılmaları Monroe Doktrini sayesinde olmuştur. Bu doktrinin ilanı aynı zamanda Amerika'nın eşsiz ve özgün oluşunun dış politikadaki yansımaları olarak okunabilir (Sümer, 2008, s. 123).

ABD'nin müdahaleci geleneğinin oluşmasında Monroe doktrini kadar "Açık Yazgı" olarak isimlendirilen siyasal felsefe ve "İlerici Emperyalizm" olarak isimlendirilen dış politika geleneği de etkili olmuştur. "Açık Yazgı"ya göre ABD, Amerika kıtasında ve çevresinde doğal bir yayılma hakkına sahiptir ve bu hak Tanrı tarafından verilmiştir. İlerici Emperyalizm ise yine benzer şekilde ABD'nin diğer dünya uluslarını uygarlaştırıcı bir misyon üstlenmeye hakkı olduğunu savunan bir düşüncedir (Sümer, 2008, s. 123-124).

ABD, birbirlerini destekleyen bu düşünceler çerçevesinde Avrupa'nın politik oyunlarına bulaşmamış olsa da Amerika kıtasındaki Avrupa nüfuzuna son verebilmek adına çeşitli girişimlerde bulunmuştur. Kuzey Amerika'daki bazı eyaletlerin para karşılığında Avrupalı devletlerden alınması bu tür girişimlendendir. 1868 yılında bir İspanyol sömürgesi olan Küba'da başlayan isyanı destekleyen Amerika, 1898 yılında İspanya'yı mağlup ederek Küba'nın bağımsız olmasını sağlamış ve böylece Amerika kıtasındaki son sömürgecinin de ortadan kalkmasına destek olmuştur (Armaoğlu, 2009, s. 44-45). Monroe Doktrini'nin "yalnızcı" siyaseti zaman içerisinde aşılmaya başlanmış ve I. ve II. Dünya Savaşları ile birlikte dışarıdan gelen etkiler Amerika'nın kaçınılmaz olarak dünya siyasetiyle ilgilenmesini getirmiştir. Özellikle Japonya'nın Pearl Harbor çıkarmasından sonra II. Dünya Savaşı'na dahil olmak durumunda kalan Amerika'nın başını çektiği müttefiklerin savaştan galip çıkması, Amerika'nın bir misyon üstlendiğine olan inancı pekiştirmiştir (Sümer, 2008, s. 126). Amerika kıtasındaki yayılmacı politikayı aşan ABD dünyanın diğer bölgelerine müdahale etme imkanlarını yaratmaya başlamıştır.

ABD'nin müdahaleci dış politikası ve bu dış politikanın meşruiyet kazanması ise Soğuk Savaş döneminde olmuştur. II. Dünya Savaşı sonrası Sovyet Rusya'daki sosyalist yönetim şeklinin ve komünist ideolojinin yayılmasını engellemek amacıyla Sovyetler'i çerçeveleme stratejisi güden ABD, Truman Doktrini'yle Sovyetler'e karşı tüm imkanları ile mücadele edeceğini açıklamıştır. Tıpkı Amerika'nın kuruluşunda ve "Açık Yazgı" felsefesinde olduğu gibi Sovyetler'e karşı girişilen mücadelede de kutsal temeline oturtulmuş bir misyon kendini göstermektedir. Zira sosyalist

düşüncenin temelinde ateizm ve materyalizm olduğu ve verilen mücadelenin bir inanç-inançsızlık mücadelesi olduğu savı ABD'nin Soğuk Savaş stratejisinin temelinde yer alan bir argümandı (Sümer, 2008, s. 130). Dolayısıyla ABD yine, Tanrı'nın verdiği bir misyonu yerine getirmekte olan bir devlet konumuna kendisini yerleştirmişti.

Berlin Duvarı'nın yıkılması ve Sovyetler Birliği'nin dağılmasıyla birlikte 1990'lı yılların başlarında Soğuk Savaş sona ermiş ve ABD bu savaştan galip olarak çıkmıştır. Bu galibiyet her ne kadar ABD'yi tek kutuplu bir dünyada süper güç konumuna yükseltmiş olsa da, aynı zamanda misyonunu tamamlamış bir devlet durumuna da düşürmüştür. Oysa ABD'nin köklerinde yer alan ve müdahaleciliğini destekleyen tanrısal misyonun devam etmesi gerekmektedir. Bu amaçla ABD'nin Soğuk Savaş sonrası müdahaleciliğin zihinsel alt yapısını ve meşruiyetini sağlama çabaları içerisine girdiğini söylemek mümkündür. Samuel Huntington'ın (2004) *Medeniyetler Çatışması* isimli eseri, ABD'nin Soğuk Savaş sonrası stratejisini yansıtır niteliktedir. Huntington Soğuk Savaş'ın bitişi yeni çatışmaların başlangıcı olarak görmüş ve dünyada sekiz farklı medeniyetin yer aldığını, bunlar arasında kaçınılmaz olarak çatışmalar olacağını iddia etmiştir. Batı'yı monolitik bir yapı olarak gören ve Batı medeniyeti olarak isimlendiren Hungtinton, asıl çatışmanın Batı ile diğer medeniyetler arasında yaşanacağını varsaymaktadır. Medeniyet havzalarını birbirinden ayıran önemli etkenlerden biri de din faktörüdür. Huntington tezinde, özellikle İslam ile Hıristiyan Batı'yı karşı karşıya getirmektedir.

2001 yılında yaşanan 11 Eylül saldırıları ve arkasından geliştirilen “İslami terör” söylemi ABD'nin yeni dönemde müdahaleciliğini meşrulaştırma söylemi olarak görülmelidir. Saldırlardan sorumlu tutulan El-Kaide'nin cezalandırılması amacıyla 2002 yılı başlarında Afganistan'ı işgal eden ABD, hemen arkasından 2003 yılında “haydut devlet” olarak nitelendirdiği Irak'ı işgal etmiştir. 2010 yılında Mısır, Tunus, Libya, Suriye, Bahreyn, Cezayir ve Yemende başlayan Arap Baharı'nda Arap halklarının demokrasi ve özgürlük taleplerinin arkasında da ABD müdahaleciliğinin varlığı tartışılmaktadır.

Bütün bu süreçlere bakıldığında ABD'nin müdahaleci geçmişi ve tanrısal bir misyon üstlendiği gerçeği ortadadır. Bu misyon Soğuk Savaş ile son bulmamış, kendisine yeni zeminler ve meşruiyet alanları yaratmıştır. En önemli meşruiyet alanını ise “liberalizmin alternatifsizliği” tezi üzerine kurulmuş olan “İdeolojilerin Sonu” söylemiyle Francis Fukuyama'nın başını çektiği ABD'li düşünürler oluşturmaktadır.

Liberal sistemin yegane sistem olarak kabul edilmesi “tarihin sonu” tezleriyle ilişkilidir. Tarihin sonuna ilişkin tartışmalar Hegel ve Marks'a dayandırılır. Genel anlamda teleolojik tarih (bir amaca doğru ilerleyen tarih) düşüncesi Aziz Augustinus'ta ve Hıristiyanlığın bütününde görünüyor olsa da, özellikle 18. ve 19. yüzyıl Batı düşünürlerindeki durum daha sosyolojik bir problem halini almıştır. Zira, Fransız İhtilali'yle birlikte tüm zihin haritaları alt üst olan toplumlar, yeni bir toplumsal düzen arayışına girmişlerdir. İdeolojilerin ortaya çıkışı da –daha önce bahsedildiği üzere– bu tarihsel koşullarla ilişkilidir. İnsanlık için en uygun sistem ideal sistem olarak görülmüş ve söz konusu sistemin kurulmasıyla birlikte tarihin ve ideolojilerin sonunun geleceği öngörülmüştür. Hegel için tarihin sonu “ideal devlet” iken Marks için bu “komünist” ütopyadır.

Hegel tarihin sonunu efendi-köle diyalektiğinin¹ son bularak bir uzlaşmaya vardığı ideal devlet olan Prusya Devleti'nde görür. Marks ise burjuva ile proletarya arasındaki sınıf mücadelesi sonucunda sınırların ve mülkiyetin ortadan kalkacağı komünist ütopyayı, tarihin sonu olarak tasavvur eder. Her iki düşünürde de diyalektik bir ilerleme fikri bulunmaktadır. Tarihin diyalektik olarak ilerleyerek en iyi toplumsal düzene ulaştığı yerde tarihin sonu gelmiş ve insanlık ideal toplum düzenine kavuşmuştur.

Hegel ve Marks'ın teleolojik tarih anlayışlarını benimseyen Francis Fukuyama (2014) ise, tarihin sonunun liberalizm ile noktalandığını iddia eder. Fukuyama'ya göre liberalizm, bazı bireysel hakları veya özgür alanları devletin kontrolünden koruyan bir hukuk düzenidir (s. 12-13). Bu haklar sivil, politik ve dini haklar olarak belirlenmiştir (Fukuyama, 2014, s. 76). Aynı zamanda bir ekonomik sistem de vaaz eden liberalizmi, serbest piyasa veya kapitalizm tabirleriyle birlikte anmak da yanlış değildir. Temelinde özel mülkiyetin ve özgür ekonomik faaliyetin yer aldığı liberalizm (Fukuyama, 2014, s. 77) ekonomik anlamda da insan doğasına en uygun sistemdir.

Fukuyama (2014), – kendi tabiriyle – liberal devrimin bütün dünyada zafer kazandığını iddia eder. Ona göre, liberal sisteme doğru giden süreç zorunlu olarak işlemektedir ve bütün toplumların ortak kaderidir. Her ne kadar zaman zaman anti demokratik veya otoriter eğilimli hükümetler iş başına gelse de bunlar ancak tarihin zorunlu akışı içerisindeki bazı iniş çıkışlardır. Dünyanın geneline hakim olan liberal sistemde artık köklü reformlara gerek duyulmaması ve daha iyi bir sistem meydana getirilmesinin mümkün olmaması tarihin sonuna gelinmiş olduğunu göstermektedir (s. 84-85). Fukuyama (2014), alternatif sistemler arasından sıyrılan liberalizmin zaferini ve dolayısıyla tarihin sonunu şöyle ilan eder: “Monarşi ve aristokrasiden teokrasiye ve yüzyılımızın faşist ve komünist diktatörlüklerine kadar insanlık tarihinde var olmuş bir yığın hükümet biçimi arasında 20. yüzyılın sonunda ayakta kalmayı başaran yalnızca liberal demokrasi olmuştur” (s. 79).

Liberalizmin bu zaferinde en büyük pay modern doğa biliminin keşfedilmesidir. Modern doğa biliminin birikimli ve amaca yönelik olduğunu kabul eden Fukuyama (2014), teknolojik gelişme ve askeri rekabet ile ekonomik gelişmenin altında yatan yegane unsurun bilimsel yöntemin keşfi olduğunu hatta tarihin modern bilim öncesi ve sonrası olarak ikiye ayrılabilceğini ifade eder. Teknoloji sayesinde askeri üstünlüklerini muazzam şekilde arttıran Avrupa toplumları aynı zamanda doğaya hükmetmenin yolunu da bulmuştur. Bu karşı konulamaz askeri güç sayesinde dünyanın geri kalanındaki toplumlar da savunma odaklı bir gelişme politikası gütmüşler ve çeşitli reformlar ile teknolojik ve askeri gelişmeyi hızlandırmayı hedeflemişlerdir. Doğanın sürekli olarak fethedilmesi ve tahakküm altına alınması ise; emeğin rasyonel örgütlenmesi, işbölümü, uzmanlaşma, modern bürokratik örgütlenme ve verimlilik gibi kavram ve yapıların ortaya çıkarak ekonomik gelişmenin

1 Hegel, efendi köle diyalektiğini insanı insan yapan süreç olarak görür. Doğal isteklerinden sıyrılıp ölümü göze alan ve hem doğa ile hem de diğer insan ile mücadeleye girip galip çıkan kişi “efendi”dir. “Köle” ise bu isteklerle kendisine meydan okuyan kişiye boyun eğen, bir başka ifadeyle doğal isteklerine boyun eğen kişidir. Efendi ile köle arasındaki bu ilişki diyalektiktir ve tarihi meydana getirir (Küçükalp, 2010, s. 58-59). Ancak bu diyalektiğe dayanmadan, kendini doğuştan gelen hakları olan bir birey olarak tanımlayan insanın ortaya çıkışı ideal bir devletin ortaya çıktığını gösterir. Bu durumda efendi ve köle ortadan kalkarak eşit yurttaşlar ortaya çıkar. Bu da liberal bir devlette mümkün gözükmemektedir (Fukuyama, 2014, s. 95).

hızlanmasını sağlamıştır (s. 109-114). Fukuyama'nın bütün bu süreçlere bakışında, pek çok düşünürün getirdiği çeşitli eleştirilerden eser olmadığı gibi aksine yüceltme olduğu ortadadır.

20. yüzyılın sonlarında Berlin Duvarı'nın yıkılması ve Sovyetler'in dağılması komünist ideolojinin sona erdiğini gösterir. Fukuyama, buna dayanarak kapitalist liberal sistemi yegane ve rakipsiz düzen olarak ilan eder. Liberalizm hem insan doğasına en uygun sistemdir hem de insanlığın ulaştığı zirvedir. Tarihin geldiği son nokta olan liberalizm mutlak egemenliğini ilan ettiği için artık tarihin de sonu gelmiştir.

Görüldüğü üzere Fukuyama ile Huntington'un tezleri "tarihin sonu" noktasında çelişik gibi görüne de, her ikisi de ABD'nin Soğuk Savaş sonrası dönemdeki politikalarına hizmet etmektedir. Huntington'a göre gelinen nokta tarihin sonu olmaktan uzaktır çünkü dünyayı yeni çatışmalar beklemektedir. Buna göre özellikle Hıristiyan ve İslam medeniyetlerinin çatışması ABD'ye yeni bir misyon vermektedir. Bununla birlikte Fukuyama'nın tezi dünyaya barışı getirecek olan yegane sistemin liberalizm olduğunu iddia ederek ABD'nin yeni misyonunu meşrulaştırmaktadır. Zira ABD'nin müdahaleci politikaları, ideal sistemin dünyaya yayılması için gerekli olacaktır.

*Avatar: Korra Efsanesi'*ne bakıldığında, yukarıda özetlenen süreçlerin bir alt metin olarak çizgi filmde yer aldığı görülecektir. Metindeki ideolojik anlam Amerika'nın sahip olduğu liberal sistemin, dünyaya denge ve barış getirecek yegane sistem olduğudur. Monarşi, komünizm, faşizm ya da teokratik yönetim gibi denenmiş olan pek çok sistemin dünyaya savaş ve huzursuzluk getirdiği, dünyanın dengesinin tek garantisinin ise Amerika ve Amerika nezdinde liberalizm olduğu vurgusu yapılmaktadır. Dünyada böyle bir dengenin oluşması ve korunabilmesi için Amerika'nın her bölgesine müdahale etme hakkı vardır. Avrupalı sömürgecilerin dünyanın az gelişmiş bölgelerini sömürmeleri kötüdür. Amerika'yı kuran düşünce, bu sömürü düzenine son veren özgürlükçü düşüncedir. Avrupa dünyanın diğer bölgelerine sömürü amacıyla müdahale ederken Amerika oralara barış, demokrasi, düzen ve denge götürmek amacıyla gider. Eğer dünyanın çeşitli bölgelerinde meydana gelen dengesizlikler giderilmezse bu dengesizlik bütün dünyaya zarar verdiği gibi sonunda Amerika'yı da vuracaktır. Nihayet, insanlık için tek ideal sistem olan liberalizm, hem kendini korumak hem de dünya halklarının çıkarı için gerektiğinde savaşı ve müdahaleciliği meşru kılmaktadır.

Çizgi filmde Avatar'a biçilmiş olan rol dünyaya barışı ve dengeyi getirmektir. Tarihin başlangıcından beri bu misyonu üstlenmiş olan Avatar tanrısal bir güçtür. Avatar'a yüklenen bu tanrısal güç metnin kurgusunda Amerika ile özdeşleştirilir. Avatar Aang, Ateş Ulusu'na karşı uzun bir mücadele verir ve nihayet zafer kazanır. Ancak asıl hikaye Aang'ın Birleşik Cumhuriyet'i ve Cumhuriyet Şehri'ni kurmasıyla başlar. Bu yeni ülke özgürlüğün ve ideal sistemin ülkesidir. Cumhuriyet Şehri'nin, tanrısal bir kurtarıcı olan Avatar tarafından kurulmuş olmasının altındaki ideolojik anlam Amerika'nın üstlendiği misyonun kutsal olduğudur. Nitekim yukarıda bahsedilmiş olan "ilerici emperyalizm" ve "açık yazgı" felsefeleri, Amerika'nın kuruluşundaki tanrısal misyonun Avatar'ın üstlendiği misyonla ne kadar uyumlu olduğunu göstermektedir. Aynı şekilde Avatar Aang'ın Ateş Ulusu'na karşı vermiş olduğu mücadele de Amerika'nın bağımsızlık savaşında emperyalist Avrupalı güçlere karşı kazandığı zaferle örtüşmektedir. Bu zaferin arkasından gelen kendine özgü bir sistemin kurulması da aynı paralelliği yansıtmaktadır. Avatar'ın şahsında dünyayı

Avrupa sömürgeciliğinden kurtaran ve yeni bir barış ve denge dönemini açan Amerika'nın misyonu burada bitmez. Zira Amerika'nın temsil ettiği özgürlükçü ideal sistem olan liberalizme savaş açmış olan pek çok ideoloji vardır.

Mannheim'in ideoloji tanımına bakıldığında ideoloji kavramının yanında ütopya kavramının da olduğu görülecektir. İdeoloji, genel toplumsal düzeni sağlayan bilgi örgüsüyken ütopya, mevcut düzenden hoşnut olmayan toplum kesimlerinin zihinlerinde tasarlanan farklı toplumsal düzen tasarılarıdır. Ütopya ideolojileri değiştirmek ve yerine yeni bir toplumsal düzen kurmak amacıyla ideolojilere saldırırlar. Ancak ne ütopyalar ideolojileri tamamıyla değiştirmeye muktedir olabilir, ne de ideolojiler ütopyaların saldırılarından sonra tamamen eskisi gibi kalabilirler. Mannheim'in teorisindeki bu toplumsal evrim düşüncesi *Avatar: Korra Efsanesi*'nde son derece başarılı bir şekilde işlemektedir. Amerika'nın temsil ettiği liberal ideoloji çizgi film boyunca sosyalist, teokratik, anarşist ve faşist ideolojilerin taarruzuna uğrar. Bu ütopyalarla yapılan mücadelelerden her seferinde zaferle çıkan Amerika'nın ideolojisi ise her mücadeleden sonra belirli ölçülerde tadilata uğrar ve dönüşüm geçirir.

Çizgi filmde Amerikan liberalizmine saldıran ilk ütopya sosyalizmdir. Sosyalizmi temsil eden eşitlikçiler, siyasal ve ekonomik gücü elinde bulunduran hakim sınıflara karşı silahlı bir mücadele içerisine girmişlerdir. Metnin ideolojik anlamında sosyalistler mevcut toplumsal düzeni değiştirmeye çalışan toplum düşmanlarıdır. Nitekim, eşitlikçilerin lideri Amon "halk düşmanı" ilan edilir. Bununla birlikte, eşitlikçilerin argümanlarının insanlara cazip gelen yanları da yok değildir. Zira eşitlik ilkesi modern toplumların vazgeçemeyeceği bir ilkedir. Metinde, sosyalistlerin haklı olduğu taraflar ve sosyalistlerin Amerikan toplumunda işaret ettiği aksaklıklar açıkça gösterilir. Eşitlikçi düşüncenin geniş halk kitlelerinde karşılık bulmasının sebebi de zaten toplumsal düzendeki bu sorunlu alandır. Ütopik söylem bütün tezlerini bu sorunlu alan üzerinden kurmaktadır. Devletin herhangi bir müdahalede bulunmadığı ekonomik alan vahşi bir kapitalizm yaratmıştır. Ekonomik büyüme bu sayede oldukça hızlı ilerlese de toplumsal bünyede sosyal adaletsizlikler ve sömürülen kitleler ortaya çıkmıştır. Sosyalist ütopyanın söylemi bu sömürü düzenine son vermenin yolunun mevcut ideolojiyi topyekün ortadan kaldırmak olduğu üzerine odaklanır. İdeolojinin buna verdiği cevap ise, söz konusu sorunlu alanın varlığını kabul etmek, fakat sorunun çözümünü kendi varlığının ortadan kaldırılmasına izin vermeden gerçekleştirmek şeklindedir. İdeolojinin, bu toplumsal tadilatı yaparken ortaya koyduğu en önemli argüman, devrim talep eden ütopyanın sorunlara gerçekten çözüm olmayacağıdır. Çünkü ütopyanın temsilcilerinin asıl derdi sömürülen halk kesimlerine adalet getirmek değil, gücü kendi ellerine geçirmektir. Bu sebeple görünen amaçlarının yanı sıra görünmeyen bir amaçları da vardır. Çizgi filmde Amon, yüzünde bükücüler tarafından bırakılmış bir yara izi olduğunu iddia eder. Bu yara, ideolojinin meydana getirdiği hasarların bir temsilidir ve kendisi gibi pek çok zulümlere uğramış olan halk kesimleriyle duygusal bir bağ kurulmasını sağlar. Amon, yüzündeki bu yara sebebiyle maske takarak yüzünü gizlemektedir. Eşitlikçi halk kitleleri nezdinde bu maske, sistemin açtığı yarayı gizleyen bir araç olarak duygusal bir etki yaratmasının yanı sıra devrimci hareketin bir sembolüne de dönüşmüştür. Ne var ki, sistemin temsilcisi olan Avatar, Amon'un maskesini çıkardığında ortada bir yara izi yoktur. Eşitlikçi ütopyanın dayandığı temel argümanlardan biri olan sistemin saldırısına uğramak tezinin bir yalan olduğu eşitlikçi halk

kitlelerine gösterilmiştir. Metnin ideolojik anlamındaki esas fikir, sosyalist ütopyanın temsilcilerinin asıl amacının gücü ele geçirmek olduğudur. Gücü ele geçirmek için ise halkın kandırılması gerekir. Halk, gerçekte hiçbir karşılığı olmayan, tamamen yalanlar üzerine kurulu argümanlarla değil, gerçek toplumsal sorunlardan kaynaklı argümanlarla kandırılabilir. Dolayısıyla Amerikan ideolojisini temsilen Avatar, hem kötü niyetli devrimcileri mağlup eder hem de onların işaret ettiği ve halktan rağbet gören sorunlu alanların ortadan kaldırılmasını sağlar. Böylece mücadelenin sonunda ütopya başarısızlığa uğratılmış fakat ütopyanın işaret ettiği alanlarda düzenlemeler yapılması sağlanarak ideolojinin evrilmesi gerçekleşmiştir.

Amon'un mücadele içerisinde girdiği sistemde Cumhuriyet Şehri, bütün üyeleri bükücü² olan bir konsey tarafından yönetilmektedir. Konsey üyeleri arasında tıpkı Amon gibi gücü eline geçirmek isteyen Tarrlok isminde bir konsey üyesi vardır. Daha sonra Tarrlok'un Amon'la kardeş olduğu ortaya çıkacaktır ki bu da otokratik yönetimin sosyalizmle organik bağının kurulması açısından önemlidir. Tarrlok, eşitlikçilere karşı mücadele ederken konseyin yetkilerini eline geçirir ve devletin kolluk güçlerini ve yasalarını otokratik bir şekilde kullanır. Bunu yaparken eşitlikçilerle mücadele adı altında masum halka devletin sert yüzünü göstermekten çekinmez. Mücadelenin sonunda Avatar'ın her ikisini de alt etmesi Amerikan ideolojisine yöneltilen bir başka eleştiriyi de özeleştiriyeye dönüştürmüştür. Gerek eşitlikçilerin art niyetli devrim hareketi gerekse devlet kanadından gelen sert uygulamalar liberal anlayış içerisinde yumuşatılabilmektedir. Mücadeleden sonra Cumhuriyet Şehri'ni yöneten konsey dağıtılmış yerine halkın oylarıyla seçilmiş ve bükücü olmayan bir başkan gelmiştir. Şehrin bütün vatandaşlarının oylarıyla seçilmiş bir başkan figürü, devrimci ütopyanın arzu ettiği eşitliği sağlamış görünmektedir. Üstelik seçilen başkanın bir bükücü olmaması, bükücü olmayan halk kitlelerinin de yönetimde söz sahibi olduğunun bir göstergesidir. İdeoloji kendini restore ederek ve yeniden üreterek yoluna devam etmeyi başarmıştır.

Benzer bir durum, bir sonraki mücadele alanı olan teokratik ütopya için de geçerlidir. Din ve laiklik meselesi bazı zıtlıklar üzerinden ele alınarak çizgi filmin kurgusunda ideolojik bir formatlamaya tabi tutulmuştur. Öncelikle Avatar Aang ile Avatar Korra'nın kutsala yaklaşımlarındaki fark dikkat çekicidir. Ateş Ulusu'na karşı mücadele vererek Birleşik Cumhuriyet'i kurmuş olan Aang (kendinden önceki bütün Avatarlar gibi) ruhlar dünyası ile insanların dünyası arasında bir köprü olma misyonunu üstlenmiştir. Avatar'ın bu misyonu düşmanları tarafından şiddetle eleştirilmektedir. Avatar Korra ise, Unalaq'la girdiği mücadele sonunda ruhlar dünyası ile insanların dünyasını birleştirerek köprü olma misyonundan vazgeçmiştir. Metindeki bu ayrımı tanrı ile kul arasında başka bir merciin bulunmaması gerektiğini savunan laiklik ilkesinin bir yansımasıdır. Avatar Korra'nın böyle bir karara varması yine düşmanlarının saldırıları ve haklı eleştirileri doğrultusunda gerçekleşmiştir. Ancak düşmanları din ve inanç meselesini tıpkı sosyalist ütopyada olduğu gibi kötü niyetli olarak kullanma eğilimindedirler.

Teokratik eğilimler sergileyen Unalaq'ın argümanı Birleşik Cumhuriyet'in, dini ve gelenekleri yozlaştırdığıdır. Bu argüman, özellikle Orta Doğu menşeli İslami hareketlerin, kapitalizmin ve metalaşmanın kutsal algısını bozduğu ve dünyevileşen bir insan profili ortaya çıkardığına ilişkin

2 Bükücüler, fantastik çizgi filmin kendi mantığı içerisinde özel güçlere sahip olan kişilerdir.

argümanla uyum içerisindedir. Güney Su Kabilesi'nde kutlanmaya devam eden bir kutsal bayram olan "ruhlar festivali", Unalaq'a göre içi boşaltılmış ve anlamı kaybolmuş bir festivale dönüşmüştür. Şeklen kutlanmaya devam etse de artık insanlar bu festivali sadece eğlenmek için bir fırsat olarak görürler. İnsanların kutsal olandan uzaklaşmış olması bazı ruhların sinirlenmesine ve açık denizlerdeki gemilere saldırmasına sebep olmaktadır. Unalaq'ın kardeşi Tonrak ise geleneklerin değişebileceğini bunun son derece normal olduğunu iddia eder. Zira Güney Su Kabilesi'nin şefi olan Tonrak, Birleşik Cumhuriyet'le siyasal olarak uyumlu bir ilişki içinde olmasının yanı sıra Birleşik Cumhuriyet'in zihinsel kodlarını da benimsemiştir. Ne var ki Avatar, babası Tonrak'ın değil amcası Unalaq'ın yanında yer alır. Metindeki anlatının bu kısmından çıkan mesaj Unalaq'ın argümanlarıyla uyuşmaktadır. Dinin ve geleneklerin zayıflaması, kutsal ile olan ilişkinin kopması gerek bireysel planda gerekse toplumsal planda ciddi bir boşluk oluşturmaktadır. Avatar'ın bu argümana katılması, Amerika'nın dini özgürlüklere önem verdiği veya vermesi gerektiği, kutsal ile bağ kurmanın insani bir ihtiyaç olduğu düşüncesini benimsediği mesajını verir. Ancak hikayenin ileriki kısımları, din ile kurulacak ilişkilerin hepsinin sağlıklı olmadığı sonucunu verecektir.

Tıpkı eşitlikçilerin anlatısında olduğu gibi burada da Unalaq, masum gibi görünen tasarılarının ardında kötü niyetler gizlemektedir. Hile yapan, oyunlar kuran, yalan söyleyen ve böylece güneyi işgal eden Unalaq'ın foyası ortaya çıktığında Avatar kandırıldığını anlar. Amerikan ideolojisinin temsili olan Avatar, insanların masum ve makul düşüncelerine değer vermektedir. Fakat Unalaq'ın amacı da Amon gibi gücü ele geçirmektir. Unalaq, "Kara Avatar" haline dönüşür ve Avatar Korra'yı mağlup eder. Hikayenin kurgusundaki Raava ile Vaatu zıtlığı dünyadaki iyi ile kötünün mücadelesini temsil etmektedir. Buradaki mesaj açıktır. Dini siyasal bir çerçeveye oturtarak teokratik bir yönetim kurmak isteyen ütopya Vaatu ile özdeşleştirilerek kötülüğün sembolü yapılırken, dini özgürlükleri savunan ancak teokratik yönetimlere karşı olan Amerika, Raava ile özdeşleştirilerek iyiliğin sembolü haline getirilmiştir. Kara Avatar, yani Unalaq, ile birleşen Vaatu radikal dinciliği, özellikle de "radikal İslami hareketleri" temsil etmektedir. Tıpkı 11 Eylül saldırılarında olduğu gibi dünyanın az gelişmiş ülkelerinde yükselen radikal dinci hareketler nihayetinde gelip Amerika'yı vurmuştur. Kara Avatar'ın Cumhuriyet Şehri'ne saldırması ve ilk iş olarak Amerikan özgürlüğüyle özdeşleştirilmiş Avatar Aang'in heykelini yıkması da bu paralelliği ortaya koymaktadır. Bu senaryo, 11 Eylül sonrasında kurulan "İslami terör" söylemiyle de uyum içerisindedir.

Dikkat çekici bir başka nokta da Unalaq'ın güçlenmesi süreçlerinde Birleşik Cumhuriyet'in başkanının, başka ülkelerin iç işlerine müdahale etmemek konusundaki ısrarcı yaklaşımıdır. Ordunun, silah lobisinin ve kamuoyunda oluşturulan savaş yanlısı söylemlerin baskısına rağmen başkan, ısrarla müdahale ve savaştan uzak durur. Bu stratejisinde haklı olduğu tarafların da olduğu hissettirilir. Ne var ki mücadelenin sonunda başka ülkelerin iç işlerinden kaynaklanan bu "büyük kötülük" Cumhuriyet Şehri'ni hedef alır. Buradaki mesaj açıktır: 'Kötülük', dünyanın neresinden çıkarsa çıksın Amerika'ya dokunacaktır. Zira Amerika, dünyadaki bütün kötülüklerin karşısındaki 'büyük iyidir. Böylece küresel dünyanın tamamının Amerika'nın iç işleriyle bir şekilde ilintili olduğuna dair söylemin meşruiyet zemini yaratılmış olur. Başka bir ifadeyle Amerikan müdahaleciliği meşrulaştırılmıştır. 11 Eylül saldırıları ve arkasından ABD'nin Afganistan ve Irak'ı işgal etmesinin altındaki "İslami terör" söylemini, Özgürlük Heykeli'ni (Avatar Aang'in heykeli) yıkan Kara Avatar'a

karşı tepkisiz kalındığında neler yaşanabileceği kurgusu desteklemektedir. Çizgi filmdeki Birleşik Cumhuriyet'in başkanının tavrı, dünyaya kayıtsız kalan bir Amerika başkanının, ülkesine nasıl bir terör getirdiğini göstermesi açısından manidardır. Dolayısıyla tasvir edilen ideal Amerikan başkanı, gerektiğinde ülkesinin çıkarları adına dünyanın farklı bölgelerinde “demokratik” ve “özgürlükçü” olmayan hareketlere karşı müdahaleci olmalıdır. Nitekim çizgi filmin sonraki sezonlarında başkan daha müdahaleci bir politika izlemeyi sakıncalı bulmayan tavırlar içerisinde görülür.

Amerika'yı temsil eden ve tanrısal bir güç taşıyan Avatar Korra'nın karşısına çıkan Kara Avatar da tanrısal bir güç taşımaktadır. Bu sebeple Korra ilk etapta mağlup olur. Kara Avatar, Cumhuriyet Şehri'ni yok etmeye başladığında Korra, daha güçlü bir tanrısallıkla donanır ve Kara Avatar'ı yener. Daha önce de bahsedildiği üzere Amerika'nın kuruluşunda tanrısal bir misyon felsefesi yatmaktadır. Ancak bu anlatıda, Kara Avatar da tanrısal bir misyonla donanmıştır. Bu mücadelenin altında yatan derin anlama bakıldığında Samuel Huntington'un “Medeniyetler Çatışması” tezinde de belirtildiği üzere Hıristiyan ve İslam medeniyetlerinin karşılaştırıldığı ortadadır. Elbette Amerikan ideolojisine uygun olarak Avatar Korra iyi ruh olan Raava ile bütünleşirken Kara Avatar kötü ruh olan Vaatu ile birleşir. Avatar Korra'nın Kara Avatar'ı mağlup etmesi için daha yukarıdan gelen güç ise adeta Tanrı'dan gelmektedir. Dolayısıyla metnin ideolojik anlamına bakıldığında, Amerikan ideolojisi sırtını “gerçek tanrıya” (*true god*) dayamıştır ve tanrı Amerika'nın mağlup olmasına izin vermeyecektir.

İdeolojiye saldıran bir diğer ütopya da metinde Zaheer ile temsil edilen anarşizmdir. Kızıl Lotus adı verilen gizli bir örgütün liderlerinden olan Zaheer, dünyadaki bütün liderlerin kötülük yaydığına, kötülüğün kaynağının liderlik fikri olduğuna inanmaktadır. Özgürlük kavramı etrafında şekillenen bu düşünceye göre insanlar, liderler ve devletler olmadan daha mutlu ve refah içerisinde yaşayacaklardır. Liderler toplumlar üzerinde tahakküm kurarak onları sömürmektedir. Zaheer'in amacı dünyadaki bütün liderleri yok etmek ve insanları özgür kılmaktır. Bu amaçla, halkına zulmeden Toprak Kraliçesi'ni öldürür. Fakat onun gözünde yalnızca monarşilerin liderleri değil, seçimle iş başına gelen liderler de aynı kötülüğün kaynağıdır. Bu sebeple, Toprak Kraliçesi'nden sonra Avatar'ı ve Birleşik Cumhuriyet'in başkanı dahil tüm liderleri öldürmeyi planlar. Çizgi filmin önceki sezonlarında da yapıldığı gibi, ilk bölümlerde Zaheer'in düşmanlarından biri olan Toprak Kraliçesi'nin halkına nasıl zulmettiği, onları aşağıladığı ve halktan aldığı vergileri lüks içinde yaşamak için kullandığı gösterilir. Monarşinin ne kadar kötü bir yönetim sistemi olduğu açıkça vurgulanır. Ancak Toprak Kraliçesi öldürüldüğünde başkent Ba Sin Se'de büyük bir kaos yaşanır. Bu kaos o kadar kötüdür ki, kraliçenin kötü yönetimi bile tercih edilebilir bir konuma yerleştirilir. Zaheer ile Avatar'ın yaptıkları bir konuşmada Zaheer, kötülüğün liderlerden kaynaklandığı tezini savunurken Avatar ona karşı çıkar. Toprak Kraliçesi'nin yönetim şeklinin kötü olduğunu kabul etse de liderlerin yok olmasının kaos meydana getireceğini söyler. Avatar kraliçeyi kurtarmak için uğraşırken Zaheer ve diğer anarşistlerden “terörist” olarak bahseder. Bu anlatıda da metnin verdiği mesaj oldukça açıktır: Devletler ve liderler ne kadar kötü bir yönetim sergileseler de, gereklidirler. Devletlerin ortadan kalkması durumunda toplum özgürleşmeyecek, aksine daha kötüsü kaos ortamına sürüklenecektir. Bu mesaj bütün anarşist ütopyaların geçersizliğini ortaya koyan bir anlam taşımaktadır. Ancak (yine metindeki anlama göre) monarşilerin yarattığı kötü yönetimler ortadadır ve halkların özgürlükleri ayaklar altına alınmaya devam etmektedir. Elbette bu sorunu çözecek

olan da yine Amerikan liberalizmidir. Baskıcı monarşilerin halkı esaret altında tutmaları, anarşist ütopyaların beslendiği bir problem alanıdır. Baskıcı yönetimlerin uygulamaları aynı sertlikte farklı reaksiyonları ortaya çıkarma potansiyeline sahiptir. Nitekim Amerikan liberalizmi bu monarşilere el atmadan önce, kaostan kaynaklanan totaliter rejimler ortaya çıkmıştır. Metinde, anarşistlerin kraliçeyi öldürmelerin ardından oluşan kaos yeni bir toplumsal problem alanı haline gelir. Gücü eline geçiren Kuvira ismindeki bir komutan bütün Toprak Krallığı'nı kendi otoritesi altında birleştirir. Kuvira burada açıkça faşist diktatörlükleri temsil etmektedir.

Gerçek hayatta olduğu gibi metinde de faşist diktatörlükler kaostan ve yenilmişlik duygusundan beslenirler. Hitler'in Nazi Partisi'nin iktidara geliş süreçlerine bakıldığında I. Dünya Savaşı'nda mağlup olmasının çok etkili olduğu görülecektir. Naziler, savaş sonrası imzalanan antlaşmanın çok ağır olduğu ve Almanların gururunun kırıldığı üzerinden söylem geliştirmişlerdir. 1929 Dünya Ekonomik Buhranı da hem ekonomik hem de siyasal bir kaos yaratmıştır. Böyle bir ortam; birlik, kalkınma, güçlü devlet söylemlerinin rağbet gördüğü siyasal iklimi doğurmuştur. Ayrıca, Versay Antlaşması'nı imzalayan önceki yöneticiler, sosyalistler ve Yahudiler gibi bazı kesimler iç düşman olarak "hain" ilan edilirken çeşitli dış düşman söylemleri de oluşturulmuştur. Esasında bu durumlar bütün faşist diktatörlüklerin genel özellikleridir. Metne bakıldığında monarşiden arta kalan siyasal boşluğu Kuvira'nın otoriter yönetiminin doldurduğu görülmektedir. Kuvira gücünü tesis ettikten sonra hem Birleşik Cumhuriyet'e, hem diğer dünya liderlerine, hem de kendi topraklarında Birleşik Cumhuriyet'le yakınlaşma içerisinde olan kesimlere meydan okur. Yine metnin kurgusunun bir özelliği olarak, ilk bölümlerde Kuvira'nın çok da haksız olmadığı, hatta zaman zaman iyi işler yaptığı izlenimi de yaratılmaktadır. Zira Kuvira, yoksulluk içindeki Toprak Krallığı halkına refah götürmekte, birbirleriyle ve eşkıyalarla mücadele içerisinde olan eyaletleri tek çatı altında toplayarak siyasal boşluğu birliğe çevirmekte, teknolojiye ve kalkınmaya önem vererek ülkesine vizyon kazandırmaktadır. Monarşiyi temsil eden genç ve sorumsuz Toprak Krallığı Prensi yalnızca kendini düşünürken ve halkına karşı sorumluluk duymazken Kuvira halkını yeniden ayağa kaldırmak için büyük bir çaba sarf etmektedir. Önemli bir ayrıntı da Prens'in Cumhuriyet Şehri'nde yaşaması ve tahta çıkmak için zamanını beklemesidir. Böylece halkının gözünde Prens, başka bir ülkenin zihinsel kodlarını taşıyan ve kendi halkına yabancı olan bir karakter iken Kuvira yerli bir kahraman olarak görülür. Ne var ki önceki düşmanlarda da görüldüğü üzere Kuvira'nın asıl isteğinin gücü ele geçirmek olduğu bütün bu iyi niyet gösterilerinin bir kılıf olduğu mesajı gecikmez. Ürettiği güçlü silahlar sayesinde önce kendi ülkesindeki muhalifleri ortadan kaldıran Kuvira daha sonra Cumhuriyet Şehri'ne saldırır. Tıpkı Unalaq örneğinde olduğu gibi, yine dünyanın başka bir coğrafyasında ortaya çıkan bir kötülük güçlendiğinde Cumhuriyet Şehri'ni vurmuştur. Ve yine Unalaq gibi, Kuvira'nın da mağlup edildiği yer Cumhuriyet Şehri'dir. Bu esnada Prens halkına karşı sorumluluk almaya başlar ve Kuvira saf dışı edildikten sonra en iyi yönetim şeklinin cumhuriyet olduğunu, bundan sonra Toprak Krallığı'nda monarşinin olmayacağını ilan eder. Zaheer'in ortaya çıkardığı kaos ve anarşi, Kuvira'nın bu kaostan faydalanarak kurduğu faşizan diktatörlük ve bu kötülüklere çare olmaktan uzak bir yönetim şekli olan monarşi, metnin ideolojik anlamında, mağlup edilmiş ve ortadan kaldırılmıştır. Kısacası anarşizm, faşizm ve monarşi, daha önce sosyalizm ve teokrasiye yapıldığı

gibi, birer alternatif olmaktan çıkarılmıştır. Böylece Amerikan liberalizmi tek ideal toplumsal düzen olarak alternatifsizliğini ilan etmiştir.

Sonuç

Amerikan yapımı *Avatar: Korra Efsanesi* gerçekte olmayan bir dünyada ve zamanda geçmesi dolayısıyla fantastik bir yapımdır. Fantastik yapımlar sırf bu özellikleri dolayısıyla ideolojik olmaktan uzak oldukları yanılgısına sevk etme potansiyeline sahiptirler. Zira gerçekte var olmayan kurgusal dünyaların gerçek toplumsal durumlarla ilişkisi olmadığı ve belli bir ideolojik veya ütopyik anlam taşımasının mümkün olmadığını düşünmek oldukça kolaydır. Ne var ki, tam da kurgulanmış olan bu steril dünyalar sebebiyle ideolojik ve ütopyik anlamlar çizgi filmlerde barınmaktadır. Hatta gerçek toplumsal hayat içerisinde kurgulanmış olan bir anlatıda ifade edilmesi zor olabilecek pek çok anlam fantastik kurguların bu steril yapıları sebebiyle kolayca ifade edilebilir hale gelmektedir.

Fantastik bir kurgu olarak çizgi film dört ulusun yaşadığı bir dünyadaki mücadeleyi anlatmaktadır. Ateş, su, toprak ve havabükücüleri ile uluslarının mücadelesi son derece gerçeküstü bir anlatımla sunulmaktadır. Avatar Aang'ın hikayesinde esas olarak Amerika'nın ortaya çıkışı anlatılmaktadır. Sömürgeci Batı dünyasının zulmüne karşı çıkararak dengesi bozulmuş olan dünyaya yeni bir düzen ve denge getirme iddiası taşıyan Amerika düşüncesi, çizgi filmdeki Cumhuriyet Şehri ile özdeşleştirilmiştir. Fakat Amerikan ideolojisinin ete kemiğe bürünmüş hali olarak Avatar'ın bizatihi kendisi gösterilmektedir. Buradaki sembolleştirme ve anlam yükleme zihinsel kodlar ve toplumsal haritaların oluşturulması bağlamında gerçekleştirilmiştir. Zira yüklenen özelliklere bakıldığında Avatar'ın, toplumsal repertuardaki Amerikan liberal ideolojisine tekabül ettiği görülmüştür. Öncelikle Avatar, dünyaya barışı ve dengeyi getirmekle görevlendirilmiş kutsal bir misyon sahibi ve aynı zamanda olağan üstü güçlere sahip bir kişidir. Amerika'nın kuruluş felsefesine ve günümüze dek izlemiş olduğu politikalara bakıldığında dünyada bozulmuş olan dengeleri düzeltme misyonuna sahip olduğu, bu misyonu kutsal bir görev olarak kabul ettiği ve üstün askeri ve ekonomik gücünü bu bağlamda kullanmaktan çekinmediği görülmüştür. Amerika'nın müdahaleci dış politikası ve gerekli gördüğü hallerde dünyanın uzak köşelerine bile çeşitli operasyonlar düzenleme alışkanlığı bu misyonu içselleştirmiş olduğunun kanıtıdır. Avatar, gücünü asla kötüye kullanmaz ve onun düşmanları insanlığa düşman olan kişilerdir. Gerçek hayatta Amerika'nın iddiası da tam olarak bu yöndedir. Onun düşmanları daima şeytanlaştırılmış olan komünistler, radikal dinciler veya uyuşturucu kartelleridir. Amerika'nın tüm bu mücadeledeki başarısı, ideolojisinin haklılığını kabul ettirebiliyor olmasında gizlidir. Daha doğru bir ifade ile Amerika, ürettiği sembollere ideoloji giydirmeyi başarabilme noktasında oldukça başarılıdır. Bunu pek çok farklı formatlarla da yapabilen Amerika, *Avatar: Korra Efsanesi*'yle de sembol üretme ve ideoloji yükleme başarısını göstermiş görünmektedir.

Üretilen sembollere anlam yükleme vasıtasıyla sosyal kontrolü sağlayan ve ideolojiyi sürdürebilen Amerika'nın bu başarısı, kendisini tehdit eden ütopyaları geçersiz kılabilmesinde saklıdır. *Avatar: Korra Efsanesi* de –pek çok Amerikan yapımında olduğu gibi– ütopyaların ideoloji karşısında geçersiz kılındığı sembollerle doludur. Sırasıyla Cumhuriyet Şehri'nin düşmanları olan eşitlikçiler,

radikal dinciler, anarşistler ve faşistler mağlup edildikten sonra monarşinin de doğru bir yönetim şekli olmadığı vurgulanır. Amerika'nın yakın tarihinde bu bahsi geçen ütopyalarla mücadele ettiği göz önüne alındığında, çizgi filmin gerçek dünyayla bağı açıkça ortaya çıkmaktadır. Amerika'nın temsil ettiği liberalizm bütün bu mücadelelerde galip çıkmıştır, fakat Mannheim'in da savunduğu gibi ideoloji ile ütopyalar arasındaki mücadele sona ermemiştir. Amerikan ideolojisinin başarısı esnek ve değişebilen karakterinde saklıdır. Zira tüm bu ütopyalar, ideolojilerin aksayan yönlerinin ciddi eleştirilerini de içermektedir. Örneğin sosyalistler eşitliğe vurgu yaparken son derece insani bir değeri savunmaktadırlar. Ne var ki tanımlama ve konumlandırma gücünü elinde tutan ideoloji, sosyalist ütopyayı aşırı uca yerleştirmiş ve eleştirilerini makul bulurken çözüm önerilerini marjinal kılmıştır. Yani, eşitlik konusundaki sosyalist eleştiriyi makul kabul ederken sosyalizmin sunduğu toplumsal tasavvuru şeytanlaştırmıştır. Bu durum ideolojiye, ütopya tarafından eleştirilen noktalardaki sorunları düzeltme ve düzenleme imkanı verir. Çizgi filmde bu, eşit oy hakkına sahip olan vatandaşların özgür bir seçimle başkan seçmeleriyle aşılmıştır. Ayrıca dramatik unsurlar da –Avatar Korra'nın yoksul halka acıması ve onlara yardım etmeye çalışması gibi– ütopyanın eleştirilerine kulak kabartıldığı şeklinde yorumlanabilir. Böylece, toplumsal değişim imkanı ideolojinin tasarruflarıyla belirlenmiş ve sosyal kontrol sağlanmış olur. Zira anarşistlerle olan mücadelesinde de görüleceği gibi bozulan toplumsal düzen kaos ve kargaşaya sebep olacağı için ideolojinin kendisini yenileyerek ütopyalarla mücadele etmesi en zararsız yol olarak değerlendirilebilir.

Avatar: Korra Efsanesi, sonunda daima Amerika'nın kazandığı ve bütün olumsuzluklarına rağmen haklı olduğu tipik bir Amerikan yapımından farksızdır. Çizgi filmin kurgusunda beliren ideolojik anlama bakıldığında Amerikan liberalizminin dünyadaki en ideal düşünce ve yönetim tarzı olduğu görülür. Fakat liberalizm mükemmel ve eksiksiz olarak tanımlanmaz. Onun ideal olması eksiklerini tamamlama potansiyeline sahip esnek bir yapı olmasında saklıdır. Amerika'nın temsil ettiği ideoloji mükemmel değildir ve ütopyaların savunduğu ve geliştirdiği toplumsal tasarımlar gerçek sorunlara işaret etmektedir. Dolayısıyla, ütopyaların haklı eleştirileri görmezden gelinmediği gibi dramatik unsurlar sayesinde izleyici ile duygusal bir bağ da tesis edilmiş olur. Böylece, izleyici ütopyaların haklı eleştirilerini anlama ve onlara hak verme durumuna gelir. Ancak aynı kurgu içerisinde iki noktaya daha temas edilmiş olur. Bunlardan biri söz konusu haklı eleştirilere ütopyaların getirdiği çözüm önerilerinin marjinal ve uyumsuz olduğu, pratikte uygulanmasının mümkün olmadığıdır. İkinci nokta ise düzeltilmesi gereken söz konusu aksaklıkların bu marjinal fikirlerle değil Amerikan ideolojisinin makul ve uygulanabilir zihinsel haritaları bağlamında çözüme kavuşturulabileceğidir. Zira ideolojiyi alaşağı edip yeni bir toplumsal düzen getirmeyi vaaz eden ütopyaların kaosa sebebiyet vereceği vurgusu da çizgi filmin kurgusunda verilmektedir. Sonuç olarak, *Avatar: Korra Efsanesi*, ürettiği semboller ve sembollere yüklediği anlamlarla reel dünyadaki Amerikan emperyalist ideolojisini tahkim etmekte ve meşrulaştırmaktadır.

Kaynakça

- Armaoğlu, F. (2009). *20. yüzyıl siyasi tarihi*. İstanbul: Alkım Kitabevi.
- Aydın, M. (2013). *Bilgi sosyolojisi*. İstanbul: Açılım Kitap.
- Bacon, F. (2015). *Novum organum*. Ankara: Bilgesu Yayıncılık.
- Bal, H. (2015). *Bilgi sosyolojisi*. İstanbul: Sentez Yayınları.
- Berger, P. ve Luckmann, T. (2008). *Gerçekliğin sosyal inşası*. İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Coser, L. A. (2008). *Sosyolojik düşüncenin ustaları*. Ankara: De Ki Basım Yayım.
- Çağan, K. (2008). Yanlış bilinçten anlam arayışına ideoloji. K. Çağan (Haz.), *İdeoloji içinde* (s. 9-41). Ankara: Hece Yayınları.
- Eagleton, T. (1996). *İdeoloji*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Fukuyama, F. (2014). *Tarihin sonu ve son insan*. İstanbul: Profil Yayınları.
- Hekman, S. (2012). *Bilgi sosyolojisi ve hermeneutik*. İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Hiriyanna, M. (2011). *Hint felsefesi tarihi*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Hungtington, S. P. (2004). *Medeniyetler çatışması*. İstanbul: Okuyanüs Yayınları.
- Kılıç, Y. T. (2009). Wilhelm von Humboldt'ta ulusal kimlik ve dil sorunsalı: Yabancıliğin içinden Bütüne ulaşma çabası. *İstanbul Üniversitesi Alman Dili ve Edebiyatı Dergisi*, (21), 41-57.
- Kutlutürk, C. (2015). Hinduizm'e göre tanrı Vişnu'nun yeryüzünde bedenlenmesinin (avatara/hulûl) nedenleri. *Ankara Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 55(1), 141-160.
- Küçükalp, D. (2010). Efendi köle ahlakı vs. efendi köle diyalektiği. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(1), 53-63.
- Layder, D. (2013). *Sosyal teoriye giriş*. İstanbul: Küre Yayınları.
- Mannheim, K. (2002). *İdeoloji ve ütopya*. Ankara: Epos Yayınevi.
- Mardin, Ş. (2010). *İdeoloji*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- McLellan, D. (2012). *İdeoloji*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Serdar, A. (2001). Marksist kültür çalışmaları ve edebiyat eleştirileri çerçevesinde Bahtin ve çevresi. *Praksis Dergisi*, (4), 218-241.
- Sunar, İ. (1979). *Düşün ve toplum*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Sümer, G. (2008). Amerikan dış politikasının kökenleri ve Amerikan dış politik kültürü. *Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 5(19), 119-144.
- Voloşinov, V. N. (2001). *Marksizm ve dil felsefesi*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Çerkes Sürgünü Hikayelerinde Kimliğin İnşası*

Identity Construction in Circassian Exile Stories

Zeynep AKSOY**

Öz

On dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısında sona eren Kafkas-Rus Savaşları'nın sonucunda bir milyondan fazla Çerkes Osmanlı İmparatorluğu topraklarına göç etmek zorunda kalmıştır. Bugün Türkiye'de iki buçuk milyona yakın Çerkes yaşamaktadır. Çerkes toplumu için sözlü olarak nesilden nesle aktarılan 1864 Büyük Sürgünü ile ilgili mit, masal ve kahramanlık hikayeleri gibi tüm anlatıların oldukça önemli bir yeri vardır. Bu çalışma, Çerkes sürgünü ile ilgili ilk kuşaklar tarafından anlatılan hikayeleri kültürel travma ve diasporik kimlik kavramları çerçevesinde değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın kapsamını Kafkas Araştırma Kültür ve Dayanışma Vakfı (Kaf-Dav) tarafından 2014 yılında yayımlanan *Tarihi Anılar ve Öyküler* adlı kitapta yer alan yedi adet hikaye oluşturmaktadır. Tematik analiz yönteminin kullanıldığı çalışma, incelenen hikayelerde sürgün travmasının “yenilgi ve çaresizlik”, “insan ve tabiat”, “*Xabze*-Çerkes gelenekleri” ve “Çerkes dili” olarak belirlenen dört ana tema etrafında kurulduğunu göstermektedir. Sürgün travması Çerkes diasporik kimliğinin kurucu unsuru durumundadır ve kimliğin sürdürülmesi için ortak temalar etrafında tekrar edilmektedir. Bu bağlamda makale, kültürel travmanın hikayelerde yaşatılması yoluyla Çerkes diasporik kimliğinin inşa edilmesini ve sürdürülmesini ele almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Çerkes Sürgünü, Sürgün Travması, Kültürel Travma, Diasporik Kimlik, Kolektif Bellek.

Abstract

Circassians, estimated as over a million, were forced to migrate to the land of Ottoman Empire in the aftermath of the Caucasian War in nineteenth century. Today, approximately two and a half million Circassians live in Turkey. The narratives such as myths, tales and heroic stories about the 1864 Great Exile, which are transmitted orally from one generation to another, hold an important place for Circassians. This

* Bu makale 26-27 Ekim 2017 tarihlerinde Kocaeli'de gerçekleştirilen II. Uluslararası İletişim, Edebiyat, Müzik ve Sanat Çalışmalarında Güncel Yaklaşımlar Kongresi'nde sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

** Dr. Öğr. Üye., İzmir Ekonomi Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İzmir, Türkiye, zeynep.aksoy@ieu.edu.tr
Orcid ID: 0000-0002-0297-0372

study aims to evaluate Circassian stories about the exile told by the first generations within the framework of cultural trauma and diasporic identity. The scope of the study embraces seven stories in the book entitled *Historical Memories and Stories* published in 2014 by Caucasian Research Culture and Solidarity Foundation. Using the method of thematic analysis, the study demonstrates that the trauma of exile in the examined stories is formed around four main themes, namely “defeat and despair”, “human and nature”, “Xabze-Circassian customs” and “Circassian language”. The trauma of exile remains as the constitutive element of Circassian diasporic identity, and it is repeated around common themes in order to sustain the identity. In this respect, this paper discusses constituting and sustaining the Circassian diasporic identity through keeping the cultural trauma alive in stories.

Keywords: Circassian Exile, the Trauma of Exile, Cultural Trauma, Diasporic Identity, Collective Memory.

Giriş

On dokuzuncu yüzyılın ortalarına kadar Kuzeybatı Kafkasya’da yaşamış olan Çerkesler, Kafkas-Rus Savaşları’nın sonucunda 1860’lardan başlayarak Osmanlı topraklarına sürgün edilmişlerdir. Yüz yıldan fazla süren Kafkas-Rus Savaşları, 21 Mayıs 1864’de Rusya’nın savaşın bittiğini ve Kafkasya’nın fethedildiğini ilan etmesiyle son bulmuştur (“Kafkas-Rus Savaşı’nın”, 2013, s. 7). Bugün bu tarih, Çerkes Sürgününün sembolik tarihi olarak kabul edilmektedir. 1800’lerin başında küçük gruplar halinde Osmanlı topraklarına göçler başlamış; büyük sürgün, savaş sonrasında Osmanlı Devleti ve Rusya arasında yapılan anlaşma neticesinde gerçekleşmiş ve yirminci yüzyılın başlarına kadar daha küçük gruplar halinde devam etmiştir (Jaimoukha, 2001, s. 21). Rusya’nın Kafkasya toprakları üzerinde uzun yıllar sürdürdüğü işgalci politikalar sonucunda ana vatanlarından ayrılan Çerkeslerin sayısı hakkında net rakamlar olmamakla birlikte tarihi belgeler iki milyon civarında Çerkesin zorlu koşullar altında Kafkasya’dan ayrıldığını, bunların bir kısmının da yolculuk sırasında öldüğünü kaydetmektedir (Bolat, 2013, s. 137). Zorunlu göç ile Kırım ve Kafkasya’dan Anadolu’ya gelen Çerkes nüfusunun 1859-1879 yılları arasında yaklaşık 1,5 milyon kişi (2 milyon insanın 500 bin kadarının göç sürecinde öldüğü kabul edilmektedir), 1881-1914 yılları arasında ise 500 bin kişi olduğu kabul edilmektedir (Kaya, 2011, s. 14). Günümüzde diasporadaki Çerkesler yoğun olarak Türkiye, Suriye, Ürdün, Almanya ve Amerika Birleşik Devletleri’nde yaşamaktadır (Bram, 1999, s. 205). Bugün Türkiye’deki Çerkes nüfusuna ilişkin çok farklı rakamlar telaffuz edilmekle birlikte, 2,5 milyon dolayında Çerkesin yaşadığı kabul edilmektedir (Besleney, 2016, s. 44; Kaya, 2011, s. 82). Etnik ve sosyokültürel olarak oldukça karmaşık bir yapıya sahip olan Çerkes toplumu pek çok alt boy ve etnik gruptan oluşmaktadır.

Anadolu’ya göç eden Kafkas halkları, özellikle kıyafet ve geleneklerinin birbirine benzerlik göstermelerinden dolayı genel olarak Çerkes olarak adlandırılmışlardır. Günümüzde Türkiye’de Çerkes ifadesi, Abazalar, Osetler ve hatta Çeçenleri de kapsayacak biçimde kullanılmaktadır (Jaimoukha, 2001, s. 102). Ancak batıda Karedeniz, doğuda Çeçenistan, kuzeyde Kuban Nehri ve güneyde Gürcistan ile sınırlı olan ve Çerkesya olarak kabul edilen Kuzeybatı Kafkasya’dan göç eden Çerkesler Abzeh, Besleney, Bjeğuğ, Çemguy, Hatukay, Kaberdey ve Şapsığ boylarından oluşurlar ve

kendilerini Adıge olarak adlandırırılar (Besleney, 2016, s. 28-29; Kaya, 2011, s. 75-76). Bu çalışmada da Çerkes tanımlaması ve kimliği Adıgeler için kullanılmaktadır.

Türkiye'de yaşayan Çerkesler her ne kadar cumhuriyetin kuruluş döneminde Müslüman-Türk eksenindeki devlet ideolojisi doğrultusunda asimile olmuş olsalar da önemli bir etnik grup olarak varlıklarını sürdürmektedirler. Çerkes toplumunu bir arada tutan en önemli unsur kuşkusuz sürgünün yarattığı travmadır. Sürgün ile ilgili hikayeler Çerkeslerin tüm anlatılarında nesilden nesle aktarılmakta ve bu anlatılar sürgün travmasının canlı tutulmasında aracı olarak kullanılmaktadır. Bu çalışmanın amacı, Çerkes sürgünü ile ilgili hikayeleri kültürel travma ve diasporik kimlik kavramları çerçevesinde değerlendirmektir. Önceki nesiller tarafından sözlü olarak aktarılan hikayelerin tematik olarak analiz edildiği bu çalışma, kültürel travmanın hikayeler yoluyla sürekli canlı tutularak Çerkes diasporik kimliğinin inşa edilmesini ve sürdürülmesini tartışmaktadır.

Kültürel Travma ve Kolektif Bellek

Yirminci yüzyılın başlarında Maurice Halbwachs'ın ortaya koyduğu kolektif bellek kuramı, toplumsal hatırlama ve unutmaya üzerine yapılan çalışmalara temel oluşturmaktadır. Durkheim'in öğrencisi olan Halbwachs psikolojinin konularından birisi olan hatırlama olgusunu ele almış ve kolektif bellek kavramını kuramsallaştırmıştır. Alanın öncüsü olarak kabul edilen Halbwachs (1992), belleğin içsel olmadığını, içinde bulunulan sosyal grubun bireye, geçmiş dışsal olarak hatırlayabileceği araçlar sunduğunu savunmaktadır. Bireylerin hafızası ancak toplumsal hatırlatmalar ile mümkündür. Bir grubun üyeleri ancak o grup bağlamında tutarlı ve sürekli bir hatırlama sağlayabilirler (s. 38-39). Bireysel ve kolektif hafıza birbirinden ayrıdır, çünkü aslında bireylerin doğrudan belirli bir olayı yaşamış olmaları da gerekmez. Dışsal olarak sunulan araçlar sayesinde grup üyeleri toplumsal hafızayı taşırlar. Halbwachs'a göre kimlik belli bir ortak geçmiş ile bugün ve gelecek arasında bağ kurulabilmesini sağlayan kolektif bellek içinde oluşturulabilmektedir (Eyerman, 2001, s. 6). Dolayısıyla kolektif kimlik grubun kolektif belleği bağlamında kurulmakta ve devam ettirilmektedir.

Halbwachs'ın klasik kuramı temel alınarak, yirminci yüzyılın ikinci yarısında hafıza çalışmaları büyük ilgi görmeye başlamıştır. Misztal'e (2003) göre "Halbwachs'ın, her grubun özgün kimliğini vurgulayan kendi geçmişi ile ilgili bir hafıza geliştirdiği savı kolektif bellek ile ilgili tüm araştırmaların başlangıç noktasını oluşturmaktadır" (s. 51). Klasik ve modern bellek kuramlarını inceleyen Misztal (2003), kolektif belleği toplumun geçmişle ilişki kurduğu ortak deneyim ve kültürel pratiklerin bir sonucu olarak görmektedir. Bellek sadece çoğul bir olgu değil, aynı zamanda toplumsal bağlılığın koşuludur (s. 52). Modern bellek kuramları içinde öne çıkan bir yaklaşım ise İngiliz kültürel çalışmalar okulu tarafından ortaya konulan popüler hafıza kuramıdır. Birmingham Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi tarafından geliştirilen bu yaklaşımda kolektif bellek, siyasetin bir uzamı olarak görülmektedir. Siyasi boyutu olan kolektif bellek tarih yazımının da bir parçasıdır. Popüler hafıza kuramına göre, tarihin temsil edilme biçimi güçle doğrudan ilişkilidir, dolayısıyla kolektif bellek 'egemen hafıza' olarak ifade edilmektedir (Popular Memory Group, 2011, s. 254-255). Popüler hafıza kuramı özel ve kamusal bellek arasındaki karşılıklı ilişkiye odaklanmaktadır (Thomson, 1990, s. 25). Bireyler geçmişi ve bugünü anlamlandırmak için hafıza oluştururlar. Bu süreçte kendilerini rahat

hissedecekleri bir hafıza kurma yoluna giderler. Özel ve kamusal bellek arasında derin farklılıklar olması durumunda kimlik çatışması yaşanacağı için ya hatıralar bastırılır ya da yeniden kurulur. Kolektif belleğin izlerini tüm kültürel pratiklerin içinde bulmak mümkündür. Bir topluluk kimliğini, egemen anlatıda nasıl temsil ediliyorsa öyle hatırlar (Connerton, 2011, s. 338). Egemen anlatılar geçmişin bir imgesini sunar, bu imge tüm kültürel pratiklerde tekrar edilir.

Halbwachs'ın kolektif bellek kuramından hareketle Jan Assmann (1995, 2008) kültürel bellek kavramını ortaya koymuştur. Assmann'a (2008) göre "kültürel bellek, belli bir grup tarafından paylaşılması ve bu gruba bir kimlik vermesi bakımından, kolektif belleğin bir biçimidir" (s. 110). Assmann (1995), belleği iletişimsel ve kültürel olarak ayırmaktadır. Halbwachs'ın kolektif bellek kavramı Assmann'ın (1995) sınıflandırmasında iletişimsel olandır ve bireylerin gündelik etkileşimlerine dayanır (s. 126). Farklı sosyal grupların üyesi olan her birey sosyal ilişkileri bağlamında bir hafıza oluşturur. Ancak Assmann'a (1995) göre kültür bireylerin gündelik olarak kurdukları iletişimden daha fazlasıdır; "iletişimsel bellek gündelik olana ne kadar yakınsa, kolektif bellek de o kadar mesafelidir." (s. 129). Kültürel belleğin tarihte belirli dönüm noktaları vardır. Bu dönüm noktaları zamanın geçmesiyle değişmez. Kültürel bellek öğrenme, yorumlama ve aktarma yollarıyla inşa edilerek sembol ve kurumlarla yeniden üretilen bir yapıdır (Assmann, 2008). Bir topluluğun ortak tarihi çeşitli hikayeler, semboller ve ritüeller aracılığıyla kurulur ve nesilden nesle sürdürülür. Kültürel bellek bu sürdürüşe dayanmaktadır. Gelenek, müzik, ritüel, imgeler ve anlatılar şeklinde görülebilen tüm kültürel metinlerin nesilde nesle aktarımı sayesinde toplum kültürel kimliği içinde kendisini sürekli yeniden üretmektedir. Kısacası, kültürel bellek ile kolektif kimliğin inşası arasında güçlü bir ilişki vardır. Kültürel bellekte canlı tutulan egemen anlatılar kolektif kimliğin kurucularıdır.

Kültürün nesiller arasında aktarımı ile kolektif kimlik geçmişin mirası üzerine inşa edilmektedir (Bilgin, 2013, s. 41). Bu bakımdan bir topluluğun yaşadığı göç, sürgün, savaş gibi olaylar grup hafızasında çok önemli bir yer edinir, sonradan gelen nesillere aktarılır ve nesiller boyunca o topluluğun üyeleri tarafından yaşatılmaya devam eder. Sonraki nesiller olayın kendisini deneyimlemiş olmasalar da grup üyelerini birbirine bağlayan ortak geçmiş algısı sembol ve ritüeller yoluyla kültürel bellekte kurulur. Kültürel bellek için bu türden travmatik olayların özel bir gücü bulunur. Jeffrey C. Alexander (2002, 2004) bu gücü olayların kendisine değil onların hatırlanış biçimlerine bağlamakta ve kültürel travma olarak adlandırmaktadır.

Alexander (2004), kültürel travma kavramı ile Benedict Anderson'ın "hayali cemaat" kavramı arasında bir ilişki kurmaktadır. Ulusların ideolojik anlatılar ile hayali bir biçimde kurulmasına benzer şekilde bir topluluğu doğrudan etkileyen travmanın da hayali bir boyutu bulunmaktadır (s. 9). Ancak bu noktada önemli olan travmanın gerçek ya da hayali olması değil, topluluk tarafından zaman içinde nasıl anlamlandırıldığı, temsil edildiği ve kolektif kimliği nasıl etkilediğidir. Travma çeşitli temsil biçimleriyle kolektif kimliğin ve belleğin yeniden inşasında kullanılan kültürel bir süreçtir (Eyerman, 2001, s. 1). Travmanın kendisi ile bunun kültürel bir süreç olarak bireyler üzerindeki etkisi arasında bir ayırım vardır. Kültürel bir süreç olması bakımından aslında travmanın topluluğun her bir üyesi tarafından deneyimlenmesi ve hissedilmesi gerekli değildir. Olaya yüklenen anlamlar kolektif kimliğin oluşturulması için gereklidir. Eyerman (2001) örnek olarak köleliği gösterir; köleliğin edebiyat, müzik ve sinemada yansıtılış biçimi kolektif belleğin ve kolektif kimliğin

inşasında çok önemli bir rol oynamıştır (s. 2). Kolektif kimlik, travmatik deneyimin edebiyat, sanat ve medya gibi araçlarla gerçek olaydan mekânsal ve zamansal bir mesafede yeniden yaşatılarak kurulur. Sosyal grup tarafından paylaşılan anlamlar, kültürel metinler ve pratikler yoluyla sürekli canlı tutulduğu ölçüde kimliğin sürdürülmesine katkı sağlamaktadır.

Ulusal veya etnik topluluklar belirli bir tarih yazımı bağlamında kimliklerini sürdürürler. Tarihsel arka planı oluşturan egemen anlatılar kolektif kimliğin de kurucularıdır. Kolektif bellek ile kimlik arasındaki köprü bu egemen anlatılarla inşa edilir. Bir topluluğun “Biz kimiz?” sorusuna verdiği yanıt “Nereden geliyoruz?” sorusuna verdiği yanıt ile ilişkilidir (Azaryahu ve Kellerman, 1999, s. 110). Dolayısıyla, bir toplumun geçmişi ve bugünü birbirine bağlayan anlatılar kolektif belleğin kurucularıdır. Savaş, göç, sürgün, soykırım gibi, bir topluluğun yaşamını kökten değiştiren travmatik olaylar o topluluk için adeta varlığını sürdürme nedeni olarak kültürel belleğin yapıtaş olma durumundadır. Alexander’ın (2004) da belirttiği gibi kültürel travma, toplum tarafından kurulan ve toplum tarafından kendisine anlamlar yüklenen bir olgudur (s. 2). Travmatik olayın kültürel bellekte nesiller boyunca devamı o topluluğun kolektif kimliğinin kurucu unsurlarından birisi haline gelmektedir. Kurucu unsur kolektif bellekte önemini yitirir, yani ortadan kalkarsa kolektif kimlik yok olma tehlikesi ile karşı karşıya kalır. Bu nedenle kimi toplumlar, özellikle de etnik/dinsel azınlık konumundaki gruplar açısından kültürel travma kimliğin devamı için gereklidir. Ana vatanlarından sürülmüş ya da soykırıma uğramış toplumlar yeni yerleştikleri topraklarda – diasporada– kolektif bellekte yaşattıkları travma ile kimliği yeniden inşa ederler.

Diasporik Kimlik Kavramı ve Çerkes Kimliğinin İnşası

Yunancada dağılmak, yayılmak anlamına gelen diaspora kavramı, çeşitli nedenlerden dolayı yaşadıkları toprakların dışına dağılmış halkları tanımlamak için kullanılmaktadır (Kaya, 2011, s. 25). Diaspora sözcüğü klasik anlamda Yahudi toplumuna atfen kullanılmakta iken, 1960’lardan itibaren Afrikalıları, Ermenileri ve İrlandalıları içerecek biçimde kullanılmaya başlanmıştır (Cohen, 2008, s. 1). Diaspora kavramı 1980’lerden sonra, William Safran’ın (2005) ifadesiyle adeta metaforik bir boyut kazanmış, bir şekilde ülkesinin dışında yaşamak durumunda kalan göçmenler, siyasi sığınmacılar ve sürgün edilenlere kadar geniş bir yelpazede değerlendirilir olmuştur (s. 51). Bu bağlamda Safran (2005), diasporaların ortak özelliklerini ana vatanlarından en az iki yabancı bölgeye dağılmış olmaları, ana vatanlarıyla ilgili coğrafya, tarih, başarılar veya acıları içeren bir kolektif belleği taşıyor olmaları, yerleştikleri ülke tarafından tam olarak kabul görmediklerine inanmaları, idealize ettikleri ana vatanlarına bir gün dönmeyi istemeleri, ana vatanın refahı, zenginliği için ilişkilerin sürdürülmesi, toplumsal bilinç ve bağlılığın sürdürülmesi, kültürel mirasın semboller üzerinden aktarılması yoluyla yerleştikleri ülke içinde azınlık olma bilincini sürdürme istekleri ve ana vatan ile olan kültürel, dini, ekonomik ve politik ilişkilerini sosyal kurumları içinde önemli bir biçimde yansıtmaları şeklinde sıralamaktadır (s. 37).

Safran (2005) bu niteliklerin yurtlarından edilen pek çok geleneksel topluluğun yanı sıra yirminci yüzyılda gelişen göçmen topluluklar için de geçerli sayılabileceğini belirtmektedir (s. 38). Dolayısıyla bugün literatürde diaspora kavramı son derece geniş bir biçimde kullanılabilir.

Cohen (2008), özellikle 1990'lardan sonra postmodernitenin etkisindeki sosyal yapısalcı yaklaşımın, diaspora kavramının temelini oluşturan ana vatan ve etnik topluluk olgularını yıkmaya çalıştığını vurgulamaktadır (s. 1). Bu yaklaşımla postmodern dünyada kimliklerin mevcut koşullara göre daha esnek bir şekilde yeniden kurulduğu savunulmaktadır. Ancak sosyal yapısalcı yaklaşımın kavramın içinin boşaltılmasına ve anlamsızlaştırılmasına neden olduğu düşünülmektedir. Küreselleşme olgusunun kabul edildiği günümüz dünyasında kimliklerin geçmişe göre daha karmaşık olarak dönüşüme uğradığı kabul edilmekle birlikte diaspora toplulukları içinde ana vatan söyleminin hala güçlü bir biçimde sürdüğü bilinmektedir. Khachig Tölölyan (1991) diaspora kavramının bir zamanlar Yahudiler, Ermeniler ve Yunanlar için kullanıldığını, ancak bugün göçmen, yabancı çalışan (*expat*), mülteci ve sürgün edilmiş toplulukları da kapsayacak biçimde daha geniş bir kullanıma sahip olduğunu kabul etmektedir. Bu kullanımı ulusötesi gerçekliğin bir parçası olarak görmekte, diasporaların ulusötesi dönemi yaratan tüm diğer güç ve olgularla ilgili olduğunu savunmaktadır. Ona göre küreselleşme ile bağlı olarak sermayenin serbest dolaşımı, küresel şirketler, medya emperyalizmi gibi gelişmeler nedeniyle ulus devletin dolayısıyla da kolektif kimliklerin sorgulanmasına gereksinim duyulmaktadır (s. 5). Diğer yandan Rogers Brubaker (2005), her ne kadar özünden ayrılmış olsa da, diaspora kavramının hala üç önemli unsuru taşıdığını savunmaktadır. Bunlar; zorunlu ya da gönüllü olarak ana vatandan ayrılma, hayali veya gerçek bir ana vatan yönelimi ve grup bağlılığının seferber edildiği ve sürdürüldüğü sınır devamıdır (s. 5-6). Safran (2005) da ana vatani dışında yaşayan tüm toplulukları diaspora olarak adlandırmayı eleştirmekte, bütün ulusötesi deneyimlerin diasporik olmadığı gibi bütün diasporaların da ulusötesi ilişkilerini sürdürmediğini vurgulamaktadır (s. 50).

Diaspora çalışmalarını özellikle Yahudi diasporası üzerinden yürüten Safran'ın ortaya koyduğu diaspora nitelikleri içinde en önemlisi ana vatana duyulan özlem ve geri dönüş arzusudur. Ancak bu unsurun bugünün küresel koşullarında pek çok diaspora için geçerli olduğunu söylemek mümkün görünmemektedir. Clifford (1994), diasporaların tarihin farklı dönemlerinde karşılaştıkları engeller, açılımlar, retler ya da kabuller, bağlar ya da karşıtlıklar doğrultusunda farklı yoğunluklar yaşayabileceklerini ileri sürmekte, Safran'ın (1991) ideal diaspora sınıflandırmasını esneterek "yarı diaspora" kavramını kullanmaktadır (s. 306). Dolayısıyla ana vatana duyulan özlem ve dönüş arzusu da değişebilen ve hatta ortadan kalkabilen bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Kaya (2011), diasporaları klasik ve modern diasporalar olarak ayırmaktadır. Buna göre klasik ya da geleneksel diasporalar, zorunlu göç ile ana vatanlarından uzaklaşmış ve başka topraklara yerleşmiş toplulukları; modern diasporalar ise sömürgecilik ve işçi göçleri neticesinde oluşan yabancı toplulukları kapsamaktadır (s. 25-26). Klasik diasporalar, literatürde sıklıkla 'kurban diaspora' olarak da ifade edilmektedir (Brubaker, 2005; Cohen, 1996). Modern diasporalar ise göçmen, mülteci, sığınmacı, misafir işçi gibi ulusötesi grupları işaret etmektedir. Bu açıdan, 1960'larda Almanya'ya çalışmak için göç eden ve orada yerleşen Türklerin modern diaspora örneği olduğunu belirtmek mümkündür. Cohen'in (1996) de belirttiği gibi, geleneksel diasporaların en önemli iki özelliği ana vatanlarından travmatik bir biçimde koparılmış olmaları ve ana vatan düşüncesinin kolektif bellekte sürdürülmesidir (s. 515). Bu nedenle Çerkesler, klasik/geleneksel diaspora olma özelliğini taşımaktadır. 1864'te

başlayıp yüzyılın sonuna kadar devam eden sürgünler sonucunda bugün Çerkes diasporası Türkiye, Ortadoğu ve Balkan ülkelerinde kültürel kimliğini sürdürmeye çalışmaktadır.

Diasporik kimlikler hem göç etme olgusu üzerinden sürekli kendilerini yeniden üretmekte hem de kayıp köklerine dönme arzusunu sürekli yeniden yaratmaktadır (Hall, 1990, s. 236). Tüm diasporaların tarihi dağılma ve parçalanma deneyimine dayanmaktadır. Bu deneyim kolektif kimliğin kurucusudur. Shi (2005) diasporik kimliklerin hikaye anlatıcılığının söylemsel etkisiyle kurulduklarını ifade etmektedir (s. 57). Kültürel metinlerde, ritüellerde, pratiklerde ve medyada bu deneyimin yeniden üretilmesi ile kolektif kimlik kurulur ve hayali bir bütünlük dayatılır (Hall, 1990, s. 224). Ancak diasporik kimlikler de tüm kolektif kimlikler gibi dinamiklerdir. İçinde yaşanan toplumun siyasal yapısı, egemen ideolojisi, söylemi, uygulamaları ile uluslararası çevre ve gelişmelerden doğal olarak etkilenirler. Anadolu topraklarına yerleşmek zorunda kalan Çerkeslerin kimliği de Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş döneminden Sovyetler Birliği'nin yıkılma dönemine ve sonrasına kadar çeşitli dönüşümler geçirmiştir. Türkiye Cumhuriyeti'nin 1920'lerdeki kurulma süreci Türk-Müslüman kimliğine dayanan bir ulus inşa etme sürecidir. Ulus-devlet kurma sürecinde uygulanan uluslaşma politikaları dil ve din birliği ekseninde kültürel homojenliğe dayanmış, bu politikalarından Çerkesler de etkilenmiştir. Bunun en önemli nedeni, Kurtuluş Savaşı'nda Çerkes komutanların etkin rol oynamalarına karşın Osmanlı hanedanı yanlısı olan Çerkes isyancıların Ankara'da kurulan yeni meclis ve cumhuriyet karşısında tehdit olarak algılanması ve genel olarak Çerkeslerin olumsuz bir bakışla karşılanmalarıdır (Aksoy, 2018, s. 38; Kaya, 2011, s. 100). Dolayısıyla, cumhuriyetin kuruluş döneminde yürütülen uluslaşma politikaları ile doğru orantılı olarak Çerkesler etnik kimliklerini arka plana atmış, ulusal kültüre asimile olmayı tercih etmişlerdir.

1960'ların sonrasında, Soğuk Savaş döneminin ideolojik kutuplaşmasının etkisiyle etno-kültürel kimlikler dile getirilmeye başlanmıştır. Bu yıllardan itibaren Çerkes kimliğinin farklı siyasal eğilimler doğrultusunda yeniden kurulma çabaları da kendisini göstermiştir. Puhatı Sevda (2011) bu süreci "yeniden Çerkesleşme" olarak adlandırmaktadır. Bir tarafta sosyalist düşünce temelinde Çerkes toplumunun hakları üzerinden bir siyasal kimlik arayışı, diğer tarafta Çerkes milliyetçiliği ile ana vatana dönüşü savunan bir kimlik arayışı söz konusu olmuştur (Kaya, 2011, s. 104). Çeşitli örgütlenmeler etrafında kültürel çalışmalar gerçekleştirilmiş, *Kafkasya* (1964), *Kamçı* (1970), *Abreklerin Sesi* (1975), *Nartların Sesi* (1978) gibi dergi ve gazeteler yayımlanmaya başlanmıştır (Jaimoukha, 2001, s. 104). 1980 askeri darbesi sonucunda tüm dernekler gibi Çerkes dernekleri de kapatılmış, ancak ilerleyen dönemde bu faaliyetler yeniden başlamıştır.

Kuzey Kafkasya, Kafkas-Rus Savaşları'nın son bulduğu 1864 ile Sovyet Rusya'nın yıkıldığı 1991 arasında, önce çarlık rejiminin sonra da komünist rejimin uygulamaları ile dış dünyadan tümüyle izole olmuştur (Jaimoukha, 2001, s. 123). Soğuk Savaş döneminde Türkiye'de yaşayan Çerkeslerin Kuzey Kafkasya ile olan ilişkileri Sovyetler Birliğinde yayın yapan radyo kanalları ile sınırlı kalmıştır (Kaya, 2011, s. 102). Çerkes etnik kimliği, 1980 sonrasında dünyada yaşanan dönüşümler ve özellikle 1990'larla birlikte ivme kazanan küreselleşme ile birlikte daha güçlü bir biçimde dile getirilmeye başlanmıştır. 1991'de Sovyetler Birliği'nin yıkılması ve iki kutuplu dünya düzeninin sona ermesinden sonra kültürel kimlik taleplerinin, söylemlerinin ve çatışmalarının yükselişine tanık olduğu yeni bir döneme girilmiştir (Keyman, 2007, s. 218). Bu sürecin Çerkes diasporası üzerinde önemli etkileri

olmuştur. İletişim ve ulaşım teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sayesinde ana vatan ile yeniden bağ kurma olanağı bulan Çerkesler, etnik kimlik söylemlerini de öne çıkarmaya başlamışlardır. Kaya (2005), bu değişimlerin bir söylem değişikliği de getirdiğini, Çerkesler arasında 1980'lere kadar büyük geçerliliği olan sürgün kavramının yerine Sovyet Rusya'nın yıkılmasıyla birlikte diaspora kavramının geçtiğini ileri sürmektedir (s. 132). Cumhuriyetin kuruluş dönemindeki uluslaşma sürecinde etnik kimlik unsurlarını arka plana atan Çerkes halkı, etno-kültürel bir toplum olarak diasporik kimliğini yeniden güçlendirme sürecine girmiştir.

Çerkes diasporik kimliği, öncelikli olarak köklerinin bulunduğu topraklardan travmatik olarak koparılmış olmaya dayanmaktadır. Sürgünde yaşananlar nesilde nesle güçlü bir biçimde aktararak, diasporada ana vatan düşüncesi ve özleminin canlı tutulması sağlanmaya çalışılmıştır. Günümüzde bu özlemin gençler arasında ne kadar var olduğu elbette tartışma konusudur. Ancak diasporik kimliğin sürdürülme çabası aşıkardır. Ulusal kimliklerin inşasına benzer biçimde diasporik kimliklerin inşası için de gereken kurucu unsur(lar) Çerkes kimliğinde de söz konusudur. Çerkes diasporik kimliğinin inşası, gerek Türkiye Cumhuriyeti siyasi tarihi gerekse uluslararası gelişmeler doğrultusunda farklı dönemlerden geçmiştir. Ancak Çerkes sürgünü ve bu sürgünün kolektif bellekteki izleri diasporik kimliğin ana kurucu unsuru durumundadır.

Çalışmanın Amacı ve Kapsamı

Yazılı tarih geçmişleri olmayan Çerkesler için diasporik kimliğin oluşumunda sürgün anlatıları kuşkusuz en önemli yeri tutmaktadır. Kafkasya ile ilgili efsaneler, masallar, mitoloji, kahramanlık öyküleri ve 1864 büyük sürgünü Çerkes kültürünün ve kimliğinin önemli parçalarıdır. Bu çalışmanın amacı Çerkes sürgünü ile ilgili hikayeleri kültürel travma ve diasporik kimlik kavramları çerçevesinde değerlendirmektir.

Araştırmanın kapsamını *Tarihi Anılar ve Öyküler* adlı kitapta yer alan hikayeler oluşturmaktadır. 2012 yılında Kafkas Araştırma Kültür ve Dayanışma Vakfı (Kaf-Dav), ilk kuşaklar tarafından ikinci ve üçüncü kuşaklara aktarılan anlatıları derlemek amacıyla bir anı-öykü yarışması düzenlemiş ve yarışmaya katılan hikayeleri bir kitapta yayımlamıştır. Kitapta toplam 14 hikaye yer almaktadır. Konusu aile geçmişi ve sürgün öncesi ya da sonrasına ilişkin anlatılardan oluşan hikayeler elenmiş, ana teması sürgün olan 7 hikaye çalışma kapsamına alınmıştır (Tablo 1).

Tablo 1. Çalışma Örneklemi

No	Hikayenin adı	Sayfa sayıları
1	Umut Yolcuları	27-68
2	Bir Sürgün Kadının Acıları	69-79
3	Bozüyükü Çerkesler, Anıları, Öyküleri	104-124
4	Bizim Hikayemiz	147-159
5	Beyaz Gül	175-180
6	Unutulmayacak O Gün	181-182
7	Çerkeslerin Başına Gelenler	183-202

Çalışmanın Yöntemi

Niteliksel araştırma yaklaşımının benimsendiği çalışmada tematik analiz yöntemi kullanılmıştır. Riessman (2005) anlatıların toplumsal, bilimsel, kurumsal ya da bireysel olabileceğini; olayların seçilerek, düzenlenerek belirli bir kitleye hitap edecek biçimde anlamlandırıldığını ifade etmektedir. Bu anlatıları çözümlene modellerinden birisi olan tematik analiz, metinlerde ‘ne’ söylendiğiyle, bir başka deyişle metinlerin içeriğiyle ilgilenir (s. 2). Metinlerin dikkatli bir biçimde tekrar tekrar okunarak notların alındığı tematik analiz, araştırma verisi içinde belli bir örüntünün teşhis edildiği ve kodların ana temalara dönüştürüldüğü bir yöntemdir (Fereday ve Muir-Cochrane, 2006, s. 82). Niteliksel çalışmalarda veriden yola çıkarak gerçekleştirilen tümevarımsal kodlama öne çıkan temaların belirlenmesini sağlamaktadır. Bu yöntemin benimsendiği çalışma sırasında oluşturulan kodlama sisteminden bir örnek Tablo 2’de sunulmaktadır. Metinlerin okuması yapılırken alınan ilk notlardan ilk kodlama sistemi oluşturulmuş ve bunlar ortak temalar altında birleştirilmiştir.

Tablo 2. Veri Güdümlü Kodlama Sistemi Örneği

Veri	Açık kodlama	Tema
Türk kaptanlar o kadar açgözlü ve menfaatini düşünüyorlardı ki 40-50 kişilik teknelere 150-200 kişiyi dolduruyorlardı	Günlerce beklenen gemiler Gemi kaptanlarının para için acımasızlığı	Çaresizlik, sefalet
Binlerce yıldan beri kimseye boyun eğmemiş Çerkesler	Savaşçılık, bağımsızlık	Çerkes halkının özellikleri
Modern silahlarla donatılmış sayıca üstün Çar’ın ordusu	Rus ordusunun gücü	Yenilginin nedeni
Tüm dünya tarafından yalnız bırakılmış	Diğer toplumlardan destek görmemiş olmak	Savaşta yalnızlık, yenilginin nedeni

Sürgün Hikayelerinde Diasporik Kimlik Temaları

Kültürel metinler kültürel bellek için anımsatıcı işlevler taşır (Assmann, 2006, s. 76). Kültürel metinlerin sürekli olarak üretimi ve aktarımı, toplumun kendisini kültürel kimliği içinde nesiller boyunca var etmesini sağlamaktadır.¹ Çerkes sürgünü ile ilgili anlatılar, travmanın canlı tutulması bakımından kültürel belleğin yapıtaşı durumundadır. Bu çalışma kapsamında tematik analizi yapılan hikayelerde sürgün anlatısının dört ana tema etrafında biçimlendiği görülmektedir. Kültürel travmanın diasporik kimlik üzerindeki rolü, çalışmada “yenilgi ve çaresizlik”, “tabiat ve insan”, “Xabze-Çerkes gelenekleri” ve “Çerkes dili” olarak belirlenen temalar bağlamında tartışılmaktadır.

Yenilgi ve Çaresizlik

Yaklaşık yüz yıl süren Kafkas-Rus Savaşları’nın Kuzey Kafkasya halkları için büyük bir yıkım olduğu bilinmektedir. Çalışma kapsamında ele alınan hikayelerin çoğu bu yıkımı anlatarak başlamaktadır. Hikayelerde bir yandan Çerkeslerin savaş becerileri, kahramanlıkları yüceltilmekte,

1 Bu metinlerin son örneklerinden biri için bkz. Aksoy (2018).

diğer yandan mağduriyet Rus ordusunun teknik üstünlüğü ya da uluslararası çevrenin Çerkesleri yalnız bırakması gibi dış faktörlerle açıklanmaktadır. Savaş ve sürgünün yarattığı yıkıcı süreçte yaşanan zorlu koşulların ve acıların her hikayede yeniden üretildiği görülmektedir.

“Umut Yolcuları” başlıklı hikayenin ilk paragraflarında Çerkeslerin savaştaki olumsuz durumu şöyle anlatılmaktadır: “...yüzyıllarca savaş ve saldırılara maruz kalmış Kafkas halkı için savaşların en kötüsü...modern silahlarla donatılmış, sayıca çok üstün Çar’ın ordusu lehine nihayete ermek üzereydi” (s. 27). Hikayenin ilerleyen satırlarında savaştaki güç dengesizliği yeniden vurgulanmaktadır: “...tam teçhizatlı bir Rus alayı ile yok olmaları pahasına çetin bir savaşa tutulmuşlardı. ...Abzaxlar sayı olarak çok az olmalarına rağmen, ilahi bir güce bürünerek olağanüstü bir gayretle savaşıyorlardı” (s. 28). Bir başka hikayede, benzer tasvir şu şekilde yer almaktadır: “Adigeler ne yapacaklarını şaşırılmış bir halde güçleri tükenene kadar savaştılar. Ancak akıl almaz Rus ordusuna güç yetirmek çok zordu. Ne kadar mücadele edilse de sonunda Adigeler savaşı kaybetti” (s. 70). Çaresizliğin ana tema olarak kullanıldığı bir diğer hikayede ise Ruslara karşı Çerkeslerin yalnız bırakılmasından söz edilmektedir: “Kendi kaderiyle baş başa bırakılmış bu mazlum milletin ahı onları tutar” (s. 148). Kuzey Kafkasya’da tarih boyunca yaşayan Çerkes halkları için Rusların yayılmacı politikaları sonucunda topraklarını yitirmiş olma gerçeği hikayelerde bir başlangıç noktası olarak ele alınmaktadır. Uzun yıllar verilen mücadelenin kaybedilmiş olmasının açıklanma çabası sürgün hikayelerinde ortak tema olarak karşımıza çıkmaktadır.

Çerkeslerin aleyhine sonuçlanan savaşın giriş olarak kullanıldığı hikayeler sürgün anlatısı ile devam etmektedir. Bu kısımda sürgünde yaşanan sefalet ve acılar bir kurgu içinde aktarılmaktadır. Günlerce beklenen gemiler, acımasızlık, hastalık, ölüm gibi temalar hikayelerin genel sahnesi olarak tasvir edilmektedir. Bütün hikayelerin ortak özelliği, aslında sadece Çerkes sürgününe özgü olmayan, birçok zorunlu göç sırasında, bugün dahi yaşandığı bilinen yolculuk çilesinin anlatılmasıdır. Hikayelerden pek çok örnek aktarmak mümkündür: “Gemi kaptanları açgözlü birer tüccardı. Vicdanları yoktu onların, tek istekleri biraz daha para. İnsanları üst üste bindirdiler” (s. 178). “Henüz 12 yaşındaydı Goşenay gemiye bindirildiğinde. ...koparılmıştı az önce kıyıda, ardından bakakalan ana kucağından” (s. 181). “Gemiye binmek için aç bılaç kıyıda yağmur, çamur içinde, ölüm iniltileriyle bekleşenler, yanaşan gemiye üşüşüyordu. Gemiler de daha fazla para alabilmek için taşıma kapasitesinin çok üstünde yolcu alıyor, gemilerin batmaması için dua ediyorduk” (s. 159). “Babam anlatırdı, sahilde ... bütün insanların denizden gelecek gemiyi bekleyişlerini. Gemi yanaşırken herkesin binmek için telaşı... Sefalet ve perişanlığa bir de hastalıklar ve ölümler eklenmesi. Ölülerini bile gömecek güçleri kalmamıştı” (s. 190). “Dalgalar öylesine sertti ki, bizleri batıracak sanmıştım. Keşke de batırsaydı. Olacakları ve yaşayacaklarını görmeden” (s. 175). Bu örneklerdeki gibi olay tasvirleri tüm sürgün hikayelerinde benzer biçimde görülmektedir. Sürgünü bizzat yaşayan insanlar için gerçek bir travma olmasının ötesinde bugün için asıl belirleyici olan nesiller boyunca benzer biçimde üretilen hikayelerin bir kültürel travma aracı haline gelmesi ve diasporik kimliğin tanımlayıcısı olmasıdır. Bugünkü nesiller için sürgün, hayali olarak kolektif belleğin bir parçasıdır. Bu hayalin devamı diasporik kimliğin inşası ve sürdürülmesi için son derece önemlidir.

Tabiat ve İnsan

Tematik analiz sonucunda hikayelerde tabiat ve insan tasvirlerinin önemli bir yeri olduğu görülmüştür. Örneğin “Bir Sürgün Kadının Acıları” başlıklı hikayenin kahramanı olan Çerkes kadını şu şekilde tasvir edilmektedir: “Teni Kafkasya’nın güzel topraklarının bereketi ile büyümüş, yağmurlarıyla yıkanmıştı. Gözleri cennet ormanlarının yeşilliğini almıştı” (s. 69). Hikayelerde Çerkeslerin ana vatan olarak kabul ettikleri topraklar masalsi bir biçimde tasvir edilmektedir. Öte yandan, Çerkes insanının da bu tabiat ile uyumlu bir biçimde betimlenmesi göze çarpan önemli bir nokta olmuştur.

Bazı hikayelerde Çerkes erkek ve kadınlarının tabiat ile birlikte betimlendiği, metaforların kullanıldığı görülmektedir. “Bizim Hikayemiz” adlı hikayede bu metaforlara örnekler bulunmaktadır: “Dumanlı dağlarını, bereketli tarlalarını, zengin ormanlarını, doğup büyüdüğü köyleri terk etmek zorunda kalan Kaf Dağı’nın çocukları: Kafkaslar. Yiğit erkekler, fidan boylu kadınlar, destanlar yazmış yaşlılar...” (s. 149). “Beyaz Gül” hikayesi de benzer ifadeler sunmaktadır: “Bahçemizde güllerimiz vardı, Setenay’ın beyaz gülleri...Annem, Setenay’ı gül koktuğu için ayrı sever, beni de Setenay’ı sevdiğim için ayrı severdi” (s. 180). Çerkeslerin mit, masal ve hikayelerinde Kuzey Kafkasya’nın tabiatı özel bir öneme sahiptir. Sürgüne dair anlatılarda tabiat masalsi bir biçimde tasvir edilmekte ve Çerkes insanın bu çevre ile olan bağı vurgulanmaktadır. Sürgün hikayelerinde Çerkes insanının hem kendine has olduğu düşünülen özelliklerinin hem de tabiat ile olan ilişkisinin yüceltildiği görülmektedir. Kuzey Kafkasya’nın tabiatı masalsi bir biçimde tasvir edilirken Çerkes insanı ve tabiat arasındaki bağ metaforlar yoluyla kurulmaktadır. Kaya’nın (2011) ifade ettiği gibi “ana vatan hakkında nesilden nesle aktarılan söylenceler, masallar, diasporada yeniden kurularak hayali vatanın oluşturulması sağlanmaktadır” (s. 29). Hayali bir vatanın varlığı diasporik kimliğin varlığı için önemli koşullardan birisidir. Bugünkü neslin ana vatana özlem duyup duymadığı tartışmalı bir konu olsa da Çerkes toplumu için hayali bir vatanın sürgün hikayelerinde tekrar edildiğini ifade etmek mümkündür.

‘Xabze’-Çerkes Gelenekleri

Çerkeslerin toplumsal yaşamını düzenleyen yazılı olmayan örf, adet, davranış, hukuk kuralları bütünü *Xabze* olarak adlandırılır (Demir ve Bolat, 2017, s. 34). Feodal bir toplumsal düzene sahip olan Çerkeslerin görev ve sorumluluklarını içeren toplumsal davranış kuralları kutsal denebilecek bir öneme sahiptir. Çerkes toplulukları içinde bu kurallara uymak her şeyin üstündedir. *Xabze* içinde misafirperverlik ve saygının önemli bir yeri vardır ve Çerkes kültürünün adeta kutsal kabul edilen unsurlarıdır (Kaya, 2011, s. 86). Sürgün hikayelerinde Çerkeslerin yaşam biçimlerini anlatmak amacıyla *Xabze* unsurlarına yer verildiği görülmektedir.

Hikayelerde geleneklerin öneminden ve özellikle misafirperverlikten sıkça söz edilmektedir. Örnek olarak; “En ağır misafirlerine de darı bastası ikram eder. Her şeylerini yitirmiştir Adıgeler ama adetlerini değil” (s. 73) veya “Adıge geleneğine uygun bir şekilde genç kız misafirini ağırlıyor, onun laf atışlarına fazla ümitlenmemesi için akıllıca kaçamak cevaplar veriyordu” verilebilir (s. 47).

Çerkes toplumsal yaşamının en önemli unsurlarından birisi de *Xabze* ile bağlantılı olarak değerlendirilebilecek olan *Thamade*’lik kurumudur. Çerkes toplumunda *Thamade*, klanın, topluluğun

yöneticisidir; ona yüksek saygı ve sadakat gösterilir. “Çerkeslerin Başına Gelenler” başlıklı hikayede *Thamade*’lik kurumuna şu ifadelerle yer verilmektedir: “Köyün büyükleri toplanıp neye karar vereceklerini konuşurlar ve Thamadelerini seçerler” (s. 187). “Umut Yolcuları” hikayesinde olduğu gibi hikayelerde saygı, ailenin veya klanın yöneticisine itaate yer verilmekte ve vurgulanmaktadır: “Thamadeler (yaşlı saygın kişiler) hemen toparlanıp ormanda saklanmaya karar verdiler” (s. 33) “Bizim Hikayemiz”de de benzer şekilde Çerkes kültürünün unsurları öne çıkarılmaktadır: “Abzah beyi misafirlerini ayakta karşıladı. ...ev sahibi olarak söze başlaması gerektiğini biliyordu” (s. 148).

Çerkes hikayeleri sadece önceki nesillerden dinlenen sürgün anılarını içeren anlatılardan ibaret değildir. Bu anlatılar aynı zamanda Çerkes kültürünün yansıtıldığı yerlerdir. Çerkes sürgününün hikayelerde temsil edilme biçimi diasporik kimlik inşasında önemli bir rol oynamaktadır. Bilgin’in (2013) vurguladığı gibi bu tür hikayelerde kolektif belleğin kimlik inşasına katkı yapabilmesi için geçmişin yüceltilmesi yoluna gidilmektedir (s. 42). Ana vatana duyulan özlem, hikayelerde geleneklerin yüceltilmesi, tabiatın yüceltilmesi, Çerkes insanının yüceltilmesi, Çerkes kültürünün ve dilinin yüceltilmesi şeklinde kendini göstermektedir. Bu yüceltme salt övgü anlamı taşımamaktadır. Hikayelerin ortak temalarını oluşturan bu unsurlar masalsı ve adeta gizemli bir üslup içinde temsil edilmektedir.

Çerkes Dili

Kafkas dillerinin Abhaz-Adıge grubuna ait olan Çerkesçe (Papşu, 2013, s. 13), on dokuzuncu yüzyılın sonuna kadar yazı geleneği olmayan bir dildir. Hem yazılı kaynaklarının olmaması hem de Cumhuriyetin kuruluş yıllarındaki uluslaşma politikalarının etkisiyle Çerkesçe unutulmaya yüz tutmuştur. Bugünkü nesil içinde Çerkesçe bilen sayısı oldukça azdır. Sürgün hikayelerinde Çerkesçe sözcüklere, cümlelere, atasözlerine ve nasihatlere yer verilmektedir. Yazarların Türkçe anlamlarına yer verme konusunda farklı tercihleri olduğu görülmektedir. “Umut Yolcuları” adlı hikayenin yazarı Çerkes anadilini sıklıkla kullanmakta, Türkçe cümlelerin ardından Çerkesçe karşılıklarına yer vermektedir: “Nebzif bu sevimli küçük çocuğa şakayla karışık, seninle evleneceğim ama şimdilik boyun çok kısa/*Sikubdegoşt ha’erem cireçe wu’akoded*, diye takılırdı” (s. 32). Bir başka örnek ise şu şekildedir: “Onu bu tabancayla mı vurdun?/*Ar mı recbemçe wuwçıga?*, diye sordu” (s. 63).

Metinlerin kimi yerlerinde ise Çerkesçe kelimelerin Türkçe cümleler içinde adeta serpiştirilerek kullanıldığı görülmektedir. “Umut Yolcuları” adlı hikayede bu örneklere sıkça rastlamak mümkündür: “Nebzif’in, Tsey (Sey) sülalesinin armasını (tamge) üzerine işleyerek diktiği şarxonu (başlıklı atkı)...” (s. 28). “...bir adım önündeki kamışın jugadelerini parçalamış...” (s. 29). “Hanapş’ko Tıxu ve Çelesket Hapat bir araya gelip wunafe (toplantı) yaptılar” (s. 34).

Bazı hikayelerde ise yazarlar Çerkes anadilinde cümleler kullanmakla birlikte Türkçe anlamlarını yazmayı tercih etmemektedir. “Çerkeslerin Başına Gelenler” başlıklı hikaye bunlardan birisidir: “İşe giderken veya işte dinlenirken, evde otururken, *Adıgem Yişha Keğulağexer*, diye söze başlar, ...hep köylülerimizin geçmiş hikayelerini anlatırdı” (s. 183). “Unutulmayacak O Gün” hikayesinin yazarı da benzer bir üslup kullanmıştır: “Yalnızlığını haykırarak, *A siyane daxe, sizago siqanağ i*” diye sesi

yankınladı mahşeri kalabalığın arkasından” (s. 181). Yazarların Türkçe karşılıklarına yer vermeme ile ilgili tercihlerinin nedenleri konusunda yorum yapmak elbette mümkün değildir.

Kültürün en önemli unsurlarından birisi kuşkusuz dildir. Kültür dile yön verdiği gibi dil de kültürün devamını sağlamaktadır. Çerkesçe 19. yüzyılın sonlarına kadar sözlü bir dil olarak varlığını sürdürmüştür. Başlarda Arap harfleri ile yazılmaya çalışılmış, 1920’lerde Latin harfleri denenmiş, 1938’de Kiril alfabesinin kullanılması kararlaştırılmıştır (Kalaycı, 2015, s. 89). Yazı geleneğinin olmamasının diasporadaki Çerkeslerin anadillerini sonraki nesillere aktarma sorunlarında etkisi bulunmaktadır. Uluslaşma politikalarının da etkisiyle Çerkesçe unutulmaya yüz tutmuş bir dil olma durumundadır. Bu bakımdan Türkçe yazılmış günümüz Çerkes hikayelerinde Çerkesçeye yer verilmesi gerek kültürün yansıtılması gerekse kolektif kimliğin sürekliliği açısından oldukça anlamlı görünmektedir.

Sonuç

Çerkes diasporik kimliğinin inşasında sürgün travmasının kurucu rolünü hikayeler üzerinden değerlendiren bu çalışma, sürgün travmasının dört ana tema etrafında yansıtıldığını ortaya koymaktadır. Bu temalar; yenilgi ve çaresizlik, tabiat ve insan, *Xabze*-Çerkes gelenekleri ve Çerkes dilidir. Çalışma, kapsama alınan hikayeler ile sınırlı olmakla birlikte, Çerkes sürgününün bir kültürel travma olarak kolektif bellekte sürdürülme çabasını değerlendirmektedir. Sürgün travması Çerkes diasporik kimliğinin kurucu unsuru durumundadır ve bu kurucu unsurun devamının, tabiat tasvirleri, insan tasvirleri, töre, gelenekler ve ritüeller ile bezeli sürgün hikayelerinin tekrarı ile sağlandığı görülmektedir. Bu tekrar aynı zamanda kültürel belleğin inşa edilmesi, sürdürülmesi ve nesiller arasında geçişi sağlaması açısından da önemlidir.

Günümüzün küresel koşulları içinde etnik/dinsel topluluklar kolektif kimliklerini güçlendirme çabası içindedir. Cumhuriyetin kuruluş döneminde uluslaşma politikaları neticesinde asimile olan Çerkesler açısından masallar, mitler ve hikayeler diasporik kimliğin temsil edildiği araçlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışma hikayelerde sürekli ve yeniden üretilen temaların, sürgün travmasının ana unsurları olduğunu göstermektedir. Çerkes sürgünü bir kültürel travma olarak Çerkes diasporik kimliğinin inşasında kurucu unsur durumundadır. Nesilden nesle aktarılan hikayelerde sürgün travmasının kültürel ve dilsel unsurların eşliğinde yaşatılmaya çalışılması diasporik kimliğin devamı için önemli bir yere sahiptir.

Kaynakça

- Aksoy, E. (2018). *Benim adım 1864: Çerkes hikayeleri*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Alexander, J. C. (2002). On the social construction of moral universals: the Holocaust' from war crime to trauma drama. *European Journal of Social Theory*, 5(1), 5-85.
- Alexander, J. C. (2004). Toward a theory of cultural trauma. Everman, R., Giesen, B., Smelser, N. ve Sztompka, P. (Haz.), *Cultural trauma and collective identity* içinde (s. 1-30). Berkeley, CA: University of California Press.
- Anderson, B. (2014). *Hayali cemaatler: Milliyetçiliğin kökenleri ve yayılması*. (İ. Savaşır, Çev.). 7. basım, İstanbul: Metis Yayınları (orijinal basım 1991)
- Assmann, J. (1995). Collective memory and cultural identity. *New German Critique*, (65), 125-133.
- Assmann, J. (2006). Form as a mnemonic device: Cultural texts and cultural memory. Richard A. Horsley, Jonathan A. Draper ve John Miles Foley (Ed.), *Performing the gospel. orality, memory, and mark: Essays dedicated to Werner Kelber* içinde (ss. 67-82). Fortress: Minneapolis. [http://archiv.ub.uniheidelberg.de/proplyaeumdok/1829/1/ Assmann_Form_as_a_mnemonic_device_2006.pdf](http://archiv.ub.uniheidelberg.de/proplyaeumdok/1829/1/Assmann_Form_as_a_mnemonic_device_2006.pdf) adresinden 4 Ekim 017 tarihinde edinilmiştir.
- Assmann, J. (2008). Communicative and cultural memory. Astrid Erll ve Ansgar Nünning (Ed.), *Cultural memory studies: An international and interdisciplinary handbook* içinde (s. 109-118). http://archiv.ub.uniheidelberg.de/proplyaeumdok/1774/1/Assmann_Communicative_and_cultural_memory_2008.pdf adresinden 4 Ekim 2017 tarihinde edinilmiştir.
- Azaryahu, M. ve Kellerman, A. (1999). Symbolic places of national history and revival: a study in Zionist mythical geography. *Transactions of the institute of British geographers*, 24(1), 109-123.
- Besleney, Z. A. (2016). *Türkiye'de Çerkes diasporasının siyasi tarihi*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Bolat, G. (2013). Kavram tartışmaları etrafında 21 Mayıs 1864 Çerkes sürgünü. *Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(6), 121-142.
- Bilgin, N. (2013). *Tarih ve kolektif bellek*. İstanbul: Bağlam.
- Bram, C. (1999). Circassian re-immigration to the Caucasus. W S. Weil (Ed.), *Routes and roots: Emigration in a global perspective* içinde (s. 205-222). Jerusalem: Magnes. <http://www.circassianworld.com/pdf/ChenBram.pdf> adresinden 22 Ocak 2018 tarihinde edinilmiştir.
- Brubaker, R. (2005). The 'diaspora' diaspora. *Ethnic and Racial Studies*, 28(1), 1-19.
- Clifford, J. (1994). Diasporas. *Cultural Anthropology*, 9(3), 302-338.
- Cohen, R. (1996). Diasporas and the nation-state: From victims to challengers. *International Affairs*, 72(3), 507-520.
- Cohen, R. (2008). *Global diasporas: An introduction*. Routledge.
- Connerton, P. (2011). How societies remember? J. K. Olick, V. Vinitzky-Seroussi ve D. Levy (Ed.), *The collective memory reader* içinde (s. 338-342). New York: Oxford University Press.
- Demir, G. ve Bolat, S. (2017). Çerkezler'de kimlik ve aidiyet. *Sosyoloji Konferansları*, 55(1), 1-42.
- Eyerman, R. (2001). *Cultural trauma: Slavery and the formation of African American identity*. Cambridge University Press.
- Fereday, J. ve Muir-Cochrane, E. (2006). Demonstrating rigor using thematic analysis: A hybrid approach of inductive and deductive coding and theme development. *International Journal of Qualitative Methods*, 5(1), 80-92.
- Halbwachs, M. (1992). On collective memory (L. A. Coser, Ed.), Chicago: University of Chicago Press.

- Hall, S. (1990). Cultural identity and diaspora. Jonathan Rutherford (Ed.), *Identity: community, culture, difference* içinde (s. 222-237), London: Lawrence & Wishart. <http://sites.middlebury.edu/nydiasporaworkshop/files/2011/04/D-OA-HallStuart-CulturalIdentityandDiaspora.pdf> adresinden 19 Şubat 2018 tarihinde edinilmiştir.
- Jaimoukha, A. (2001). *The Circassians: A handbook*. Curzon Press, UK.
- Kafkas-Rus Savaşı'nın 100 yılı (2013). *Atlas Tarih Dergisi*, 24, Doğan Burda Dergi Yayıncılık.
- Kalaycı, İ. (2015). Tarih, kültür ve iktisat açısından Çerkesya (Çerkesler). *Avrasya Etüdüleri*, 47(1), 71-111.
- Kaya, A. (2005). Cultural reification in Circassian diaspora: Stereotypes, prejudices and ethnic relations. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 31(1), 129-149.
- Kaya, A. (2011). *Türkiye'de Çerkesler: Diasporada geleneğin yeniden icadı*, İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Keyman, E. F. (2007). Türkiye'de kimlik sorunları ve demokratikleşme. *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, 41, 217-230.
- Misztal, B. (2003). *Theories of social remembering*. Maidenhead, UK: McGraw-Hill Education.
- Olick, J. K. (1999). Collective memory: The two cultures. *Sociological theory*, 17(3), 333-348.
- Papşu, M. (2013). Boyun eğmeyen insanların ülkesi: Kafkasya. *Atlas Tarih*, 24, 8-19.
- Popular Memory Group (2011). Popular memory: theory, politics, method. J. K. Olick, V. Vinitzky-Seroussi ve D. Levy (Ed.), *The collective memory reader* içinde (ss. 254-260). New York. Oxford University Press.
- Riessman, C. K. (2005). Narrative analysis. *Narrative, memory and everyday life* içinde (s. 1-7). Huddersfield: University of Huddersfield.
- Safran, W. (1991). Diasporas in modern societies: Myths of homeland and return. *Diaspora: A Journal of Transnational Studies*, 1(1), 83-99.
- Safran, W. (2005). The Jewish diaspora in a comparative and theoretical perspective. *Israel Studies*, 10(1), 36-60.
- Sevda, P. (2011). Farklılıklar siyaseti, "Yeniden Çerkesleşme" ve 1970'ler – II. *Jineps*, 29. <https://www.jinepsgazetesi.com/-11748.html> adresinden 19 Eylül 2017 tarihinde edinilmiştir.
- Shi, Y. (2005). Identity construction of the Chinese diaspora, ethnic media use, community formation, and the possibility of social activism. *Continuum*, 19(1), 55-72.
- Thomson, A. (1990). Anzac memories: Putting popular memory theory into practice in Australia. *Oral History*, 18(1), 25-31.
- Tölölyan, K. (1991). The nation-state and its others: in lieu of a preface. *Diaspora: A Journal of Transnational Studies*, 1(1), 3-7.

Sivil Toplum Kuruluşu İtibarının İnsanbiçimcilik Yaklaşımı ile Ölçümü: Bir Anlamsal Ağ Analizi

An Anthropomorphic Approach to Measuring Civil Society Organization's Reputation: A Semantic Network Analysis

Selin TÜRKEĻ*

Öz

Bu çalışma, sivil toplum kuruluşları (STK) için itibar ve itibarsızlığın ortak anlamını insanbiçimcilik yaklaşımından yararlanarak belirlemeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, İzmir'de yaşayan 212 kişiden itibarlı ve itibarsız olduklarını düşündükleri STK'ları kişileştirerek, onları tanımlayan sıfatlar vermeleri istenmiştir. Betimleyici bir araştırma olarak tasarlanan çalışmada anlamsal ağ analizinden yararlanılmış, itibarlı ve itibarsız ağlar Pajek isimli bir sosyal ağ analizi yazılımı kullanılarak görselleştirilmiştir. Gerçekleştirilen ilişki analizinde m-core, klik, eklemleme noktası, gelen-giden derece, gelen-giden yakınlık ve aradalık merkeziliği ölçüleri kullanılmıştır. "Yardımsever", "dürüst" ve "güvenilir" gibi olumlu; "çıkarıcı", "düzenbaz", "güvenilmez" ve "yalancı" gibi olumsuz kişilik özelliklerinin öne çıktığı araştırma, STK'ların itibarına dair paylaşılan anlamı insanbiçimcilik yaklaşımıyla saptayan ilk çalışmadır. Araştırma sonuçlarının, Türk toplumuna uygun bir STK itibarı ölçümü geliştirilmesine katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sivil Toplum Kuruluşu (STK) İtibarı, İnsanbiçimcilik, İtibar Ölçümü, Anlamsal Ağ Analizi, Sosyal Anlam

Abstract

The aim of the study is to reveal common meaning of reputation and disreputableness for civil society organizations (CSOs) by utilizing anthropomorphism. Accordingly, 212 individuals living in İzmir were asked to personify the CSOs they deemed reputable and disreputable, and provide adjectives that best described CSOs. In this study which was designed as descriptive research, semantic network analysis was

* Doç. Dr., İzmir Ekonomi Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İzmir, Türkiye, selin.turkel@ieu.edu.tr.
Orcid ID: 0000-0002-6590-5607

employed and reputable and disreputable networks were visualized using a social network analysis software named Pajek. The relational analysis was performed using the measures of m-core, clique, articulation point, in-out degree, in-out closeness and betweenness. The first study to uncover the shared meaning of the CSO's reputation adopting the anthropomorphism approach reveals both positive and negative personality traits such as being helpful, honest, reliable and self-seeking, trickster, liar, and untrustworthy. The results of the research can contribute to the development of an appropriate measure of CSO 's reputation for Turkish society.

Keywords: Civil Society Organization's (CSO) Reputation, Anthropomorphism, Reputation Measurement, Semantic Network Analysis, Social Meaning

Giriş

Teknoloji çağında bilgiye kolaylıkla ulaşabilen bireylerin, kurumlardan kendilerine sunulan ürün ve hizmetlerle birlikte toplumsal beklentileri de vardır. Kâr amacı güden kurumlar gibi, sivil toplum kuruluşları (STK) da paydaşlarının beklentilerini yüksek seviyede karşılama gayreti içerisinde. Günümüzde STK'ların artan sayıları (Ergüder, 2011, s. 5) beraberinde rekabeti de getirmiştir. Rekabet ortamında farklılaşabilme ve paydaşların ilgisini çekerek taraftar edinebilme açısından STK'ların itibarı önem kazanmıştır. Kısıtlı bütçe ve olanaklara sahip, gönüllülük esasına dayalı ve toplumsal konulara dikkat çekerek toplumu harekete geçirme amacıyla hareket eden STK'ların itibarlı olabilmeleri, kendilerini iyi bir şekilde ifade edip paydaşlara karşı şeffaf olmayı ve hedef kitlenin iyi niyetini kazandıracak etkinlikler yürütmeyi gerektirir. Özetle, STK'ların itibarları stratejik bir yaklaşımla yönetilmelidir. Söz konusu stratejik yaklaşım, çalışmaların planlanıp yürütülmesi kadar süreç içerisinde ve sonunda ölçme ve değerlendirmeyi de gerektirmektedir.

İtibar ölçümü, kurumların paydaşları nezdinde nasıl algılandığına ilişkin ipuçları sağlar. Böylelikle kurumlar kendilerini geliştirebilirler (Aula ve Heinonen, 2016, s. 172). Ölçümleme sonucunda elde edilen veriler, kurumun paydaş zihninde varmak istediği yerle durduğu nokta arasındaki mesafeyi görünür kılar. Günümüzde kurumsallaşmış pek çok şirketin ölçümlemenin önemini benimseyip buna yönelik eylemlere yöneldiği görülürken, STK'ların özellikle maddi nedenlerle çaba gösteremediği belirtilmektedir (Kinzey, 2013, s. 50). Oysa çözülmeye çalışılan sorunların aksine STK'ların bilinirliklerinin az olduğu (Chew, 2009, s. 5) ve paydaşlarıyla duygusal bağlarının güçlü kurulamadığı (Voeth ve Herbst, 2008, s. 74) düşünüldüğünde bu kurumlar için itibar ve ölçümünün önemi daha iyi anlaşılacaktır. Bu araştırma, STK'ların itibar ölçümüne odaklanarak bu konunun önemini vurgulamayı amaçlamaktadır. Çalışmanın itibar ölçümünü insanbiçimcilik yaklaşımıyla ele alması ise, onu sosyal beklentiler üzerinden konuyu inceleyen diğer araştırmalardan (Bennet ve Gabriel, 2003; Sarsted ve Scholoderer, 2010) ayırtmaktadır. STK itibarının paylaşılan anlamına odaklanan bu ölçüm, anlamsal ağ analiziyle gerçekleştirilmesi sebebiyle alana farklı bir katkı sağlamaktadır.

İnsanbiçimcilik, marka kişiliği (Ekinci ve Hosany, 2006) ve reklam (Puzakova, Rocereto ve Kwak, 2013) gibi alanlarda yürütülen araştırmalarda kullanılan bir yaklaşımdır. STK'ların itibar ölçümü yaparken paydaşlarına yönelik algıyı belirleyebilmek için buna dair düşünceleri günlük hayatta aşına olunan kişilik özellikleriyle tanımlatması bir avantaj olarak kabul edilebilir. Bu kişilik özellikleri STK'dan beklentiye ve sunduğu fayda algısına da ayna tuttuğundan, bütünüyle değerlendirildiğinde STK itibarını da yansıtmaktadır. Dolayısıyla, araştırmaya konu olan insanbiçimcilik yaklaşımı, alanyazına olduğu kadar, mevcut STK'ların itibar ölçümlerine de ışık tutacak ipuçları sunmaktadır.

Kuramsal Çerçeve

İnsanbiçimcilik ve Kurumsal Karakter

İnsanbiçimcilik (*antropomorfizm*), “insan niteliklerinin gerçek veya hayali insan olmayan varlıklar ile ilişkilendirilmesidir” (Kwan, Johnson, Neel ve Cohen, 2010, s. 118). İnsanbiçimciliğe ilk kez M.Ö. 6. yüzyılda tanrılar ve kulları arasındaki benzerlikten hareketle Ksenophanes değinmiştir (Epley, Waytz, Akalis ve Cacioppo, 2008, s. 152). İnsanoğlunun çevresindekileri kendine benzetmesine ilişkin evrensel bir eğiliminden kaynaklanan insanbiçimcilik (Hume, 1957, s. 29), genelde iki şekilde gerçekleşir: ilkinde insanın fiziksel özellikleri, ikincisinde ise zihinsel yetileri diğer nesne veya canlılara yakıştırılır (Waytz, Cacioppo ve Epley 2010, s. 220). Hume (1957), bu iki şekli sırasıyla “ayda insan yüzleri görüyoruz... bizi inciten her şeye kötü; mutlu edenlere ise iyi niyet atfediyoruz” diyerek örneklendirmektedir (s. 29). İnsanlaştırma çabası olarak özetlenebilecek insanbiçimcilik, varlıklar ve insan arasında duygusal bir bağ geliştirmesine yol açmaktadır. Oluşturulan bu bağ, insanın varlıkla kurduğu ilişkinin uzun süreli olmasına katkıda bulunur.

Tüketicinin insanlaştırma çabasına konu olan bir nesne de markadır (Epley, Waytz, Akalis ve Cacioppo, 2008, s. 152). Tüketicilerin markalarla kişisel bir ilişki kurması amacıyla kullanılan *marka insanbiçimciliği* stratejisinden (Wen ve Song, 2017, s. 29) uzun bir süredir pazarlama iletişimi alanında yararlanılmaktadır. Pierre Martineau (2002), ilk kez 1958'de “perakende mağazasının kişiliği” ifadesini kullanmış, kimi mağazaların diğerlerinden fazla tercih edilmesini mağaza kişiliğiyle açıklamıştır (s. 98). Marka insanbiçimciliğinde, markalı bir ürün gerçek bir insanmış gibi düşünülür. Marka kişiliği ölçeğini geliştiren Jennifer Aaker ve Susan Fournier (1995), kavramı markaya ilişkin insan vasıfları sözleriyle tanımlanmakta ve örnek olarak “Levi's 501”in kişiliğini Amerikan, Batılı, çalışkan ve geleneksel gibi sıfatlar üzerinden betimlemektedir (s. 394). Tüketicilerin marka algılarının toplamı şeklinde tanımlanabilen marka imajı, marka kişiliğinden önemli ölçüde etkilenmektedir.

“Bir paydaşın herhangi bir örgütü, insani vasıfları varmışçasına yorumlayarak onu ötekilerinden ayırt etmesi” kurumsal karakter olarak nitelendirilmektedir (Davies, Chun, da Silva ve Roper, 2004, s. 127). Yaratıcı, sorumluluk sahibi, agresif ve ketum olmak gibi insana özgü sıfatlar, medyada ve günlük konuşma dilinde kurumları betimlemek için sıklıkla kullanılır (Bromley, 2001, s. 317). Kurumsal karakter, örgütün paydaş ilişkilerinde ne kadar yetkin olduğunun da göstergelerinden biridir (Srivoravilai ve Melewar, 2008, s. 214). Ancak, karakteri oluşturan vasıflar için farklı paydaşlar farklı önceliklere sahip olabilmektedir. Rosa Chun ve Gary Davies (2006) tarafından perakende işletmeleri için gerçekleştirilen bir araştırma açık, güvenilir ve destekleyici olmanın müşterilere kıyasla çalışanlar

için daha önemli olduğunu göstermiştir (s. 143). Karakter ve kişilik kavramları birbirleriyle benzerlik gösterebilir de marka kişiliğinin marka imajıyla doğrudan ilişkili olması nedeniyle kurumsal itibarı ölçmeyi amaçlayan bu çalışmada kurumsal karakter, marka kişiliğine tercih edilmektedir (Davies, Chun, da Silva ve Roper, 2004, s. 127).

Kurumsal İtibar, İmaj ve Kurumsal İtibar Ölçümü

Kurumsal ilişkilerin nasıl yönetildiğinin önemli bir göstergesi olan kurumsal itibar, paydaş geribildirim (Whetten ve Mackey, 2002, s. 401) sözleriyle tanımlanabilir. Kavram olarak itibar, ortaklaşalık (Cornelissen, 2014, s. 241), başka bir ifadeyle kuruma ilişkin grup üyelerinin paylaştığı anlamlar noktasında kurulmaktadır. Bir örgütün paydaşları için “değer yaratan çıktılar üretebilme yeterliğinin kolektif değerlendirmesi” (Fombrun, Gardberg ve Sever, 2000, s. 243) şeklindeki ifade, sözü edilen ortaklaşa algılama süreçlerine dikkat çeker. Farklı akademisyen ve uygulayıcılar tarafından çok yönlü tanımlanan itibara dair ağırlıklı hangi boyutların öne çıktığına göre tematik gruplandırmalar yapılabilir. Donald Lang, Peggy M. Lee ve Ye Dai'nin (2011) örgütsel itibar üzerine çalışmalarında kavramın yaygın bilinirlik, belli bir özelliklerle algılanma ve yaygın beğeni olmak üzere üç unsurla ele alındığı ortaya konmuştur. Söz konusu bileşenlerden yaygın bilinirlik, kuruma dair paylaşılan düşüncelere belli bir özelliklerle algılanma, istenen örgütsel çıktı ve davranışlara ilişkin ortak beklentiye ve yaygın beğeni de kuruma ilişkin olumlu çağrışımların genel kabulüne işaret etmektedir (s. 155). Tüm bu unsurlar kavramın paylaşılan, ortak ve geliştirilmiş doğasına yaptıkları vurguyla itibarın toplumsal yargıya ilişkin bir kavram olduğunu göstermektedir.

Kurumsal itibarla ilişkili bir diğer kavram da kurumsal imajdır. Bazı akademisyenlerin eş anlamlı olarak değerlendirdiği itibar ve imaj (Benoit, 2013, s. 436), bazı çalışmalarda farklı kavramlar olarak tanımlanmaktadır (Frandsen ve Johansen, 2014, s. 226). Kurumsal imaj, bireyin kuruma ilişkin belli bir uyarana verdiği anlık tepkinin sonucu olarak ortaya çıkan anlamdır (Cornelissen, 2014, s. 241). Buradan hareketle, imajın itibardan farklı olarak kişisel değerlendirmeye dayandığını söylemek mümkündür. Kavramın doğası gereği tekil bir görünüm sergilenememekte, hatta birbiriyle çelişen imajlar dahi söz konusu olabilmektedir (Frandsen ve Johansen, 2014, s. 226). İki kavramın birbirinden farklılaşmasına dair diğer bir unsur da herhangi bir paydaşın organizasyon hakkında yargısının niteliğiyle ilgilidir. İmaj, itibara kıyasla kısa sürede şekillenen ve sınırlı bilgiye dayanan bir genel yargıdır (Smith, 2014, s. 30). Dolayısıyla, geçici etkiler yaratan kurumsal imaj yönetiminden kalıcı iş sonuçlarına ulaşılması bakımından kurum itibarının yönetilmesi tercih edilmelidir.

Ünlü melek yatırımcı Brian Cohen'e göre itibar “işletmenin ruhudur”. İfade, itibarın iş dünyası için önemini anlatmakla birlikte, onun soyut niteliğine ve değerinin kesin olarak belirlenmesindeki zorluklara da dikkat çekmektedir (akt. Janson, 2014, s. 146). Kavramın nasıl ölçülmesi gerektiğine yönelik birçok yaklaşım (Davies, Chun, da Silva ve Roper, 2003, s. 137) geliştirilmesine rağmen kurumsal itibarın en uygun ölçümü konusunda uzlaşma sağlanamamıştır (Chun, 2005, s. 98; Demir, 2010, s. 249). Kurumsal itibar ölçüm yöntemleri ile ilgili genel bir yargıya ulaşmak için farklı çalışmalardan elde edilen sonuçların özetlendiği literatür derlemelerinden yararlanılabilir.

Guido Berens ve Cees B. M. van Riel (2004), yaptıkları alanyazın taramasında itibar ölçümünde üç paradigmanın egemen olduğunu ileri sürerler: sosyal beklentiler, güven ve kurumsal kişilik. Sosyal beklentiler, “kişilerin şirketlerin davranışlarıyla ilgili beklentileri” olup Fortune En Beğenilen Şirketler Araştırması ve İtibar Enstitüsü’nün İtibar Katsayısı bu yaklaşıma ilişkin örneklerdir (s. 161). Sosyal beklentilerin, kurumsal itibar ölçümünde yaygın bir akım olduğu ileri sürülebilir. Örneğin Helm (2005), bu akımın alanyazın ve uygulamada kabul gören bir yaklaşım olduğunu söyler (s. 96) Başka bir ortak çalışmasında ise bu yaklaşımdaki yansıtıcı (*reflektif*) ve biçimlendirici (*formatif*) ölçüm modellerinin epistemik doğasıyla ilgili tespitlere yer verilir (Helm ve Klode, 2011, s. 103). Yansıtıcı ölçüm modelinde gözlenen değişkenler, örtük değişkeni yansıtmakta ve yapıdaki değişim göstergelerde de değişime neden olmaktadır (Coltman, Devinney, Midgley ve Venaik, 2008, s. 1252). Sabrina Helm’e (2005) göre, itibarın yansıtıcı ölçülmesi durumunda “ürün kalitesi, yönetim kalitesi çalışanlara nasıl davranıldığı” gibi gözlenen değişkenlerin itibar tarafından belirlenmesi gibi bir sonuçla karşılaşılacaktır (s. 99). Biçimlendirici ölçümde, bir öncekinin aksine yapı, gözlenen değişkenlerce belirlenir (Bollen ve Lennox, 1991, s. 305). Diğer bir söyleyişle göstergelerin bileşimi, örtük değişkeni oluşturur. İtibar, biçimlendirici modelle ölçümlendiğinde “yüksek kaliteli ürünler sunduğundan bir firma iyi bir itibara sahiptir, çalışanlarına iyi davrandığından bir firma iyi bir itibara sahiptir” şeklinde çıkarımlarda bulunulabilir (Helm, 2005, s. 99). Kurumsal itibarın biçimlendirici yöntemle ölçümüne ilişkin çalışmalar (Lee, Pllock ve Jin, 2011) ağırlık kazansa da biçimlendirici ölçüme yöneltilen eleştiriler (Edwards, 2011, s. 370; Wilcox, Howell ve Brevik, 2008, s. 1227) nedeniyle diğer ölçüm yaklaşımlarına önem verilmelidir.

Berens ve van Riel (2004) güven kavramını, “şirketin dürüstlük, güvenilirlik ve hayırseverliğinin algılanması” bağlamında tanımlamakta ve Stephen J. Newell ve Ronald E. Goldsmith’in geliştirdiği “Kurumsal Güvenilirlik Ölçeği”ni bu yaklaşıma örnek vermektedir (s. 161-162). Çalışmada itibar, şirket uzmanlığı ve dürüstlüğü/güvenilirliği gibi iki alt boyuttan oluşan bir ölçekle belirlenir (Newell ve Goldsmith, 2001, s. 235). Son olarak Berens ve van Riel’e (2004) göre kurumsal kişilik, “insanların şirketlere atfettiği kişilik özellikleridir”. Yazarlar, Gary Davies, Rosa Chun, Rui Vinhas da Silva ve Stuart Roper’ın 2003 tarihili çalışmasının bu ekolün önde gelen örneklerinden olduğunu belirtmektedir (s. 161). Bu çalışmaya yazdığı önsözde Fonburn, araştırmada çalışanlar ve müşteriler nezdinde algılanan şirket özelliklerinin alt boyutlar halinde incelendiğini ifade etmekte ve kurumsal kişiliğin çalışan/müşteri memnuniyeti ve sadakatiyle ilişkisine değinmektedir. Ona göre araştırmanın sonuçları kurumsal kişiliğin, personel devir oranı ve satışlar gibi finansal göstergeler üzerindeki etkisini göstermesi nedeniyle yaklaşımın geçerliliğine işaret etmektedir (Davies, Chun, da Silva ve Roper, 2003, s. xi). Ölçümün itibarı iş sonuçlarıyla ilişkilendirebilmesi, kavramın soyut niteliğini somutlaştırdığından itibarı daha algılanabilir kılmaktadır.

İtibar ölçümüne dair bir sistematik derleme de Chun (2005) tarafından yapılmış ve değerlendirici, izlenimci ve ilişkisel üç araştırma okuluna değinilmiştir. Üçünün arasındaki fark, hangi paydaşlara öncelik verildiğiyle ilgilidir. Değerlendirici ve izlenimci okulda tek bir paydaşa odaklanılırken, ilişkisel okulda çoklu paydaş grubuna yönelinmektedir. Finans odaklı bir bakış açısının bulunduğu değerlendirici okulda işletmenin performans yönüyle ilgilenen yönetici ve hissedarlar öne çıkar (s. 94). Sabrina Helm ve Christian Klode’ye (2011) göre değerlendirici okul Berens ve van Riel’in sosyal

beklentiler paradigmasına benzemektedir (s. 89). Değerlendirici okuldaki finans odaklı bakış açısının aksine izlenimci ve ilişkisel yaklaşımlar kuruma yönelik duygularla ilgilidirler (Olmedo-Cifuentes, Martínez-León ve Davies, 2014, s. 87). İzlenimci okula göre ise itibar kurumun paydaş üzerinde bıraktığı etkiyle ölçülür (Helm ve Klode, 2011, s. 89). Bu yaklaşımın benimsendiği çalışmalarda (Demir, 2010) yaygın olarak kullanılan terimler “kimlik” ve “kişilik”tir (Chun, 2005, s. 93). Son olarak, iç ve dış paydaşları esas alan ilişkisel okulda gruplar arasında algısal farklılıklar olabileceği kabul edilir ve özellikle de güven eksikliğine karşı önlemler alınması gerekliliği üzerinde durulur (Helm ve Klode, 2011, s. 89). Burada, itibar ölçümüne ilişkin iç ve dış paydaşların görüşleri doğrultusunda çok boyutlu bir yaklaşım getirilmektedir. İlişkisel eğilim içerisinde yer alan araştırmalarda, kurumun itibarı için “iyiden kötüye doğru basit bir değerlendirme yapılması yerine itibarın çeşitli boyutlar üzerinden ele alarak tanımlanması” (Roberts ve Rowley, 2008, s. 164) önerilir. Bu bakış açısı, diğerlerinden ayrı olarak, paydaş algılamalarındaki farklılıkların azaltılmasına yol açabilmektedir.

STK İtibarı ve Ölçümü

STK sayısındaki artışın (Ferreira, Carvalho ve Teixeira, 2017, s. 178), rekabeti giderek arttırdığı sivil toplum ortamında kurumsal itibar, farklılaşmak için önemli bir araçtır. Bu bağlamda itibar, “tutarlılık, inanılabilirlik ve güvenilirlik gibi uzun süre içinde oluşan STK nitelikleri hakkındaki değer yargıları” olarak tanımlanabilir (Bennett ve Rentschler, 2003, s. 207). Olumlu yargıların ortaya çıkmasından önce STK'lara dair farkındalığın yaratılması gerekmektedir. Ancak araştırmalar bu kuruluşların amaç, faaliyet ve değerlerine ilişkin farkındalığın düşük olduğunu göstermektedir (Voeth ve Herbst, 2008, s. 74). Sivil topluma ilişkin bilgi ve ilgi düzeyinin yüksek olmaması, STK'lara bağış ve gönüllü hizmet sağlanması açısından dezavantajlı bir durumdur.

STK'ların güçlü bir itibara şirketlerden fazla ihtiyacı bulunmaktadır. Bu durum, STK çalışmalarının niteliğiyle ilgilidir. William A. Brown'a (2015) göre STK faaliyetlerinin şüpheyle karşılanması, topluma yararlı etkilerin ispatlanmasının zor olmasındandır (s. 121). STK'larla ilgili yolsuzluk skandallarının artması sivil topluma daha da kuşkuyla yaklaşılmasına yol açmıştır (Chen, 2017, s. 233). İtibar yönetimine daha fazla gereksinim duyulmasının diğer bir nedeni de tanıtımla ilişkilidir. STK'ların ilişki yönetim faaliyetlerini itibar gözeterek değil de duyurumu amaçlayarak gerçekleştirmesi işletmelere kıyasla daha az etki yaratmakta (Kong ve Farrell, 2010, s. 249), ancak STK itibarına yeterince önem verilmemektedir (Padanyi ve Gainer, 2003, s. 252). Bu durum STK'lara güvensizliğin yüksek olduğu ülkemizde de geçerlidir (Çabuk, 2017, s. 235). Yaşama Dair Vakıf'ın (2013) bir projesinde belirtilen “STK'lar itibar kavramına özel sektörden transfer edilmesi ve pazarlama, kendini sevdirmeye kavramlarından ibaret görmesi sebebiyle karşıt bir pozisyon alma... eğiliminde” sözleri bu iddiayı kanıtlar niteliktedir (s. 9).

STK'larda itibar ölçümüne dair ilk önemli araştırma 2003 yılında Roger Bennett ve Helen Gabriel tarafından gerçekleştirilmiştir (Sarstedt ve Schloderer, 2010, s. 278). Hayırsever kuruluşların imaj ve itibarı arasında algılama açısından ayırım yapılamayacağını hipotez olarak ortaya konduğu çalışmada iki kavramı ayrı bir şekilde tanımlayan niteliklere ulaşılmıştır (Bennett ve Gabriel, 2003, s. 279, 286). Söz konusu nitelikler, “şefkatli olma, varlıkları akıllıca kullanma, dinamik olma,

iyi bilinme, politik olmama, idealist olma, yönetim harcamaları yerine faydalanıcı harcamalarına odaklanma, güvenilir, yetkili, içten, sıcak ve erişilebilir olma” (Bennett ve Gabriel, 2003, s. 283) şeklinde sıralanabilir. Ayrıca yazarlara göre, Fortune Kurumsal İtibar Endeksi’ndeki değişkenler hayırsever kuruluşların itibarını büyük oranda belirlemektedirler (Bennett ve Gabriel, 2003, s. 286). Bu noktadan hareketle çalışmanın, sosyal beklentilerin itibar ölçüm paradigmasında (Berens ve van Riel, 2004) yer aldığı söylenebilir. Marko Sarstedt ve Matthias P. Schloderer (2010), sosyal beklentiler yaklaşımı kapsamında değerlendirilen bu ilk STK itibar ölçüm aracının biçimlendirici olması gerekirken yansıtıcı modele uygun olarak oluşturulmasını eleştirmekte ve bir indeks oluşturma gerekliliğine dikkat çekmektedir (s. 278).

STK imaj ve itibarının birbirinden tamamen farklı kavramlar olduğunu iddia eden Sarstedt ve Schloderer (2010), yine sosyal beklentiler ekolu içerisinde değerlendirilebilecek bir ölçüm aracı geliştirmişlerdir. Buna göre, STK itibarını duygusal ve bilişsel olarak iki bileşenle ölçülmüştür. Sempati duyma ve yetkinlik boyutlarının her biri 3 madde içeren toplam 6 yansıtıcı göstergesi bulunmaktadır. Ölçüm yaklaşımında ayrıca çekicilik, örgütsel toplumsal sorumluluk (ÖTS), kalite, ve performans boyutlarından oluşmak üzere toplam 17 maddelik biçimlendirici göstergeye de yer verilmiştir (s. 279). Bu ölçme aracının Türkiye’de de güvenilirliği ve geçerliliği sınanmıştır (Torlak ve Tiltay, 2012; Uçar, Gülmez, Mutlu, Erbaş ve Gez, 2015).

Yaşama Dair Vakıf, kamu yöneticileri ve toplum nezdinde STK algısını iki farklı araştırmayla saptamışlardır. Araştırmaların her ikisinde de STK itibarı, kamu için %66 ve toplum için %52 olmak üzere daha çok olumsuz değerlendirilmiştir (Yaşama Dair Vakıf, 2014, s. 18-20). İtibar belirleyicileri fazladan aza doğru sıralandığında, yöneticiler nezdinde “ideolojik olmak/amaç dışı davranmak, çıkar odaklı olmak ve aktif olmak” (Yaşama Dair Vakıf, 2014, s. 17), toplum gözünde ise “pasiflik, toplumsal fayda ve etkisizlik” maddeleri öne çıkmaktadır (Yaşama Dair Vakıf, 2014, s. 19-20). Yöneticilerin ve toplumun önemli olarak algıladıkları ilk üç unsur değerlendirildiğinde, STK’ların hareketsiz kalmamasına, bir şeyler değiştirmeye çalışmasına yönelik bir beklenti olduğu söylenebilir.

Vakıf ve dernek gibi bağış toplayan ve gönüllü katılıma açık STK’ları konu edinen bilimsel çalışmalar yazarın bilgisi dâhilinde incelenmiştir. Kronolojik olarak öncelikle Ömer Torlak ve Muhammet A. Tiltay’ın (2012) eseriyle karşılaşılacaktır. Çalışmada, Sarstedt ve Schloderer’in (2010) ölçüm aracı kullanılarak dört STK’nın itibarı ölçülmüştür. Fatma Uçar, Emrah Gülmez, Özge Mutlu, Sefa Erbaş ve Kaan Gez (2015) tarafından yürütülen araştırmadaysa, Şaha B. Baygöl Özpinar’ın (2008) kurumsal itibar ölçeğiyle Sarstedt ve Schloderer’in (2010) ölçüm aracından yararlanılarak Türk Kızılayı’nın itibarı üzerinde etkili beş faktör saptanmıştır (s. 131).

Yakın tarihli bir makalede Didem Çabuk (2017), bir STK itibarı ölçeği tasarlamıştır. Keşifsel faktör analizi sonucunda yönetim ve iletişim kapasitesi, güven ve yetkinlik olmak üzere dört boyutlu bir yapıya ulaşılan çalışma, yurtdışında geliştirilen ölçüm araçlarıyla benzerlikler taşımaktadır. Bennett ve Gabriel’in (2003) araştırmasındaki *STK varlıklarını akıllı bir şekilde kullanmak ve siyasi olarak algılanmamak* göstergeleri bu eserde de yer almaktadır. Benzer biçimde Sarstedt ve Schloderer’in (2010) “alanındaki en iyi STK olmak”, “iyi bir şekilde yönetilmek”, “bağışçı ilişkilerine özen göstermek”, “maddi istikrara sahip olmak”, “taklitçiliğiyle değil yenilikçiliğiyle öne çıkmak”

maddeleri Çabuk'un (2017, s. 255) çalışmasında da kullanılmaktadır. Ülkemize özgü STK itibarı çalışmalarının kısıtlı olduğu düşünüldüğünde, geri kalan maddelerin sadece kültürel açıdan anlamlı olması önem taşır.

Yöntem

Çalışmanın Amacı ve Araştırma Soruları

Literatürde antropomorfizmle STK marka kişiliğini ölçen sınırlı sayıda eser bulunmaktadır (Bennett ve Gabriel, 2000; Venable, Rose, Bush ve Gilbert, 2005; Voeth ve Herbst, 2008). İlk kez bu çalışmada STK itibarı insanbiçimcilik perspektifinden incelenmektedir. Ayrıca çalışma, STK itibarına yüklenen anlamın oluşturulmasıyla ilgili olarak da yukarıda belirtilen eserlerden ayrılmaktadır. Burada önemli olan literatürdeki önceki çalışmalardan bağımsız bir şekilde STK itibarına toplumun attığı anlamın ortaya çıkarılmasıdır. STK itibarına dair farklı bakış açılarının yansıtılmasına imkân sağlayacak çalışmada, "Kurumsal karakter bağlamında STK itibarının sosyal anlamı nedir?" ve "Kurumsal karakter bağlamındaki STK itibarı boyutları mevcut ölçüm yaklaşımlarındaki boyutlardan nasıl farklılık göstermektedir?" araştırma soruları olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın Yaklaşımı

STK itibarına ilişkin ortak anlamı keşfetmeyi amaçlayan bu çalışmada ağ analizi uygulanmıştır. Sosyal ağ analizi, toplumsal bilimlerde kişi, kelime, örgüt gibi birimler arası etkileşim ve ilişkilere odaklanan bir araştırma anlayışı olarak ifade edilebilir (Wasserman ve Faust, 1994, s. 4). Bu ilişki konuşmalarda birbirini takip eden sözcükler, iş yerinde bilgi paylaşımı ve önemli konularda kime danışıldığı gibi çeşitlilik gösterebilmektedir. Yaklaşım, geleneksel araştırma perspektifinden oldukça farklıdır. Geleneksel yaklaşımda bireye ilişkin, örneğin, gelir düzeyi gibi bir değişkenin eğitim ve cinsiyet gibi yine aynı kişinin özellikleriyle açıklanabileceği varsayılır. Oysa ağ analizinde, bu durum bireyin meslek kararı verirken arkadaşlarından etkilenmesi veya nüfuzlu kişilerle olan bağlantısı gibi sosyal faktörlerle ilişkilendirilebilmektedir (Borgatti, Mehra, Brass ve Labianca, 2009, s. 894). Dolayısıyla ağ analizi, davranışı belirleyenin "birimler içindeki iç kuvvetler değil, etkinlik üzerindeki yapısal kısıtlamalar" olduğunu kabul eder. Kişinin sosyal normlara aykırı davranış sergilediğinde dışsal baskı ve zorlamayla karşılaşması, yapısal kısıtlamalara bir örnek oluşturur (Wellman, 1988, s. 20). Özetle, ağ analizi yaklaşımında geleneksel veri analizindeki gibi birimler bağımsız olarak değil, ilişkisel olarak incelenir.

Ağ analizi sosyoloji ve psikoloji gibi sosyal bilimlerle matematik bilimini bir araya getiren çok disiplinli bir alandır. Alanın temelinde, bir matematik teorisi olan çizge kuramı bulunur (de Nooy, Mrvar ve Batagelj, 2011, s. 6-7). Sosyal ağların yapısal niteliklerini ortaya koymayı amaçlayan ağ analizi Ferdinand Tönnies, Émile Durkheim ve Georg Simmel gibi toplumsal düşünürlerin fikirlerinden etkilenmiştir (Prell, 2012, s. 37). Charles Wetherell'e (1998) göre Tönnies'in cemaat ve toplum kavramları ilişkilere vurgu yapar. Cemaat, akraba ve komşularla yoğun ilişkilerin yaşandığı bir ortama işaret ederken modern topluma daha çok arkadaş ve tanıdıklarla kurulan seyrek ilişkiler hakimdir (s. 132). Yoğunluk ve merkezileşme gibi yapısal

değişkenlerle ilişkilerin anlamlarını belirlemeyi amaçlayan ağ analizi için Tönnies'in bu tespiti önem taşır. Durkheim, sosyal ortam yapısının açıklayıcı özelliğini ortaya koymuş diğer bir düşünürdür. Kişisel sorunlardan kaynaklandığı düşünülen intiharın toplumsal yönünü ele aldığı önemli eserinde Durkheim (2005), "Alman ve Slav aynı sosyal çevrede yaşıyorlarsa, intihar eğilimleri yaklaşık olarak aynıdır" sözleriyle çevresel faktörlere dikkat çeker (s. 36-37). Simmel ise, insan etkileşimine ilişkin düşünceleriyle ağ analizi yaklaşımı için önem taşıyan diğer bir düşünürdür. Birey ve grupların birbirini nasıl etkilediğini keşfetmenin toplumsal fenomeni anlaşılır kılacağını ifade eden Simmel grubu nicel yönden ele alır (akt. Prell, 2012, s. 37). Ona göre, izole edilmiş birey değil iki üyeden oluşan grup, "en basit sosyolojik oluşumdur" (Simmel, 1950, s. 122). Yakın arkadaşlar, karı-koca, iş ortakları gibi örneklerle somutlaştırılabilecek bu ikili gruplara, Simmel'in (1950) de belirttiği gibi üçüncü bir kişinin katılmasıyla grup dinamikleri etkilenir (s. 128). Simmel'in görüşleri grup etkileşimlerine ilişkin bir açıklama getirmesine rağmen matematiksel ölçüm açısından değerlendirilememektedir. Buna karşılık Jacob L. Moreno'nun bireylerin nokta ilişkilerince çizgiyle gösterildiği, günümüzde yönlü çizge olarak anılan sosyogramı icadı (Jupp, 2006, s. 285), grup üyeleri arasındaki ilişkilerin matematiksel olarak modellenmesine fırsat sağlamaktadır. Günümüzde sosyometrinin yaygınlığı azalmış (Prell, 2012, s. 23), onun yerini sadece kişilerarası ilişkilerle sınırlı olmayan; çalışan-örgüt, ulusal veya uluslararası ağları da çözümleyebilen (Kerr ve Tindale 2014, s. 201-202) sosyal ağ analizi almıştır. İleri matematik ve bilgisayar yazılımlarından yararlanan sosyal ağ analizi, internete bağlı iletişim olanaklarının yol açtığı günümüz devasa ağ ortamları için uygun bir çözümdür.

Sözcük bağlantılarının, "paylaşılan fikirler ve metinlerdeki ortak anlamları" (Schnegg ve Bernard, 1996, s. 8) ortaya çıkarılabileceği varsayımına dayanan anlamsal ağ analizi, sosyal ağ analizinin bir türüdür (Podnar, Tuškej ve Golob, 2012, s. 906). Burada, geleneksel ağ analizinde olduğu gibi kişi veya gruplar ilişkilendirilmemekte, yazılı bir metin haline getirilmiş yapıda sıklıkla kullanılan kelimeler bağlantılandırılmaktadır (Neuendorf, 2002, s. 130). Özetle, paylaşılan anlam temelli analizde, birimleri görüşülen farklı kimseler değil; kişilerin sözleri oluşturur (Schnegg ve Bernard, 1996, s. 8). Ortak anlamı keşfetmek için içerik analizinden yararlanan (Doerfel ve Barnett, 1999, s. 590-591) anlamsal ağ analizinde, kelimeler birbirine bağlı birimler olarak çözümlenir. Bu durum, araştırma verilerini açıklamak için önceden kategoriler tanımlayan geleneksel içerik analizinden onu ayırır (Jang ve Barnett, 1994, s. 34). Anlamsal ağ analizinin geleneksel içerik analizine göre üstünlüğü de bu noktada ortaya çıkar. Öncesinde belirlenen kategoriler, yeni yaklaşım ve anlayışlara ket vurabilirler (Rice ve Danowski, 1993, s. 373). Oysa anlamsal ağ analizinde içerik, herhangi bir sınıflama yapılmaksızın katılımcıların seçtikleri sözcükler halinde analize tabi tutulur. Dolayısıyla, ağ çözümlemesinin katılımcıların zihnindeki tanımlamaları daha iyi yansıttığı ileri sürülebilir.

Örnekleme

İzmir'de kolayda örnekleme ulaşılan katılımcılardan görüşme tekniğiyle veri, iki ay içerisinde (2016 sonu) toplanmıştır. En az bir kez kendi rızasıyla bir STK'ya bağışta bulunmuş 212 kişiyle ortalama 20-25 dakika süren yüz yüze görüşme yürütülmüştür. Örneklemin çoğunluğu %58,5'le

kadınlardan oluşmaktadır (124 kadın). Eğitim düzeyi yüksektir: katılımcılar %53 üniversite, %42 lise ve %3 lise altında eğitim seviyesine sahiptir. Yaş itibariyle örneklem, %41, 18-25 yaş, %39'luk bir kesim 26-45 ve %18 ise 46 yaş ve üstü dağılım göstermektedir. %48'lik oranla katılımcıların çoğunluğu çalışmaktadır. Kamu ve özel sektörde %31, kendi hesabına çalışan %15 ve sporcu/sanatçı ise %2 oranında dağılım göstermektedir. %31 paya sahip olan üniversite öğrencilerini (açık ve uzaktan eğitim dahil), %7'le iş arayanlar ve %6'lık eşit oranlarla emekli ve ev kadınları izlemektedir. Katılımcıların %2'si soruya yanıt vermemiştir.

Örneklemin yalnızca İzmir'de yaşayan kişileri kapsamaması, araştırma sonuçlarının genellenebilirliği açısından sınırlılık oluşturmaktadır. Tek bir şehirde araştırma yürütülmesi, STK'ların şehirdeki faaliyet ve çalışmaları, sosyo-ekonomik etmenler gibi olası karıştırıcı değişkenlerin etkisinin göz ardı edilmesine yol açmaktadır. Dolayısıyla, elde edilen bulgular, yalnızca araştırmanın yürütüldüğü il olan İzmir ile sınırlıdır. Ancak bu durum araştırmanın keşifsel niteliği ile uyumludur. STK itibarına ilişkin ortak anlamı insanbiçimcilik yaklaşımı ile ortaya koymayı amaçlayan bu çalışma, gelecekte diğer örneklerle yapılacak olan replikasyon (tekrar) çalışmalarına ön ayak olmayı hedeflemektedir.

Araştırma Tekniği, Verilerin Toplanması

Veriler yapılan görüşmeler aracılığıyla toplanmıştır. Pilot çalışma, katılımcıların STK itibarını anlamada zorlandığını gösterdiğinden görüşmede birinci soruyu takiben katılımcılara aktarılmak üzere STK itibarının tanımı oluşturulmuştur. Kişilerin tanıma göre itibarlı dernek ve vakıfları değerlendirmeleri istenmiştir. Pilot çalışmada, görüşülenlerin dernek ve vakıf adlarını hatırlamada güçlük yaşadıkları da gözlenmiştir. Bu sorun yardımcı hatırlama çalışmasıyla çözülmüştür. Türkiye'de Bireysel Bağışçılık, Hayırseverlik Araştırması'nda bulunan "Türkiye'de faaliyet gösteren vakıf ve dernekler arasında en başta aklınıza gelenleri hangileridir?" sorusunun yanıtları (Çarkoğlu ve Aytaç, 2016, s. 63), alfabetik sırayla tanımın paylaşılması sonrasında gösterilmiştir. Son haliyle görüşme formu beş soru ve sonda sorulardan oluşmaktadır. İlk soru görüşülen kişilerin dernek ve vakıflara ilişkin genel algılarının farkına varmalarını, ikinci soru ise katılımcıların insan olarak hayal edebilecekleri somut bir STK üzerinde düşüncelerini sağlamayı amaçlamaktadır. Kısaca, bu iki soru itibarlı ya da itibarlı olmayan STK'lara dair sıfatları katılımcıların söylemesini kolaylaştırmayı amaçlamaktadır.

1. Dernek ve vakıfların toplumdaki rolü hakkında ne düşünüyorsunuz? Neden?
2. En itibarlı olduğunuzu düşündüğünüz üç vakıf veya derneğin adını söyler misiniz? Neden?
3. İtibar sahibi bir vakıf veya dernek gerçek bir insan olsa nasıl bir insan olurdu? En az üç sıfatla betimleyin.
4. İtibarlı olmadığınızı düşündüğünüz üç vakıf veya derneğin adını söyler misiniz? Neden?
5. İtibarlı olmayan bir vakıf veya dernek, gerçek bir insan olsa nasıl bir insan olurdu? En az üç sıfatla betimleyin.

Katılımcıların STK itibarıyla ilgili izlenimlerini kendi dilinde tanımlamalarına olanak veren mülakat tekniğiyle kişilerin gerçek içgörülerine ulaşılması istenmektedir. Serbest çağrışimli görüşmelerin analizinde Pajek programı kullanılmış, yazılımın veri görselleştirme araçlarından da faydalanılmıştır.

Bulgular

İtibarlı STK'lara ilişkin Sıfatlar Ağı (Tablo 1) ve İtibarlı Olmayan STK'lara ilişkin Sıfatlar Ağı (Tablo 2), araştırmadaki ağların temel özelliklerini göstermektedir. Görüşülen kimseler itibarlı STK'ları betimlemek için 120, itibarlı olmayan STK'lar içinse 121 farklı sıfat kullanmışlardır. İtibarlı-itibarlı olmayanlar için kullanılan bu sıfatlar, iki ağda sırasıyla 372 ve 306 bağlantıyla birbirleriyle ilişkilendirilmiştir. Bu bağlantıların itibarlı-itibarlı olmayan ağlarda sırasıyla 66 ve 47'si, birden fazla katılımcı tarafından belirtilen sıfatlardır. Ağ büyüklükleri farklı olduğundan iki ağı karşılaştırmak adına ölçüm yüzdeyle hesaplanmıştır (Tablo 1 ve 2). İtibarlı sıfatların, itibarlı olmayana göre fazla kişi tarafından birden fazla kez söylendiği görülmektedir. O ile 1 arasında değişen değer olan yoğunluk ise, her iki ağ için de (itibarlı ve itibarlı olmayan için sırasıyla 0.026 ve 0.021) düşüktür. Düşük yoğunluk, ağdaki sıfatların, birbirleriyle kurdukları ilişki sayısının az olduğunu gösterir. Yani tüm olası bağlantıların sadece yüzde 2.6 ve 2.1'i mevcuttur. Diğer bir merkezilik ölçütü olan ortalama bağlantı derecesiyse ağdaki her bir birimin ortalama diğerleriyle ne kadar doğrudan bağlantılı olduğunu gösterir. İtibarlı STK'lara dair ağda sayı 6.2 itibarsız STK'lar ağında ise 5.05'dir. Örnek olarak, 120 sıfatlı itibarlı STK'lar ağında, her bir sıfat maksimum 119 (N-1) doğrudan bağlantıya sahip olabileceken bu sayı 6.2'dir. Ortalama bağlantı derecesi, ağların bağlaşıklığının karşılaştırılması bağlamında önceki ölçüt olan yoğunluğa göre daha doğru bilgi vermektedir (de Nooy, Mrvar ve Batagelj, 2011, s. 74). Özetle, itibarlı STK'lar ağı, itibarlı olmayana göre (6.2 ve 5.05) daha yoğun bir ağdır.

Tablo 1. İtibarlı STK'lara İlişkin Sifatlar Ağının Temel Özellikleri

<i>Büyüklik</i>	
*Düğüm Sayısı	120
<i>İlişki</i>	
**Toplam Bağlantı Sayısı	372
1 < Değere Sahip Bağlantı	%17.74
<i>Bağlaşıklık</i>	
Yoğunluk	%2.6
Ortalama bağlantı derecesi	6.20000000

Açıklamalar

* Düğüm, bir ağdaki birim (ağdaki düğümler, birbiri ile bağlantılıdır).

** Bağlantı, düğümler arasındaki ilişki.

*** Yoğunluk, olası tüm bağlantıların hangi oranda kullanıldığı.

Tablo 2. İtibarlı Olmayan STK'lara İlişkin Sifatlar Ağının Temel Özellikleri

<i>Büyüklik</i>	
*Düğüm Sayısı	121
<i>İlişki</i>	
**Toplam Bağlantı Sayısı	306
1 < Değere Sahip Bağlantı	%15.36
<i>Bağlaşıklık (cohesiveness)</i>	
Yoğunluk	%2.1
Ortalama bağlantı derecesi	5.05785124

STK itibarının paylaşılan anlamını bulmayı hedefleyen çalışmada, ağların bağlaşıklık düzeyi yüksek kesimi önemlidir. Sifatlar arasındaki bağlantı çokluğu üzerinden yapıyı tanımlamak için m-core tekniğinden yararlanılabilir. M-core, “her bağlantının m'den büyük veya m'ye eşit çokluğa sahip olduğu azami alt gruptur” (Scott, 2000, s. 113). Tablo 3 ve Tablo 4'te itibarlı ve itibarlı olmayan STK'ların m-core değerleri bulunmaktadır.

Tablo 3. İtibarlı STK'lara İlişkin Sifatlar Ağı: M-core Değerleri

<i>Değer</i>	<i>Düğüm Sayısı</i>	<i>Yüzde</i>
1	78	65,0000
2	23	19,1667
3	11	9,1667
4	2	1,6667
5	3	2,5000
13	1	0,8333
17	2	1,6667
<i>Toplam</i>	120	100,000

Tablo 4. İtibarlı Olmayan STK'lara İlişkin Sifatlar Ağı: M-core Değerleri

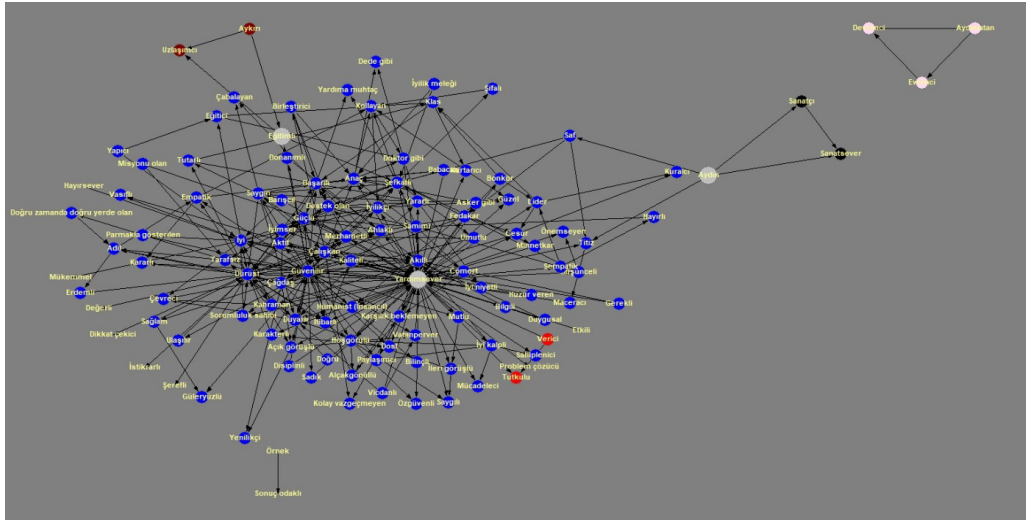
<i>Değer</i>	<i>Düğüm Sayısı</i>	<i>Yüzde</i>
1	99	81,8182
2	9	7,4380
3	5	4,1322
4	3	2,4793
5	5	4,1322
<i>Toplam</i>	121	100,000

İtibarlı ağda 78; itibarlı olmayanda 99 düğüm 1-core değerli olup her iki ağdan çıkarılmalarıyla iki alt ağ oluşturulmuştur. Bağlantı sayıları nedeniyle bağlaşık bir yapıyı temsil eden ağlar, Şekil 1 ve Şekil 2'de gösterilmektedir.

Kliklerden hangi sıfatların geri planda kaldığını bulmak için de yararlanılabilir. İtibarlı ve itibarlı olmayan ağlarda hiçbir klikte yer almayan birim sayısı sırasıyla 111 ve 112'dir. İtibarlı STK'lar için "yardımsever" (54 klik), "dürüst" (36 klik), "güvenilir" (30 klik), "duyarlı" (24 klik), "başarılı" (18 klik), "akıllı" (12 klik), "iyi" (12 klik), "güçlü" (6 klik), "yararlı" (6 klik) sıfatları başta. İtibarlı olmayan STK'lar içinse; "düzenbaz" (60 klik), "güvenilmez" (54 klik), "bencil" (36 klik), "kötü" (30 klik), "yalancı" (30 klik), "çıkarıcı" (18 klik), "dürüst olmayan" (12 klik), "kişiliksiz" (6 klik), "samimiyetsiz" (6 klik) bu ölçütle ortaya konan sıfatlardır.

Çalışmada eklemleme noktalarından da faydalanılmıştır. Eklemleme noktası ağdan kaldırılmasıyla ağdaki bileşen sayısının artmasına yol açan düğümdür (de Nooy, Mrvar ve Batagelj, 2011, s. 401). Esasında, düğümlerin ağdaki konumları bileşenlerin bağlantılarını korumalarına neden olmaktadır. İtibarlı ve itibarlı olmayan STK'lar ağlarındaki eklemleme noktaları, Şekil 5 ve 6'da verilmekte, eklemleme noktaları gri renkle gösterilmektedir. "Aydın", "eğitilmiş" ve "yardımsever" düğümleri itibarlı ağda; "kötü", "bencil", "samimiyetsiz", "şerefsiz", "ikiyüzlü", "hırsız", "canavar", "serseri", "pasif" ve "faydasız" ise itibarlı olmayan ağdaki eklemleme noktalarıdır.

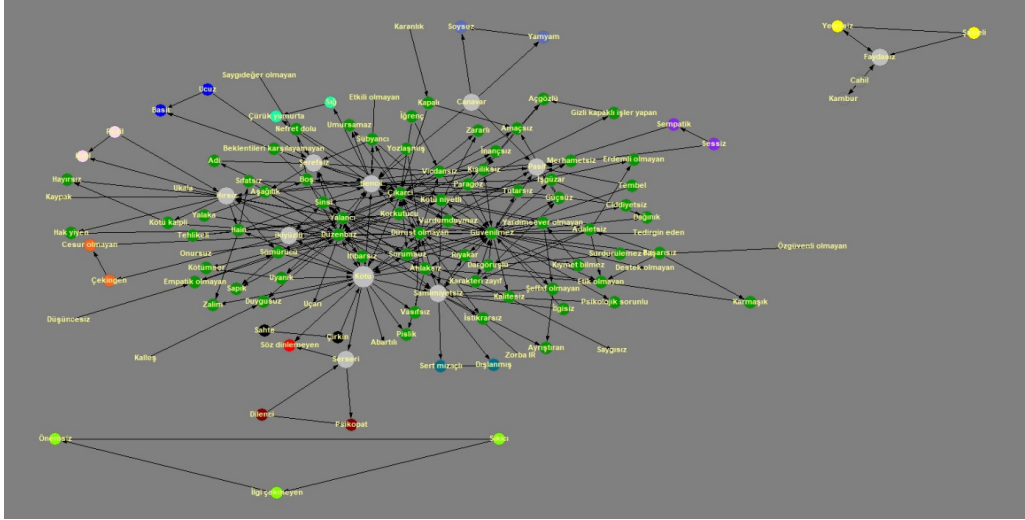
Şekil 5. İtibarlı STK'lara İlişkin Sıfatlar: Eklemleme Noktaları



Merkezlilik değerleri, ağları temsil etmeleri nedeniyle önemli rolü bulunan düğümleri belirlemek ve bu birimlerin gözle algılanamayan, ölçütten ölçüte farklılık gösteren özelliklerini görünür kılmak için hesaplanılır (Fouss, Saerens ve Shimbo, 2016, s. 143). Çalışmada gelen derece, giden derece, gelen yakınlık, giden yakınlık ve aradalık merkezliliği değerleri hesaplanmıştır. Gelen derece, "bir [düğüme] yönelik bağlantıları bulunan diğer düğümlerin toplam sayısı, giden derece ise o düğümün bağlantılarını yönlendirdiği diğer düğümlerin toplam sayısıdır" (Scott, 2000, s. 69). İtibarlı ve itibarlı olmayan STK'lar ağlarının merkezlilik metrikleri, Tablo 5 ve 6'da her bir ölçüte ilişkin en yüksek 5 değer (aynı değer olduğunda 6) şeklinde verilmektedir. Yakınlık, bir düğümün diğer düğümlerle

ağdaki mesafesiyle ilgili olup yönlü bir çizgede bu düğümden bağlantı kurulan gelen ve giden olmak üzere iki yakınlık ölçütü (Sporns, Honey ve Kötte, 2007, s. 2) hesaplanmaktadır. Burada ağda diğer sıfatlara yakın olan düğümün yapısal olarak önemli bir unsur olmaktadır. Yakınlık gibi çizgedeki öteki birimlerle ilgili başka metrik aradadır. Belli bir düğümün ağdaki diğer düğümler arasında bulunma sıklığını ifade eden aradalık merkeziliği, derecesi düşük olmasına rağmen aracı olarak kritik konumda bulunan düğümleri tespit ettirir (Scott, 2000, s. 86). STK itibarı için en etkili sıfatların hangileri olduğunu tüm merkezilik ölçütlerinde ilk beştekiler şeklinde tanımlamak, objektif bir kıstas olarak görülebilir. Buna göre itibarlı ağda; “dürüst”, “güvenilir”, “iyi”, “yardımsever” olmak, itibarlı olmayan ağdaysa “çıkarıcı”, “düzenbaz”, “güvenilmez” ve “yalancı” nitelikleri öne çıkmaktadır. Bu sıfatların hangilerinin daha önceki çalışmalarda da bulunduğu Tablo 7 ve 8’de verilmektedir.

Şekil 6. İtibarlı Olmayan STK'lara İlişkin Sıfatlar: Eklemlenme Noktaları



Tablo 5. İtibarlı STK'lara İlişkin Sıfatlar Ağı: Merkezilik Değerleri

	Gelen Derece	Giden Derece	Gelen Yakınlık	Giden Yakınlık	Aradalık Merkeziliği
Akıllı	0.0924370	0.0504202	0.2985088	0.3625561	0.0442361
Başarılı	0.0756303	0.0840336	0.2938687	0.4042500	0.0276203
Dürüst	0.1428571	0.2268908	0.3222538	0.4567797	0.1001882
Güçlü	0.0756303	0.0756303	0.3150926	0.3691781	0.0188973
Güvenilir	0.1176471	0.2941176	0.3150926	0.4784024	0.1024614
İyi	0.0840336	0.1008403	0.3000882	0.4104061	0.0533249
Şefkatli	0.0840336	0.0840336	0.2739936	0.3743056	0.0417554
Yardımsaver	0.2857143	0.4789916	0.4080336	0.5693662	0.3353267

Tablo 6. İtibarlı Olmayan STK'lara İlişkin Sıfatlar Ağı: Merkezilik Değerleri

	Gelen Derece	Giden Derece	Gelen Yakınlık	Giden Yakınlık	Aradalık Merkeziliği
Bencil	0.1166667	0.1166667	0.2839086	0.3452184	0.0685052
Çıkarıcı	0.1416667	0.1416667	0.2954967	0.3472024	0.0838025
Düzenbaz	0.1583333	0.1666667	0.2975207	0.3823622	0.1005964
Güvenilmez	0.1666667	0.2416667	0.3125037	0.3897627	0.1569737
Kötü	0.0916667	0.1416667	0.2784488	0.3553719	0.0674676
Yalancı	0.1166667	0.1333333	0.2895868	0.3574747	0.0743059

Tablo 7. Anlamsal Ağ Analizi Bulgularının Özeti: İtibarlı STK'lar

İnsani Nitelikler	Tekrar Sayısı	Bağlaşıklık ve Merkezilik Ölçüleri	Diğer STK İtibar ve Marka Kişiliği Ölçütleri
Yardımsaver	8	M-core, Klik, Eklemlenme noktası, Gelen derece, Giden derece, Gelen yakınlık, Giden yakınlık, Aradalık merkeziliği	
Dürüst	7	M-core, Klik, Gelen derece, Giden derece, Gelen yakınlık, Giden yakınlık, Aradalık merkeziliği	Bennett ve Gabriel, 2000; Venable vd., 2005; Voeth ve Herbst, 2008
Güvenilir	7	M-core, Klik, Gelen derece, Giden derece, Gelen yakınlık, Giden yakınlık, Aradalık merkeziliği	Bennett ve Gabriel, 2000; 2003; Sarstedt ve Schloderer, 2010; Venable vd., 2005; Voeth ve Herbst, 2008
İyi	6	Klik, Gelen derece, Giden derece, Gelen yakınlık, Giden yakınlık, Aradalık merkeziliği	Voeth ve Herbst, 2008
Akıllı	3	Klik, Gelen derece, Aradalık merkeziliği	
Başarılı	3	Klik, Giden derece, Giden yakınlık	
Güçlü	2	Klik, Gelen yakınlık	
Şefkatli	2	Gelen derece, Giden derece	Bennett ve Gabriel, 2000; 2003; Venable vd., 2005
Aktif	1	M-core	Bennett ve Gabriel, 2000; Yaşama Dair Vakıf, 2014
Aydın	1	Eklemlenme noktası	
Çağdaş	1	M-core	Bennett ve Gabriel, 2000
Çalışkan	1	M-core	
Duyarlı	1	Klik	
Eğitilmiş	1	Eklemlenme noktası	

Tablo 8. Anlamsal Ağ Analizi Bulgularının Özeti: İtibarlı Olmayan STK'lar

İnsani Nitelikler	Tekrar Sayısı	Bağlaşıklık ve Merkezilik Ölçüleri	Diğer İtibar ve STK Marka Kişiliği Ölçütleri
Çıkarıcı	7	M-core, Klik, Gelen derece, Giden derece, Gelen yakınlık, Giden yakınlık, Aradalık merkeziliği	Yaşama Dair Vakıf, 2014
Düzenbaz	7	M-core, Klik, Gelen derece, Giden derece, Gelen yakınlık, Giden yakınlık, Aradalık merkeziliği	
Güvenilmez	7	M-core, Klik, Gelen derece, Giden derece, Gelen yakınlık, Giden yakınlık, Aradalık merkeziliği	
Yalancı	7	M-core, Klik, Gelen derece, Giden derece, Gelen yakınlık, Giden yakınlık, Aradalık merkeziliği	
Bencil	5	Klik, Eklemlenme noktası, Gelen derece, Gelen yakınlık, Aradalık merkeziliği	Çabuk, 2017
Kötü	5	M-core, Klik, Eklemlenme noktası, Giden derece, Giden yakınlık	
Samimiyetsiz	2	Klik, Eklemlenme noktası	
Canavar	1	Eklemlenme noktası	
Dürüst olmayan	1	Klik	
Faydasız	1	Eklemlenme noktası	
Hırsız	1	Eklemlenme noktası	
İkiyüzlü	1	Eklemlenme noktası	
Kişiliksiz	1	Klik	
Pasif	1	Eklemlenme noktası	Yaşama Dair Vakıf, 2014
Serseri	1	Eklemlenme noktası	
Şerefsiz	1	Eklemlenme noktası	

Sonuç

Günümüzde itibarın kurumun kontrolünde değil, paydaşlarının zihninde oluşan bir algı olduğu kabul görmektedir. Alınan her karar, üretilen her değer, sağlanan her katkı bu algıya kaynaklık etmektedir. Ayrıca söz konusu çabaların paydaşlara ulaşmasında kurumun kurduğu ilişkiler ve iletişim zihinlerdeki fikirlere yardımcı olmaktadır. Bu sebeple bir kurumun itibarını üst seviyeye çıkarabilmesi için üstlendiği çabalar kadar çabaların yansımaları, diğer bir deyişle itibarını ölçmesi önem taşımaktadır.

Tüm kurumlar gibi STK'lar için de itibar ölçümü, paydaşlarının o STK için ne düşündüğünü anlaması açısından kritiktir. STK'lar, savunulan görüş etrafında kamuoyu oluşturmak, gönüllü sayısını arttırmak ve bağış sağlamak gibi pek çok konuda birbiriyle rekabet etmektedirler. Dolayısıyla STK'nın paydaşlarının zihnindeki yerini bilmesi ve buna göre aksiyonlarını şekillendirmesi önem taşımaktadır. İtibar ölçümünde hatasız bilgiye ulaşmak ve zihinlerdeki çağrışımları belirleyebilmek alınacak adımların doğruluğunu beraberinde getirecektir. Bu nedenle etkin ölçüm, başarının ya da değiştirilmesi gereken yönlerin belirlenmesi için çok önemlidir.

Kurumsal itibar ölçümü için bugüne kadar pek çok yöntemden yararlanılmıştır. Bu çalışmalarda, finansal paydaşlar, çalışanlar ve tüketiciler gibi farklı paydaşlara odaklanıldığı (Olmedo-Cifuentes, Martínez-León ve Davies, 2014) gibi belli sektörlerde özgü ölçümler de yapılmıştır (Tshivase ve Kleyn, 2016). Ancak, bu çalışmalar içinde STK'lar özelinde yapılan çalışmaların az olduğu görülmektedir. Bu çalışma, STK'ları odak aldığından alanyazın için de önemlidir. İtibar yapısının yorumlanması için ağ analizi gerçekleştirilmesi alana yöntemsel bir katkı sağlamaktadır. Ayrıca, insanbiçimcilik yaklaşımı STK itibarının bağış yapmış kişilerde ne anlam ifade ettiğine ilişkin ipuçları sağlamaktadır. Günlük hayatta kullanılan kişi sıfatlarına dayanan bu yöntem, zihindeki STK itibarına dair çağrışımların kolayca ifade edilebilmesini sağlamaktadır. Çalışmada itibarlı kadar itibarsız STK'lara ilişkin sıfatlara da ulaşılması, araştırmanın bir diğer özgün yönüne işaret etmektedir. Nesne ve kişilerin değerlendirilmesi sırasında öfke duyma ve beğenmeme gibi olumsuz duygular olumlu duygulara kıyasen daha yönlendirici olup (Kucuk, 2016, s. 2) bu durum söz konusu duyguların iletişimi için de geçerlidir (Yang ve Mai, 2010). Buradan hareketle, çalışmadaki katılımcıların itibara ilişkin dile getirdikleri olumsuz sıfatların zihinlerindeki algıyı belki de daha iyi yansıttığını söylemek mümkündür.

Öte yandan araştırmanın Türkiye özelinde yürütülmesi nedeniyle bulguların kültüre dayalı toplumsal dinamikleri daha iyi yansıttığı söylenebilir. Önceki çalışmalara ilaveten ortaya çıkan farklı sıfatlar, ülke gerçeklikleri ile toplumsal anlayışın birer ipucu olabilir. Örneğin, bulgularda ortaya çıkan "yardımseverlik", vakıf kurumuyla hayata geçirilen Türk toplumunun temel değerlerlerindendir (Özden, 2004). Diğer baskın sıfat "eğitimli olma" niteliği, ülkemizde ilk sırada önemli bulunan eğitim sorununa ve Dernekler Dairesi Başkanlığı'nın (t.y.) istatistiklerinde yer aldığı gibi STK'ların özellikle bu alanda aktif rol almasına bağlamak mümkündür. Yine çalışmaya özgü bulgulardan "çağdaş", "aydın", "duyarlı" gibi sıfatlardan, STK algısının elitist bir düzleme konumlandığı sonucuna varılabilir (Gümü, 2004, s. 33-34). Benzer bir biçimde olumsuz sıfatlarda göze çarpan düzenbaz, yalancı, güvenilmez gibi nitelendirmeler, medyada da yer bulan yolsuzluğa ilişkin STK krizleriyle (Yaşar ve

Açıkgöz, 2011, s. 410) doğrudan ilişkilendirilebilir. Algılanan olumsuzluklar, kamuoyunda STK'lara dair ciddi bir güven kaybı olduğunun ve itibarlarının zarar gördüğünün somut bir göstergesidir.

Araştırmada ortaya çıkan nitelikler, STK'ların kendi itibarlarının ölçümü sırasında kullanabilecekleri Türkiye'deki gerçek yansımaları ortaya çıkaran bir metrik sağlamaktadır. Bu sayede bulgular, güçlü itibar algısı için STK'ların tasarlayacağı ve yürüteceği her türlü faaliyete girdi oluşturacaktır. Ayrıca çalışmadaki elle tutulur sonuçların, STK'lar için itibar ölçümünün önemini pekiştirmesi ve onları harekete geçirmesi anlamında da katkı sağladığı söylenebilir.

Kişileştirme üzerinden yürütülen benzer çalışmalar, marka kişiliğine odaklandığından, olgunun zıt niteliğine değinememekte, itibarlı-itibarsız gibi bir anlam ilişkisini değerlendirme imkânı bulamamaktadır. Bu nedenle yapılan araştırma, bu boşluğa da cevap vererek alanyazına katkı sağlamaktadır. Yine çalışma, serbest çağrışımlar yoluyla STK'ların itibarına ilişkin sosyal anlamı ortaya koyan bir eserdir. Yazarın bilgisi dâhilinde, toplumsal anlamı keşfetmeyi amaçlayan kurumsal itibar için bir eser (Podnar vd., 2012) bulunmaktadır. STK'lar anlamında böyle bir çalışmaya rastlanmamasının eseri özgün kıldığı düşünülmektedir.

Bu çalışmada kısıt olarak, kolayda örneklemeden yararlanılarak araştırma verilerinin toplanması gösterilebilir. Bu durum, sonuçların genellenebilirliği bağlamında dikkate alınmalıdır. Araştırmanın Türkiye ve İzmir'de gerçekleştirilmiş olması ise sınırlılık olup zaman ve maddi kaynakların yetersizliğinden kaynaklanmaktadır. Ayrıca araştırma, kendi rızasıyla en az bir kez bağış yapanlarla yürütülmüş olup, farklı paydaşların (gönüllüler, çalışanlar gibi) görüşlerini kapsamaması bir sınırlılık olmakla birlikte ileriki çalışmalar için bir fırsat kabul edilebilir. Benzer çalışmanın farklı ülkelerde yürütülmesi, kültürel perspektiften sonuçların karşılaştırılması olanağı sağlayacağından dolayı önerilmektedir.

Kaynakça

- Aaker, J. ve Fournier, S. (1995). A brand as a character, a partner and a person: three perspectives on the question of brand personality. F. R. Kardes ve M. Sujan (Haz.), *Advances in consumer research* içinde (s. 391-395). Provo, UT: Association for Consumer Research.
- Aula, P. ve Heinonen, J. (2016). *The reputable firm: How digitalization of communication is revolutionizing reputation management*. Switzerland: Springer.
- Baygül Özpınar, Ş. B. (2008). *Kurumsal itibarın ölçümü: Türkiye'ye yönelik ölçek geliştirme çalışması* (Yayımlanmamış doktora tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Bennett, R. ve Gabriel, H. (2000). Charity affiliation as a determinant of product purchase decisions, *Journal of Product and Brand Management*, 9 (4), 255-70.
- Bennett, R. ve Gabriel, H. (2003). Image and reputational characteristics of UK charitable organizations: An empirical study. *Corporate Reputation Review*, 6(3), 276-289.
- Bennett, R. ve Rentschler, R. (2003). Foreword by the guest editors. *Corporate Reputation Review*, 6(3), 207-210.
- Benoit, W. L. (2013). Image repair theory. R. L. Heath (Haz.), *Encyclopedia of public relations* içinde (s. 436-439). Thousand Oaks: Sage.
- Berens, G. ve Van Riel, C. B. (2004). Corporate associations in the academic literature: Three main streams of thought in the reputation measurement literature. *Corporate Reputation Review*, 7(2), 161-178.
- Bollen, K. ve Lennox, R. (1991). Conventional wisdom on measurement: A structural equation perspective. *Psychological Bulletin*, 110(2), 305-314.
- Borgatti, S. P., Mehra, A., Brass, D. J., ve Labianca, G. (2009). Network analysis in the social sciences. *Science*, 323, 892-895.
- Bromley, D. B. (2001). Relationships between personal and corporate reputation. *European Journal of Marketing*, 35(3/4), 316-334.
- Brown, W. A. (2015). *Strategic management in nonprofit organizations*. Burlington: Jones ve Bartlett Learning.
- Chen, W. (2017). *A comparative study of funding shareholder litigation*. Shanghai: Springer.
- Chew, C. (2009). *Strategic positioning in voluntary and charitable organizations*. New York: Routledge.
- Chun, R. (2005). Corporate reputation: Meaning and measurement. *International Journal of Management Reviews*, 7(2), 91-109.
- Chun, R. ve Davies, G. (2006). The influence of corporate character on customers and employees: Exploring similarities and differences. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34(2), 138-146.
- Coltman, T. Deviney, T. M., Midgley, D. F., ve Venaik, S. (2008). Formative versus reflective measurement models: Two applications of formative measurement. *Journal of Business Research*, 61, 1250-1262.
- Cornelissen, J. (2014). *Corporate communication, a guide to theory and practice*. London: Sage.
- Çabuk, D. (2017). Türkiye'de faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının itibarını ölçmek. *Global Media Journal: Turkish Edition*, 8(15), 233-258.
- Çarkoğlu, A. ve Aytaç, S. E. (2016). http://www.tusev.org.tr/usfiles/files/turkiyede_bireysel_bagiscilik_ve_hayirseverlik.pdf adresinden edinilmiştir.
- Davies, G. Chun, R., da Silva, R.V., ve Roper, S. (2003). *Corporate reputation and competitiveness*. London: Routledge.
- Davies, G., Chun, R., da Silva, R. V. ve Roper, S. (2004). A corporate character scale to assess employee and customer views of organization reputation. *Corporate Reputation Review*, 7(2), 125-146.
- De Nooy, W., Mrvar, A. ve Batagelj, V. (2011). *Exploratory Social Network Analysis with Pajek*. New York: Cambridge University Press.

- Demir, F. O. (2010). Kurumsal itibar ölçümünde kişiselleştirme metaforu. *Review of Social, Economic ve Business Studies*, 9(10), 247-262.
- Doerfel, M. L. ve Barnett, G. A. (1999). A semantic network analysis of the International Communication Association. *Human Communication Research*, 25(4), 589-603.
- Durkheim, É. (2005). *Suicide: A study in sociology*. Erişim adresi: <https://www.taylorfrancis.com/books/9781134470235> (Orijinal çalışma 1951 yılında yayımlanmıştır).
- Edwards, J. R. (2011). The fallacy of formative measurement. *Organizational Research Methods*, 14(2), 370-388.
- Ekinci, Y. ve Hosany, S. (2006). Destination personality: An application of brand personality to tourism destinations. *Journal of Travel Research*, 45, 127-139.
- Epley, N., Waytz, A., Akalis, S. ve Cacioppo, J. T. (2008). When we need a human: Motivational determinants of anthropomorphism. *Social Cognition*, 26(2), 143-155.
- Ergüder, Ü. (2011). Önsöz. A. İçduygu, Z. Meydanoglu, D. Ş. Sert (Haz.), Türkiye'de Sivil Toplum: Bir Dönüm Noktası CIVICUS Uluslararası Sivil Toplum Endeksi Projesi (STEP) Türkiye Ülke Raporu II içinde (s. 5-6). İstanbul: TÜSEV Yayınları.
- Ferreira, M. R., Carvalho, A., ve Teixeira, F. (2017). Non-governmental development organizations (NGDO) performance and funds—a case study. *Journal of Human Values*, 23(3), 178-192.
- Fombrun, C. J., Gardberg, N. A. ve Sever, J. M. (2000). The Reputation QuotientSM: A multi-stakeholder measure of corporate reputation. *Journal of brand management*, 7(4), 241-255.
- Fouss, F., Saerens, M. ve Shimbo, M. (2016). *Algorithms and models for network data and link analysis*. New York: Cambridge University Press.
- Frandsen, F. ve Johansen, W. (2014). Corporate communication. V. Bhatia, ve S. Bremner (Haz.), *The Routledge handbook of language and professional communication* içinde (s. 220-236). Routledge: Abingdon.
- Gümüş, K. (2004). Yakın tarihimizde STK hareketinin gelişimi ve kamu sivil toplum kuruluşları ilişkisi. Savunuculuk ve Politikaları Etkileme Konferans Yazıları No: 3 içinde (s. 1-35). İstanbul Bilgi Üniversitesi Sivil Toplum Kuruluşları Eğitim ve Araştırma Birimi.
- Helm, S. (2005). Designing a formative measure for corporate reputation. *Corporate Reputation Review*, 8(2), 95-109.
- Helm, S. ve Klode, C. (2011). Challenges in measuring corporate reputation. S. Helm, K. Liehr-Gobbers, ve C. Storck (Haz.), *Reputation management* içinde (s. 99-110). Berlin: Springer-Verlag.
- Hume, D. (1957). *The natural history of religion*. California: Stanford.
- İçişleri Bakanlığı Dernekler Dairesi Başkanlığı. (t.y.). Derneklerin Faaliyet Alanlarına Göre Dağılımı. Erişim adresi: <https://www.dernekler.gov.tr/tr/AnasayfaLinkler/derneklerin-faaliyet-alanina-gore.aspx>
- Jang, H. Y. ve Barnett, G. A. (1994). Cultural differences in organizational communication: A semantic network analysis. *Bulletin of Sociological Methodology*, 44, 31-59.
- Janson, J. (2014). *The reputation playbook*. Hampshire: Harriman House.
- Jupp, V. (2006). Sociometry. V. Jupp (Haz.), *The Sage dictionary of social research methods* içinde (s. 285-286). London: Sage.
- Kerr, N. L. ve Tindale, S. (2014). Methods of small group research. H. T. Reis ve C. M. Judd (Haz.), *Handbook of research methods in social and personality psychology* içinde (s. 188-219). New York: Cambridge University Press.
- Kinzey, R.E. (2013). *Promoting nonprofit organizations: a reputation management approach*. New York: Routledge.
- Klebanov, B. B., Kaufer, D. ve Franklin, H. E. Y. (2010). A figure in a field: semantic field-based analysis of antithesis. *Cognitive Semiotics*, 6, 121-153.

- Kong, E. ve Farrell, M. (2010). The role of image and reputation as intangible resources in non-profit organisations: a relationship management perspective. *Proceedings of the 7th International Conference on Intellectual Capital, Knowledge Management and Organisational Learning* içinde (s. 245-252). Academic Publishing.
- Kucuk, S. U. (2016). *Brand hate: navigating consumer negativity in the digital world*. Erişim adresi: <http://www.springer.com/gp/book/9783319415185#>.
- Kwan, V. S. Y., Johnson, K., Neel, B. ve Cohen, A. B. (2010). *Anthropomorphism*. *Corsini Encyclopedia of Psychology* içinde (c. 1-2, ss. 118-119). John Wiley ve Sons.
- Lange, D., Lee, P. M. ve Dai, Y. (2011). Organizational reputation: A review. *Journal of Management* 37 (1), 153-184.
- Lee, P. M., Pollock, T. G. ve Jin, K. (2011). The contingent value of venture capitalist reputation. *Strategic Organization*, 9(1), 33-69.
- Martineau, P. (2002). The personality of the retail store. A. M. Findlay ve L. Sparks (Haz.), *Retailing: critical concepts* içinde (s. 98-113). London: Routledge.
- Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks: Sage.
- Newell, S. J. ve Goldsmith, R. E. (2001). The development of a scale to measure perceived corporate credibility. *Journal of Business Research*, 52, 235-247.
- Olmedo-Cifuentes, I., Martínez-León, I. M. ve Davies, G. (2014). Managing internal stakeholders' views of corporate reputation. *Service Business*, 8(1), 83-111.
- Özden, H. Ö. (2004). Türk vakıf kurumunun duygusal ve felsefi temelleri. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(2), 339-349.
- Padanyi, P. ve Gainer, B. (2003). Peer reputation in the nonprofit sector: Its role in nonprofit sector management. *Corporate Reputation Review*, 6(3), 252-265.
- Podnar, K., Tuškej, U. ve Golob, U. (2012). Mapping semantic meaning of corporate reputation in global economic crisis context: A Slovenian study. *Public Relations Review*, 38(5), 906-915.
- Prell, C. (2012). *Social network analysis: history, theory and methodology*. London: Sage.
- Puzakova, M., Rocereto, J. F. ve Kwak, H. (2013). Ads are watching me. *International Journal of Advertising*, 32:4, 513-538.
- Rice, R. E. ve Danowski, J. A. (1993). Is it really just a like a fancy answering machine? Comparing semantic networks of different types of voicemail users. *Journal of Business Communication*, 30 (4), 369-397.
- Roberts, S. ve Rowley, J. (2008). *Leadership: the challenge for the information profession*. London: Facet Publishing.
- Sarstedt, M. ve Schloderer, M. P. (2010). Developing a measurement approach for reputation of non-profit organizations. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 15, 276-299.
- Schnegg, M. ve Bernard, H. R. (1996). Words as actors: A method for doing semantic network analysis. *Field Methods*, 8(7), 7-10.
- Scott, J. (2000). *Social network analysis: A handbook*. London: Sage.
- Simmel, G. (1950). *The sociology of Georg Simmel*. New York: Free Press.
- Smith, R. (2014). *Public relations: The basics*. Abingdon: Routledge.
- Sporns, O., Honey, C. J. ve Kötter R. (2007). Identification and classification of hubs in brain networks. *Plos One* 2(10), 1-14.
- Srivoravilai, N. ve Melewar, T. C. (2008). Corporate reputation building: An Asian perspective. T. C. Melewar (Haz.), *Facets of corporate identity, communication, and reputation* içinde (s. 211-227). New York: Routledge.

- Torlak, Ö. ve Tiltay, M. A. (2012). *Kar amaçsız örgütlerde kurumsal itibar yönetimi ve ölçümü*. içinde (s. 247-260). Elhan Kitap.
- Tshivase, D. ve Kleyn, N. (2016). Stakeholder evaluations of corporate reputation: findings from industrial buyers in the South African steel industry. *International Studies of Management ve Organization*, 46(4), 269-281.
- Uçar, F., Gülmez, E., Mutlu, Ö., Erbaş, S. ve Gez, K. (2015). Kar amacı gütmeyen kurumların kurumsal itibarı: Kızılay örneği. *Selçuk İletişim*, 8(4), 131-153.
- Venable, B. T, Rose, G. M., Bush, V.D. ve Gilbert, F. W. (2005). The role of brand personality in charitable giving: an assessment and validation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 33 (3), 295-312.
- Voeth, M. ve Herbst, U. (2008). The concept of brand personality as an instrument for advanced non-profit branding—an empirical analysis. *Journal of Nonprofit ve Public Sector Marketing*, 19(1), 71-97.
- Yang, J. ve Mai, E. (2010). Experiential goods with network externalities effects: An empirical study of online rating system. *Journal of Business Research*, 63 (9-10), 1050-1057.
- Yaşama Dair Vakıf (2013). Türkiye’de Sivil toplumun gelişimi ve sivil toplum kamu işbirliğinin güçlendirilmesi projesi: sivil toplum kuruluşları için itibar yönetimi. Erişim adresi: <http://en.yada.org.tr/pdf/4e0d78a5fa8bc17e5b8801779d4b2e88.pdf>
- Yaşama Dair Vakıf (2014). *Sivil toplum kuruluşlarına yönelik algı ve yaklaşımlar*. Erişim adresi: <http://tr.yada.org.tr/pdf/4537ea420a0c48c9ca6acb81213hdsad2312da.pdf>
- Yaşar, M. R. ve Açıköz, R. (2011). Yoksullukla mücadelede bütüncül bir politika: insani gelişme ve yardım merkezi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(36), 405-429.
- Wasserman, S. ve Faust, K. (1994). *Social network analysis: methods and applications*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Waytz, A., Cacioppo, J. ve Epley, N. (2010). Who sees human? The stability and importance of individual differences in anthropomorphism. *Perspectives on Psychological Science*, 5(3), 219-232.
- Wellman, B. (1988). Structural Analysis: From Method and Metaphor to theory and Substance. B. Wellman ve S. D. Berkowitz (Haz.), *Social Structures: A Network Approach* içinde (s. 19-61). Cambridge: Cambridge University Press.
- Wen, J. ve Song, B. (2017). Corporate ethical branding on Youtube: CSR communication strategies and brand anthropomorphism. *Journal of Interactive Advertising*, 17(1), 28-40.
- Wetherell, C. (1998). Historical social network analysis. *International Review of Social History*, 43, 125-144.
- Whetten, D. A. ve Mackey, A. (2002). A social actor conception of organizational identity and its implications for the study of organizational reputation. *Business ve Society*, 41(4), 393-414.
- Wilcox, J. B., Howell, R. D. ve Breivik, E. (2008). Questions about formative measurement. *Journal of Business Research*, 61, 1219-1228.

“Şebekeleşmiş Otoriteryanizm” ya da Otoriter Rejimlerin Siber Alanla İlişkisi: Rusya ve Çin Üzerine Bir Literatür İncelemesi

“Networked Authoritarianism” or The Relation of Authoritarian Regimes and Cyber Space:
A Literature Review on Russia and China

Mustafa Cem OĞUZ*

Öz

Bu makalenin amacı otoriter rejimlerin siber alanla ilişkisini, Çin ve Rusya örnekleri üzerinden incelemektir. Bilindiği üzere bilişim teknolojilerinin ve özellikle internetin yaygınlaşması ile otoriter rejimlerin demokratikleşeceği ve şeffaflık kazanacağı 1990’larda güçlü bir beklentiydi. Buna göre internet bir Truva atı gibi kapalı rejimlerin içine girecek ve burada toplumsal muhalefetin sesi olarak rejimlerin dönüşümünü sağlayacaktı. Ancak 2000’li yılların ortalarından itibaren otoriter rejimlerin bilişim teknolojileri karşısında zayıflamadığı ve hatta dünya ölçeğinde yaygınlık kazandığı gözlemlendi. Bu başarının ardında otoriter rejimlerin ve özellikle Çin ile Rusya’nın internetle girdikleri yeni ilişki formu vardı. “Şebekeleşmiş Otoriteryanizm” (Networked Authoritarianism) olarak adlandırılan bu olguda bu iki ülke, interneti yasaklamamakta ve fakat ona uyum sağlamaktadırlar. İnternet üzerinde örgütlenen demokratik muhalefete karşı aynı platformdan karşıt söylem oluşturup, onunla rekabet etmektedirler. Otoriter rejim yine internet üzerinden kontrollü bir kamusalılık yaratarak, toplumun rejimle iletişime girmesine imkan vermekte ve böylece muhalefetin genişlemesini engellemektedir. Neticede internet, otoriter rejimleri içeriden yıkan bir silah değil, onu pekiştiren ve istikrar kazandıran bir niteliğe kavuşmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Şebekeleşmiş Otoriteryanizm, Veri Yerelleştirme, Suni Kitle, İnternet, Otoriter Rejimler

Abstract

The aim of this study is to examine the relationship of cyber zone and authoritarian regimes through the cases of China and Russia. It was a big expectation at 1990s that via the widespread use of ICT and especially internet, authoritarian regimes would become democratized and transparent. According to that

* Dr. Öğr. Üye., Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, Niğde, Türkiye, oguzmustafacem@gmail.com, Orcid ID: 0000-0003-3968-350X.

expectation, internet would penetrate to authoritarian state like a Trojan horse and would be the sound of the democratic opposition in there, then facilitate the transforming of the regime. However, from the middle of the 2000s, it was observed that authoritarian regimes did not weaken against information technologies, and even spread across the world scale. Reason of this success was the new relation form that adopted by these regimes, especially Russia and China, against internet. In this new form, called “Networked Authoritarianism”, the regimes do not prohibit the internet, but are in compliance with it. They compete with opposition who use the internet as a democratic tool via internet by create counter discourses. Beside these, the states who adopt the networked authoritarianism, create a safe public space via the internet and facilitate the communication of state and public. Through this pseudo communication it prevents the growth of social opposition. After all, it can be concluded that the internet became not a tool that demolishes the authoritarian state from inside, but it consolidates and give strength to it.

Keywords: Networked Authoritarianism, Data Localization, Astroturfing, Internet, Authoritarian Regimes.

Giriş

Portekiz’in 1974’teki Kadife Devrimi’nden bu yana otoriter rejimlerin sonunun geleceği ve her birinin yerini demokratik rejimlerin alacağı genel bir iyimserlik ile bekleniyordu. 1990’ların başında bu iyimserlik artmakla birlikte 2000’lerle birlikte demokratikleşen ülke sayısının beklentinin çok altında kaldığı görüldü. Yüze yakın ülkeden sadece yirmi kadarı demokratikleşirken, büyük çoğunluğu ise ne demokrasi ne de diktatörlük olarak tanımlanamayacak “gri bölgede” kaldı (Carothers, 2002, s.7). Günümüzde açık diktatöryel rejim sayısı azalmakla birlikte, demokrasinin şekilsel şartlarını taşıyan ve fakat özsel şartlarından uzak olan bir dizi melez rejim (*hybrid regime*) ortaya çıktı. Hem uluslararası toplumun, hem piyasaların, hem de iç kamuoyunun nezdinde meşru bir rejim olma ya da en azından meşru görünme ihtiyacı ile şekillenen bu rejimler, siber alanla girdikleri ilişkide de geleneksel otoriter rejimlerden farklı davrandılar. Geleneksel otoriter rejimler vatandaşların kendi denetimlerinin dışında bir iletişim ve örgütlenme imkanına kavuşmalarına izin vermezken, bu yeni rejimler sansürün ve baskının yerine yöntemler geliştirmektedirler. Literatürde “şebekeleşmiş otoriteryanizm” (*networked authoritarianism*) olarak adlandırılan bu olguda ülkeler muhalif sesleri bastırmamakta, onlarla rekabet etmekte ve yine internet üzerinden kontrollü bir kamusalılık yaratarak, muhalefetin genişlemesini engellemektedir. Biz bu çalışmamızda bu kavramı ve kavramın vaaz ettiği kurum ve yöntemleri Çin ve Rusya örnekleri üzerinden ele alacağız. Hipotezimiz, bu iki ülkenin de siber alanı salt bastırma/susturma yöntemleri ile değil, onun içinde örgütlenerek, onun sunduğu imkanlarla kontrol ettiği ve bu şekilde Türkmənistan, Kırgızistan, İran ve Kuzey Kore gibi internet karşısında geleneksel otoriter rejim refleksleri gösteren ülke örneklerinden farklılaştıklarıdır. Çalışma, bu hedef doğrultusunda önce otoriter rejimlerin interneti kontrol etmek için benimsedikleri yöntemleri analiz edecek, bu yöntemlerden şebekeleşmiş otoriter rejim kavramına ulaştıktan sonra bu kavram etrafında Çin ve Rusya deneyimlerini tartışacaktır.

Bilişim Teknolojileri ve Demokrasi: Beklentiler Gerçeklere Karşı

Teknolojik gelişimin demokratik hayat ve kurumları da olumlu etkileyeceği uzun süredir destek bulan bir varsayımdır. Özellikle teknolojinin bilişim alanında getireceği yeniliklerin karar alma süreçlerine daha aktif bir katılımı sağlayacağı genel bir beklenti haline gelmiştir (Hague ve Loader, 1999). Gerçekten de, bilişim (*information and communication technologies-ICT*) alanındaki gelişmelerin tüm siyasal ve toplumsal kurumları dönüştürdüğü ve birçok alanda da insan/birey merkezli, özgürlükçü ve katılımcı yeni bir hayatı öne çıkardığı görülmektedir. ICT'nin hem bilgi sağlama hem de süreçlere katılımı artırma yönünde sunduğu imkanlar gün be gün artmaktadır. Öyle ki, 1980'lerden itibaren bu teknolojinin gelişimi ile birlikte zamanla klasik demokratik seçim yöntemlerinin dönüşeceği ve hatta temsili demokrasi yerine doğrudan demokrasinin öne çıkacağı beklentisi yaygınlaşmıştır (Becker, 1981; Morris, 2000). Temsil edilen ile temsil kurumu arasındaki mesafeyi ortadan kaldırması beklenen bu yeni fenomene de ilgili literatürde elektronik demokrasi (*e-demokrasi*), dijital demokrasi, siber demokrasi, teledemokrasi gibi isimler uygun görülmüştür (Becker, 1981). Ted Becker (1981) teledemokrasi kavramını şu şekilde tanımlar: “Teledemokrasi –elektronik tabanlı, hızlı, iki yönlü iletişim– oy verenlerin siyasi konularda bilgi almasını sağlar, önemli kararların tartışılmasını kolaylaştırır, oy verme işlemlerini hızlandırır ve hatta insanların kamusal meselelerde doğrudan oy kullanmasını sağlar” (s. 6).

Şüphesiz ki, ICT içinde en çok ön plana çıkan araç internettir. 2018 verilerine göre dünya nüfusunun %54'ü, Kuzey Amerika'nın %95'i ve Avrupa'nın %85'i internet kullanmaktadır (“World Internet Usage”, 2017). Kullanan kişi sayısı ve kullanım alanının yaygınlığı dikkate alındığında internetin sahip olduğu gücün ne kadar etkili olduğu aşikardır. Bu haliyle internet toplumsal yaşamın tüm veçhelerini, düşünce sistemlerini, alışkanlıklarını ve geleneklerini değiştirecek bir kapasiteye sahiptir. Öyle ki, artık bir “ağ toplumu”nda yaşadığımız kabul edilmektedir (Van Dijk, 2012). Bu ağ toplumunda siyasal hayatın da internetin etkisi altında dönüşeceği beklentisi oluşmuştur. Bu dönüşümün niteliğine dair de son yirmi yıldır birçok olumlu beklenti dile getirilmiştir. İnternetin hükümetleri ve demokrasiyi kökten değiştireceği, yeni bir demokratik dalga oluşturacağı ve otoriter rejimlerin bunun karşısında direnemezken, var olan demokrasilerin de olgunlaşacağı düşüncesi güçlüdür. Hatta internetin, klasik Yunan demokrasisi ve temsili demokrasiden sonra üçüncü dönem olarak elektronik demokrasiyi getirdiğini iddia edenler de olmuştu (Grossman, 1995, s. 33-40).

Gerçekten de geçtiğimiz yirmi yılda internetin siyasal hayatta birçok yapısal değişiklik yaratacağı beklentisi oldukça yüksekti. Öncelikle internetin siyasete “idarecilik” anlamında büyük bir yenilik getireceği düşüncesi mevcuttu. O vakte kadar köhnemiş bürokratik kurumlar tarafından idare edilen siyasal sistem, internetin devreye girmesi ile etkinleşecek, şeffaflaşacak ve böylece demokratik baskıya daha da açık hale gelecekti. Özellikle yerel yönetimler, internet aracılığıyla hem hizmetlerin niteliğini artıracak hem de vatandaşların karar alma süreçlerine katılımını kolaylaştıracaktı. Benjamin Barber (1998) da bu süreçte teknolojinin, plebisit imkanını artırması nedeniyle katılımı öne çıkaran “güçlü demokrasiyi” (*strong democracy*) geliştireceğini iddia etmiştir (s. 582).

Büyüsü bozulan demokrasi ve siyasal partilere olan ilgi kaybı gibi günümüz sorunları karşısında da internetin ilgiyi yeniden canlandırabileceği beklentisi oluşmuştu. Hem kamusal bilginin

yaygınlaşması hem de katılım imkanlarının süreklileşmesi insanları canlı bir siyasal atmosferin içine yerleştirecekti. Kurumsal yapıların ve özellikle siyasal partilerin bu dönüşümden etkilenmesi kaçınılmazdır. Bireyler düşünce ve çıkarlarını bir siyasal parti aracılığıyla değil bizzat kendi imkanları ile kamuoyuna ulaştırabilecek olanaklara sahip olacak ve bu da hem partilere hem de maddi kaynaklara bağımlılığı azaltacaktı. Bu dönüşümden parlamento da etkilenecek, vatandaş, parti ve parlamento arasındaki ilişkiyi dönüştürecek (Ferdinand, 2000, s. 9-10).

Küresel politika veçhesinde ise internetin, otoriter rejimlerin baskısını ve kontrolünü ortadan kaldıracığı düşüncesi hakimdi. 1995 tarihinde bir Pentagon yetkilisi internetin otoriter rejimler üzerindeki beklenen etkisini şu cümlelerle ifade etmekteydi:

...internet otoriter rejimler için stratejik bir tehlikedir ve ona karşı üretebilecekleri etkin bir önlem bulunmamaktadır. Dünyanın dört bir yanından vatandaşlara ulaşan bilgiler, rejimin kendisi ve dünya hakkında sunduğu imajla çarpışacak ve meşruiyetini ortadan kaldırıp, protestoları getirecektir. Yine ülke vatandaşlarının dünyanın diğer kısmındaki insanlarla kuracağı iletişim de, rejimin imajını zedeleyecek ve onun kontrol aygıtlarını zayıflatacaktır. Ülke içindeki hak ihlalleri ve baskılar da internet kanalıyla dünya kamuoyuna taşınacak ve bu da rejimi uluslararası toplumun müdahalesi ile karşı karşıya getirecektir. (akt. Ferdinand, 2000, s. 12)

İnternetin yarattığı uluslararası kamuoyunun, baskıcı rejim üzerinde güçlü bir etki uyandırdığı ilk deneyim Chipas'daki Zapatista hareketinin eylemliliğidir. Yine Endonezya'daki Suharto rejiminin yıkılmasında da internetin sağladığı kamusalığın etkili olduğu belirtilmektedir. Dönemin gözlemcileri de internetin bir ulus-üstü sivil toplum yaratacağı ve bunun da otoriter rejimlere demokratikleşme konusunda baskı yapacağı beklentisindeydiler (Ferdinand, 2000, s. 16).

2000'lerde de bilişim teknolojilerinin siyasal alanı demokratikleşme yönünde etkilediği birçok gelişme yaşanmıştır. Özellikle Web 2.0'in yani ikinci nesil web sitelerinin/programlarının ortaya çıkışı ile bu demokratikleşme eğilimi giderek güç kazanmıştır. Sosyal medya uygulamaları Web 2.0'in en çok öne çıkan yüzleridir. Bu uygulamalar ile bilginin üretilmesi ve yayılması yatay bir eksenden gelişmeye başlamış ve geleneksel medyanın dikey iletişim biçiminin aksine daha eşitlikçi ve özgür bir platform ortaya çıkmıştır (Calingaert, 2010, s. 65). Web 2.0 sadece ifade özgürlüğünü geliştirmekle kalmamış, buna ek olarak örgütlenme özgürlüğünü ve imkanını da artırmıştır. Fiziksel mesafelere bakmaksızın bireylerin fikir alışverişinde bulunup tartışmalarını sağlayan bu teknoloji, onların ortak hedefler etrafında bir araya gelmelerini de mümkün kılmıştır. Öyle ki, Web 2.0'in yurttaş aktivizmini (*civic activism*) geliştirdiği iddia edilmiştir (Calingaert, 2010, s. 66).

Gerçekten de bu yıllarda bilişim teknolojilerinin imkan verdiği birçok yurttaş aktivizmi örneği yaşanmıştır: 2004'te Ukrayna'da muhalif Yuschenko'nun taraftarları "turuncu devrimi" mesaj teknolojisinin sağladığı örgütlenme ile başarmışlardır. 2005'te Suriye Ordusu'nun, Lübnan'dan çekilmesinde de aktivistlerin e-posta ve mesajlarla örgütlenmesi etkili olmuştur. İran'da şaibeli 2009 başkanlık seçimleri sonrasında gelişen protesto hareketlerinin de Twitter üzerinden geliştiği tespit edilmiştir (Bremmer, 2010, s. 86-87). Ancak bu olumlu gelişmelerin yanında otoriter rejimlerin bilişim teknolojilerinin yaygınlık kazanmasına rağmen varlıklarını devam ettirdikleri görülmektedir.

Başlangıçta umulan her kültürün ve siyasal rejimin bu teknolojilerin getirdikleri imkanlar ile liberalleşeceği ve küresel hümanist değerleri benimseyeceği beklentisi gerçekleşmemiş ve kullanıcılar kendi yerel değerlerini savunmak ve meşrulaştırmak için bu platformları kullanır olmuşlardır. Böylelikle internet çoğulculuk ve evrenselcilik getirmemiş aksine ulusal gururun bu değerler hilafına öne çıktığı bir alan haline gelmiştir. Bu hayal kırıklığında “tekno-iyimserlerin” (*techno-optimists*) bu araçlara demokratik bir öz atfetmeleri ve onu nötr bir araç olarak görmemeleri etkili olmuştur. Ian Bremmer’in (2010) de belirttiği gibi bu araçları kullanma imkanına sahip olmak bir özgürlük edimidir, fakat bu zorunlu olarak ötekilerin özgürlüğünü de artıran bir özgürlük biçimi değildir. İletişim teknolojisinin gelişimi demokrasiye olan talebi artırmaz, böyle bir talep varsa onun büyümesine katkıda bulunur. Örneğin Çin’de internet, batı karşıtlığı üzerinden ulusal gururu yüceltmek ve de Tibetli, Uygurlu azınlıklara karşı nefret söylemini artırmakta kullanılmıştır (s. 87-88). Tabi bunun yanında siyasal iktidarların, bilişim teknolojileri ile kurdukları ilişki de bu teknolojilerin demokrasi ile bağlantısını şekillendirmektedir. Bu noktada Larry Diamond’un (2010) “geleceğimizi teknoloji değil, fakat onu kullanan halkların, örgütlerin ve devletlerin iradesi belirleyecektir” iddiasının haklı olduğu görülmektedir (s. 82). Zira bilişim teknolojileri vatandaşların bilgiye ulaşmalarını artırdığı gibi iktidarların da bu bilgileri manipüle edebilmelerini ve vatandaşların görüş alışverişlerini takip edebilmelerini sağlamaktadır (Calingaert, 2010, s. 67). Neticede otoriter rejimler bu teknolojilere uyum sağlayıp, rejimlerinin istikrarı içinde bunlardan faydalanmaktadır.

Şebekeleşmiş Otoriteryanizmin Gelişimi

Üçüncü Demokratikleşme dalgasına rağmen otoriter rejimlerin sayısının azalmadığı ve hatta giderek küresel bir boyut kazanmaya başladığı sıklıkla dile getirilmektedir. Larry Diamond, Marc F. Plattner ve Christopher Walker (2016) özellikle 2005’ten itibaren demokratikleşme dalgasının sona erdiğini ve otoriter bir karşı dalganın büyümeye başladığını belirtmektedirler. “Renkli Devrimler” sonrası başlayan bu büyüme ile “beş büyük otoriter rejim” (Çin, Rusya, İran, Suudi Arabistan ve Venezuela) demokrasiye karşı çok daha koordine ve kararlı bir şekilde harekete geçmişlerdir. Öyle ki, küresel çaptaki demokratik kurumların karşısına kendi aralarında kurdukları işbirliği teşkilatlarıyla çıkıp demokratik normların içini boşaltmaya çalışmaktadırlar. Ayrıca, ülke içinde demokratik muhalefeti, ifade ve toplanma hürriyetini sınırlandırarak bastırdıkları gibi sivil toplumu ve medyayı da ya devşirerek (*co-opt*) ya da manipüle ederek kendi ideolojilerinin yayılmasını sağlamaktadırlar. Bu noktada küresel çapta yayın yapan televizyon kanallarından da (Rusya’nın RT’si, Çin’in CCTV’si, İran’ın Press TV’si) oldukça faydalanmaktadırlar (s. 3-4). Otoriter rejimlerin bu şekilde küresel bir hedefle ortaya çıkması oldukça yenidir ve bir strateji değişikliğinin göstergesidir. Zira eski tip otoriter rejimler ne içeride ne de dışarıda bir meşruiyet arayışında bulunmazlarken, günümüzde bu rejimlerin de “meşru” görünme çabası içinde oldukları görülmektedir. Bu da salt baskı yerine “yumuşak güç” (*soft power*) taktiklerine yöneldiklerinin işaretidir.

Bu rejimlerin “yumuşak güç” taktikleri çerçevesinde bilişim teknolojilerini ve özellikle de interneti başarılı bir şekilde kullandıkları birçok araştırmacı tarafından tespit edilmektedir (Calingaert, 2010; Deibert ve Rohozinski, 2010a; Karlekar ve Cook, 2009). Bu araştırmacılardan Karin Deutsch Karlekar

ve Sarah G. Cook (2009) otoriter rejimlerin enformasyonu erişimi engelleyerek, içeriği sınırlandırarak ve kullanıcı haklarını (mahremiyetini) ihlal ederek kontrol ettiklerini belirtmektedirler (s. 1).

Ronald Deibert ve Rafal Rohozinski (2010a) ise bu sınıflandırmayı daha da detaylandırmışlardır. Buna göre, otoriter rejimler siber alanı birden fazla yöntemle kontrol etmeye çalışmaktadırlar. Bunların başında yasal düzenlemeler gelmektedir. Hükümetler, hakaret, telif hakkı ve ulusal güvenlik gibi yasal gerekçelerle siber alan kullanımını denetlemekte ve sınırlandırmaktadırlar. Gayri resmi taleplerle de hükümetler, özel internet sağlayıcılarından ve de şirketlerden “ulusal güvenlik” ve “kültürel hassasiyet” gibi gerekçelerle belirli içeriklerin kaldırılmasını isteyebilmektedirler. Hatta zaman zaman aktivistlerin ve muhaliflerin protestolarını durdurabilmek için internet sağlayıcılardan hizmetlerini yavaşlatmalarını ve durdurmalarını talep etmektedirler. İnternet sağlayıcı kurumlar ve siber şirketler de ama gönülsüz ama gönüllü politikalarını hükümetlerin hassasiyetlerini göre şekillendirebilmektedirler. Dış kaynak kullanımı (*outsourcing*) olarak adlandırılan bu uygulamada küresel şirketler ülkelerin hukuksal çerçevesi ve de hassasiyetleri üzerinden her birine farklı hizmetler sunmaktadırlar. Örneğin, Microsoft’un arama motoru Bing her ülkede farklı içerikleri sansürlenmektedir. Bir diğer dış kaynak kullanımı da hükümetlerin internet sağlayıcılara ve de internet kafelere kullanıcılarının kimlik bilgilerini güvenlik birimlerine bildirme zorunluluğu getirmesidir. Böylece firmalar, devlete gözetim ve kontrol sağlamakta katkıda bulunmaktadırlar (s. 51-52). Muhalif sitelerin ya da muhalifler tarafından kullanılan platformların anlık saldırılarla (*just-in-time blocking*) engellenmesi de bir diğer yöntem olarak öne çıkmaktadır. Botnet saldırılar olarak da bilinen bu saldırılarda hükümet karşıtı herhangi bir site, bir merkezden engellenebilmektedir. Yine serverların bulunduğu binaların elektriğini kesme de bu anlık saldırı örnekleri arasında yer almaktadır. Hükümetlerin muhalif platformlar/siteler karşısında benimsediği bir diğer taktik de vatansever bilgisayar korsanlığıdır (*patriotic hacking*). Burada hükümetler yüksek bilgisayar kullanma becerilerine sahip taraftarlarını gayri resmi bir şekilde muhalif sitelere karşı yönlendirmekte ve bu siteleri ya ele geçirmekte ya da kullanılmaz hale getirmektedirler. İran’da kendilerini “İran Siber Ordusu” olarak tanımlayan bu korsanlar 2009 yılında muhalif birçok Twitter hesabını ele geçirmişlerdir. Hükümetler son olarak muhaliflerini takip edebilmek için kötü amaçlı yazılımlar (*social malware attack*) ile onların networklerine girmeye ve bu şekilde faaliyetlerinden haber almaya çalışabilmektedirler (Deibert ve Rohozinski, 2010a, s. 54-55).

Deibert ve Rohozinski’nin (2010b) bir başka çalışmalarında ise bu yöntemler üç nesil üzerinden ele alınmaktadır. Buna göre ilk nesil kontrol yöntemi, teknik filtreleme-sansür ve internet kafeleri takip etmektir. Defansif olarak tanımlanan bu yöntemde ülkenin güvenlik birimleri internet sitelerini gözlemleyip, zararlı bulduklarını doğrudan internet sağlayıcılara bildirmekte ve onlar da bu sitelere erişimi engellemektedir (s. 23-24). İnternet kafelerde de tüm kullanıcıların bilgileri toplanmaktadır. Birinci nesil kontrol yöntemi olarak adlandırılan bu model daha çok az gelişmiş, otoriter rejimlerde karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca bu uluslararası toplum tarafından da en rahat şekilde gözlemlenebilen, tespit edilebilen baskı formudur. Çin’in benimsediği ulusal çapta filtreleme ağı olan Great Firewall bu formun en tipik örneğidir (Deibert, 2015, s. 65).

İkinci nesil kontrol yöntemlerinde ise devlet yasal-normatif bir çerçeve ve yahut teknik imkanlar kullanarak ya sözde meşru yollarla ya da tespit edilmeden interneti denetlemektedir. Yasal çerçeveden

kasıt hükümetin hakaret ve pornografi gibi hukuki gerekçelerle içeriklere ve hesaplara erişimi engellemesidir. Teknik imkan ise hukuki bir yol gözetmeden ve sorumluluk yüklenmeden içerikleri anında kapatabilme ve erişimi engelleme kudretidir. Yasal yöntemlerin başında sitelerin sunucularını ülkede bulundurma zorunluluğu gelmektedir ve buna bağlı olarak hükümetin uygunsuz bulunduğu siteleri ulusal domainden silmesi de bir diğer yasal yöntemdir. İçeriklerin hakaret, kişisel bilgilerin ifşası ve de ulusal güvenliği tehdit gibi nedenlerle kaldırılması da bu yöntemin sık başvurulan formlarındandır. Teknik kontrolün başında ise hükümetin internet sağlayıcılara –informel şekilde – belirli sitelere erişimi engellemesi gelmektedir. Bunun daha çarpıcı formu ise bölgesel ya da ulusal düzeyde internetin kapatılmasıdır. Bu iki formda da genellikle teknik arıza açıklamasının arkasına sığınılmaktadır. Teknik kontrolün son formu ise hükümetin yönlendirdiği siber saldırıların muhalif siteleri ya ele geçirmesi ya da işlemez hale getirmesidir. Bu saldırılarda da hükümetin doğrudan etkisini tespit etmek çok zordur (Deibert ve Rohozinski, 2010b, s. 25-26). Kontrolün bu formunda “ulusal güvenlik” ve “siber suçlar” gibi ifadeler de müdahale için en sık başvurulan bahaneler olmaktadır. Yakın dönemde Etiyopya’da altı blog yazarı ve üç gazeteci terör ve ihanet suçlaması ile tutuklanırken, Tayland da yeni bir “siber suç” yasası geçirerek, otoritelerin elektronik postalara, telefon kayıtlarına ve bilgisayarlara mahkeme onayı olmadan erişebilmelerine izin verilmiştir. Hükümetin, özel sektörden informel işbirliği talebi de bu ikinci nesilde görülen bir diğer uygulamadır. Bu noktada hükümetler hem hizmet sağlayıcılardan, hem de yazılım üreticilerinden kendisinin gözetim imkanı için “arka kapılar-boşluklar” istemektedir. Örneğin Rus hükümeti, internet sağlayıcıların SORM’a – elektronik iletişimi sürekli takip eden ve yerel güvenlik birimlerine arşivlemesi ve incelemesi için gönderen hükümete ait bir gözetim sistemi – uyumlu olmalarını zorunlu kılmıştır (Deibert, 2015, s. 67).

Üçüncü nesil kontrol yöntemi ise ilk ikisine göre çok daha sofistikedir, tespiti en zor ama en yetkili yöntemdir. İlk nesil kontrol, savunma odaklıyken (*defansif*), ikincisi siber alanı sürekli tarayıp, kontrol altına alır, üçüncü nesil ise saldırgandır (*ofansif*). Bu formda bastırmaktan ziyade enformasyon alanında siyasi rakiplerle rekabet etme arzusu daha belirgindir. Burada rekabetten kasıt ise muhalifler karşısında karşıt bilgi üretme ve böylelikle onları itibarsızlaştırıp, demoralize etmektir. Bunlardan ilki ulusal internet hizmetini yetkisiz bir şekilde sürekli gözetlemektir (*warrantless monitoring*). Bu noktada internet sağlayıcıların yardımı hiç şüphesiz hayatidir. İkincisi ise ulusal bir internet alanı (*national cyberzone*) kurmak ve böylece küresel ağın dışına çıkmaktır. Bu yöntem hem internet sağlayıcıların hem de bireysel kullanıcıların işine gelmektedir zira internetin hem erişim hem alan maliyetini düşürmektedir. Bir diğer yöntem ise özellikle Çin’de sıklıkla rastlanan “hedefli casusluk” (*targeted cyberspionage*) uygulamasıdır. Pekin yönetimi, insan hakları, demokrasi ve bağımsızlık taraftarı hareketleri sürekli takip etmekte ve internet üzerindeki her türlü faaliyetlerini incelemektedir. Bunu da kötü amaçlı yazılımlar gönderip hesapları ele geçirerek yapmaktadır. Bu kontrol yönteminin doğal sonucu ise sivil toplumda ve muhaliflerde otosansürün gelişmesi ve eylemsizliğin başlamasıdır (Deibert, 2015, s. 69; Calingaert, 2010, s. 65). Son yöntem ise devlet destekli gruplarla, muhalif hedeflere saldırmak ve onların muhalefetini boşa çıkarmaktır. Öyle ki, bu yöntemde amaç muhalifin internete erişimini engellemek değil, toplumda azınlık olduğunu ve de yaydığı bilgilerin yanlış olduğunu iç ve dış kamuoyuna duyurmaktır. Popüler dilde “troller” olarak da anılan bu “elektronik ordular” muhalifler hakkında aşağılayıcı bilgiler servis etmekte,

hükümetin propagandasını yapmakta ve de anketleri manipüle ederek hükümet lehine kamuoyu oluşturmaktadırlar (Deibert ve Rohozinski, 2010b, s. 27-28). Kendilerini otantik bir kamuoyu gibi sunmayı başaran bu orduların eylemleri ortaya çıktığında da hükümetler rahatlıkla aralarındaki ilişkiyi inkar edebilmektedirler. Bu elektronik orduların örnekleri, Venezuelada Chavistaların yönettiği “Communication Guerrillas”, Mısır’da “Mısır Siber Ordusu”, Suriye’de Esad taraftarı “Suriye Elektronik Ordusu”, Rusya’nın Putin taraftarı blogcuları ve Çin’in “Fifty-Cents” topluluğudur. Bu son nesil yöntem nispeten gelişmiş ve dış ile iç kamuoyunun hassasiyetlerine kağıt üzerinde saygı gösteren rejimlerde görülmektedir ve bu kontrol giderek yaygınlık kazanmaktadır (Deibert, 2015, s. 69). Calingart (2010) da birinci nesil kontrol yöntemlerinin Çin ve İran gibi otoriter rejimlerde benimsenirken, bu sonuncu yöntemin Mısır, Rusya ve Malezya gibi “kısmi özgür” ülkelerde tercih edildiğini belirtmektedir. Ancak son dönemlerde Çin’in de vatandaşlarının tepkisinden çekinerek sansürü giderek azalttığını ve daha çok üçüncü nesil kontrol yöntemlerine yaklaştığını söyleyebiliriz (s. 70).

Otoriter rejimlerin dijital iletişim teknolojileri ile pekala barışık yaşadığını savunan Rebecca MacKinnon (2011), otoriter rejimlerin bu teknolojiye uyum sağlamasını “otoriterliğin şebekeleşmesi” adını vermektedir (*networked authoritarianism*). Otoriterliğin şebekeleştiği bu devlette ülkeyi tek bir parti yönetmesine rağmen, ülkenin problemleri sosyal medyada ve diğer sitelerde konuşulabilmektedir. Hükümet online sohbetleri takip etmekte, bazen de insanlar sosyal problemlere ve adaletsizliklere dikkat çekmek ve hükümeti bu konuda harekete geçirmek için interneti kullanmaktadırlar. Bunun neticesinde insanlar klasik bir otoriter rejimde deneyimleyemeyecekleri şekilde konuşma ve dinlenme üzerinden bir özgürlük duygusuna sahip olabilmektedirler. Fakat bu hisse rağmen, bu ülkelerde de bireysel hak ve özgürlüklerin hiçbir garantisi bulunmamaktadır; rejimin tehdit olarak gördüğü insanlar tutuklanmakta, rekabetçi, özgür, adil seçimler yapılmamakta ve mahkemeler rejimin aygıtı olarak çalışmaktadırlar. Hükümet interneti sürekli gözetim altında tutmakta ve siber gündemi manipüle etmektedir, böylece anlamlı bir muhalefetin oluşumunu engellemektedir. Ayrıca tartışılmasına izin verdiği siyasi, toplumsal gündemle de vatandaşlarının ülkeleri ve dünya hakkındaki görüşlerini bulanıklaştırmaktadır. Bu noktada özellikle Batılı gözlemcilerin internetin otoriter rejimler için bir truva atı hizmeti göreceği ve onları zayıflatacağı beklentisinin de gerçekleşmediğini söylemek durumundayız. Demir Perde’nin uydu yayınlarının etkisi ile çözüldüğü gibi, otoriter rejimlerin de internet ile çözüleceği varsayımı ile hareket eden bu gözlemcileri, şebekeleşmiş otoriter rejimler hayal kırıklığına uğratmaktadırlar (s. 33-34).

Şebekeleşmiş otoriter rejimler yukarıda saydığımız üç nesil kontrol yöntemine de zaman zaman başvuruyor olsalar da daha çok üçüncü nesil kontrol yöntemlerini tercih etmektedirler. Zira, bu rejimlerde sansür ve yasaklama asgari seviyede tutulurken, internet kullanımı sürekli gözetlenmekte veya manipüle edilmektedir. Bunun bir neticesi, kullanıcıların internette özgürce dolaşırken, kendilerini otosansür uygulamaları ve rejimin muhakkak onu gözetlediği ve kimliğini tespit edebileceği şüphesiyle politik konulardan uzak durmasıdır. Şebekeleşmiş otoriter rejimin bir diğer vechesi de sanal ortamda kendi taraftarı bir suni kitle yaratarak muhalefeti diğer kullanıcılara karşı hem görece zayıf göstermek hem de onların direncini kırmaktır. Şimdi, iki büyük otoriter rejimin, Rusya ve Çin’in, interneti nasıl kendi istikrarları için araçsallaştırdıklarına yakından bakıp bu yeni

olguyu sahada inceleyeceğiz. Ancak öncesinde şunu belirtmeliyiz ki, bu iki ülke her ne kadar üçüncü nesil kontrol yöntemlerini benimsiyor olsa da, bir set olarak bu yöntemlerin hepsine değinilmeyecek, ülke örneklerinde öne çıkan kontrol yöntemlerine yoğunlaşılacaktır.

Çin Halk Cumhuriyeti

Çin, bu üç nesil kontrol yöntemini de başarıyla uygulayan ülkelerin başında gelmektedir ve bu durum vatandaşlarının internetle kurdukları ilişkide kendisini açıklıkça göstermektedir. Rebecca MacKinnon’a (2012) göre Çinliler, ülkeleri ve dünya hakkında ya bilgisizdirler ya da çarpıtılmış bir bilgiye erişmelerine izin verilmektedir. Devlet Başkanı Deng döneminde (1978-1989) ekonomi alanında başlayan hareketlilik, 1990’larda internetin gelişimi ile daha da artmış ve bu alanda kısmi serbestliklere izin verilmiştir. İnsanlar sosyal-siyasal meseleleri ve hukuksuzlukları bu siber alandan konuşmaya başlamışlardır ancak bu etkileşimin siyasal sistemde herhangi bir değişikliğe neden olmadığı gözlemlenmiştir. Hatta internet kullanımında hükümetin kırmızı çizgilerini geçenler yirmi yıl önceki muhaliflerin kaderini paylaşmak durumunda kalmışlardır. 2008 tarihli bir insan hakları raporu ülkedeki siyasi tutukluların sayısının internet kullanımının yaygınlaşmasıyla kat be kat arttığını iddia etmektedir. Ancak bu artışın bilgisi bile Çinli internet kullanıcılarından öğrenilememiştir.

Çin hükümetinin internet ile ilişkisi üzerinde yoğunlaşan MacKinnon (2011), internetin Çin’de ve diğer baskıcı rejimlerde hızlı bir demokratikleşme doğurma beklentisinin aceleci olduğunu iddia eder. O da internetin ve mobil teknolojilerin özgürlük ve özerkleşme sunan potansiyellerinin ortaya çıkmasının ancak hükümet politikaları ve şirket sorumluluklarının düzenlenmesi ile mümkün olabileceğini savunmaktadır. MacKinnon, Çin hükümetinin internet dünyasına hızlı adaptasyonu ve diğer otoriter rejimlerden farklı olarak internetin hızını düşürmeyip, vatandaşlarına yüksek hızlı internet sunması nedeniyle klasik bir otoriter rejim olmadığını fakat “şebekeleşmiş bir otoriter rejim” olduğunu iddia etmektedir.

Çinli gazeteci Michael Anti’nin 2012 yılındaki TED konuşması da bize bu şebekeleşmiş otoriter rejim hakkında bilgiler sunmaktadır. “Great Firewall” olarak anılan Çin’in güvenlik duvarının ardında çok canlı bir sosyal medya deneyiminin olduğunu belirten Anti, 500 milyon internet kullanıcısı (*netizens*) olan ülkede tüm küresel uygulamaların muadili olduğunu belirtmektedir: Google-Baidu, Twitter-Wiebo, Facebook-Renren, Youtube-Youku. Çin hükümeti sunucularını ülkede kurmaya yanaşmayan, dolayısıyla kontrol edemediği bu platformları ülkesine sokmamakta ve fakat vatandaşlarını da bundan mahrum etmemektedir. Yani hükümet “blokla ve klonla” yöntemini benimsemektedir. Anti bu noktada Ortadoğu rejimleri ile Çin’in uygulamaları arasındaki farka dikkat çeker ve bu rejimlerin, vatandaşlarının kendilerini eleştirmelerini engellemek için interneti kapattıklarını fakat bunu yaparak onları sokağa inmeye teşvik ettiklerini belirtir. Tunus lideri Ben Ali’nin ise interneti ve sosyal medyayı serbest bıraktığı ve neticede buralarda örgütlenen muhalefetle devrildiğini aktarır. Bu örnekler karşısında Çin’in kendine has bir internet ağı (ChinaNet) yaratarak, bunların dışına çıktığını gösterir. Anti’ye göre Çin’de her ne kadar güçlü bir sansür ve kontrol olsa da, 300 milyonluk blog ve 500 milyonluk internet kullanıcısıyla geçmişte görülmemiş gerçek bir kamusal alan ortaya çıkmıştır; sosyal medyada eleştiriler başarısız bakanları makamlarından edebilmektedir.

Ancak yine de sosyal medya şirketleri hükümet ile yakın bir işbirliği içindedir ve platformlarının hükümet karşıtı şekilde kullanılmasına izin vermezler. Herhangi bir sosyal hareket örgütlenmesi/planlanması anahtar kelimeler üzerinden anında kayıt altına alınıp güvenlik birimlerine bildirilmektedir. Merkezi hükümet sansürü ve denetimi elinde tutuyor olsa da yerel otoriteler karşısında halkın hoşnutsuzluğunun dile getirilmesi ve tartışılması tolere edebilmektedir, rejimin tartışılmaması kaydıyla. Öyle ki, Çin hükümetinin sansür kullanmamayı tercih etmesi bir siyasal araç haline gelmiştir ve rejim içi siyasal kavgalarda, halkın hoşnutsuzluğu sansür edilmiyorsa, merkezi hükümet o bürokratu ya da yerel lideri gözden çıkarmış demektir. Böylece rejime olan muhalefet ve memnuniyetsizlik yerel liderler ve bürokratların halkın protestoları ile indirilmesi gösterisi ile giderilmektedir.

MacKinnon (2011) da, Hirschman'ın ses ve çıkış (*voice and exit*) kavramları üzerinden Çin hükümetinin sansür ile ilişkisine eğilmektedir. Buna göre hükümet, rejimi sorgulamayan, sistem içi eleştiriler olarak gördüğü ses aktivizmine izin vermekteyken, Pekin'i sorgulayan ve radikal taleplerde bulunan çıkış aktivizmine ise izin vermemektedir. Ses aktivizmi ile reformist politikacılar, yerel ya da muhafazakar idarecileri/siyasileri, reform yapılmazsa daha sert protesto dalgaları gerçekleşeceği argümanı ile reformlara ikna edebilmektedirler (s. 35). Çin hükümetinin internet ile ilişkisini daha genel bir perspektiften "otoriter müzakerecilik" (*authoritarian deliberation*) olarak yorumlayan yaklaşımlar da mevcuttur. Buna göre rejim halkla arasında sınırlı ve kontrollü iletişim kanalları açmakta ve bu kanallar üzerinden meşruiyetini güçlendirmeye çalışmaktadır.¹ Medyanın ticarileşmesi ve internetin yaygınlık kazanmasının hükümetin daha zımni bir propaganda yürütmesini sağladığı gibi kamuoyunu yakından takip edebilmesine imkan tanıdığı da söylenmektedir (Stockmann, 2013). Bu noktada internetin temel işlevi de sisteme dönük olmayan akut şikayetleri öğrenip giderme ve bu diyalog kanalı ile halkı kontrol etmektir. Hükümetin bu alanda kullandığı üç temel platform vardır: merkezi propaganda siteleri, hükümetin regüle ettiği ticari siteler ve de sivil toplum örgütleri tarafından yönetilen ticari olmayan kamusal siteler. Hükümet, her üç platformda da tartışmaları takip etmekte, vatandaşlarla iletişim kurmakta ve muhalif/hassas içerikleri engellemektedir (Jiang, 2010). Sert ve keyfi sansürün geri tepeceğini düşünen Çin hükümeti böylece interneti yasaklamaktan ziyade o platformda kendi varlığını/görünürlüğünü artırmakta ve kendi pozisyonunu savunacak "yorumcuları" istihdam etmeye yönelmektedir. Bu sayede propagandadan ziyade halkın dikkatini yönetmeyi tercih etmektedir.

2000'lerin ortalarından itibaren ise hükümet vatandaşlarının siyasi süreçlere daha fazla katılması ya da en azından öyle görünmesi ya da vatandaşları nezdinde öyle hissedilmesi için internet üzerinden bir dizi interaktif uygulama başlatmıştır. Devlet başkanı ile sohbet edebilme ve ona soru sorabilme imkanı sunan yıllık sohbet programı (web-chats) ve parlamentoya yasa önerisinde bulunma imkanı sunan *elektronik parlamento* (e-parliament) uygulaması bunların başında gelmektedir (MacKinnon, 2011, s. 42). Ancak ülke aynı dönemde insan haklarına, gazetecilere ve etnik azınlıklara karşı büyük

1 Andrew Nathan (2003) Çin'i ele aldığı çalışmasında, bu otoriter rejimin atlattığı onca badireye rağmen nasıl ayakta kaldığını tartışmış ve nedenlerden biri olarak da bu iletişim boyutunu öne çıkarmıştır. Buna göre, Çin rejiminin Tiananmen olayları ve Üçüncü Dalga demokratikleşme hareketleri karşısında yıkılması beklenirken vatandaşlarına sunduğu iletişim (*input*) kanalları/kurumları sayesinde onların yerel yönetimlere dönük şikayetlerini öğrenmiş ve böylece hem sisteme dönük eleştirilerin önünü kesmiş, hem de vatandaşların rejime olan güvenlerini artırmıştır (s. 7-10).

bir baskı politikası da uygulamaktadır. Hükümet bu interaktif uygulamalarıyla içeride ve dışarıda ülkenin demokratikleşmeye doğru ilerlediğine dair bir fotoğraf oluşturmaya çalışmaktadır.

Çin hükümeti internet üzerinde yürüttüğü bu sıkı denetimi özel sektörün yardımı ile sürdürmektedir. İfşa olan birçok belgede hükümetin sosyal medya platformu yöneticilerine sansürlenmesi gereken içerikleri ve temaları bildirdikleri görülmektedir. MacKinnon (2011), hükümetin halkının hangi bilgiye ulaşacağı, tartışacağı ve hangi konular etrafında örgütleneceğini yönlendirebilmek için bir dizi taktik geliştirdiğini belirtir. Bunlar, insan hakları savunucularının ve muhalif ulusal ya da yabancı gazetecilerin hesaplarına yönelik siber saldırılar, ülkede iç pazar için üretilen bilgisayarlara gözetim için bir program yükletmek (Green Dam Youth Escort)², firmalara ve kişilere “cn” alan adı uzantısını zorunlu kılarak çok daha sıkı bir kontrol sağlamak, bölgesel internet kesintileri yapmak, kullanıcıları resmi kimlikleri ile kaydederek gözetlemek – özellikle internet cafe kullanımlarında – ve son olarak proaktif bir şekilde internet gündemini belirlemeye, yönlendirmeye çalışıp bu görev için de suni bir kitle oluşturmak ve personel istihdam etmektir (*astroturfing and public outreach*). Bağımsız bir raporun belirttiğine göre Çin hükümeti, kendi propagandasını yapması için 280 bin kişi istihdam etmektedir, bunun yanında parti üyesi olmak isteyen Komünist Gençlik Derneği üyeleri de “gönüllü” olarak hükümetin mesajlarını sosyal medyada yaymaktadırlar. Ayrıca birçok bağımsız blog sahibi de, hükümet tarafından devşirilmek (*co-opt*) için basın açıklamalarına ve özel konferanslara davet edilmektedirler (s. 39-41).

Çin hükümetinin internet kamuoyunu bastırmaktan ziyade yönlendirmek için tercih ettiği yöntemlerin başında suni kitle oluşturmak (*astroturfing*) gelmektedir. Suni kitle oluşturmak, reklamcılıkta ve politikada kullanılan bir halka ilişkiler (PR) yöntemidir. Bu yöntemde ücret karşılığında tutulmuş olan insanlar belirli bir ürün, politika ya da olaya destek vermektedirler. Çin hükümeti de 2004 yılından başlayarak kendi lehine yorum yazılması için bu yönteme başvurmaya başlamıştır. İlk defa bu tarihte Hunan bölgesindeki bir yerel birimin “internet yorumcuları” istihdam ettiği basına yansımıştır. Bu yorumcuların sabit bir ücret haricinde paylaştıkları her yorum için “50 sent” alıyor olmaları, muhalefetin onları “Fifty Cent Army” olarak adlandırmalarına neden olur (Han, 2015, s. 112). Aynı yılın sonunda bu sefer partinin merkez disiplin-gözetim departmanının 127 yorumcuya yolsuzluk karşıtı propaganda konusunda eğitim verdiği haberlere yansır. Bu kişiler arasında kamu görevlisi olup, rutin işinin dışında yorum da yazanlar olduğu gibi hususi bu iş için istihdam edilmiş insanlar da mevcuttur. 2010 yılında açığa sızan bir belgede “yorumcu” olarak istihdam edilmenin şartları şu şekilde sıralanmıştır: 1) Parti politikasına ve liderine bağlılık, 2) İnternet diline hakimiyet ve iyi bir kalem yeteneği, 3) Nitelikli bilgisayar kullanma becerisi ve uygulama ile yazılımlara hakimiyet, 4) Parti yayın organlarının vesayetini ve rehberliği kabul etmek (Han, 2015, s. 114). Talimatları ortak mesaj programları ile alan bu anonim yorumcular, 1) partinin ve hükümetin politik hedefleri doğrultusunda mesajlar yazma ve bunları yaymakla görevlidirler, 2) önemli olaylar hakkında çıkabilecek dedikoduları engellemek için otoritenin sunduğu bilgileri yayarlar, 3) sıcak gelişmeler/konular hakkında soruları yanıtlar ve internet kullanıcılarının kafa karışıklığını gidererek

2 Gençleri zararlı içeriklerden koruma niyetiyle başlatılan bu projenin kullanıcıları takip etme ve de internet erişimine sansür koyma gibi bir gizli gündemi olduğu çok çabuk anlaşıldı. Neticede hem içeriden hem de dışarıdan gelen eleştiriler ile yürürlüğe girmesi ertelenmiştir (Calingaert, 2010, s. 71).

dikkatlerini başka yöne çekerler ve 4) zararlı bilgileri dağıtarak kamu oyuna rehberlik eder ve böylece hükümetin bilgi yönetimini güçlendirirler. Kısacası bu yorumcular kamuoyunun nabzını tutup hükümetin propagandasını yapar ve krizleri dağıtırlar (Han, 2015, s. 116-117).

Edward Snowden³ sonrası dönem Çin hükümetinin interneti kontrol edebilmek için ihtiyaç duyduğu uygun ortamın oluşmasına da katkıda bulunmuştur. Çin 2015 yılında yabancı internet şirketlerine birer mektup yollayarak Çin yurttaşlarının verilerini Çin sınırları içinde tutmalarını ve Çin'in ulusal güvenliğine zarar vermemelerini istedi. Yine aynı yıl bir anti-terör yasası çıkararak, yabancı şirketlerin serverlarını ülkede kurmalarını (*data localization*) ve gerektiğinde hükümetin bu verilere ulaşmasına yardımcı olmalarını zorunlu hale getirdi (Sargsyan, 2016, s. 2226).

Rusya Federasyonu

Şebekeleşmiş otoriteryanizmin görüldüğü bir diğer ülke de Rusya'dır. Rus internet politikası "batı dünyasının, interneti zayıf muhalefetlerin olduğu ülkelerdeki hükümetleri devirmek için kullandığı" yargısı ile temellenmiştir (Nocetti, 2015, s. 114). Rus dış politikası Westfalyacı ulus devlet egemenliği düşüncesine sıkı sıkı bağlıdır ve bu düşüncenin vaat ettiği "müdahalesizlik" argümanının devamlılığını istemektedir. Açık ve serbest internet fikri ise bu prensibi tehdit etmekte ve de yabancı ve yıkıcı düşüncelerin Rusya'da dolaşımının önünü açmaktadır. Yine 2000'li yıllarda vuku bulan "renkli devrimler" ve "Arap Baharı" gibi sosyal hareketler de internetin statükoyu tehdit ettiği yargısını güçlendirmiştir (Nocetti, 2015, s. 113). Putin, 2011 seçimleri sonrası yaşanan protestoları da Amerika'nın sosyal medya üzerinden icra ettiği bir komplo olarak yorumlamış ve Amerikan menşeli sosyal medyayı hedef tahtasına oturtmuştur (Herszenhorn, D. M ve Barry, E, 2011). Bu nedenle Rusya'da bilginin serbest dolaşımını sağlayan internet sadece muhalefete zemin sağladığı için değil, Amerikan hükümetinin Rusya'nın egemenliğini çığnemesine fırsat verdiği için de arzu edilmeyen ve sıkı bir şekilde kontrol edilmesi gereken bir platformdur.

Rusya Çin'e nazaran internet erişimine nadiren engel koymakta, daha çok sansürü ve yıldırma tercih etmektedir. Ancak Rusya da, yakın dönemde erişimi engelleyecek ve kriz anlarında Runet'i küresel internet ağının dışında bırakacak bir arayış içine girmiştir (Deibert ve Rohozinski, 2010b, s. 17-18). Ülkede internet "İletişim, Bilgi Teknolojileri ve Medya Denetleme Federal Servisi"nin kontrolü altındadır ve bu kontrol kurumuna kısaca Roskomnadzor adı verilmektedir. Roskomnadzor'un belirli içerikleri mahkeme kararı olmadan anında engelleme hakkı bulunmaktadır. Bunun yanında aynı kuruluşlar internet sağlayıcılara bir "kara liste" vererek bu listeye erişimin engellenmesini mahkeme kararı olmadan isteyebilmektedir. Bu direktiflere uymayan sağlayıcıların lisansları yenilenmemektedir (Maréchal, 2017, s. 32). Ülkede ayrıca özel sektör, oligarşi ve istihbarat servisi FSB arasındaki ilişkinin doğası da internet üzerindeki kontrolü kolaylaştırmaktadır. Nepotik kapitalizm olarak da adlandırılan bu iktisadi düzende devleti elinde tutan oligarşi aynı zamanda özel sektörü de

3 2013 yılında Amerikan Ulusal Güvenlik Dairesi (NSA) çalışanı Edward Snowden, FBI ve NSA'nın PRISM adlı program ile ABD menşeli birçok internet şirketinin verilerine ulaştığı ve böylece dünya üzerindeki birçok insanın mahremiyetini ihlal ettiğini ortaya koydu. ABD'nin bu programla dünya üzerindeki internet kullanımının büyük kısmını gözetlediğinin açığa çıkması, internet üzerinde sıkı bir kontrol uygulamak isteyen otoriter rejimler tarafından memnuniyetle karşılandı. Öyle ki, benzer programlar bu ülkeler tarafından da "terör" gerekçesiyle kullanılabilir hale geldi. Bu konuda bkz. Hill (2014).

kontrol altında tutmaktadır. Bu nedenle özel sektörün bilişim firmaları hükümetin sansür taleplerini yerine getirmede istekli görünmektedirler (Vendil Pallin, 2017; Kelly, Earp, Reed, Shahbaz ve Truong, 2014). Bu işbirliğinin sonucu olarak da 2014’te kamusal internet ağlarına girilirken telefon numarası, kimlik veyahut pasaport bilgisinin belirtilmesi zorunluluğu getirilmiştir (Maréchal, 2017, s. 32). 2014 yılında çıkarılan başka bir yasayla da blog kullanıcılarının Roskomnadzor’a kayıt yaptırılmaları zorunlu hale getirilirken takma ad kullanmaları da yasaklanmıştır.

Bu yasal ve teknik sansürün yanında Rusya’nın siyasal-toplumsal kültürü ve interneti tehlikeli bir alan olarak sunan ideolojik aygıtları da özgür internetin önündeki diğer engellerdir. Rus yönetici sınıfı ve ana akım medyası interneti tehlikeli bir alan olarak sunmakta ve içeriğini de güvenilmez, önyargılı ve tehlikeli olarak tanımlamaktadırlar. Bu propagandanın işe yaradığı söylenmektedir, zira Rus halkı internetin kontrol edilmesini istemekte ve internetin yabancılar tarafından Rusya’ya karşı bir silah gibi kullanıldığına inanmaktadırlar (Maréchal, 2017, s. 32). Rusya’nın internet kullanımı üzerindeki gözetimi 1995 yılına kadar geri gitmektedir. Bu tarihte SORM olarak kısaltılan “System of Operational Investigatory Measures” adlı uygulama yürürlüğe girmiştir. Rus İstihbarat Servisi FSB tarafından yürütülen bu uygulama ile tüm telekomünikasyon operatörleri FSB’nin sunduğu bir donanımı sistemlerine yüklemek zorunda bırakılmıştır. Bu donanım sayesinde FSB tüm telefon görüşmelerini, email trafiklerini ve internet kullanımını inceleyebilir hale gelir. 1999’da SORM-2 ile, bu sefer aynı donanımı internet sağlayıcıların takması zorunlu hale getirilir. Böylelikle, FSB tüm kredi kartı işlemlerini, elektronik postaları ve internet kullanımlarını takip eder duruma gelir. 2014’te ise SORM-2 sosyal medya, forum ve sohbet uygulamalarına doğru genişletilmiştir (Maréchal, 2017, s. 33). Şu anda Rus hükümetinin bu programla tüm internet kullanıcılarını takip edebildiğine inanılmaktadır. Bu noktada Edward Snowden’in CIA’in tüm Amerikalı bilişim şirketlerinin datalarına PRISM adlı programla ulaştığını ifşa etmesi de, Rusya’nın SORM uygulamasını meşrulaştıran bir işlev görmüştür.

Snowden olayının Rusya hükümetine baskıcı internet ortamını sürdürmede bir diğer katkısı da veri yerelleştirme (*data localization*) arzusunu perçinlemesidir. Snowden’in ifşaları tüm dünya hükümetleri tarafından büyük bir tehdit olarak algılanmıştır (Hill, 2014). Vatandaşlarının verilerinin CIA tarafından sürekli takip edildiği bilgisi onları internet konusunda yeni arayışlara yöneltmiştir. Hükümetler önceleri ulusal sınırlar içine veri akışından imtina ederlerken bu tarihten sonra bilgiyi içerde tutma telaşına düştüler. Bu telaş da Küresel Ağ olarak (World Wide Web) anılan internetin bu tanımlayıcı niteliğinden uzaklaşmasına ve bilgi paylaşımı üzerinden genişleyecek bu ağın, parçalara ayrılmasına neden olmaktadır. Küresel ağ geniş bilgi paylaşımı üzerinden ticaretin yaygınlaşmasına, maliyetlerin düşmesine ve inovasyonun ilerlemesine katkıda bulunmaktayken, veri yerelleştirmesi bu ilerlemeyi durdurmakta ve maliyetleri hem kullanıcılar hem de internet sağlayıcılar için artırmaktadır (Chander ve Le, 2014, s. 4). Bu noktada veri yerelleştirme yasalarını 19. yüzyılda serbest ticareti boğan tahıl yasalarına benzetmek de mümkündür. Veri yerelleştirme yasaları ülkeden ülkeye değişmekle birlikte bunların belli başlı özellikleri saptanabilmektedir. Bazı hükümetler, verinin ulusal sınırlar dışına taşınmasını engellemektedir, bazıları veri sahiplerinden data transferi öncesi izin alınmasını zorunlu kılmaktadır, diğerleri aktarılan dataların kopyalarının içeride de depolanmasını

şart koymaktadır, son yasa yöntemi ise ihraç edilen dataları vergilendirmektir (Chander ve Le, 2014, s. 3).⁴

Rusya, bu yönde adımlarını 2012 yılında ITU'nun (International Telecommunication Union) düzenlediği konferanslarda atmış ve tüm ulusların kritik internet kaynaklarını kullanmada eşit haklara sahip olması önerisini dile getirmiştir. Fakat bu öneri başta Amerikan hükümeti olmak üzere, ABD sivil toplum kuruluşları, bilişim firmaları ve diğer Batılı hükümetler tarafından internet özgürlüğüne bir tehdit olarak sunuldu ve böylece reddedilir. 2013 yılında Snowden olayının patlak vermesiyle Rusya'nın eli güçlenmiş ve 2015 yılında Veri Yerelleştirme Yasasını (Data Localization Law) yürürlüğe sokmuştur. Bu yasa ile internet sağlayıcılarına ve firmalarına Rus kullanıcıların verilerini Rusya topraklarında saklama yükümlülüğü getirilmiştir. Ayrıca, aynı yasayla yabancı şirketlerin de iletişim sistemlerine devletin verdiği şifreleme cihazlarını yerleştirmeleri zorunlu hale getirilir (Sargsyan, 2016, s. 2226-2227).

Rus hükümetinin internet üzerindeki kontrolünün bir diğer ayağı da, Rus menşeli sosyal medya platformlarının hükümet tarafından teşvik edilmesidir. Mail.ru, Yandex, Vkontakte, Odnaklassniki gibi şirketler bu platformların başında gelmektedir. Sunucuları haliyle ülke içinde olan ve sahipleri de hükümete yakın kişiler olan bu şirketlerin toplumsal muhalefetin takip edilmesi ve bastırılmasında etkili olacağı düşünülmektedir (Gunitsky, 2015).⁵

Şebekeleşmiş otoriteryanizm olgusuna Rus siyasal kültürünü sürdüren post-Sovyet ülkeleri üzerinden baktığımızda ise yerli bir internet yaratma motivasyonunun yanında bu ülkelerde bir de kullanıcıları caydırma gibi bir olgunun varlığından bahsetmek zorundayız. Bu rejimlerde de tıpkı Çin örneğinde olduğu gibi internetin yarattığı büyük imkanlardan faydalanma ve fakat onun getireceği toplumsal muhalefet riskinden sakınma arzusu mevcuttur. Bu nedenle, açık erişim ve sansür arasında bir orta yolu tercih etmektedirler (Pearce ve Kendzor, 2012, s. 2). İnternet üzerinden örgütlenen muhalefet karşısında bastırma ya da sansür uygulamaktan ziyade bu söylem ile rekabet etmeyi veya muhalefete bu eylemlerinin beyhudeliğini göstermeyi seçmektedirler. Pearce ve Kendzor'un (2012) Azerbaycan'ı inceledikleri çalışmalarında Azerbaycan hükümetinin sansür ve sistemik bir baskıdan ziyade bizatihi internetin iletişim imkanlarını kullanarak sosyal medyadaki muhalefeti yıllar içinde azalttığı, yani kullanıcıların politik davranışlarını değiştirdiği tespit edilmektedir. 2009 yılında vuku bulan "eşek bloggerları" (*donkey blogger*) olayı bu tutumun en net göstergesi olmuştur. Azerbaycan'ın Almanyadan ithal ettiği eşekler ile kurgusal bir röportaj yapıp, bu hayvanların Azerbaycan vatandaşlarından daha fazla hakka ve özgürlüğe sahip olduğunu iddia eden iki blogger bir yıl süre ile hapiste tutuldu. Bu vaka ile ilgili haberler Azerbaycan otoriteleri tarafından sansür edilmediği gibi tüm kullanıcılar tarafından duyulmasına da özen gösterildi. Hükümetin bu misillemesinin duyulması internet kullanıcıları arasında kaygıya ve muhalefet etme konusunda tereddütlere neden oldu (s. 5). Pearce ve Kendzor, hükümetin bloggerların paylaşımını sansürlemiş olsaydı, kullanıcılarda böyle bir kaygıya neden olmayacağını söylemekte ve bu tercihi ile de her bir kullanıcıyı korku sarmalına

4 Son dönemde veri yerelleştirme yasaları çıkaran ülkelerin arasında Çin ve Rusya gibi otoriter rejimler olduğu gibi Avrupa Birliği gibi liberal rejimler de bulunmaktadır. Bu ülkelerdeki farklı uygulamalar için bkz. Chander ve Le (2014).

5 2011 parlamento seçimlerinde Twitter ve Facebook kullanıcıları seçimde hile yapıldığına inanmaktayken, Vkontante ve Odnaklassniki kullanıcıları böyle bir tartışmadan dahi haberdar değildi. Bu konuda bkz. Reuter ve Szakonyi (2015).

ittiğini belirtmektedirler. Tutuklanan bloggerlardan birinin ifadesi de bu noktaya işaret etmektedir: “bu onların çalışma tarzı (...) birilerini cezalandırıp, bunu herkesin görmesini sağlıyorlar. Demek istedikleri şu ‘sizin de başınıza bu gelebilir’”. (akt. Pearce ve Kendzor, 2012, s. 5).

Arap Baharı’ndan sonra sosyal medyaya ve internete olan yaklaşımın daha da farklılaştığını söyleyebiliriz. Bu dönemde sosyal medya kullanımının şeytanlaştırıldığı ve akıl hastalığı ile tanımlandığını görmekteyiz. Azerbaycan ulusal basınında sosyal medya kullanıcılarının suç işlemeye eğilimli oldukları ve aile trajedileri yaşadıklarına dair haberler çıkmaktadır. Hatta ülkenin önde gelen psikiyatristleri bu platformları kullananların gerçek hayattan kaçtıkları ve sosyal iletişim kurmalarını engelleyen psikolojik sorunlara sahip olduklarını açıklamışlardır. 2011 Mayıs’ında ise parlamento sosyal medyanın zararlı sonuçları üzerine toplanmış ve bunu engelleyecek yasa teklifleri önermiştir (Pearce ve Kendzor, 2012, s. 12-13).

Sonuç

Otoriter rejimlerin geleneksel baskıcı yöntemlerden uzaklaşarak *soft power* diye adlandırılan taktikler benimsemesi giderek yaygınlık kazanmaktadır. Bu taktiklerin uygulandığı bir diğer yer de siber alandır. Günümüzün asli iletişim kanalı ve medya organı haline gelen siber alan, politikanın üretildiği ve farklı politik düşüncelerin karşı karşıya geldiği temel zemindir. Bu nedenle, tüm siyasal iktidarların birinci derecede kontrol etmek istedikleri yerlerin başında gelmektedir. Geleneksel bir otoriter rejim, kontrol etmekte zorlanacağı böyle bir alanı yasaklayacakken, günümüz rejimleri onun yarattığı ekonomik sistemi ve inovasyonu reddedemeyecekleri için farklı bir şekilde mücadele etmeyi tercih etmektedirler. İnterneti yasaklamanın ve katı bir şekilde sansürlemenin hem maliyetli olacağını hem de halkın tepkisini çekeceğini bilen bu rejimler interneti yasaklamadıkları gibi geniş banttı veri akışını sağlayacak şekilde altyapılarını revize etmektedirler. İnternetin rejimin askeri, iktisadi ve teknik gücünü artırma potansiyellerini kabul eden fakat demokratik muhalefet tarafından kullanılmasını istemeyen bu rejimlerin başında Çin ve Rusya gelmektedir. Siber alandaki gelişmelerin demokratikleştirmede, şeffaflaştırmada ve hatta baskıcı rejimlerine istikrar kazandırdığı bu ülke deneyimlerine literatürde şebekeleşmiş otoriteryanizm adı verilmektedir.

Bu iki şebekeleşmiş otoriter rejimin birbirlerinden çok farklı nitelikleri bulunmakla birlikte, ortak özellikler de sergilemektedirler. Buna göre her iki rejim de interneti vatandaşlarından esirgememekle birlikte farklı yollardan demokratik muhalefeti kontrol etmektedirler. Bunlardan en önemlisi veri yerelleştirme (*data localization*) uygulamasıdır. Özellikle Snowden olayı sonrasında her iki ülke de yabancı menşeli internet firmalarına yurttaşlarının verilerini ülke içinde tutmayı zorunlu hale getiren yasalar çıkartmışlardır. Bunun doğal sonucu da, rejimin vatandaşları hakkındaki verilere rahatlıkla ulaşabilmesi olmuştur. Yine her iki ülkede de bu gelişmeye paralel olarak internet sağlayıcılarına ve de bilişim firmalarına hükümetin gözetimini kolaylaştıracak donanımları kullanmaları dayatıldı. Rusya SORM programı ile bunu yaparken Çin de Green Dam Youth Escort ile bunu yapmaya çalıştı. Hem veri yerelleştirme, hem de bahsi geçen bu donanımlar ile iki rejim de muhalifleri doğrudan gözetleme imkanına kavuştular. Bu durumun doğal çıktısı da, kullanıcıların sürekli gözetlenme kaygısı ile otosansüre yönelmeleridir.

Veri yerelleştirmeyi kolaylaştıran ve böylece de rejimin kontrol gücünü artıran bir diğer uygulama da interneti yerelleştirmektir. Özellikle popüler sosyal medya sitelerinin taklitleri ile kotarılmaya çalışılan bu taktiğin gayet başarılı olduğunu söylemek zorundayız. Her iki ülkede de rejimin milli sosyal medya siteleri büyük bir popülerliğe sahiptir. Yasaklamaktan ziyade klonlamanın tercih edilmesi hem halkın bu programlara dönük ihtiyaçlarını gidermekte hem de rejimin toplum üzerindeki kontrolünü sağlamaktadır.

Bu iki rejimde tanık olduğumuz bir diğer ortaklık da suni internet yorumcuları (*astroturfing*) kullanmalarıdır. Otantik bir kamuoyu gibi hareket edip, hem ulus içinde hem de dışında rejimin halk desteğinin yüksek olduğunu göstermeye çalışan bu uygulamada örgütlü bir azınlık kamuoyunu dilediği gibi yönlendirebilmektedir. Rusya'da Putin'in Trolleri, Çin'de ise Fifty-Cent Ordusu bunun en tipik örnekleridir. Kamuoyunu taklit eden ve muhalif söylemlerle rekabet edip, onları marjinalleştiren bu kitleler giderek yaygınlaşmaktadır ve bunların karşısında demokratik güçlerin geliştirilebileceği pek fazla çözüm bulunmamaktadır. Yapılabilecek tek şey bu orduları tespit edip, ifşa edebilmek ve böylece otantik kamuoyunun sesini ortaya çıkarabilmektir. Son dönemde *astroturfing*i tespit etmek için modeller geliştiren çalışmalar artmaktadır (Ratkiewicz, Conover, Meiss, Gonçalves, Flammini ve Menczer, 2011).

Bunların yanında internet üzerinde kontrollü bir kamuoyunun oluşmasına izin vermek de şebekeleşmiş otoriter rejimlerin bir diğer ortak özelliğidir. Böyle yapmakla rejimin tamamına dönük olarak yoğunlaşacak eleştirinin gazını almakta ve halkta hükümetin hesap sorulabilir olduğuna dair bir kanaat oluşturmaktadırlar. Otoriter müzakerecilik (*authoritarian aeliberation*) olarak da adlandırılan bu yeni olgunun ilerleyen dönemlerde göz yumulan bu kısmi kamusalılık ile demokratikleşme için zemin oluşturacağına dair beklentiler de mevcuttur.

Son olarak diyebiliriz ki, internetin demokrasi ve insan haklarıyla arzulanan olumlu ilişkisinin kendiliğinden kurulacağına inanmamak için çok fazla gerekçemiz bulunmaktadır. İnternetin beklenen bu sonucu doğurabilmesi için öncelikle ülkede demokratik kurumların yerleşmiş olması gerekmektedir. Sansür ve gözetimden korunmanın yolu da şeffaf, hesap-verebilirliği yüksek kurumlar ve bağımsız mahkemeler ile mümkündür. Bunlar olmadığı taktirde şebekeleşmiş otoriterlik sansürün ve gözetimin daha yeni formları ile karşımıza çıkacak ve interneti, demokrasiyi değil otoriteryanizmi güçlendirmek için kullanacaktır.

Kaynakça

- Anti, M. (2012). Michael Anti: Behind the Great Firewall of China [Video dosyası]. https://www.ted.com/talks/michael_anti_behind_the_great_firewall_of_china adresinden erişilmiştir.
- Barber, B. R. (1998). Three scenarios for the future of technology and strong democracy. *Political Science Quarterly*, 113(4), 573-589.
- Becker, T. (1981). Teledemocracy-Bringing power back to people. *Futurist*, 15(6), 6-9.
- Bremmer, I. (2010). Democracy in cyberspace: What information technology can and cannot do. *Foreign Affairs*, 86-92.
- Calingaert, D. (2010). Authoritarianism vs. the Internet. *Policy Review*, (160), 63.
- Carothers, T. (2002). The end of the transition paradigm. *Journal of democracy*, 13(1), 5-21.
- Chander, A. ve Le, U. P. (2014). Breaking the Web: Data localization vs. the global internet. Emory Law Journal, Forthcoming, UC Davis Legal Studies Research Paper No. 378.
- Deibert, R. (2015). Cyberspace under siege. *Journal of Democracy*, 26(3), 64-78.
- Deibert, R. ve Rohozinski, R. (2010a). Liberation vs. control: The future of cyberspace. *Journal of Democracy*, 21(4), 43-57.
- Deibert, R. ve Rohozinski, R. (2010b). Control and subversion in Russian cyberspace. *Access controlled: The shaping of power, rights, and rule in cyberspace*, 15-34.
- Diamon, L. (2010). Liberation Technology. *Journal of Democracy*. 21 (3), 69-83.
- Diamond, L., Plattner, M. F. ve Walker, C. (Ed.). (2016). *Authoritarianism goes global: The challenge to democracy*. JHU Press.
- Ferdinand, P. (2000). The Internet, democracy and democratization. *Democratization*, 7(1), 1-17.
- Grossman, L. K. (1995). *The electronic republic: Reshaping democracy in the information age*. Viking Penguin.
- Gunitsky, S. (2015). Corrupting the cyber-commons: Social media as a tool of autocratic stability. *Perspectives on Politics*, 13(1), 42-54.
- Hague, B. N. ve Loader, B. (Ed.). (1999). *Digital democracy: Discourse and decision making in the information age*. Psychology Press.
- Han, R. (2015). Manufacturing consent in cyberspace: China's fifty-cent army'. *Journal of Current Chinese Affairs*, 44(2), 105-134.
- Herszenhorn, D. M., & Barry, E. (2011). Putin contends Clinton incited unrest over vote. *New York Times*, 8.
- Hill, J. (2014). The growth of data localization post-snowden: Analysis and recommendations for us policymakers and business leaders. *The Hague Institute for Global Justice, Conference on the Future of Cyber Governance*.
- Jiang, M. (2010). Authoritarian deliberation on Chinese internet. *Electronic Journal of Communication*, 20 (3&4).
- Karlekar, K. ve Cook, S. (2009). Access and control: A growing diversity of threats to internet freedom. *Freedom on the Net*, 1-11.
- Kelly, S., Earp, M., Reed, L., Shahbaz, A. ve Truong, M. (2014). *Freedom on the net: 2014*. Freedom House. https://freedomhouse.org/sites/default/files/FOTN_2014_Full_Report_compressedv2_0.pdf adresinden erişilmiştir.
- MacKinnon, R. (2011). China's "networked authoritarianism". *Journal of Democracy*, 22(2), 32-46.
- MacKinnon, R. (2012, 28 Ocak). China's "networked authoritarianism". *National Post*, (Mart 2018) <https://nationalpost.com/opinion/rebecca-mackinnon-chinas-networked-authoritarianism> adresinden erişilmiştir.

- Maréchal, N. (2017). Networked authoritarianism and the geopolitics of information: Understanding Russian Internet policy. *Media and Communication*, 5(1).
- Morris, D. (2000). Direct democracy and the internet. *Loy. LAL Rev.*, 34, 1033.
- Nathan, A. J. (2003). Authoritarian resilience. *Journal of Democracy*, 14(1), 6-17.
- Nocetti, J. (2015). Contest and conquest: Russia and global internet governance. *International Affairs*, 91(1), 111-130.
- Pearce, K. E. ve Kendzior, S. (2012). Networked authoritarianism and social media in Azerbaijan. *Journal of Communication*, 62(2), 283-298.
- Reuter, O. J. ve Szakonyi, D. (2015). Online social media and political awareness in authoritarian regimes. *British Journal of Political Science*, 45(1), 29-51.
- Ratkiewicz, J., Conover, M., Meiss, M. R., Gonçalves, B., Flammini, A. ve Menczer, F. (2011). Detecting and tracking political abuse in social media. *ICWSM*, 11, 297-304.
- Sargsyan, T. (2016). Data localization and the role of infrastructure for surveillance, privacy, and security. *International Journal of Communication*, 10, 17.
- Stockmann, D. (2013). *Media commercialization and authoritarian rule in China*. Cambridge University Press.
- Van Dijk, J. A. G. M. (2012). *The network society*. Sage.
- Vendil Pallin, C. (2017). Internet control through ownership: the case of Russia. *Post-Soviet Affairs*, 33(1), 16-33.
- World Internet Usage and Population Statistics. (2017, 31 Aralık). 18 Mart 2018 tarihinde <https://www.internetworldstats.com/stats.htm> adresinden erişilmiştir.

Old Concepts, New Contents: The City, Cinema and the Stranger

Eski Kavramlar, Yeni Muhtevalar: Kent, Sinema ve Yabancı

Sertaç Timur DEMİR*

Abstract

This study is a cinematic portrait not of the real, but essentially of the updated İstanbul. In the case of the strangers of cinematic İstanbul, the most strategic, useful, as well as the most difficult step for updating the city's image is to shift the axis from its centres, touristic places, familiar characters, common values and usual events to its corners, secondary places and characters, minimalist conditions, ambivalent values and current changes. For this purpose this study analyzes five films as sociological testimonies without touching upon their details but by focusing on their references: *Politiki Kouzina/Bir Tutam Baharat/A Touch of Spice* (Tassos Boulmetis, 2003), *Köprüdekiler/Men on the Bridge* (Aslı Özge, 2009), *Kaç Para Kaç/A Run for Money* (Reha Erdem, 1999), *Uzak/Distant* (Nuri Bilge Ceylan, 2002), and *11'e 10 Kala/10 to 11* (Pelin Esmer, 2009). These films, which constitute the framework of this research, are breaking points of modern İstanbul's social and urban history and of changing form of strangers.

Keywords: Cinema, The Stranger, İstanbul, Urban Experience, Change.

Öz

Bu çalışma İstanbul'un gerçek değil; esasında güncellenmiş bir sinematik portresidir. Sinematik İstanbul'un yabancıları bağlamında, kent imgesini güncellemek için en stratejik, faydalı ve aynı zamanda en zor adım eksenini merkezlerden, turistik mekânlardan, alışıldık karakterlerden, malum değerlerden ve olağan olaylardan kenarlara, ikincil mekân ve karakterlere, minimal durumlara, müphem değerlere ve hâlihazırdaki değişimlere kaydırmaktır. Bu amaçla, detaylarına ineksizin ama göndermelerine odaklanarak, birer sosyolojik tanıklık olan beş film analiz edilmiştir: *Bir Tutam Baharat* (Tassos Boulmetis, 2003), *Köprüdekiler* (Aslı Özge, 2009), *Kaç Para Kaç* (Reha Erdem, 1999), *Uzak* (Nuri Bilge Ceylan, 2002) ve *11'e 10 Kala* (Pelin Esmer, 2009). Araştırmanın genel çerçevesini oluşturan bu filmler modern İstanbul'un toplumsal ve kentsel tarihi ve yabancıların değişen dokusunun en kritik kırılma noktalarıdır.

Anahtar Kelimeler: Sinema, Yabancı, İstanbul, Kentsel Deneyim, Değişim.

* Assoc. Prof. Dr., Gümüşhane University, Faculty of Communication, Gümüşhane, Türkiye, stdemir@gumushane.edu.tr, Orcid ID: 0000-0002-9420-9416.

Introduction

The world we live in seems to be populated mostly by strangers;
it looks like the world of universal strangerhood.
We live among strangers, among whom we are strangers ourselves.
In such a world, strangers cannot be confined or kept at bay.
Strangers must be lived with
Zygmunt Bauman, *Thinking Sociologically*

The city, which has a heterogeneous and dense population, is a milieu of strangers (Sennett, 1978, p. 39). Therein, city dwellers establish an inevitable proximity with strangers—so much so that the sense of strangerhood spreads like an urban epidemic and absorbs all urbanites as if this is “their fate, and a *modus vivendi* must be experimented with, tried and tested, and (hopefully) found to make cohabitation palatable and life liveable” (Bauman, 2003, p. 28). This [inner] proximity at the same time constitutes the essence of perpetual ambivalence and tension within the city.

For this reason, strangers themselves establish an academic/intellectual ground for reading and analysing various types of conflict and contrast in the city. Their catastrophic existences exhibit how unstable and fragile urban life is. Based on this flexibility, as Zygmunt Bauman (1997) states, “all societies produce strangers; but each kind of society produces its own kind of strangers, and produces them in its own inimitable way” (p. 17). In this frame, analysing the strangers of İstanbul means to analyse the urban and social experience of the city because they are a sort of mirror that, by any means, reflects and reformulates the catastrophe of city living.

İstanbul changes continuously and rapidly. Cinema, as a mean of capturing and reproducing moving images, is a kind of living memory of the city. Sounds, fabrics, tastes, traditions, histories and myths all embody the world of films; therefore, analysing films can be equivalent to archiving the city. As for the films I select in this research, they first and foremost involve stories about strangers who struggle to survive and to live in this strange city called İstanbul. Each of these strangers, who represent different intensive but shadowy dimensions of İstanbul, are also familiar and honest informers about the tragedies, conflicts, revenges, struggles, hopes, and disappointments of the city. They are bodily close, emotionally distant. The distance does not only refer to a measurable/physical/geographical but essentially to an inner/mental/emotional distance.

Strangers are both needed and disgusted acnes of the city; that is why I place an emphasis on social theory in order to gain insight into their deep lives in the *collective being* and *social organism* that is the city (Lefebvre, 1996, p. 95). In this analysis, I focus more on the relatively untouched but crucial turning points of modern İstanbul, from the second half of the 20th century up until today. In other words, the more I concentrate on the details of these films and the modern-day strangers of İstanbul which they depicted, the more I could reveal the multi-layered faces and dilemmas of the city. As a result, the complex notion of “the stranger” of cinematic İstanbul is elaborated in this study in terms of social theory and from an essentially interdisciplinary approach which focused around some miscellaneous concepts, events and facts, such as deportation, diversity, homogeneity, internal immigration, urbanisation, spatial segregation, home, poverty, the money economy, consumerism,

collection, freedom, virtuality, morality, security, isolation, urban transformation, temporality, death and memory.

Methodology and Approach

In this paper, it is mainly aimed to analyse, not merely the strangers of cinematic İstanbul who have highlighted the social, spatial, political, economic, institutional, constitutional, spiritual and temporal dilemmas of the city, but also how strangerhood has, itself, been transformed in due course and, more importantly, how this “new” sense of strangerhood has caught each one of “us”. In this respect, this approach can be seen as a glance at ourselves—a form of introspection or self-examination. It is clear that focusing on strangers also enable “us” to realise and use new themes, heterogeneous figures and various intermediate colours with regards to cinematic city’s image. This study, which deals mainly with the thoughts of Georg Simmel, Zygmunt Bauman, and Richard Sennett, however, offers the term *inbetweenness* instead of antagonism or conflict to describe the ‘new’ sense of strangerhood. This study focuses on five films in order to portray the new strangers of contemporary İstanbul: *Politiki Kouzina/Bir Tutam Baharat/A Touch of Spice* (2003) directed by Tassos Boulmetis, *Köprüdekiler/Men on the Bridge* (2009) directed by Aslı Özge, *Kaç Para Kaç/Run for Money* (1999) directed by Reha Erdem, *Uzak/Distant* (2002) directed by Nuri Bilge Ceylan, and *11’è 10 Kala/10 to 11* (2009) directed by Pelin Esmer. These films, which constitute the general framework of this study, are thus witnesses to five of the most critical breaking points of modern İstanbul’s social and urban history and changing notion of strangers. All of the analysed films had plain cinematography, a non-didactic narration and realist perspective, and, through the lives of these “new” strangers—those who exceeded the cinematic presuppositions, stereotypes, and clichés which have been fictionalised and solidified by tourist guides, promotional films, international television programs, Hollywood and *Yeşilçam*¹ throughout the years.

For this purpose, it is elaborated upon the extensions of the modernisation and urbanisation crises that have occurred during the last half century in particular. It is not aimed to produce an *original* or an *authentic* image of İstanbul. It is also not claimed that the description of the city is *the real İstanbul*; instead, it is attempted to expose the lives of strangers who have been pushed into the background and into the shade of the highlighted clichés and stereotypes above. I think that the best way to come to an understanding about what is not entirely known about the city is to gain insight into the experiences of the strangers of the city, who are crowded yet paradoxically invisible.

These five films shift the axis from familiar to secondary lives, from highlighted to shadowed elements and from natives to strangers. Also, by shifting the spatial axis, they underline the reality that İstanbul does not simply consist of the Bosphorus and the Historical Peninsula. Although all these films are character-based films, they do not try to exaggerate the lives of its simplest characters. Fanis, Vasilis, Saime and Mustafa in *A Touch of Spice*; Fikret, Umut, Cemile and Murat in *Men on the Bridge*; Selim in *A Run for Money*; Mahmut and Yusuf in *Distant*; and Mithat in *10 to 11*—all of these are the city’s strangers who enable the cinema to portray the *updated* social and urban experiences of

1 Yeşilçam was an İstanbul-centred era in classical Turkish cinema between the 1950s and 1980s.

İstanbul. None of them put on an act. In fact, most of the actors are not even professionals. Rather, they are ordinary people who face similar problems and expectations as we do. Indeed, they—the strangers who represent the most alienated faces of the city—could pass off as *us*.

While selecting films, I am inspired by Italian Neo-realism because of its competently portraying the faces of social reality. The Neo-realist film school was based on the traumas and deadlocks which the Second World War had caused. This perspective keeps its significance even today—so much so that the criticism, hermeneutics, and suggestions which it proposed about life and cinema can easily be adapted to İstanbul—which, itself, is not a complete European city—because they relate specifically to rags and problems. Indeed, not only I, but also the New Wave Turkish cinema of the 2000s, have been nourished by it; that is why I prefer focusing on this period and selecting films that were made in the 2000s.² These films, just like in Italian Neo-realism, use streets rather than studios and daylight rather than artificial light. They set more premiums on naturalness and artlessness than on strict rules, static scenarios, and far-fetched dialogues. Also, these films do not give credit to exaggerated shots, ornamental effects, tricky stories, and theatrical acting.

I give priority to films that are realistic, simple and plain, in parallel with the ideal film as understood by Siegfried Kracauer. As there are also films that have “refrained from facing social reality” (Kracauer, 2004, p. 143), I deliberately chose films that are able to face social reality in a daring way. The films here are all co-productions: neither only Turkish nor wholly European.³ The co-production background of these films plays the role of a *balancing function*. Moreover, in order to gain insight into İstanbul and its strangers, I think that the city should be perceived neither from too distant nor from too close, a perspective. Distance may be blinded and closeness may be alienated.

Co-productions may, in this respect, minimise these obstructive and deceptive possibilities. Since I do not think that urban experiences reflected through the projector are coincidental and exceptional fantasies, I view the films which I analyse in this paper as *eyewitnesses* or *informers* that whisper the truth by offering some important clues about İstanbul. Finally, there is no doubt that this research would have been easier, but more superficial, had I analyse the city through documentaries instead of fictional films because documentary films *directly* indicate the exterior surface of the city. However, the city does not only consist of buildings, walls and bridges, but also of extraordinary stories, deep relationships, elusive antagonisms and ambiguous figures. I think that the fiction is the essence not only of films but also of city life.

2 There is a minor exception here. Only the film, *A Run for Money*, was released in the 1990s—although hanging on by its bare teeth in that its exact release date is December 17, 1999.

3 Again, only, *A Run for Money* is an exception. Nevertheless, many of the film’s crew, such as the music director, the cinematographer, the film editor, etc., were foreigners.

Analysis

View on Films

If one looks at the brief history of İstanbul, s/he may discern that the 1950s had significant breaking-points with regard to the modern city's urbanisation.⁴ According to Kemal Demir and Suat Çabuk (2010), these years also refer to a remarkable increase in internal immigration and urban population (p. 193) as well as in housing and city planning (Esen, 2011, p. 455). Meanwhile, the internal immigration with regards to the cinematic context signifies a flow from Anatolia⁵ into İstanbul. Another point that makes these years distinctive for İstanbul is the Menderes period between 1950 and 1960. Adnan Menderes, the leader of the Democratic Party (*Demokrat Parti*), won the elections of that time and thus became the first elected prime minister after the single-party regime. In other words, the Republican People's Party (*Cumhuriyet Halk Partisi*), which was established by Mustafa Kemal Atatürk in 1923, suffered a dramatic loss during the first pluralist elections.

Menderes had both a liberal and a conservative worldview. It was under his regime that the most extensive attempts at destruction and construction in the city's history (Kuban, 1994). He made it his goal to make İstanbul one of the world's leading trade centres, with hopes of eventually conquering that sector once again (Singer, 2013). For this purpose, he tried to rehabilitate the "imperialness" of the city which had been overshadowed by the official "republican" ideology which Ankara represents.⁶ The constructive, or perhaps destructive, vision that Menderes aimed to graft upon İstanbul—and, to a larger extent, Turkey itself—discomforted the deep-seated military regime; and, in the end, he was executed by hanging in September 1961 after the military coup of May 27, 1960, in Yassıada. During these years, Turkey was dominated by military tutelage, with İstanbul being purified from 'infidels'. In due course, İstanbul continued to be Turkified and cleansed from any *apparent strangers*. As a first step, ethnic minorities, in particular Greeks, were deported from the city. Thus, the modern story of İstanbul started with the Turkification of İstanbul.

A Touch of Spice, a film about a Greek family who were deported from İstanbul and moved to Athens by virtue of some political disagreements during the first years of the 1960s, deals with this change by examining the deportation process which catalysed the large-scale demographic and cultural transformation which has ethnically made İstanbul more homogenous and monophonic. The mass deportation issue is important in terms of its showing us how İstanbul (or, more precisely, Constantinople), which was once a multicultural city, became, in due course, a race-oriented city. Fanis, the main character of the film, experiences exclusion and strangerhood when alienated and exiled, not only from the city but from the culinary tastes that he had come to love during his childhood there.

The exclusion process is not the last, but perhaps the first step in social changes in modern İstanbul. Namely, while İstanbul is 'cleansed' with the removal of the Greeks, Anatolian immigrants

4 The Turkish population had generally been agricultural until the 1950s (Isik, 2005, p. 57).

5 The Asian part of Turkey.

6 İstanbul, the capital of the Ottoman Empire and of *holy* caliphate, delegated its status to Ankara in 1923. Atatürk focused more on Ankara; meanwhile, İstanbul remained the city of Ottoman nostalgia and religious dreams.

filled the void. The newcomers rushed into the city as a result of the push factors of Anatolia (e.g. agricultural mechanisation, the division of hereditary lands, and unemployment) as well as pull factors of the city itself (e.g. industry, education, and health services). The new strangers reshaped the city's social and economic conditions as well as the spatial structure of İstanbul—so much so that they generated their own living spaces and maintained their rural culture inside İstanbul.⁷ Thus, İstanbul, which once upon a time consisted of a number of ethnic and cultural backgrounds, shows a tendency to be a city that consists of thousands of villages. Consequently, new communication styles, new understandings of security, and new ways of surviving in the city are the new, but idiosyncratic, result.

In this regard, *Men on the Bridge*, in contrast with the Yeşilçam era, enters the untouched streets and communicates with the lives of strangers. This film enables viewers to realise their problems, values, plans, hopes and, disappointments. *Men on the Bridge*, which is neither a documentary nor a fictional film, attempts to change the meanings of some urban images, with the image of the “bridge” being one of them. Indeed, the bridge has been metamorphosed from a connector between the West and East into a symbol of distance, traffic jams, unemployment, and life's daily struggles. The characters in the film (Fikret, Murat, Umut, and Cemile) lead different lives and may reflect the deadlocks of communication, identity, family institutions, homelessness and unemployment within İstanbul. In this film, the stories which are told are about four newcomers who live underground and try to climb up.

The only image of İstanbul that evolves in time is surely not the bridge. The spiritual atmosphere of the city, which once was associated with the refulgent silhouette of the imperial periods, has also been reformed in due course as a consequence, not only of national politics and immigration but also of globalisation, consumerism, and the changing money economy. Hence, new intermediate forms, which are references of the new contrasts and conflicts in the city, come out as soon as spirituality meets money. *A Run for Money* is a film that depicts this complicated confrontation by focusing on the reality of how money changes people and reformulates the spiritual heritage and traditions of the city. According to the story, one day, Selim, the stranger and the main character who plays a well-behaved and honest merchant, finds a bag of money and succumbs to its evil—changing his life entirely.

The crisis which the money economy has stimulated can be observed through the tides in mental attitudes of the blasé and isolated urbanites of the city. *Distant* describes this condition by means of a mental distance between Yusuf and Mahmut who are obliged to stay in a home together for a while. Due to unemployment, Yusuf sees no future in his village and comes to İstanbul in order to find a job on a merchant ship. Mahmut, an urbanite photographer, hosts Yusuf in İstanbul. *Distant* implies the message: “everybody is distant in the city”.

One of the most popular and active agendas nowadays is that of urban transformation. Escaping from risk can be a risk itself. This involves various conflicts; for instance, between old and new,

7 Immigration is perhaps the most common issue which is treated by Yeşilçam era; so much so that this period is defined as being the “immigrant cinema” in the history of Turkish cinema.

traditional and modern, sensual and rational, virtuous and valuable paradigms. In the İstanbul of today, everybody is continuously having to make decisions about whether to live or to survive. Briefly, the film *10 to 11* criticises the changing face of İstanbul, the conflict between de(con)struction and (re)construction through the Mithat's tragic story.

Debates on the New Form Strangerhood

I attempted to penetrate into the world of secondary and intermediate colours, people, spaces, lives, relationships, and values without entirely ignoring the importance of the established narrative and clichés of the city. This paper is the story of strangers, not only those who are seen as “worthless”, “dangerous”, “marginal” and “enemies” and who perceptively live in distant places; or those who are one of us and who live with us (Bauman, 2003, p. 6); but also those who *whisper* the reality of “we are all strangers”—or, at least, the reality that “we are very close to being strangers”. In other words, each of us is indeed actors in the film of strangerhood. Sometimes it might be one's self who is the stranger. At others, it is the naysayer spouse, friend, relative, boss or neighbour who is the stranger.

In most early studies about the stranger, the term “strangerhood” tended to be analysed principally through an antagonism between two opposite parameters, such as natives and foreigners, locals and newcomers, hosts and sojourners, insiders and outsiders, friends and enemies, normals and deviants, etc. Also, in Simmel's (1971) sense, the strangers were generally dealt with in the context of the acts of “coming” and “staying” (p. 143). Accordingly, they were coming to a place as a guest or a newcomer. And then, since they could easily be realised and discriminated against based on their accents, clothes, skin colours, eating habits and so on, with time, they were conveyed as intruders/enemies by inciting a sense of fear, unreliability, distrust, and insecurity in those who looked for order, safety, and stability. At the end of this process, they were mostly excluded from certain social groups based on their identity and sense of belonging (Levine, 1977, pp. 23-27). The cinematic reflections of the discussion were in concordance with this theoretical perspective and understanding. This may show how theoretical approaches on the stranger are nourished by cinematic representations and vice versa. Not only in Hollywood and Yeşilçam but also in some examples of the New Turkish Cinema, the strangers of cinematic İstanbul have been depicted as “aliens” with different nationalities, identities, and belongings. These “visible” threatening “monsters”, for whatever reason, were living in different, self-enclosed, dangerous, and, more precisely, distant towns.

In later studies, this sort of strangerhood started to become extinct both in theoretical discussions and in cinematic representations. In place of this, a more ambivalent notion of strangers emerged. In the meantime, the transformation in the representation of cinematic strangers has continued to accompany theoretical discussions. The concept “ambivalence” (in Bauman and Sennett's sense) essentially relates to the uncertainty and doubt about where and when they come from, where they live now, who they are with, what they want, etc. All these and more unanswerable questions have rendered previous knowledge about strangers meaningless because they are now, as Bauman (1991) points out, “undecidables” (p. 55) and “the great unknown” (Bauman, 2002, p. 115).

Strangerhood no longer refers to a specific individual and group but rather to a characteristic and presence that has the power to cover everybody regardless of who one is and of what one has. This sort of strangerhood essentially does not relate to explicit distinctive characteristics such as ethnicity and spatiality. It is primarily an inner dilemma that reflects not only on social relations and spatial design but also mental, emotional, spiritual and temporal patterns. In this case, even being powerful like Murat, being a good spouse like Umut and Cemile, being honest and a believer like Selim, being educated and propertied like Mithat, and being a talented professional like Mahmut are no longer easy and exact solutions for escaping from the state of strangerhood. Moreover, the new strangerhood is not based on poverty or indigence but, paradoxically, on comfort, wealth and affluence. Even isolation and desertedness (in Simmel's sense) is experienced in these new strangers' lives, not as a compulsory fate but as an 'inner' preference. Just as they are not simple outsiders or marginal men, the concept of "the other" is no longer sufficient to describe them. Earlier strangers were, just like Fanis and Fikret—an obvious part of certain identities; similarly, their addresses and streets were certain and apparent; therefore, it was also easy to draw spatial boundaries in order to exclude these "labelled" strangers and exclude them from the circle of common society.

As for Murat, Cemile, Selim, Mahmut and Mithat; who are they, indeed? When looked at the article as a whole, it can be comprehended that "they are us". In other words, all of "us" live with the strong potential of being a stranger, because today, this strangerhood does not simply refer to a particular person or group; rather, it—as a close potentiality—resides within us and which are catalysed by our inner dilemmas which the liquidity of modern life largely creates. Nedim Karakayali (2006) must be right: For him, the modern individual is very much like the stranger (p. 324). It is perhaps for this reason, as Bauman suggests, that focusing on the liquidity of modernity requires one to analyse strangerhood, and vice versa.

In the sight of the strangers and non-strangers of the past, strangerhood was interpreted as an illness that must be cured. Also, they aimed to be respected, accepted and beloved. Modern-day strangers, however, place more of a premium on reserve, antipathy, aversion, indifference, repulsion, self-preservation and having a blasé attitude (in Simmel's sense) in order to remain free and independent. Since they may perceive every kind of contact as somehow being a kind of premeditated harassment, they attempt to create mental distances in order to control their relationships with others. This may show that they experience the anomalousness of strangerhood as a sort of shield or shelter that proudly protects them from the outer world—not always, but frequently. Besides, these fictional distances give them neither a complete happiness nor a permanent independence that they can look for. Instead, with time, their emotions and actions begin to be occupied by a sense of isolation and despair seeing as strangers are inured to mental distances. This is a situation in which the solution is more trouble than the problem.

The Sense of Inbetweenness

Modern-day strangerhood, in contrast to how the concept is portrayed by the existing literature, does not necessarily have to be based on a visible and measurable antagonism. Indeed, I prefer using

the concept “inbetweenness” instead of “antagonism” in order to describe the deadlocks of today’s strangers. This “inbetweenness” itself can be realised principally in details regarding the strangers’ “inward-oriented world” because most of the multiple catastrophic dualities which annihilate distinctions between modern-day individuals and today’s strangers are embodied initially in those strangers’ own mental realms themselves.⁸ With respect to this argument, as demonstrated by the strangers of the five films I analyse in this research, one of the most prominent and common results of the condition of inbetweenness is the sense of melancholy and despair which they all shared. Accordingly, the current notion of strangerhood shows a tendency to affect melancholic, pessimistic and unhappy individuals, while melancholic individuals affect strangerhood. Although they, in contrast with the previous notion of strangerhood, have enough socio-economical qualifications and opportunities to escape spatially and physically from the tangible oppressions of others, they cannot overcome the inner turmoil of inbetweenness residing within themselves. It is not as easy today as in the past because the enemy is no longer someone else—rather, the enemy is inside. Once upon a time, the existence of strangers was the raw material of a culture of fear. High-tech securitised houses, closed-circuit TV cameras, unbreakable windows, sensitive alarms, etc., were all being promoted and reproduced due to the threat that strangers presented. Namely, strangers were the source both of a living-desire and of an anxiety (in Bauman’s sense). In other words, the will to be free paradoxically lived alongside a sense of doubt and insecurity.

As for modern-day strangerhood, not only has the security regime changed drastically, but also the meaning of the State for strangers and the meaning of strangers for the State have also altered significantly as well. In this regard, in the past, just as Fanis experienced, the State perceived strangers as being an apparent threat, just as the strangers perceived the State as being an apparent threat. Thus, both actors were dialectically legitimising and reproducing each other. In addition to this, both sides were sure about which strategies they needed to utilise against the other. Likewise, as Sara Dorman, Daniel Hammett and Paul Nugent (2007) point out, the State was creating strangers in order to maintain their sense of nationhood (p. 20). Besides, as was shown in the film *Men on the Bridge*, the State also attempted to bring strangers together around a communal sense of belonging. In other words, this reflects the search and desire of numerous marginalised and excluded strangers who aimed at coming closer together both socially and spatially to the town center. But, then again, as was seen in Selim’s story, the State started becoming a hidden hand that indirectly manipulated the lives of strangers. It is no longer visible or absolute, yet it is still active. More obviously, although the relationship between the State and strangers is not necessarily based on a tangible conflict or threat, many of the required policies and regulations regarding urban transformations are made and implemented by the State (e.g. Mithat’s flat being destroyed by the State). Nevertheless, the dialectic of present-day strangers is not against the local, the native, the owner or the host.

In the presence of such dilemmas and the condition of inbetweenness, the thing which has changed most drastically towards the negative is the meaning and usage of the word “home”. For previous strangers, the home was like a shelter which protected them from the bothersome paradoxes

8 The deep relevance between urbanity and mental life was first analysed perhaps most comprehensively by Georg Simmel. See Simmel (1997).

and annoying contradictions of the outside world, as well as that of urban living. Similarly, many clichés about the home in most of the cinematic representations of İstanbul have been fictionalised as a quasi-sacramental place of serenity, solution, sharing, and solidarity. Not only in cinematic İstanbul, but also in literature, as Stephen Castles and Alastair Davidson (2000) state, the home had mostly been dealt with as a place embodying a sense of protection and security (pp. 130-132) and which prompted common feelings, goals, and ideals (Spykman, 2009, p. 152). For the first strangers of the city, the home was an imaginative and perfect geography in which all kinds of disagreements could easily be resolved. Fanis, for instance, was one of these strangers.

However, the home has dramatically turned into a place of agitation rather than serenity, confrontation rather than catharsis, disconnection rather than communication, melancholy rather than joy, hesitation rather than confidence, distance rather than nearness. In this respect, the home refers to a spatial deadlock in which problems are not solved but privately reproduced. Bauman (1994) defines this as a type of “privatised prison” (p. 33); furthermore, this sort of confinement refers to the end, not only of there being a distinction between the inside and the outside, but also there being a space in which current strangers feel themselves as being free and happy. Strangers simply play the role of being free and happy at home. In other words, the privatised prison is essentially a mask portraying them “as if” they were satisfied with themselves and their possessions.

The home itself is no longer an indestructible fortress protecting the senses of intimacy, cooperation, loyalty and commitment. Instead, all of these elements, which were all once associated with the very essence of İstanbul, maintain their existence merely as “a weak possibility” against the common traumas which the money economy essentially generates. As mentioned, there is no room for permanence in the realm of strangers. They always live with the potential of losing what they have. Their possessions are as temporary as their social ties. For this reason, they are frequently paranoid, as if being pursued by an unrecognisable shadow. This is another tragedy of the inbetweenness which strangers have to face within the city on a daily basis.

Conclusion

In the lives of yesterday’s strangers, there was also the essential meaning behind visible boundaries and spatial segregations. Today, however, as a result of the inner inbetweenness which transcends the power of space, it is no longer possible to prevent these fears and threats—at least if they do, in fact, exist—about strangers which are caused by drawing borders, putting up walls or creating gated communities between urbanites, groups, towns, cities and states. In the meantime, most of these precautions are based on artificially-designed reasons that feed consumerism. Furthermore, in a situation where everybody in some way becomes a stranger and where strangerhood primarily transforms into an internal/mental condition, spatial and physical separations, segregations or divisions naturally become non-functional and unnecessary. Under these circumstances, strangers themselves turn into their own borders; that is why they have also rendered the duality between inside and outside meaningless. In this respect, the previous strangers were those outsiders who were exposed to borders and thus became the innocent side of the conflict; as for the current strangers,

however, they tend to determine their existence as an indivisible border between various inner and irreconcilable inbetweennesses.⁹ This is what Selim subjected to A.R.¹⁰ in *A Run for Money*, what Mahmut subjected upon Yusuf in *Distant*, and what Mithat subjected to his wife in *10 to 11*.¹¹ It is clear that we, the new strangers, are more capable, yet, nevertheless, are less innocent than the previous ones.

Simmel (1971) invites “us” to exceed those boundaries because, according to him, “only for whoever stands outside his boundary in some sense knows that he stands within it, that is, knows it as a boundary” (pp. 355-356). Indeed, it is not difficult to detach ourselves from social belongings for the sake of standing outside our boundaries. Namely, identity-based issues (such as ethnicity, education, occupation, ownership and so forth) can be reformulated in order to allow the tangible faults to be corrected. But how can we change our inner habits and our sense of belonging, which both have vital meanings in our lives but which, nevertheless, frequently lead us astray? We tend to be attached to a specific object, place or emotion which becomes the breath of our lives under any and all circumstances. More crucially, each of these attachments, whether special or ordinary, with time turn into indispensable instruments between us and everyone else around us—nothing less than the social belongings. To attach ourselves to them, or to detach ourselves from them?—that is the question!

If this choice was easy, at least one of the strangers in the five films could have surely achieved it. Fanis could not detach himself from his gustatory pleasures, and Murat was addicted to online experiences. Likewise, isolation was the only resistance for Mahmut. As for Mithat, he lost everything for the sake of his ‘non-significant’ collections. All of these characters, on the one hand, were faced with problems, and on the other hand, made life unbearable for their friends, neighbours, spouses, and relatives. More importantly, their inner paradoxes at every turn collided, not only with other people but also with the liquidity and temporality of urban life. There is no room for “stopping” or “storing” in the liquidity of modernity which encourages us to move, replace, change and consume. In other words, the inbetweenness that refers to actionlessness and petrification is not an appreciated form for this-worldly values. Instead, the desired thing is to be an intermediate form that is a reference to a flexible mental condition which is always ready to be everything simultaneously.

Upon this slippery ground, any small change in the economy, policies or politics of today may require one to partially or entirely revise the realities which had already previously been claimed, stated, written or filmed. In this respect, İstanbul is both a spectacular laboratory and a greasy field in which almost nothing is static, clear or constant. With regards to this situation, the answers that

9 I suppose this is the exact time to use the pronoun “we” instead of “they” for the current strangers because their using the pronoun “they” in order to indicate “strangers” tacitly means that we are positioning ourselves as non-strangers—or, at least, as completely different from strangers. I think this is a considerably problematic approach—especially in terms of “stranger studies”—because gaining insight into strangers’ lives requires for us to initially realise our own strangerhood.

10 The viewers never learn the exact name of the man. According to a report in a newspaper that Selim reads, his initials are AR. Interestingly; ‘ar’ is a Turkish moralistic word which literally means ‘pudicity’.

11 Besides, their acts were not without cause: Umut’s boss, Cemile’s neighbour, Selim’s wife, Mahmut’s sister and Mithat’s son all represent the superego of society forcing them to become like everybody else (i.e. those who change, sell, buy, move, desire, etc.).

I have attempted to give are not absolute and indisputable. Instead, all these arguments and the answers which have been given should stimulate new questions and suggestions, not only for future researchers and filmmakers but also for those who wish to try to understand their own—as well as others'—strangerhood.

References

- Bauman, Z. (1990). *Thinking sociologically*. Oxford and Massachusetts: Basil Blackwell.
- Bauman, Z. (1991). *Modernity and ambivalence*. Cambridge and Malden: Polity Press.
- Bauman, Z. (1994). *Alone again: Ethics after certainty*. London: Demos.
- Bauman, Z. (1997). *Postmodernity and its discontents*. Oxford and Cambridge: Polity Press.
- Bauman, Z. (2002). *Society under siege*. Cambridge: Polity Press.
- Bauman, Z. (2003). *City of fears, city of hopes*. London: Goldsmiths, University of London Press.
- Castles, S., & Davidson, A. (2000). *Citizenship and migration: Globalisation and the politics of belonging*. London: Macmillan Press.
- Demir, K., & Çabuk, S. (2010). Türkiye'de metropoliten kentlerin nüfus gelişimi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, (28), 193-215.
- Dorman, S., Hammett, D., & Nugent, P. (2007). *Making nations, creating strangers: States and citizenship in Africa*. Leiden and Boston: Brill.
- Esen, O. (2011). İstanbul'dan öğrenmek. In Y. Köse (Ed.), *İstanbul: İmparatorluk baskentinden megakente* (pp. 455-488). İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Isik, S. (2005) Urbanisation and Urbanisation Models in Turkey. *Aegean Geographical Journal*, (14), 57-71.
- Karakayali, N. (2006). The uses of the stranger: Circulation, arbitration, secrecy and dirt. *Sociological Theory*, 24(4), 312-330.
- Kracauer, S. (2004). *From Caligari to Hitler: A psychological history of the German film*. Princeton and Oxford: Princeton University Press.
- Kuban, D. (1994). *Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi 5. Cilt*. İstanbul: Tarih Vakfı.
- Lefebvre, H. (1996). *Writings on cities*. Malden & Massachusetts: Blackwell.
- Levine, D. N. (1977). Simmel at distance: On the history and systematics of the sociology of the stranger. *Sociological Focus*, 10(1), 15-29.
- Sennett, R. (1978). *The fall of public man*. New York: Vintage Books.
- Simmel, G. (1971). *On individuality and social forms*. Chicago & London: The University of Chicago Press.
- Simmel, G. (1997). The metropolis and mental life. In D. P. Frisby & M. Featherstone (Eds.), *Simmel on culture: Selected writings* (pp. 174-186). London, Thousand Oaks & New Delhi, Sage Publication.
- Singer, S. R. (2013, June 6). *The struggle for İstanbul*. Retrieved from <https://www.the-american-interest.com/2013/06/06/the-struggle-for-istanbul/>. [Accessed 28 September 2013].
- Spykman, N. (2009). *The social theory of Georg Simmel*. New Brunswick & London: Transaction Publishers.

Türkiye'nin Enerji Politikalarının Rus Basınına Yansımaları: *Nezavisimaya Gazeta* Örneği

The Reflections of Turkey's Energy Policies on Russian Press: The Case of *Nezavisimaya Gazeta*

Aynura HAGVERDİYEVA*
Nurşen MAZICI**

Öz

Bu çalışmada *Nezavisimaya Gazeta* örneğinde Türkiye'nin enerji politikalarının Rus basınındaki yansımalarına odaklanılmıştır. Çalışma kapsamında *Nezavisimaya Gazeta*'da 2000-2015 tarihleri arasında yer alan ve Türkiye'nin katılımcısı olduğu uluslararası enerji projeleriyle ilgili toplam 142 haber incelenmiştir. Amacı, Türkiye'nin enerji politikaları konusunun Rus basını tarafından nasıl ele alındığını ve *Nezavisimaya Gazeta*'da yer alan enerji haberlerinde nasıl bir söylem oluşturulduğunu ortaya koymak olan çalışmada, Teun van Dijk'in Eleştirel Söylem Analizi yöntemi kullanılmıştır. Yapılan çalışmayla *Nezavisimaya Gazeta*'nın Türkiye'nin enerji politikalarıyla ilgili haber yapımında tarafsız bir duruş sergileyemediği, konuya Rusya hükümetinin resmi bakış açısına paralel bir perspektiften baktığı ve sonuç olarak ideolojik devlet aygıtı işlevini yerine getirerek egemen ideolojiyi yeniden ürettiği ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Türkiye, Rusya, Rus Basını, *Nezavisimaya Gazeta*, Enerji Politikaları, Petrol, Doğal Gaz

Abstract

This study focuses on the reflections of Turkey's energy policies on the Russian press in the case of *Nezavisimaya Gazeta*. Total 142 articles were examined in the context of the study which took place in the *Nezavisimaya Gazeta* between 2000 and 2015 in relation to the international energy projects with a participation of Turkey. Teun van Dijk's "Critical Discourse Analysis" method was applied to the study,

1 Dr., Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İstanbul, Türkiye, haqverdiyeva@gmail.com,
Orcid ID: 0000-0003-3825-0286.

2 Prof. Dr., Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İstanbul, Türkiye, nmazici@marmara.edu.tr,
Orcid ID: 0000-0001-9938-5956.

the objective of which was to reveal how the Russian media addressed to the subject of the Turkey's energy policies and what kind of a discourse it created in the energy news taken place in the *Nezavisimaya Gazeta*. By means of the conducted study it was revealed that the Russian newspaper *Nezavisimaya Gazeta* didn't demonstrate an unbiased position in preparing the news related to Turkey's energy policies, and the subject was considered from the aspect parallel to the point of view of the officials, represented in the Russian government. As a consequence, the discourse performs the function of ideological state apparatus by reproducing the dominant ideology.

Keywords: Turkey, Russia, The Russian Press, *Nezavisimaya Gazeta*, Energy Policy, Petroleum, Natural Gas

Giriş

Soğuk Savaş'ın son bulması tüm dünya düzenini alt üst etmiş, hem politik hem de ekonomik alanda büyük değişimlere sebep olmuştur. Bu olaydan en çok etkilenen bölge ise 1991 yılına kadar büyük bir kısmı Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (SSCB) sınırları içinde yer alan Avrasya'dır. "Avrasya, kelime olarak 'Avrupa' ve 'Asya' sözcüklerinin birleşiminden oluşan, Avrupa kıtası ile Asya kıtasını kapsayan coğrafi bölgeye verilen isimdir" (Özder, 2013, s. 66). Ali Hasanov'un (2012) da belirttiği gibi, İngiliz araştırmacı Halford John Mackinder "jeopolitik bilgilere dayanarak askeri, stratejik ve jeopolitik anlamda yeryüzünün en elverişli bölgesinin Avrasya, Avrasya'nın merkezinin ise "dünyanın kalbi" denebilecek olan Heartland olduğunu iddia eder ve ünlü "Heartland" teorisini ortaya atar" (s. 67). Bu teoriye göre Mackinder, "Heartland'ın sınır bölgelerini ... "iç kenar kuşak" (Almanya, Avusturya-Macaristan ve Türkiye) ve dış kenar kuşak (Büyük Britanya, Amerika ve Kanada) olmak üzere ayırmıştır" (Hasanov, 2012, s. 68). Ali Kulebi'ye (2018) göre ise,

Avrasya diye tanımlanan ve tarihsel olarak dünya hakimiyeti teorilerinin merkez üssü olan bölge, hem geniş hem de dar anlamda tarif edilebilir. Geniş anlamda Avrasya, Atlantik'ten Pasifike, Lizbondan Vladivostok'a uzanan, yani Avrupa ve Asya'nın tamamını veya büyük kısmını kapsamaktadır. Dar anlamda ise Türki devletlerin, Türk unsurların bulunduğu Türk Dünyası olarak tanımlanabilecek bölge olarak nitelendirilebilir.

Ancak günümüzde Avrasya, sadece coğrafi bir terim olarak değil, aynı zamanda siyasi, jeopolitik ve stratejik unsurları da içinde barındıran bir kavram olarak değerlendirilmektedir. Salih Yılmaz'a (2015) göre Avrasya, aynı zamanda "Doğu ile Batı'nın güç mücadelesinin gerçekleştiği jeopolitik bir alanı oluşturmaktadır" (s. 112). Büyük bir kısmı eski SSCB sınırları içinde yer alan Avrasya'ya Soğuk Savaş sonrası dönemde tekrar yönelmeye başlayan Amerika Birleşik Devletleri (ABD), kendini SSCB'nin halefi ilan eden Rusya'ya rağmen bu bölgedeki örgütlere dahil olup askeri işbirliğini arttırmayı amaçlamıştır (Gürler, 2017, s. 34). Dolayısıyla, "Avrupa ve Asya kavramlarının birleşik bir biçimde ifade edilmeye başlanmasıyla ortaya çıkan Avrasya bölgesi, yirmi birinci yüzyılın uluslar arası konjonktürünün ana çekişme sahası olarak" öne çıkmaktadır (Çeçen, 2017, s. 42). Buna bağlı olarak, Soğuk Savaş sonrası dönemde ülkelerin Avrasya bölgesine yaklaşımı ve bu coğrafyaya yönelik politikaları, uluslararası ilişkilerde esas istikametlerden birini teşkil etmeye başlamıştır.

İki kutuplu dünyada NATO üyesi olarak ABD'nin yanında yer alan Türkiye, 1990'lardan itibaren değişen öncelikleri doğrultusunda kendine farklı bir yol çizmeye başlamıştır. Türkiye'nin de Avrasya bölgesine yaklaşımı değişmiş, özellikle enerji politikaları çerçevesinde yeni bir boyut kazanan enerji güvenliğinin sağlanması açısından bu bölgenin Türkiye için önemi artmıştır. Bölgede gerçekleştirilen enerji projelerinin en aktif katılımcılarından birine dönüşmesi Türkiye'nin Avrasya'ya verdiği önemin de bir göstergesidir. 1990'lı yılların sonu ve 2000'li yılların başında bu projeler çerçevesinde enerji kaynaklarının Doğu'dan Batı'ya ulaştırılmasında transit ülke görevini üstlenen Türkiye, son 10 yıldır bölgede enerji merkezi olma yolunda hızla ilerlemektedir. Bu bağlamda Türkiye'nin yürüttüğü enerji politikaları, hem ulusal hem de uluslararası basın tarafından merakla izlenip ilgi görmektedir.

Ekonomisi hızla büyürken enerji ihtiyacı her geçen gün artan gelişmekte olan ülkeler için enerji, stratejik bir öneme sahiptir. 2017 yılının üçüncü çeyreğinde ekonomisi çift haneli rakamlarda büyüyen tek G20 ülkesi olan Türkiye'nin enerji ihtiyacı da aynı oranla artmaktadır ("Türkiye ekonomisi üçüncü", 2017). Bu durum, ülkede yürütülen enerji politikası ile planlamasını da ön plana çıkarmaktadır. Bu bağlamda, çalışmada öncelikli olarak Türkiye'nin enerji politikaları ve istatistiklerine kısaca değinilecektir. Sonraki bölümlerde, çalışma için örneklem olarak seçilen Rusya'nın *Nezavisimaya Gazeta* adlı gazetesinden seçilen haberler Türkçeye çevrilerek Teun van Dijk'in Eleştirel Söylem Analizi yöntemiyle yorumlanacaktır. Gazete, ulusal ve günlük bir gazete olması, dış haberlerinin ve arşivlerde yeterli sayısının bulunması gibi nedenler göz önünde bulundurularak örnekleme dahil edilmiştir. Örneklem seçiminde başka bir etken, *Nezavisimaya Gazeta*'nın aynı zamanda Rusya'nın ilk bağımsız gazetelerinden biri olmasıdır. Çalışma kapsamında, *Nezavisimaya Gazeta*'da Vladimir Putin'in iktidara geldiği 2000 yılından başlanıp 2015 yılına kadar geçen dönemin arşiv taraması yapılarak Türkiye'nin katılımcısı olduğu uluslararası enerji projeleriyle ilgili haberler incelenmiştir. Nitekim Rusya, özellikle Vladimir Putin'in iktidara geldiği 2000 yılından itibaren enerji unsurunu dış politikada etken bir araç olarak kullanmaya başlamıştır.

Çalışmanın kapsamı açısından haber seçimi dört uluslararası boru hattı projesiyle sınırlandırılmıştır: Bakü-Tiflis-Ceyhan Petrol Boru Hattı (BTC), Bakü-Tiflis-Erzurum Doğal Gaz Boru Hattı (BTE), Nabucco Doğal Gaz Boru Hattı ve Trans Anadolu Doğal Gaz Boru Hattı (TANAP). Projelerin tamamı ABD'nin Hazar bölgesinin enerji kaynaklarının Rusya'yı devre dışı bırakan, dolayısıyla bu ülkenin enerji nakil hatlarına rakip durumda olan hatlarla taşınmasını amaçlayan "çoklu boru hatları" politikası çerçevesinde desteklediği projelerdir.

Çalışma kapsamında 06.07.2015-26.07.2015 tarihleri arasında Rusya'nın Saint Petersburg şehrindeki Rusya Milli Kütüphanesi'nin gazete arşivinde tarama yapılmış, *Nezavisimaya Gazeta*'dan söz konusu enerji projeleri ile ilgili haberler seçilerek, enerji projelerine göre kategorilere ayrılmıştır. Gazetede BTC hakkında 29, BTE hakkında 24, Nabucco hakkında 51 ve TANAP hakkında 38 habere rastlanmıştır.

Çalışmanın amacı, Türkiye'nin enerji politikalarının Rus basınında nasıl ele alındığını *Nezavisimaya Gazeta*'da yer alan enerji haberlerinde nasıl bir söylem oluşturulduğunu ortaya koymaktır. Bununla birlikte çalışmada aşağıdaki sorulara da yanıt aranmaktadır: *Nezavisimaya Gazeta* örneğinde Rus basını, Soğuk Savaş yıllarında NATO müttefiki olarak ABD'nin yanında,

Rusya'nın karşısında yer alan Türkiye'nin enerji politikalarıyla ilgili haber yayınlarında nasıl bir duruş sergilemiştir? Gazete, bilgilendirme işlevini yerine getirirken söz konusu projeleri Rusya'nın gerçekleştirdiği enerji projelerine rakip olarak gören egemen görüşü göz önünde bulundurmuş mudur? Yoksa bağımsız bir gazete olmasının gereği olarak tarafsız bir tutum alarak objektif gazetecilik örneği mi sergilemiştir?

Türkiye'nin Yeni Dönem Enerji Politikaları

Günümüzde yaşamın tüm alanlarına nüfuz etmiş enerjiye ihtiyaç her geçen gün artmaktadır. Enerji, kalkınmanın ana unsuru olarak görüldüğünden, enerji güvenliği meselesi de ülkelerin stratejik hedefleri arasında yer almaktadır. Dolayısıyla her ülke, enerji talebinin zamanında, eksiksiz ve güvenilir bir şekilde karşılanmasını istemekte, bunun için de kendine çeşitli hedefler belirlemektedir. Türkiye de, dünyanın en büyük on ekonomisinden birine dönüşmeyi amaçladığı 2023 yılına kadar kendine bir takım stratejik hedefler belirlemiştir. Enerji, bu hedefler arasında önemli bir yer tutmaktadır. Türkiye'nin yeni dönem enerji politikaları bu hedefler doğrultusunda belirlenmektedir.

Mustafa Özcan Ültanır'ın (1997) da belirttiği gibi, bir ülkenin enerji politikaları ulusal enerji planının, enerji planlamasıyla ekonomik gelişimin sürdürülmesi için enerji üretim ve tüketiminin düzenlemesine yönelik tüm eylemleri içermelidir (s. 56). Dolayısıyla, Türkiye'nin enerji politikalarından bahsederken ülkenin enerji potansiyeline de değinmekte yarar vardır.

Gelişen ekonomisiyle dünyanın önemli enerji tüketicileri arasında yer alan Türkiye'nin 2014 yılında 867,3 milyon varil olan birincil enerji talebinde doğal gaz %32,5 ile birinci sırada yer alırken, kömür %29,2, petrol %28,5 ile doğal gazı takip etmiştir. Birincil enerji talebinin yerli üretim ile karşılanma oranı, 2014 yılında %25 olarak gerçekleşmiştir (Türkiye Petrolleri, 2016).

Kaynaklara göre, 2017 yılının ilk beş aylık döneminde petrol tüketiminin sadece yaklaşık %7,7'si yerli üretimle karşılanmış, doğal gazda ise bu oran %0,6 olarak gerçekleşmiştir. 2017 yılı ilk 6 aylık dönem sonunda yurtiçi kalan üretilebilir ham petrol rezervi 48 milyon ton olup yeni keşifler yapılmadığı takdirde bugünkü üretim seviyesiyle yurtiçi toplam ham petrol rezervinin 18 yıllık bir ömrü bulunmaktadır (T.C. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, 2017a). 2016 yılı sonu itibarı ile Türkiye'nin üretilebilir doğal gaz rezervi ise 18,8 milyar metreküp olmuştur (T.C. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, 2017b). Ayrıca, 2015 yılında, Türkiye'de günlük 796 bin varil ham petrol tüketilmiştir. Doğal gazda bu rakam yıllık 48,8 milyar metreküpe beraber olmuştur. Dolayısıyla Türkiye, tükettiği petrolün %93,6'sını, doğal gazın ise % 99,2'sini ithalatta karşılamaktadır (Türkiye Petrolleri, 2016).

Enerjide bu denli dışa bağımlılık, petrol ve doğal gaz nakil hatlarının kurulmasını Türkiye'nin enerji politikalarında ön plana çıkarmaktadır. Ancak Türkiye, enerji hattı projelerini sadece ülkenin enerji ihtiyacını karşılama vasıtası olarak görmemekte, coğrafi konumunun elverişliliğini de kullanarak Doğu ile Batı arasında bir enerji köprüsü olmaya çalışmaktadır. ABD'nin 1990'lı yıllardan itibaren Rusya'yı devre dışı bırakan enerji hatları kurmak için yaptığı girişimler, Türkiye'nin bu hedefini gerçekleştirmesine kolaylık sağlamıştır. Ancak, bunun tersini düşünenler de vardır.

Örneğin, Türkiye'nin 21. yüzyılda enerji merkezi olmasını “normal gelişme” olarak nitelendiren Ertan Efeğil'e (2000) göre, ABD'nin tasarladığı Hazar merkezli yeni dünya düzeninin kurulması için bölge kaynaklarını Doğu-Batı istikametinde sevk edecek boru hatlarının güvenli bir ülkenin sınırları içinden geçmesi gerekmektedir ki, bu ülke de Türkiye'den başkası olamazdı (s. 193).

Kısacası, Türkiye hükümetinin enerji konusunda temel yaklaşımını enerji zengini komşu coğrafyanın bu zenginliğinin yine komşu hedef pazarlara ulaştırılması ve anılan zenginliğin bütün paydaşlar açısından kazan-kazan temelinde, ülkenin ve bölgenin arz güvenliğine katkı sağlayacak şekilde ortak çıkarlar doğrultusunda global ekonomiye kazandırılması şeklinde özetlemek mümkündür (T.C. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, 2018). Türkiye, bu hedefe ulaşmanın ana aracı olan uluslararası enerji projelerine enerji politikaları çerçevesinde büyük önem vermektedir. Dolayısıyla, yumuşak güç unsurlarından birisi olarak enerji politikalarının uluslararası arenada aktif bir şekilde kullanılmaya başlanmasıyla enerji, Türkiye için en etkin politik araçlardan biri haline gelmiştir (Dokuzlar, 2006, s. 204). Söz gelimi, AB'ye üyelik müzakerelerinde enerji faslının açılması talebinde bulunan Türkiye, özellikle enerji kaynaklarıyla tüketici kitleler arasındaki köprü konumuna vurgu yapmıştır. Diğer taraftan, son dönemde Türkiye'nin artık geçiş veya köprü ülkesi olmakla yetinmeyerek enerji kozunu bölgede söz sahibi olmada, güç merkezine dönüşme yolunda aktif bir şekilde kullanmaya başladığı görülmektedir. Doster'e (2014) göre, “dünyanın enerji nakil merkezi, enerji geçiş üssü ve enerji transit istasyonu olmaya çalışan Türkiye'nin, bu hedefe Rusya'ya rağmen ulaşması olanaksız gözükmektedir (s. 607).” Amma örneğin, Trans-Anadolu Doğal Gaz Boru Hattı (TANAP) Projesi bu bağlamda Ankara'nın elini kuvvetlendiren en önemli projelerden biri sayılabilir. TANAP projesiyle Avrupa'nın enerji arz güvenliğine katkıda bulunmayı hedefleyen Türkiye hükümeti, aynı zamanda projenin bölgeye barış ve istikrar kazandıracığının da altını çizmektedir.

Türkiye-Rusya Ekonomik İlişkilerinde Enerji Faktörünün Önemi

Türkiye ve Rusya, 20. yüzyılın sonlarından itibaren Avrasya bölgesinin önemli ekonomik aktörleri sırasında yer almaktadır. Maria Beat'e (2001) göre, Soğuk Savaş'ın sona erip hem Rusya'da hem de Türkiye'de reformcuların iktidara gelmesiyle birlikte iki ülke, ilişkilerinin tüm imkânlarıyla geliştirilmesi yönünde bir değişime uğramıştır (s. 117). Emre Erşen (2011), Türkiye-Rusya ilişkilerini “ticaret yapan devletler” (*trading states*) olarak tanımlarken (s. 95), Utku Özer'e (2012) göre,

İki ülke arasındaki ekonomik bağlar olmasaydı, Türkiye-Rusya ilişkileri siyasi sorunlar nedeniyle önemli gerilimler yaşayabilirdi ancak, ilişkilerin ekonomik boyutu iki ülkeyi de jeopolitik rekabeti en azından “üstesinden gelinebilir” bir düzeyde tutmaya zorunlu kılmış ve her iki ülke de ilişkilerde “karamsar jeopolitik çatışma senaryoları” yerine “parlak ekonomik beklentiler” doğrultusunda hareket etmeyi tercih etmiştir. (s. 94)

Türkiye ve Rusya, enerji kaynakları bakımından birbirilerinin tamamlayıcısı durumundadırlar. Rusya'da fazlasıyla mevcut olan petrol ve doğal gaz, Türkiye'de yok denilecek kadar azdır. Bu faktör günümüzde Rus-Türk ekonomik ilişkilerinin temelini teşkil etmektedir. Bu bağlamda, özellikle doğal gaz anlaşmalarının Rusya ile Türkiye arasındaki ekonomik ilişkilerin en önemli unsuru olduğu

söylenbilir. Bu anlaşmalardan ilki, Türkiye ile SSCB arasında 18 Eylül 1984 tarihinde yapılmış ve böylece Türkiye ilk defa yurtdışından doğal gaz alımı gerçekleştirmiştir. Dünya Enerji Konseyi Türk Milli Komitesi'nin (2007) raporunda da belirttiği gibi anlaşmayla, “Rusya Federasyonu-Türkiye Batı Doğal Gaz Boru Hattı, ülkemize Bulgaristan sınırındaki Malkoçlar'dan girmekte ve Hamitabat, Ambarlı, İstanbul, İzmit, Bursa, Eskişehir güzergâhını takip ederek Ankara'ya ulaşmaktadır” (s. 22). 1986 Şubat'ında Türkiye adına BOTAŞ ve SSCB adına Soyuzgazeksport arasında 25 yıllık bir anlaşma daha gerçekleştirilmiştir. Buna göre,

Anlaşma kapsamında, 1987 yılından itibaren, tedricen artan miktarlarda doğal gaz alımına başlanmış olup, 1993 yılında maksimum miktar olan yıllık 6 milyar metreküpe ulaşılmıştır. 26 Ekim 1986 tarihinde inşasına başlanan hat, 23 Haziran 1987 tarihinde ilk durağı olan Hamitabat'a ulaşmış, bu tarihten itibaren yerli doğal gazın yanı sıra ithal doğal gaz da Hamitabat'taki Trakya Kombine Çevrim Santrali'nde elektrik enerjisi üretiminde kullanılmaya başlanmıştır. (T.C. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, 2018)

SSCB'nin dağılmasından sonra, 15 Aralık 1997 tarihinde Türkiye ile Rusya Federasyonu arasında “Rus Doğal Gazının Karadeniz'in Altından Türkiye Cumhuriyeti'ne Sevkiyatına İlişkin Hükümetlerarası Anlaşma” imzalanmıştır. Bu anlaşmayla, Rusya ile Türkiye'nin gerçekleştirdikleri Mavi Akım Doğal Gaz Boru Hattı'nın temeli atılmıştır. Toplam 1.213 kilometre uzunluğundaki Mavi Akım Boru Hattı'nın Karadeniz'in altından geçen 396 kilometresi Rusya'dan Türkiye'ye doğrudan doğal gaz sevkiyatına imkân sağlamıştır. Mavi Akım'dan doğal gaz alımı 2003 yılının Şubat ayında başlasa da boru hattının resmî açılış töreni 17 Kasım 2005 tarihinde gerçekleştirilmiştir (T.C. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, 2016). Proje çerçevesinde Rusya'dan Türkiye'ye 25 yılda toplam 365 milyar metreküp gaz ihracının yapılması kararlaştırılmıştır. Bu rakam, o dönem Rusya'nın toplam doğal gaz ihracının %8 ile %10 arası bir bölümünü teşkil etmektedir (Gazprom, 2016).

Rusya için büyük devlet olma stratejisinin en önemli parçalarından biri, ABD için kendi küresel egemenliğine karşı bastırılması gereken bir kalkışma olarak nitelendirilen proje Mavi Akım'dır (Gazel, 2004, s. 13). Bu projeye birlikte Türkiye'nin Rus doğal gazına bağımlılığını önemli ölçüde arttırdığını düşünen Sinan Oğan'a (2003) göre, “doğal gazda birbiri ardına imzalanan üç ayrı anlaşmayla Rusya'ya yaklaşık 2/3 oranında bağımlı olunması Ankara'nın stratejik bir hatası olarak değerlendirilebilir”. Çünkü AB Komisyonu, AB ülkelerinin tek dış kaynağa bağımlılık oranının %30'u geçmemesi gerektiğini belirtmektedir. Ayrıca, tek kaynağa yüksek bağımlılık derecesi, NATO'nun enerji güvenliği anlayışına da aykırıdır.

Nükleer gücün yanı sıra sahip olduğu hidrokarbon kaynakları, özellikle de doğal gaz rezervleri Rusya'nın dünyanın en güçlü devletleri sırasında yer almasını sağlamaktadır. 2014 yılı verilerine göre Rusya, 48 trilyon metreküplük doğal gaz rezerviyle dünyada ilk sırada yer almaktadır. Rusya'dan sonraki yerleri büyük bir farkla İran (34 trilyon metreküp), Katar (25 trilyon metreküp) ve ABD (10 trilyon metreküp) tutmaktadır (Türkiye Petrolleri, 2015, s. 19). Doğal gaz ve petrolden dakikada 380 bin dolar gelir elde eden Rusya Federasyonu, yaklaşık 300 milyar dolar döviz rezervine sahip bir devlet olmakla beraber, Rus ekonomisi de yüksek oranda hidrokarbon kaynaklarına bağımlı durumdadır (Oğan, 2007). Kenan Şahin'in (2016) de ifade ettiği gibi,

RF Federal Bütçe Gelirlerinin yaklaşık yarısı (konsolide bütçe gelirlerinin üçte biri), enerji sektöründen elde edilmektedir. Sadece Gazprom'un Federal Bütçeye katkısının günlük 1 Milyar Ruble (yaklaşık 35 milyon USD) olduğu göz önünde bulundurulursa enerjinin kamu maliyesi açısından da önemi daha açık olarak ortaya çıkmaktadır. (para. 4)

Hidrokarbon ürünlerinin ihracatı ile ilgili rakamlar da enerjinin Rus ekonomisi açısından önemini ortaya koymaktadır. Rusya Federasyonu Devlet İstatistik Kurumu verilerine göre Rusya, 2014 yılında dünya ülkelerine toplam 173 milyar metreküp doğal gaz ve 223 milyon ton ham petrol ihraç etmiştir (Rusya Federasyonu Devlet İstatistik Kurumu, 2015).

Kaynak ülke ve güzergâh çeşitliliği, her ne kadar Türkiye'nin enerji politikasının en önemli kısmını ve başlıca amacını teşkil etse de özellikle doğal gazla ilgili rakamlar, yakın dönemde bu amaca ulaşmanın ne kadar zor olduğunu göstermektedir. Türkiye, 2014 yılında 49 milyar metreküp doğal gaz ithal etmiştir ki, bu talebin %55'ni sadece bir ülkeden, Rusya Federasyonu'ndan aldığı gazla karşılamıştır (T. C. Dışişleri Bakanlığı, 2016). Görüldüğü gibi Türkiye, doğal gaza olan talebini karşılamak için büyük oranda Rus gazına muhtaçtır. Necdet A. Pamir'in (2001) de belirttiği gibi, Türkiye'nin herhangi bir ülkeye bu kadar büyük bir oranda bağımlı olması, kaynak çeşitliliği ilkesine uymadığı gibi, enerji kaynaklarının güvenliği kavramına da ters düşmektedir (s. 85-86).

Sonuç olarak, 2000'li yılların başında Türkiye'nin doğal gaz talebinin ödenmesine büyük katkı sağlayan Mavi Akım projesi, aynı zamanda ülkenin bu hidrokarbon türüne olan ihtiyacının karşılanmasında Rusya'ya olan bağımlılığını da büyük oranda artırmıştır. Ayrıca bu proje, sonraki yıllarda Ankara'yı bahse konu bağımlılıktan kurtulmak için yeni enerji projeleri gerçekleştirmek zorunda bırakmıştır ki, bunların başında da Nabucco Doğal Gaz Boru Hattı gelmektedir. Nabucco, Kafkasya ve Orta Asya doğal gazını ABD'nin tercihi doğrultusunda Rusya ve İran'ı devre dışı bırakan güzergâhlar üzerinden Avrupa ve dünya pazarlarına ulaştırmayı hedefleyen bir doğal gaz boru hattı projesidir. Proje aynı zamanda, Azerbaycan, Türkiye ve ABD'nin enerji alanındaki işbirliği sayesinde kurulan Doğu-Batı Enerji Koridoru'nun en zayıf halkası olarak nitelendirilebilir. Nitekim Doğu-Batı Enerji Koridoru'nun diğer iki ayağını oluşturan ve başarıyla gerçekleştirilen Bakü-Tiflis-Ceyhan ve Bakü-Tiflis-Erzurum projelerinden farklı olarak, Hazar ve Orta Doğu doğal gazını Türkiye üzerinden Avrupa'ya sevk edilmesini amaçlayan Nabucco projesi, başarılı bir sonuca ulaşamamıştır. Hâlbuki Türkiye'nin Avrupa Birliği açısından en önemli enerji projesi olarak değerlendirilen Nabucco, Avrupa'yı Rus gazının tekeline kurtarmak gibi büyük hedefler içermekteydi. Diğer taraftan, eğer Bakü-Tiflis-Ceyhan, ABD'nin Hazar Havzası ülkeleriyle daha geniş ekonomik ilişkiler kurma çabasının sonucu olarak değerlendirilirse, Nabucco projesiyle bu ilişkileri pekiştirmek amaçlanmıştır. Ancak Rusya'nın devreye soktuğu Güney Akım'ı ve Azerbaycan'la Türkiye arasında gerçekleştirilen TANAP gibi rakip projeler sebebiyle Nabucco projesi başarısızlıkla sonuçlanmıştır.

Eleştirel Söylem Analizi

Yukarıda da belirtildiği üzere çalışmada Eleştirel Söylem Analizi yöntemi kullanılmıştır. Eleştirel Söylem Analizi'nin ana hedefi, söylemin ideolojik içeriğini belli normatif bir standarda göre ortaya çıkarmaktır (Angermüller, 2006, s. 6). Bu yöntemin "normatif standardını" belirleyen isimler

arasında Norman Fairclough ve Teun van Dijk öne çıkmaktadırlar. Nazlı Baykal'ın (2010) da ifade ettiği gibi, Fairclough'un söylem analizi sosyal kimlik ve sosyal ilişkilerin güç ve ideoloji odaklarıncı nasıl söyleme yansıtıldığını irdeleyen bir sosyal yöntemdir. Fairclough'a (2004) göre Eleştirel Söylem Analizi modeli toplumsal yapılar, toplumsal pratikler ve toplumsal olaylar olmak üzere üç kategori ve sırasıyla bu kategorilerle bağlantılı dil, söylem düzeni ve metin olmak üzere üç öge içermektedir (s. 24).

Fairclough (1989), toplumla dil arasında dış ilişkinin mevcut olmadığını ve bir iç ilişkinin söz konusu olduğunu, daha doğrusu dilin toplumun bir parçası olduğunu varsaymaktadır (s. 23). Toplumsal olaylar ise "eylemler ve toplumsal ilişkiler", "bireylerin tanımlanması" ve "dünyanın temsilinden" oluşmaktadır (Fairclough, 2004, s. 36). Bir toplumsal pratik ağı olan söylem düzeni isim, cümle gibi dilsel yapı unsurlarından değil, söylem (*discourse*), biçem (*style*) ve türlerden (*genre*) oluşmaktadır (Fairclough, 2004, s. 24). Söylem-temsil etme yolları, biçem-varoluş yolları, türler-hareket etme yolları olarak nitelendirilmektedir. Dolayısıyla söylem analizi, söylem, biçem ve türler arasındaki ilişkileri çözümlemektedir. Bu öğeler arasındaki ilişkiyi diyalektik bir ilişki olarak tanımlayan Fairclough (2015), Eleştirel Söylem Analizi'nin tam da bu noktaya odaklandığını vurgulamaktadır (s. 137).

Fairclough'a (2015) göre ideolojinin maddi bir biçimi olan dil, ideoloji tarafından kuşatılmıştır ve söylemsel pratikler mümkün olduğunca güç ilişkilerinin sürdürülmesi ve altının oyulmasına katkıda bulunurlar (s.124, 134). Ancak ideoloji, ideolojik doğasını gizleyerek işler, bu bağlamda ideoloji doğallaşır, otomatikleşir (Fairclough, 2015, s. 134-135). Dili kuşatan bu gizli ideolojiyi bulup ortaya çıkarmaksa, Eleştirel Söylem Analizi'nin ana amaçlarından bir tanesidir.

Fairclough (1989) güç/dil ilişkisinden bahsederken sadece medya söylemindeki değil, yüz yüze konuşma ve kültürlerarası söylemdeki gücü de analize dahil etmektedir (s. 43). Yazılı basın haberlerinin çözümlenmesi için yeni bir teorik çerçeve ve model öneren van Dijk ise haber metinlerinin tüm bir toplumsal yapıyla ilişkilendirerek açıklamaya çalışmaktadır (Keskin, 2004, s. 391-392). Ayrıca, çalışma, yazılı basın haberleri üzerine yapıldığından van Dijk modeli tercih edilmiştir. Van Dijk'a (2015) göre "söylem, her birinin sonsuz şekilde birbirine bağlanabildiği, kendi kategorileri ve unsurları olan birçok düzeyde yapıyı sunduğu için oldukça karmaşıktır" (s. 51). Bu sebeple van Dijk, (2015) "pratik bir 'buldurucu'ya (*heuristic*), ideolojiyi metin ve konuşmada bulmayı sağlayan bir yöntem" sahip olmanın yararlı olacağını vurgular (s. 52). Bu yöntemlerden biri olan "söylem analizi, barizi vurgular ancak henüz medya 'mesajlarının' belli yazı ve konuşma türleri olduğunu keşfedememiştir" (Van Dijk, 2018, s. 1). Bu mesajları tam olarak okuyabilmemiz Eleştirel Söylem Analizi sayesinde mümkün olabilmektedir. S. Nalan Büyükkantarcioglu'nun (2012) ifadesiyle, "söylem çözümlemesi içinde disiplinlerarası yaklaşımlarla gelişen ve ideoloji yüklü olduğu öne sürülen dilsel yapıları dilbilim yöntemlerinden yararlanarak sistemli bir biçimde açıklamayı amaçlayan çalışmalar günümüzde Eleştirel Söylem Analizi olarak adlandırılmaktadır" (s. 166). Dolayısıyla Eleştirel Söylem Analizi, dili biçimsel olmaktan çok işlevsel açıdan ele almakta ve toplumsal bağlamdaki etkileri üzerine yoğunlaşmaktadır (Evre, 2009, s. 135). Aymil Doğan'ın (2014) ifadesiyle "eleştirel söylem çözümlemesi, dilbilimsel özelliklerin ötesine geçer ve toplumsal olguları

çalışır; bu da diğerine kıyasla daha karmaşıktır; dolayısıyla çok disiplinli ve çoklu yöntem gerektiren bir yaklaşımdır” (s. 316-317).

Van Dijk'ın formüle ettiği Eleştirel Söylem Analizi ise sosyal ve politik bir tutum olması nedeniyle bir araştırma yöntemi olarak değil, bir disiplin olarak tanımlanmaktadır. Kendine özgü bir yöntemi olmayan bu disiplin, dil bilimi, psikoloji ve sosyal bilimlerde kullanılan pek farklı yöntemi içermektedir (İnceoğlu ve Çomak, 2009, s. 33). Van Dijk'ı diğer araştırmacılardan farklı kılan, haberi yalnızca metinsel ve yapısal açıdan incelememesi, anlama ve üretim düzeylerinde de çözümleyerek açıklık getirmesidir (Ülkü, 2004). Bireylerin sosyal ve siyasal bilgileri ile dünyaya dair düşüncelerinin her gün okuyup-izledikleri haberlerden türediği kanaatinde olan van Dijk'a (2018) göre, “günlük sohbetler dışında, basın ve televizyondaki haberler kadar sıkça ve yaygınca kullanılan bir söylemsel egzersiz yoktur” (s. 2). Bu durum basındaki haberlerin Eleştirel Söylem Analizi kapsamında derinden incelenmesinin önemini ortaya koymaktadır.

Van Dijk'ın formüle ettiği (1988) Eleştirel Söylem Analizi, haberi makro ve mikro yapıya bölerek inceler. Makro yapıyı “tematik” ve “şematik” olarak ikiye ayıran van Dijk, Eleştirel Söylem Analizi'ni öncelikle bu iki aşamada gerçekleştirmektedir. Tematik analiz zamanı üst başlık, başlık, alt başlık, spot veya haber girişlerinin birbirleriyle bağlantıları sorgulanmaktadır. Tematik analizde adından da belli olduğu gibi haberin teması, konusu ön plandadır (s. 26).

Konuları, söylemin küresel anlamları olarak niteleyen van Dijk'a (2015) göre, konular tipik olarak bir söyleme ait en iyi hatırlanan bilgidir ve tematik analizde konular söylemdeki ideolojiyi ortaya koymak açısından da önem arz etmektedir: “Kendimizin iyi şeylerini ya da onların kötü şeylerini vurgulamak istiyorsak, yapacağımız ilk şey böyle bir bilgiyi konulaştırmaktır. Ve tersine olarak, bizim kötü şeylerimizi ve onların iyi şeylerini vurgulamamak istiyorsak, o zaman da böyle bir bilgiyi konulaştırmamaya eğilimli oluruz” (van Dijk, 2015, s. 54).

Dolayısıyla van Dijk, sadece haberin temasına, konusuna bakmakla gazetenin hangi ideolojiye hizmet ettiğini ve nasıl bir söylem oluşturmak istediğini anlayabileceğimizin altını çizmektedir. Diğer taraftan van Dijk, konulardaki tanım düzeyi ve ayrıntı derecesinin önemine de vurgu yapmaktadır. Bu bağlamda genel ve soyut bir ana başlık veya iyi şeylerin, ya da kötü şeylerin vurgulandığı ayrıntılı bir haber girişiyse de söylem oluşturmak mümkündür.

Şematik çözümleme yoruma dayalıdır. Bu aşamada olayın örgüsü, yapı, haberin işleniş biçimi, artalan bilgisi, cümlelerin etken ya da edilgen oluşu, özne, sıfat kullanımı ve fotoğraflar değerlendirilmektedir (İnceoğlu ve Çomak, 2009, s. 30-31). Mikro yapı ise sözdizimsel yapının, kelimeler arası bölgesel uyumun, kelime seçimlerinin ve haberin retoriklerinin çözümlenmesinden oluşur (Keskin, 2004, s. 392-393). Buradan yola çıkılarak öncelikle *Nezavisimaya Gazeta*'daki haberlerin ana başlık, alt başlık ve spot/haber girişleri, haberlerin yapısı, bağlam ve artalan bilgileri, konuyu ele alma biçimi, daha sonra ise sözcük seçimi ve genel olarak oluşturduğu söyleme odaklanılacaktır.

Nezavisimaya Gazeta'daki Haberlerin Eleştirel Söylem Analizi

Çalışma için örneklem olarak seçilen *Nezavisimaya Gazeta*, Rusya'da 1990'lı yıllarda ortaya çıkan ilk bağımsız gazetelerdendir. Bu durum, gazetenin örneklem olarak seçilmesinin esas sebeplerinden birini oluşturmaktadır. 1990 yılının Ağustos ayında Moskova Kent Konseyi tarafından kurulan *Nezavisimaya Gazeta*, aynı yılın Aralık ayında yayın hayatına başlamış, ilk sayısı 150 bin tirajla basılmıştır ("İlk sayımız iyi", 1990). Zamanla Rusya'nın en çok okunan gazeteleri arasında yer almıştır ki, gazete seçiminde bu faktör de göz önünde bulundurulmuştur.

Örnek I

Ana Başlık: "Türk Hayal Kırıklığı"

Alt başlık: "Ankara'nın Nabucco Doğal Gaz Boru Hattı'nın İnşaatına Karşı Çıkacağına Moskova'nın Beslediği Umud Her Geçen Gün Azalıyor"

Spot: "Güney Akımı doğal gaz boru hattının inşası için lobicilik faaliyetlerini sürdüren Moskova'nın beklentilerinin aksine, Ankara, alternatif Nabucco doğalgaz boru hattının döşenmesine engel olmak niyetinde değil. Dün Türkiye'nin Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Taner Yıldız, daha önce defalarca ertelenen Nabucco Projesi ile ilgili hükümetler arası anlaşmanın Temmuz ayında imzalanacağını açıkladı. Ankara'nın, bu vesileyle sadece Türk toprakları üzerinde başka bir boru hattının inşasını desteklemekle kalmayıp aynı zamanda Moskova'nın pozisyonundan memnuniyetsizliğini de göstermek istediği istisna edilmemektedir. Nitekim Türkiye, Rusya tarafının Türk mallarının Rusya Federasyonu'na ihracatını engellediğini düşünmektedir" (Kulikov, 2009).

Örnekteki haber, Hazar ve Ortadoğu doğal gazını Türkiye üzerinden Avrupa'ya sevk edilmesini öngören ve sadece Rusya'yı devre dışı bırakmakla kalmayıp, Avrupa'yı Rus doğal gaz tekelinden kurtarmayı da hedefleyen Nabucco Projesi'ni konu almaktadır. Habere konu olan olay ise Türkiye'nin o dönemki başbakanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Türkiye Avrupa Birliği'ne alınmazsa Avrupa'ya doğal gaz götüreceği olan Nabucco Projesi'ni desteklemeyeceği hakkındaki açıklamasından sonra Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Taner Yıldız'ın Nabucco Projesi'yle ilgili imzaların 2009 yılının Temmuz ayında atılacağı hakkında verdiği bilgidir. Haberde, Türkiye'nin Rusya'yı devre dışı bırakan ve bu ülkenin gerçekleştirdiği Güney Akımı Projesi'ne rakip durumda olan Nabucco Projesi'ni engellememesinden duyulan üzüntü yazıya dökülmüştür. Genelleştirme yapılan başlıkta enformasyon eksiltimine gidilmiş, Türklerin kimi, neden ve ne zaman hayal kırıklığına uğrattığına dair bilgilere yer verilmemiştir. Bu bilgilere sadece gazetenin haber girişinde ulaşmak mümkündür.

Ayrıca gazete, haberin üst yapısını "Türk" ve "hayal kırıklığı" kelimelerinden oluşturmakla okuyucularda Türkler ve Türkiye'yle ilgili olumsuz çağırışım uyandırmıştır. Nitekim, Büyük Türkçe Sözlük'te "hayal kırıklığı" ifadesi, "beklenen, arzu edilen bir şeyin gerçekleşmemesi halinde hissedilen üzüntü" şeklinde açıklanmaktadır (Doğan, 2005, s. 534). Dolayısıyla bu başlıkla gazete, "Türlere umut bağlamayın, sonunda üzülsünüz" şeklinde bir anlam oluşturmaktadır.

Spota bakıldığında haberin Türkiye'nin Enerji ve Tabii Kaynaklar Eski Bakanı Taner Yıldız'ın Nabucco Projesi'yle ilgili açıklamasından yola çıkılarak yapıldığı anlaşılmaktadır, ama Yıldız'ın bu

açıklamayı kime ve nerede yaptığı hakkında bilgiye ne spotta ne de haberin tamamında ulaşmak mümkündür.

Haberin artalan bilgisindeyse 2008 yılında Türkiye-Rusya sınırında yaşanan gümrük sorunu hatırlatılmaktadır. Gazete, bu bağlam üzerinden okuyuculara kendi varsayımlarından yola çıkarak geldiği sonucu sunmaktadır. Gazeteye göre Türkiye, Rusya'nın Türk mallarını Rusya Federasyonu'na ihracatını engellediğini düşünmekte ve bu yüzden de Nabucco Projesi'ne engel olmayarak Rusya'yı cezalandırmaktadır. Bununla da, Güney Akımı Projesi'nde Türkiye'yi kendisine ortak olarak gören Rusya'yı hayal kırıklığına uğratmış olmaktadır. Böylelikle, "Rusya Türk mallarının ülkeye girişine engel olmasaydı Nabucco Projesi de gerçekleştirilemeyecekti" şeklinde bir söylem oluşturulmaktadır.

Örnek 2

Ana Başlık: "Sam Amca İçin Boru"

Alt Başlık: "Bakü-Tiflis-Ceyhan: Özel Yatırımcılar Hala Para Vermiyor. Şimdi Bu İş ABD'ye Bağımlı Bankalar Yapacak"

Spot: "Bakü-Tiflis-Ceyhan (BTC) Boru Hattı'nın inşaatı için Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası tarafından kısa bir süre önce ayrılan 250 milyon dolar ve Dünya Bankası'nın ayırdığı aynı miktarda parayla projenin öncülerinin kumbarasında mutlu bir şekilde birleşti. Kumbarayı kırmak için daha çok erken: Azerbaycan, Gürcistan ve Türkiye topraklarından geçecek büyük borunun (1760 km) inşaat maliyeti 3.6-4.3 milyar dolar civarındadır. Üstelik bu iyimser bir tahmindir. BTC'nin gerçek özel yatırımcıları hiç olmadı ve bugün de yok. Proje, neredeyse aşılmaz olan etnopolitik, sismik ve çevresel zorluklarla doludur. Bütün bunları dikkate aldığımızda bu rakam gerekli yatırımın yedide biri kadar, yani denizde bir damla gibidir" (Orlov, 2003).

Haber, bölgede gerçekleştirilen petrol ve doğal gaz projeleri içinde Rusya'nın en çok tepkisini çeken proje olan Bakü-Tiflis-Ceyhan Ana İhraç Petrol Boru Hattı'nı konu almaktadır. Gazetenin habere attığı "Sam Amca İçin Boru" ana başlığı van Dijk'in tanımladığı küresel semantik önermeye bariz örnek teşkil etmektedir. Van Dijk'a göre bu tür büyük önermelere varabilmek için çok büyük miktarda ön bilgiye ihtiyacımız vardır (van Dijk, 2018). Örneğin, bu başlıktaki "Sam Amca" ifadesinin ne anlama geldiğini bilmek gibi. Cambridge Sözlüğü'ne göre, "Sam Amca", ABD hükümetinin beyaz sakallı ve şapkalı, uzun, ince bir adamın resmiyle temsil edilmesidir ("Uncle Sam", t.y.). Üzerinde İngilizce "Seni İstiyorum" sözleri yazılı "Sam Amca" afişleri 2. Dünya Savaşı'nda asker toplamak için vatansız bir figür olarak oluşturduğu halde, hem Rus hem de eski SSCB üyesi olan diğer ülkelerin vatandaşlarında ABD'yle ilgili olumsuz çağrışımlar uyandırmaktadır. Çünkü Soğuk Savaş döneminde "Sam Amca" afişleri SSCB'de basılan gazete ve mizah dergilerinde ABD'nin işgalci ve sömürgeci bir ülke gibi tanınması için kullanılmaktaydı. *Nezavisimaya Gazeta*, "Sam Amca" ifadesini makalenin ana başlığına taşımakla okuyucularda ABD'nin BTC Projesi'ni desteklemesinin bu ülkenin sömürgecilik siyasetinin bir parçası olduğu ve kendi çıkarlarına hizmet ettiği yönünde bir algı oluşturmaktadır.

Gazetenin alt başlığı da bir ima içerdiği için yönlendirmelidir. Alt başlıkta kullanılan "Özel Yatırımcılar Hala Para Vermiyor" cümlesi, BTC Projesi'nin finansmanı ile ilgili projenin başından

beri bir sorun olduğu imasını içermekle beraber, bu sorunun henüz ortadan kalkmadığına işaret etmektedir. Alt başlıkta kullanılan “Şimdi Bu İş ABD’ye Bağımlı Bankalar Yapacak” cümlesi ise ABD’nin kendisinden bağımlı durumda olan bankaları BTC Projesi’ne finansal destek vermeye zorlayacağı imasını içermektedir. Alt başlık ana başlığa uyum sağlama ve makalenin üst yapı düzenlemesi, okuyucularda “BTC sadece Sam Amca’nın, yani Amerika’nın işine yarayan bir hattır ve ABD bu hattın inşası için her yolu deneyecektir” şeklinde bir kanı oluşturmaktadır.

Spotta haberin giriş kısmında kullanılan dil ise haber dili olmaktan uzaktır. Yazar, kesin ve net ifadeler kullanmak yerine, kuşkuya yer veren ve anlam belirsizliğine sebep olan karmaşık bir cümle yapısından faydalanmıştır. Haberin başlık kısmında olduğu gibi spotu da semantik kavramlar açısından zengindir. Spotta varsayım, iddia ve çağrışım gibi çeşitli ima türlerinden yararlanılmıştır: “kumbara”, “kumbarayı kırmak”, “denizde damla” gibi. Gazete, BTC Projesi’nin hem önceden, hem de şimdi gerçek özel yatırımcılarının mevcut olmadığı hakkındaki varsayımını da spottan okuyucularla paylaşmayı tercih etmiştir. Projenin “neredeyse aşılmaz olan etnopolitik, sismik ve çevresel zorluklarla dolu” olduğunu iddia eden gazete, BTC’ye ayrılan para için de “denizde bir damla” benzetmesinde bulunmuştur. Böylelikle gazete, bu haberin ana başlık, alt başlık ve spottan oluşan üst yapı düzenlemesi ile okuyucularda BTC Projesi’nin sadece ABD’nin bölgedeki nüfuzunun güçlendirilmesine yarayıp mali güvencesi olmayan bir proje olduğu şeklinde bir algı oluşturmaktadır.

Örnek 3

Ana Başlık: “Bakü ile Ankara’nın Arasından Irak Kedisi Geçti”

Alt Başlık: Yok

Spot: “Azerbaycan, bu hafta stratejik ortağı ve en yakın müttefiki olan Türkiye ile nihayet kavga etti. Bilindiği üzere Ankara, Saddam Hüseyin rejimini devirmek için bir operasyon gerçekleştirmek amacıyla Amerikan ordusunun ve askeri teçhizatının bir bölümünün Türk topraklarında bulundurulması teklifini reddetmekle Washington’u memnun etmemişti. Bakü ise yeni stratejik ortağı olan ABD için “Türk inatçılığının maliyetini” sevinçle telafi etti. Çatışmanın doruk noktası Mart sonu için planlanan Bakü-Tiflis-Erzurum Boru Hattı’nın temel atma töreninin ertelenmesi oldu. Oysaki Azerbaycan, Gürcistan ve Türkiye cumhurbaşkanları ellerinde bir kürekle temel atma törenini şereflelendirmeliydiler. Şimdilik onlar için hazırlanan araç gereçler belirsiz bir süre için rafa kaldırıldı, boru bekler nasıl olsa...” (Hüseynov, 2003).

Doğu-Batı Enerji Koridoru’nun Bakü-Tiflis-Ceyhan’dan sonra ikinci halkasını oluşturan Bakü-Tiflis-Erzurum Doğal Gaz Boru Hattı’nı konu alan bu haberin ana başlığı düz değil, yönlendirmelidir ve ima içermektedir. Nitekim, “Aralarından Irak kedisi geçti” başlığı iki dostun birbirine güvenmesi ve aralarına soğukluk girmesi anlamında kullanılan “aralarına kara kedi girmek” deyimini çağrıştırmaktadır (“Aralarına kara kedi”, t.y.). Gazete, bu başlığı tercih etmekle Irak yüzünden Azerbaycan ile Türkiye’nin arasının bozulduğu imasında bulunmaktadır.

Haberin giriş kısmında yer alan ilk cümledeki “nihayet” kelimesi dikkat çekicidir. Gazete, bu kelimeyi kullanmakla stratejik ortak ve yakın müttefik olan Azerbaycan ile Türkiye’nin

dostluklarının uzun zamandan beri bozulması beklenen ve nihayet gerçekleşen bir olay olduğu kanaatini oluşturmaktadır. Ayrıca gazete, Bakü-Tiflis-Erzurum Boru Hattı'nın temel atma töreninin ertelenme sebebini Türkiye'nin ABD'nin Saddam Hüseyin rejimini devirmek için bir operasyon gerçekleştirmek amacıyla Amerikan ordusunun ve askeri teçhizatının bir bölümünün Türk topraklarında bulundurulması teklifini reddetmesine bağlayarak haber özeti yerine kendi varsayımını okuyucularına spottan sunmuştur. Dolayısıyla, gazetenin iddiasına göre Türkiye ile Azerbaycan arasında bu sebeple yaşanan soğukluk nedeniyle BTE Boru Hattı'nın temel atma töreni belirsiz bir süre için ertelenmiştir. Böylelikle, kendi varsayımlarını ironik bir dille okuyucuya haber özeti yerine sunan gazete, “Türk inatçılığının maliyeti”, “sevinçle telafi etmek”, “ellerinde kürekle şerefleştirmek”, “boru bekler nasıl olsa” şeklinde, haber diline uymayan ifadeler kullanmaktan da kaçınmamıştır.

Haberde Azerbaycan ile Türkiye için “dünkü dostlar” tabirini kullanan gazete, okuyucularında iki ülkenin ilişkilerinin tamamen bozulduğu ve geri dönüşü olmayan bir yola girildiğiyle ilgili bir kanaat oluşturmak istemiştir. Aynı zamanda Türkiye ile ABD'nin Irak meselesi yüzünden arasının açık olduğunu iddia eden gazete, Azerbaycan'ın bu fırsattan yararlanarak, ABD'ye yaklaştığına dair kanı oluşturmaktadır. Sonuç olarak, *Nezavisimaya Gazeta*'nın bahse konu haberi nesnellikten uzaktır ve tamamen subjektif değerlendirmeler üzerine kurulmuştur.

Örnek 4

Ana Başlık: “Bakü Nabucco'yu Gömdü”

Alt Başlık: “Azerbaycan Avrupa'ya Kendi Boru Hattını Döşeyecek”

Spot: “Bugün, İstanbul'da Türkiye ile Azerbaycan arasında Trans-Anadolu Doğal Gaz Boru Hattı (TANAP) mutabakat zaptının imzalanması bekleniyor. Bu arada, Azerbaycan bu hat üzerinden doğalgazı kendi boruları ile Avrupa'ya taşıyacak. Yeni doğalgaz boru hattı bir zamanlar Azerbaycan'ın da katıldığı Nabucco projesine gerçek bir alternatif olacak. İmza atma törenine Türkiye Başbakanı Recep Tayyip Erdoğan ve Azerbaycan Cumhurbaşkanı İlham Aliyev'in katılacağı bekleniyor.” (Memmedov, 2012).

Bu haberin ana başlığı ile metni birbirine uymamaktadır. “Bakü Nabucco'yu Gömdü” ana başlığıyla sunulan haberde TANAP Projesi'nin imzalanma töreninden ve detaylarından bahsedilmektedir. Nabucco kelimesine ise sadece haberin giriş kısmında bir defa değinilmekte, TANAP'ın Nabucco'ya alternatif bir proje olmasından bahsedilmektedir. Baştan sona TANAP Projesi'ni konu alan habere “Bakü Nabucco'yu Gömdü” ana başlığını atmakla gazete, Rusya'yı devre dışı bırakan TANAP Projesi'nin imzalanma töreninin ana başlığa çıkarılacak kadar önemli bir olay olmadığına vurgu yapmaktadır. Öte yandan Nabucco Projesi'nin iptal edilmesine Azerbaycan'la Türkiye arasında imzalanan Trans-Anadolu Doğal Gaz Boru Hattı Projesi'nin neden olduğunun altı çizilmektedir.

Sonuç

Soğuk Savaş'ın sona ermesi ve SSCB'nin dağılması beş yüz yılı aşkın bir süre dünya iktidarının merkezi sayılan Avrasya'nın ve tüm dünya düzeninin değişmesi, Yeni Dünya Düzeni kavramının ortaya çıkmasıyla sonuçlandı. SSCB'nin dağılmasıyla dünyada başlayan değişim sürecinden en çok etkilenen ülkeler arasında Türkiye de vardı. Nitekim, Sovyetler'in dağılmasıyla birlikte komünizm ideolojisi de ortadan kalkmış ve bu ideolojinin dünyada yayılmaması için Sovyetler'le mücadele eden NATO'nun amaç ve görevleri sorgulanmaya ve yeniden değerlendirilmeye başlanmıştı. Dolayısıyla NATO müttefiklerinden biri olan ve kurumun Sovyetler'e karşı koruyucu kalkan görevini üstlenmiş Türkiye'nin de şimdiye kadar sahip olduğu mühim stratejik değeri artık kaybettiği düşünölmeye başlanmıştı. Ancak çok önemli bir nokta göz ardı edilmişti: SSCB'nin çöküşünün ardından, bu coğrafyada bağımsızlığını ilan etmiş on beş cumhuriyetten beşi (Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Türkmenistan), Türkiye Türkleriyle aynı dili konuşan, aynı dine inanan ve ortak tarihi ve kültürel değerlere sahip Türk cumhuriyetleriydi. İdris Bal'ın (2008) da ifade ettiği gibi, "bu yeni oluşum, Türkiye'nin Soğuk Savaş'tan sonra da bölgede stratejik bir pozisyona sahip olduğunu onayladı, çünkü Müslüman nüfuslu cumhuriyetlerin bağımsız devletler olarak ortaya çıkışı Türkiye'ye Batı için hâlâ önemli olduğunu gösterme fırsatını vermektedir" (s. 206).

SSCB'nin çöküşünden sonra niteliği değiştirilip yeniden yapılandırılarak varlığını sürdüren NATO'nun enerji kaynaklarının bulunduğu bölgelere doğru genişlemesi stratejisi, Türkiye'nin bölgedeki liderlik konumunu daha da güçlendirmiştir. Nitekim Sovyet boyunduruğundan kurtulan ve bağımsızlığını ilan eden beş Türk cumhuriyetinden dördü (Azerbaycan, Kazakistan, Türkmenistan, Özbekistan) dünyanın en zengin petrol ve doğal gaz kaynaklarına sahip ülkelerinin listesinde yer almaya başlamıştır. Dünyada yeni enerji zengini ülkeler olarak tanınmaya başlayan bu cumhuriyetlere kardeş ülke olan Türkiye, Kafkasya ve Orta Asya bölgesinde gerçekleştirilen enerji projelerinin de aktif katılımcısına dönüşmüştür.

Bütün bunların yanında hesaba katılması gereken Rusya faktörüdür. SSCB'nin 1991 yılında dağılmış olup bu birliğin bünyesinde yer alan cumhuriyetler bağımsızlıklarına kavuşmuş olmalarına rağmen 2000'li yıllarda bile Rusya, eski Sovyet cumhuriyetlerini hala "arka bahçesi" olarak görmeye devam etmiştir. Rusya, bu çelişik durumu, ortaya attığı Yakın Çevre Doktrin'iyle izah etmeye çalışarak bu doktrin çerçevesinde Eski Sovyet cumhuriyetlerini dış politikasının öncelikli etki alanı ilan etmiştir. Rusya'nın Ukrayna'nın NATO üyeliği ve AB'yle yakınlaşmasını engelleme çabası olarak ortaya çıkan Kırım krizi bu ülkenin SSCB cumhuriyetlerini hala "arka bahçesi" olarak görmesinin siyasi alana yansımalarına bir örnek teşkil etmektedir. Ekonomik alanda da aynı tutumu sergileyen Rusya; Azerbaycan, Türkmenistan, Kazakistan gibi hidrokarbon zengini cumhuriyetlerin sahip oldukları enerji kaynaklarını eskiden Rusya'nın belirlediği, şimdilerde ise bu ülkeyi devredışı bırakan güzergahlar üzerinden Batı'ya taşınmasına tahammülsüzlük göstermiştir. Diğer taraftan, SSCB'nin çöküşünün ardından bu coğrafyada bağımsızlığını ilan eden 15 cumhuriyetten beşi (Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Türkmenistan) Türkiye Türkleriyle aynı dine inanan, aynı dili konuşan ve ortak tarihi ve kültürel değerlere sahip Türk cumhuriyetleriydi. Bu yeni oluşum, Türkiye'nin Rusya'ya rağmen bölgede stratejik bir pozisyona sahip olduğunu onaylamıştır. Üstelik başta ABD olmak üzere bölgede Hazar'ın enerji kaynaklarının kontrolünü ele geçirmek uğruna

adına “Yeni Büyük Oyun” denilen mücadelenin başlatılması, bu bölgenin stratejik önemini daha da artırmıştır. Diğer taraftan, ABD, Hazar enerji kaynaklarının, SSCB döneminde neredeyse tamamı Rusya topraklarından geçen boru hatlarıyla değil, Rusya’yı devre dışı bırakan hatlarla taşınması amacıyla “çoklu boru hattı” politikasını ileri sürerek, yeni enerji projelerine destek vermeye başlamıştır ki, Türkiye de bu projelerin katılımcıları arasında, dolayısıyla Rusya’nın karşısında yerini almıştır. Böylelikle, “Türkiye, Rusya’yı bölgesel etkiden dışlayacak araçlara sahip değilken, kurulan yeni cumhuriyetlerin Rusya’yla yeniden bütünleşmeye direnme iradelerini ve yeterliliklerini güçlendirerek bölgenin jeopolitik geleceğinin önünün açık olmasını sağlamıştır” (Brzezinski, 1998, s. 134).

Bahse konu projelerin başında gelen BTC’nin yanı sıra, ABD’nin “çoklu boru hattı” politikası çerçevesinde destek verdiği ve bu makalenin odak noktası olan Nabucco, BTE ve TANAP projelerini de Rusya’ya karşı işbirliği şeklinde algılayan bu ülkenin iktidar temsilcileri, zaman zaman söz konusu projeleri sert bir dille eleştirmekten çekinmemişler. Örneğin, Rusya’nın Dışişleri Bakanı İgor İvanov “2002 yılının Eylül ayında Bakü-Tiflis-Ceyhan’ının temel atma töreni arifesinde yaptığı açıklamada ‘kârsız proje’ olarak nitelendirdiği BTC’yi, ‘tarihsel çıkarlarının olduğu bölgelerde Rusya’nın dışlanma çabası’ şeklinde değerlendirmiş ve buna tahammül etmeyeceklerini söylemiştir” (Pavlyuk, 2002).

Dünyanın en büyük doğal gaz ihraç eden ülkesi olan Rusya, bölgede gerçekleştirilen doğal gaz projelerine de aynı şekilde tepki göstermiştir. Söz gelimi, bu ülkenin topraklarından geçmeyen Nabucco Doğal Gaz Boru Hattı Projesi’ni kendisine meydan okuma çabası şeklinde algılayan Rusya, projenin hayata geçmemesi için yoğun girişimlerde bulunmuştur. Öyle ki, Rusya’nın iktidar temsilcileri Nabucco’yu “sanal”, “efsanevi” ve “uğursuz” bir proje olarak adlandırmaktan bile çekinmemişlerdir. Projenin imzalandığı dönemde “Nabucco’yu dolduracak doğal gazın bulunmasının mümkün olmadığını iddia eden dönemin Başbakanı Vladimir Putin, ‘eğer birileri toprağı kazıp boru hattı inşa etmek istiyorsa devam etsinler, bizim için sorun değil’ sözleriyle alaycı şekilde projenin geleceğinin olmadığını ima etmiştir” (“Nabucco projesi nedir?”, 2009).

Eleştirel Söylem Analizi metoduyla yapılan bu çalışmada, eski SSCB cumhuriyetlerinin sahip oldukları petrol ve doğal gazı Rusya’ya alternatif güzergahlar üzerinden, dolayısıyla Türkiye topraklarından geçerek dünya pazarına çıkarmalarıyla barışamayan Rusya’nın bu hoşnutsuzluğunun *Nezavisimaya Gazeta*’nın söz konusu enerji projeleriyle ilgili haberlerine de yansıdığı sonucu ortaya çıkmıştır. Yukarıdaki örneklerden de görüldüğü üzere gazete, enerji projelerini hem ana başlık, alt başlık, haber girişi, hem de sözcük seçimi, bağlam ve artalan bilgileri ile olayların ele alınış biçimi üzerinden okuyuculara nesnellikten uzak ve taraflı bir şekilde sunarak Rusya hükümetinde temsil olunanlarla paralel bir söylem inşa etmiştir.

Eleştirel Söylem Analizine tabi tutularak yapılan değerlendirmelerde kelime seçimi en önemli etkenlerden bir tanesidir. Çünkü Edward S. Herman’ın (2004) da belirttiği gibi, kitle iletişim araçlarında sözcüklerin anlamı, yan anlamları ve kullanılmaları elastiktir, mücadele sürecinde değişir ve dilin bir çelişki ve mücadele arenası olduğunu göstermektedir (s. 270). Dolayısıyla, basın organının bilgiyi aktarmak için tercih ettiği kelimeler, hem gazetenin ideolojisi hem de inşa etmek istediği söylem açısından önemlidir. Bu bağlamda *Nezavisimaya Gazeta*’nın haberlerde kullandığı

bazı kelimeler dikkat çekmektedir. Örneğin, gazete enerji projelerinden bahsederken “boru hattı projesi” yerine sadece “boru” kelimesini kullanmayı yeğlemiştir ki, bu da bahse konu işbirliklerini hafife alma, küçültme, gözden düşürme amacı taşımaktadır. Petrol ve doğal gaz haberlerinin başlıklarında en çok kullanılan kelimelerden bir tanesi olan *truba* kelimesi Türkçeye “uzun, içi boş bir nesne”, “baca”, “trompet” şeklinde çevrilmektedir (Bayram, 2014, s. 309). *Nezavisimaya Gazeta*, haber başlıklarında boru kelimesini farklı anlamlarda kullanarak, boru sözcüğüyle kelime oyunu yapmakla kalmamış, yer yer bu kelimeyi kinayeli ve alaycı tutumda kullanmaktan da çekinmemiştir.

Nezavisimaya Gazeta, aynı şekilde “oyun” kelimesini de farklı anlamlarda kullanmakla Türkiye'nin ortak olduğu uluslararası enerji projelerini enerji kaynakları uğruna oynanan jeopolitik birer oyun şeklinde algılatma çabasına girmiştir. “Oyun” sözcüğünü ana başlık, başlık, haber girişleri ve haber metinlerinde sık sık kullanan gazete, yer yer bu kelimeyi “koz”, “ikramiye”, “iskambil kağıdı”, “yenmek”, “yenilgi”, “rakip” ve “rekabet” kelimeleri ile yan yana getirmekle “oyun” çağrışımını daha da kuvvetlendirmiştir. Bununla da söz konusu projelerin AB ve ABD'nin Hazar'ın enerji kaynakları uğruna başlattığı ve Rusya'ya karşı oynanan siyasi bir oyun, Türkiye, Azerbaycan, Kazakistan, Türkmenistan gibi ülkelerin de bu oyunun oyuncularını olması şeklinde söylem oluşturmuştur.

Nezavisimaya Gazeta'nın Türkiye'nin de katılımcısı olduğu enerji projelerini konu alan haberlere attığı başlıklarda metne dair bilgiler çoğunlukla açıkça ifade edilmemekte, ima edilmektedir. Aynı zamanda, haber başlıklarında çoğunlukla genelleştirme yapıldığı ve enformasyon eksiltimine gidildiği, yer, zaman gibi bilgilere rast gelinmediği, böylelikle de tek başına habere konu olan olayı tanımlamada yetersiz kaldığını söylemek mümkündür. Gazetenin haber başlıkları ağırlıklı olarak ideolojik anlamlarla yüklüdür ve çarpıcı ifadeler içermektedir. Spot/haber girişlerinde *Nezavisimaya Gazeta*, enerji haberlerinde ağırlıklı olarak Rusya'nın iktidar temsilcilerinin, güç sahibi kurum ve kuruluşlarının yöneticilerinin konuşmalarından alıntılarını vermekle okuyuculara söz konusu projeleri egemen ideoloji süzgecinden geçirerek tanıtmış, bu yolla bir söylem oluşturmuştur. Yapılan söylem analizi sonucunda, Rusya'nın ilk bağımsız gazetesi olan ve adı Türkçeye ‘bağımsız gazete’ olarak çevrilebilecek *Nezavisimaya Gazeta*'nın, enerji haberlerinin sunumunda bağımsız bir duruş sergileyemediği ortaya çıkmaktadır. Gazete, yayınladığı haberlerin başlık, spot ve içeriğiyle devletin konuya ilişkin tutumuna paralel bir tutum sergilemiştir. Sonuç olarak, *Nezavisimaya Gazeta*'da Türkiye'nin enerji politikaları bağlamında söz konusu uluslararası enerji projelerinin temsilinin ana amacı, okuyuculara bu projelerle ilgili bilgi vermek değil, onlarda bahse konu boru hatlarının Rusya'nın iktisadi ve politik çıkarlarına ters düştüğünü dikte eden devlet ideolojisi doğrultusunda kanaat oluşturmaktır.

Kaynakça

- Angermüller, J. (2006). Avrupa'da söylem çözümlemesi. K. Yoğurtçu (Çev.). 28.01.2018 tarihinde http://www.academia.edu/16774530/Avrupada_S%C3%B6ylem_%C3%87%C3%B6z%C3%BCmlmesi-Johannes_Angerm%C3%BCller_adresinden_edinilmiştir.
- Aralarına kara kedi girmek. (t.y.) Güncel Türkçe Sözlük. 10.01.2018 tarihinde http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&kelime=aralar%C4%B1na%20kara%20kedi%20girmek&cesit=20&guid=TDK.GTS.55d340c2913568.28965980_adresinden_edinilmiştir.
- Bal, İ. (2008). *ABD politikaları ve Türkiye*. Ankara: Lalezar Kitabevi.
- Baykal, N. (2010). 6'ya 5'mi, 10'a 1 mi?: Politik söylem çözümlemesi. *Dilbilim Araştırmaları Dergisi*, s. 1-17.
- Bayram, A. (2014). *Ruşça-Türkçe sözlük*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Beat, M. (2001). Türk-Rus ilişkileri – 1991-2001. *Stratejik Analiz*, 2(19), s. 117-130.
- Brzezinski, Z. (1998). *Büyük satranç tahtası: Amerika'nın önceliği ve bunun jeostratejik gerekleri*. E. Dikbaş ve E. Kocabıyık (Çev.). İstanbul: Sabah Kitapları.
- Büyükkantarcıoğlu, S. N. (2012). Söylem incelemelerinde eleştirel dilbilimsel boyut: Eleştirel söylem çözümlemesi ve ötesi. Ö. Özer (Ed.), *Haber eleştirmek: Araştırma alanlarına göre eleştirel haber çalışmaları* içinde. Konya: Literatürk.
- Çeçen, A. (2017). Avrasya'da Türkiye ve Rusya. 7. *Uluslararası Karadeniz Sempozyumu: "Türk-Rus İlişkileri"* içinde (s. 42-47). 12.05.2018 tarihinde http://karasam.giresun.edu.tr/fileadmin/user_upload/duyurular_pics/2018/karasam_I.CILT.pdf_adresinden_edinilmiştir.
- van Dijk, T. (1988). *News As Discourse*. 13.01.2018 tarihinde http://www.discourses.org/OldBooks/Teun%20A%20van%20Dijk%20-20News%20as%20Discourse.pdf_adresinden_edinilmiştir.
- van Dijk, T. (2015). Söylem ve ideoloji: Çokalanlı bir yaklaşım. B. Çoban ve Z. Özarlan (Haz.), *Söylem ve İdeoloji: Mitoloji, Din, İdeoloji* içinde (s. 15-97). İstanbul: Su Yayınları.
- van Dijk, T. (2018). *Haberlerin söylem olarak disiplinlerarası incelenmesi*. 10.01.2018 tarihinde http://www.nefretsoylemi.org/resimler/200911199701959490.pdf_adresinden_edinilmiştir.
- Doğan, A. (2014). *Sözlü ve yazılı çeviri odaklı söylem çözümlemesi*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Doğan, D. M. (2005). *Büyük Türkçe sözlük: Türkçe Osmanlıca yabancı dillerden Türkçeye geçen ve en çok kullanılan kelimeler*. İstanbul: Pınar Yayınları.
- Dokuzlar, B. (2006). *Dünya güç dengesinde yeni silah doğalgaz: Orta Asya'dan-Avrupa'ya*. İstanbul: IQ Kültür Sanat Yayıncılık.
- Doster, B. (2014). Türkiye'nin enerjide dışa bağımlılığının Türkiye-Rusya ilişkilerine etkileri. 05.12.2016 tarihinde http://www.bilgesam.org/Images/Dokumanlar/0-327-2014122946guvenlik_kongresi_bildirileri-38.pdf_adresinden_edinilmiştir.
- Dünya Enerji Konseyi Türk Milli Komitesi. (2007). *Petrol ve Doğal Gaz Çalışma Grubu Raporu*. Ankara. 17.03.2016 tarihinde https://www.dunyaenerji.org.tr/wp-content/uploads/2017/10/dogalgaz_raporu_304.pdf_adresinden_edinilmiştir.
- Efeğil, E. (2000). Washington'un Hazar Havzası politikası ve Türkiye. *Avrasya Dosyası*, 6(2), s. 187-203.
- Erşen, E. (2011). Turkish-Russian relations in the new century. Ö. Z. Oktav (Ed.), *Turkey in the 21st century: Quest for a new foreign policy* içinde (s. 95-114). Burlington: Ashgate.
- Evre, B. (2009). Söylem analizine yönelik farklı yaklaşımlar. İ. Parlak (Ed.), *Medyada gerçeğin inşası: Türk medya söylemine bir bakış* içinde (s. 107-152). Konya: Çizgi.
- Fairclough, N. (1989). *Language and power*. Londra ve New York: Longman.
- Fairclough, N. (2004). *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. Londra ve New York: Routledge.

- Fairclough, N. (2015). Dil ve ideoloji. B. Çoban ve Z. Özarslan (Haz.), *Söylem ve ideoloji*
- Gazel, F. (2004). *Mavi Akım: Avrasya'da çözümsüzlüğün öyküsü*. İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Gazprom. (2016). *Mavi Akım*. 14.03.2016 tarihinde <http://www.gazprom.ru/about/production/projects/pipelines/active/blue-stream> adresinden edinilmiştir.
- Gürler, A. Y. (2017). Avrasya'da Türkiye ve Rusya. 7. *Uluslararası Karadeniz Sempozyumu: "Türk-Rus İlişkileri"* içinde (s. 28-35). 12.05.2018 tarihinde http://karasam.giresun.edu.tr/fileadmin/user_upload/duyurular_pics/2018/karasam_I.CILT.pdf adresinden edinilmiştir.
- Herman, E. S. (2004). Kelime hileleri ve propaganda. N. Chomsky, E. S. Herman, D. Peterson ve J. Podor (Ed.), *Medyanın kamuoyu imalatı: Medyanın tekelleşmesi, kitlelerin yönlendirilişi ve zorunlu itaat* içinde (s. 76-89). İstanbul: Chiviyazıları Yayınevi.
- Hasanov, A. (2012). *Jeopolitik: Teorileri, metodolojisi, aktörleri, tarihi, karakteristiği, kavramları*. İstanbul: Babiali Kültür Yayıncılığı.
- Hüseynov, A. (2003, 4 Nisan). Bakü ile Ankara'nın arasından Irak kedisi geçti. *Nezavisimaya Gazeta*, s. 8.
- İlk sayımız iyi oldu. (1990, 24 Aralık). Kommersant. 21.12.2017 tarihinde <https://www.kommersant.ru/doc/266939> adresinden edinilmiştir.
- İnceoğlu, G. Y ve Çomak, A. N. (2009). *Metin çözümlenmeleri*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Keskin, E. Z. (2004). Türkiye'de haber incelemelerinde van Dijk yöntemi. Ç. Dursun (Der.), *Haber, hakikat ve iktidar ilişkisi* içinde (s. 391-405). İstanbul: Kesit.
- Kulikov, S. (2009, 18 Haziran). Türk hayal kırıklığı. *Nezavisimaya Gazeta*, s. 12.
- Kulebi, A. (2018). İhmal edilmiş seçenek: Türk Avrasyacılığı. 10.05.2018 tarihinde <http://savunmavestrateji.blogcu.com/ihmal-edilmis-secenek-turk-avrasyaciligi-ali-kulebi/478945> adresinden edinilmiştir.
- Memmedov, S. (2012, 26 Haziran). Bakü Nabucco'yu Gömdü. *Nezavisimaya Gazeta*, s. 8.
- Nabucco projesi nedir? Ne değildir? (2009, 12 Temmuz). NTV. 11 Nisan 2016 tarihinde http://www.ntv.com.tr/dunya/nabucco-projesi-nedir-nedegildir,J5DBIv_eD02BGGYaWBWN8w adresinden edinilmiştir.
- Oğan, S. (2003). Mavi Akım Projesi: Bir enerji stratejisi ve stratejisizliği örneği. *Stradigma Strateji ve Analiz E-Dergisi*, (7). 26.04.2016 tarihinde <http://www.emreozgur.com/Mavi.pdf> adresinden edinilmiştir.
- Oğan, S. (2007). *Enerji stratejisinden mahrum bir ülke*. 28.04.2018 tarihinde <http://www.turksam.org/tr/makale-detay/503-enerji-stratejisinden-mahrum-bir-ulke> adresinden edinilmiştir.
- Orlov, D. (2003, 26 Aralık). Sam Amca için boru. *Nezavisimaya Gazeta*, s. 8.
- Özder, A. (2013). Avrasya kavramı ve önemi. *Avrasya İncelemeleri Dergisi*, 2(2), (s. 65-88).
- Özer, U. (2012). Soğuk Savaş sonrası dönemde TBMM milletvekillerinin gözünden Türkiye-Rusya Federasyonu ilişkileri. Y. Okay (Ed.), *Türk-Rus ilişkileri üzerine makaleler* içinde (s. 87-114). İstanbul: Doğu Kitabevi.
- Pamir, N. A. (2001). Dünyada ve Türkiye'de enerji güvenliği. *Stratejik Analiz*, 1(12), s. 77-87.
- Pavlyuk, İ. (2002, 18 Eylül). Bakü-Tiflis-Ceyhan Boru Hattı'nın inşasına başlandı. *Podrobnosti*. 10.03.2015 tarihinde <http://podrobnosti.ua/36745-nachalos-stroitelstvo-truboprovoda-baku-tbilisi-dzhejhan.html> adresinden edinilmiştir.
- Rusya Federasyonu Devlet İstatistik Kurumu. (2015). *Rakamlarla Rusya, Rusya Federasyonu önemli malların ihracatı raporu*. 14.12.2017 tarihinde http://www.gks.ru/bgd/regl/b15_11/IssWWW.exe/Stg/d02/27-15.htm adresinden edinilmiştir.
- Şahin, K. (2016). Rusya Federasyonu enerji sektörünün yapısı, sektörde yaşanan gelişmeler ve Rusya Federasyonu'nun G-8 başkanlığı. 29.03.2016 tarihinde http://www.mfa.gov.tr/rusya-federasyonu-enerji-sektorunun-yapisi_-sektorde-yasanan-gelismeler-ve-rusya-federasyonu_nun-g-8-baskanligi-.tr.mfa adresinden edinilmiştir.

- T.C. Dışişleri Bakanlığı. (2016). Türkiye'nin enerji profili ve stratejisi. 23.02.2016 tarihinde http://www.mfa.gov.tr/turkiye_nin-enerji-stratejisi.tr.mfa adresinden edinilmiştir.
- T.C. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı. (2016). Uluslararası boru hatları ve boru hattı projeleri. 11.04.2016 tarihinde <http://www.enerji.gov.tr/tr-TR/Sayfalar/Uluslararası-Boru-Hatlari-ve-Boru-Hatti-Projeleri> adresinden edinilmiştir.
- T.C. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı. (2017a). *Petrol*. 14.12.2017 tarihinde <http://www.enerji.gov.tr/tr-TR/Sayfalar/Petrol> adresinden edinilmiştir.
- T.C. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı. (2017b). *Doğal Gaz*. 14.12.2017 tarihinde <http://www.enerji.gov.tr/tr-TR/Sayfalar/Dogal-Gaz> adresinden edinilmiştir.
- T.C. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı. (2018). Doğal gaz boru hatları ve projeleri: Rusya-Türkiye doğal gaz boru hattı (Batı hattı). 11.02.2018 tarihinde <http://www.enerji.gov.tr/tr-TR/Sayfalar/Dogal-Gaz-Boru-Hatlari-ve-Projeleri> adresinden edinilmiştir.
- Türkiye ekonomisi üçüncü çeyrekte çift haneli büyüdü. (2017, 11 Aralık). Deutsche Welle Türkçe. 10.04.2018 tarihinde <http://www.dw.com/tr/turkiye-ekonomisi-ucuncu-çeyrekte-cift-haneli-büyüdü/a-41737486> adresinden edinilmiştir.
- Türkiye Petrolleri. (2015). *Ham petrol ve doğalgaz sektör raporu 2015*. 26.04.2016 tarihinde http://www.enerji.gov.tr/File/?path=ROOT%2F1%2FDocuments%2FSekt%C3%B6r+Raporu%2FHP_DG_SEKTOR_RPR.pdf adresinden edinilmiştir.
- Türkiye Petrolleri. (2016). *Ham petrol ve doğalgaz raporu 2016*. 10.01.18 tarihinde http://www.enerji.gov.tr/File/?path=ROOT%2F1%2FDocuments%2FSekt%C3%B6r%20Raporu%2FTP_HAM_PETROL-DOGAL_GAZ_SEKTOR_RAPORU__2015.pdf adresinden edinilmiştir.
- Uncle Sam. (t.y.). *Cambridge Online Dictionary*. 26.03.2017 tarihinde <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/uncle-sam> adresinden edinilmiştir.
- Ülkü, G. (2004). Söylem çözümlemesinde yöntem sorunu ve van Dijk yöntemi. Ç. Dursun (Der.), *Haber, hakikat ve iktidar ilişkisi* içinde (s. 371-391). İstanbul: Kesit Tanıtım Ltd.şti.
- Ültanır, M. Ö. (1997). Türkiye'nin enerji politikalarının oluşturulmasında enerji enstitüsüne ve enerji şurasına gerek vardır. *Türkiye 7. Enerji Kongresi. Enerji Politikaları ve Planlama, Cilt 1* içinde (s. 55-70). Ankara: Orta Doğu Teknik Üniversitesi.
- Yılmaz, S. (2015). Yeni Avrasyacılık ve Rusya. *Soyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, (34), s. 111-120. 10.05.2018 tarihinde <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/452480> adresinden edinilmiştir

Türkiye’de Mülteci Krizinde “Web Sitelerinin” Kullanımı: Suriyeli Mültecilerle İlgili Web Sitelerinin Karşılaştırmalı Analizi

Use of the “Websites” in the Refugee Crisis in Turkey: A Comparative Analysis of Web Sites
Related to Syrian Refugees

Selma KOÇ AKGÜL*
Betül PAZARBAŞI**
Murathan BİRİNCİ***

Öz

Bu çalışma, Türkiye’deki mültecilerle ilgili olarak görev yapan ulusal ve uluslararası yardım kuruluşlarının internet üzerinden yürütmüş oldukları faaliyetlere odaklanmaktadır. Ampirik analiz, Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD), İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü, Uluslararası Mülteciler Yüksek Komiserliği’nin (UNHCR) Türkiye şubesi ve Mültecilerle Dayanışma Derneği’nin (Mülteci-Der) resmi web sitelerini kapsamakta olup şu soruların yanıtı aranmaktadır: Resmi web siteleri öncelikle kime, ne tür bilgi sağlamakta, nasıl dizayn edilmekte ve mülteci sorunlarının çözümüne ilişkin belirlenen politikaları nasıl yansıtmaktadır? Söz konusu resmi web siteleri enformasyon akışı ve bilgi paylaşımı açısından mültecilerin topluma entegrasyonunu sağlayacak yeterli ve etkin iletişim olanaklarını kullanıcılarına sunmakta mıdır? Web siteleri; Rachel K. Gibson, Michael Margolis, David Resnick ve Stephen J. Ward tarafından siyasi partilerin web sitelerinin analizinde kullanılan “web site analiz ölçeği” kullanılarak analiz edilmiştir. Kuruluşların resmi web siteleri 1-28 Şubat 2018 tarihinde incelenmiş, siteler fonksiyon ve sunum özellikleri sağlama kapasitelerine göre puanlandırılmıştır. Araştırmada, enformasyon akışı ve paylaşımı açısından Türkiye’nin resmi kurumları olan AFAD ve Göç İdaresi web sitelerinin diğerlerine göre daha etkin dizayn edildiği bulgulanmıştır.

* Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Kocaeli, Türkiye, selmakoc68@hotmail.co.uk, Orcid ID: 0000-0001-7889-6749.

** Dr., Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Kocaeli, Türkiye, betul_pazarbasi@yahoo.com, Orcid ID: 0000-0001-5199-4867.

*** Yüksek Lisans Öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Kocaeli, Türkiye, murathan.birinci@gmail.com, Orcid ID: 0000-0002-9067-4695.

Anahtar Kelimeler: Web Siteleri, Suriyeli Mülteciler, İçerik Analizi, AFAD, Göç

Abstract

This study focuses on the activities of national and international aid organizations which were conducted on the Internet regarding refugees in Turkey. Empirical analyses comprise the official websites of the following institutions; Disaster and Emergency Management Presidency (AFAD), Immigration Administration General Directorate of the Ministry of Interior, International High Commissioner for Refugees-Turkish Department (UNHCR), and the Association for Solidarity with Refugees in Turkey (Mülteci-Der). Following questions are inquired: How do official websites primarily provide information, how they are designed, and how do they reflect the policies that are relevant to the resolution of refugee problems? Do these official websites provide users sufficient and effective communication facilities for the integration of refugees in society in terms of information flow and information sharing? Websites were analyzed by using the “web site analysis scale” used by Gibson et al. in their analysis of political parties’ web sites during the election campaigns in the US and UK. The official websites were reviewed for 28 days between 1 - 28 February 2018 and rated according to their capacity to provide function and presentation features. In the study, it was concluded that in terms of information flow and sharing, the websites of the Turkey’s official institutions, AFAD and Migration Administration, are designed more effective than others.

Keywords: Web Sites, Syrian Refugees, Content Analysis, AFAD, Migration

Giriş

Dünyanın çeşitli bölgelerinde yaşanan savaşlar ve iç çatışmalar, o bölgelerde varlığını sürdüren çoğu kadın, çocuk ve yaşlı binlerce insanı topraklarından, ülkelerinden kopararak yaşamlarını devam ettirebilmeleri için komşu ülkelere göç etmek zorunda bırakmaktadır. Türkiye de, sınır komşusu Suriye’de yaşanan iç karışıklıktan büyük oranda etkilenmekte ve bu ülkeden gelen göç dalgasıyla mücadele etmek zorunda kalmaktadır. Zira Suriye’de yaşanan iç savaşta yüz binlerce insan yaşamını yitirmekte, milyonlarcası da göç ederek hayatta kalmaya çalışmaktadır. Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği’nin (UNHCR) 9 Mart 2018’de yaptığı açıklamada ülkesini terk etmek zorunda olan Suriyeli mülteci sayısı 6,1 milyon olarak ifade edilirken, 5,6 milyon kişinin de başta Türkiye olmak üzere bölgedeki diğer komşu ülkelere sığındığını belirtmektedir. Suriye’deki sivil halkın yüzde 69’u aşırı yoksullukla mücadele etmekte ve acil insani yardıma ihtiyaç duymaktadır (“7. yılında Suriye’deki”, 2018).

UNHCR, 14 Aralık 1950’de Birleşmiş Milletler Genel Kurulu tarafından kurulmuştur. Amacı, mültecilerin sığınma talebinde buldukları ülkelerde güvenli bir şekilde kalabilmesini sağlayıp kalıcı çözümler üretebilmektir. Kalıcı çözümden kasıt, mültecilerin ülkelerine geri dönmelerinin sağlanması veya sığındıkları ülkeye entegre edilmeleri ya da üçüncü bir ülkeye kalıcı bir şekilde yerleştirilmeleridir. Mülteciler, kendileri istemedikçe ülkelerine geri gönderilemezler. Onlara yönelik yardımlar afet yönetim alanına girmektedir. Suriye örneğinde olduğu gibi yoğun sığınmacı girişinin yaşandığı olağanüstü durumlarda tek bir ülkenin insani yardım faaliyetini gerçekleştirmesi mümkün

olamamakta, başta UNHCR olmak üzere diğer uluslararası kuruluşlar ve sivil toplum örgütleri mülteciler ile ilgili acil durum faaliyetlerinin paydaşları olarak ortak hareket etmektedirler.

Türkiye’nin Suriyeli sığınmacılara yönelik izlemiş olduğu açık kapı politikası ülkedeki sığınmacı sayısının her geçen gün artmasına neden olmaktadır. İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü’nün (Göç İdaresi) 1 Mart 2018 tarihli açıklamasında mülteci sayısındaki artışa dikkat çekilmekte, biyometrik verileriyle kayıt altına alınan Türkiye’deki Suriyeli mülteci sayısının bir önceki aya göre 74.385 kişi artarak toplam 3.540.648 kişi olduğunu belirtmektedir. Bu kişilerin 1.919.285’i erkek, 1.621.363’ü ise kadınlardan oluşmakta ve 228.197’si kamplarda yaşarken, 3.312.451 kişi ise kamp dışında yaşamaktadır.

Türkiye’de bulunan Suriyelilerin topluma entegre edilmesi hiç de kolay olmamakta, ekonomik, sosyal ve siyasal alanlarda çeşitli tartışmalar, çatışmalar yaşanmaktadır. Stephen Castles ve Mark J. Miller’in (2018) da belirttiği gibi, mülteciler belli iş kollarında çalışmakta ve düşük gelir gruplarının yaşadığı yerlerde yaşamlarını sürdürmektedirler (s. 18). Dolayısıyla, topluma uyum konusunda sorunlar çözülememekte ve toplumsal çatışmalar baş göstermektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde Türkiye’deki Suriyeli mülteciler şiddet ve taciz başta olmak üzere pek çok sorunun kaynağı olarak görülmekte, sıklıkla ülkelerine geri gönderilmeleri ile ilgili talepler gündeme gelmektedir.

İlk göç kuramcısı olarak bilinen Ernst Georg Ravenstein göç akışlarının basamaklar halinde ilerlediğini ifade etmektedir. Ravenstein’e göre göçün yedi kanunundan biri göçmenlerin kısa mesafeli yerleri öncelikle tercih etmeleridir (akt. Göker ve Keskin, 2015, s. 233). Bu durumda, yaşanan Suriyeli mülteci akınında mesafenin önemli olduğunu ve Türkiye’nin kimi Suriyeli mülteciler için Avrupa’nın diğer ülkelerine göç edebilmek amacıyla gidilmesi gereken ilk basamak ülke olarak görüldüğünü söylemek mümkündür.

Suriyeli mülteci olgusu, Türkiye’nin göç veren ülke statüsünden, göç alan ülke statüsüne geçişini belirginleştirmiştir. Serdar Ünal’ın ifadesiyle “Geçmişe kıyasla Türkiye oldukça çeşitlenen göçmen kategorilerini bünyesinde barındıran, göç alan ve geçiş ülkesi olma konumunu sürdüren çok boyutlu bir göç sistemine sahip görünmektedir (akt. Göker ve Keskin, 2015, s. 233).

Mültecilerin sosyo-kültürel ve ekonomik dokusu geldikleri ülke, cinsiyet, eğitim düzeyi ile birlikte ülkede kalınan süreyle de orantılı olarak pek çok alanda sorun oluşturmaktadır. En temel sorunlar ekonomi, eğitim, dil, sağlık, yasal düzenlemeler ile entegrasyon ve iletişim gibi konularda yoğunlaşmaktadır. Diğer önemli bir sorun ise Suriyeli mülteciler ile ilgili algı ve psikolojik sorunlardır. Örneğin Göksel Göker ve Savaş Keskin (2015) medyada Suriyeli mültecilerin temsili ile ilgili çalışmalarında mültecilik gibi bir taraftan yersiz yurtsuz bırakılmış, diğer taraftan aidiyet ve vatandaşlık bağlamında çeşitli sosyal, ekonomik ve siyasi haklardan mahrum edilmiş, en dipte yer alan dezavantajlı bir grup konumunda bulunan göçmenlerin, haberlerde ve diğer medyatik temsil kategorilerinde “sorunlu” bir konuma indirgenmesinin sık karşılaşılan bir durum olduğunu ifade etmektedir (s. 254).

Son dönemde Türkiye’de de, olumlu bakış açısının yanı sıra ‘sorunlu’ konumları da tartışılan Suriyeli mültecilerle ilgili araştırmalara bakıldığında literatürde mülteci entegrasyonu ile ilgili

çalışmaların yoğun olduğu görülmektedir. Bu çalışmalara, Mesut Yücebaş'ın (2015) "Gaziantep Yerel Basınında Suriyeli İmgesi: Yeni Taşranın Yeni Suskunları: Suriyeliler", Zeki Boyraz'ın (2015) "Türkiye'de Göçmen Sorununa Örnek Suriyeli Mülteciler" ve Ömer Yavuz ile Sefa Mızrak'ın (2016) "Acil Durumlarda Okul Çağındaki Çocukların Eğitimi: Türkiye'deki Suriyeli Mülteciler Örneği" adlı makaleleri örnek olarak verilebilir.

Mültecilerle ilgili problemlerin kısa sürede çözüme kavuşturulabilmesi, mültecilerin topluma uyum sağlayabilmesi ve çatışmaların en aza indirilmesi amacıyla çeşitli iletişim olanaklarından yararlanılmaktadır. Kullanılan etkin iletişim kanallarından bir tanesi de, hiç şüphe yok ki, gelişen teknolojiyle birlikte yaygın hale gelen internet siteleridir.

Web sitesi kullanım oranı tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de sürekli artmaktadır. We Are Social ve Hootsuite'in (2018) ortaklaşa hazırladığı "Digital in 2018 in Western Asia: Essential Insights Into Internet, Social Media, Mobile, and Ecommerce Use Across the Region, Part 1: North West" adlı raporda, 81 milyonluk nüfusuyla Türkiye'de nüfusun yaklaşık yüzde 67'sinin internet kullanıcısı olduğu ve kullanıcı sayısının yüzde 13 artarak 54.3 milyona eriştiği belirtilmektedir (s. 181). Söz konusu gelişme web sitelerinin özellikle olağanüstü durumlarda hedef kitleye çok daha kısa sürede düşük bir maliyetle etkin bir şekilde ulaşabilmek ve onları koordine edebilmek için kullanımını artırmaktadır.

Web sitelerinin mülteci krizi sürecinde kullanılması mültecilere yardım eden çeşitli kuruluşlara mültecilerle ve diğer kullanıcılarla etkileşime girme, içerik üretme/paylaşma ve onların sorunlarına çözüm üretme noktasında fırsatlar yaratmakta, aynı zamanda internet teknolojilerine odaklı yeni bir iletişim tarzına imkân sağlamaktadır.

Bu yeni iletişim tarzında Web 2.0 ve 3.0 temellenen internet dijitallik ve etkileşimsellik özelliğiyle mültecilerin ya da diğer kullanıcıların iletilerine anında tepki verme ve dâhil olma olanağı sunmakta, mültecilerden gelen geribildirimler ve yardım süreçleri büyük önem kazanmaktadır. Benzer şekilde, resmi ve özel kurumlarla birlikte haber web siteleri de mülteci sorunu ile ilgili uygulamaları takip etmekte, yardım kampanyalarının duyurulması, politik süreçler ve haber aktörlerinin paylaşımlarına olanak tanımaktadır.

Bu bağlamda, Suriye'den gelen mültecilerle ilgili yapılan destek ve yardım faaliyetlerinin yanı sıra Türkiye'yi basamak olarak görüp Avrupa ülkelerine yasa dışı yollarla göç etmeye çalışan Suriyeli mültecilerle ilgili internet haber sitelerinin kitleleştiği olumlu-olumsuz (nefret söylemi) iletiler örnek olarak gösterilebilir. Bilindiği gibi, özellikle Avrupa ülkelerine geçişler sırasında pek çok ölüm yaşanmış, Eylül 2015'te üç yaşındaki Suriyeli Aylan Kurdi'nin Bodrum sahilinde kıyıya vurmuş cansız bedeni Suriyeli mültecilere karşı duyarsız davranan Avrupa'nın bile vicdanını sızlatmıştır. Francesco D'Orazio'nun (2015) da ifade ettiği gibi, Aylan Kurdi'nin fotoğrafının haber sitelerinde yayınlanmasının hemen ardından 12 saat içinde 20 milyon kişinin internet üzerinden yorum ve paylaşımları yanında 30 bin tweet ile çevrimiçi tartışılması (s. 12), mülteci krizi konusunda küresel düzeyde farkındalığın yaratılması açısından internetin ve web sitelerinde yayınlanan içeriğin etkileme gücüyle birlikte etkileme alanının büyüklüğünü de gözler önüne sermektedir.

Suriyeli mülteci krizine ilişkin sorunların çözümüne katkı sağlaması açısından bu alanda aktif rol oynayan kuruluşların resmi web sitelerini nasıl dizayn ettikleri ve sorunun çözümü noktasında üretmiş oldukları politikaların neler olduğunun belirlenmesi çerçevesinde web site analizleri giderek önemli hale gelmektedir.

Bu bağlamda, bu çalışma ile amaçlanan, Türkiye için büyük önem arz eden ve kamuoyu gündeminden düşmeyen Suriyeli mültecilerle ilgili konularda ilk günden itibaren çözüm üretebilme amacıyla faaliyet gösteren Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD), İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü (Göç İdaresi), Uluslararası Mülteciler Yüksek Komiserliği (UNHCR) Türkiye ve Mültecilerle Dayanışma Derneği'nin (Mülteci-Der) resmi web sitelerinin karşılaştırmalı analizinin yapılarak Suriyeli mültecilerle ilgili web sitelerinde enformasyon sürecinin nasıl yönetildiğinin ortaya konulmasıdır.

Sosyal Etkileşim ve Bilgilendirme Alanı Olarak Web Siteleri

Gelişen teknoloji, iletişim yöntem ve tekniklerini de büyük ölçüde değiştirmektedir. Değişimin merkezinde internet dünyası yer almakta, dijital medya sayesinde bireyler ve sivil toplum aktörleri küresel olaylarda belirleyici unsur olarak ortaya çıkmaktadır. İnternet dünyası, dijital ortamda iletişim için kullanılan ve internetin olduğu her ortamda kolaylıkla ulaşılabilen materyaller anlamına gelmektedir.

Zaman ve mekân ihtiyacı olmaksızın internetin sağlamış olduğu avantajlar farklı kuruluşların web siteleri aracılığıyla kamuoyuna ulaşma çabalarını gündeme getirmiş ve web sitelerinin etkinliği giderek artmıştır. World Wide Web (WWW), internet aracılığıyla ulaşılabilen küresel bir elektronik yayıncılık aracı olarak tanımlanmaktadır. Metin blokları ve bu bloklar içine serpiştirilmiş resimler ile veri giriş formları gibi çoklu ortam nesnelere oluşan sayfaları kodlamak için kullanılan bir işaretleme dili olan Zengin Metin İşaret Dili (HTML) ile yazılmış dokümanlardan oluşur. Kişilere ya da kurumlara ait web sayfaları tasarlanarak alternatif bilgi ve enformasyon paylaşımı mümkün olabilmektedir. Tasarlanan bu web sayfalarının ulaşılabılır hale gelmesi için bir araya getirilmesi gerekmektedir. Bir araya getirilen web sayfalarının toplamı web sitesini oluşturmaktadır. İnternet üzerinden gerçekleştirilen hava durumuyla ilgili bilgilerden yemek tariflerini okumaya, sağlık konularından mültecilerle ilgili pek çok alanda bilgiye ulaşmaya olanak sağlayan bir internet kaynağı olan web sayfaları, web sitelerinin içerisinde bulunmaktadır.

Bu yapı içinde radyo, televizyon, gazete ve dergiler tarafından yayımlanan binlerce haber sitesi ile kişi ve kurumların oluşturduğu sayısız başka site yer almaktadır. Web'de meydana gelen değişim süreci Web 1.0, Web 2.0 ve son dönemlerde Web 3.0 terimleriyle ifade edilmektedir. WWW; yazı, resim, ses, film ve animasyon gibi pek çok farklı yapıdaki verilere kompakt ve etkileşimli bir şekilde ulaşılmasını sağlamaktadır. Bugün Web 2.0 dönemi yaşayıp gelecekte Web 3.0 kullanıcısı olacak internet kullanan kişi sayısı da her geçen gün artmaktadır. We Are Social ve Hootsuite'in 2018 yılına ait “Digital in 2018: Essential Insights into Internet, Social Media, Mobile, and Ecommerce Use Around the World” raporuna göre, dünya üzerinde dört milyardan fazla insan internet kullanmaktadır. (“Digital in 2018: Essential”, 2018).

İnternet teknolojilerinde değişim hız kesmemektedir. Çok yakın bir zamanda akıllı internet (yapay zeka) olarak adlandırılan Web 3.0 döneminin Türkiye'de de yaşanacağına dair söylemler internet medyasında yoğun olarak yer almaktadır. Zamanın çok daha efektif kullanılacağı bu teknolojiye arttırılmış gerçeklik algısıyla, birbiriyle bağlantılı birçok arayüze dokunmatik olarak ulaşabilmek ve kişiselleşmek mümkün olabilecektir.

Rachel Gibson ve Stephen Ward (2000), internet teknolojileri ile oluşturulan resmi ve özel web sitelerinin geleneksel kitle iletişim araçlarından farklı olarak iletişimin doğasını beş ayrı şekilde etkilediğini belirtmektedir:

1. Volüm (Hacim): İnternet aracılığıyla fazla miktarda bilgi kolaylıkla gönderilebilmekte ve paylaşımına açılmaktadır.
2. Hız: Verilerin sıkıştırılmış halde olması, belli bir mesajın gönderilmesi için gereken zamanı önemli ölçüde azaltmaktadır.
3. Format (Şekil): Mesajların ses ve görsel öğeler de içermesi dinamik ve çarpıcı bir şekilde gönderilebilmelerine ve kullanıcı tarafından da yüklenebilmesine olanak sağlamaktadır.
4. Yönelim: İnternet sayesinde iki yönlü, gerçek anlamda eşzamanlı ve karşılıklı etkileşimine dayanan iletişim mümkün hale gelmektedir. Ayrıca sitelerin içindeki çoklu metin (hypertext) içeren linkler aracılığıyla gruplar ve kişiler arasındaki yatay ve dikey iletişim imkânları da büyük ölçüde artmaktadır.
5. Kişisel Kontrol: Mesajların alınması ve gönderilmesi yönünde kontrol sahibi olunması, belli bir merkezde toplanmaya gerek kalmadan aranılan şeyin bulunabilmesine ve neyin yayınlanacağına karar verilmesine olanak tanımaktadır (s. 304).

Tüm bu özelliklere renkli, sesli ve görsel öge paylaşımının etkin olarak dahil edilmesi çeşitli alanlarda internet kullanımını yaygınlaştırmakta, hatta zorunlu kılmaktadır.

Mülteci Krizlerinde Web Sitelerinin Enformasyon Akışı ve Kullanımı

Teknolojinin gelişmesine paralel olarak internet kullanıcı sayısının artması ve her yaş grubundan insanın internet kullanıcıları arasında yer alması kurumsal web sitelerinin kurum ve kuruluşların en önemli tanıtım araçlarından biri haline gelmesine neden olmaktadır. Web siteleri aracılığıyla kuruluşlar; amaçlarını, faaliyet alanlarını, gerçekleştirmiş oldukları etkinlikleri, ne tür hizmetler sunduklarını, bu hizmetlerden yararlanmak isteyenlerin kiminle ve ne şekilde iletişim kuracağını ve hangi uygulamaları nasıl kullanacaklarını zaman kısıtlaması olmaksızın ayrıntılı olarak hedef kitlelerine anlatabilmektedir.

Web sitelerinin önemli özelliklerinden bir tanesi de kuruluş ile hedef kitle arasında doğrudan etkili bir iletişim olanağı sağlamasıdır. Kurumlar, resmi web siteleri aracılığıyla ziyaretçilerin göndermiş olduğu mesajlara anında ulaşabilmekte, tıklanma oranları sayesinde hedef kitlelerinin eğilimlerini kısa süre içinde öğrenebilmektedirler. Kurumların web sitelerini tasarım ve içerik üretimine bağlı olarak profesyonel şekilde yönetmesi, kurumun etkinliğiyle ilgili doğru ve güncel

bilgilere yer vermesi ve anlaşılır içerikte metin ve görsel öğelerle desteklenmesi, hedef kitlenin yanı sıra toplumun da bilgi alabilmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

Mülteci krizlerinde etkileşimli iletişim ortamı olarak web siteleri vazgeçilmez bir öneme sahiptir. Zira mülteciler, kriz dönemlerinde göç etmek zorunda kaldıkları ülkelerde ulaşmak istedikleri ya da kendilerine ulaşmak isteyen hedef kitleyle internet teknolojileri aracılığıyla iletişim kurabilmektedirler. İnternet ortamı mesajların geniş hedef kitlelere ulaştırılması, beslenme, barınak, sağlık alanlarında problemlerin hızla çözümlenebilmesi açısından yeni imkânlar yaratmaktadır. Dolayısıyla, mülteci konusunda çalışmalar yapan AFAD, Göç İdaresi, UNHCR Türkiye ve Mülteci-Der gibi önemli kuruluşlar hedef kitleye ulaşma konusunda düşük maliyet içeren, ancak etkinliği yüksek olan internete yönelmektedirler. Benzer şekilde bu web siteleri, hatalı içerikte enformasyonları düzelterek Suriye ve mültecilerle ilgili efsaneleri ve yanlış anlaşılmaları gidermeyi de amaçlamaktadır. Örneğin, Birleşmiş Milletler ile Google'ın işbirliğiyle 2017 yılında dizayn edilen “Searching For Syria” (searchingforsyria.org) adlı web sitesi zamanın bu en büyük insanlık trajedisine daha temiz bir bakış açısı sunmayı ve insani çalışmalar için gereken desteği sağlamayı amaçlamaktadır. Web sitesi İngilizce, Fransızca, Almanca, İspanyolca ve Arapça olarak hizmet vermektedir.

Mülteciler ile sığındıkları ülkelerin vatandaşları arasında entegrasyonun yaratılması sürecine katkı sağlayan ve çalışma kapsamına alınan AFAD, Göç İdaresi, UNHCR Türkiye ve Mülteci-Der gibi resmi web sitelerinin aktif şekilde kullanmalarının nedenlerini, Gibson ve Ward'a (2000) atıfla, “enformasyon oluşturulması ve akışı”, “yardım ve destek kampanyaları düzenlenmesi”, “finansal kaynak oluşturulması”, “gönüllülük ağı oluşturulması” ve “sosyal etkileşim sağlanması” şeklinde beş başlık altında sıralamak mümkündür (s. 305).

Enformasyon oluşturulması ve akışı: Bu fonksiyon, mültecilere yardım kuruluşlarına ilişkin genel ve detaylı bilgilerin hedef kitlelere ne oranda iletilmesiyle ilgilidir. Bu doğrultuda, etkin bir web sitesinde bulunması gereken temel başlıklar, kurumsal tarih, kurum felsefesi, misyon, vizyon, yönetim bilgileri, personel bilgileri, kuruluşun ana sloganı, etkinlikler, kampanyalar, ulusal ve uluslararası medyadan çeşitli haberler, medya ilişkileri/basın odası (bültenler, haberler arşivi, vb.), kurumsal görsel kimliğin aktarımı (logo, marka ismi, amblem ve bunların öyküleri), duyurular, ödülleri, fotoğraf galerisi, elektronik posta hizmeti, e-bülten, yararlı linkler ve sıkça sorulan sorulardır. İnternetin geniş kitlelere hitap etmesi ve düşük maliyetli bir yöntem olması bu konuda önemli bir avantaj sağlamaktadır.

Yardım ve destek kampanyaları düzenlenmesi: Mülteci yardım kuruluşlarının sosyal sorumluluk içeren kampanyalarının kamuoyu ile birlikte kullanıcılara aktarılmasıdır. Kampanyalar web sayesinde kolaylıkla düzenlenebilmekte ve desteklenmektedir. Özellikle yoğun internet kullanan gençlerde gönüllülük ve sosyal sorumluluk bilincinin artırılması önemlidir. Mülteci yardım kuruluşlarının modern web siteleri, çoğunluğunu gençlerin oluşturduğu yeni katılımcıların kazanılması ve onların söz konusu kampanyalara aktif katılımlarının sağlanması, kurum imajının pozitif çevrilmesi noktasında ciddi rol oynamaktadır.

Finansal kaynak oluşturulması: Bu tanımlamayla mülteci yardım kuruluşlarının kendilerine olan finansal desteği artırıp yeni gönüllüler kazanmak amacıyla gerçekleştirdikleri faaliyetler

kastedilmektedir. Finansal bağış ve yardımlar mülteci yardım kuruluşları için web sitelerinin en önemli ilgi odağını oluşturmaktadır. Ancak Türkiye gibi, devlet desteğinin sağlandığı ülkelerde bu konu daha az öneme sahiptir.

Gönüllük ağı (şebeke) oluşturulması: Bu ifadeyle mülteci yardım kuruluşlarının iç ve dış bağlantılarını oluşturmak ve güçlendirmek için yapmış oldukları faaliyetler kastedilmektedir. İç bağlantılardan kasıt, mülteci yardım kuruluşlarının ilgili çalışma alanında gönüllüler ve mülteci yardım kuruluşlarının yöneticileriyle yapılan bağlantıların yanı sıra diğer mülteci yardım kuruluşlarıyla kurulan bağlantılardır. Dış bağlantılar ise, mülteci yardım kuruluşları ile diğer kurumlar arasında, örneğin uluslar arası örgütler, ilgili devlet kuruluşları veya medya kurumları arasında kurulan bağlantıları ifade etmektedir.

Sosyal etkileşim sağlanması (ve teşvik edilmesi): Bu ifadeyle mülteci yardım kuruluşlarının gönüllülerin ilgili çalışma alanlarına katılımını arttırmak için uyguladıkları yöntemler kastedilmektedir. Ayrıca, gerçek zamanlı sohbet ve tartışma ortamları sayesinde gönüllülerin birbirleriyle eş zamanlı olarak çevrimiçi tartışmaları da mümkün olmaktadır.

Web siteleri, tanıma ve tanıtma faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde önemli imkânlar sunarken mülteciler, yabancı oldukları ülkelerde hem kendi yakınlarına hem de sığınmacı oldukları ülkenin yetkilileri ile vatandaşlarına daha kolay ulaşabilmektedirler.

Türkiye’de Mülteci Krizlerinde Etkin Olan ve Analiz Kapsamına Alınan Kuruluşlar

Türkiye’deki Suriyeli mültecilerle ilgili konularda yardım çalışmalarını sürdüren hedef kitle, medya ve kamuoyunu bilgilendirmenin yanı sıra sorunlara çözüm üretmeye odaklanan AFAD, Göç İdaresi, UNHCR Türkiye ve Mülteci-Der’in resmi web siteleri çalışma kapsamında incelenerek karşılaştırmalı analizleri gerçekleştirilmektedir.

Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı

Türkiye’de yaşanan 1999 Marmara Depremi, afet ve acil durumlarda yetki ve koordinasyonun tek bir elde toplanmasını zorunluluğa dönüştürmüştür. 2009’da çıkarılan 5902 sayılı yasayla, Başbakanlığa bağlı Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı oluşturularak yetki ve sorumluluklar tek bir çatı altında toplanmıştır. AFAD, afetlerin önlenmesi, zararlarının azaltılması konusunda Başbakanlığa bağlı olarak çalışmaktadır.

AFAD, afet ve acil durumlara ilişkin tek yetkili kurum olup, illerde doğrudan valiyeye bağlı İl Afet ve Acil Durum Müdürlükleri ile on bir ilde bulunan Sivil Savunma Arama ve Kurtarma Birlik Müdürlükleri vasıtasıyla çalışmalarını sürdürmektedir. Gerektiğinde tüm ilgili bakanlıklar, Genelkurmay Başkanlığı ve sivil toplum örgütleriyle koordineli bir şekilde hareket edebilmektedir.

Suriye’de yaşanan iç savaştan kaçan Suriyeli göçmenler konusunda da AFAD etkili çalışmalar gerçekleştirmekte, kurmuş olduğu 21 barınma merkezinde Suriyeli sığınmacılara sağlık ve eğitim olanakları sunmaktadır.

Göç İdaresi Genel Müdürlüğü

Türkiye göç hareketliliği açısından geçiş noktasında bulunmakta ve sınırları içinde milyonlarca göçmeni barındırmaktadır. Türkiye göçmen ve mülteci haklarının yasal çerçevesi uluslararası standartlara uygun hale getirmek amacıyla 2013 yılında 6458 “Sayılı Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanununu” kabul etmiştir. Göç konusunda etkin politikalar oluşturabilmek ve bu politikaları uygulayabilmek amacıyla 81 ilde Göç İdaresi Genel Müdürlüğü kurulmuştur. Genel müdürlük, göç alanında çeşitli kuruluşlar arasında koordinasyonu sağlamak, yabancıların Türkiye’ye giriş-çıkışları, sınır dışı edilmeleri gibi konularda faaliyetlerini yürütmektedir.

UNHCR Türkiye

UNHCR, 1950 yılında kurulmuştur. Günümüzde 128 ülkede 10.000 den fazla personeli ile faaliyet göstermektedir. UNHCR Asya, Afrika ve Ortadoğu’da yaşanan geniş çaptaki mülteci krizlerinde yardım kuruluşlarına liderlik etmektedir. Başarılı çalışmaları iki kez (1954 ve 1981’de) Nobel Barış Ödülü’yle ödüllendirilmiştir.

Mülteci konusunda 1960’tan beri Türkiye’yle yakın bir işbirliği sergileyen UNHCR’nin Türkiye operasyonu, Ankara merkez ofisi başta olmak üzere İstanbul, İzmir, Gaziantep, Hatay, Şanlıurfa ve Van illerini kapsamakta, bu haliyle örgütün dünyadaki en büyük operasyonlarından birini oluşturmaktadır. Türkiye ve UNHCR “Ev Sahibi Ülke Anlaşması”nı 1 Eylül 2016’da imzalamıştır.

Mültecilerle Dayanışma Derneği

Merkezi İzmir’de bulunan Mülteci-Der, ayırım gözetmeksizin ülkesinden ayrılmak zorunda kalan mültecilerin sorunlarını çözüme kavuşturabilmek amacıyla çalışan insani dayanışma örgütüdür. İlk şubesini 2012 yılında Edirne’de açan Mülteci-Der, mültecilerin ikamet ettiği şehirlerde hukuki ve sosyal konularda destek sağlayabilmek amacıyla eğitim seminerleri düzenlemekte ve farkındalık yaratmaya çalışmaktadır. UNHCR ile operasyonel ortaklık seviyesinde işbirliğinde bulunan dernek, Mülteci Hakları Koordinasyonu kurucuları arasında yer almaktadır.

Araştırmanın Metodolojisi

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

Mülteci yardım kuruluşları için hizmet alanları ve uygulamaları konusunda daha fazla sayıda kişiye ulaşarak farkındalık yaratmak, gönüllü sayısını artırarak mevcut sorunlar konusunda kamuoyu oluşturmak temel amaçtır. Mülteci yardım kuruluşlarının bu fonksiyonlara web sitelerinde çeşitli bileşenlerle birlikte ne kadar yer verdiği, web sitesi kullanıcılarına doğru ve etkili enformasyon ile bilgi akışı sunup sunmadığı, teknik açıdan yeterliliği ve dizayn açısından sorun taşıyıp taşımadığı önemli sorunsallar olarak ortaya çıkmaktadır. Çünkü web siteleri, mülteci yardım kuruluşlarının

sanal ortamda görünen yüzü olduğu gibi mültecilerin kamusal alanda seslerini duyurmak için kullandıkları en önemli iletişim kanalıdır da.

Bu çalışmada, “Mülteci yardım kuruluşları halkla ilişkiler, tanıtım, bilgilendirme ve teknik faaliyetleri kapsamında gönüllük esasına dayalı hizmet alanlarında web sitelerini etkin kullanıyor mu?” şeklindeki temel sorunsal, AFAD, Göç İdaresi, UNHCR Türkiye ve Mülteci-Der web sitelerinin kullanımlarına ilişkin yapılan incelemeler üzerinden değerlendirilmiştir. Söz konusu mülteci yardım kuruluşlarının seçilmesinin nedeni, mülteci alanında etkin ve bilinirliği yüksek yardım kuruluşları olmalarıdır. Çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İnceleme kapsamına alınan resmi web siteleri 1-28 Şubat 2018 tarihleri arasında 28 gün süreyle incelenerek bilgi akışı, kaynak toplama, haberleşme ağı, katılım ve kampanya indekslerini içeren fonksiyon özellikleri ile görsellik, erişilebilirlik, gezilebilirlik, güncellik ve görülebilirlik indekslerini içeren sunum özelliklerini sağlama kapasitelerine göre puanlandırılmıştır. Yukarıdan aşağıya, aşağıdan yukarıya, yatay ve etkileşimli bilgi iletişim akışı özellikleri incelenmiştir.

Çalışmanın, mülteci krizi sürecinde internetin ve web sitelerinin aktif kullanılıp kullanılmadığına ilişkin tartışmalara ışık tutacağı varsayılmaktadır. Araştırmanın metodolojik kısmı Rachel K. Gibson, Michael Margolis, David Resnick ve Stephen J. Ward’un (2003) “Election Campaigning on the WWW in the USA and UK: A Comparative Analysis” adlı makalesi temel alınarak oluşturulmuştur.

Çalışmanın varsayımları şu şekilde belirlenmiştir: Gelişen iletişim teknolojisine paralel olarak web sitelerinin halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyetleri açısından önemi hızla artmakta, ekonomik, sosyal ve kültürel etkinliklerin yanı sıra savaş çatışma dönemlerinde mülteci sorunları ile ilgili konuların duyurulması, bilgilerin güncelliği web sitesinin girilme sıklığını interaktif/etkileşimini belirlemektedir. Çalışmanın temelini oluşturan mülteci yardım kuruluşlarının internet siteleri bu bağlamda hedef kitleyi bilgilendirme konusunda önemli araç olarak kullanılmaktadırlar.

Çalışmada mültecilere yönelik yardım faaliyetlerini yürüten AFAD, Göç İdaresi Genel Müdürlüğü ve UNHCR Türkiye’nin web sitelerinin, bilgi akışı, katılım ve kampanya indekslerini içeren fonksiyon özelliklerinin yanı sıra görsellik, erişilebilirlik ve güncelik indekslerini içeren sunum özellikleri açısından zengin bir içerikte oluşturduğu varsayılmaktadır.

Mültecilerin Türkiye’de topluma entegrasyonu konusunda yardım çalışmalarını sürdüren ve onların zorluklarla dolu yaşamına çözüm üretmeyi amaçlayan Mülteci-Der’in bilgi akışı, katılım ve kampanya indekslerini içeren fonksiyon özelliklerinin yanı sıra görsellik, erişilebilirlik ve güncelik indekslerini içeren sunum özellikleri açısından web tabanlı iletişimin olanaklarından (özellikle de interaktif/etkileşim boyutunda) etkin şekilde yararlanmadığı varsayılmaktadır.

Araştırmanın Bulguları

Mülteci krizinde etkin olan ve çalışma kapsamında incelenen her bir web sitesinin fonksiyon ve sunum özellikleri baz alınarak, içeriklerinin ne kadar donanımlı olduğu ve bu içerikleri ne kadar etkin bir şekilde sunabildikleri, bu bağlamda da halkla ilişkiler özelinde interneti kullanım amaçları doğrultusunda ne kadar etkin ve ne ölçüde kullanabildiği ortaya konulmuştur.

Türkiye’deki İncelenen Mültecilerle İlgili Resmi ve Özel Kurumların Web Sitelerinin Tüm Fonksiyonu

Tablo I. Türkiye’deki İncelenen Mültecilerle İlgili Resmi ve Özel Kurumların Web Sitelerinin Tüm Fonksiyonu

	Bilgi Akışı	Kaynak Toplama	Haberleşme İç-Dış	Katılımcılık	Kampanya
AFAD	12	0	4 – 7	2	3
Göç İdaresi	9	0	3 – 0	2	3
UNHCR Türkiye	5	4	0 – 0	2	4
Mülteci-Der	6	0	1 – 1	2	3
Ortalama	8	1	2 – 2	2	3.25
Aralık	0 – 15	0 – 13	0 – 6 0 – 15	0 – n	0 – 7

Enformasyon ve bilgi akışı fonksiyonları bağlamında incelendiğinde, araştırılan kurumlardan AFAD ve Göç İdaresi Web sitelerinin bu fonksiyonlar bakımından daha zengin olduğu tespit edilmiştir. AFAD ve Göç İdaresi’nin web sitelerine bakıldığında, her iki sitede etkinlik takvimi, gizlilik politikası ya da e-bülten başlıkları bulunmazken, Göç İdaresi’nin sitesinde bunlara ek olarak kurumun felsefesi, kütüphane ve arşiv linklerine de yer verilmediği görülmüştür. AFAD ve Göç İdaresi’nin web sitelerinde kurumun tarihçesi, yapısı, yönetim ve çalışma kurulları, denetim ve faaliyet raporları, iletişim bilgileri, destekçiler, basın odası ve yararlı linkler ayrıntılı olarak sunulmuştur.

UNHCR Türkiye ve Mülteci-Der’in web siteleri incelendiğinde, bu sitelerin enformasyon/bilgi akışı fonksiyonları bakımından AFAD ve Göç İdaresi’nin web sitelerine göre daha eksik kaldığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda, AFAD ve Göç İdaresi’nin daha fazla veri sunduğu görülmektedir. UNHCR Türkiye’nin web sitesinin kurumun tarihçesi, yapısı, iletişim bilgileri ve destek verenlere ayrıntılı bir şekilde yer verdiği anlaşılırken, denetim/faaliyet raporları, etkinlik takvimi, basın odası, kütüphane, arşiv, sıkça sorulan sorular, gizlilik politikası, e-bülten ve yararlı linklere yer vermediği tespit edilmiştir. Mülteci-Der web sitesinde ise derneğin tarihçesi, misyon ve vizyonu, iletişim bilgileri, destekçiler, kütüphane ve yararlı linkler yer almıştır.

Kurumların web sitelerinde bulunan yararlı linkler içerisinde ulusal ve uluslararası çok sayıda linke yer verdiği görülmüştür. Web siteleri içerisinde kurumların iletişim bilgileri ağırlıklı olarak telefon ve e-mail olarak verilmektedir.

Kaynak toplama fonksiyonu kapsamında sadece UNHCR Türkiye’nin web sitesinde bağış linki bulunurken, bu link içerisinde aylık düzenli bağış ve tek seferlik bağış seçeneklerine yer verilerek Türk Lirası olarak destek toplanması amaçlanmıştır.

Haberleşme fonksiyonu açısından AFAD, Göç İdaresi ve Mülteci-Der’in iç haberleşme indeksinin daha yoğun olduğu görülmüştür. İç haberleşme konusunda AFAD ve Göç İdaresi ziyaretçilerine iletişim kurulabilecekleri kişilere yönelik linkler oluştururken, Mülteci-Der az sayıda ulusal ve uluslararası linke yer vererek ilgili linklere ulaşmaya imkan sağlamıştır. UNHCR Türkiye’nin web sitesinde ise ulusal veya uluslararası ekstra linklere rastlanmamıştır.

Katılımcılık fonksiyonu bakımından tüm kurum web siteleri aynı puana sahip olurken, web sitelerinde kullanıcılar için e-mail gönderme imkânı bulunmaktadır. Söz konusu sitelerde ziyaretçi defteri adı altında siteyi ziyaret edenlerin görüş ve önerilerini yazabilecekleri bir linke de rastlanmamıştır.

İncelenen dört web sitesinde de ziyaretçilere ayrıntılı bilgi aktarımı sağlanmış, logo, tanıtım ve broşür bilgilerinin indirimine imkan sağlanmıştır.

Türkiye'deki İncelenen Mültecilerle İlgili Resmi ve Özel Kurumların Web Sitelerinin Sunumu

Tablo 2. Türkiye'deki İncelenen Mültecilerle İlgili Resmi ve Özel Kurumların Web Sitelerinin Sunumu

	Görsellik	Erişilebilirlik	Gezilebilirlik	Güncellik
AFAD	4	2	3	4
Göç İdaresi	3	2	4	3
UNHCR Türkiye	3	2	3	1
Mülteci-Der	2	2	3	1
Ortalama	3	2	3.25	2.25
Aralık	0 – 6	0 – 5	0 – n	0 – 6

Web sitelerinin sunumu açısından yapılan incelemede, AFAD'ın grafikler, çerçeveler, hareketlilik ve videolarla sitesini zenginleştirdiği görülmüştür. Göç İdaresi ile UNHCR Türkiye'nin sitelerinin ise dikkat çekmek için videolar kullandığı, ancak bu sitelerde ses ve animasyon dosyaları bakımından eksiklik olduğu göze çarpmıştır. Mülteci-Der'in web sitesinin ses, video, animasyon içeriklerine yer vermediği, çerçeveler ve hareketli imajlar kullandığı dikkat çekmiştir.

Erişilebilirlik açısından incelenen her dört kurumun web sitesinin yabancı dile çeviri ve dokümanların metin halinde indirilmesi özelliği bulunurken, sitelerin hiç birinde görme bozukluğu olanlar için yazılım ve kablosuz erişim özelliği bulunmamaktadır.

Gezilebilirlik açısından incelendiğinde tüm sitelerde arama çubuğu bulunduğu, ana sayfa ikonunun ve sabit menü çubuklarının sayfanın alt bölümünde yer aldığı tespit edilmiştir. İncelenen siteler arasında AFAD web sitesinin 3-7 günde bir, Göç İdaresi web sitesinin haftada bir, UNHCR Türkiye ve Mülteci-Der'in web sitelerinin ise 1-6 ayda bir güncellendiği görülmüştür.

Sonuç

Ağ teknolojileri ve dijitalleşen dünyada internet ve web tabanlı iletişim, tanıtım faaliyetleri açısından büyük önem kazanmıştır. Uluslararası ilişkiler açısından giderek ciddi bir soruna dönüşen mülteci krizi, çözüm noktasında tüm aktörleri hızlı hareket etmeye zorlamakta ve onları çeşitli iletişim yöntem, tekniklerini kullanmaya teşvik etmektedir. Mülteci krizinin çözümünde aktif rol oynayan yardım kuruluşlarının mültecilerin barınma, beslenme, eğitim, sağlık ve güvenlik gibi sorunlarını çözüme kavuşturabilmesi, krizin kalıcı çözümü noktasında hedef kitlenin yanı sıra kamuoyuyla doğrudan iletişim kurabilmesi ve onları harekete geçirme potansiyeli yaratabilmesi için

web sitelerini interaktif bir yapıda oluşturmaları gerekmektedir. Böylece, yurtiçi ve yurtdışı yardım kuruluşlarıyla iletişim ağı oluşturabilmeleri, mültecilere kampanyalar aracılığıyla aynı ve nakdi yardım sağlayabilmeleri ve gönüllü sayısını artırma zemini oluşturabilmeleri mümkün olabilecektir.

Araştırma kapsamına ele alınan mülteci yardım kuruluşlarının resmi web siteleri hedef kitle ile iletişimde fonksiyon ve sunum özellikleri açısından analiz edilmiştir. Web sitelerinin enformasyon ve bilgi akışı fonksiyonları bağlamında genel olarak iyi olduğu, ancak AFAD ve Göç İdaresi'nin söz konusu fonksiyonlar açısından daha zengin içerikte oluşturulduğu tespit edilmiştir. Haberleşme ağı fonksiyonu açısından yapılan değerlendirmede AFAD, Göç İdaresi ve Mülteci-Der'in iç haberleşme indeksinin daha yoğun olduğu görülmüştür. Katılımcılık fonksiyonu açısından değerlendirildiğinde, inceleme kapsamına alınan tüm kurumların web sitelerinde e-posta adresiyle iletişim kurulabilen alanlar ve belirli konulara vurgu yapan e-posta adresleri bulunmaktadır. Kaynak toplama fonksiyonu kapsamında ise sadece UNHCR Türkiye'nin web sitesinde bağış linki bulunurken diğer kuruluşların web sitesinde bu özelliğe yer verilmemiştir.

Web sitelerinin sunum özellikleri görsellik, erişebilirlik, gezilebilirlik, güncellik, görülebilirlik özellikleri açısından incelenmiştir. Görsellik bağlamında incelenen mülteci yardım kuruluşları web siteleri logo ve kurumsal renklerine uygun olarak tasarlanmıştır. Menü, çerçeve, hareketlilik özelliklerinin web sitelerinde yer aldığı görülmekte, AFAD'ın grafikler, çerçeveler, hareketlilik ve videolarla sitesini diğer kuruluşlara oranla daha fazla zenginleştirdiği tespit edilmektedir.

Erişilebilirlik açısından yabancı dile çeviri (AFAD'ta Türkçe ve İngilizce; Göç İdaresi'nde Türkçe, İngilizce, Arapça ve Almanca; UNCHR Türkiye'de İngilizce, Türkçe ve Arapça; Mülteci-Der'de Türkçe ve İngilizce seçenekleri bulunmaktadır), dokümanların metin halinde indirilmesi ve yazılması özellikleri incelenen her dört web sitesinde de bulunmaktadır. Ancak, görme engelliler için yazılım söz konusu değildir.

Web sitelerinin gezilebilirlik özelliği incelendiğinde, web sitelerinde ana sayfa ikonunun ve sabit menü çubuklarının sayfanın alt bölümünde yer aldığı görülmektedir. Arama motorlarının olması ise bilgiye kısa sürede ulaşılması açısından olumlu olarak değerlendirilmiştir. İncelenen siteler arasında AFAD web sitesinin 3-7 günde bir, Göç İdaresi web sitesinin haftada bir, UNHCR Türkiye ve Mülteci-Der web sitelerinin 1-6 ayda güncellendiği görülmüştür.

Elde edilen bulgular çalışmanın varsayımlarını büyük oranda doğrulamıştır. Mülteci yardım kuruluşları resmi web sitelerini politik amaçları doğrultusunda etkin bir araç olarak kullanılmaktadırlar. Ancak buna ek olarak, mülteci yardım kuruluşlarının resmi web sitelerinde yaygın kullanılan pek çok farklı dilde çift yönlü iletişime imkân sağlayacak yeni bir takım düzenlemeleri yapması ulaşılması hedeflenen kitlenin büyüklüğü düşünüldüğünde oldukça anlamlı olacaktır. Ayrıca, çevrimiçi bağış sisteminin kurulup görme engelliler için yazılım oluşturulması kamuoyu ve temsil ettiği hedef kitle açısından söz konusu kuruluşların önemini/gücünü arttıracak, bu kuruluşların düzenlemiş oldukları kampanyalarının ulusal ve uluslar arası alanda başarı şansını katlayacaktır.

Buna paralel olarak, dijital teknolojinin (özellikle mülteci krizi gibi önemli toplumsal olaylarda kamuoyunun bilgilendirilmesi, yönlendirilmesi ve belirlenen politikaların hem mültecilere hem de

kamuoyuna doğru aktarılabilmesi noktasında) etkinliği ve yararı konusunda daha fazla araştırma yapılması, bu alanda bilimsel üretimi destekleyecek bağımsız fonların oluşturulması, mültecilerin toplumsal entegrasyonuna katkı sağlayacak kalıcı çözüm önerilerinin kısa sürede hayata geçirilmesini kolaylaştıracaktır. Öte yandan konuya ilişkin toplumsal düzeyde kabul gören böylesi bir bilimsel çözüm küresel/yerel siyasi kararların olası revizyonlarını da hızla gündeme taşıyacak ve çatışmaların büyük ölçüde ortadan kalkmasını sağlayacaktır.

Kaynakça

7. yılında Suriye'deki çatışma: "Büyük bir insanlık dramı". (2018, 9 Mart). *UNHCR*. 22.03.2018 tarihinde <http://www.unhcr.org/tr/19009-syria-conflict-7-years-colossal-human-tragedy.html> adresinden edinilmiştir.
- Boyraz, Z. (2015). Türkiye'de göçmen sorununa örnek Suriyeli mülteciler. *Journal of World of Turks*, 7(2), 35-58.
- Castles, S. ve Miller, M. J. (2008). *Göçler çağı: Modern dünyada uluslararası göç hareketleri*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Digital in 2018: Essential insights into internet, social media, mobile, and ecommerce use around the world. (2018). *We Are Social ve Hootsuite*. 03.04.2018 tarihinde <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018> adresinden edinilmiştir.
- Digital in 2018 in Western Asia: Essential insights into internet, social media, mobile, and ecommerce use across the region, part 1: North West. (2018). *We Are Social ve Hootsuite*. 03.04.2018 tarihinde <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-in-western-asia-part-1-northwest-86865983> adresinden edinilmiştir.
- D'Orazio, F. (2015). Journey of an image: From a beach in Bodrum to twenty million screens across the world. In F. Vis ve O. Goriunova (Eds.), *The iconic image on social media: A rapid research response to the death of Aylan Kurdi*. <https://research.gold.ac.uk/14624/1/KURDI%20REPORT.pdf> adresinden edinilmiştir.
- Gibson, R., Margolis, M., Resnick, D. ve Ward, S. (2003). Election campaigning on the WWW in the US and UK: A comparative analysis. *Party Politics*, 9(1), 47-75.
- Gibson, R. ve Ward, S. (2000). A proposed methodology for studying the function and effectiveness of party and candidate web sites. *Social Computer Review*, 18(3), 304-305.
- Göker, G. ve Keskin, S. (2015). Haber medyası ve mülteciler: Suriyeli mültecilerin Türk yazılı basınındaki temsili. *Gazi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (233-254).
- Yavuz, Ö. ve Mızrak, S. (2016). Acil durumlarda okul çağındaki çocukların eğitimi: Türkiye'deki Suriyeli mülteciler örneği. *Göç Dergisi*, 3(2), 175-199.
- Yücebaş, M. (2015). Gaziantep yerel basınında Suriyeli imgesi: Yeni taşranın yeni sakinleri: Suriyeliler. *Birikim*, (311), 38-47.

Telegramming News: How have Telegram channels transformed journalism in Iran?

Hossein KERMANI*

Abstract

This research tries to evaluate Telegram's effects on journalism and news writing in Iran. The emergence of social media has affected many social and political trends in societies, as well as journalism practices and procedures. Telegram, as the most popular social media in Iran, hypothetically has the power to do so. Moreover, there are numerous channels on Telegram which publish news posts daily. Therefore, I tried to explore how these channels impact journalism in Iran. Doing so, I analyzed how the structure of news is transformed by the emergence of new forms of news writing and the disappearance of traditional standards. Furthermore, I probed the news values on Telegram channels to find out how a piece of writing becomes a news in this new space. Finally, I studied how objectivity was treated by Telegram channels, to provide a comprehensive interpretation of news on Telegram. A wide range of textual methods (both quantitative and qualitative content analyses and discourse analysis) were employed to analyze the most viewed posts on Telegram channels during Iran's 2017 presidential election period. As a result, 620 posts in 31 days were gathered and analyzed. The results showed that the news structure has changed more than the ways that channels use news values. In fact, the old standards of news writing are abandoned and new forms, such as screenshots, have emerged. Moreover, prominence is the most favorable news value on these channels; while relevance and magnitude are of least interest. Finally, findings revealed that the majority of news posts are objective.

Keywords: Social Media, Journalism, Iran, Telegram, News Values, News Writing, Objectivity.

Introduction: Social Media and Journalism

Social media have affected journalism and its related processes and procedures in many societies (Hermida, 2013; Lee, 2015; Gearhart & Kang, 2014; Hermida, 2010). In fact, social media have new and

* Visiting Scholar, University of Zurich, Department of Political Science, Zurich, Switzerland, hossein.kermani@uzh.ch., Orcid ID: 0000-0002-6626-1364.

innovative affordances which make them the most suitable tool for performing journalistic practices (Bossio & Bebawi, 2016; Jahng & Littau, 2016). For instance, these media are fast, interactive, prevalent, and using them is not expensive or complicated (Boyd, 2010; Kaplan & Haenlein, 2010). Therefore, journalists, users and news organizations are adopting these media in their everyday news routines. As a result, news environments and practices of professional journalism are changing rapidly.

Journalists can promote their products and create self-brands (Lee, 2015; Bruns & Highfield, 2012), reach more audience, and have direct contact with them, using social media. Moreover, social media change the ways that journalists are seeking and gathering information too (Newman, 2009; Bossio & Bebawi 2016). In addition, reporters and commentators can search and find their sources in these participatory media (Veenstra, Iyer, Park, & Alajmi, 2015; Hermida, Lewis, & Zamith 2014). Transforming previously passive audience to active users, social media have affected users' perception and understanding of journalism and news as well (English, 2016; Lee, 2015; Örnebring, 2013). Nowadays, users can contribute to the process of making news (Papacharissi, 2014, p. 34). They have direct access to journalists which causes constant editing, revising and performing practices in journalists' communities. Furthermore, social media removed the old and professional barriers of reporting and covering (especially, the unexpected and sudden) incidents. Therefore, the form and essence of news coverage have been changed by the "cult of amateurs" (Bruns & Highfield 2012, p. 15), which is also known as Citizen Journalism (Veenstra, Iyer, Park, & Alajmi, 2015; Blaagaard, 2013). Social media are used by news organizations to reduce their costs and bring more audience at the same time (Bossio & Bebawi, 2016, p. 147).

The changes in journalism which are produced by social media, cause transformation in journalistic practices and norms as well (Barnard, 2016; English, 2016; Hermida, 2013). For instance, the one-to-many model of communication is shifted to a many-to-many model (Jahng & Littau, 2016; Newman, 2009). Furthermore, some practices such as objectivity and interacting with the audience are influenced (Molyneux, 2015, p. 932).

As a matter of fact, most of the research which have explored the relations between journalism and social media focus on Twitter (Jahng & Littau 2016; Hermida, 2013; Örnebring, 2013; English, 2016; Duffy, 2011; Vis, 2013; Broersma & Graham 2013). Especially, their concentration has been on the ways that journalists employ Twitter in their everyday or professional practices as well as users' news related behaviors and habits. As a result, some of the other social media such as Telegram and some aspects of journalism like news structure in this new space remained neglected. I, therefore, try to bridge these gaps by focusing on Iranian Telegram channels' generated content. The need for researching Telegram's impacts on journalism is more necessary in Iran, where this Instant Messaging Application (IMA) is the most popular social media with more than 40 million users (Kermani, 2016).

Moreover, Telegram channels are an undeniable part of this IMA. There are more than 380 thousand Persian channels in Telegram and more than 2 million posts are published in them daily. This is an unprecedented situation in the social media history in Iran and is the outcome of Telegram being ubiquitous (Kermani, 2016, p. 57). There are also official and digital-born news channels with

numerous members. For instance, @BBCPersian has more than 1 million and 100 thousand members. Interestingly, this channel freely publishes news and stories while BBC Persian satellite channel and its website are blocked in Iran. As another exemplar, digital – born @akhbarefori¹ has more than 3 million members. However, the functions of Telegram channels are not limited to news. In fact, there are many channels which publish entertainment, sport, professional, religious, and even personal content.

Despite Telegram's important role in Iranians' everyday life, little research has been conducted into this field (Rezaei, Safa & Adibi, 2016; Kermani, 2016; Pak Nezhad, 2016). Moreover, there has not been any studies exploring the relations between Telegram and journalism in Iran yet. Thus, this study is trying to investigate how journalism is transformed by Iranian Telegram channels. In order to do that, I studied the changes in news structure and news values in Telegram as well as the objectivity on Telegram channels news posts.

This research was conducted during Iran's 2017 presidential election. Since the public sphere is usually occupied by hot political and social debates during a nationwide event like Presidential Election, this period was a favorable time for conducting this research. In fact, Telegram channels mainly published election news and completely covered the related events. Therefore, this period provided us with a sphere which was full of news content among various channels. Such environment can be the best field for analyzing the changes in news meaning and structure. Thus, I have captured the most viewed posts on Telegram channels during the Election period to analyze them for answering the research questions which will be elaborated in the next section.

Theoretical Background: News Structure, Values and Practices

What is news? Although this seems a simple question, a consensus on an answer can hardly be found among media workers (Brooks, Kennedy, Moen, & Ranly, 2014). A definition by William Randolph Hearst suggests that "News is something somebody wants suppressed – all the rest is advertising" (as cited in McKane, 2006, p. 1). This explanation is criticized because it generalizes a certain kind of news to all (McKane, 2006, p. 1). As another definition, Richard Rudin and Trevor Ibbotson (2002) argued that news is something that is new, interesting and true (p. 5). This definition is vague and broad. Moreover, it cannot be used as a guideline in newsrooms. There are other definitions, but since defining the news is not our aim in this study, we do not mention them to avoid prolixity. Nevertheless, the definitions of news vary from a journalist to another. Generally, it is believed that a piece of writing can be understood as news if it contains some specific attributes called news values (Kovach & Rosenstiel, 2014; McNair, 2009; Ricketson, 2004). In fact, news values are what distinguish news from other types of writing. Moreover, a piece of news has a general structure which differs its form other writing schema. Therefore, we can discuss news based on its content (news values) and its form (structure).

A piece of news consists of several parts. It could begin with a kicker which is followed by a headline. Then, a writer may use a subhead to explain the headline more. Next, there is the important part of a piece of news: a lead. A journalist can also embed one or more nutshell or billboard

1 InstantNews

paragraphs into the writing. After the lead, there is the body of the text which is the longest part and explains the whole story (for further reading about news structure, look at: Brooks, Kennedy, Moen, & Ranly, 2014, chapters 9 and 11). However, I argue that this structure has significantly changed in Telegram channels. Before examining this argument, I will describe how much of Telegram channels and posts are news ones in order to evaluate if they have potentials to influence news writing and journalism in Iran. Therefore, the research questions which I try to answer first are:

RQ 1: Do the Telegram channels have potentials to affect the news structure and journalism in Iran?

RQ 2: How has the structure of news changed in Telegram channels?

While there has not been many researches investigating the above questions, there are more works on news values on social media. News values, as Pamela Shoemaker and Stephen Reese (2014, p, 170) define them, are the ability to evaluate stories based on some common criteria that make the event selection consistent for gatekeepers, and predict the interest of the audience. However, there are many forms of news values are suggested by scholars. The list of news values presented by Johan Galtung and Mari Holmboe Ruge (1965) has been highly popular in the literature. They offered 11 factors which can transform a piece of writing to news: Frequency, Threshold, Clarity, Meaningful, Consonance, Unexpected, Continuity, Composition, Concentration, Person-centered, and Negativity (p. 84-85). Given the notable changes in journalism practices caused by social media, some researchers demand revisiting news values on social media (Bednarek & Caple, 2014; Harcup & O'Neill, 2017; 2001; Hermida, Lewis, & Zamith, 2014; Hermida, Fletcher, Korell, & Logan, 2012; Trilling, Tolochko, & Burscher 2017; Al-Rawi, 2017). Based on Galtung and Ruge's work (1965), Tony Harcup and Deirdre O'Neill (2017) suggested 15 values for news on social media. These values include: Exclusivity, Bad news, Conflict, Surprise, Audio-visuals, Shareability, Entertainment, Drama, Follow-up, Relevance, Magnitude, Celebrity, Good news, and News organization's agenda (p. 13). Regarding the timeliness of this list, I used a combination of it with the news values which are suggested by Matthew Ricketson (2004) to shape a comprehensive set of news values to answer the subsequent questions. Ricketson's list includes impact, relevance, proximity, prominence, timeliness, conflict, currency and the unusual (p. 9-12).

RQ 3: What are the news values on Telegram channels?

RQ 4: Is there any difference between news values on news and non-news channels?

While the aforementioned questions deal with the form and content of news on Telegram, I explored an important journalism practice to enrich the findings and analyses. Objectivity, generally, is considered as a sacred norm among journalists (McNair, 2009; Gans, 2004; Wahl-Jorgensen & Hanitzsch, 2009). Gaye Tuchman (1972) has argued that the practice of objectivity is best viewed as a 'strategic ritual' performed by journalists in order to command authority and legitimacy in the view of the audience (p. 661). As Tuchman (1972) argued, objectivity is achieved if journalists present both sides of a story, provide supporting evidence for their statements, quote the authoritative sources, separate facts and opinions, and present the information in a pyramidal structure (section III). In

fact, most of the media practitioners assert that their products are fair and with no intention to support or harm a specific group or individual (Gans, 2004, p. 39). Moreover, it is believed that an objective news is a piece of writing which is free from any ideological, political, economic, and other pressures. Objectivity is also twisted with other norms like fairness and truthfulness (Brooks, Kennedy, Moen, & Ranly, 2014, p. 15). Given the importance of this professional practice, I investigated if news on Telegram channels is objective. Therefore, the last question is:

RQ 5: How is the objectivity treated on Telegram channels as a journalistic practice?

Method

A wide range of quantitative and qualitative methods, mainly textual ones, were combined to thoroughly analyze the posts, in order to answer the research questions. First, I employed content analysis (both quantitative and qualitative) to extract the manifest and latent meanings of posts, in addition to describing their formal attributes. Doing so enabled us to go beyond statistical tables, which is common in quantitative methods. In order to explore the objectivity in news posts, another level was added to the examinations. In fact, quantitative content analysis only provided us with some simple numerical data. However, by applying qualitative analyses, I made more textual interpretations rather than just statistical ones. To go further, I used discourse analysis to interpret the social and political dimensions of the posts.

Content analysis is a popular method in social science and communication fields (Krippendorff, 2004; Prasad, 2008; Riffe, Lacy, & Fico, 2014; Rose, Spinks, & Canhoto, 2014; Wilkinson, 2000). In fact, there are many definitions of content analysis dealing with different aspects of this method. However, I based this research on Daniel Riffe, Stephen Lacy, & Frederick Fico's definition (2014) which sees content analysis as the systematic assignment of communication content to categories according to rules; and the analysis of relationships involving those categories using statistical methods (p. 3). Moreover, based on Margrit Schreier's (2014, p. 174) suggested plan, I began the content analyses by creating the research questions (which are stated in the previous section) and selecting the sample. The research sample consisted of the most viewed posts in Telegram. In fact, Telegram puts a sign under each post (an eye icon) to show the number of views, and we used it as a benchmark for measuring a post's popularity. Of course, it is a quantitative measure and we cannot conclude that a post with higher views is necessarily more popular. However, it is the only standard that we have for measuring the posts' popularity on a big scale. Although, we used it with caution, by acknowledging its limitations. In the next step, I collected the 20 most viewed posts, daily from May 3 to June 2, 2017. In fact, we began the process 16 days before the Election Day (May 19, 2017) and continued it to 14 days later. As a result, I gathered 620 posts with the highest views in each day in the election period. The bot designed by Social Network Lab of Tehran University (@tlgrphy) was utilized to identify the most viewed posts. Preparing the sample, I built the primary code schema (based on my experiences and anticipations as a Telegram user) and four coders were employed to code the posts. Meanwhile, the coding frame was modified and edited by coders to reach a final sheet. Then, they coded the posts again based on the new frame. Quantitative and qualitative analysis methods were blended in

taking these steps. For instance, we did not just put the posts in the predefined categories, but we redefined and modified the categories continually, based on the content and forms of posts.

Finally, I recruited discourse analysis (Fairclough, 2003; Hopke & Simis, 2017; Jørgensen & Phillips, 2002; van Dijk, 1993; Wiggins, 2009), to find out if any ideological, social, political or economic interest intervene in the processes of making news, and to see if the news stories are narrated objectively or not.

Findings

The findings will be presented in three parts to answer the research questions. First, I will explore the importance and structure of news among Telegram channels. Then, I will focus on news values in these broadcasters to understand how they are being shaped. Finally, I will examine if news posts in Telegram channels are narrated objectively or not.

News on Telegram: In order to analyze the importance of news on Telegram channels, I used several metrics. Probing the types of posts and channels can provide us with insightful data to discuss the role of news on Telegram sphere.

Twenty-one different kinds of posts were distinguishable among Telegram channels. Of course, the types with frequencies less than 10 are joined with other categories. As a result, the typology of posts consists of 10 different kinds which are presented in Table 1.

Table 1. The Typology of Posts

Post's type	Frequency	Percentage
News	366	59
Report	14	2
Comment	12	2
Quotation	32	5
Point	23	4
Public information	21	3
Yellow texts	14	2
Screenshot	25	4
Joke	28	4
Advertisement	10	2
Others	43	7

The results indicate that the majority of the most viewed posts consist of news posts (59%). In fact, the gap between this type and others is very wide. While there are 366 news posts, the second category is *quotations* with only 32 posts. To do further analyses, I probed the news posts' content and orientation. Findings show that politics is the main content of news posts with 149 repetitions (40% of news posts and 24% of all posts). Second is sport news (71 posts), and accidents comprise the third category with 55 posts.

Moreover, informing is the major orientation of news posts. In fact, 317 posts (87% of news posts and 51 % of all posts) were produced to inform users about something (mostly political happenings).

As it is discussed above, news posts are prevalent types of news on Telegram channels. Next, I analyzed the typology of channels to see how much of them are news ones. At the first stage, two primary themes emerged: Digital-born and official channels. According to Silvia Majó-vázquez, Jun Zhao, Jason R. C. Nurse, and Rasmus Kleis Nielsen (2017), digital-born channels are channels which have no clear and valid equivalent in offline word (p. 1). In the next level, two categories emerged as secondary themes: news and non-news channels. Finally, each secondary theme includes several types of channels which are presented in Table 2. In addition, I analyzed the activity rate for each category by measuring the number of posts which were published by each type. Doing so enabled us to do more reliable analyses, because it is completely possible that the channels of a specific type with low frequency, were more active and vice versa.

Table 2. The Typology of Channels

Primary theme	Secondary theme	Type	No.	Number of posts	Activity rate
Digital-born channel	News channel	Local	7	33	4.7
		National	14	112	8
	Non-News channel	Ephemeral	4	7	1.7
		Permanent	17	138	8.1
		General	16	119	7.4
		professional	5	26	5.2
	News channel	Entertainment	5	17	3.4
		Sport	5	35	7
		Fun and Joke	14	116	8.3
		Transmitter	3	14	4.6
news agency		15	156	10.4	
news website		5	53	10.6	
Official channel	Non-News channel	Website	3	8	2.7
		Newspaper	6	18	3
		Governmental organization	8	8	1
	News channel	personal channel	9	31	3.4
		non-governmental organization	3	3	1
		TV program	5	11	2.2
		sport club	3	5	1.7
			105	620	

While most of channels' types are clear, some explanations are needed for others. In fact, the logic of categorization for digital-born and official channels is naturally different; and the digital-born news channels are classified based on three distinctive attributes. First, they can be classified based on regional dependency to local and national channels. In terms of their continuation, there are two distinctive groups: temporary and permanent. Temporary groups are usually deleted or abdicated after a while. Moreover, general and professional channels are identified according to

their field of activity. These three sets are not essentially separable, while other categories are. In categories of digital-born and official news, there is one new class which needs more explanation. In fact, Transmitter channels are broadcasters which juts share and republish content from other platforms such as Twitter and Instagram. For instance, @VahidOnline or @Mamlekate only transmit the selected tweets from Twitter to Telegram. Therefore, these channels play an important role in convergence of social media.

It is not only news channels which broadcast news posts. The news posts can be distributed by every channel type. In this sample, 184 news posts were published by official news channels, while official non-news channels shared only 21 news posts. Furthermore, digital-born news channels published 134 news posts, and non-news channels in this category shared 45 news posts. However, news posts which were published by each type manifest different attitudes. The similarities and differences of news posts in these channels will be examined in the next sections.

Table 2 shows that news channels are an undeniable part of Telegram sphere. In fact, 21 digital-born and 29 official channels are news ones, which means there are 50 news channels among 105 channels that published the most viewed posts. News channels consist the majority of channels (47%) in this sample. Moreover, their activity rate is so high among all channels. In fact, the highest activity rates belong to news websites (10.6) and news agencies (10.4). This finding shows that online official sources are more trustable for users. This could be proven by another metric.

In order to further evaluate the importance of news on Telegram channels, I listed the 10 top channels which published the most posts during the election period. Table 3 shows the result.

Table 3. 10 Top Broadcasters

No	Channels' name	Type	No. of posts.
1	Fars (including its subchannels)	Off/ News/ News agency	35
2	Isna94	Off/ News/ News agency	32
3	Tasnim (including its subchannels)	Off/ News/ News agency	25
4	Gizमितel	Digital-born/ Non-News/ Fun and Joke	21
5	MizanOnline_ir	Off/ News/ News agency	13
6	yjcnewschannel	Off/ News/ News agency	13
7	rouhani96ir	Digital-born/ News/ ephemeral – national – general	10
8	NavadTV	Off/ Non-News/ TV program	10
9	khamenei_ir	Off/ Non-News/ Personal	9
10	khabaronline_ir	Off/ News/ News agency	9

Table 2 shows that 7 out of 10 top broadcasters are news ones. In fact, there are 6 official and 1 digital-born news channels among them. This finding confirms the last result which asserts that news channels (particularly news agencies' ones) are the most active broadcasters.

In sum, the results confirm that news is the main kind of posts' type, and news channels are the most active and important broadcasters on Telegram. Therefore, we can conclude that Telegram

channels can potentially affect journalism and news writing in Iran. I did further inquiries to see if such a hypothesis is true or not.

News structure on Telegram: In order to understand whether or not (and how) news structure has changed in Telegram channels, I analyzed the news posts to see whether traditional norms of news writing are obeyed or not. Next, I explored the news styles in Telegram channels and identified their characteristics.

Table 4 shows the frequency of news, which includes some of the traditional news elements.

Table 4. The Frequency of Old News Elements on Telegram

	No. of news posts containing the element	Percentage (of news posts)
Kicker	47	13
Headline	301	82
Subhead	5	1
Lead	4	1
Nutshell paragraph	218	59

The results show that the traditional standards of news writing are mainly abandoned by Telegram broadcasters. Most of news posts do not have any clear structure and just try to convey the main point. They obviously try to be as short as possible, not to bother the readers. In this regard, it can be said that a news post in Telegram is becoming more and more like a tweet.

Unlike the traditional news, news posts on Telegram almost do not have any kickers or subheads. The body is very short too, and readers are asked to click on a link to follow the complete text. In fact, the Telegram affordances enable news writers to embed links and other new elements in the body of news. It changes the nature of the body essentially. In many cases, there is no distinction between a headline and other elements such as a kicker or subhead. In fact, the news post consists of something like the old headline and an explanation which tries to act as a subhead, or even a lead. Particularly, the lead paragraph is not included into the news posts anymore. Therefore, we can conclude that the whole piece of news on Telegram channel is just an extended headline in the context of old news forms.

While the kicker, subhead and lead are mostly eliminated on Telegram channels, the nutshell paragraph survives in the news posts. However, the nutshell paragraph's form is changed as well. In some cases, there is no body and the news is solely formed of a nutshell paragraph. In such cases, the main point comes in the beginning of the news and after that, there are some sentences which announce the most important parts of news as an old nutshell paragraph. Thus, we can call them nutshell posts.

Besides the general changes in news structure, the official news channels differ from digital-born ones in some ways. In fact, official broadcasters try to comply with the old standards, while digital-born publishers are freer in news writing. For instance, all of the 47 kickers and four leads were used by official channels. In addition, only two posts of digital-born channels included a subhead. However, these two types of channels are more similar in using headlines and nutshell paragraphs. In fact, 177 news posts in

official channels (95%) and 124 posts in digital-born broadcasters (92%) had headlines. It is interesting that none of the news posts in non-news channels had a headline. In fact, news on non-news channels is mainly interwoven with personal notions, and is free of news writing standards. Such news posts are combined with jokes and sarcasm. It can be said that non-news channels form news in other formats. They just want to attract members, and the news writing rules have no meaning for them.

However, we can conclude that the nature of news is transformed on Telegram channels. Generally, it is hard to identify a particular part of a news post as kicker, subhead or lead in most cases. It can be said that the news structure in Telegram is baffling, and every segment is all and nothing at the same time. Even though official news channels' posts conform to news writing norms, they resemble the transformed nature of news on Telegram in the end.

Moreover, the changes of news structure are not limited to transformations in the old standards of news writing. In fact, new forms of news have emerged on Telegram channels. Interestingly, we can consider some of non-news posts type in table 1 as news as well. The most important new forms of news are quotations, comments, and screenshots. Despite their usage as parts of old news forms, quotations and comments are the whole thing on some of the Telegram news posts. In fact, there are some news posts which consist of just a quotation or comment. Here, the kicker, headline, subhead and lead are merged. Such posts usually begin with the name and the position of the speaker followed by his/her words immediately. There is nothing else in many cases.

While we can see quotations and comments as textual self-efficient news, screenshots are visual self-efficient news on Telegram. It is one of the affordances of social media which makes the appearance of screenshot possible, but not every screenshot is news. Obviously, it is the content of the screenshot that makes it news. In such cases, users publish a screenshot of what they want instead of transforming it to words. Here, the screenshot is not recruited just as a supplementary material, but it is the whole thing. In fact, they are used to convey meaning in a faster and simpler way. For instance, if we want to change an Instagram post by a celebrity into news, we have to be familiar with journalism rules, and spend some time on it. Moreover, reading such news may be a time consuming action for readers too. However, anyone can take a screenshot of the post and publish it. It does not need any especial education and is even more valid. Therefore, it can be said that the users' desire to get more in a shorter time, and the prevalence of different forms of citizen journalism has caused the emergence of screenshots (even quotations and comments) as new forms of news.

Additionally, news posts on Telegram can use new elements which traditional news could not. Social media offer users communication in new ways by using emojis, and addressivity markers (including hashtags, usernames and links). The employment of these new formats by news channels affects the news writing as well. In order to explore more, I analyzed the ways that these new formats are employed by news posts.

Generally, using emojis is very common in Telegram posts. Overall, 1092 emojis were used in 620 posts during the election time, which means that on average 1.76 emojis were embedded in each post. Moreover, seven different types of emojis were identified in Telegram posts: discriminative, highlighting, encouraging, iconic, ornamental, phatic, and compensatory. Discriminative emojis

were mainly employed to separate different parts of a message, while highlighting ones were used to emphasize a certain part of a message. Encouraging emojis usually try to persuade users to join the parent channel. An obvious example of these kinds of emojis is the hand emoji, the main form of which is the one pointing to the channel's link (👉). Iconic emojis simply represent something. For example, a camera emoji (📷) is used to represent a camera! Ornamental emojis are used to make a post more beautiful and colorful. Phatic emojis are used to show the author's sympathy. The most-used phatic emojis are (☺) and hearts. Finally, a compensatory emoji tries to increase the richness of message. For instance, when the author expects that a reader is going to laugh, s/he uses a laughing emoji (😂).

In sum, 633 emojis were used in news posts. It means that 58 percentage of the total emojis were used in news posts. Therefore, it is more common to see an emoji in a news post rather than a non-news one. The dispersion of the various categories of emojis in news posts is presented in table 5.

Table 5. The Frequency of Emojis in News Posts

	Frequency	Percentage
Discriminative	308	49
Highlighting	134	21
Encouraging	63	9
Iconic	64	10
Ornamental	36	5
Phatic	25	3
Compensatory	3	0.4

The above table shows that discriminative and highlighting emojis form the majority of emojis in news posts. Importantly, these emojis are used to highlight some parts of a text. Therefore, it is logical that their usage in news posts is widespread. Moreover, these emojis act like the bullets in traditional nutshell paragraphs. Figure 1 is a good example of posts which are just a nutshell paragraph with various discriminative emojis.

Figure 1. A Nutshell post with Discriminative emojis



Moreover, digital-born and official news channels are similar in employing emojis. For instance, 216 discriminative and 89 highlighting emojis were used by official news channels which are close to the number of emojis used on digital-born news channels. Furthermore, the main difference is not between digital-born and official news channels, but between news and non-news channels. In fact, non-news channels are more likely to embed ornamental, phatic and compensatory emojis in their news posts. Similarly, the frequency of encouraging and iconic emojis on non-news channels is higher than news ones.

Although using emojis is a common procedure on Telegram channels, these broadcasters rarely use hashtags and usernames. Moreover, the diversity of embedded hashtags and usernames is less than employed emojis. However, the results showed that 147 hashtags were used in 620 posts which means 0.24 hashtags in each post averagely (compare it with the average emojis used in each post). Furthermore, five various kinds of hashtags were identified in this study: identifier, emphazier, indexer, slogan and pointless. Identifiers provide some information about the message. People and event's names are the best example of this type. Emphasizing hashtags is used to highlight some points conveyed in the message or something that the author wants to focus on. For example, #توزیع_حداکثری² was used to show that the channel's administrator wants users to publish the message in a massive scale. On the other hand, indexers operate as classifying signs. They separate different posts based on various factors. A slogan hashtag is normally a phrase which announces some political or ideological belief. Finally, I classified the hashtags that do not belong to one of the aforementioned types as pointless hashtags. For instance, #اعضا³ does not pursue any clear purpose.

In general, 98 hashtags were used by all news channels. The identifier and indexer types, with 45 and 38 recurrences, consist the majority of hashtags in news channels. None of these 98 hashtags is slogan, while there are 11 emphazier and 4 pointless hashtags. Like emojis, the nature of employment of hashtags by news and non-news channels is different. In fact, non-news channels (especially digital-born ones) are more inclined to employ the slogan (15) and emphazier (13) types. Moreover, the majority of pointless hashtags occurred in digital-born non-news channels with 10 recurrences. In addition, official non-news channels have tried resemble the news channels behavior regarding the use of hashtags.

The usage of usernames and links are more monotonous than other types. In fact, each channel only uses its own username at the end of a post to advertise itself and show its possession. Similarly, they do it by mentioning the channels link too. There are more ways of using links in news channels as well. In fact, there are links to the parent website, news images, news stories in the parent website and news stories in other websites. These types of links are usually employed in news posts, although using channels' links is common among all broadcasters. As a result, it can be said that news channels employ links to validate their news and increase their website's ranking at the same time.

2 Maximum_Dissemination

3 Members

News values on Telegram: In the previous section, the changes in the form and structure of news were examined. Now, I will delve into the ways that news is produced on Telegram. In order to do this, I will try to show how a post is converted to a piece of news by focusing on the news values which are shaped on Telegram. As it is discussed in the theoretical section, the combination of news values which are suggested by Harcup & O'Neill (2017, p. 13) and Ricketson (2004, p. 9-12) were used in this study. However, the primary analyses showed that the Harcup & O'Neill (2017, p. 13) and Ricketson (2004, p. 9-12)'s lists need some revisions. Moreover, some of news values in each list can be merged with some of the other list ones. Therefore, I will explain these cases before turning to analyze the news values on Telegram channels.

First, exclusivity cannot be considered as a news value on Telegram channels. In fact, proving that a piece of news is an exclusive one is very hard, considering the fast and chaotic flow of information on Telegram. However, some strategies are used by channels' managers to show that a post is their own production. For instance, they watermark the images published on their channels. They also use the channel's username at the bottom of a post to prove their ownership. Nevertheless, such tactics cannot guaranty the exclusivity because any channel is able to do them whether the post content is provided by the channel or not.

Moreover, bad news/good news are not types of news values. Indeed, a piece of news could be of interest because of having some of other news values, while the nature of it could be good or bad at the same time. Moreover, every piece of writing which has a good/bad attitude, cannot necessarily be considered as a different type of news. It mainly becomes a piece of news when it possesses another news value. Furthermore, assuming an event as good or bad is too subjective. In fact, when an incident can be a good news for someone, it could be a bad one for others. Therefore, describing a piece of news as good/bad can violate the objectivity by interfering the interpreter's personal beliefs, ideologies and interests. Likewise, drama cannot be considered as a news value. There is no clear distinction between a bad news and drama. It seems that these two concept say the same thing in different words.

In addition, entertainment does not seem an appropriate type of news value. In fact, it is more of a post (or news) orientation rather than a news value. A post can entertain people or not, while its newsworthiness should be evaluated considering other elements. In fact, we should separate news values from news subject (what is a piece of news about?) and orientation (what goal is a piece of news seeking?). Of course, this was done in this study, but since exploring news subjects and orientations is not this research's aim, I will only refer to them if they are really needed. Moreover, shareability is the nature of most viewed posts on Telegram. Thus, such value is a constant parameter in this study and each post is a shareable one.

The power of elites and celebrities can be merged and seen as prominence. In fact, the prominence is a more comprehensive concept which is achieved when a piece of news refers to a famous individual (whether s/he is an elite or a celebrity or none). Therefore, these two values are replaced by prominence. In addition, being audio-visual could be an aspect of a piece of news quality rather than a news value. A scenic post can be easily a junk not a piece of news. Adding some visual and audio

elements can enhance the desirability of news, but these elements do not make a news by themselves. Moreover, news organization's agendas are not identifiable by analyzing the most viewed posts. There are even some news stories from digital-born sources, which have no clear and announced agenda. In addition, while follow-up (as currency) can be assumed as a news value, it is not traceable on most viewed posts. Integrity and continuity of posts, which is logically a characteristic of channel posts, is absent in posts which are derived from various and different sources. Therefore, we cannot analyze if fragmented and separated posts are following their ancestors or not.

As a result, the final list of news values of Telegram posts includes: conflict, impact, surprise (unusual), prominence, relevance, proximity, magnitude, and timeliness. The following table shows the frequency of each news value among news posts.

Table 6. The Frequency of News Values

	Frequency	Percentage
Conflict	58	12.8
Impact	107	23.6
Surprise	50	11
Prominence	186	40.98
Relevance	4	0.9
Proximity	12	2.6
Magnitude	4	0.9
Timeliness	33	7.3
Sum	454	100

Table 6 shows that 454 news values were used in 620 posts. Interestingly, the number of posts which include at least one news value is more than the number of news posts. This finding means that some of non-news posts possess news values as well. Generally, it can be concluded that most posts in Telegram channels, whether they are news or non-news texts, are news-oriented in their essence. It means Telegram channels, even non-news ones in non-news posts, use news values as a means to get more views and attention.

However, results show that prominence is the most popular news value among Telegram channels with 186 recurrences (40.98 %). Exploring the posts subjects revealed that 45 of these posts deal with celebrities. Celebrity is one of the main themes among subjects, but not a news value. Moreover, 126 of these posts (68%) are news ones, which means 32 percent of posts which pay attention to prominent individuals are non-news posts. The second popular news value is impact. This news value mostly occurred in news posts (85%). Interestingly, these findings are in accordance with previous researches on traditional news sources.

While conflict and surprise are of modest interest, relevance and magnitude are the least favorable news values among Telegram channels. The findings confirmed that news channels and non-news channels have same behavior in utilizing news values as well as official and digital-born channels. For instance, prominence is the most wanted news value in news and non-news channels. Moreover, it has the same positions on official and digital-born sources. The main difference between various

channels is not in the ways that they are recruiting news values, but in framing a piece of writing as news which was discussed earlier.

The question of objectivity: In the last section we will see if (and in which rate) Telegram channels are objective in reporting events or not. I will try to examine the news posts to find out if they serve any particular political, social, cultural or economic purpose for individuals, groups, parties, etc.

The results show that there are 113 news messages with a clear bias in favor of a person, group, etc., by supporting it or criticizing its opponent(s). This means that the majority of news posts (82%) comply with objectivity norms. Table 7 shows how the unfairness posts are dispersed through various categories of channels.

Table 7. The Frequency of Non-Objective News Posts

	Official channels		Digital-born channels	
	News channels	Non-news channels	News channels	Non-news channels
Non-objective posts	26	9	64	14
Percentage (based on all posts in the category)	14	43	48	31

According to table 7, official channels published 59 of these posts, while 78 of biased posts were published by digital-born channels. Thus, official channels are reasonably more cautious about objectivity on news posts than digital-born broadcasters. Furthermore, official news channels are the most objective sources. They published 26 posts violating objectivity. Among these channels, @farsna was the first violator with 17 posts. This channel belongs to radicals and obviously supports Ebrahim Raeesi by publishing these posts.

It seems that the official channels' roots in known offline organizations inhibit them from violating objectivity in large scale. On the other hand, digital-born broadcasters are publishing their desired posts freely. As it was discussed earlier, such channels do not have any clear and formal restricting connections with organizations and institutions. As a result, they are more reckless in supporting and criticizing others. Moreover, some channels have been created to do such duty like @Rouhani96ir. Therefore, it is not surprising that these channels are violating objectivity more than official publishers.

Furthermore, the biased posts either support or reprimand individuals. Regarding the importance of election as a nationwide event, most of the biased posts (77%) are toward election's candidates. Among the six candidates, Hassan Rouhani, Mohammad Bagher Ghalibaf, and Ebrahim Raeesi were the main subjects of supportive or critical posts. Table 8, presents the number of posts published to support or criticize these political figures.

Table 8. The Number of Personal Supportive and Critical Post

	Supportive	Critical
Hassan Rouhani	29	7
Mohammad Bagher Ghalibaf	21	12
Ebrahim Raesi	8	10

The results revealed that the news posts among the most viewed posts on Telegram channels do not violate objectivity significantly. Moreover, a great number of such posts tried to support or criticize election's candidates, which seem logical. In addition, the official news channels considerably represent their parent organization's agenda and priorities in covering events. For instance, @farsna, as a channel which has relations with political hardliners in Iran, supported candidates who represent such groups and parties in election (i.e. Raesi and Ghalibaf). This channel also published three news posts about international incidents. These posts covered some events in Bahrain, Syria and Saudi Arabia. Although the content of the posts were almost objective, the selection of these countries, which are mainly supported or criticized by state and radical groups, showed how ideology affects the gatekeeping process in this channel. Generally, the digital-born channels' behavior in reporting news resembles the behavior of such channels. On the other hand, some channels which argue that they cover news objectively, such as @isna94, tried to cover all the candidates and publish their opinions in direct quotations.

Conclusion

This research tries to evaluate Telegram's effects on journalism and news writing in Iran. In order to do so, I focused on the most viewed posts on Telegram channels in the recent presidential election. While it seems that Telegram affects some journalistic practices like news gathering and relating with sources, the main concern of the current study was assessing Telegram's impacts on the news structure and values. Moreover, I studied how objectivity was treated by Telegram channels.

However, this research shows that the majority of the most viewed posts on Telegram channels can be considered as news. In addition to the old forms of news, new types of posts such as screenshots, comments and quotations have emerged in Telegram as news. Moreover, the structure of news has been significantly affected by Telegram channels. The results show that most news posts on Telegram do not obey the traditional and standard forms of news writing. For instance, the kicker, subhead and lead, as old parts of news structure, are mainly abandoned. Nevertheless, the main concern of Telegram channels is to convey the key point of the news. Therefore, they do not spend more time to write a lead or subhead. They just write the main point as short as possible. This fact causes the emergence of what I call a "nutshell post". The preference toward short messages, which convey the maximum of data in shorter time, can be seen in screenshot as a new form of news as well. Nonetheless, there is a significant difference between the structure of news posts on official and digital-born channels. While the style of news writing on official channels has changed as well, these channels are trying to comply their news writing with traditional standards more than digital-born broadcasters. Although the news posts on official channels are as small as news messages on digital-born publishers, they

are written in formal language and some parts of them can be considered as subhead or lead. On the other hand, news posts on digital-born channels are more in colloquial form. In addition, they do not have any particular structure, and their form varies from one to another.

Despite the massive changes in news structure, news values on Telegram posts are almost the same as those of traditional press. However, the findings show that not all news values suggested by Harcup and O'Neill (2017) are applicable on Telegram posts. In fact, we should not confuse the news values with news subject and news orientation. Therefore, I altered the Harcup and O'Neill (2017) list and combined it with Ricketson's (2004) suggested values to reach a comprehensive and appropriate list of news values. However, results indicate that official and digital-born channels show the same behavior in enriching their news posts with news values. In accordance with previous research into news values of traditional press in Iran (Kheirabadi and Aghagolzadeh, 2012), prominence and impact are the main news values on Telegram posts. Conversely, relevance and magnitude are less favorable news values in these posts. Analyses did not lead to any new forms of news values on Telegram news posts. Therefore, we can deduce that the news values have not been affected by Telegram channels as news structure. In fact, news values are the same as traditional ones because the people's news taste has not changed.

Finally, the results show that the proliferation of Telegram usage in Iran has not drastically modified the objectivity of news. Although there are some biased posts on Telegram channels, the quantity of them is not considerable enough to give them the power to affect the Telegram information flow. Moreover, most of the biased news posts support or criticize a candidate, which is not surprising. However, official channels are more careful in reporting news objectively. Whilst the formal connection of official channels with some organizations prevents them from acting freely, digital-born channels can almost do whatever they want. As a result, the number of biased posts among digital-born broadcasters is more than that of official channels.

This research shows that Telegram has substantially affected the news structure rather than news values or objectivity. It can be predicted that the massive usage of Telegram by news and non-news organizations for spreading news will deeply transform the news style. Subsequently, it can be inferred that Telegram as a type of social media in the context of Iran has affected the form of news, rather than its content.

References

- Al-Rawi, A. (2017). News values on social media: News organizations' Facebook use. *Journalism: Theory, Practice & Criticism* 18(7), 871–889. <https://doi.org/10.1177/1464884916636142>.
- Barnard, S. R. (2016). “Tweet or be sacked”: Twitter and the new elements of journalistic Practice. *Journalism* 17(2), 190–207. <https://doi.org/10.1177/1464884914553079>.
- Bednarek, M., & Caple, H. (2014). Why do news values matter? Towards a new methodological framework for analysing news discourse in critical discourse analysis and beyond. *Discourse & Society* 25(2), 135–58. <https://doi.org/10.1177/0957926513516041>.
- Blaagaard, B. B. (2013). Shifting boundaries: Objectivity, citizen journalism and tomorrow's journalists. *Journalism* 14(8), 1076–90. <https://doi.org/10.1177/1464884912469081>.
- Bossio, D., & Bebawi, S. (2016). Mapping the emergence of social media in everyday journalistic practices. *Media International Australia* 161(1), 147–158. <https://doi.org/10.1177/1329878X16665494>.
- Boyd, D. (2010). Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications. In Papacharissi, Z. (Ed.) *Networked self: Identity, community, and culture on social network sites* (pp. 39–58). London: Routledge.
- Broersma, M., & Graham, T. (2013). Twitter as a news source how Dutch and British newspapers used tweets in Their News Coverage, 2007-2011. *Journalism Practice* 7(4), 446–464. <https://doi.org/10.1080/17512786.2013.802481>.
- Brooks, B. S., Kennedy, G., Moen, D. R., & Ranly D. (2014). *News reporting and writing*. New York: Bedford/St. Martin's.
- Bruns, A., & Highfield, T. (2012). Blogs, Twitter, and breaking news : The produsage of citizen journalism. In R. A. Lind (Ed.) *Producing theory in a digital world : The intersection of audiences and production in contemporary theory* (pp. 15–32).
- Duffy, M. J. (2011). Networked journalism and Al-Jazeera English: How the Middle East network engages the audience to help produce news. *Journal of Middle East Media* 7(1), 23.
- English, P. (2016). Twitter's diffusion in sports journalism: Role models, laggards and followers of the social media innovation. *New Media & Society* 18(3), 484–501. <https://doi.org/10.1177/1461444814544886>.
- Fairclough, N. (2003). *Analysing Discourse: Textual analysis for social research*. London: Routledge.
- Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news. *Journal of Peace Research* 2 (1), 64–90. <https://doi.org/10.1177/002234336500200104>.
- Gans, H. J. (2004). *Deciding what's news*. Evanston, Illinois: Northwestern University Press.
- Gearhart, S., & Kang S. (2014). Social media in television news. *Electronic News* 8(4), 243–259. <https://doi.org/10.1177/1931243114567565>.
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2001). What is news? Galtung and Ruge revisited. *Journalism Studies* 2(2), 261–80. <https://doi.org/10.1080/14616700120042114>.
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is news?: News values revisited (again). *Journalism Studies* 18(12), 1470–88. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>.
- Hermida, A. (2010). Twittering the news: The emergence of ambient journalism. *Journalism Practice* 4(3), 297–308. <https://doi.org/10.1080/17512781003640703>.
- Hermida, A. 2013. #Journalism: Reconfiguring journalism research about Twitter, one tweet at a time. *Digital Journalism* 1(3), 295–313. <https://doi.org/10.1080/21670811.2013.808456>.
- Hermida, A., Fletcher, F., Korell, D. & Logan, D. (2012). Share, like, recommend. *Journalism Studies* 13(5–6), 815–824. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2012.664430>.

- Hermida, A., Lewis, S. C., & Zamith, R. (2014). Sourcing the Arab Spring: A case study of Andy Carvin's sources on Twitter during the Tunisian and Egyptian revolutions. *Journal of Computer-Mediated Communication* 19(3), 479–99. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12074>.
- Hopke, J. E., & Simis, M. (2017). Discourse over a contested technology on Twitter: A case study of hydraulic fracturing. *Public Understanding of Science*, 26(1), 105–120. <https://doi.org/10.1177/0963662515607725>
- Jahng, M. R., & Littau, J. (2016). Interacting is believing: Interactivity, social cue, and perceptions of journalistic credibility on Twitter. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 93(1), 38–58. <https://doi.org/10.1177/1077699015606680>.
- Jørgensen, M., & Phillips, L. (2002). *Discourse Analysis as Theory and Method*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Kaplan, A. M., & Haenlein M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons* 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>.
- Kermani, H. (2016). Participant observation in Telegram groups: Roadmap and a case study. *The Journal of Culture – Communication Studies* 17(35), 53–79. <http://dx.doi.org/10.22083/jccs.2016.42560>.
- Kheirabadi, R., & Aghagolzadeh F. (2012). A discursive review of Galtung and Ruge's news factors in Iranian newspapers. *Theory and Practice in Language Studies* 2(5). <https://doi.org/10.4304/tpls.2.5.989-994>.
- Kovach, B., & Rosenstiel, (2014). *The elements of journalism*. New York: Three Rivers Press.
- Krippendorff, K. H. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (2nd ed.). London: Sage.
- Lee, J. (2015). The double-edged sword: The effects of journalists' social media activities on audience perceptions of journalists and their news products. *Journal of Computer-Mediated Communication* 20(3), 312–29. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12113>.
- Majó-vázquez, S., Zhao, J., Nurse J. R. C., & Nielsen, R. K. (2017). Digital-born and legacy news media on Twitter during the UK General Election. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. Retrieved from <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-11/Digital-Born%20and%20Legacy%20News%20Media%20UK%20Factsheet.pdf>.
- McKane, A. (2006). *News writing*. London: Sage.
- McNair, B. (2009). *News and journalism in the UK*. London: Routledge.
- Molyneux, L. (2015). What journalists retweet: Opinion, humor, and brand development on Twitter. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 16(7): 920–935. <https://doi.org/10.1177/1464884914550135>.
- Newman, N. (2009). The rise of social media and its impact on mainstream journalism. *Reuters Institute for the Study of Journalism*, 8 (September): 1–5. Retrieved from <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-11/The%20rise%20of%20social%20media%20and%20its%20impact%20on%20mainstream%20journalism.pdf>.
- Örnebring, H. (2013). Anything you can do, I can do better? Professional journalists on citizen journalism in six European countries. *International Communication Gazette*, 75(1): 35–53. <https://doi.org/10.1177/1748048512461761>.
- Pak Nezhad., H. (2016). Telegram and divorce: A case study, *Razi Journal of Medical Science*, 23 (150), 77-81.
- Papacharissi, Z. (2014). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. New York, NY: Oxford University Press.
- Prasad, D. B. (2008). Content analysis: A method of Social Science Research. In D. K. L. Das & V. Bhaskaran (Eds.), *Research methods for social work* (pp. 174–193). New Delhi: Rawat Publications.
- Rezaei, R., Safa, L., and Adibi, M. (2016). Factors Affecting the Intention of Using Telegram in Educational Activities Case Study: Mashhad University Students, *Media Research Journal*, 23 (87), 37-64.
- Ricketson, M. (2004). *Writing feature stories*. Sydney: Allen & Unwin.

- Riffe, D., Lacy, S., & Fico, F. (2014). *Analyzing Media Messages Using Quantitative Content Analysis in Research*. New York and London: Routledge.
- Rose, S., Spinks, N., & Canhoto, A. I. (2014). *Management Research: Applying the Principles*. London: Routledge.
- Rudin, R., & Ibbotson, T. (2002). *An introduction to journalism*. London: Focal Press.
- Schreier, M. (2014). Qualitative Content Analysis. In U. Flick (Ed.), *The SAGE Handbook of Qualitative Data Analysis* (pp. 170–184). London: SAGE Publications.
- Shoemaker, P. and Reese, S. D. (2014). *Mediating the Message in the 21st Century: A Media Sociology Perspective*. New York: Routledge.
- Trilling, D., Tolochko, P., & Burscher, B. (2017). From newsworthiness to shareworthiness. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 94(1): 38–60. <https://doi.org/10.1177/1077699016654682>.
- Tuchman, G. (1972). Objectivity as strategic ritual: An examination of Newsmen's notions of objectivity. *American Journal of Sociology* 77(4): 660–679. <https://doi.org/10.1086/225193>.
- van Dijk, T. A. (1993). Principles of Critical Discourse Analysis. *Discourse & Society*, 4(2), 249–283. <https://doi.org/10.1177/0957926593004002006>
- Veenstra, A. S., Iyer, N., Park, C. S., & Alajmi, F. (2015). Twitter as “a journalistic substitute”? Examining #wiunion tweeters' behavior and self-perception. *Journalism* 16(4): 488–504. <https://doi.org/10.1177/1464884914521580>.
- Vis, F. (2013). Twitter as a reporting tool for breaking news: Journalists tweeting the 2011 UK riots. *Digital Journalism* 1(1): 27–47. <https://doi.org/10.1080/21670811.2012.741316>.
- Wahl-Jorgensen, K., & Hanitzsch, T. (2009). *The handbook of journalism studies*. New York, NY: Routledge.
- Wiggins, S. (2009). Discourse analysis. In *Encyclopedia of Human Relationships* (pp. 427–430). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Wilkinson, S. (2000). Women with Breast Cancer Talking Causes : Comparing Content, Biographical and Discursive Analyses. *Feminism & Psychology*, 10(4), 431–460.

Türkiye’de Fikir Sanat Dergiciliği: İlk Dönem *Hareket* Dergisi Örneği

Literary and Artistic Magazine Publishing in Turkey: The First Period Sample of *Hareket*
Magazine

Bilgehan İHTİYAR*

Öz

Dergiler fikir, sanat, kültür ve edebiyat gibi çeşitli konularda kapsamlı bir yapıya sahip olarak okuyucularına zengin bir içerik sunan kitle iletişim araçlarıdır. Bu çalışmada, Tek Partili dönemde yayın hayatına başlayan ve muhalif bir fikir ve sanat dergisi olan *Hareket* dergisinin 1939 yılı süresince yayınlanan sayıları, milliyetçilik ve din bağlamında incelenmiştir. Çalışmada, nitel veri analizi ve içerik analizi olmak üzere iki ayrı yöntem kullanılmıştır. Nitel veri analiziyle ulaşılan dergi yayınları, içerik analizi yöntemiyle milliyetçilik ve din temaları çerçevesinde analiz edilmiştir. Dergide, milliyetçilik, Müslüman Türk’ün vatani olarak Anadolu, ahlak ve hareket felsefesi gibi temalar çerçevesinde okuyuculara belli bir fikir verme amacı güdülmüştür. Bu bağlamda çalışma, Tek Partili dönemde yayın hayatına başlayan bir fikir sanat dergisi olan *Hareket* dergisi hakkında betimleme ve bakış açısı sunmaktadır. Araştırma sonucunda, *Hareket* dergisinde dinin, hareket felsefesi bağlamında, mücadeleci ve aksiyona yönelik boyutuyla ön planda olduğu görülmüştür. Türk toplumunun, kendi kültürel dinamikleri içinde din ve ahlak bütünlüğüyle gerçekleşebileceği savunulurken, geri kalmışlığın ana sebeplerinin milliyetçilik, din ve ahlaki konulardaki yozlaşmadan kaynaklandığı iddiasına ulaşılmıştır. Batılılaşmanın ve seküler düşünce yapısının hakim olduğu Tek Partili dönemin ideolojisine muhalif olarak da, Rönesans’ın ancak bir medeniyetin kendine özgü değerleriyle gerçekleşebileceği fikri ön plana çıkarılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yayıncılık, Dergiler, Fikir Sanat Dergileri, Hareket Dergisi.

Abstract

The magazines are types of publications that present to its readers a rich content and have a comprehensive structure on various topic such as idea, art, culture and literature. The Hareket Magazine, which started

* Doktora Öğrencisi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Türkiye, ihtiyar.bilgehan@gmail.com, Orcid ID: 0000-0001-5728-2174.

publishing life in Turkey’s single-party period (1923-1950), is a critical idea and art magazine. In this study, the issues of Hareket Magazine published in 1939 were analyzed in the context of conservatism, nationalism and religion. Two separate methods were used in the study; qualitative data analysis and content analysis. The magazine publications reached through qualitative data analysis were analyzed by means of content analysis method within the frame of “nationalism” and “religion”. The magazine aims to give a specific idea for readers in the sense of nationalism, Anatolia as a homeland of Muslim Turks, morals and movement philosophy. In this context, the study provides a perspective and description generally about Hareket Magazine which was on literature and art and was published in the single party regime. As a result of the research, the opposition stance of the Hareket journal in the conditions of publication of the Single Party period and its contribution to the intellectual-artistic magazine publishing was evaluated in terms of nationalism and religion issues.

Keywords: Publishing, Magazines, Literary and Artistic Magazine, Hareket Magazine.

Giriş

Basılı medya, zaman içerisinde teknoloji ile birlikte gelişip yaygınlaşmıştır. Gazete yayınlarından hemen sonra ortaya çıkan dergiler de bu gelişmeler ışığında yaygınlaşmaya başlamıştır. Basılı medya kapsamındaki dergi yayıncılığı; bilim, fikir ve sanat, ekonomi, spor, magazin, kadın, çocuk gibi çeşitli türlere ayrılması sebebiyle, gazetelere göre daha ayrıntılı ve belirlediği hedef kitlesine daha etkili ulaşabilen bir yayıncılık türüdür. Bu nedenle dergiler, toplumların yaşam biçimlerini ve gelişim evrelerini yansıtmak açısından gazetelere nazaran daha kapsamlıdır. Özellikle fikir ve sanat konulu dergileri ele aldığımızda genelde gazete ve televizyon gibi medya araçlarına nazaran daha sistemli ve kapsamlı bir fikir ortaya koymalarıyla fikri içerik üretimleriyle ön plana çıkarlar.

Bu çalışmanın amacı, Tek Partili dönemde yayın hayatına başlayan *Hareket* dergisinin yayıncılık bağlamındaki muhalif duruşunu ortaya koymaktır. Bu sebeple derginin muhalif çizgisini öne çıkaran yönleri üzerinde durulmaktadır. *Hareket* dergisinin Dergâh Yayınları’ndan çıkan tıpkıbasımı olan ilk dönem yayınları (Şubat-Kasım 1939) incelendiğinde, muhalif çizginin genellikle milliyetçilik ve din temaları çerçevesinde olduğu görülmektedir. *Hareket* dergisinin, zamanın zor siyasal şartlarında ve tüm ekonomik zorluklara rağmen, davasına inanmış bir entelektüelin düşüncelerini okur kitlesiyle paylaşması ve bunu uzun yıllar devam ettirebilmiş olması, yayıncılık tarihi ve pratiği açısından önemli bir örnektir. Bu makalede, *Hareket* dergisinin muhalif duruşu ve milliyetçilik ile din ilişkisini nasıl kurduğu incelenerek günümüzün yayıncılık alanına katkı sağlanması hedeflenmektedir.

Çalışmada, sosyal olguları içinde buldukları ortam görünüşleriyle gözlem, görüşme ya da belgeleri değerlendirmek suretiyle bilgi edinme ve bu bilgileri analiz ederek kuram geliştirme imkanı sunan nitel veri analizi (İslamoğlu, 2011, s. 186) ve içerik analizi yöntemleri kullanılmıştır. Nitel veri analizi kullanılmasıdaki amaç, olguların anlamını derinlemesine inceleyerek betimsel ve gerçekçi açıklamalar yapmaktır. Sayısal veriden ziyade, daha çok sözlü ve yazılı metinlerin toplanmasına olanak veren nitel araştırma yoluyla doküman incelemesi yapılmıştır (Balaban Salı, 2012, s. 115-117). Bu yöntemle, araştırmanın amacına uygun olarak *Hareket* dergisinin ilk dönem yayınlanan

(Şubat-Kasım 1939) sayılarına, Dergah Yayınları tarafından yayımlanan tıpkıbasım kaynağından ulaşılmıştır. Murat Ataizi'nin (2012) de belirttiği gibi içerik analizi,

Genelde kitle iletişim araçları (medya): televizyon, radyo, gazete, dergi, sinema gibi araçlar tarafından üretilen yazılı, sözlü ya da görsel mesajların sistematik bir biçimde analiz edilmesi yani taşıdığı mesajları anlamak için bilimsel yöntemle çözümlenmesi ve bu mesajların anlamlandırılması yöntemine içerik analizi denilebilir. (s. 139)

İçerik çözümlenmesi, *Hareket* dergisinin muhalif çizgisini nasıl yansıttığını ortaya çıkarmak için kullanılmaktadır. Araştırma örnekleme derginin muhalif kimliğini öne çıkaran anahtar temalar, yani milliyetçilik ve din temalarına göre sınırlandırılmış ve ilgili bölümlerin içerik analizi yapılmıştır.

Çalışma, *Hareket* dergisinin, Dergah Yayınları'ndan çıkan 1939'un Şubat ile Kasım ayları arasındaki toplam yedi sayılı tıpkıbasım yayınlarıyla sınırlandırılmıştır. *Hareket* dergisinin uzun soluklu bir yayın hayatına sahip olması ve yayımlandığı ilk dönem itibarıyla fikri anlamda muhalif olarak yayın yapan tek fikir sanat dergisi olması gibi sebepler derginin yayıncılık tarihi ve pratiği açısından önemini ortaya koyar. Bu bakımdan çalışma, derginin yayın hayatına başladığı ilk yıldaki yedi sayıyla sınırlandırılmıştır.

Tek Partili Dönemde Türkiye'de Fikir Sanat Dergiciliği

Fikir sanat dergiciliği denildiğinde akla ilk gelen, bir düşünce etrafında toplanıp fikir sancısı çeken kişilerin üretimleridir. Dergi yayıncılığının ortaya çıkışından bu yana fikir sanat dergileri, fikri meselelerin tartışıldığı ve bir yönüyle de hem yaşanan döneme yön veren hem de onun tarafından yönlendirilen önemli yayın organları olmuştur. Fikir sanat dergileri, toplumun fikri düşüncesinin yanı sıra, sanata ve edebiyata bakışı betimleyen, sanatı ve edebiyatı sorgulatan ve onları yönlendiren bir araç olmuştur. Sahip oldukları fikri düşünce önemli olmaksızın, çoğunlukla alanında usta isimlerin bir araya gelerek oluşturdukları dergiler ise bunun örnekleridir.

Cemil Meriç (2010), dergilerin devrin en mahrem ve samimi yanlarını makyajsız bir şekilde ortaya koyan yayınlar olduğu ifade ederek şöyle söyler:

Kitap fazla ciddi, gazete fazla sorumsuz. Dergi hür tefekkürün kalesi. Belki serseri ama taze ve sıcak bir tefekkür. Kitap, çok defa tek insanın eseri, tek düşüncenin yankısı; dergi bir zekâlar topluluğunun. Bir neslin vasiyetnamesidir dergi: vasiyetnamesi, daha doğrusu mesajı. Kapanan her dergi, kaybedilen bir savaş, hezimet veya intihar. (s. 102-103)

Fikir sanat dergileri, dönemin fikri düşünce yapısını diğer yayın türlerine göre daha ayrıntılı ve genellikle alanında uzman kişilerin kalemleriyle sunmalarından dolayı siyasal müdahalelerden en çok etkilenen yayın organları olmuşlardır. Türkiye'nin yakın tarihi de Tek Partili dönemdeki politik çıkarlar sebebiyle engellenip sansürlenmiş yayınlarla doludur.

Tek Parti Dönemi, Serbest Fırka'nın kapatılmasından başlayıp, Demokrat Parti'nin kuruluşuna kadar devam eden süreci (1923-1946) kapsamaktadır. Türkiye tarihinde önemli bir yere sahip olan bu dönemi diğer dönemlerden ayıran özellik, ülkede tek bir partinin bulunması ve bu partinin muhalif partiler olmaksızın her durumda iktidara sahip olmasıdır (Ertunç, 2005, s. 261-262). Ülkede yaşanan

bu siyasi atmosfer basın yayın organlarını da etkilemiştir. Mevcut iktidarın siyasi görüşlerine aykırı sayılabilecek yayın yapan kişi ve kurumlar engellenmeye çalışılmıştır.

Bu dönem Türkiye için zor yıllardır, çünkü hem 1920’ler hem de 1930’lar Türkiye’nin köklü atılımlara giriştiği, fakat bu atılımları gerçekleştirebilmek için gerekli maddi kaynakların da yeterli olmadığı bir dönemdir. Aşar kaldırılmış, mali reformlar ise devleti temel gelir kaynaklarından mahrum etmiştir. 1920’lerin ikinci yarısındaki kötü iklim koşulları da tarımı olumsuz etkilemiştir. Bir tarım ülkesi olan Türkiye, mali-iktisadi bunalıma düşecek duruma gelmiştir. Bunun yanı sıra, 1929 Ekonomik Buhranı da Türkiye’nin sorunlarını daha da derinleştirmiştir. Buhrandan en çok tarım ülkeleri etkilenmiştir. Cumhuriyetin doğuşu sonrasında kurulan birçok şirket, 1930’lu yılları dahi görememiştir. Sanayi planları yaparak ülkenin en kısa sürede kendine yetecek bir konuma getirilmesi istenir, İttihatçıların “milli iktisadi”, “devlet iktisadiyyatı” bir adım daha ileri alınır ve devletçiliğe geçilir (Toprak, 2004, s. 3-4). Diğer yandan, Ahmet İnsel’in (2001) de belirttiği gibi Tek Parti döneminin düşünsel bakış açısı,

Kemalist düşünün ideali, otoriter bir demokrasidir. Disiplinli bir hürriyet, nizamlı bir toplum ve devlet otoritesine mutlak itaati içeren demokrasi anlayışı için, aslolan yönetimin rahat çalışabilmesidir. Bu nedenle çoğulculuğu, intizamsızlık, disiplinsizlik ve başıbozukluk olarak algılama eğilimindedir. Tasarladığı demokrasi modeli otoriteye mutlak itaat talep eder. (s. 23-24)

Bu dönemde, Türk toplumunu meydana getiren farklı kesimlerin siyasi düşüncelerini dile getirme olanağı, sistemin izin verdiği ölçüde gerçekleşebilmektedir (Barutçu, 2012, s. 25-26). Özellikle yayıncılık faaliyetinde bulunan kesimler de bu dönemde baskı altında kalmıştır. Örneğin, 1925 yılında Doğu illerinde meydana gelen Şeyh Sait İsyanı’nın yanı sıra, Ankara ve İstanbul’da da hükümete karşı muhalefet eylemleri gerçekleştirilmiştir. Basında da Tek Parti düzenine ilişkin eleştiri yazıları yayınlanmıştır. Bunun üzerine muhalif sesleri susturmak amacıyla *Takrir-i Sükun Kanunu* getirilir. Bu kanun, hükümete olağanüstü yetkiler vermiştir. Kanunla hükümet, basın özgürlüğünü dilediği gibi kısıtlama ve hatta gazete kapatma yetkileri elde etmiştir. Bu kanunla *Tevhid-i Efkar*, *Son Telgraf*, *İstiklal*, *Sebilürreşat*, *Aydınlık* ve *Orak Çekiç* gazeteleri kapatılırken, *Sadayı Hak*, *İstikbal*, *Kahkaha*, *Presse du Soir*, *Savha* gazeteleri de susturulmuştur (Topuz, 2003, s. 146-148).

Yaşanan politik gerilimler ve uygulanan yaptırımlar, basının çok sesli bir şekilde yayın yapmasında engel olmuştur. Farklı düşünceleri temsil eden gazete ve dergilerin yayın hayatı yaptırımlarla engellenmeye çalışılmıştır. Bu da dönemin kültür sanat alanındaki üretimlerinde tek yönlü düşüncenin ağır basmasına neden olmuştur. Diğer yandan, iktidara zıt düşünceye sahip olan medya kuruluşları devletten destek alamadıkları gibi reklam konusunda da sıkıntılar yaşamış ve yayın hayatlarına devam etmeleri zorlaşmıştır.

Dönemin tüm zorluklarına rağmen öne çıkan fikir sanat dergilerinden bahsetmek de mümkündür. Bunlardan birisi 1921-1923 yılları arasında yani Milli Mücadele Dönemi ile Cumhuriyetin ilk yılında fikir, sanat ve edebiyat alanlarında yayın yapan *Dergâh* dergisidir. Derginin isim babası Yahya Kemal Beyatlı’dır. Milli Mücadele’yi destekleyen, ruhçu ve mistik bir dergidir. Bir diğeri 1923-1928 yılları arasında Mehmed Mesih (Akyiğit) tarafından çıkarılan, fikir tartışmalarının yanı sıra sanat

ve edebiyat yazılarına da yer veren *Milli Mecmua* dergisidir. Dergide yaygınlıkla Türk devriminin ilkeleri ve ulusçuluk düşünceleri, Cumhuriyete sahip çıkılarak tartışılır (Toprak, 1984, s. 25-26). Dönemin öne çıkan dergilerinden bir diğeri de 1924-1931 yılları arasında yayımlanan *Resimli Ay* dergisidir. Sabiha Sertel ve Nazım Hikmet gibi isimlerin yazı kadrosunda bulunduğu dergide, Türkiye’de Marksist düşünce ve yorumları ele alınmıştır. Kemalizm’i savunan yazıların yayınlandığı ve düşünsel yönünün sosyolog Mehmet İzzet tarafından oluşturulduğu *Hayat Mecmuası* da dönemin öne çıkan dergilerinden biridir (Topuz, 2003, s. 390).

Tek Parti döneminde parti-devlet-hükümet bütünleşmesi izlenir ve farklı görüş çevreleri susturulur. Türk Ocakları kapatılarak, Cumhuriyet Halk Fırkası’yla yakın temas içinde olan Halkevleri kurulur. *Ülkü* (1933) dergisi bu ortamda yayın hayatına başlar. Dergiye adını M. Kemal Atatürk verir. Edebiyat, tarih, sanat, sosyoloji ve felsefe gibi konuların yanı sıra CHF popülizmi belirgin şekilde kendini gösterir. *Kadro* (1932-1935) Dergisi de yine dönemin öne çıkan dergilerinden biridir. Devletçilikten yana olan *Kadro*, Kemalist inkılabın ideolojisini yaymayı hedefler. Demokrasi anlayışında Kıta Avrupası’nın otoriter ve totaliter eğilimlerinin etkisinin görüldüğü ve güçlü orta sınıf görüşünün hakim olduğu *Fikir Hareketleri* dergisi de, demokrasi retoriğini yoğun biçimde kullanması bakımından, dönemin öne çıkan dergileri arasındadır. Ulusal değerlerin köylerde arandığı ve köycülük düşüncesini konu alan dergi *Atsız Mecmua* da Tek Parti döneminin öne çıkan dergileri arasında zikredilebilir.

1930’lu yıllarda Türk Ocakları’nın kapatılmış olması sebebiyle Türkçüler geri plana itilse de, Almanya’da Adolf Hitler’in iktidara gelmiş olması, bu dönem dergilerinde ırkçılık tartışmalarını da tekrar gündeme getirir. Örneğin *Orhun* dergisi, milliyet sorununu her şeyden önce kan sorunu olarak görür. Türkçe konuşan bir Yahudiyi Türk olarak kabul etmezler. Dergi 1934’te kapatılır. Aynı şekilde benzer yayın çizgisinde olan *Geçit* ve *Birlik* dergileri de kapatılır.

Tek Parti döneminin sistem eleştirisini yapmaları bakımından diğer dergilerden ayrı yayın politikaları benimseyen dergiler ise şunlardır: *Akın*, *Projektör*, *Yeni Adam*, *İnsan*, *Hareket* ve *Yücel*. Bunlar, bir bakıma dönemin muhalif dergileridir (Toprak, 1984, s. 37).

Bu dönemde yayımlanan muhalif muhafazakâr dergilerin genel durumunu Toprak (1984) şöyle anlatır:

Tek Parti döneminin güçlü muhalefet organlarından biri Hareket dergisidir. İslamcılık akımının son sözcüsü Sebülürreşad’ın 1925’te kapatılmasından sonra İslamcı nitelikte gazete ya da dergi kalmamıştır. Takrir-i Sükun Kanunu ile basın sıkı bir denetime girmiş, rejime ters düşen yayınlar kapatılmıştır. 1939 yılında yayınlanmaya başlayan Hareket bu tür muhalefetin ilk sözcülerinden biridir. Nurettin Topçu’nun yönetiminde çıkan dergi Batılılaşmayla beklenen Rönesans’ın, dirilişin gerçekleşemeyeceğini savunur. Bu arada tek şef rejiminin sakıncaları vurgulanır. Bu tür eleştireler nedeniyle Nurettin Topçu Denizli’ye sürülür. Dergi 1942’ye değin yayınına ara vermek zorunda kalır. 1943 Eylül’ünde yayımlanmaya başlayan Büyük Doğu, Necip Fazıl’ın yönetiminde İslamcı hareketin yol açısı dergilerinden bir diğeridir. Özellikle çok partili döneme geçişte, kamuoyu oluşumunda etkin rol oynamıştır. (s. 39)

Hareket dergisi, yayınlanmaya başladığı dönemde var olan fikir sanat dergileri içinde muhalif olan tek dergi olması sebebiyle ortaya koyduğu düşünceleri açısından önem taşır. Döneme hakim olan pozitivist anlayışa eleştirel yaklaşarak, düşüncelerinin temelini kalp ve ruha dayandırır.

Dergicilik ve bilhassa fikir sanat dergiciliği üzerine yapılan çalışmalar her ne kadar kısıtlı olsa da, yine de literatürde çeşitli konularda yazılmış yüksek lisans ve doktora çalışmalarına rastlamak da mümkündür. Örneğin, *Hareket* dergisi ile yakın dönemlerde yayınlanan *Kadro* dergisiyle ilgili Oğuzhan Atilla İlhan (2011) tarafından yazılan “Cumhuriyet İdeolojisinin Oluşmasında Kadro Dergisi ve Kadro Hareketinin Rolü” başlıklı yüksek lisans tezinde dönemin siyasi, sosyal ve düşünsel ortamını da dikkate almak suretiyle, Türk devriminin doktrine edilmesinde *Kadro*’nun ortaya koyduğu düşünceler tartışılmıştır. Bir diğer örnek olarak, “Türkiye’de Sekülerizme Karşı İlk Yasal Muhalefetin Oluşumu: Demokrasiye Geçiş Sürecinde Büyük Doğu Dergisi (1945-1950)” başlıklı yüksek lisans tezinde Hande Tatoğlu (2014), Tek Partili döneme ve sekülerleşme politikalarına yönelik *Büyük Doğu* dergisinin duruşunu incelemiştir. “1975-1980 Dönemi Sosyo-kültürel Ortamında Birikim Dergisinin Yeri ve Önemi” başlıklı yüksek lisans tezinde Hediyeullah Aydeniz (2005), *Birikim* dergisini, dönemin sosyo-kültürel ve siyasi koşullarını da dikkate alarak değerlendirmiştir. “Birikim Dergisi ve Dergi Etrafında Gelişen Din Tartışmaları” başlıklı yüksek lisans tezinde Mehmet Emin Babacan (2009) da Cumhuriyetin kuruluşuyla birlikte yaşanan toplumsal değişim ve din üzerine başlayan tartışmaları din, kültür, İslamcılık ve muhafazakârlık gibi kavramların *Birikim* dergisindeki temsili üzerinden değerlendirmiştir.

Tüm bunlardan hareketle görülebileceği gibi, fikir ve sanat dergilerinin yayınlandıkları dönemin kültürel, düşünsel, siyasi ve ideolojik iklimini yansıtmalarının yanı sıra, aynı zamanda toplumsal etki uyandıran işleve de sahip olmaları nedeniyle dergiler ve dergi yayıncılığı üzerine yürütülecek bir araştırma ancak tarihsel koşullar dikkate alınmak suretiyle gerçekleştirilebilir.

***Hareket* Dergisi**

Hareket, bir fikir ve sanat dergisi olarak Nurettin Topçu’nun¹ fikriyatını taşıyan ve temsil eden bir dergidir. İsmail Kara’nın (2009) deyimiyle, “ruhçu (mistik), cemaatçi (toplumcu, sosyalist) ve Anadoluçu tavrını ise bütün neşir (1939-1982) hayatı boyunca muhafaza etmiştir” (s. 115). Tek Partili dönemdeki yayınlarıyla da muhalif kimliğini çarpıcı bir şekilde ortaya koymuştur. *Hareket* dergisinin muhalif duruşunun arkasında yatan sebepler kısaca, Batılılaşmanın ve sekülerleşmenin

1 Nurettin Topçu (1909-1975): 1909 yılında İstanbul’da dünyaya gelir. Lise öğrenimini İstanbul Erkek Lisesi’nde tamamladıktan sonra kendi imkanlarıyla girdiği yurt dışı sınavını kazanarak burslu bir şekilde Fransa’ya gider. Bordeaux Lisesi’nde psikoloji okurken burada ünlü Fransız filozof Bordeaux Blondel ve Louis Massignen ile tanışır. Ardından Strasbourg Üniversitesi’ne girer ve felsefe, ahlak ve sanat tarihi alanında eğitim alarak çeşitli çalışmalarda bulunur. Sorbonne Üniversitesi’nde akademi çalışmalarına başlayarak felsefe doktorasını tamamlar. Sorbonne’da doktora başarıyla başarmış ilk Türk öğrencidir (Aydoğdu, 2009, s. 440). 1934’te yurda döndükten sonra Galatasaray Lisesi’nde felsefe öğretmeni olarak göreve başlar. Hatırı sayılır birinin oğluna sınıfı geçmesi için iltimas yapmayı reddettiğinden İzmir’e tayin edilir. *Hareket* dergisini burada çıkarmaya başlar. *Hareket*’te yayınlanan *Çalgıcılar Yine Toplandı* başlıklı yazısıyla soruşturma açılır ve Denizli’ye tayin edilir. Daha sonra İstanbul’a döner ve bir süre Hilmi Ziya Ülken’in kürsüsünde eylemsiz doçentlik yapar. “Bergson” üzerine doçentlik tezini hazırlamış ancak kendisine doçentlik kadrosu verilmemiştir. Fikri faaliyetlerini *Türk Kültür Ocağı*, *Türk Milliyetçiler Cemiyeti*, *Milliyetçiler Derneği* ve *Türkiye Milliyetçiler Derneği*nde sürdürmüştür (Vahapoğlu, 2006, s. 15).

revaçta olması, teknolojiye tapınmanın insanı ruhsuzlaştırması ve Batı'dan gelen her fikrin halka dayatılması şeklinde sıralanabilir. *Hareket* dergisi, özellikle ilk dönemine tekabül eden yıllarda bu düşüncelere karşı çıkan tek muhalif dergidir. Bu sebeple *Hareket* dergisinin ilk dönemi ayrı bir önem taşımaktadır. Fakat şunu da belirtmeliyiz ki *Hareket*, uzun soluklu bir yayın hayatına sahip olmasına rağmen fikri anlamda çizgisini hiçbir dönem bozmemiştir. Bu çalışmada ilk döneme dikkat çekilmesi, *Hareket*'in o dönemde muhalif duruş sergileyebilmiş tek dergi olması sebebiyledir.

Tek Parti döneminde yayınlanan dergilerin büyük bir kısmı resmi ya da yarı resmi olmaları bakımından genellikle devlet desteklidir. Devlet tarafından örtülü ya da açık bir şekilde destek verilen süreli yayınlar uzun yıllar yayınlanabilirken, belli bir fikir etrafında şekillenen ve bir gruba ait (milliyetçi/muhafazakâr) olarak yayınlanan dergiler ise maddi sebeplerden ötürü daha ilk yıllarında yayın hayatlarına son vermek zorunda kalmışlardır. *Hareket* dergisi de Topçu tarafından sınırlı imkânlarla çıkarılan bir dergidir. Ayrıca, Cumhuriyet döneminde yayımlanan ve *milliyetçi-muhafazakâr* olarak kabul edilen süreli yayınlar arasında tarih olarak en önce yayınlanan ve savunduğu fikriyatı en güçlü olanıdır (Ünal, 2015, s. xix).

Dergiye, Tek Parti rejiminin milli olmayan kültürel uygulamalarına bir tepki olarak *Hareket Fikir Sanat* ismi verilmiştir. Tek Partili dönemin ilk yıllarında –değişen alfabenin de etkisiyle– topluma dayatılan Batılı fikir ve sanat anlayışlarına karşı Topçu, *Hareket* dergisi aracılığıyla merkezine metafiziği koyan ve kendi milli kültür dinamikleri üzerine inşa edilmesi gereken bir fikir sanat anlayışını savunur. Topçu, yeni kurulan rejimin, yani demokrasinin (ne kadar baskıcı olsa da) fikir hürriyeti ilkesinden istifade ederek kendi düşüncelerini *Hareket Fikir Sanat* dergisinde vermeye çalışır.

Mehmet Fatih Birgül (2017), “İlk Dönem (1939) Hareket: Bir ‘Sokratik’ ve ilk Müslüman Muhafız” adlı makalesinde, felsefi temeller üzerine inşa edilen “kalp ahlâkı”nın ilk dönem *Hareket* dergisinin aykırılığının temel dayanağı olduğunu belirterek “Kur’an da kaynağını bulan ilahi prensipler” sözleriyle de şunları ifade etmektedir:

İslamcılık ile İslâm'ı birbirine karıştırmaya son derece meyilli devrimizin pek fark edemediği, fark etse de üstünde durmaktan kolayca kaçındığı bu özellik, ilk *Hareket*'i, aynı zamanda Takrir-i sükûn sonrası –neşir sahasına çıkabilmiş– ilk ‘Müslüman tefekkür’ olarak da tescillenmektedir. Evet; *Hareket*'in, İslâm'ın merkeziliğine dair izahlarının edası ve üslubu bazen tuhaf hatta yadırgatıcı olmaktadır; mezkûr pasajlar dikkatle okunduğunda, dönemin şartları gereği, rahat ve açık konuşulmadığı da kolaylıkla sezilmektedir. Bununla birlikte, asrın asıl probleminin ‘din’ daha doğrusu dinsizlik olduğunu beyan eden Hareket, kesinlikle ruhunu İslâm'da bulduğunu, temel olarak ona dayandığını ileri sürmekte ve bu anlamda ilk ‘İslâmî dergi’ olmaktadır. O halde genel tespitimiz şu cümle ile hulasa etmek mümkündür: İlk *Hareket*, ilk Müslüman, muhalif dergidir. (s. 2009)

1939'dan itibaren Topçu'nun başarıyarlığını yaparak yayımladığı *Hareket* dergisi, Türk entelektüellerinin bir kısmı için aynı zamanda bir okul işlevi de görmüştür. Bu dönemde Kemalizm'e eleştirel açıdan yaklaşan yalnızca iki siyasi dergi bulunmaktadır. Bunlardan biri *Hareket* dergisiyken, diğeri Necip Fazıl Kısakürek tarafından 1940 tarihinde çıkarılan *Büyük Doğu* dergisidir. Ancak

Hareket’in misyonu, Büyük Doğu dergisi ile erken dönemlerde Türk muhafazakârları olarak kabul edilen grubun okulu sayılan *Dergah* dergisinden farklıdır (Mollaer, 2006, s. 30).

Büyük Doğu dergisi ile *Hareket* dergisinin fikri çizgisi milliyetçilik ve din bağlamında farklılıklar gösterir. Bu konuda Topçu, *Hareket* dergisini şu temellere oturtur:

Türk milliyetçiliği, Anadolu’da bin yıl aynı kaderi paylaşan milletin sevinçte ve kederde, toprakta ve iktisatta aynı duyuş ve düşünüşüdür. Onun milliyetçiliği soya dayanan bir milliyetçilik değildir. Uzak Asya’dan Anadolu’ya gelen Türkmenin İslam boyasıyla boyanıp, kendilerinden önce Anadolu’da yaşayanlar arasında soy sop ayrımı yapmadan, kardeş olarak oluşturulan bir milliyetçiliktir. Modern anlamda ise, sınıfsal farklılıkların arasında derin uçurumları olmayan, milli görev bilincini evrensel ahlakla bütünleştiren, kurulacak sistemin Türk milletinin ruh köklerinden beslenen, bunun yanında Garp milletlerinin kalkınma modellerini örnek alan anlayışa dayanır.

Topçu, iktisadi anlamda Anadolu’ya özgü bir sosyalizmi savunur. Topçu’nun yeni kurulan rejimle olan çelişkisi bir Cumhuriyet karşıtlığı değildir. *Hareket* dergisindeki farklı kalemlerin yazılarında hep bu tema göze çarpar. Topçu’nun derdi, ne eski yönetim şekli ne de gelenekselleşmiş katı sünni anlayıştır; onun derdi, Avrupa’da gerçekleşen Rönesans hareketlerini milli bünyede gerçekleştirmektir. Necip Fazıl Kısakürek’in başını çektiği *Büyük Doğu* dergisi ise Topçu’ya göre farklılık gösterir. Eskiye özlem, bilhassa Necip Fazıl’ın yazılarında ve dergide yayınlanan diğer yazılarda öne çıkar. Katı sünni anlayışı benimsemenin yanında mistik, kaderci ve tasavvufi bir anlayış hakimdir. *Büyük Doğu*’yu, *Hareket* dergisi ve Topçu’nun fikirleriyle ayırtıran en önemli husus rejimle olan sorundur. Geçmişin şaşalı dönemleri ve kahramanlıkları devamlı dile getirilir. Yazdığı şiirler fikri davasının görüntüsünü ortaya koyar. Topçu’ya nazaran sınıfsal bir çelişkiye değinmez. Mistik tasavvufi anlayış, fikri yapısına yansır.

Topçu, *Hareket* dergisiyle düşünce tarihi açısından önemli bir başlangıç yapmıştır. 1925’ten sonra sadece dini düşünceyi değil, Batıcılığı, baskıcı modernleşmeye dayanak gösterilen pozitivizmi ve materyalizmi desteklemeyen fikirleri yayın aracılığıyla eleştirebilmek mümkün olmadığından, *Hareket* dergisinin ortaya çıkışı düşünce tarihi açısından adeta bir dönüm noktası gibidir. *Hareket* dergisi, Topçu’nun benimsediği hareket (aksiyon) felsefesi anlamında adlandırılmış bir dergidir. Topçu, Batı’da yetişmiş ve Fransız filozof Maurice Blondel’in sistemleştirdiği hareket felsefesini benimsemiştir. Daha ilk yazılarından itibaren *Hareket* dergisinin yerli-milli muhtevasını benimsemiş ve o dönemlerde çok popüler olmasına rağmen Batı’nın eleştirisini yapmaktan da geri kalmamıştır. Hatta derginin ilk sayısındaki “Rönesans Hareketleri” başlıklı yazısında Batı sistemini güçlü bir kavrayışla değerlendirerek sağlam bir tenkidini yapmıştır (Doğan, 2006, s. 360-361). Topçu, din ve millet kavramlarına bir bütün olarak bakmıştır.

Topçu’nun ve *Hareket* dergisinin temel düşünce noktasını şöyle tasvir etmek mümkün görünmektedir: Bin yıllık tarih, Müslüman Türk’ün vatanı olarak Anadolu, milliyetçilik, Türk İslam sentezi, otoriter devlet vs. kavramları felsefi ve sosyolojik açıdan ele alarak düşüncesini ortaya koyar (“Bir düşünce ve”, 2006, s. 4).

Topçu (1997), *Hareket* dergisindeki milliyetçilik anlayışının dayandığı esasları şöyle sıralamaktadır:

1. Milletin dini, onun ahlakını, örflerini, ve kalbini yoğurmuş, Türk-İslam medeniyetine yön ve kaynak olmuş İslam dinidir.
2. Büyük vatan Anadolu Toprağıdır.
3. Soyumuz, Oğuz çocuklarının, Anadolunun dokuz yüz yıllık tarihi içinde bu topraklarda kaynaşmalarla eriyip aslını kaybetmeyen Türk soyudur.
4. Dilimiz, bu ülkede yüzyıllar boyunca devam edegelen tarihi olgunlaşma içinde varlık kazanan müşahhas ve zengin Türk dilidir. Ferdi isteklerin icadı olan mücerret ve hayatsız dil, milli dil olamaz.
5. Devlet, büyük çoğunluğu köylü olan kütlenin iradesini yaşatan merkeziyetçi, otoriteli ve mesuliyetli devlettir.
6. İktisadi sistemimiz, halkın bütün içtimai ihtiyaçlarını karşılayan ve her ferdi iş ahlakıyla seferber eden, asrın geçer deyimiyile ruhçu, sosyalist sistemdir. (s. 151)

Dergide yer alan fikir yazılarının içeriği ve amacı ise, Topçu (2015a) tarafından şöyle ifade edilmektedir:

İşe ahlak ve insan kavramıyla başladık. Et ve kemikten ibaret maddenin hakimi ve velisi olabilecek bir ruh kuvvetinin kaynaklarını araştırdık. İlahi prensiplerini Kur'an'da bulduğumuz kalp ahlakının, felsefi temellerini denedik. İnsanın içine çevrildik. Kaynak ve hazineyi ruhun derinliklerinde aradık. Eski Yunanda Sokrates felsefeyi fizikten, yani madde dünyasındaki araştırmalardan ayırıp ahlaka yükseltmişti. Kurtarıcı hakikati araştırmanın, gerçek yolu bu olduğuna inanarak etrafımızdakilerin kainat bilgisi veya siyasi muvaffakiyetler yolunda harcadıkları gayreti kendilerine bırakarak insanı tanıtmaya, Hazreti Mevlana'nın tabiriyle "İnsanın latif olan içini" sevdirmeye çalıştık. İnsan idealimizi yeter derecede belirttikten sonra, ikinci safhada insan ruhunun pak zemininde yükseltilmesini istediğimiz milliyetçilik davamızı ortaya koyduk. Batı'nın barbar milliyetçiliğinden ayırdığımız Anadolu Türkünün milliyetçilik davasının bir devrin şaşkınlığı içinde zannedildiği gibi, yirmi otuz yıllık olmayıp bin yıllık tarihi olduğunu gösterdik. Müslüman olan Türkün Anadolu'nun doğu kapısından "Malazgirt'ten sonra" girerek mübarek yurdu İslam'ın ruhuyla doldurduğunu anlattık. (s. xv-xvi)

Topçu'nun sözlerinden de anlaşıldığı gibi fikir yazılarının ana temasını, ahlak ve hareket felsefesinden yola çıkarak yerli ve milli unsurlarla ele alınan Müslüman Türkün fikir ve düşünce hayatını şekillendirecek, hem içinde bulunduğu coğrafyanın mevcut durumunu anlamasını sağlayacak hem de Avrupa'nın, Müslüman Türk'e bakışı oluşturmaktadır. Ayrıca metinler okuyucuya yol göstericiliğinin yanında nasıl düşünmesi gerektiğini de ortaya koymaktadır.

Hareket dergisi toplam yedi dönem yayınlanmıştır. *Hareket*, ilk döneminde –Şubat 1939-Aralık 1942 arasında– kesintili bir şekilde 12 sayı olarak yayınlanmıştır (Günaydın, 2006, s. 561). *Hareket* dergisinin uzun soluklu bir yayın serüveni olmakla birlikte, özellikle ilk dönem sayılarında dergide

savunulan fikriyat açısından da tutarlı bir duruş sergilendiği gözlenmektedir. Bu yüzden çalışma, *Hareket* dergisinin 1939 yılındaki ilk dönem yedi sayısı ile sınırlandırılmıştır.

Derginin ilgili sayılarına, Dergah Yayınları'nın 2015 yılında Nurettin Topçu'nun vefatının 40. yılına özel olarak yayınladığı *Hareket* dergisinin tıpkıbasımından ulaşılmıştır. Dergi içeriğinde ağırlıklı olarak fikir yazıları yer alırken şiir, hikâye ve sanat yazılarına da yer verilmiştir. 1939 yılı içerisinde dergide toplam otuz iki fikir yazısı yayınlanırken, on bir şiir, dokuz sanat yazısı ve beş tane de hikâye yayınlanmıştır. Yıl içerisinde yalnızca arka kapakta bir fabrikanın kumaş ve battaniye ile ilgili iki reklamı yer almıştır. Metin sayısı en az altı, en fazla ondur. Çalışmada, muhalif kimliğin nasıl kodlandığı, içerik analizi yöntemi ile araştırılmıştır. İncelenen yazılarda, muhalif görüşün milliyetçilik ve din temaları çerçevesinde kurulduğu bulgulanmıştır.

Hareket Dergisinde Milliyetçilik ve Din Temaları

Hareket dergisinde yayımlanan fikri yazıların çoğunluğunda metnin ana teması milliyetçilik ve din eksenindedir. Bu iki tema metnin bütünlüğü içinde harmanlandığı için çalışmada tek başlık altında toplanmıştır.

Derginin ilk sayısının başyazısı olan *Rönesans Hareketleri* başlıklı metinde Topçu (2015b) dini ve milliyetçiliği şu şekilde ele almaktadır:

Onuncu asırda Harran'da doğan İslam rönesansı ahlaki feyzini, İslam'ın mevsuk bir şekli, Hz. Muhammed'in samimi tarikatı olan tasavvufta verdi ve bu hareket ilk hamlesiyle, İslam dinine giren Türkmen'den o asırlarda Anadolu'da bir millet yarattı. Biz bu Rönesans'ın milletiyiz. (s.1)

Görüldüğü gibi, Türklerin İslamiyet'e girişiyle Anadolu'da millet olduğunu vurgulamaktadır. Yani millet, kimliğini dinle bütünleştirmiştir. İslam, Türk milletinin rönesansı olarak görülmüştür. Ayrıca, yazının diğer bölümlerinde Türk milliyetçiliğinin kendi içinde bir rönesansa ihtiyaç duyduğu ve bunu da gençlerin gerçekleştirebileceği kişilerin belirtilir. Rönesansın da, bir medeniyetin kendine has değerleri, dini, ahlaki ve sanatıyla gerçekleştirilebileceği vurgulanmıştır. Milliyetçiliğin, ancak bir toplumun kendi dinamikleri içinde, dini ve ahlaki değerlerle bezenerek, her alanda gerçekleşecek bir birlik içinde oluşabileceği ifade edilmiştir.

Derginin isminden de anlaşıldığı gibi *Hareket*'in düşünsel temelini Topçu'nun hareket felsefesi oluşturmaktadır. Hareket felsefesinin dayanağı ise yine Topçu'ya (2015c) göre imandır:

Bütün hareketlerinde enfüsi bir namütenahiliğin gizlendiğini anlatan karanlık hissi, insanı, bu ilahi varlığı bütün hayatına yaymaya sürükler. Dini hareket, kendi başına diğerlerinden ayrı bir hareket değildir, o bütün hareketlerimizi kucaklıyor. Onsuz hareket kendi kendisine yetişmez. (s. 26)

Hareket felsefesini belirleyen ana mesele düşünülen ve murat edilen fikirlerin hayata geçmesi için gösterilen çabadır. Önce yola koyulmakla başlanmalı ve bu yolda karşılaşılabilecek olan zorluklara hem iç alemde hem dış alemde göğüs germelidir. Hareket etmek insanın cevheridir. Hareketin ana hedefi, ruhi ve fiziki anlamda dünyayı güzelleştirmektir. Bu da insanın, önce kendi iç aleminde

kat edeceği merhalelerle ve gerçekleştireceği devrimlerle mümkün olabilir. Aksi durumda, kendi iç aleminde hareket felsefesinin düsturuna uymamış olanların, insanlığa verebilecek bir şeyleri bulunmayacaktır. Kısacası hareket felsefesinin özünde, insanda Allah'ı görmek yatar. Bu bakımdan hareketlerin hiçbiri dini hareketten ayrı tutulmamıştır. Çünkü Topçu, dini her şeyin özünde harekete geçirici bir kuvvet olarak görür. Bu çerçevede aşağıdaki alıntıda yine Topçu'daki (2015ç) aynı din ve milliyetçilik bağlantısını görmek mümkündür:

Türk çocuğunu, namütenahiye ulaşan hareket kıymetleri içinde ayaklandırmak için ona hangi inananları sunmalı ve hangi ahlakı aşılmalı? Türk vatandaşı hangi ahlaka inanmalıdır? Bu ahlak her şeyden önce hareket dinine dayanıyor. İlk mukaddes olan çalışmaktır. Bizden kol, kalp ve kafa isteniyor denmişti. Bunları, kendi irademizi kullanarak vermezsek bizden zorla alıyorlar ve zorla bizi esir ederek alıyor. Bizimle hareket etmeyen bize karşı hareket ediyordu. Fert kurtuluşunu ancak kendi hareketinde bulacaktır... Asıl büyük adamlar, iman yaratıcıdır. Bunlar, hareketleriyle kainatı velveleye değil, şuuruları harekete getirenlerdir, insanda irade yaratanlardır... İktisadi zorbalıklar, bugün servet ve sermayeyi her şekilde insanlığa meşru göstermek için cemiyeti teşkilatlandırmışlardır. İktisadın bir din ve ahlak hayatına bağlanması ancak insanlığı esirlikten kurtarabilir. Küçük sanayi içinde iktisadın aynı zamanda dini bir teşkilata bağlı olması insani ve ahlaki medeniyetler kurucu oluyordu. (s. 48)

Yukarıdaki alıntıda görüldüğü gibi, dini hareketin temeline oturarak, ahlaki anlayışın belirlendiği ve kurtuluşun da bu inanca bağlı olduğu öne sürülmüştür. Ayrıca her harekette olduğu gibi iktisadi meselelerin de dinden ayrı tutulmaması gerektiği de savunulmaktadır. Benzer şekilde Topçu (2015d) bir başka ifadesinde yine din ve milliyetçilik ilişkisini şu şekilde vurgulamaktadır:

...ancak İslam'ın Anadolu'ya girmesiyle yeni bir ruh ananesinin kökleştiğini görüyoruz. Burada parça parça, zümre menfaatleri uğrunda dağılıp zayıflamakta olan halkı İslam ruhu birleştirdi, bir ruhi kuvvet olduğunu gösterdi. İslam girmeden evvelki Anadolu'nun manzarasıyla İslam olan Anadolu'yu karşılaştırmak insana iki ayrı cihan karşısında, iki ayrı insanîyet önünde olduğunu anlatmak için kafidir. Halbuki başta Anadolu'ya gelen bir avuç Türkmen, dört yüz çadır halkıdır. Oradaki medeniyetler kuran tarihlerin çocukları yaşıyordu. Gelenler bunları yok etmedi, maddi varlıkları çok miktarda bunların maddi varlığı ile kaynaştı ve onlarınkinde temessül etti. Lakin Türkmen'in getirdiği İslam dini bu alemin insanını tamamıyla değiştirdi. Eti ve Elen halkının seciyesi kendiliğinden asla bir Alpaslan'ın çocuğu olan Anadolu köydü, Alpaslan'ın çocuğu olan Anadolu köylüsünün seciyesinin en mühim tarafını, sonra bütün asırlarda bozulan, bu başlangıçların ruhi kuvveti olan İslam dini izah edebilir. (s. 63-64)

Yine bu alıntıda da görüldüğü gibi, İslam'dan önce parça parça olan halkın İslam'a geçtikten sonra ortak bir ruha sahip olduğu belirtilmiştir. Türkmenler tarafından getirilen İslam'a vurgu yapılarak din ve millet ilişkisinin kuvvetine işaret edilmektedir. Topçu (2015e) milliyet kavramını ise şu şekilde tanımlamaktadır:

Milliyet, dil, din ve dilek birliğidir. Madde birliği olmadan ruh birliğinin doğacağını sanmak, maddesiz ruhun var oluşuna inanmak gibi bir gaflet değil mi? ... Bu memleket toprağından

fişkiran iktisadi kuvvetle İslam’ın Anadolu’da yarattığı ve buradaki insanlığın benliğiyle kaynaşmış olanı ahlaki dehanın kaynaklarıdır. Fihakika Türkmen Anadolu’ya gelmeden önce asırlarca bu toprakların vatan kıymeti, insan emeğiyle kaynaşarak kurulmuştu. Anadolu’da kuvvetli bir zira at iktisadını hazırlayan Eti çocukları bugünkü Anadolu köylüsünün ilk cedleridir. On asır evvel bu ülkede yayılan İslam dini ise, buradaki halkı yeni bir mefküre içinde tekrar canlandırarak yeni bir medeniyet kurarken asıl milli tarihimiz başlamış oluyordu. İslam dini ise, buradaki halkı yeni bir mefküre içinde tekrar canlandırarak yeni bir medeniyet kurarken asıl milli tarihimiz başlamış oluyordu. (s. 77)

Bu alıntıda, milliyet kavramının din birliği olduğuna dikkat çekilerek İslam’ın Anadolu’da yarattığı etkiden bahsedilir. Pasajda, İslam dininin bu topraklardaki halkı birleştirdiği ve milli tarihin asıl o zaman başladığı ifade edilerek, din ve milliyetçilik ilişkisinin birbiriyle olan bağlantısı ortaya konulmuştur.

Benzer şekilde aşağıdaki alıntıda da Topçu’nun (2015f), derginin düşünsel yapısını ortaya koyan milliyetçilik ve din fikrine yönelik bakış açısını görmek mümkündür. Anadolu’nun tarihini yazan Türkmenlerin, İslam dinini Anadolu topraklarına sokarak bir ruh ortaya koyduğu belirten Topçu (2015f), asıl milli tarihin İslam dinine geçişle başladığını belirtmektedir. Öyle ki Topçu (2015f), milliyetçiliğin temeline İslam ruhunu koyduğunu şu şekilde ifadelendirir:

Şu halde Anadolu’nun bizim olan tarihinde ona yeniden ruh ve hayat veren İslam dininin ve bunu Anadolu’ya getiren Türkmen’in rolü büyüktür. Onun içindir ki biz milli tarihimize Anadolu’da ilk medeniyetlerin yaşadığı devirlerden yani binlerce sene evvelden başlayacak yerde Anadolu’ya Türk unsuru tarafından İslam ruhunun saçıldığı devirlerden yani bin yıl evvelinden başlıyoruz. Bu el ve bu ruhu biz Anadolu’da benimsedik. Türkmen’i de İslam dinini de Anadolu’da tanıttık. Bunlar Anadolu’da bizim oldular. Şu halde bizim için lalettayin Türkmen, lalettayin İslamlık yoktur. Anadolu’nun Müslüman olan Türkmen’i bizimidir. Bunlar Anadolu’yu kazanırken Anadolu’da binlerce yıllık tarihe ve zengin medeniyete sahipti. Türkmen’in Anadolu’ya getirdiği inkılap, yeni bir ruhtur. İslam olmadan evvelki Anadolu, bize benzemiyor. İslam onun ruhunu değiştirmiştir. Bu ruh başkılığı sebebiyle biz Anadolu’nun İslam’dan evvelki tarihini yakından benimseyemiyoruz... İslam’la yeniden doğan bir Anadolu köylüsünü bizim tarihimizin öz malı olarak tanıyoruz. Anadolu’ya İslam’ın girmesi milli tarihimizin başladığını müjdeliyordu. (s. 97)

Aşağıdaki alıntıdan da anlaşılacağı gibi Topçu (2015g), milliyetin siyasete değil, dine bağlı olması gerektiğini savunmaktadır. Milliyetin siyasete göre şekillenişinin eleştirisi, aslında bir bakıma dönemin egemen siyasi anlayışına da yöneltmiş bir eleştiridir. Buradan, derginin muhalif yönü anlaşılır. Aynı zamanda milliyet kavramının değişken değil, tutarlı bir yapıya sahip olması gerektiği ve bu tutarlılığın da ancak dini temeller üzerinde kurulabileceği, Topçu (2015g) tarafından şu şekilde ifade edilmektedir:

Filhakika milliyet, kökleri olan ferdi ruhun samimi hareketlerine bağlanmadıkça ve bu ferdi ruhta bir dininin temelleri üzerine kurulmadıkça sade siyaset ve idarenin vasıtası haline girer, her devrin siyasetine, memleketin idari icaplarına göre değişir, ve milliyetin mürşitleri de siyasi otoritenin bekçileri haline gelirler. Bizde milliyet hareketlerini tetkik ederken bu

meselenin tahlilini yapmayı denemiştik. Milliyet, bizim duyuş ve inaniş tarzımızı tayin eden başkallıkların yekunudur. Bizi başkallarından ayıran duyuşlarla inanişlar ferdi ruhumuzda barınmaktadırlar. (s. 162)

Aşğıdaki yazıda ise, milletlerin ruhunun, yine onların tarihlerinde saklı olduğuna vurgu yapılmaktadır. Anadolu milletinin İslamiyet'le birlikte yeni bir medeniyet kurduğu ortaya koyulmuştur. Burada yine, milliyetin ve dinin, bir bütünün ayrılmaz iki parçası oldukları anlaşılmaktadır. Zira Topçu'ya (2015ğ) göre:

Milletlerin ruhu, tarihlerinin derinliğinde aranmalıdır. Ruhunu kazanmak için maddeyi feda eden, varını kurban veren fedakarlığı evvelce gördük ki Anadolu tanımıştır; çünkü hürriyet için kurban vermiştir... İslam'ı doğuran ve İslam medeniyetini bu kıtalara hakim kılan kıymet, yine yeni bir hukuk ve ahlak aşkı olmuştur. Anadolu'nun kendi halkına mukaddes vatan olan toprağına saçılan bu ahlak aşkı burayı yeni bir medeniyet içinde tekrar canlandırmıştır. (s.114-116)

Sonuç

Hareket dergisinin içeriğinde fikir, sanat, şiir ve hikâye türünde yazılar bulunmaktadır. Dergide, yerli ve milli duyguların ön planda tutulduğu düşünceleri okuyuculara aktarmak amaç edilmektedir. Dergi, resmi ya da yarı resmi herhangi bir destek almadan, kendi sınırlı imkânlarıyla yayımlanmıştır. Tek Partili dönemin yayıncılık faaliyetlerini güçleştiren koşullara rağmen, mevcut iktidarın ideolojisine aykırı fikirleri savunmaktan çekinmeyen ve milliyetçi-muhafazakâr olarak kabul edilen ilk dergilerden biridir.

Hareket dergisinde, incelenen dönem içerisinde, 1939'un Şubat ayından Kasım ayına kadar yayımlanan sayılar hemen hemen aynı ekip tarafından hazırlanmıştır. Yıl içerisinde fikir yazıları ağırlıkta olmakla birlikte şiir, hikâye ve sanat konulu yazılara da yer verilmiştir. Yazılar genel itibariyle farklı kalemlerden çıkmış olsa da amaçları ve şekilleri bakımından birbirleriyle uyumludur. Bunun yanı sıra, sanat ve hikâye türüne sonraki sayılarda daha fazla yer verildiği görülmektedir. Tek Partili dönemin zor koşullarında ve kısıtlı imkânlarla çıkarılan *Hareket* dergisi din ve milliyetçilik eksenine oturmaktadır. Milliyetçilik, yerlilik, din ve insanın kendi iç dünyasının keşfi hemen hemen tüm yazıların ortak temalarını oluşturmaktadır. Dinin mücadelecisi ve aksiyoner tarafı öne çıkarılmakta ve din anlayışındaki yanlışlara yapılan eleştiriler göze çarpmaktadır. Yazılarda öne çıkan konulardan bir diğeri de insanın kendini keşfi ve sorumluluk bilincidir. Az gelişmişliğin ve dünya milletleriyle yarışamamanın sebebi, fikir adamlarının milli ve manevi duygular atmosferinde yetişememesiyle ilişkilendirilmiştir.

Nurettin Topçu'nun *Hareket* dergisi aracılığı ile vermek istediği temel düşüncenin ahlak ve insan kavramı olduğu görülmektedir. Hiçbir kuvvetin yok edemediği hareketin sırrını insanda aramaktadır. Topçu, İslam inancıyla bezenmiş Türk medeniyetini ve şanlı mazisini silmek isteyenlere karşı ruh kuvvetiyle mücadele etmeyi en önemli görev bilmektedir. Kökleri dışarıda ve Anadolu medeniyetiyle uzaktan yakından alakası olmayan materyalizm, pozitivizm gibi fikri akımlara karşı Anadolu'nun ruh kuvvetleriyle karşı çıkmaktadır. Hoca Ahmet Yesevi, Hacı Bektaş-ı Veli, Yunus

Emre ve Mevlâna, ona göre her biri derin bir ummandır. Topçu, milliyetçilik ve İslâm'ı ruh beden ilişkisine benzetmektedir. Türklüğü Müslümanlıkla özdeş tutarken, milliyetçiliği Batı'nın barbar milliyetçiliğinden ayırmaktadır. Onun milliyetçiliği ırkçılıktan arınmış bir Anadolu milliyetçiliğidir. İslami sosyalist düşüncüyü iktisadi anlamda insanlığın tek kurtuluşu olarak görmektedir. Topçu, İslam'da öze dönmekten yanadır. İslam adı altında din ticareti yapanlara, hurafelere, üfürükçülere kısacası İslam ve evrensel ahlakın dışındaki eylem ve davranışlara karşı amansız bir mücadeleyi amaçlamaktadır. Yukarıda kısaca değindiğim vatana ve millet mukaddesatına karşı her devir aydınının yol haritası ve sorumluluk bilincidir. *Hareket* dergisinin sayılarında ana fikir olarak verilmek istenen hep bu düşüncedir. Çünkü, Türk Milleti bir zamanların aynası olmuş olmanın sonucunda her sahada gelişen Batı karşısında tutunamayarak büyük bir savaşı kaybetmiştir. Burada Topçu ve yazarları *Hareket* dergisi aracılığıyla bu kaybedilişin sebebinin harp meydanlarında değil milletimizin içine düştüğü cehalette aramaktadır. Çünkü millet mektepleri açılmamaktayken yerlerine yabancı misyoner mektepleri açılmakta ve bunun sonucunda vatan ve millet mukaddesatıyla bezenmiş millet çocukları bu okullarda okuyamamaktadır. Topçu, *Hareket* dergisinde Batılılaşma projeleri karşısında direnmeyi ve gerçek kurtuluşun Anadolu'dan doğacağını vurgulamaktadır.

Bir fikir sanat dergisi olarak ilk dönem *Hareket*, dönemin iktidar çevrelerine karşı muhalif duruşundan dolayı baskı altında bir yayıncılık dönemi geçirmiştir. Fakat yine de incelenen sayılarda dönemin fikri düşünce yapısını ve seviyesini ortaya koyarak dönemin dergi yayıncılığını yansıtmaktadır. Dönemin teknik ve teknolojik koşulları dikkate alındığında yayıncılık koşullarının sınırlı imkan ve sayıda gerçekleştirildiği bilinmektedir. Medyanın yalnızca gazete, dergi ve radyo gibi geleneksel araçlarını kullanarak hedef kitlesine ulaştığı dönemin yayıncılık faaliyetlerinde, özellikle fikir sanat dergilerinin önemi daha fazladır. Çünkü görece daha bağımsız olmaları ve yazar kadrolarının dönemin önde gelen fikir adamlarından oluşması sebebiyle okuyucular açısından fikir sanat dergileri daha cazip olmuştur. Fikri anlamda daha zengin ve devrin politik düşünce ve duyularını hem ortaya koymaları hem de tartışmaya açabilmeleri açısından da önemlidir. Bu nedenle fikir sanat dergileri devrin politik düşüncelerini, kültür sanat seviyesini anlamak için mühim kaynaklardır. *Hareket* dergisi de izlemiş olduğu yayın politikası ve özgün fikir ve sanat yazılarıyla dönemin dergi yayıncılığı koşullarına ışık tutmaktadır.

Kaynakça

- Ataizi, M. (2012). İçerik analizi. N. S. Sever ve N. B. İspir (Haz.), *İletişim araştırmaları* içinde (s. 136-151). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Aydeniz, H. (2005). 1975-1980 dönemi sosyo-kültürel ortamında birikim dergisinin yeri ve önemi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aydoğdu, H. (2009). "Ahlak filozofu" ve "hareket adamı" olarak Nurettin Topçu. *Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, (40), 439-462.
- Babacan, M. E. (2009). Birikim dergisi ve dergi etrafında gelişen din tartışmaları. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Barutçu, Z. (2012). Tek parti döneminde muhalif bir dergi: "Yurt ve Dünya". Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bir düşünce ve yarınki Türkiye tasarımı olarak Hareket Dergisi ve Nurettin Topçu. (2006). *Hece*, 10(109).
- Birgül, M. F. (2017). İlk dönem (1939) hareket: Bir 'sokratik' ve ilk müslüman muhalif. M. Kara (Haz.), *Yıldırım'ın huzurunda Nurettin Topçu* içinde (s. 195-209). Bursa: Yıldırım Belediyesi Kültür Yayınları.
- Balaban Sağ, J. (2012). İletişim araştırmalarında nitel yöntemler. N. S. Sever ve N. B. İspir (Haz.), *İletişim araştırmaları* içinde (s. 114-134). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Doğan, D. M. (2006). Nurettin Topçu hareketi. [Nurettin Topçu özel sayısı]. *Hece*, (109),360-366 .
- Ertunç, A. C. (2005). *Cumhuriyet tarihi*. İstanbul: Pınar Yayınları.
- Günaydın, Y. T. (2006). Hareket dergisi dizini. [Nurettin Topçu özel sayısı]. *Hece Dergisi*, (109),561-635 .
- İlhan, O. A. (2011). Cumhuriyet ideolojisinin oluşmasında kadro dergisi ve kadro hareketinin rolü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- İnsel, A. (2011). Giriş. *Modern Türkiye'de siyasi düşünce 2, Kemalizm* içinde (17-27) İstanbul: İletişim Yayınları.
- İslamoğlu, A. H. (2011). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Kara, İ. (2009). *Nurettin Topçu*. Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Meriç, C. (2010). *Bu ülke*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mollaer, F. (2006). Türk sosyalizmine bir katkı. *Hece: Nurettin Topçu Özel Sayısı* içinde, 10(109).
- Ünal, K. Y. (2015). Hareket mecmuası indeksi (1939-1953) Bir Rönesans Hareketi'nin işaretleri. *Hareket Dergisi (1939-1943)*. Kara İ. (Haz.), İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Tatoğlu, H. (2014). "Türkiye'de sekülerizme karşı ilk yasal muhalefetin oluşumu: demokrasiye geçiş sürecinde Büyük Doğu dergisi (1945-1950)". Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Sabancı Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Topçu, N. (2015a). Nurettin Topçu'nun Hareket dergisine dair iki yazısı: Hareketin otuz yılı. İ. Kara (Haz.), *Hareket dergisi (1939-1943)* içinde (XV-XVIII). İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Topçu, N. (2015b). Rönesans hareketleri. İ. Kara (Haz.), *Hareket dergisi (1939-1943)* içinde (s. 1). İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Topçu, N. (2015c). Hareket felsefesi. İ. Kara (Haz.), *Hareket dergisi (1939-1943)* içinde (s. 26). İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Topçu, N. (2015ç). Vatandaş ahlâkı. İ. Kara (Haz.), *Hareket dergisi (1939-1943)* içinde (s. 48). İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Topçu, N. (2015d). İçtimai sınıflar. İ. Kara (Haz.), *Hareket dergisi (1939-1943)* içinde (s. 63-64). İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Topçu, N. (2015e). Bizde milliyet hareketleri. İ. Kara (Haz.), *Hareket dergisi (1939-1943)* içinde (s. 77). İstanbul: Dergâh Yayınları.

- Topçu, N. (2015f). Zorba-esir medeniyetler. İ. Kara (Haz.), *Hareket dergisi (1939-1943)* içinde (s. 97). İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Topçu, N. (2015g). Neslimizin tarihi. İ. Kara (Haz.), *Hareket dergisi (1939-1943)* içinde (s. 162). İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Topçu, N. (2015ğ). Benliğimiz. İ. Kara (Haz.), *Hareket dergisi (1939-1943)* içinde (s. 114-116). İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Topçu, N. (1997). *Yarımkı Türkiye*. İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Topuz, H. (2003). *Türk Basın Tarihi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Toprak, Z. (1984). “Türkiye’de fikir dergiciliğinin yüz yılı.” İçinde: Türkiye’de Dergiler Ansiklopediler (1849-1983), İstanbul: Gelişim Yayınları, 1984. S.13-54. https://www.academia.edu/16078741/T%C3%BCrkiyede_Fikir_Dergicili%C4%9Finin_Y%C3%BCz_Y%C4%B1l%C4%B1. 03.08.2017 tarihinde adresinden ulaşılmıştır.
- Toprak, Z. (2004). “Türkiye’de Muhalefetin Doğuşu: II.Dünya Savaşı ve Tek Parti’nin Sonu,” *Toplumsal Tarih*, sayı 121, s.70-75. http://www.academia.edu/18490049/T%C3%BCrkiye_de_Muhalefetin_Do%C4%9Fu%C5%9Fu_II._D%C3%BCnya_Sava%C5%9F%C4%B1_ve_Tek_Parti_nin_Sonu.
- Vahapoğlu, S. (2006). “Hareket Dergisi’nin Türk fikir hayatındaki etkileri”. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Enstitüsü.

1945-1950 Döneminde Türk Dış Politikasının Propagandası Üzerine Bir Girişim: New York Haberler Bürosu *

A Propaganda Initiative of Turkish Foreign Policy Between 1945-1950: New York News
Bureau

Melih DUMAN**

Öz

Bu çalışma 1945-1950 yılları arasında Cumhuriyet Halk Partisi Hükümetleri'nin gerçekleştirdiği propaganda örneği açısından New York Haberler Bürosu'nun değerlendirilmesini ele almaktadır. II. Dünya Savaşı ertesinde Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nden algıladığı tehdit üzerine, Türkiye'nin dış politikasında savaş dönemi uygulamalarına son verilerek değişikliğe gidilmiştir. Türkiye'nin değişen dış politikası doğrultusunda, iki yönde propaganda izlediği görülmüştür. Bunlardan ilki ülke içerisinde izlediği Milli Birlik Propagandası'dır. İkincisi ise yurt dışında, Sovyetler'e karşı Batılı ülkelerin, özellikle de Amerika Birleşik Devletleri'nin, desteğini almak üzere gerçekleştirdiği tanıtıcı propagandadır. Çalışmamızın kapsamı, bu ikinci istikamet doğrultusunda Türkiye'yi ABD'de yetkililere ve kamuoyuna tanıtmak üzere, bir nevi kamu diplomasisi amacıyla kurulan New York Haberler Bürosu'nu kuruluşu, amaçları ve faaliyetleri etrafında irdelemek ve dönemin dış politikası içerisinde değerlendirmektir.

Anahtar Kelimeler: New York Haberler Bürosu, Dış Politika, Cumhuriyet HalkPartisi, Soğuk Savaş, Propaganda

Abstract

This study deals with the evaluation of the New York News Bureau in terms of the propagandas of the Republican People's Party Governments between 1945 and 1950. After the Second World War, faced with the threat of the Union of Soviet Socialist Republics (USSR), Turkey has gone to changes in foreign policy

* Bu çalışma, Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarih Anabilim Dalında tamamlanan "II. Dünya Savaşı Sonrasında, CHP Hükümetlerinin Dış Politikaya Yönelik Propaganda Faaliyetleri (Amaçlar, Araçlar, Yönelişler)" isimli doktora tez çalışmasından türetilmiştir.

** Dr., Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Türkiye, melihduman1@gmail.com, Orcid ID: 0000-0001-6861-615X.

by putting an end to wartime applications. In accordance with the changing foreign policy of Turkey, two types of propaganda were followed. The first one is the National Unity Propaganda that was followed inside the country. The second one was the introductory propaganda to get the support of Western countries, especially of the United States of America against USSR. Within the scope of our study, we will scrutinize the New York News Bureau, which was founded as a means of public diplomacy to introduce Turkey to US officers and public, with regard to its foundation, objectives and activities and we will also evaluate the Bureau in terms of the foreign policy framework of the era.

Keywords: New York News Bureau, Foreign Policy, Republican People's Party, Cold War, Propaganda

Giriş

İtalyancadan dilimize geçen propaganda kavramı Türk Dil Kurumu (TDK) Güncel Türkçe Sözlüğüne göre manaca; bir öğreti, düşünce veya inancı başkalarına tanıtmak, benimsetmek ve yaymak amacıyla söz, yazı ve diğer yollarla gerçekleştirilen çalışma olarak kabul edilmektedir. Arsev Bektaş'ın (2002) da ifade ettiği gibi, "kasti aşılama düşüncesi etrafında bir fikri telkin etmek maksadıyla gerçekleştirilen propaganda faaliyetinde, amaca ulaşmak doğrultusunda uygulanan strateji ve taktiklerin tümü propagandanın izleyeceği yolu oluşturur" (s. 204).

Kısaca bir fikri yaymak amacıyla gerçekleştirilen çalışma olarak kabul edilen propaganda, sosyal bilimlerin doğası gereği sınırları, kapsamı tartışılarak genel geçer bir forma sokulmak istenmiştir. Bu doğrultuda Jean Marie Domenach (1969), propagandanın iki kaynağı olduğunu vurgulayarak önemli bir saptama gerçekleştirmiştir. Buna göre propaganda, reklam ve politik amaçlar etrafında gerçekleştirilmektedir. Domenach'e göre reklam ve politik ülkücülük birbirine benzeyen hatta birbirinden türemiş olan iki kaynaktır. Propaganda ile reklam arasındaki ilişki daha çok propagandanın reklamın buluş ve başarılarından yararlanmasıyla ilgilidir (s. 17-20). Devletlerarası ilişkiler göz önüne alındığında propaganda olarak kabul edilen propaganda kaynağının politik ülkücülük olduğu bilinmektedir. Bu sebeple çalışmamız içerisinde inceleyeceğimiz propaganda siyasal propaganda olacaktır. 20. yüzyılda siyaset bilimciler, propaganda tartışmalarını sistemleştirmek için propagandanın terim anlamını yeniden tanımlamışlardır. Bu ise, propagandanın anlamı ve sınırları ile ilgili bir dizi tartışmayı gündeme getirmiştir. Terence H. Qualter'a (1980) göre bu anlamda Walter Lippmann gibi küçük bir aydın azınlığa ulaşan isimler dışında ilk isim, R. J. R. G. Wreford sayılmaktadır (s. 259). Wreford propagandayı, 'ilgi çekici enformasyon ve kanaat yayma işlemi' olarak tanımlamaktadır (akt. Qualter, 1980, s. 259). Qualter'a (1980) göre ise propaganda sadece bundan ibaret değildir (s. 259-260). Qualter'in ifadesiyle propagandayı biraz daha genel biçimde tanımlayan Harol D. Laswell'e göre propaganda, 'belirgin sembollerin manipülasyonu aracılığıyla kolektif tutumların yönetilmesidir'. Propagandayı bir tutum olarak belirten Laswell'e göre propaganda, belirli değerlendirme kalıplarına uygun şekilde hareket eğilimidir (akt. Qualter, 1980, s. 260-261). Laswell'in tanımından hareketle propaganda kavramının en önemli öğelerinden birisinin belirgin bir amaç çevresinde olması gerektiği ortaya çıkmaktadır. Yani propaganda, kasıtlı olarak fikir ve doktrinlerin aşılması girişimidir (Onaran, 1984, s. 67). Propagandayı bir başka açıdan ele alan

isim ise Leonard W. Doob'tur. Doob'a göre propaganda, bir toplumda belirli bir zamanda bireylerin davranışları üzerinde, denetim ve hakimiyet kurmak için maksatlı ve maksatsız yapılan girişimlerdir (akt. Bektaş, 1996, s. 151-152).

Propaganda kavramına daha daraltıcı bir açıklama getiren Faik Türkmen (1965) propagandayı, bir memleketin iç ve dış politikasına dair bir amacın gerçekleşmesinde rolü ve yardımı olacak şahıslar, zümreler ve kütlelere tesir yapabilecek faaliyetler olarak kabul etmektedir (s. 3). Şu halde propagandanın hedef kitlesinin toplum olduğu ve toplumdaki bireylerin kitlesel psikolojilerine yönelik olduğu söylenmelidir. Zira Selâhattin Ertürke (1951) göre propagandanın oynadığı rol, ruhi ve manevi sahalara yöneliktir. Bir amaç dairesinde erişilmek istenilen gayeye ulaşmak için çeşitli vasıtalarla söz, yazı, resim, film, radyo, istenilen fikir ve kanaatlerin kamuoyuna kitlesel olarak nüfuz ettirilmesidir (s. 5).

Çalışmamız kapsamında incelenecek olan propaganda çalışması ise Türkiye'nin 1945-1950 yılları arasında izlediği dış politikanın doğal bir uzantısıdır. II. Dünya Savaşı'nın hemen sonrasında dünyada ve Türkiye'de meydana gelen bir takım makro değişimler, kendisini Türk dış politikasının 1945'ten sonra geçirdiği evrede göstermiştir (Sander, 1996, s. 226-227). II. Dünya Savaşı'nın bitiminin hemen ertesinde başlayan sıcak diplomatik çatışma veya daha çok bilinen adıyla Soğuk Savaş (Armaoğlu, 1991, s. 419), Sovyet Rusya'nın (SSCB) Türkiye'den Boğazlar geçişinde üs ve Kars-Ardahan toprak talepleri neticesinde, Türk siyasal hayatında önemli değişimleri başlattığı bir safha olmuştur (Dışişleri Bakanlığı, 1973, s. 263-266). II. Dünya Savaşı sonrasında başlayan ve 1950 yılına kadar süren dönemde Türkiye'nin uyguladığı propaganda faaliyetleri ise ülkenin bu dönemde izlediği dış politikanın bir uzantısıdır.

Cumhuriyet Halk Partisi Hükümetleri II. Dünya Savaşı sonrasında, Sovyet Rusya'dan algıladığı tehdit karşısında gerek dışarıdan gerekse Sovyet Rusya'nın içerideki uzantıları ile Türkiye'nin milli bütünlüğüne ve bağımsızlığına; tarihsel Sovyet arzularının zarar vereceğini düşünmüştür (Gürün, 1991, s. 314-316). Bu durumun doğal neticesi olarak Türk dış politikasında köklü bir değişiklik meydana gelmiştir. II. Dünya Savaşı boyunca sürdürülen 'denge' politikası, (Deringil, 1994, s. 268) Sovyet tehdidiyle birlikte, yerini açık 'dost/düşman' tanımlamasına bırakmıştır. II. Dünya Savaşı'nın sona ermesiyle birlikte dış politikada yaşanan gelişmeler ışığında, Ruslara karşı sürdürülen temkinlilik politikasının yerini 'düşman' algısı alırken, Batı'nın tarihsel süreçte müttefik olarak görülen yapısı, kuvvetlenmiştir. 1945-1950 yılları arasında son kez iktidar olan Cumhuriyet Halk Partisi Hükümeti döneminde, Sovyetler'in Türkiye'ye yönelik girişeceği tehdide karşı koyabilmek ve bu doğrultuda kamuoyunun desteğini almak üzere propaganda yapılmıştır. Türk dış politikasının milli güvenlik ekseninde, halkın Sovyetlere karşı harekete geçerek topyekûn mücadele etmesini sağlamak üzere, kitle iletişim araçları ile propaganda gerçekleştirilmek istenmiştir. Türkiye, bu dönemde yurt dışında yürüttüğü çalışmalarda ise özellikle, SSCB'ye karşı müşterek mücadeleye giriştiği, Batılı devletler nezdinde kendini tanıtmaya ve destek almaya yönelik propaganda faaliyeti izlemeye çalışmıştır.

Türkiye'nin Sovyet Rusya tehlikesine karşı destek sağlamak üzere, Batılı devletler arasında Amerika Birleşik Devletleri (ABD), oldukça önemli bir devlet olarak ortaya çıkmıştır. Türk dış politikasının geleneksel yapısında önemli bir müttefik olarak görülen İngiltere, II. Dünya Savaşı'ndan

zayıflayarak çıkması sebebiyle kendisinin bıraktığı boşluğu, Sovyet Rusya'ya karşı ABD'nin doldurması için Türkiye'nin ve Yunanistan'ın himaye edilmesini istemiştir ("Draft suggestions for", 1947). Bu doğrultuda 1945 yılından sonra Türkiye'nin dış politikasında İngiltere'nin görece konumu azalırken ABD'nin öneminin arttığı görülmüştür. İngiltere'nin Türkiye ile tarihsel ilişkileri, Türkiye'nin İngiltere'de veyahut da İngiltere'nin Türkiye'de tanıtılmasını daha az gerekli kılarken ABD'nin Türkiye'yi, Türkiye'nin de ABD'yi çok fazla tanımadığı bir evrede, ABD desteğini sağlamak üzere Türkiye'nin tanıtılması çok daha ehemmiyetli bir konu haline gelmiştir. ABD kamuoyunun alınan siyasi kararlar üzerinde, belirleyici olması (Arı, 2000 s. 32), Türkiye'nin Sovyet Rusya karşısında yalnızca resmi görevlilerin değil aynı zamanda kamuoyunun da desteğini almasını zaruri hale getirmiştir. Bu durumun en açık göstergesi Truman Doktrini sonrasında yaşanmıştır. Türkiye verilecek yardım konusunda kamuoyunun Türkiye yanlısı olmadığı gibi bazı devlet yetkililerinin de geçmiş ve yakın dönemde yaptığı bazı uygulamalardan dolayı Türkiye'ye yardım konusunda isteksiz davrandıkları görülmüştür (CA, 30 1 0 0-101-626-5-F11). Gerek ABD'de kamuoyunun gücü gerekse Türkiye'nin ABD'nin siyasi ve ekonomik desteğine gereksinim duyması, CHP Hükümetlerinin kamu diplomasisini kullanmasını zaruri hale getirmiştir. Sadece hükümetlerin değil, hükümet dışı grupların, uluslararası organizasyonların ve bireylerin üzerinde yapılan etkileşim olarak tanımlanan kamu diplomasisi (Yıldırım, 2014, s. 109) bu hususiyetiyle propagandanın bir alt çalışma alanı olarak değerlendirilmektedir. Zira kamu diplomasisi, "uluslararası ortamda bir devletin, dış politikasının icrasında kullandığı resmî diplomatik kanallara ilave olarak, birey, grup, şirket vb. unsurlarını devreye sokarak hedef toplumu ve karar vericilerini olumlu şekilde etkilemek suretiyle kendi milli çıkarlarını" benimsetmek, telkin etmek amacına hizmet etmektedir (Karadağ, 2012, s. 14-15). Bu doğrultuda ABD'nin Türk dış politikasında kazandığı önem, Türkiye'nin kamu diplomasisine kayıtsız kalmasını engellemiştir. Her ne kadar ABD'de kamuoyu oluşturma çalışmaları daha erken bir tarihte başlamışsa da bu çalışmaların sürdürülmediği görülmüştür (Kamel, 2014, s. 291-293). Bu durumun II. Dünya Savaşı sonrasındaki değişimlere kadar sürdüğü görülür. Özellikle SSCB tehlikesi karşısında ABD ile ittifak etmek isteyen CHP Hükümetleri, ABD'nin siyasi ve ekonomik desteğini almak üzere, New York Haberler Bürosu ile ABD kamuoyunun ve karar vericilerin Türkiye yanlısı olmalarını sağlamak için propaganda/kamuoyu diplomasisi gerçekleştirmek maksadı ile harekete geçmiştir.

Bu doğrultuda çalışmamız kapsamında değerlendirdiğimiz New York Haberler Bürosu'nun 1945-1950 yılları arasındaki CHP Hükümetleri tarafından, Türkiye'nin ABD'de de tanıtılması ve ABD'nin desteğinin alınması için ihdas edildiği görülmüştür. Bu kapsamda, propaganda maksadıyla kurulan Haberler Bürosu'nun kuruluş nedenleri ve faaliyetleri incelenerek nasıl bir çalışma gerçekleştirdiği irdelenmeye çalışılacaktır.

Yöntem

Bu çalışmada kamuoyu diplomasisinin bir örneği olarak 1945-1950 yılları arasında, Türkiye tarafından ABD'de propaganda faaliyetleri gerçekleştiren New York Haberler Bürosu'nun yapısı ve faaliyetleri ile ilgili verileri analiz etmektedir. New York Haberler Bürosunun analiz edilmesinde 1945-1950 yılları arasındaki dönem referans alınmıştır. New York Haberler Bürosunun kuruluş

tarihi her ne kadar 1947 yılı ise de Haberler Bürosu'nun kurulmasına etki eden siyasal gelişmelerin daha iyi anlaşılabilmesi için süreç 1945-1950 olarak belirlenmiştir.

New York Haberler Bürosu'yla ilgili yapılan analizde kullanılan veriler, belgesel kaynak taraması yönetimiyle gerçekleştirilen inceleme sonucunda elde edilmiştir. Analiz edilen materyal, New York Haberler Bürosu'na ait resmi arşiv kayıtlarını, gazeteleri, dergileri ve Büro'nun yayınladığı kitap ve broşürleri kapsamaktadır. Türkiye Cumhuriyet Tarihi Arşivi bu anlamda New York Haberler Bürosu ile ilgili önemli kaynakları barındırması hasebiyle çalışmamızın en temel kaynağı olmuştur. Arşiv taraması sonucunda elde edilen veriler, New York Haberler Bürosu'nun hangi amaçlarla ve nasıl kurulduğu sorularının cevabını vermiştir. Arşiv dışında ikinci önemli kaynağımız ise Basın Yayın Genel Müdürlüğü tarafından periyodik olarak yayınlanan *Ayın Tarihi* dergisi olmuştur. *Ayın Tarihi* bu anlamda New York Haberler Bürosu'nun ABD'de hangi araçları ne şekilde ve nasıl kullandığının öğrenilmesi yönünden oldukça önemli bir katkı sağlamıştır. Ayrıca *Ayın Tarihi* dışında *Ulus* gazetesinde yer alan Büro ile ilgili haberlerden de istifade edilmiştir. Arşiv ve basın dışında diğer bir önemli kaynağımız ise TBMM tutanaklarıdır. Meclis'te bütçe görüşmeleri sırasında Basın Yayın Genel Müdürlüğü ve New York Haberler Bürosu'yla ilgili hazırlanan raporlar, Haberler Bürosu'nun durumunun anlaşılması adına önemli bir kaynak sunmuştur.

Çalışmada belgesel kaynak tarama vasıtasıyla elde edilen veriler ışığında Türkiye'nin ABD'de gerçekleştirdiği propaganda/kamu diplomasisi faaliyetlerinin nasıl kurumsallaştığı, hangi araçlarla gerçekleştirildiği ve nasıl bir etki bırakmak istediği değerlendirilmiştir. Sonuç itibarıyla bu çalışma, Soğuk Savaş'ın erken sayılabilecek bir döneminde, Türkiye'nin SSCB tehlikesine karşı ittifak arayışında bulunduğu ABD'de, kamuoyu ve resmi kanallara yönelik olarak 'hangi gerekçelerle' ve 'nasıl bir faaliyet' yürüttüğünü değerlendirmeye çalışmaktadır.

New York Haberler Bürosu: Kuruluş ve Teşkilat

II. Dünya Savaşı'nın mali ve siyasi yükü nedeniyle etkinliğini savaş sonrası kaybeden İngiltere'nin yerini alan ABD, Türkiye'nin Sovyet Rusya karşısında yaşadığı tehdit, işgal ve savaş endişesi sebebiyle geleneksel olarak Batı'yla sürdürdüğü yakın dış politikasında yeni ve güçlü bir devlet olarak ortaya çıkmıştır (Sever, 1997, s. 42-43). Türkiye'nin İngiltere'yle geçmişten gelen ikili diplomatik ve tarihi ilişkileri, Türkiye'nin İngiltere'de yeterince tanınmasını sağlarken, ABD Türkiye'nin tanınmadığı ve bilinmediği bir yerdirdi. Türkiye'nin Sovyet Rusya'nın karşısında, denge unsuru olarak gördüğü ABD'de yeterince tanınması, mali açıdan da Truman Doktrini, Marshall Yardımları ile aldığı desteğin sürmesi için elzem görülmüştür. Türkiye'nin yurt dışında propaganda görevi verilen, Basın Yayın Genel Müdürlüğü'nün yeterince faal çalışmaması, ABD'de Türkiye'nin tanıtılması için yeni bir kurumun varlığını mecbur kılmıştır. Üstelik Truman Doktrini görüşmeleri esnasında Türkiye'ye yapılacak yardım konusunda, Türkiye'yi savunan diplomat ve yetkililerin Türkiye lehine dostluk beslememeleri Türkiye'nin halk nezdinde ve yetkililer arasında dahi yeterince tanınmamasının görülmüş olması, Türkiye'nin yeni müttefiki ABD'de tanıtılmasını mecburi hale getirmiştir (CA, 30 1 0 0-101-626-5-F11). "Birleşik Amerikada Türkiye'nin az tanınmış olması hasabile, hem memleketimizi Amerikalılara tanıtmak hem de yabancı tahriklere ve bilhassa ermeniler tarafından aleyhimizde

yapılan kötü propagandaları icabı veçhile önlemek için” (CA, 30 10 0 0-85-564-2-85) ABD’de bir Haberler Bürosu kurulması planlanmıştır. ABD Büyükelçisi Hüseyin Ragıp Baydur, 1946 yılında Türkiye’de bulunduğu sırada, haberler bürosu hususunda bizzat hazırladığı projeyi gerekli onayları aldıktan sonra gereğini yapmak üzere Basın Yayın Genel Müdürlüğü’ne tevdi etmiştir. Dışişleri Bakanı Hasan Saka, başbakana gönderdiği 12 Nisan 1947 tarihli yazıda, Haberler Bürosu’nun kurulması hakkındaki görüşlerini bildirmiştir:

Dış siyasetimizde Amerika dostluğu esaslı bir yol oynamaya başladığı ve Birleşik Amerika dostluğu esaslı bir rol oynamaya başladığı ve Birleşik Devletlerin dünya işlerinde en önemli mevki işgal etmekte buldukları bu sırada, Bakanlığım, Vaşington Büyük Elçimizin yukarıda anılan teklifinin vakit geçirilmeden tatbik mevkiine konulmasının ve bunun kurmak üzere bulunduğumuz Birleşmiş Milletler nezdindeki Delegasyonumuz teşkilatı ile birlikte mütalea edilmesinin çok muvafık olacağı mülahazasındadır. Amerika’da Türkiye’yi tanıtmak ve sevdirmek için sarf edeceğimiz her türlü gayretin, katlanacağımız her türlü fedakârlığın memleketimiz için ancak hayırlı neticeler vereceği bir hakikattir. Aynı zamanda Amerika efkârı umumiyesinin özelliği itibarile kuracağımız teşkilatın bu memleketin hususiyetlerini karşılayacak surette olmasına da bilhassa dikkat etmemiz lâzımdır. Bu bakımdan büro’da çalışacak memurların İngilizce diline tam mânası ile vukufu olan ve Amerikan zihniyeti ile ülfeti bulunan ve yahut bu zihniyete kendini kolaylıkla adapte edebilecek kaabileyette kimselerden seçilmesi Bakanlığımca bir zaruret olarak mütalaa edilmektedir. (CA, 30 10 0 0-85-564-2-85)

Buna göre, Dışişleri Bakanlığı sürecin bir an önce hızlandırılması istemektedir. Zira Baydur’a göre, kurulmasına karar verilen Haberler Bürosu eğer daha önce kurulmuş olsa idi, New York’taki Ermeni Millî Komitesi’nin 30 Nisan-4 Mayıs arasında tertiplelediği Dünya Ermenileri Kongresi’ne karşı Büro, hem Ermenilerin propagandasına karşı koyabilecek hem de aynı zamanda Birleşmiş Milletler teşkilatını ve bilhassa Amerika kamuoyunu Türkiye hakkında aydınlatmaya başlamış bulunacaktır. Büyükelçi, pek çok ülkenin ABD’de bu şekilde çalışmakta olduğunu da bildirmiştir. Büyükelçinin notlarından, 1947’e kadar henüz ABD’deki sistemin öğrenilemediği görülmektedir. Dışişleri Bakanı konunun önemi dolayısıyla, bütçe sebebiyle Amerika Türk Haberler Bürosu’nun 1947’nin kalan aylarında kurulmasına Basın ve Yayın Genel Müdürlüğü’nce imkân görülmediği takdirde, “İsviçre, Fransa, İtalya, Mısır, v.s. gibi memleketlerdeki siyasi bakımdan ikinci derecede faydalı basın teşkilatımızın bir kısmının anılan büroya ayrılmasını ve lüzum görüldüğü takdirde bu teşkilatın gelecek sene bütçesi ile tekrar ihyasını muvafık bir hal şekli” gördüğünü bildirmiştir (CA, 30 10 0 0-85-564-2-85).

5 Mayıs 1947 tarihinde Basın Yayın Genel Müdürü Nedim Veysel İlkin’den Başbakanlığa gönderilen yazıda, Dışişleri Bakanlığının vaki müracaatı üzerine yapılan tespitler bildirilmiştir. İlkin, Dışişleri Bakanlığının gibi Amerika’da bir haberler bürosu kurulmasına şiddetle ihtiyaç duyulduğu kanaatinde olduklarını ve bu sebeple Teşkilat mevzuatında konu ile ilgili alan açmak üzere tadilat yapıldığını ifade etmektedir. İlkin, Dışişleri’nin haberler bürosunu bir an önce kurmak üzere İsviçre, Rusya, Mısır, Fransa’da bulunan basın ataşeleri kadrolarının New York’a intikali görüşünü ise ilk bakışta uygun bir çare gibi görse de, “bu memuriyetlere tayin edilirken, kendilerinde gidecekleri yerler

için aranmış olan şahsî vasıflar, Amerikada kurulacak Haberler Bürosunda istihdamları takdirine hizmetlerinden büyük faydalar sağlayacak mahiyette olduğunu tahmin etmiyoruz” diyerek olumsuz karşılamıştır (CA, 30 10 0 0-85-564-2-85). Genel müdür, Amerika’da Türkiye Haberler Bürosunun kurulması için duyulmakta olan ihtiyacı noksansız sağlayacak tasarının hukukilik kazanmasının gecikecek olması ve Dışişleri Bakanlığı’nın teklif ettiği ataşeliklerin ABD’ye kaydırılmasının fayda sağlamayacağı düşüncesi üzerine yapılabilecekleri şu şekilde tespit etmiştir:

1 – Teşkilât Kanunumuzun 44 üncü maddesine göre, Genel Müdür, lüzum görülen mütehasıslara beş yıla kadar sözleşme imzalamaya yetkilidir. Bu yetkiye dayanılarak Amerika’daki propaganda işlerimizi çevirmek üzere sözleşme ile bir mütehasıs istihdamı mümkün görülmektedir.

2 – Bu iş için New York’ta çalıştırılması uygun olacağı düşünülen bu mutahassısın, hem faaliyetlerini takviye ve teksif etmek, hem de orada yapılması zaruri olan birçok masrafların bütçemizden ödenmesini kanunen mümkün hale getirmek üzere, Washington’daki Basın Ataşeliği kadrosunu New York’a nakletmek lazım gelecektir.

3 – Bu tedbir sayesinde, Haberler Bürosu’nun masraflarını, Bütçemizin Basın Ataşeleri Bölümünde ödemek mümkün olabilirse de, esasen tamamı 77.000 Liradan ibaret olan bu ödeneğin mühim bir kısmı şimdiye kadar sarfedilmiş bulunmaktadır. Yeniden kurulacak böyle bir servisin masraflarını eldeki ödenek bakiyesi ile karşılamaya imkân görülmemektedir. Basın Ataşeliğinin Washington’dan New York’taki yeni Haberler Bürosu’nun masrafları da katılacaktır. Kaldı ki, Washington’da, hiç değilse Basın Ataşe Muavinimizi bulundurmamak lüzumu dolayısıyla, oradaki masraflarımız da eskisine yakın bir nispette devam edecektir.

4 – New York’a gönderilecek mütehasıs ile Basın Ataşemizin birlikte çalışmalarıyla meydana gelecek olan Haberler Bürosu’nun, haber bakımından bol bol beslenmesi zarureti aşikârdır. Bu işin iyi görülmesi için lüzumlu telefon, telgraf vesaire haberleşme ücret ve giderlerinin de şimdiden derpiş edilmesi gerekmektedir. Buradan her gün muntazaman çekilecek telgrafların ve uçakla gönderilecek sair haber malzemesinin lüzumlu kıldığı masrafları karşılamak için mezkûr bölüme en az 200.000 Liralık bir ek ödenek konulması zarureti vardır. Ayrıca, Amerika’dan buraya çekilecek telgrafların masraflarına karşılık olmak üzere bu yekûna bir miktar daha eklenmesi lazım gelecektir. (CA, 30 10 0 0-85-564-2-85)

24 Haziran 1947’de Başbakanlık makamı tarafından alınan kararla “ücretleri, 1947 yılı Basın ve Yayın Genel Müdürlüğü bütçesinde 5090 sayılı kanunla açılan 95/A (geçici hizmetliler ücreti) bölümüne konulan ödenekten verilmek üzere, Amerika’da kurulan Haberler Bürosunda çalıştırılacaklara ait kadroların onanması” kararlaştırılmıştır. Karara göre, Haberler Bürosu için, merkezden altı aylık süre için 875 lira aylık maaş karşılığında bir propaganda müşaviri kadrosu ile beş aylık süre boyunca 500’er lira maaş karşılığında birer tane kâtip-daktilo, mütercim daktilo ve odacı kadroları tahsis edilmiştir. Oluşturulan kadrolarda, kâtip-daktilo, mütercim daktilo ve odacının ‘ecnebi’ olabileceği belirtilmiştir (CA, 30 18 1 2-114-41-7-33-279). 30 Haziran’da Bakanlar Kurulunca New York’ta bir Basın Ataşeliği kurulması kararına varılmıştır (CA, 30 18 1 2-114-45-17). Bu suretle merkezden yeni bir ataşe kadrosu daha Haberler Bürosu’nun çalışanlarına eklenirken ayrıca, Washington Basın Ataşesi Muavini de New York’ta gönderilmiştir (TBMM Tutanak Dergisi,

1947). Haberler Bürosu'nun New York'ta ihdas edilmesinin tercih edilmesi, BM'nin merkezine ev sahipliği yapmasından ileri gelirken, kanuni hükümlerin oluşturulmasına kadar yeni kurulan New York Basın Ataşeliği'nin altında çalışması uygun görülmüştür (s. 36).

Haberler Bürosu'nun tesis ve geçici olarak tedviri işleriyle uğraşmak üzere New York'a, Propaganda Müşaviri Ahmet Şükrü Esmer ile İngilizce mütercimi Nezih Manyas'ın gönderildiği (CA, 30 18 1 2-117-59-7-47-286) ve mezkûr isimlerin 1948, 1949 yıllarında görevlerini sürdürdükleri görülmüştür (CA, 30 18 1 2-117-59-7-7-286). 1 Mart 1949'dan itibaren ise Propaganda Müşavirliği'nin kaldırılmasına karar verilmiştir (TBMM Tutanak Dergisi, 1949, s. 211). Geçici bir görevlendirme ile ABD'ye gönderilen Esmer'in görevinin sona ermesinde rol oynayan temel etken Haberler Bürosu'nun geçici bir çözüm olarak belirlenen New York Basın Ataşeliği'nin altında çalışmasına son verilmesidir. 6 Haziran 1949 tarihinde Bakanlar Kurulu kararıyla New York'ta Türk Haberler Bürosu'nun kurulmasına karar verilmiştir (CA, 30 18 1 2-120-53 – 11-153-3).

Büro'nun Faaliyetleri ve Çalışmaları

New York Haberler Bürosu'nun 1947 yılında ABD'de faaliyete geçmesiyle birlikte çeşitli vasıtalarla Türkiye'nin tanıtılması üzerine harekete geçtiği görülür. Haberler Bürosu'nun basın ataşeliklerine göre daha fazla etkin olması, Basın Yayın Genel Müdürlüğü hakkında hazırlanan raporda ifade edilmiştir. Rapora göre, ataşeliklerin “Basın ve Yayın Genel Müdürlüğünden alınarak Dışişleri Bakanlığı kadrosuna verilmesi bunun yerine daha çok faydası ve verimi görülen Haberler büroları kurulması ve takviye edilmesi” yerinde görülmüştür. Tıpkı ABD'de olduğu gibi Avrupada da bir Haberler Bürosu kurulması tavsiye edilmiştir (TBMM Tutanak Dergisi, 1949, s. 44). Ataşeliklerin faaliyetlerine nispetle başarılı bulunan Haberler Bürosu'nun faaliyetlerine baktığımızda, çalışmaların tercüme faaliyetlerinden ileri geçtiği görülmektedir. New York Haberler Bürosu'nun faaliyetleri geniş bir alanda gerçekleşmiştir. Basılı eserler başta olmak üzere, radyo ve televizyondan da istifade edilmiştir. Türkiye'nin Sovyet Rusya karşısında ABD'nin desteğini almak, sürdürmek ve tanıtmak için kurduğu büronun bir Haber Bürosu olması, yürütülen faaliyetlerin haber eksenli amaçlandığını düşündürmektedir. Bu doğrultuda, Türkiye'yle devamlı bir surette temas kurmak üzere, ilk iş olarak Ankara Radyosu'ndan günlük haberleri almak için radyo alıcısı kurulmuştur. Türkiye'den günlük olarak takip edilen haberler, diktafon makinesi ile plağa alınarak, bu haberlerden Türkçe ve İngilizce haber bültenleri neşredilmiştir (Ulus, 10 Mart 1949). Her türlü araçtan istifade edilerek Türkiye'den alınan haberlerin sürekli bir biçimde ABD'ye aktarılmasına çalışılmıştır. Bu bahiste Türkiye'deki haberleri duyurmak üzere, 1948 yılı itibariyle 'News From Turkey' yayınlanmaya başlanarak süreklilik arz edecek biçimde, Türkiye ile ilgili haber ve kanaatlerin yayınlanması sağlanmıştır. News From Turkey, Türkiye'den haberler veren periyodik bir bülten şeklinde intişar ettirilmiştir. News From Turkey'in Türkiye'den son gelişmeler, uluslararası ve ulusal politik, ekonomik gelişmeler hakkında, bilgilendirme yaptığı görülmüştür. Türkiye'deki gelişme ve kanaatlerin ABD'ye aktarılması gerekliliği Büro'nun temel görevi olmasından ötürü News From Turkey, 1950'den sonra da devam ettirilmiştir (“News from Turkey”, September 15 1955, September 29 1955, vd.).

Büro, 1948 itibariyle broşür, kitap türünde eserler yayınlayarak Türkiye'deki gelişmeleri ABD'de kamuoyuyla paylaşmayı sürdürmüştür. Yayınlanan eserler, Türkiye'yi tanıtmak üzere, eğitim, bayındırlık, ekonomi gibi pek çok alanı kapsamaktadır. Bu bahiste, 1948 yılında yayınlanan *Turkey's Foreign Trade*, 1923'ten itibaren Türkiye'nin dış ticaret hacmi hakkında bilgi sunmaktadır. *Turkey's Foreign Trade* sadece Türkiye'nin ekonomisindeki değişimleri vermemiş, ekonomisini ticaret yaptığı ülkeler bazlı olarak değerlendirmiştir. Eserde Türkiye'nin ticaret hacminde Avrupa'nın en büyük yekûnu tuttuğu anlatılmış ve II. Dünya Savaşı sonrası, Türkiye'nin rotasını ABD ve İngiltere'ye yönlendirdiği belirtilmiştir ("Turkey's Foreign Trade", 1948). 1948 yılında yayınlanan bir diğer eser ise *Women in Modern Turkey* isimli eserdir. Eser, Türkiye'de 1923 yılı itibariyle kadının toplumsal, ekonomik, politik eşitlik hakkının garanti altına alındığından bahsetmektedir. Osmanlı dönemindeki kadının durumundan bahseden eser, Cumhuriyet ile birlikte kadınların kazanımlarında ve kısa süre içerisinde pek çok meslekte yer aldıkları belirtilerek, Türk kadının moderniteye dönüşümü anlatılmıştır. Eserin Büro'nun ilk eserlerinden olması, ABD'de yaşanan kadın hareketleri ve derneklerine yönelik bir çalışma olduğunu düşündürmektedir ("Women in Modern Turkey", 1948). 1950'de ise *Modern Turkish Poetry* ve *Modern Turkish Literature* isimlerinde Türkiye'nin kültürel hayatına dair içerik sunan iki eserle, Türkiye'nin bayındırlık faaliyeti hakkında bilgi veren *Turkish Road and Highways* (1950) yayınlanmıştır. Kısaca, New York Haberler Bürosu tarafından yayınlanan basılı eserler Türkiye'nin gelişmekte olduğunu, çağdaşı olan ülkelere hızla yaklaştığını ve 1923'ten sonra girilen hamlelerle Türkiye'nin Batılılaştığını anlatmaya, Türkiye'nin tüm kazanımları ile Batılı bir devlet olduğunu göstermeye yöneliktir.

Bahsi geçen kitaplar dışında aynı amaç doğrultusunda, New York Haberler Bürosu tarafından çeşitli broşür ve hatıralar bastırılarak (Ulus, 8 Mart 1949). Bu eserlerden bir tanesi modern Türkiye'den bahseden 12 sayfalık *Yakın Şark'ın anahtarı Türkiye* isimli kitapçık/broşürdür. Eserin 12 sayfa içerisinde özet olarak bahsettiği konu şu şekildedir:

Müttefik Türkiye tarihinin bir hülâsasını ihtiva etmekte ve son fasılda açık ve kısa bir ifade ile İkinci Dünya Harbinden sonra Türkiye'de askerî masrafların harpten evvelkine nazaran bütçenin daha büyük kısmını çekmekte olduğu belirtilmektedir. Bununla beraber, Başkan İnönü'nün ıslahat işini azimle ele almış olduğu ve Türk vatandaşlarının istikbale emniyetle bakmaları için yeter sebep bulunduğu da tasrih edilmektedir. (Ulus, 8 Mart 1949)

Broşür için isim olarak "Ortadoğu'nun Anahtarı Türkiye" isminin tercih edilmesi, Türkiye'nin Batı için ne kadar önemli olduğunu göstermeye, anlatmaya yöneliktir. Keza II. Dünya Savaşı sonrasında Türkiye'nin, üstü kapalı bir biçimde Sovyetler sebebiyle artan askeri masrafları konusu öne çıkartılarak, Ortadoğu için gösterdiği öneme istinaden yardım bahsinde yer alması gerektiği vurgulanmıştır. Son olarak ise broşürde İsmet İnönü'nün öne çıkartıldığı ve bu sayede İsmet İnönü'nün önderliğinde kamuoyunun birlik ve emniyet içerisinde olduğu propagandasının yapıldığı görülmektedir.

Bu ana kadar bahsi geçen eserler İngilizce yayınlanmış olup ABD'de gerçekleştirilmek istenen propagandayla yakından ilgilidir. New York Haberler Bürosu'nun Türkiye'yi tanıtmak üzere Latin Amerika ülkelerine yönelik broşürler bastırıldığı da bilinmektedir. *Türkiye* adlı broşür, İspanyolca

olarak bastırılmış ve Meksika'dan gelen talep üzerine Türkiye'yi tanıtmak amacıyla Meksika'ya gönderilmiştir (CA, 490 1 00-1295-302-1). Her ne kadar Meksika'ya İspanyolca bir broşür gönderilmiş olsa da bu durumun istisnai olduğu düşünülmelidir. Zira New York Haberler Bürosu için çalışma alanı olarak ABD ve BM'nin hedeflenmesi ve bu konuda propaganda yapmak üzere Büro'nun teçhiz edilmiş olması bu gerekçenin ana nedenidir. Ayrıca Latin Amerika ülkelerinin Türkiye'nin algıladığı dış tehdit konusunda, önemli bir yardımcı veya denge unsuru olarak görülmemesi, Haberler Bürosu'nun ABD merkezli çalışmasının diğer bir nedenini oluşturmaktadır.

Haberler Bürosu'nun matbu yayınlar dışında televizyondan ve radyodan istifade ettiği görülür. Her ne kadar eldeki imkânlar göz önüne alındığında radyo, televizyon faaliyetleri sınırlı kalmış olsa da bunlar Türkiye'nin tanıtılması için oldukça önemli atılımlar olarak kabul edilmelidir. Bu doğrultuda New York Haberler Bürosu'nun Amerika'da yürüttüğü propaganda faaliyetleri içerisinde en dikkat çekici propaganda aracının televizyon olduğu muhakkaktır. Türkiye'nin televizyon macerasının bilinenin aksine çok daha erken bir tarihte, yurt dışında başlaması, CHP Hükümetleri tarafından televizyonun tanındığı ve propaganda amacıyla kullandığını göstermektedir. Haberler Bürosu'nun tertiplelediği yarım saat süren "Türk Saati" isimli program, 7 Eylül 1948 tarihinde "New York'un en büyük Wpiz televizyon istasyonu" tarafından yayınlanmıştır. Yarım saatlik program üç bölümde gerçekleşmiştir. İlk olarak müzik dinletisiyle başlayan yayın, Ankara Konservatuarı'ndan Tarık Bulut'un şarkıları, Nihat Esen'in saksafon soloları, piyano ve gitar parçaları olarak icra edilmiştir. Tercih edilen müzik, Türkiye'nin yerli müzik anlayışından uzak olmasının yanında, Amerikan değerleri ve Türkiye'nin Batılılaşma arzusu ile oldukça uyumludur. Programın ikinci kısmında ise "altı Türk kızının" gerçekleştirdiği Zeybek ve Karadeniz oyunları oynanmıştır. Son bölümde ise, Türkiye'nin Birleşmiş Milletler Kurulu ile yapmakta olduğu işbirliği anlatılmıştır. Türkiye'nin BM'yle yürüttüğü işbirliğinin vurgulanması, Türkiye'nin hukuka ve evrensel Batılı değerlere verdiği önemi göstermektedir. Yayının beğenildiği özellikle, Batılı tarzda yapılan müziğin bilhassa altı çizilmiştir (Aydın Tarihi, Eylül 1948, s. 33). Diğer taraftan New York Haberler Müdürü Nuri Eren tarafından 2 Eylül 1949 tarihinde "Amerika'nın en büyük şebekelerinden biri olan M.B.C. Radyosunda" bir konuşma gerçekleştirilmiştir. Eren bu konuşmada, Ağrı Dağı hakkında yapılan çalışmalara ilişkin bilgi vermiş, bunun yanı sıra Türkiye'nin son yirmi beş yılda inkişaf ettirdiği nakil vasıtalarıyla Türkiye'de arkeoloji sahasında kaydedilen ilerlemeler anlatılmıştır. Eren'in konuşması, M.B.C. Radyosu'nun şebekesinde iki ayrı program halinde yayınlanmıştır (Aydın Tarihi, 1949, s. 15.) Ekim ayında bu kez Cumhuriyet Bayramı sebebiyle, New York Radyosu'nda bir saatlik bir program gerçekleştirilmiştir. Nuri Eren'in Türkiye hakkında demeci ile başlayan yayında Eren, Türkiye'nin "bugünkü dünyadaki durumunu belirtmiştir." Türkiye'nin dünyadaki durumu oldukça önemlidir; zira Türkiye gerçekleştirdiği propagandada Batı'ya, özellikle de ABD'ye, Sovyet Rusya'ya karşı Batı'nın temsil ettiği hürriyetin yılmaz bir savunucusu olduğunu ve Sovyetler'e karşı mücadelede, Batı'yla birlikte olduğunu belirtmesi, Türkiye'nin Batı için önemli olduğu imajını kuvvetlendirmeye ve bu konuda ABD'nin desteğini almaya yönelik bir girişimdir. Program Eren'in demeci sonrasında, Tarık Bulut ve Refia Gökmen tarafından seslendirilen Türk halk şarkıları ile devam etmiştir. Haberler Bürosu'ndan Nezih Manyas ayrı bir bahiste Türkiye'deki "yeni musikiye" dair açıklamalar yapmış, Nimet Vahit bu yeni türe dair eserler seslendirmiştir. 1949 yılında Haberler Bürosu'nun resmi olarak

kurulması, ABD'nin Ortadoğu ve Türkiye'yle ilgili faaliyetlerini hızlandırdığı bir döneme tekabül etmiştir. Columbia Üniversitesi'nde kurulması tasavvur edilen Türk Kültür Şubesi'nin Hükümet tarafından desteklenmesi, New York Haberler Bürosu'nun faaliyette bulunduğu bir zamanda olması hasebiyle dikkat çekicidir (Aydın Tarihi, 1949, s. 89).

Haberler Bürosu'nun bir diğer propaganda faaliyeti ise konferanslar olmuştur. New York Haberler Bürosu Müdürü Nuri Eren tarafından 29 Nisan 1950'de Columbia Üniversitesi'nde gerçekleştirilen "Türkiye'nin Bugünkü Dünya İçindeki Mevkii" konulu konferansı oldukça dikkat çekicidir. Eren konferansta "Türkiye'nin dış siyasetinin Türk istiklâl ve bütünlüğünü korumak beynelmilel taahhütlere tam bir sadakat göstererek milletlerarası münasebetlerde beynelmilel ahlâkın hâkimiyetini sağlamak gibi iki ana prensibe istinat ettiğini" anlatmıştır. Eren'in Columbia Üniversitesi'nde gerçekleştirdiği konferans sonrasında, yeni bir konferans için Mayıs ayında Princeton Üniversitesi tarafından davet edilmesi, ABD'de Türk dış politikası konusundaki tutumun merak edildiğini ve bu konunun izah edilmesinin arzu edildiğini göstermektedir (Aydın Tarihi, 1950, s. 27).

Haberler Müdürlüğü, gerçekleştirdiği tüm faaliyetlerin yanı sıra Türkiye'nin aleyhine olan bazı durumlarda da Basın Yayın Genel Müdürlüğü tarafından devreye sokulmuştur. İsveç'te tüccarlıkla iştiğal eden bir vatandaş, İsveç'te bir seyahat bürosunda gördüğü İstanbul afişinde, Türkiye'yle ilgisi olmayan bir Tibetli adamın yer aldığını Ankara'ya bildirmiş, yapılan ihbar neticesinde Basın Yayın Genel Müdürlüğü afişle ilgili daha önce devreye girdiklerini bildirmiştir. New York Haberler Bürosu daha önce, Pan American Hava Yolları şirketinin Türkiye hakkında yanlış fikir veren İstanbul afişi ile ilgili olarak, şirketin New York merkezine uzun süren görüşmelerde bulunarak afişin kaldırılmasına çalışmıştır. Fakat Haberler Bürosunu bir netice alamaması üzerine, Basın Yayın Genel Müdürlüğü'nün devreye girmesiyle, "şirketin yakın şark ve Hindistan bölgesi müdürü Mr. George Doole nezdinde teşebbüslerde bulunularak, bu afişin dünyanın hiçbir yerinde yayınlanmayacağına dair teminat" alınmıştır. Teminatın daha sonra yazı ile teyit edilmiş olmasına rağmen, afişin İtalya, İsveç ve Hindistan'da görülmesi karşısında yeniden harekete geçilmiş, şirkete Türkiye'yi tanıtıcı otuz adet fotoğraf verilmiştir (CA, 490 1 0 0-576-2291-6).

Haberler Bürosu'nun en önemli faaliyeti, Türkiye lehine kamuoyu oluşturacak tarzda propaganda yapmaksa da Büro, Türkiye'nin aleyhine cereyan eden durumlarda devreye girerek aleyhteki propagandaları önlemeye de çalışmıştır. Bu konuda afiş dışında, sinemanın da New York Haberler Bürosu'nun dikkatini çektiği görülmektedir. March of Time müessesesi tarafından 1946 yılında çekilen ve 1948 yılında gösterilmeye başlanan *Turkey's \$100.000.000* isimli film New York Haberler Bürosu tarafından görülerek kusurları, bildirilmiş ve düzeltme vaadi alınmıştır. Fakat yine de Türkiye'nin aleyhine olacak şekilde film yayınlanmıştır; Türkiye sansürcü, inhisarcı gösterilmiştir. *Turkey's \$100.000.000* isimli filmin oluşturduğu durum karşısında, New York Haberler Bürosu, Türkiye'nin tanıtılması için ticari işletmelerin yerini almak üzere Türkiye'den 16 milimetrelilik propaganda filmleri talep etmiştir (CA, 30 10 0 0-268-806-17-440).

New York Haberler Bürosu'nun, 7 Ağustos 1950'de Birleşik Amerika Birinci Milletlerarası Ticaret Fuarı'nda gerçekleştirdiği propaganda faaliyeti, Büro'nun Türkiye'yi tanıtmak için izlediği metot hakkında bilgi veren bir diğer kaynaktır. Fuar gerçekleştiği dönemde iktidar mevkiinde Demokrat

Parti olmasına rağmen Büro'nun müdürü başta olmak üzere personelinin eski dönemde olduğu gibi muhafaza edilmiş olması, CHP İktidarı döneminde yapılan uygulamaların sürdürülmesi şeklinde olmuştur. Ayrıca mezkûr fuardan önce gerçekleştirilen fuarlarda nasıl bir yol izlendiğinin anlaşılması açısından Chicago Fuarı oldukça önemli bir örnektir. Nuri Eren'e göre, 15 gün süren fuar sadece,

Amerikan devlet adamlarının ve bilhassa Marshall Planı erkanının edf'atla tebarüz ettirmiş oldukları veçhile Amerikan halk oyuna hitap eden bu gibi teşebbüsleri sadece iktisadi zaviyeden mütalaa etmiyerek, Amerikan halkının dış ülkelere karşı ilgisini artırmak ve Amerikan hükümetinin yardım programını destekleyecek bir atmosfer yaratmak zaviyesinde görmek lazımdır. (CA, 30 10 0 0-173-196-17-186)

Bu sebeple fuarlara ayrıca bir ihtimam gösterildiği anlaşılmaktadır. Sergide, Türk resim ve el işlerinin örnekleri teşhir edilmiş, bununla yetinilmeyerek Chicago Şehir Kütüphanesi'nde bir sergi açılmıştır. Chicago'daki bütün gazete ve ajanslara Türkiye ve ürünleri hakkında yazılar verilerek bunların yayınlanması sağlanmıştır. Radyo ve televizyon istasyonlarından Türkiye'ye dair yayınların yapılması sağlanmış ayrıca, W.B.E.Z. istasyonundan yapılan konuşmaların okullar açıldıktan sonra W.B.E.Z. tarafından sınıflarda yayınlanması temin edilmiştir. Tüm bunları dışında yetkililer ziyaret edilmiş, Blackstone Oteli'nde bir kokteyl tertip edilerek Türk ürünleri ikram edilmiştir. Nuri Eren'e göre ABD'de, radyonun propaganda konusundaki önemi karşısında, radyo programları ücret karşılığında gerçekleşmekte iken Büro'nun çalışmaları neticesinde Türkiye, ücretsiz olarak 27 programda yer almıştır. Fuar dolayısıyla, 1949 yılında Türkiye'yi ziyaret eden Albay McCormick ile sağlanan irtibat neticesinde, "Türkiye'nin Atlantik Paktı'na [NATO] iştirakinin lüzumu hakkında Chicago Tribune'de bir makale yayınlanmıştır." Makalenin radyo ve gazeteler için kısa sürede ilgi uyandırdığı ve bu durumun Atlantik Paktı'na katılım için oldukça önemli bir gelişme olduğu belirtilmiştir (CA, 30 10 0 0-173-196-17-186). Fuar, New York Haberler Bürosu'nun fuar gibi önemli toplantılarda nasıl bir uygulama yürüttüğünü ve genel olarak hangi araçlarla propaganda yaptığını göstermesi açısından oldukça önemli bir kaynaktır. Chicago Fuarı, radyo, televizyon, gazete, sinema gibi faaliyet yürüttüğü alanların dışında Haberler Bürosu'nun fuar çalışmasında nasıl bir propaganda faaliyeti gerçekleştirilmesinin öğrenilmesi açısından oldukça önemli bir gösterge olmuştur.

Türkiye'nin ABD'de Yürüttüğü Propaganda Faaliyetleri Üzerine Bir Değerlendirme

New York Haberler Bürosu'nun kurulduğu tarihten sonra nasıl bir çalışma usulü izlediği, Ahmet Şükrü Esmer tarafından, Haberler Bürosu'ndan Basın Yayın Genel Müdürü olarak yeni atandığında gerçekleştirdiği ilk basın toplantısında açıklanmıştır. Esmer'in açıklamaları, Haberler Bürosu'nun çalışmalarının genel olarak ne şekilde ele alındığını bütüncül bir bakışla bize sunmaktadır.. Esmer'e göre Türkiye'yi ABD'de tanıtmak üzere bütün modern araçlardan istifade edilmeye çalışılmış; bu istikamette, Büro'nun üç temel alanda faaliyet gösterdiği kaydedilmiştir. Bunlar, televizyon ve film gösterimi; radyo konuşmaları; kitap, broşür, bülten, afiş ve harita basıp yayınlamak üzere matbuu faaliyetlerdir. Esmer'in ABD'ye tayin edildikten sonra ilk işi, Türkiye ile devamlı bir surette temas kurmak üzere Ankara Radyosu'ndan günlük haberleri almak için tesisat kurmak olmuştur. Günlük olarak takip edilen haberler, diktafon makinesi ile plâğa alınarak, bu haberlerden Türkçe ve İngilizce

haber bültenleri neşredilmiştir. Bültenlerin önemi ABD basınının bültenlerden Türkiye ile ilgili haberleri vermek üzere alıntı yapmasından kaynaklanmaktadır. ABD’de sinemanın önemine dikkat çeken Esmer, sinema konusundan istifade etmek üzere film şirketleriyle temasa geçerek, Genel Müdürlükten gönderilen aktüalite filmlerinin ilgili müesseseler tarafından hazırlanan ‘aktüalite jurnallerinde’ yer alması sağlanmıştır. Sinemalarda aktüalite filmlerinin gösterilmesi sonrasında, televizyonda rağbet gören programlarda filmlerin yer alması sağlanmıştır. Ayrıca 65 resimli bir projeksiyon filmi hazırlanarak üniversitelere, kulüplere, okullara ve çeşitli kurumlara 2500 kopya olarak dağıtılmıştır. Filmin beklenenden çok daha fazla ilgi çekmesi üzerine bu kez sesli bir film çekilmiştir. Radyo ve televizyonun ABD halkının hayatında oynadığı role paralel olarak radyo-televizyon istasyonlarında “Türk Gecesi”, “Türk Musikisi” programlarıyla çeşitli konferanslar tertip edilmiştir. Esmer, bizzat kendisinin bazı programlara katıldığını bildirmiştir. Milletlerarası fuar ve sergilerde ise Haberler Bürosu’nun pavyonlar tuttuğu ve burada Türk elişi ve sanat eserlerinin takdim edildiği bildirilmiştir. Amerika’nın farklı yörelerinde açılan sergilere ise fotoğraf, afiş, harita ve broşür yollanmıştır. Esmer, Büro’nun 18 adet kitap, broşür, harita ve afiş neşrettiğini ifade etmiştir. Bunların dışında ayrıca ABD’de yayınlanan yıllıklara, ansiklopedilerde yer alan Türkiye ile ilgili maddelerin doğru bilgiler ihtiva etmesi sağlandığı gibi bazı maddeler bizzat Haberler Bürosu çalışanları tarafından yazılmıştır. Tüm bunların haricinde Amerikan basınında Türkiye’yi yanlış tanıtan yazıların düzeltilmesi yönünde çalışılarak, bu türden haberlerin önlenmesi, yayınlananların ise tezkip edilmesi sağlanmıştır (Ulus Gazetesi, 10 Mart 1949).

Basın ataşeliklerine nispetle New York Haberler Bürosu’nun çalışmaları başarılı bulunmuş, bu sebeple Basın Yayın Genel Müdürlüğü hakkında hazırlanan değerlendirmede, ataşeliklerin Dışişleri Bakanlığı’na tevdi edilmesi, buna karşın ise ataşeliklerin yerlerine haber bürolarının kurulması tavsiye edilmiştir (TBMM Tutanak Dergisi, 1947, s. 44). Haberler Bürosu’nun faaliyetleri takdir edilmekle birlikte, Basın Yayın Genel Müdürü Ahmet Şükrü Esmer’e göre New York Haberler Bürosu’nun faaliyetleri yeterli değildir (Ulus Gazetesi, 1949). Yeterli olmayan tanıtma faaliyetleri, sonraki yıllarda da Türkiye’nin istediği tarzda gerçekleşmemiş ve sürekli tartışılan bir konu haline gelmiştir. Dışişleri Bakanlığı Kültür Münasebetleri Dairesi Başkanı Hamit Batu (1964, s. 115) ve Dışişleri Bakanlığı Enformasyon Dairesi Başkanı İsmail Soysal (Batu ve Soysal, 1965, s. 8-10) Türkiye’nin tanıtma faaliyetlerinin 1960’lı yılların ortasında dahi yetersiz olduğunu ifade etmişlerdir.

ABD’de Basın Ataşesi olarak görev yapan Nüzhet Baba, 24 Kasım 1948 tarihinde Genel Müdürlüğe gönderdiği “Memleketimizi Amerika’ya Tanıtmak Meselesi Üzerine Rapor”da Türkiye’nin neden başarısız olduğunu açıklamaktadır. Dört bölümden oluşan raporda ilk olarak Türkiye’nin neden iyi tanınmadığı sorusunun cevabı verilmiştir. Baba’ya göre, Türkiye’nin Amerika’da iyi tanınmamasının birkaç nedeni bulunmaktadır. Bunlardan ilki Yunanlıların ve Ermenilerin 19. yüzyıldan itibaren Türkiye ve Türkler hakkında kaleme aldıkları “garazkarene” yazı ve kitaplara karşı, Türkiye’nin yeterince yayının olmamasıdır. Buna örnek verme ihtiyacı hisseden Baba: Dünyanın en zengin kütüphanelerinden biri olan “Library of Congress”de Ermeni meselesinde Türkiye’yi savunan tek bir eserin bulunmakta olduğunu bildirmektedir. İkinci neden ise Türkiye’nin Müslüman oluşu ile ilgilidir. Raporda bu durum şu şekilde tespit edilmiştir: “Müslümanlık-Hıristiyanlık davası, gerçi eski ateşli devresini yaşamış ve bugün durulmuş ise de, bazı kitleleri henüz taassup devresinde

yaşamakta olan Amerikalılar için Müslümanlık aleyhimize bir 'not' teşkil etmektedir" (CA, 30 1 0 0-101-628-9). Üçüncü bir neden ise Türkiye'nin azınlıklar konusundaki kötü şöhretidir. Rapora göre ABD'de "Türklerin azınlıklara karşı her zaman fena muamele ettikleri" kökleşmiş bir inanç haline gelmiştir. Özellikle Varlık Vergisi'nin tam manasıyla ABD'de anlatılamamış oluşu rapora göre, Türkiye için olumsuz bir gelişme olarak görülmüştür. Dördüncü neden ise Türkiye hakkında son bir yüzyılda kaleme alınan "efsanevi mahiyette, harem hayatı ve şark masalları"na dayanan eserlerin yayınlanmasıdır. Baba'ya göre:

Bu cihet basın evlerinin ve tâbilerin zihinlerine o şekilde yerleşmiştir ki, bugün bu efsanelerden bahsetmeyen ve Türkiye'yi hakiki vechesile gösteren bir eseri kabul ettirmek, Amerika'da ticarî mahiyette çalışan basın evleri nezdinde hakiki manasile güçtür. Amerikalı kendi gibi yaşayan ve düşünen insanlara ait eserlerden ziyade bin bir gece masallarına meftundur. (CA, 30 1 0 0-101-628-9)

Beşinci neden Amerikan okullarında okutulan tarih ve coğrafya kitapların Türkiye hakkında yer alan bilgilerin eksik ve yetersiz oluşudur. Rapor, altıncı neden olarak ise ABD halkının tutumundan ve alışkanlıklarından bahsetmektedir. Baba raporda, Amerikalıların reklamla büyüyen insanlar olduklarına dikkat çekmekte ve bu hususta halkın desteğini sempatisi kazanmak için yoğun bir reklam ya da propaganda kampanyası yapılmasının gerektiğini söylemektedir. Rapor bu konuda seçimler için başkan adaylarının ülkeyi, baştanbaşa aylarca kapı kapı dolaşarak kendilerini tanıttığını söyleyerek yapılması gerekenin bu olduğunu ifade etmiştir. Yedinci sebep olarak Türkiye ile ABD arasında coğrafi, iktisadi ve kültür konularındaki mesafenin Türkiye'nin yeterince tanınmasına engel teşkil etmesi gösterilmiştir. Raporun yazıldığı andaki durumun ne olduğunu değerlendiren Baba'ya göre, Truman Doktrini sonrasında basın yayın, radyo vesaire kamuoyu araçlarında Türkiye lehine bir gelişme gözükse de bu gelişme istenilen tarzda değildir. Nüzhet Baba'ya göre,

Kardeş olmasalar bile, her halde yakın akraba oldukları halde İngilizler, burada enformasyon servisleri için senede bir milyon dolar sarfetmektedirler. Kesin bir İhtiyaç hissetmeselerdi, böyle dar zamanlarda İngilizlerin bu şekilde bir para sarfetmeleri hayale sığmaz bir hareket teşkil ederdi. (CA, 30 1 0 0-101-628-9)

Bu sebeple, sistematik bir çalışmanın yanında para sarfedilmesi de gerekmektedir. Tüm bunların yanı sıra ataşenin dikkat çektiği bir başka husus da; "Türkiye'de bulunmuş bazı Amerikalılarla bu konu etrafında fikir teatisi"dir. Baba'ya göre bu durum, beyhudedir ve çoğu zaman yanlış kararlara sevk edici bir yoldur. Baba, tek gayeleri maddi çıkar temin etmek olan bu tür Amerikalıların bazılarının Türkiye'nin iyi tanınmasını arzu etmedikleri gibi kendi memleketlerini dahi tanımadıklarını ifade etmektedir (CA, 30 1 0 0-101-628-9).

Sonuç

Bu çalışma, II. Dünya Savaşı sonrasında, milli güvenlik algılamalarında yaşanan değişiklik nedeniyle, CHP Hükümetlerinin Sürekli Çok Partili Yaşam'a geçilen 1945-1950 yılları arasında yurt dışında, dış politikaya dayanan propagandasını değerlendirmeye çalışmaktadır. II. Dünya Savaşı'nın sona ermesinin hemen akabinde, Sovyet Rusya'nın Boğazlara ve Doğu Anadolu topraklarına yönelik

talepleri karşısında, Türk dış politikası milli güvenlik ekseninde değişime uğramıştır. Sovyet Rusya'dan kaynaklanan endişe ve kaygılar karşısında, Cumhuriyet Halk Partisi Hükümetleri, olası bir Sovyet işgaline veya müdahalesine karşı koyabilmek üzere Amerika Birleşik Devletleri'nden destek almak için ABD kamuoyuna ve bürokrasisine yönelik kapsamlı bir propaganda faaliyeti yürütmüştür. Bu doğrultuda Türkiye, SSCB'ye karşı müşterek mücadeleye giriştiği ABD nezdinde kendini tanıtmak ve ABD'den destek almak için New York Haberler Bürosu'nu kurmuştur.

Haberler Bürosu'nun adresi olarak ABD'nin tercih edilmesinin Türkiye'nin yaşadığı dış politika değişimi ile yakından ilişkisi bulunmaktadır. Zira II. Dünya Savaşı sonucunda Türkiye'nin geleneksel Batılı ortağı İngiltere'nin savaştan zayıflayarak çıkması sonrasında ABD, Avrupada İngiltere'nin yerini almıştır. Türkiye'nin ABD'de yeterince tanınmaması ve 1947 yılından sonra ortak tehlike SSCB'ye karşı, ABD'nin Truman Doktrini ve Marshall Yardımları ile verdiği desteğin sürmesi için Türkiye'nin tanıtılması bir zorunluluk halini almıştır.

Haberler Bürosu'nun 1947 yılı itibariyle çalışmalarına başlamasıyla birlikte, Türkiye'yi ABD'de tanıtmak üzere bütün modern araçlardan istifade edilmeye çalışılmış; bu istikamette, Büro üç temel alanda faaliyet göstermiştir. Bunlar televizyon-film gösterimi, radyo konuşmaları ve matbu faaliyetlerdir. Basın ataşeliklerine nispetle New York Haberler Bürosu'nun çalışmaları oldukça başarılı bulunmuş, bu sebeple Basın Yayın Genel Müdürlüğü hakkında hazırlanan değerlendirmelerde, ataşeliklerin Dışişleri Bakanlığı'na tevdi edilmesi, buna karşın ise ataşeliklerin yerlerine haber bürolarının kurulması tavsiye edilmiştir. Her ne kadar New York Haberler Bürosu başarılı bulunmuşsa da bu başarı tercüme büroları şeklinde çalışan basın ataşeliklerine kıyasladır. Türkiye'nin ABD kamuoyunda ve ABD'li yetkililer nezdinde propagandasının başarı ile yapıldığını söylemek pek mümkün gözükmemektedir. Zira yapılan faaliyetler önemli olmakla birlikte kısa süre içerisinde ABD kamuoyunu Türkiye lehine çevirecek olmaktan ve Sovyetler karşısında maddi ve manevi olarak Türkiye'nin desteklenmesini sağlamaktan uzaktır. Bu durumun oluşmasında rol oynayan en temel etmen Türkiye'nin ABD'de tanıtılmasında geç kalınmasıdır. Zira ABD'nin Türkiye için önemli hale gelmesi SSCB tehlikesiyedir. Bu sebeple, 1945-1950 dönemine kadar ABD'de Türkiye'nin tanıtılması, propagandasının yapılması faaliyetine yoğun olarak girilmiştir. Türkiye'nin tanıtılması faaliyetlerinde geç kalınması karşısında, Türkiye'yi düşmanca bir biçimde tanıtan "Ermeni ve Rum" diasporaları, çok daha önce ve uzun soluklu bir propaganda faaliyetine girişerek Amerikan kamuoyunda, Türkiye'nin imajını olumsuz bir biçimde yansıtmışlardır. Azınlıklar sebebiyle yapılan kötü imaj çalışması, Türkiye'nin Müslüman kimliği ile Hıristiyan ABD'de kabul görmesinin nispeten önüne geçmiştir. New York Haberler Müdürlüğü'nün yayın çalışması oldukça önemli ve dikkat çekici olmakla birlikte yeterli değildir. Türkiye'nin tanıtıldığı dönemde basılan yaklaşık yirmi civarında kitap, broşür, harita karşısında, sadece Yunanistan Bağımsızlık Savaşı ile ilgili yayınlanmış 700-800 civarında kitap, binlerce makale ABD kütüphanelerinde yer almıştır. Buna karşın Kongre Kütüphanesi'nde Ermeni meselesi ile ilgili Türkiye'nin tezini müdafaa eden tek bir kitap yer almıştır. Ayrıca daha sonra yayınlanan eserlerin ABD kamuoyunda ilgi uyandırmaktan da uzak olduğu görülmüştür.

Radyo ve televizyon yayınlarının, ara ara gerçekleşmekle birlikte kalıcı olması açısından süreklilik arz etmesi gerekmiştir. Bu ise mümkün olmadığından, Türkiye'nin direkt televizyon, radyo, haber

propagandası başarılı olmamıştır. Üstelik radyo ve televizyon için Türkiye hakkında sansasyonel konuların gündemde olmaması, Türkiye'yle ilgili haberlerin kamuoyunda yer almasına engel teşkil etmiştir. Radyo, televizyon, fuar, çalışmaları önemli atılımlar olmakla birlikte tüm bunların dışında tanıtma faaliyetinin uzun soluklu bir çalışma gerektirdiği gerçektir. Büro'nun kısa bir süre içerisinde ABD kamuoyunun desteğini sağlamasını mümkün olmayacağı gibi ABD'nin coğrafi şartlarının da buna müsait olmadığı bilinmektedir. Türkiye ile ABD arasında coğrafi, iktisadi ve kültür konularındaki mesafe Türkiye'nin yeterince tanınmasına engel teşkil etmiştir. Gerçekleştirilen faaliyetler oldukça önemli girişimler olmakla birlikte, ABD kamuoyunun dikkatini çekecek yoğun kapsamlı bir propaganda ve reklam çalışmasına girilmemiş olması, New York Haberler Bürosu'nun faaliyetlerinin dar bir sahada kalmasına sebep olmuştur. 1947-1950 yılları arasında yeterli olmayan tanıtma faaliyeti, sonraki yıllarda da Türkiye'nin istediği tarzda gerçekleştiremediği ve sürekli bir biçimde tartıştığı bir konu haline gelmiştir.

Kaynakça

- Arı, T. (2000). *Amerika'da siyasal yapı lobiler ve dış politika*. İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım.
- Armaoğlu, F. (1991). *20. yüzyıl siyasi tarihi 1914-1980* Cilt: I. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Aydın Tarihi. (Eylül 1948). No: 178.
- Aydın Tarihi. (Eylül 1949). No: 190.
- Aydın Tarihi. (Kasım 1949). No: 192.
- Aydın Tarihi. (Nisan 1950). No: 197.
- Batu, H. (1964). Dış siyaset ve tanıtma. *Dışişleri Belleteni*, (2), 114-119.
- Batu, H. ve Soysal İ. (1965). Türkiye'nin tanıtılması. *Dışişleri Belleteni*, (10), 8-13.
- Bektaş, A. (1996). *Kamuoyu, iletişim ve demokrasi*. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Bektaş, A. (2002). *Siyasal propaganda tarihsel evrimi ve demokratik toplumdaki uygulamaları*. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Deringil, S. (1994). *Denge oyunu, İkinci Dünya Savaşı'nda Türkiye'nin dış politikası*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Dışişleri Bakanlığı. (1973). *Türkiye dış politikasında 50 yıl: İkinci Dünya Savaşı yılları (1939-1946)*. Ankara: Araştırma ve Siyaset Planlama Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Domenach, J. M. (1969). *Politika ve propaganda*, T. Yücel (Çev.). İstanbul: Varlık Yayınları.
- Draft suggestions for President's Message to Congress on Greek Situation, (March 3, 1947). [trumanlibrary.org](http://www.trumanlibrary.org). Subject File, J.M. Jones Papers. 03.04.2015 tarihinde http://www.trumanlibrary.org/whistlestop/study_collections/doctrine/large/documents/pdfs/6-9.pdf#zoom=100. adresinden edinilmiştir.
- Ertürk, S. (1951). *Propaganda ve beşinci kolun İkinci Dünya Harbinde oynadığı roller*, Ankara: Gnkur. Bşk. Yayınları, Genelkurmay 1. No. Basımevi.
- Gürün, K. (1991). *Türk Sovyet ilişkileri (1920-1953)*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Kamel, A. (2014). *1923'ten günümüze Türk dış politikası ve diplomasisi*. İstanbul: İnkılâp Kitabevi.
- Karadağ, H. (2012). Bir dış politika tekniği olarak kamu diplomasisi: Karar verme süreci üzerine etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Modern Turkish Literature. (1950). [Babel.hathitrust.org](http://babel.hathitrust.org). 08.06.2017 tarihinde <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=inu.30000123235487;view=1up;seq=3> adresinden edinilmiştir.
- Modern Turkish Poetry. (1950). [Babel.hathitrust.org](http://babel.hathitrust.org). 08.06.2017 tarihinde <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=inu.30000123235479;view=1up;seq=3> adresinden edinilmiştir.
- News From Turkey. (1955, September 15). *Turkish Information Office*, 8(21).
- News From Turkey. (September 29 1955). *Turkish Information Office*, 8(23).
- News From Turkey. (October 6 1955). *Turkish Information Office*, 8(24).
- News From Turkey. (November 17 1955). *Turkish Information Office*, 8(28).
- News From Turkey. (November 3 1955). *Turkish Information Office*, 8(26).
- News From Turkey. (November 10 1955). *Turkish Information Office*, 8(27).
- News From Turkey. (December 1 1955). *Turkish Information Office*, 8(29).
- News From Turkey. (December 15 1955). *Turkish Information Office*, 8(30).
- News From Turkey. (December 29 1955). *Turkish Information Office*, 8(32).
- News From Turkey. (January 5 1956). *Turkish Information Office*, 9(1).
- Onaran, Ş. A. (1984). *Kamuoyu el kitabı*. İstanbul: Filiz Kitabevi.

- Qualter, T. H. (1980). Propaganda teorisi ve propagandanın gelişimi. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 35(1), 255-307.
- Sander, O. (1996). *Siyasi tarih 1918-1994*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Sever, A. (1997). *Soğuk savaş kuşatmasında Türkiye, Batı ve Ortadoğu: 1945-1958*. İstanbul: Boyut Yayıncılık.
- TBMM *Tutanak Dergisi*. (26.12.1947). Dönem: VIII, Cilt: 8, Toplantı: 2, Yirmi Üçüncü Birleşim. <https://www.tbmm.gov.tr/tutanaklar/TUTANAK/TBMM/d08/c008/tbmm08008023.pdf> adresinden edinilmiştir.
- TBMM *Tutanak Dergisi*. (21.11.1949) Dönem: VIII, Cilt: 16, Toplantı: 3, Kırk Sekizinci Birleşim. <https://www.tbmm.gov.tr/tutanaklar/TUTANAK/TBMM/d08/c016/tbmm08016048.pdf> adresinden edinilmiştir.
- Turkey's foreign trade. (1948). *Babel.hathitrust.org*. 08.06.2017 tarihinde <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=inu.30000123235669;view=1up;seq=4> adresinden edinilmiştir.
- Turkish road and highways. (1950). *Babel.hathitrust.org*. 08.06.2017 tarihinde <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=inu.30000123235768;view=1up;seq=4> adresinden edinilmiştir.
- Türk Dil Kurumu *Güncel Türkçe sözlük*. (t.y). http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&karama=gts&guid=TDK.GTS.5be41bf6d2e677.75261368 adresinden edinilmiştir.
- Türkmen F. (1965). *Siyasi propaganda sanatı*. İstanbul: Tan Gazetesi ve Matbaası.
- Ulus. (1948, 8 Mart).
- Ulus. (1949, 8 Mart).
- Ulus. (1949, 10 Mart).
- Women in modern Turkey. (1948). *Babel.hathitrust.org*. 08.06.2017 tarihinde <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=inu.30000123235651;view=1up;seq=13> adresinden edinilmiştir.
- Yıldırım, G. (2014). Uluslararası halkla ilişkiler perspektifinden kamu diplomasisi: Türkiye kamu diplomasisi koordinatörlüğü örneği çerçevesinde kültürel diplomasi. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Cumhurbaşkanlığı Devlet Arşivleri Başkanlığı-Cumhuriyet Arşivi (CA) Belgeleri

- CA, Fon No: 30 1 0 0 Yer Numarası: Kutu No: 101 Dosya Gömleği No: 626 Sıra No: 5, Dosya Numarası: F11
- CA, Fon No: 30 10 0 0 Yer Numarası: Kutu No: 85 Dosya Gömleği No: 564 Sıra No: 2 Dosya Numarası: 85
- CA, Fon No: 30 18 1 2 Yer Numarası: Kutu No: 114 Dosya Gömleği No: 41 Sıra No: 7 Dosya Numarası: 33-279
- CA, Fon No: 30 18 1 2 Yer Numarası: Kutu No: 114 Dosya Gömleği No: 45 Sıra No: 17
- CA, Fon No: 30 18 1 2 Yer Numarası: Kutu No: 117 Dosya Gömleği No: 59 Sıra No: 7 Dosya Numarası: 47-286
- CA, Fon No: 30 18 1 2 Yer Numarası: Kutu No: 118 Dosya Gömleği No: 89 Sıra No: 7 Dosya Numarası: 47-422
- CA, Fon No: 30 18 1 2 Yer Numarası: Kutu No: 120 Dosya Gömleği No: 53 Sıra No: 11 Dosya Numarası: 153-3
- CA, Fon No: 490 1 0 0 Yer Numarası: Kutu No: 576 Dosya Gömleği No: 2291 Sıra No: 6 Dosya Numarası: 2. Büro
- CA, Fon No: 30 10 0 0 Kutu No: 268 Dosya Gömleği No: 806 Sıra No: 17 Dosya Numarası: 440
- CA, Fon Kodu: 30 10 0 0 Kutu No: 173 Dosya Gömleği No: 196 Sıra No: 17 Dosya Numarası: 186
- CA, Fon No: 30 1 0 0 Yer Numarası: Kutu No: 101 Dosya Gömleği No: 628 Sıra No: 9
- CA, Fon Kodu: 490 1 0 0 Kutu No: 1295 Dosya Gömleği No: 302 Sıra No: 1 Dosya Numarası: 8. Büro

Erken Cumhuriyet Döneminde Atatürk ve CHP'nin Sinema Politikası*

Atatürk and CHP's Cinema Policy in the Early Republican Period

Yalçın LÜLECI**

Öz

Erken Cumhuriyet Dönemi'nde Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) hükümeti, sanat alanında ilerlemenin bir uygarlık göstergesi olduğu, Atatürk ilke ve inkılaplarının halka iletilmesinde ve bir ulus devlet oluşturmada sanatın etkili bir araç olarak kullanılabilceği kanaatindeydi. Sinemanın ise, bir eğitim ve propaganda aracı olarak görüldüğüne dair ifadeler ve belgelere rastlansa da çok etkili bir şekilde kullanıldığını, devletten diğer sanat dalları kadar destek gördüğünü söylemek zordur. Halkevlerinde gösterilen sinema filmleri, genellikle eğitim, haber ve propaganda filmleridir. Hükümet, sansür yasalarıyla sinemayı, kendi politik tutumu çerçevesinde bir düzene sokmaya uğraşırken, vergi indirimleriyle sinemacıların daha rahat ekonomik koşullarda faaliyetlerini yürütmesini ve seyircilerin sinemaya daha kolay ulaşmasını sağlamaya çalışmıştır. CHP hükümeti; 1920'ler ve 1930'larda, siyasal alanda yakın ilişkiler kurduğu Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (SSCB)'nden hem çeşitli alanlarda eğitici filmler ithal etmiş hem de Sovyet sinemacıları Türkiye Cumhuriyeti'nin 10. Kuruluş Yılı Dönümü kutlamalarını filme almaları için Türkiye'ye davet etmiştir. Bu çalışmada, Erken Cumhuriyet Dönemi'nde CHP'nin sinema politikası, Başbakanlık Cumhuriyet Arşivi (CA) belgelerine, hatıratlara ve alanla ilgili diğer kaynaklara dayanılarak ayrıntılı olarak ele alınmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Atatürk, Sinema, CHP, Halkevleri, Belgesel, *Ankara: Türkiye'nin Kalbi*

Abstract

The Republican People's Party (RPP) government in the Early Republican Era considered that the progress in the field of art was a mark of civilization, and that art could be used as an effective tool in communicating

* 2013 yılında İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarih Anabilim Dalı Türkiye Cumhuriyeti Bilim Dalı'nda hazırlanan "İktidar ve Sanat (1923-1950)" başlıklı doktora tezinden genişletilerek üretilmiştir.

** Dr. Öğr. Üye., Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İstanbul, Türkiye, yalcinluleci@yandex.com, Orcid ID: 0000-0002-2957-0352.

the principles and reforms of the Republic to the citizens and in creating a modern nation-state. On the other hand, it is difficult to say that cinema was used very effectively and that it had as much government support as other branches of art although there are statements and documents revealing the fact that cinema was regarded as a tool of education and propaganda. Motion pictures screened in the important institution of the period "People's House"s were generally educational, news and propaganda films. While the government tried to regulate the cinema in terms of its political attitude by means of censorship laws, it tried to ensure that the filmmakers were able to carry out their activities in better economic conditions with tax cuts and so this made it easier for citizens to go to the cinema. In the 1920s and 1930s, the Republican government also went to collaboration in the field of cinema with the Union of Soviet Socialist Republics with whom it had also built good relationships in the political sphere. Hence, the government imported educational films from the Soviet Union in various fields and also invited the movie makers from Soviet Republics to create a film about the 10th anniversary of the Turkish Republic. In this study, the Republican People's Party (RPP) government's cinema policy during the Early Republican Period has been tried to be discussed in detail based on documents of the Prime Minister's Republican Archives (BCA), memoirs and other literature related to the field.

Keywords: Atatürk, Cinema, RPP, People's House, Documentary, *Ankara: The Heart of Turkey*

Giriş

Mustafa Kemal Atatürk (1923-1938) ve İsmet İnönü (1938-1950)'nün cumhurbaşkanlığı yaptığı Cumhuriyet Halk Partisi (CHP)'nin 27 yıllık kesintisiz iktidar yıllarını kapsayan dönem, "Erken Cumhuriyet Dönemi" olarak adlandırılmaktadır. CHP, 1923-1946 yılları arasında tek parti olarak iktidarda bulunmuş, 1946 yılında çok partili hayata geçilmesine karşın, o yıl yapılan seçimi kazanan CHP, iktidarını, Demokrat Parti (DP)'ye devrettiği 1950 seçimlerine kadar devam ettirmiştir. Atatürk döneminde, getirilen ilkeler ve uygulanma imkânı bulan inkılaplarla Osmanlı İmparatorluğu sonrasında kurulan yeni ulus devletinin temelleri atılmıştır. İnönü döneminde ise Türkiye savaşa girmese de II. Dünya Savaşı'nın olumsuz siyasal, sosyal ve ekonomik etkileriyle yüzleşmek ve savaş sonrası oluşan yeni uluslararası konjonktürde kendine yer edinmek zorunda kalmıştır. Bu tarih aralığı dünyada da önemli siyasal ve ekonomik gelişmelere sahne olmuştur. Rusya'da 1917 yılında Bolşevik İhtilali'yle yönetime gelen sosyalistler, Sovyetler Birliği'ni kurmuşlar ve Lenin'in 1924 yılında ölümüyle iktidara gelen Stalin, 1953 yılına kadar Sovyetler'i katı politikalarla yönetmiştir. Yine İtalya'da Faşist Parti'nin 1922 yılında iktidara gelişiyle Mussolini'nin ve Almanya'da Nazi Partisi'nin 1933'te iktidara gelişiyle Hitler'in 1945 yılındaki ölümlerine kadar süren ve II. Dünya Savaşı'nın da önemli sebeplerinden biri olan iktidar yılları yaşanmıştır (Lüleci, 2013, s. 33-41).

Bu dönemde sinema, Sovyetler Birliği, İtalya ve Almanya'da iktidarların önemli ilgi alanlarından biri olmuştur. Bolşevik Devrimi'nden sonra kurulan Sovyet hükümetinin, sinemaya biçtiği ilk amaç, toplumsal değişimi yansıtmak ve yorumlamaktır. Bu amaçla özel bir sinema komisyonu kurulmuştur. Lenin, 1920'de Eğitim Bakanı Lunaçarski'ye sinema konusunda şunları söylemiştir:

İşleriniz iyi bir örgütlenmeyle yürümeye başladığı, memleketin durumu düzeldiği vakit bazı ödenekler alacaksınız. Film yapımını genişletmeli, özellikle sinemayı kitlelere ulaştırmalı,

kentlere, en çok da köylere sokmalısınız. Siz ki sanat koruyucusu geçinirsiniz, bütün sanatlar içinde sizin için en önemlisinin sinema sanatı olduğunu hatırlınızdan çıkarmamalısınız. (akt. Yılmaz, 2007, s. 61-62)

Bu yaklaşımın sonucunda, Sovyet hükümeti 1920'lerden itibaren sinemaya büyük önem vermiş ve üretilen filmler, sosyalist rejimin diğer ülkelere ihracı için en önemli enstrümanlardan biri olmuştur. Sovyet hükümeti, ayrıca "Ajitasyon Trenleri"yle sinemayı, bir propaganda aracı olarak, Sovyetler Birliği'nin her köşesine ulaştırmıştır (Çiçek, 2006, s. 41; Lüleci, 2013, s. 94).

Mussolini İtalyası'nda ise sinema, genel propaganda çalışmalarında olduğu gibi, Sovyetler Birliği ve Nazi Almanyası'ndaki kadar etkili bir şekilde kullanılamamıştır. Sinemanın öneminin farkında olan Mussolini, "Eğitici Sinema Birliği"ni kurmuş ve faşist hareketle ilgili hükümet yanlısı belgesel filmler hazırlatmıştır. Faşistler, kendi düşüncelerine uymayan bazı filmleri, ahlak dışı bularak yasaklamışlardır. Bazen de, sinema seyircilerine, normal filmler başlamadan önce faşist iktidarın onayladığı filmler seyrettirilmiştir. Bu filmlerde iktidarın söylemine uygun olarak güç, savaş, cesaret gibi konular ele alınmıştır (Con, 2008, s. 78; Lüleci, 2013, s. 100). Bu dönem, İtalyan sinemasında Faşist iktidarın senaryo, bütçe ve oyuncu seçimine kadar uzanan bir baskısı vardır. Bu sansür ve denetim mekanizması nedeniyle İtalyan sinemacılar, II. Dünya Savaşı yıllarında, hoş, sevimli ve moral verici yapımlara yönelmişlerdir, çünkü iktidar baskısı savaşın yarattığı sorunlardan söz etmeyi olanaksız kılmıştır (İnce, 2009, s. 86; Lüleci, 2013, s. 100-101).

Nazi Almanyası'nda, sinema sektöründe çalışan aktörlere, aktrislere, yönetmenlere, kameramanlara, teknisyenlere, "Führer"e bağlılık yemini ettirilmiştir. Nazi iktidarı süresince, parti toplantıları, Berlin Olimpiyat Oyunları ve çarpıtılmış haber filmleri gibi çok sayıda propaganda filmi çekilmiştir (Yılmaz, 2007, s. 65). Nazi ideolojisi doğrultusunda çekilen filmler, büyük salonlarda halka izlettirilmiştir. Nazilerin hazırladığı ilk film, *Hitler's Flug Über Deutschland* (Hitler'in Almanya Gezisi), Adolf Hitler'in 1932 seçim kampanyasını konu edinmiştir. Bu filmi diğer seçim propaganda filmleri takip etmiştir. 1933 yılından itibaren ise Goebbels'in yönetimindeki Alman Propaganda Bakanlığı'nın hazırladığı savaş konulu belgesel filmler çekilmeye başlanmıştır. Hitler'in isteğiyle propaganda filmi hazırlama görevi yönetmen Leni Riefenstahl'e verilmiştir (Yılmaz, 2007, s. 64; Lüleci, 2013, s. 108). Riefenstahl'ın 1935 yılında hazırladığı ve Nazi Partisi'nin en ünlü mitinglerinden biri olan 1934 Parti Kongresi'ni konu edinen filmde, büyük bir kalabalıktan oluşan insan sıralarının, gamalı haçların ve Hitler'in yüz ifadesinin arka arkaya kurgulanmasıyla filmin ana mesajı oluşturulmuştur: "Tek Ulus, Tek Lider, Tek Devlet" (Clark, 2004, s. 69-71; Lüleci, 2013, s. 108-109).

Bahsedilen dönemde Sovyetler Birliği, İtalya ve Almanya'da iktidar-sinema ilişkileri kısaca bu minvaldeyken Erken Cumhuriyet Dönemi Türkiye'sindeki iktidar sinema ilişkileri nasıldır? Bu dönem, aynı zamanda Türk sinemasının 1922-1939 yılları için kullanılan "Tiyatrocular Dönemi" ve 1939-1950 yılları için kullanılan "Geçiş Dönemi" ile de kesişmektedir.¹ Dolayısıyla, CHP'nin sinema

1 Türk Sineması'nın dönemlendirilmesi konusunda son dönemde farklı yaklaşımlar geliştirilmiştir. Ancak biz bu makaleye kaynaklık eden 2013 tarihli tezimizde, "Tiyatrocular Dönemi"nin Atatürk'ün cumhurbaşkanlığı dönemiyle, "Geçiş Dönemi"nin de İsmet İnönü'nün cumhurbaşkanlığı dönemleriyle örtüşmesinden dolayı Nijat Özön'ün (2013) ilk baskısı 1962 yılında Artist Yayınları tarafından yapılan *Türk Sineması Tarihi 1896-1960* isimli kitabındaki yer verdiği

politikasına geçmeden önce siyasal iktidarın genel sanat politikasına bakmak gerekir. Zira, ancak sanat alanındaki genel anlayış ortaya konulduktan sonra sinema sanatına dair yaklaşımlar ve politikalar anlam kazanacaktır: “Erken Cumhuriyet Dönemi”nde, siyasal iktidar, en temelde sanat alanındaki ilerlemeyi bir eğitim, kültür ve uygarlık göstergesi olarak görmekteydi. Osmanlı'nın son döneminde kurulan modern okullarda eğitim görmüş, başta Atatürk olmak üzere yeni rejimin seçkin devlet adamı ve bürokratları; sanata, inkılabları halka benimsetmekte faydalanılacak bir ideoloji aktarım aygıtı olmanın (Şentürk, 2001, s. 105) yanı sıra; toplumun eğitim-kültür seviyesini artıracak, modern bir ulus kimliğinin oluşmasında halkı bilinçlendirecek bir araç olma anlamı da yüklemişlerdi. Mustafa Kemal'in (Atatürk) 22 Ocak 1923 tarihinde Bursa Şark Sineması'nda halka hitap ederken kullandığı aşağıdaki ifadeler, kendisinin, sanat alanında ilerlemenin bir medeniyet göstergesi olduğuna inandığının ve Türk milletinin sanat kabiliyeti olduğunu düşündüğünün bir göstergesidir:

İnsanlar mütakâmil (olgun) olmak için bazı şeylere muhtaçtır. Bir millet ki resim yapmaz, bir millet ki heykel yapmaz, bir millet ki fennin icabettirdiği (gerekirdiği) şeyleri yapmaz; itiraf etmeli ki o milletin tarik-i terakki de (ilerleme yolunda) yeri yoktur. Hâlbuki bizim milletimiz, evsafı hakikiyesile (gerçek nitelikleriyle) mütemeddin (medenî) ve müterakki (ilerlemiş) olmaya lâyıktır ve olacaktır. (Atatürk Araştırma Merkezi, 1997, s. 71)

Atatürk, 1933 yılında verdiği “Onuncu Yıl Söylevi”nde ise, “Şunu da ehemmiyetle (önemle) tebarüz ettirmeliyim (belirtmeliyim) ki, yüksek bir insan cemiyeti olan Türk milletinin tarihi bir vasfı (niteliği) da, güzel sanatları sevmek ve onda yükselmektir” ifadelerini kullanarak Şark Sineması'ndaki konuşmasından on yıl sonra bir defa daha Türk milletinin sanat alanında ilgi ve yeteneği olduğunu vurgulamıştır. Buradaki söylevini, “Bunun içindir ki, milletimizin yüksek karakterini, yorulmaz çalışkanlığını, fitrî (doğuştan) zekâsını, ilme bağlılığını, güzel sanatlara sevgisini, millî birlik duygusunu mütemadiyen (süreklî) ve her türlü vasıta ve tedbirlerle besliyerek inkişaf ettirmek (geliştirmek) milli ülkümüzdür” (Atatürk Araştırma Merkezi, 1997, s. 318; Afetinan, 1998, s. 195) ifadeleriyle tamamlayarak, Türk milletini bir kez daha sanata yönelmeye teşvik etmiştir. Atatürk başka bir yerde de, “Sanat güzelliğin ifadesidir. Bu ifade sözle olursa şiir, nağme ile olursa musiki, resim ile olursa ressamlık, oyma ile olursa heykeltraşlık, bina ile olursa mimarlık olur” (akt. Şentürk, 2001, s. 104) sözleriyle, sanatı tanımlamış ve güzelliğin ifadesi diye tanımladığı sanatın çeşitlerine vurgu yapmıştır.

Atatürk, başka bir konuşmasında ise, yaptığı devrimlerin iletilmesinde sanata yüklediği misyonu belirten “fikirlere ve inkılablar, sanatla yayılır” (akt. Egeli, 1954, s. 73) ifadelerini kullanmıştır. Türk Dil Kurumu sözlüğünde “propaganda” kavramının “Bir öğretisi, düşünce veya inancı başkalarına tanıtmak, benimsetmek ve yaymak amacıyla söz, yazı vb. yollarla gerçekleştirilen çalışma, yaymaca” (“Propaganda”, 2005, s. 1628) şeklinde tanımlandığını düşünürsek, Atatürk'ün burada sanata bir propaganda aracı rolü verdiğini görürüz. 19 Temmuz 1936 tarihinde Florya Köşkü'nde kullandığı, “Güzel sanatlarda muvaffakiyet bütün inkılabların muvaffak olduğunun en kat'i (kesin) delilidir. Bunda muvaffak olamayan milletlere ne yazık ki. Onlar bütün muvaffakiyetlerine rağmen medeniyet

dönemlendirmeyi kullanmayı uygun gördük. Bu dönemlendirme tarih ve isimlerini Alim Şerif Onaran, (Onaran, 1999) ve Şükran Esen (Esen, 2016) de aynı şekilde kullanmışlardır. Türk sinemasının dönemlendirilmesi hakkında ayrıntılı bilgi için bkz. Okumuş, F. (2014), *Sinema Tarih Yazımı*, Ankara: Gece Kitaplığı. Türk Sinemasının dönemlendirilmesi konusundaki yeni yaklaşımlar için bkz. Akser (2014), Özen (2009a), Özen (2009b) ve Arslan (2011).

alanında yüksek insanlık sıfatıyla tanınmaktan daima mahrum kalacaklardır” (akt. Şentürk, 2001, s. 105) sözleriyle de, güzel sanatlar alanındaki başarıyı bütün inkılapların başarısının bir delili ve medeniliğin bir vasfı olarak sunmuştur.

Atatürk'ün vefatından sonra 1938-1950 yıllarında cumhurbaşkanlığı görevini yürüten İsmet İnönü de, “İnkılâbın bütün bünyesini besleyip, büyütecek, inkılâbı maksadına yetiştirecek, inkılâbın maksadındaki asaleti kitleler üzerinde müessir kılacak yegâne manevî kuvvet, güzel sanatlardır” (akt. Güven, 1939, s. 13) sözleriyle sanata, inkılâbın dayandığı fikirleri vatandaşa iletme misyonu yüklemektedir. 1938-1946 yılları arasında milli eğitim bakanlığı yapan Hasan Âli Yücel de, II. Dünya Savaşı'nın devam ettiği 3 Temmuz 1941 tarihinde Devlet Konservatuvarı diploma törenindeki,

Biz, tiyatro ve opera şeklindeki temsil sanatını, bir medeniyet meselesi halinde alıyoruz. Onun içindir ki aziz memleketimizin her vaziyette müdafaası için her türlü fedakârlığı yapmakla uğraştığımız şu anlarda, sanatın bu şubesindeki inkişafına (gelişmesine) da, onu durdurmak değil, bilâkis (aksine) yürüyüşüne hız vererek devam ediyoruz. (akt. Hacıbrahimoğlu, 2012, s. 271)

ifadeleriyle sanat ve uygarlık arasında ilişki kurmaktadır. Yücel'in savaş yıllarında bile sanat alanında çalışmalarının hızlanarak devam edeceğini belirtmesi dönemin iktidar elitlerinin sanata verdikleri önemin açık bir örneğidir. Bu açıdan Atatürk'ün ve ondan sonra gelen devlet adamlarının sanata yüklediği anlamda bir devamlılık söz konusudur. Erken Cumhuriyet Dönemi'nde CHP'nin sinema politikasını, dönemin yöneticilerinin sanat hakkındaki ifadelerinden yola çıkarak vermeye çalıştığımız genel sanat politikası kapsamında değerlendirmek doğru olacaktır.

Başbakanlık Osmanlı Arşivi'ndeki CHP, Halkevleri ve diğer kurumların çalışmaları ile ilgili arşiv belgelerine, dönemin tanıklarının hatıratlarına ve bu alandaki diğer çalışmalara referansla hazırlanan bu çalışma, altı bölümden oluşmaktadır. “Atatürk, Sinema, Sonuçsuz Kalan ‘Atatürk’ Filmi ve Seyir Pratiği” başlıklı ilk bölümde Atatürk'ün sinema hakkındaki görüşlerine, konuya gösterdiği ilgiye, seyirci olarak hangi filmleri takip ettiğine ve kendisi hakkında yapılması gündeme gelen filmin akıbetine dair bilgiler verilmiştir. “CHP'nin Sinema Politikası, Muhsin Ertuğrul ve Genç Sinemacılar” başlıklı ikinci bölümde ise, CHP'nin sinema politikasına, dönemin önemli sinemacısı Muhsin Ertuğrul'un sinema çalışmalarına ve ondan sonra sinemaya dahil olan ve yeni bir dönemin sinyallerini veren genç sinemacılara değinilmiştir. “Halkevlerinin Sinema Çalışmaları ve Eğitici Filmler” başlıklı üçüncü bölümde ise, Halkevlerinin sinema çalışmalarına ve sinema gösterimlerinin büyük kısmını oluşturan eğitici filmler konusuna yer verilmiştir. “Sinema Alanında Yasal Düzenlemeler ve Sansür” başlıklı dördüncü bölümde ise CHP iktidarının sinema alanında yaptığı yasal düzenlemeler ve buna bağlı olarak gerçekleştirilen sansür uygulamaları ortaya konulmuştur. “Sinema Alanındaki Vergi Düzenlemeleri” başlıklı beşinci bölümde ise sinemacılardan alınan verginin niteliği ve oranları ile bu alandaki gelişmeler ele alınmıştır. “Sovyetler Birliği ile Sinema Alanında İş Birliği” başlıklı altıncı bölümde ise, Erken Cumhuriyet Dönemi Türkiye'si'nin siyasal alandaki tercihinin sanat alanına etkisini göstermesi açısından Türkiye ve Sovyetler Birliği arasında sinema alanında gerçekleşen iş birliği gündeme getirilmiştir.

Atatürk, Sinema, Sonuçsuz Kalan “Atatürk Filmi” ve Seyir Pratiği

Atatürk, sinemanın önemini belirten ve bu alana yönelen sanatçıları teşvik eden ifadeler kullanmıştır. Ancak Atatürk'ün resim, heykel ve müzik gibi sanat dallarına dair ifadeleri, *Atatürk'ün Söylev ve Demeçleri* ve *Atatürk'ün Tamim, Telgraf ve Beyannameleri* gibi eserlerde yer alırken, sinemaya dair ifadeleri bu eserlerde kendine yer bulamamıştır. Dolayısıyla Atatürk'ün sinema konusundaki ifadelerine ancak o dönemde Atatürk'ün yakınında ya da hizmetinde bulunan insanların anılarında ya da sonraki yıllarda yazılmış; ama kaynağı konusunda belirsizlikler bulunan çalışmalarda rastlıyoruz. Birinci yargıya en iyi örnek yıllarca Atatürk'ün hizmetinde bulunmuş olan Cemal Granda'nın aktardığı ifadelerdir: Atatürk,

Sinema gelecekteki dünyanın bir dönüm noktasıdır. Şimdi bize basit bir eğlence gibi gelen radyo ve sinema, bir çeyrek yüzyıla kalmadan yeryüzünün çehresini değiştirecektir. Japonya'daki kadın, Amerika'nın göbeğindeki siyah adam, Eskimo'nun dediğini anlayacaktır. Tek ve birleşmiş bir dünyayı hazırlamak bakımından sinema ve radyonun keşfi yanında, tarihte devirler açan matbaa, barut ve Amerika'nın keşfi gibi olaylar birer oyuncak yerinde olacaktır. (akt. Granda, 2012, s. 143)

ifadeleriyle sinemaya; matbaa, barut ve Amerika'nın keşfi oranında verdiği büyük önemi gözler önüne sermiştir. İkinci yargıya örnek ise Atila Dorsay'ın kitabında yer verdiği ve onun dışında başka yazarlarca da çoğu zaman kaynağı belirtilmeden tekrar edilen aşağıdaki ifadelerdir. Buna göre Atatürk, “Sinema öyle bir keşiftir ki bir gün gelecek, barutun, elektriğin ve kıtaların keşfinden daha çok dünya medeniyetinin veçhesini değiştireceği görülecektir. Sinema, dünyanın en uzak köşelerinde oturan insanların birbirlerini sevmelerini, tanımlarını temin edecektir. Sinema insanlar arasındaki görüş, düşünüş farklarını silecek, insanlık idealinin tahakkukuna en büyük yardımı yapacaktır. Sinemaya layık olduğu ehemmiyeti vermeliyiz.” (akt. Dorsay, 1998, s. 15) diyerek sinemaya ne derece önem atfettiğini göstermiştir.²

Sinemanın önemine dair yukarıda verilen sözleri dışında Atatürk'ün sinemaya olan ilgisini gösteren başka birtakım verilere de ulaşmak mümkündür. Bu verilerden biri 1923 yılında Yazar Halide Edip Adıvar'ın (1884-1964) aynı adlı romanından yönetmen Muhsin Ertuğrul (1892-1979) tarafından 1923 yılında sinemaya uyarlanan *Ateşten Gömlek* filminin çekim aşamasına Atatürk'ün gösterdiği ilgidir. Kurtuluş Savaşı'nı (1919-1923) konu alan *Ateşten Gömlek* filminde Kezban ve Ayşe adlı kadın karakterlerin, milli duygular nedeniyle filmde Müslüman-Türk kadınları tarafından canlandırılması uygun görülmüştür (Evren, 2006, s. 24). Zira bu filme kadar üretilen bütün filmlerde kadın oyuncular, Rumlar, Ermeniler ya da Beyaz Rus kökenli sanatçılar tarafından

2 Yukarıda Grandadan alıntılanan birinci ve Dorsay'dan alıntılanan ikinci ifadeye 1989 yılında yayınladığı *Türk Sinema Tarihi*'nde yer veren Mustafa Gökmen, Münir Hayri Egeli'nin 1954 yılında yayınlanan kitabında birinci ifadeye, 1957 yılında yayınladığı başka bir kitabında ise ikinci ifadeye yer verdiğini söylemektedir. Bu farklılığı, ifadelerin dile getirildiği zaman not edilmemesi ve aradan zaman geçince farklı şekilde hatırlanmasıyla açıklamaktadır. Gökmen eserinde birinci ifade için Niyazi Ahmet Banoğlu'nun *Nükte, Fıkra ve Çizgilerle Atatürk* kitabının 2. cilt 34. sayfasını; ikinci ifade için ise Münir Hayri Egeli'nin *Holivut Dünyası* dergisinin 1. sayfasını referans vermektedir (Gökmen, 1989, s. 5-6). Biz de Atatürk'ün sinema hakkındaki bu ifadelerinin ya farklı zaman ve yerlerde yapılmış benzer iki konuşma ya da bir konuşmanın iki farklı aktarımı olabileceğini; ancak birinci olasılığın daha yüksek olduğunu düşünmekteyiz (Lülecı, 2013, s. 442-444).

canlandırılmışlardır (Özön, 2013, s. 62). Atatürk'ün de teşvikiyle filmde oynayacak Müslüman-Türk kadın oyuncu arayışına girilir ve bir süre sonra Ayşe rolü için uygun bir oyuncu bulunur.³ Bulunan oyuncu Dârülbedâyi sanatçılarından Muvahhit'in eşi olan ve Erenköy Kız Lisesi'nde Fransızca öğretmenliği yapan Bedia Muvahhit'tir (Evren, 2006, s. 24). Kezban rolü için de gazetelere ilan verilir ve bir süre sonra Neyyire Neyir bulunur. Böylece *Ateşten Gömlek* filmiyle, ilk kez Türk kadınlarının filmlerde oynaması sağlanır ve Bedia Muvahhit ile Neyyire Neyir başrolde oynarlar (Özgüç, 2003, s. 78). Ayrıca, Atatürk, 1932 yılında, Muhsin Ertuğrul'un "Bir Millet Uyanıyor" filminin senaryosunu da incelemiş ve bu filmin bazı sahneleri için bizzat kamera karşısına geçmiştir (Dorsay, 1998., s. 16; Biryıldız, 1994, s. 252).

Fuat Uzkınay'ın Büyük Taarruz'un başlangıcından (26 Ağustos 1922) İzmir'in Yunanlardan alınışına (18 Eylül 1922) kadar geçen sürede yaşanan olayları konu edinen "Zafer Yollarında" adlı belgesel filmi (Soysüren ve Yıldız, 2017, s. 94), 1930'larda yeniden ele alınıp daha kapsamlı bir hale getirilmeye çalışıldığı zaman, Atatürk bu filmi izlemiş, fakat yeterli görmeyerek çalışmaların devam ettirilmesini istemiştir. Bunun üzerine iki yıl daha çalışılarak film, 12 bölüme çıkarılmıştır. Bir süre sonra Atatürk, bu film hakkında bilgi istediği zaman kendisiyle ilgili sahnelerin çoğunun hareketsiz resimlerden oluşması nedeniyle filmin tamamlanamadığı cevabını almıştır. Bu durumdan rahatsız olan Atatürk, film ekibine şunları söylemiştir:

Ben hayattayım, Millî Mücadele'ye ait bütün evrakım, kılıcım, çizmem hâlihazırda mevcut olduğuna göre çağırduğunuz anda bana düşen vazifeyi yapmadım mı? Böyle bir teklif karşısında kalsam memnuniyetle kabul eder, bir artist gibi filmde rol alır, hatıraları canlandırırdım. Bu millî bir vazifedir. Çünkü Türk gençliğine bu mücadelenin nasıl kazanıldığını canlı olarak ispat etmek, hatıra bırakmak ancak bu filmle mümkün olacaktır. (akt. Dorsay, 1998, s. 16-17; akt. Biryıldız, 1994, s. 252)

Atatürk'ün gösterdiği bu ilgi ve yardım isteğine rağmen, sağlığının gitgide bozulması nedeniyle, *İstiklal* adı verilen bu film tamamlanamamıştır. Atatürk ayrıca, Münir Hayri Egeliden kendi hayatını konu edinen bir senaryo hazırlamasını istemiştir. Filme alınma imkânı bulunamayan *Ben Bir İnkılâp Çocuğuyum* başlıklı senaryoyla yakından ilgilenen Atatürk, iki defa da el yazısıyla senaryo üzerinde düzeltme yapmıştır (Egeli, 1954, s. 84-85; Granda, 2012, s. 143).

1930'lu yıllarda Atatürk, İstanbul'da bulunduğu ve devlet işlerinden fırsat bulduğu zamanlarda Beyoğlu'ndaki sinemalarda film seyretmeye gitmiştir. Örneğin Atatürk, 3 Aralık 1930 tarihinde Elhamra Sineması'nda Denis King ve Jeannette MacDonald'ın başrollerini oynadığı *Serseri Kral*, 22 Ocak 1932 tarihinde Opera Sineması'nda bir İngiliz belgesel filminden uyarlanan *Çanakkale*, 23 Şubat 1932 tarihinde Elhamra Sineması'nda Lilian Harvey ve Henry Garat'ın başrollerini paylaştığı *Kongre Eğleniyor* ve 16 Eylül 1932 tarihinde ise Glorya Sineması'nda Charles Boyer ve Mona Goya'nın

3 Muhsin Ertuğrul (1989), *Benden Sonra Tufan Olmasın* ismiyle kitaplaştırılan anılarında *Ateşten Gömlek* filminde Türk kadınlarının rol alması konusunda Atatürk'ün teşvik edici bir tavrı olduğundan hiç bahsetmez. Bu konuda, "Bağımsızlık Savaşı'nın bir kesitini veren bu ulusal filmde, kadın rollerini de Türk kadınlarına oynatarak, bunu ileride sahneye yönelebilmeleri için kaçınılmaz bir fırsat biçiminde değerlendirmek istedim." ifadelerini kullanır. Sonrasında ise "Halide Edip, kadın rollerinin Türk kızlarınca oynanmasına pek sevindi." der; ancak Atatürk'ün konuya ilgisinden hiç bahsetmez (s. 302-303).

başrolünde oldukları *Demir Kapı* filmlerini seyretmiştir (Gökmen, 1991, s. 68). Mustafa Kemal, 22 Ocak 1932'de Opera Sineması'nda *Çanakkale* filmini izledikten sonra bu sinemanın işletmecileri olan Mehmet Rauf ve Cemâl Beylerle sohbet ederken onlara, sinemada neden az izleyici olduğunu sorar. Mehmet Rauf ve Cemâl Beyler, yalnız kendilerinin değil, tüm sinemacıların en büyük sorununun vergi olduğunu ve bilet fiyatlarının pahalılığı nedeniyle halkın sinema salonlarına gelemediğini söylerler. Bu konuşmadan sonra Atatürk, dönemin Maliye Bakanı Fuat Ağralı'yla bu mesele hakkında görüşmüştür (Makal, 2005, s. 87).

Türk sinemasına 1940'lı ve 1950'li yıllarda önemli filmler kazandırmış olan yönetmen Faruk Kenç, 1928-1929 yıllarında Afganistan'da görevlendirilen teyzesinin kocası Orgeneral Kazım Orbay'ın mektubunu Dolmabahçe Sarayı'nda bulunan Atatürk'e götürür. Atatürk, bir süre sonra Kenç'i yanına çağırır ve ona kim olduğunu sorar. Kenç'in babası Selanik'te merkez komutanlığı yaptığı için, onu oradan tanımaktadır. Sonrasında Atatürk, ona ne iş yaptığını sorar. Kenç, "Okulu bitirdim, film tahsiline Almanya'ya gidiyorum." der. Bunun üzerine Atatürk, "Bak çok güzel birşey dedi. Bizim Türkiye'mizde her branştan mütehasısına ihtiyacımız var. Tahsilini bitirip dönünce bana Avrupa filmciliği ile Türk filmciliği hakkında güzel bir rapor hazırla." der. Kenç, Almanya'daki eğitimini bitirip geri döndüğünde Atatürk'ün istediği raporu hazırlar, ancak çok hasta olan Atatürk, kısa bir süre sonra vefat eder. Faruk Kenç, Atatürk'ün cenaze törenini, Dolmabahçe'den Ankara'ya kadar, filme alır (Biryıldız, 1994, s. 251; Aslanbay, 1993).

CHP'nin Sinema Politikası, Ertuğrul ve Genç Sinemacılar

Atatürk'ün sinemaya gösterdiği ilgiyi yansıtan söz ve eylemlerini yukarıda ifade ettikten sonra "Peki 1923 yılından 1950 yılına kadar Türkiye'yi yöneten CHP'nin sinema politikası nasıldı?" sorusu gündeme gelir: CHP iktidarının ilk on beş yılına cumhurbaşkanı olarak damga vuran Atatürk'ün döneminde uygulanan kültür politikaları çerçevesinde sinemanın genellikle bir eğitim aracı olarak algılandığı görülür. Bu yıllarda, halk eğitimi ve sinemanın eğitimdeki rolünün hem dünyada hem de Türkiye'de önem kazanmaya başlaması, bu yaklaşımda etkili olmuştur (Bayındır Uluskan, 2010, s. 493). Ancak ülkedeki sinema sayısı oldukça sınırlıdır. Örneğin, 1932 yılında Türkiye'deki sinema sayısı sadece 129'dur (Beyoğlu, 2001, s. 50). Ülkedeki sinema salonu sayısının yetersizliğine rağmen iktidar sinemaya kayıtsız değildir: 1935 yılında hazırlanan CHP parti programında, "Sinemanın, ulusa faydalı olmasını iş edineceğiz" (Erbay ve Erbay, 2006, s. 28) ifadesine yer verilerek ülke sinemasının geliştirilmesine yönelik bir vizyona sahip olduğu gösterilmiştir.

CHP Genel Sekreterliği, Halkevleri ve parti teşkilatlarında sinemadan faydalanma konusu ilk defa 1932 yılının sonlarında gündeme gelmiş ve 27 Şubat 1933 tarihinde genel yönetim kurulu tarafından konuyla ilgili kararlar alınmışsa da 1936 yılının başlarına kadar sahada hiçbir icraat yapılamamıştır (CA, 490.01-1221-56-2, s. 20). Hazırlanan "Memleket İçinde ve Dışında Sinema ile Yapılacak Propaganda Projesi"yle parti tarafından kurulacak olan Sesli Sinema Teşkilatı'yla seyyar sinema makinelerinin alınması ve Kırklareli, Balıkesir, Kocaeli, Denizli, Afyon, Konya, Ankara, Kayseri, Sivas, Adana, Elâziz, Erzurum, Siirt, Erzincan, Kars, Giresun, Samsun, Sinop ve Zonguldak şehir merkezleri, çevre iller ve bunlara bağlı köylere kadar gidilerek partinin yapmış ya

da yaptırmış olduğu propaganda filmlerinin gösterilmesi ve bu yolla da köylünün aydınlatılması hedeflenmiştir (CA, 490.01-1221-56-2, s. 14; Çeliktemel-Thomen, 2016, s. 259). 1936 yılında CHP Sinema Mütchassısı Necdet Yula, “Sinemanın İctimai Tesirleri” başlıklı bir rapor hazırlamıştır. Sinemanın önemi, propaganda özelliği ve yabancı ülkelerdeki sinema salon sayıları konularının ele alındığı raporda Yula, filmleri dört kategoriye ayırır: 1. Havadisçi Sinema, 2. Müderris Sinema, 3. Seyyah Sinema, 4. Müellif Sinema (CA, 490.01-1221-56-2, s. 1-7). CHP iktidarı, ekonomiden tarıma, mimariden sağlığa kadar pek çok alanda modernleşme hamlelerinde, yeni bir ulus devlet oluşturulmasında ve Cumhuriyet’in ilke ve inkılâplarının duyurulmasında “Müderris Sinema”⁴ kategorisine giren bu eğitici filmlerden yararlanmışır (Duranoğlu, 2018, s. 235).

24 Nisan 1938 tarihli *Akşam* gazetesinde, çocukların tiyatro ve sinemalara kabul edilmeleri doğrultusunda bir kanun tasarısının Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM)’ne gönderildiği haberi vardır. Bu tasarıya göre, çocuk eğitiminde faydalanmak üzere büyük şehirlerde çocuk tiyatro ve sinemaları kurulacaktır (“Çocuk Tiyatroları”, 1938, s. 3). Bu dönemde CHP iktidarının, müzik, tiyatro, basın, kitap ve radyo gibi sanatları ve iletişim araçlarını öncelikli “halk terbiyesi” araçları olarak kabul ettiği düşünülebilir, ancak sinemanın da eğitim amacıyla kullanılmak istenilen diğer araçlar arasında bir yeri vardır. Sinema da önemli bir propaganda aracı olarak kabul edilmiş; (Berkaş, 2008, s. 87) ancak bu alanda etkili bir şekilde uygulama imkânı bulunamamıştır.

Erken Cumhuriyet Dönemi’nde sinema ve iktidar ilişkileri gündeme geldiğinde Muhsin Ertuğrul’a ayrı bir sayfa açmak gerekir: 1892 yılında İstanbul’da doğan Ertuğrul, sanat hayatına, II. Meşrutiyet (1908)’in ilk yılında Burhanettin Kumpanyası’nın sahneye koyduğu “Sherlock Holmes” piyesindeki Uşak Bob rolüyle başlar. 1909 yılından itibaren profesyonel olarak oyunculuk yapmaya başlayan Ertuğrul, dönemin önemli tiyatrosu Vahram Papazyan’ın tavsiyesiyle 1911 yılında Paris’e gider ve burada modern Batı tiyatrosunu gözlemleme imkânına kavuşur. 1912 yılında İstanbul’a dönen ve “Hamlet”i ilk kez sahneye koyan kişi olan Ertuğrul, 1913 yılında tekrar Paris’e döner ve burada tiyatronun yanı sıra sinemayla da ilgilenmeye başlar. Fransada bir süre figüranlık yapan Ertuğrul, 1914 yılında yeniden İstanbul’a döner ve Dârülbedâyi’nin kuruluş çalışmalarında bulunur. 1916 yılında Almanya’ya giden Ertuğrul, burada gündüzleri sinema stüdyolarında, geceleri ise tiyatrodaki çalışarak tecrübesini artırır (Sevim, 2016, s. 65). 1922 yılında Viyana’da bulunduğu sırada yapımcı Kemal ve Şakir Seden Kardeşlerden Türkiye’ye dönüp bir film çekmesi konusunda teklif alır. Ertuğrul, Türkiye’ye döndüğü zaman İstanbul’da ne bir laboratuvar, ne bir stüdyo, ne bir film çekme makinesi, ne de bir basma makinesi bulur. Teknik işlerle uğraşan sadece üç kişi (Fuat Uzkinay, Cezmi Ar ve Laboratuvarcı Hüseyin Bey) vardır (Ertuğrul, 1989, s. 296). Ertuğrul’un karşılaştığı bu durum, 1923 yılında kurulan Türkiye Cumhuriyeti’nin Osmanlı döneminden devraldığı sinema mirasını da kabaca ortaya koymaktadır.

Türkiye’ye döndüğü 1922 yılından 1939 yılına kadar geçen sürede Ertuğrul, yönettiği ve aralarında *Boğaziçi Esrarı/Nur Baba* (1922), *İstanbul’da Bir Facia-i Aşk* (1922), *Ateşten Gömlek* (1923), *Bir Millet Uyanıyor* (1932), *Karım Beni Aldatırsa* (1933), *Söz Bir Allah Bir* (1933), *Aysel Bataklı Damın Kızı* (1935), *Aynaroz Kadısı* (1938), *Bir Kavuk Devrildi*’nin (1939) bulunduğu yirminin üzerinde filmle

4 “Müderris Sinema” konusunda ayrıntılı bilgi için bkz. Çeliktemel-Thomen (2016).

(“Muhsin Ertuğrul”, 2018), bahsedilen dönemin en önemli sinema figürü olmuştur. Ertuğrul’un sinemasını şekillendiren üç önemli etken Fransız tiyatrosu, Alman tiyatrosu/ticari sineması ve Sovyetler’in devrimci sinemasıdır. 1922-1953 yılları arasında çekimini yaptığı 30 filmin üçte ikisi yabancı kaynaklardan alınmış ya da Batı sinemasının etkilerini gösteren çalışmalardır (Scognamillo, 2010, s. 40-41). Ancak Ertuğrul, Türk edebiyatının önemli isimlerinden olan Yakup Kadri Karaosmanoğlu, Halide Edip Adıvar, Peyami Safa, Musahipzade Celâl ve Faruk Nafiz Çamlıbel’in eserlerinden de faydalanır. Çektiği vodviller, müzikli güldürüler, operetler, köy filmleri, kostümlü filmler ve melodramlarla Türk sinemasını Batılılaştırmaya çalışır. Beraber çalıştığı oyuncular ise Dârülbedâyide görevli tiyatroculardır. Ele aldığı konular, oyuncu yönetimi, sahne düzenlemesi, planlama, makyaj ve kostüm konularında da tiyatro etkisi vardır (Scognamillo, 2010, s. 68).

Ertuğrul, teatral bir anlatımla popüler filmler çektiği, sinemaya sanatsal açıdan yeterli önemi vermediği ve onu ticari bir uğraş olarak gördüğü şeklinde olumsuz eleştirilere uğramıştır (Esen, 2016, s. 32). Ertuğrul’un filmlerinde tiyatro etkisinin fazlalığına gerekçe olarak o yıllarda Türkiye’de yetişmiş sinema oyuncusunun, senaristinin ve rejisörünün yeterli sayıda olmaması gösterilebilirse de, sinemayı tiyatro kadar ciddiye almadığı, inkılâp ruhunu yansıtacak filmler yapamadığı ve sinemaya tiyatro kokusu bulaştırdığı gibi olumsuz eleştirilere uğramıştır. Seda Bayındır Uluskan, “..hem döneme hakim olan tek parti yönetimi hem de bu süreçle Ertuğrul’un kimseyi alternatif olarak görmeyen tavrı...” (Bayındır Uluskan, 2010, s. 491-492) ifadeleriyle siyasal iktidarda CHP’nin, sinemada ise Muhsin Ertuğrul’un alternatifsizliğine vurgu yapar gibidir. Esen de Ertuğrul’un yeni kurulan devletin ideolojisini, dolayısıyla modernleşme hedeflerini benimsediğini ifade etmektedir (Esen, 2016, s. 32). Bu yanı sıra Ertuğrul siyasal iktidarın oluşturmak istediği “modern vatandaş” tiplemesini filmlerinde görselleştirmiştir denilebilir.

Cumhurbaşkanları Atatürk, İnönü ve Maarif Vekili Yücel gibi üst düzey devlet adamlarının sinemanın önemini vurgulayan ifadelerine ve sinema sektörünün gelişmesine dair planlama ve düzenlemelere rastlansa da devletin ve özel sektörün finans ve teknik olanaklarının kısıtlı olduğu bu dönemde, bireysel çabaların ön plana çıktığı görülür. Aralarında Faruk Kenç, Baha Gelenbevi, Şadan Kâmil, Turgut Demirağ, Çetin Karamanbey’in bulunduğu genç sinema tutkunları, 1930’lu yıllarda eğitim almak ve deneyim kazanmak için kendi imkanlarıyla Almanya, Fransa, İngiltere, ABD, SSCB gibi o dönemde sinema alanında ön planda olan ülkelere gitmişlerdir (Berктаş, 2008, s. 268). Bu genç sinemacılar, II. Dünya Savaşı’nın (1939-1945) patlak vermesiyle Türkiye’ye dönmüşler ve film yapımı konusunda edindikleri bilgi ve tecrübeleri kendi ülkelerinde kullanmaya başlamışlardır. Fakat Türkiye’deki sinema sektörünün kısıtlı imkanları ve sektördeki ticari rekabet nedeniyle üretim yapmakta sıkıntılar yaşamışlardır (Berктаş, 2008, s. 268). Ancak 1930’ların sonu ve 1940’larda kendilerini göstermeye başlayan bu genç sinemacılar, Türk sinemasında Muhsin Ertuğrul ve onun sinema anlayışına alternatif yeni bir dönemini işaret ederler.

“Tiyatrocular Dönemi”nden sonra gelen ve 1939-1950 yılları arasındaki dönemi kapsayan “Geçiş Dönemi”, İsmet İnönü’nün cumhurbaşkanlığı yaptığı ve II. Dünya Savaşı’nın (1939-1945) ya da olumsuz etkilerinin devam ettiği yıllara rastlamıştır. Faruk Kenç’in 1939 yılında çektiği *Taş Parçası* filmiyle başlayan bu dönem, Türk sinemasının tiyatro etkisinden kurtulup sinemasal özelliklerin pekiştiği bir “geçiş dönemi”dir (Esen, 2016, s. 34). Kenç ve yukarıda isimlerini saydığımız diğer genç

sinemacılar dışında, Şakir Sırmalı, Aydın Arakon ve Orhan Murat Arıburnu gibi yönetmenlerin de eser vermeye başladığı bu dönem, aynı zamanda Türk seyircisinin Mısır filmleriyle tanışma dönemidir. Türk sinema salonlarına II. Dünya Savaşı öncesinde Avrupa ve ABD'den aynı miktarda film girerken, savaş yıllarında Avrupa ülkelerinden gelen filmler son derece azalmış, bunun yerine Mısır yoluyla gelen Amerikan filmleri çoğalmaya başlamıştır. Tabii bu Amerikan filmleriyle birlikte gelen Mısır filmleri de Türkiye'de kendine seyirci bulmaya başlamıştır (Onaran, 1999, s. 34). Öyle ki, 1938-1948 yılları arasında Türkiye'de yaklaşık 130 Mısır filminin gösterime girdiği tahmin edilmektedir. Bu on yıllık dönemde üretilen Türk filmlerinin sayısı sadece 53'tür ve bu filmlerin 20'si 1947-1948 yıllarında çekilmiştir. Amerikan filmlerinin sadece büyük şehirlerde popüler olduğu bu dönemde Türk seyircilerin çok sevdiği Mısır filmleri, küçük kasabalarda bile haftalarca gösteriliyordu (Gürata, 2004, s. 56). Mısır'dan alınan filmler sadece kurgusal filmler değildir, Mısır Tarım Bakanlığı tarafından hazırlanan ve pamuk yetiştirilmesine dair yeni uygulamaları konu edinen bir belgesel filmin, Ziraat Vekilliği tarafından satın alınması 18 Mayıs 1939 tarihli cumhurbaşkanlığı kararnamesiyle onanmıştır (CA, 030.18-01-02-87-44-5).

Savaş yıllarında Türkiye'de gösterilen filmler bile savaşan ülkelerin tepkilerine sebep olmuştur. Örneğin, Nazi Almanyası'nın gizli ve açık müdahaleleriyle bazı filmler sinemalarda gösterilememiştir. Bu filmler içinde en ünlüsü Charlie Chaplin'in hem yönetip hem de başrolünü oynadığı *Şarlo-Büyük Diktatör* filmidir. Bu filmin bir sahnesini yansıtan fotoğrafın dönemin gazetesi *Vatan*'da yayımlanmasından sonra, gazete, Alman yetkililerin baskısıyla üç ay kapatılmıştır (Makal, 2005, s. 97). Nazi Almanyası'nın Türkiye'de gösterimi yapılan filmlere bile etki eden gücünün kaynağında Türk ekonomisinin Almanya'ya olan bağımlılığı yatıyordu. Dahası Türk sinema sektörü de Alman teknolojisine dayalı bir yapıdaydı. Kullanılan projeksiyon makineleri, ses sistemleri ve diğer sinema araç/gereçleri Alman yapımıydı ve yedek parçaları sadece bu ülkeden ithal ediliyordu. Türkiye'de gösterimi yapılan Amerikan ve İngiliz filmlerinden rahatsızlık duyan Almanya, Türk sinemasının Alman teknolojisine olan bağımlılığını bir baskı unsuru olarak kullandı. Öyle ki bahsedilen filmlerin gösterimini engellemek için Türkiye'ye ihraç edilen ham film miktarında ciddi oranda bir kısıtlamaya gitti (Özuyar, 2011, s. 313-314).

Almanların baskıları sonucu İçişleri Bakanı Faik Öztrak, 8 Ekim 1940 tarihinde Başbakanlığa bir yazı göndererek, Alman ve İtalyanlar aleyhindeki İngiliz propaganda filmlerinin yasaklanmasının uygun olup olmadığını sormuştur. Başbakanlık, 7 Kasım 1940 tarihinde gönderdiği cevap yazısında, Alman ve İtalyan hükümetlerine yönelik bu tür İngiliz propaganda filmlerinin yasaklanmasının uygun olacağını belirtmiştir (Koçak, 2011, s. 192-193). Ancak savaşın Almanların aleyhine döndüğü son yıllarında Amerika, İngiltere ve Fransa gibi Müttefik ülkelerin propaganda filmlerinin gösteriminin serbest bırakıldığı görülmektedir (Koçak, 2011, s. 194). Dolayısıyla Türk hükümeti, savaşan büyük devletlerin tepkilerine göre sinema politikalarında düzenleme yoluna gitmek durumunda kalmıştır.

Devlet, II. Dünya Savaşı'nın olumsuz koşullarının devam ettiği bu yıllarda, sinema alanında eğitim görmek için yurt dışına gitmek isteyen personeline de birtakım kolaylıklar sağlamıştır. Örneğin, 10 Mart 1945 tarihinde Anadolu Ajansı, staj yapması için Amerika'ya gönderilen foto ve sinema operatörü Kemal Çakuş'un Şubat-Nisan 1945 dönemine ait üç aylık maaşının gönderilebilmesi için gereken döviz permininin verilmesi için Başbakanlığa başvurmuş (CA, 030.10-133-958-13,

s. 2) ve bir süre sonra Maliye Bakanlığı gerekli izni vermiştir (CA, 030.10-133-958-13, s. 1). 1947 yılına gelindiğinde ise Atatürk'ün hayatını konu alan bir film çekilmesi için bazı girişimler olmuştur. Tarihçi Cemal Kutay tarafından yayımlanan *Millet* dergisinin girişimleriyle gündeme gelen *Atatürk Sevdiği* filminde rol almak için çok sayıdaki üniversiteli genç başvuru yapmış; ancak İnönü'nün cumhurbaşkanlığına rastlayan bu dönemin CHP hükümeti, Atatürk'ün küçük düşürüleceği gerekçesiyle filmin çekilmesine izin vermemiştir (Granda, 2012, s. 143).

CHP'nin belgelere de yansıyan sinema sektörünü geliştirmeye yönelik söylemlerine karşın Erken Cumhuriyet Dönemi'nde siyasal iktidarın sinemaya yeterince ilgi gösteremediğine dair bazı verilere ulaşmak da mümkündür: Yönetmen Halit Refiğ, Atatürk döneminin önemli devlet adamı ve 3. Cumhurbaşkanı Celal Bayar'a "Sayın Bayar, Cumhuriyet'in ilk dönemlerinde devletin birçok kültür alanında öncülük yaptığını görüyoruz. Niçin devlet öbür alanlara gösterdiği ilgiyi sinemaya göstermedi?" sorusu üzerine, Bayar bir an duraklamış ve Refiğ'e bakarak "Evet, biz o işi Selaniklilere bıraktık!" demiştir. Refiğ, Bayar'ın bu cevabını şu şekilde yorumlamıştır: "İpekçi ailesini kastediyor. Yani devletin sinemaya fiili olarak herhangi bir ilgi göstermediğini böylelikle anladım." (akt. Kılıç Hıristidis, 2007, s. 326). Bu ifadelere itibar edilirse, siyasal iktidarın, büyük oranda kendisinin sinema filmi üretme faaliyetinde bulunmadığı, bu alandaki çalışmalarını dönemin sermaye sahibi tanınmış ailelerine bıraktığı sonucuna varılabilir. "VIII. Büronun Çalışma Programı"ndaki "...büyük filmler için bir stüdyoya ihtiyaç vardır. Bir stüdyo en nikbin bir fiyat ve en büyük bir tasarrufla (250.000) liradan aşağı çıkmaz. Bunun için bu teşebbüsümüzü hususî sermayelere bazı kanunî fayda ve menfaatler göstermek yol ile yaptırmanın mümkün olduğu anlaşılmalıdır." (CA, 490.01-1221-56-2, s. 26) denilerek adeta sinema alanında özel sermayeye yol açmak şeklindeki bu kararın gerekçesi ortaya konulmuştur.

Atatürk'ün makalemizin giriş bölümünde yer verdiğimiz "fikirler ve inkılâplar, sanatla yayılır." (Egeli, 1954, s. 73) ile İsmet İnönü'nün "İnkılâbın bütün bünyesini besleyip, büyütecek, inkılâbı maksadına yetiştirecek, inkılâbın maksadındaki asaleti kitleler üzerinde müessir kılacak yegâne manevî kuvvet, güzel sanatlardır." (Güven, 1939: 13) sözlerinden ve özellikle Halkevlerinin sinema faaliyetlerinden yola çıkarak CHP'nin sanatı, Louis Althusser (2008, s. 168-169)'in bahsettiği anlamda "devletin ideolojik aygıtları"ndan⁵ ya da Mikos Poulantzas'ın (1980) devlet aygıtlarından⁶ biri olarak gördüğü düşünülebilir (s. 313-314). Ancak Cumhuriyet elitlerinin doğrudan film yapımına yoğunlaşmayıp inkılâpların tanıtılmasına yönelik eğitici film gösterimlerini, Arslan'ın ifadesiyle "gönülsüzce" desteklemelerinden (Arslan, 2011, s. 41) yola çıkarak sinemanın bahsedilen dönemde Türkiye'de doğrudan devletin ideolojik aygıtı olarak kullanıldığını söylemek zordur. Çünkü sinema, müzik, bale, dans ve tiyatro gibi sanat dallarının aksine sanat politikalarının öncelikli

5 Althusser, Marksist kurama göre "devletin aygıtlarını", öncelikle "devletin baskı aygıtları" ve "devletin ideolojik aygıtları" olmak üzere ikiye ayırır. Devletin baskı aygıtları şunlardır: hükümet, idare, ordu, polis, mahkemeler, hapisaneler... Devletin İdeolojik Aygıtlarını (DİA) ise şu şekilde tasnif eder: 1 - Dinsel DİA. 2 - Öğrenimsel DİA. 3 - Aile DİA'sı. 4 - Hukuki DİA. 5 - Siyasal DİA. 6 - Sendikalar DİA. 8 - Haberleşme DİA'sı. 9 - Kültürel DİA. Althusser'in "devletin ideolojik aygıtları" sınıflandırmasında "sanat" 9. sırada ve kültürel aygıtlar içinde yer almaktadır (Althusser, 2008, s. 168-169).

6 Poulantzas'a göre ise, "egemen ideoloji", bir toplumsal kuruluştaki sınıfların temel iktidarını oluşturur ve toplumun bağrındaki bir dizi aygıt ve kurumun içinde maddileşir. Bu ideolojik aygıt ve kurumlar: Kiliseler (dinî aygıt), siyasal partiler (siyasal aygıt), sendikalar (sendikalar aygıtı), okullar ve üniversiteler (öğretim aygıtı), kitle iletişim araçları (gazeteler, radyo, sinema, tv... kısacası enformasyon aygıtı) ve benzerleridir (Poulantzas, 1980, s. 313-314).

öğelerinden biri olamamış ve onlar kadar devlet desteği alamamıştır (Paça-Cengiz, 2015, s. 88). Dolayısıyla sinema, ulus kimliğinin oluşturulmasında başvurulan temel kaynaklardan biri olamamış, edebiyat ve tiyatroya biçilen önemli rol sinema için sağlanamamıştır (Cantek, 2008, s. 122). Ancak, yine de sinemanın iktidar güdümündeki Halkevleri vasıtasıyla ulus devlet inşasında kullanıldığı (Çeliktemel-Thomen, 2015, s. 70), yabancı filmlerden sansürlenmiş sahneler, harf devriminden sonra filmlerdeki eski yazının yasaklanması, kullanılan dil ve müzikler yoluyla Cumhuriyet'in ideolojisi ve inkılaplarının yayılmasına katkı sağladığı söylenebilir (Paça-Cengiz, 2015, s. 89). Yani bu açıdan sinemaya sınırlı bir rol verilmiştir denilebilir.

Halkevlerinin Sinema Çalışmaları ve Eğitici Filmler

1931 yılında kapatılan Türk Ocaklarının yerine kurulan ve CHP iktidarının kültürel politikalarında önemli roller üstlenen Halkevleri, resmi olarak 19 Şubat 1932 tarihinde kurulmuştur. 1935 yılında yayınlanan “CHP Halkevleri Öğreneği”ne göre Halkevleri, “CHP’nin cumhuriyetçilik, ulusçuluk, halkçılık, laiklik, devletçilik ve devrimcilik prensipleri içinde çalışan bir kurumdur” (akt. Pehlivanlı, 2008, para. 1). Bu cümlelerden anlaşıldığı üzere Halkevleri’nin kuruluş amacı, Atatürk ilke ve inkılaplarını halka iletmek ve dolayısıyla yeni rejimin propagandası yapmaktır. Ancak Halkevleri’ni sadece ideolojik söylem üreten kurumlar olarak düşünmek yanlış olacaktır. Halkevleri, aynı zamanda “örgün eğitim”⁷ kurumları olan okulların yanında birer “yaygın eğitim”⁸ kurumlarıdır. CHP programında yer alan şu ifadeler bu durumu açıkça ortaya dile getirmektedir: “Klasik okul yetiştirmesi dışında, yığına, devamlı ve Türkiye’nin ilerleyiş yollarına uygun bir halk eğitimi vermeği önemli görürüz. Bu hizmet için çalışan Halkevleri’ni devlet, imkân elverdiği kadar koruyacaktır.” (Ulusoy ve Demirtaş, t.y., s. 1194-1195).

CHP’nin desteğini arkasına alan Halkevleri’nin kurulduğu yıl 34 olan sayısı 1950’de 478’e ulaşmıştır. 1940 yılında Halkevlerinin küçük birer örneği olarak kurulan Halkodaları’nın sayısı ise, 141’den 1950’de 4322’ye ulaşmıştır Halkevleri dokuz şubeden oluşmaktadır: Bunlar 1) Dil, tarih ve edebiyat, 2) Ar (Güzel Sanatlar), 3) Gösterit (Tiyatro), 4) Spor, 5) Sosyal yardım, 6) Halk dershaneleri ve kursları, 7) Kitapsaray (Kütüphane) ve yayın, 8) Köycülük, 9) Müze ve sergi (Uyar, 2006, s. 65). Halkevlerinin güzel sanatlarla ilgili şubeleri; müzik, resim, heykel, mimarî ve süsleme sanatları gibi sanat alanlarında sanatçıları bir araya getirmeyi ve yetenekli gençlerin gelişimine katkı sağlamayı amaçlıyorlardı. Konuyla ilgili olarak, “Halkevi, vatanda güzel sanatlara muhabbeti ve güzel sanatlardan vatandaşların terbiyesi için, vatandaşın azminin kuvvetlendirilmesi için nasıl istifade edileceğini telkin eden bir toplantı yeri olmalıdır... Bütün halkevlerini, güzel sanatları sevmeleri ve sevdirip yaymaları için bir heyecan duymağa teşvik ediyorum.” (Arıkan, t.y., s. 277) ifadelerini kullanan İnönü, Halkevlerine iktidar tarafından yüklenen misyonu açıklıyordu.

7 Örgün eğitim: “Kişilerin hayata atılmadan, iş ve meslek kollarında çalışmaya başlamadan önce okul veya okul niteliği taşıyan yerlerde, genel ve özel bilgiler bakımından yetişmelerini sağlamak amacıyla belli kanunlara göre düzenlenen eğitim.” (“Eğitim”, 2005, s. 1547).

8 Yaygın eğitim: “Örgün eğitim imkânlarından hiç yararlanmamış olanlara, gittikleri okuldan erken ayrılanlara veya örgün eğitim kurumlarında okumakta olanlara ve meslek dallarında daha yeterli duruma gelmek isteyenlere uygulanan eğitim.” (“Eğitim”, 2005, s. 2150).

Halkevlerinin temsil kollarının görevleri sıralanırken, “Halkevlerinde bir canlanma yaratmak, tiyatro eğitimi ve kurslar düzenlemek, iyi hatip yetiştirmek, piyeslerde kadın rollerini öne çıkarmak, sinema çalışmaları yapmak, yerli eserlere öncelik vermektir.” denilerek, bu kurumların Türkiye’de sinema alanında da çalışmalar yapması⁹, daha da önemlisi yerli eserler vermesi gerektiği vurgulanmıştır (Berктаş, 2008, s. 206). Bu yaklaşıma uygun olarak 1932 yılından itibaren devlet desteğiyle film çekimi, dışardan alımı ve dağıtımının hızlandığı görülür. 1932-1940 yılları arasında yaklaşık sekiz bin film Halkevleri, Halkodaları, polis yurtları, sinema ve okul salonlarında gösterilir (Çeliktemel-Thomen, 2015, s. 58). Bu dönemde Halkevlerinde gösterimi yapılan filmleri sekiz başlık altında tasnif etmek mümkündür: Bunlar 1) Milli bayram konulu filmler, 2) Siyasî konulu filmler, 3) Sağlık konulu filmler, 4) Aktüalite filmleri, 5) Askerî konulu filmler, 6) Spor konulu filmler, 7) Seyahat konulu filmler ve 8) Ziraat ve sanayi ile ilgili filmler (Çeliktemel-Thomen, 2015, s. 62-63). Halkevlerinde gösterimi yapılan sinema eserleri genellikle eğitici-öğretici kısa filmler, haber filmleri, propaganda filmleridir. Dolayısıyla Halkevlerinin sinema ve tiyatroya bakışı, kültürel ve sanatsal olmaktan ziyade didaktik ve politik bir görünüm arz etmektedir. Halkevleri Çalışma Talimatnamesi’nin sinema ile ilgili maddeleri de bu yargıyı doğrulayacak niteliktedir (Berктаş, 2008, s. 207).

14 Mart 1940 tarihinde Kayseri Halkevi Reisi H. Ürkün tarafından CHP Genel Sekreterliği Yüksek Katı’na gönderilen yazıda kullanılan “Cumhur reisimiz İsmet İnönü’nün dogu sayyahati, parti kurultayı ve cumhuriyet bayramı resmi geçit lerine ait Altı kutu filimler bugün posta vasıtasile gönderildiğini arz eder derin saygılarımı sunarım” (CA, 490.01-1208-10-3, s. 21.) şeklindeki ifadelerden, Halkevlerinin sadece film gösterimi yapmadığı aynı zamanda sinema çekimi de yaptığı anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra Halkevleri için alımı yapılacak sinema cihazlarının vergiden muaf tutulmasını öngören 2 Nisan 1933 tarihli ve 2154 sayılı yasayla, en fazla 25 alıcı ve 100 gösterici satın alınmasına müsaade edilmiştir (Önder ve Baydemir, 2005, s. 123). Bu da Halkevlerinin çalışmalarına devletin imkanlar ölçüsündeki desteğini göstermektedir.

Sinema Alanında Yasal Düzenlemeler ve Sansür

Sinemanın ulaştığı kitle üzerinde gösterdiği etkinin büyüklüğü, bu alanda yasal düzenlemeler yapma gereksinimini de beraberinde getirmiş ve dönem dönem sinemaya yönelik sansürü de içeren yasal düzenlemeler hazırlanmıştır. “Her türlü yayının, sinema ve tiyatro eserinin hükümetçe önceden denetlenmesi işi, yayın ve gösterilmesinin izne bağlı olması, sıkı denetim” (“Sansür”, 2005, s. 1699) diye tanımlanan “sansür”, Kurtuluş Savaşı’nın devam ettiği yıllarda (1919-1922) gündeme gelmiştir: İşgal altındaki Osmanlı başkentinde varlığını devam ettiren İstanbul hükümetinin yanı sıra Anadolu’da Kurtuluş Savaşı’nı yürüten Ankara hükümeti; tiyatro, meyhane gibi mekânlara yönelik bazı düzenlemelerde bulunurken sinema alanında herhangi bir kısıtlayıcı uygulamaya girişmemiştir. Ülkenin içinde bulunduğu savaş koşullarının uygun olmadığı gerekçesiyle bazı eğlence faaliyetleri kısıtlanmış, içki yasağı konulmuş, meyhaneler kapatılmış, hatta tiyatrolara yönelik yasaklamalarda bulunulmuştur; ancak sinemalar bu yasaklamaların dışında tutulmuştur (Öztürk, 2006, s. 69-70; CA,

9 Halkevlerinin sinema faaliyetleri hakkında ayrıntılı bilgi için bkz. Çeliktemel-Thomen (2015).

030.10-146-43-1). Örneğin, 22 Mayıs 1921 tarihinde tiyatrolarda piyes sergilenmesi “devam eden savaş” ve “Ramazan ayı” dolayısıyla İcra Vekilleri Heyeti (Bakanlar Kurulu) tarafından yasaklanmış; ancak yukarıda belirtildiği gibi sinema bu yasağın dışında bırakılmıştır (Öztürk, 2006, s. 69-70; CA, 030.10-146-43-1).

Kurtuluş Savaşı'nın kazanılmasından sonra ise Erkanı Umumiye Reisliği'nden İcra Vekilleri Heyeti Riyaseti'ne gönderilen 21 Mayıs 1923 tarihli yazıyla sansür yeniden gündeme gelmiştir. Bu yazıyla Erkanı Umumiye Reisliği, İzmir sinemalarında gösterilen düşman ordularına ait propaganda filmlerinin, Anadolu vilayetlerinde gösterilmelerinin engellenmesini istemektedir (Öztürk, 2005, s. 27-28). Bunun üzerine İcra Vekilleri Heyeti, 29 Mayıs 1923 tarihinde Dahiliye ve Maliye Vekâletlerine gönderdiği tezkereyle bahsedilen filmlerin Anadolu vilayetlerinin sinemalarında gösterilmesinin yasaklanmasını istemiştir (Öztürk, 2005, s. 29). Öztürk, İcra Vekilleri Heyeti'nin, yabancı ülkelerin propaganda filmlerinin yasaklanması için Maliye Vekâleti'ni ve Dahiliye Vekâleti'ni görevlendirmesini, Anadolu hükümetinin Cumhuriyet'in ilanından önce sinema alanındaki ilk sansür uygulaması olarak görür (Öztürk, 2006, s. 70-71; CA, 030.10-146-43-3). Erkanı Umumiye Reisliği'nin yukarıda bahsedilen 1923 tarihli belgede sinema hakkında “bir propaganda aleti” ifadesini kullanması, sinemanın propaganda işlevinin farkında olduğunu göstermektedir.

1923 yılında Cumhuriyet'in ilanından 1932 yılına kadar geçen sürede sinemada sansürü düzenleyen herhangi bir yasa yoktu, ancak içişlerine bağlı valilerin filmleri sansürleme yetkileri vardı (Kaya-Mutlu, 2013, s. 132). Filmler, gösterildikleri sinemalarda iki polis memuru tarafından kontrol edilmekte ve haklarında rapor hazırlanmaktaydı. Mahkemeler de, filmleri seyretme ve gerektiğinde bu filmlerin gösterimini yasaklama yetkisine sahipti. Mahkemeler, denetlenmesini istedikleri filmlerin isimlerini Valiliklere bildirirler ve denetim için Valilik'ten izin isterlerdi (Öztürk, 2006, s. 63). Dolayısıyla, Türkiye'de 1932 yılına değin ciddi bir sansür uygulaması olmamıştır (Makal, 2005, s. 80). Bu konudaki ilk ciddi düzenleme olan “Sinema Filmlerinin Kontrolüne Ait Talimatname” 9 Haziran 1932 tarihinde kabul edilir (CA, 030.18-02-29-45-16). Bu talimatname 19 Temmuz 1932 tarihinde *Resmî Gazete*'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir (Önder ve Baydemir, 2005: 115). 21 Temmuz 1932 tarihinde ise özel gazetelerde yer almıştır (“Sinema filmleri kontrol”, 1932, s. 3). Bu talimatnameye göre, kurulacak özel bir komisyon tarafından dışarıdan gelen filmlerin kontrol edilmesi ve halk tarafından seyredilmesinde sakınca görülmeyenlerin ülkeye sokulması kararlaştırılmıştır. Bu komisyon, herhangi bir devletin siyasî propagandasını yapan, herhangi bir ırk ve milleti küçümseyen, dost millet ve devletleri rencide eden, dini propaganda yapan, milli ahlak ve seciyemize aykırı bulunan filmlerin hem çekilmesine hem de Türkiye'ye sokulmasına izin vermeyecektir (Bayındır Uluskan, 2010, s. 501). Bu kurul, 1932 yılının Ağustos ayından itibaren filmleri, gösterimlerinden önce “din propagandası, ahlak kuralları ve kamu düzeni” gibi açılardan denetlemeye başlamıştır (Öztürk, 2006, s. 64).

26 Aralık 1933 tarihinde çıkarılan yeni bir kararnameyle 9 Haziran 1932 tarihli “Sinema Filmlerinin Kontrolüne Ait Talimatname”nin 4. maddesinin son kısmına,

dahilde yapılacak filmlerin evvelâ senaryolarının komisyonca tetkika tabi tutulup bu talimatnamenin beşinci maddesinde yazılı vaziyetlere uygun görülen senaryolarda tadilat

icra ve yahut bu senaryonun filme çekilmesi men olunur. Komisyonun senaryo üzerinde tetkikatta bulunması, senaryo mevzuu filme çekildikten sonra bunu komisyonun film halinde tekrar kontrol etmesine veya icap eden tadilleri yaptırmasına mani değildir. (CA, 030.18-01-02-41-91-7.)

şeklinde ifade edilen bir fıkra eklenerek talimatname daha kapsamlı bir hale getirilmiştir. 29 Temmuz 1936 tarihinde imzalanan kararnameden ise, sinema ve film senaryolarının kontrolüne dair yeni bir talimatname daha hazırlandığını anlaşılmaktadır (CA, 030.18-01-02-67-64-16.).

Sinemada sansür konusunda diğer bir önemli gelişme ise 1939 yılında yaşanmıştır (Bayındır Uluskan, 2010, s. 501). 14 Temmuz 1934 tarih ve 2559 sayılı “Polis Ödev ve Yetkileri Yasası’nın 6. maddesine uyularak yapılan 19 Temmuz 1939 tarih ve 2/11551 sayılı “Filmlerin ve Film Senaryolarının Kontrolüne Dair Talimatname” bu dönemde yürürlüğe girmiştir (CA, 030.18-01-02-87-70-16; Önder ve Baydemir, 2005, s. 115). Bu talimatnamenin amacı, yerli ve yabancı filmlerin gösterimden önce denetlenmesidir. Filmler, oluşturulacak komisyon tarafından, Ankara ve İstanbul’da bir salon veya sinemada seyredilecek ve haklarında karar verilecektir (Cantek, 2008, s. 142). Bu talimatnamenin 18. maddesiyle, filmi çekmek isteyen yerli veya yabancı şahıslara, senaryolarının kontrol gördüğüne dair tasdik belgesi alma şartı getirilir. Bu talimatnameyle İçişleri Bakanlığı’na geniş yetkiler verilmiştir. Özellikle talimatnamenin 10. maddesi, farklı yorumlamalara açık bir üslupla yazılmış olduğu için, hükümet yetkilileri yaptıkları hukuki yorumlarla filmleri tam anlamıyla kontrol altına alma imkânı bulmuşlardır (Şeker, 2006, s. 135-136). Bazen bu komisyonlar, bir Türk filminin gösterimini uygun görür, ancak Türkiye’yi itibarsızlaştırabileceğine veya Türk sinemasının kalitesine dair kötü bir izlenim bırakabileceğine inanarak ihracatını yasaklayabilirlerdi (Kaya-Mutlu, 2013, s. 133).

Sinemaya alanında mevcut olan ve yapılması düşünülen düzenlenmelerin gündemde olduğu bu dönemde Türk sinemasının önemli eserlerinden olan Muhsin Ertuğrul’un 1939 yılında çektiği *Aynaroz Kadısı* adlı film, büyük bir sansasyona sebep olmuştur. Filmde rahatsızlık duyan bazı milletvekilleri, 1939 yılı bütçesi TBMM’nin bütçe komisyonunda görüşülürken, bu filmin halkın ar ve hayâ duygularını incittiğini öne sürerek hazırlanmakta olan talimatnamenin bir an önce yürürlüğe konulmasını istemişlerdir. Bu filmde Aynaroz Kadısı Yakup Efendi’nin Afroditi adlı bir Rum kızına şarap içirerek güya onun “ergen olup olmadığını” anlamak üzere yaptıkları, burada ifade edilen sözler ve Rum kızının giysileri ve tavrının genel ahlaka aykırı olduğu gerekçesiyle yeni hazırlanan tüzükte bu gibi durumlara müsaade edilmemesi talep edilmiştir (Onaran, 1999, s. 31).

Bahsedilen dönemde iktidarın sinema alanında uyguladığı sansür konusunda sinemacılarının hatıraları önemli bir kaynak niteliğindedir. Yönetmen Faruk Kenç, komisyonun, bir filmde beğenmediği bir sahneyi başka bir filmde kabul ettiğini, dolayısıyla sansür komisyonunun tutarlı hareket etmediğini vurgular. Yazar Burhan Arpad da, bir sokağın bozuk kaldırımalarının, bir şehrin kenar semtlerinin, köylülerin yamalı elbiselerinin, yalınayak çocukların bulunduğu sahnelerin yasak gerekçesi olabildiğini, dolayısıyla sansür kurulunun keyfi olarak bir filmi yasaklayabildiğini belirtir. Arpad’a göre sansür kurulunun üyelerinin sanat ve sinema bilgileri yetersizdir ve doğal olarak kurul üyeleri, filmin nasıl yapıldığını ve senaryonun nasıl yazıldığını pek bilmemektedirler (akt. Şeker,

2006, s. 136). İlhan Arakon ise II. Dünya Savaşı'nın devam ettiği yıllarda Türk sinemasında sansür mekanizmasının işleyişini şöyle tasvir etmektedir:

Evvela senaryoyu incelerlerdi. Senaryoyu kabul ediyorlarsa o zaman filmi çekmek için müsaade istiyordunuz. O müsaade kağıdı geldikten sonra polise müracaat ediyordunuz. Polis o kağıda göre nerede çalışacağınızı soruyordu. Stüdyoda çalışacaksanız mesele yok ama stüdyoda çalışmayacaksanız mesela '*Çubuklu'da çalışacağım*' dersiniz '*memnu mintika*' denirdi. Bu sınırlama harpten sonra çok uzun zaman devam etti. Canımıza okudular. (Berktaş, 2008, s. 110)

Bahsettiğimiz dönemde, yukarıda da belirttiğimiz gibi, Sovyetler Birliği, İtalya ve Almanya'da önemli bir sanat dalı olarak önem kazanan ve ciddi bir propaganda aracına dönüşen sinema, Türkiye'de gerektiği kadar ön plana çıkan bir sanat dalı olamamıştır. 1930'lu yıllarda yürürlüğe giren sansür düzenlemeleri, öncelikli olarak ithal filmler düşünülerek hazırlanmış olmasına karşın, daha çok yerli filmler üzerinde etkili olmuştur. Hazırlanan sansür düzenlemeleriyle Türk sineması, siyasal iktidarın denetimi altına girmiştir. Uygulanan sansür politikaları, Türk sinemasının gelişimini sarsmış, sinemacıların bir otosansür geliştirmesine ve üretilen senaryoların tekdüzeleşmesine neden olmuştur. II. Dünya Savaşı'nın sona ermesinden sonra da devam eden sansür politikası, yerli sinemacılık anlayışı üzerinde kalıcı bir deformasyona sebep olmuştur (Berktaş, 2008, s. 267). Ancak yukarıda da değindiğimiz gibi 1930'lu yıllarda Sovyetler Birliği, İtalya ve Almanya gibi ülkelerde de otoriter yönetimlerin olduğu ve II. Dünya Savaşı'na doğru giden dünyada sanat alanında otoriter uygulamaların yaygınlaştığı unutulmamalıdır.

1930'lu yıllarda sinemayla ilgili en fazla gündeme gelen konuların başında terbiyevî (eğitici-öğretici)¹⁰ film konusu gelir. 20 Ocak 1936 tarihli *Cumhuriyet* gazetesinin haberine göre, TBMM'de terbiyevî filmler için hazırlanan bir kanun layihası görüşülecektir. Bu kanununla Türkiye'deki bütün sinemalarda terbiyevî filmlerin gösterilmesi zorunlu olacaktır. Ayrıca bu filmler, sinemalar ve Halkevlerinin yanı sıra seyyar sinema makineleriyle ücra kasaba ve köylere kadar ulaştırılacaktır. Birçok Avrupa ülkesinde terbiyevî filmlerden faydalandığının belirtildiği haberde, ayrıca Türkiye'de bu işi yürütmesi için İktisat Vekâleti bünyesinde Türkofis isimli bir birim kurulduğundan bahsedilmektedir. Haberde, kişiler ve çeşitli kurumlar tarafından yurt dışından getirilen bu filmlerin, İktisat, Dâhiliye, Maarif, Sıhhat ve İctimai Muavenet ve Ziraat Vekâletleri temsilcilerinden oluşan bir komisyon tarafından tespit edildikten sonra vergiden muaf tutularak ülkeye sokulacağı yazılmaktadır. Yayınlanmasından üç ay sonra yürürlüğe girecek olan kanuna göre, bu terbiyevî filmler, sinemalarda gösterilen diğer filmlerle beraber gösterilmek zorundadır. Buna uymayan sinemalara para cezası

10 *Türkçe Sözlük*'te "eğitim" in, "1. Belli bir bilim dalı veya sanat kolunda yetiştirme, geliştirme ve eğitime işi. 2. Çocukların ve gençlerin topluluğunda yaşayışında yerlerini almalarını için gerekli bilgi, beceri ve anlayışları elde etmelerine, kişiliklerini geliştirmelerine yardım etme, terbiye" ("Eğitim", 2005, s. 606) ve "eğitici" nin de "Eğitimi sağlayan, eğitmeye elverişli veya eğiten değerleri bulunan" ("Eğitici", 2005, s. 605) şeklindeki tanımlanmalarından yola çıkarak "izleyenlerin belirli bir konuda bilgilendirilmesini ve onlarda istenilen yönde davranış değişikliği oluşturulmasını hedefleyen filmler" olarak tanımlayabileceğimiz eğitici/ terbiyevî filmler, Çelikletemel-Thomen'in McKernan'dan aktardığına göre üç amaca hizmet etmektedirler: 1) Ticari sinema salonlarında ana kurgusal filmde önce genel seyirciyi bilgilendirmeye yönelik eğitici filmler, 2) Okullarda öğrencilerin eğitiminde kullanılan pedagojik özellikler gösteren filmler, 3) sağlık ve tarım gibi teknik alanlarda bilimsel nitelik gösteren ve bu alanlarla ilgilenenleri bilgilendirmek amacıyla hazırlanan filmler (Çelikletemel-Thomen, 2016, s. 261).

uygulanacaktır (“Öğretici Filmler İçin”, 1936, s. 1, 9). 29 Temmuz 1939 tarihinde ise “Öğretici ve Teknik Filmlerin Kontrolüne Dair Nizamname” yürürlüğe girer (CA, 030.18-01-02-88-73-2). Siyasal iktidar yurt dışından temin edilen bu filmlerle hem halkın eğitim seviyesini artırmaya hem de filmlerin içeriklerini etmeye çalışmaktadır.

Sinema Alanındaki Vergi Düzenlemeleri

İktidar sinema ilişkisi bağlamında üzerinde durulması gereken konulardan biri de vergi meselesidir. Devletin en önemli mali kaynaklarından olan vergiler; gelirden, servetten, mal ve hizmetlerden ve dış ticaretten alınan vergiler olmak üzere dört ana kalem altında toplanmaktaydı. Siyasal iktidarın vergi düzenlemeleri film üreten, ithal eden ve sinema salonu işleten sinemacıları da kapsamış ve sektörün gelişim sürecini şekillendirmiştir (Berктаş, 2008, s. 54). Dolayısıyla sinemacıların en önemli sorunlarından birisi temaşa vergisinin makul bir oranda tutulmasıdır. Sinemalardan pul resmi, Dârülaceze hissesi ve Düyûn-ı Umumiye hissesi gibi vergiler alınıyordu ve sinema gelirlerinin yaklaşık yüzde 20'si bu vergilere gidiyordu. Sinemacılar bu vergilerin yüksek olduğunu ve işlerini bırakma noktasına geldiklerini ifade ediyorlardı (Beyoğlu, 2018, s. 205-206). 1925 yılının başlarında Düyûn-ı Umûmiye İdaresi, sinema ve tiyatro biletlerinden aldığı pul vergisini yüzde yüz artırdı. 1930'ların ilk yarısında ise İstanbul Belediyesi Dârülaceze hissesi vermek istemeyen sinemaları kapattı. Sadece iki sinema salonu bu hisseyi ödemeyi kabul ederek kendini kurtarmıştı (Beyoğlu, 2018, s. 207).

12 Mart 1930 tarihinde İstanbul Mebusu Süreyya (İldem) Paşa tarafından hazırlanıp tiyatro ve sinema biletlerinden alınan verginin yüzde 47'den yüzde 10'a indirilmesini öngören bir kanun teklifi hazırlanmıştır (CA, 030.10-3-17-30, s. 3). 1935 yılında ise yine Dârülaceze hissesi konusunda yaşanan anlaşmazlık, bu hissenin düşürülmesiyle sonuçlanmıştı (Beyoğlu, 2018, s. 208). 10 Şubat 1937 tarihinde çıkartılan bir kararname uyarınca hazırlanan “Öğretici ve Teknik Filmlerin Kontrolü Hakkındaki Tüzük”le, devlet daireleri tarafından yurt dışından getirilen veya ülke içinde hazırlanan terbiyevî filmlerle ilgili malzemenin vergiden muaf tutulması öngörülmüştür (Makal, 2005, s. 87). 15 Temmuz 1938 tarihinde ise, sinema ve tiyatrolardan alınan Belediye, Darülaceze, damga pulu ve maliye hissesinin yüzde 28'den yüzde 10'a indirilmesine dair kanun yürürlüğe girmiştir. Önceki kanun uyarınca alınan yüzde 28 oranındaki verginin yüzde 7,5'i Belediye'ye, yüzde 10'u Darülaceze'ye ve geri kalanı da damga pulu ve maliye hissesine ayrılırken; yeni kanunla beraber yüzde 10'luk verginin yüzde 2'si Belediye'ye, yüzde 3'ü Darülaceze'ye ve geri kalanı da damga puluna ve maliye hissesine ayrılacak şekilde düzenleme yapılacaktır (“Eğlence Yerleri Sinema”, 1938, s. 3).

Sinema faaliyetlerinin vergilendirilmesi açısından, önemli gelişmelerden biri de 1948 yılında, belediyelerin sinemalardan aldığı eğlence vergilerinin indirilmesidir. Bu tarihteki vergi indirimi tasarısı, yürürlüğe girmeden dönemin gazetelerinde yer almıştır. 16 Ocak 1948 tarihli *Vatan* gazetesinin haberine göre, sinema, tiyatro ve benzeri yerlerden alınan vergilerde indirimle gidilmesine dair bir kanun tasarısı hazırlanmıştır (“Sinema, Tiyatro Resimlerinden”, 1948, s. 3). Bu vergi indirimiyle, Türkiye'deki yerli film gösteren sinemaların, yabancı film gösteren sinemalara karşı daha avantajlı bir duruma gelmesi amaçlanmış ve bu sayede sinemalar, yerli film göstermeyi

yabancı film göstermeye tercih eder hale gelmişlerdir. Bu sayede de Türkiye’de üretilen yerli filmlerin sayısında bir artış sağlanmıştır (MTTB, 1973, s. 91-92).

30 Ocak 1948 tarihinde Yerli Film Yapanlar Cemiyeti Başkanı Faruk Kenç, Başbakan Hasan Saka’ya bir telgraf göndererek, sinema biletlerinden alınan yüzde 50 verginin yerli filmciliğin himayesi açısından ya tamamen kaldırılması ya da konser ve tiyatrolardan alınan vergi oranına indirilmesi ve yerli film gösteriminde bilet fiyatlarına yüzde 50 zam yapılmasını talep etmiştir (CA, 030.01-66-409-3, s. 5-6). İçişleri Bakanlığı’nın 30 Mart 1948 tarihinde Yüksek Başbakanlığa adı geçen telgrafla beraber gönderdiği tezkerede ise, “B. M. Meclisi Geçici [“geçici” kelimesi elle yazılmıştır] Su Komisyonunca incelenmekte olan Belediye Gelirleri Kanun Tasarısı raporunda Yerli Filmciliği koruyan böyle bir esas kabul edilmiş ise de bunun Meclisde ne şekil alacağı malûm değildir” (CA, 030.01-66-409-3, s. 4) ifadelerine yer verilmiştir. Bu yazışmalar sonucunda, 7 Mayıs 1948 tarihinde İçişleri Bakanlığı’nın Başbakanlığa gönderdiği tezkereyle sinema bileti fiyatlarına bir miktar zam yapıldığı anlaşılmaktadır (CA, 030.01-66-409-3, s. 1-3).

1940’lı yılların Türkiye’sinde sinema sektörünün ticari ve sanatsal açıdan gelişme kat edebilmesi için gereken ekonomik koşullar henüz mevcut değildir. II. Dünya Savaşı’nın olumsuz etkilerinin yoğun şekilde etkili olduğu ve devletçi bir ekonomi modelinin uygulandığı bu dönemde, özel girişimcilik ekonominin her alanında oldukça zayıftır. Başta Atatürk olmak üzere devlet adamlarının sinemayı teşvik eden yaklaşımlarına rağmen Türk sineması, 1948 yılına kadar, devletin yatırım yaptığı ve eğitim kurumları açtığı diğer sanat dallarından farklı olarak, sadece sınırlı özel sermaye ve sinema salonlarından elde edilen gelirle ayakta kalmaya çalışmıştır. Türk sineması, II. Dünya Savaşı’nın bitiminden sonraki yıllarda yerli filmlerden alınan vergilerin azaltılmasıyla ticari açıdan güçlenmeye başlamıştır (Berkaş, 2008, s. 268-269).

Sovyetler Birliği ile Sinema Alanında İş Birliği

Kurtuluş Savaşı’nın devam ettiği günlerde Batılı devletlere karşı Ankara Hükümeti ile Sovyetler Birliği arasında tesis edilen yakın siyasî ilişkiler, Cumhuriyet’in 1923’teki ilanından 1930’ların sonuna kadar olumlu bir şekilde devam etmiş, ancak 1939 tarihli “Alman-Sovyet Saldırmazlık Paktı”nın imzalanması ve Türkiye’nin savaşta tarafsız kalmasıyla gerilemeye başlamıştır. II. Dünya Savaşı’nın sonunda Sovyetler Birliği’nin 1945 yılında süresi biten Türk-Sovyet Dostluk Anlaşması’nı yenilemeyeceğini açıklaması ve Türkiye’den toprak talepleri sonucu ilişkilerde kopuş yaşanmıştır (Zürcher, 2006, s. 302-303; Lülecı, 2014, s. 41-42). Özellikle, 1920 ve 1930’lu yıllarda iki ülke arasında kurulan olumlu ilişkilerin bir boyutunu da sanat alanındaki ilişkiler oluşturmuştur. Sosyalist ideolojinin propagandasında sanata özel bir misyon yükleyen Sovyetler Birliği’yle sanat eğitimini yaygınlaştırmayı, sanatçıları desteklemeyi ve bunun sonucunda nitelikli sanat eserlerinin üretilmesini, bir uygarlaşma kriteri olarak kabul eden ve Atatürk ilke ve inkılaplarını halka ulaştırmada sanatın propaganda gücünden faydalanmayı düşünen Türkiye Cumhuriyeti, bahsedilen yıllarda sanat alanında sınırlı da olsa bir iş birliği içinde olmuşlardır. Sinema da bu ilişkinin bir boyutunu oluşturmaktadır (Lülecı, 2014, s. 40).

1920'li ve 1930'lu yıllar Sovyetler Birliği'nde, sinema alanında önemli gelişmelerin yaşandığı yıllardır. Eisenstein, Pudovkin, Dovçenko, Vertov ve Kuleşov gibi Sovyet sinemacılar, bu dönemde ürettikleri filmler ve sinema kuramlarıyla dünya sinemasını uzun yıllar etkilemişlerdir (Oylum, 2011, s. 14). Bu dönemde Türk sinemacıların, Sovyet sinemacıların deneyimlerinden faydalanmak için bu ülkeye gittikleri görülür. Örneğin, 1925 yılında Sovyetler Birliği'ni ziyaret eden Muhsin Ertuğrul, burada Eğitim Komiseri Lunaçarski'yle görüşmüş (Ertuğrul, 2007, s. 364) ve ona Türk sinemacılar olarak Sovyetler'in sinema ve tiyatro alanında attıkları yenilikçi adımları takip etmek istediklerini söylemiştir. Ertuğrul, Sovyetler'de Eisenstein gibi önemli yönetmenlerle tanışmış (Ertuğrul, 2007, s. 389-390) ve Odesa'daki Sinema Fabrikası Vufku'ya geçerek *Tamilla* ve *Spartaküs* adlarında iki film yönetmiştir (Akçura, 1992, s. 16-17). 1926 yılında Moskova'ya giden diğer bir Türk sinema sanatçısı olan Münire Mint, İstanbul'a dönüşünde, "Bütün dünyanın en güzel bedii sanat merkezi olan Moskova'ya yaptığım geziden büyülenerek ve şükranla döndüm" diyerek Sovyetler'deki sanat ortamından çok etkilendiğini belirtmiştir (akt. Mahmudoğlu, 1997, s. 35). Anlaşılan odur ki, Türk sinemasının yönetmen ve oyuncularını Sovyetler'in sinema alanındaki önemli başarılarından haberdardır ve bu gelişmeleri yerinde görmek ve deneyim kazanmak için Sovyetler Birliği'ne gitmektedirler. Bunda iki devlet arasındaki olumlu ilişkiler de etkili olmuştur.

Sadece bireysel olarak Türk sinemacılar değil, resmî kurumlar da, Sovyetler Birliği'nin sinema tecrübesinden yararlanmak istemiş ve bu ülkede hazırlanan terbiyevî filmlerin Türkiye'ye getirilmesi konusunda çalışmalar yapmışlardır. Sovyetler Birliği'nden gelecek olan terbiyevî filmler, önce Moskova'daki Türk Büyükelçiliği yetkilileri tarafından incelenmiştir. Türk makamları, Cumhuriyet rejimine aykırı propaganda nitelikli Sovyet filmlerinin Türkiye'de gösterilmesini engellemek adına böyle bir uygulamaya gitmişlerdir (Tacibayev, 2004, s. 190). Türk Büyükelçiliği'ni ziyaret eden Sovyet yetkilileri de, Sovyet filmlerindeki yazıların istenilen şekilde tercüme edilebileceğini, üzerlerinde değişiklik yapılabileceğini ve dolayısıyla bu filmlerin her türlü ön denetimden geçirilebileceğini Türk yetkililerine bildirmişlerdir (Öztürk, 2005, s. 39). Anlaşıldığı kadarıyla Sovyet yetkilileri de filmlerinin Türkiye'de gösterilmesi konusunda oldukça isteklidirler.

Türk ve Sovyet makamları arasındaki diplomatik ilişkiler sonucunda 27 Haziran 1926 tarihinde Türkiye'nin Moskova Büyükelçiliği'nden gönderilen bir yazıda, Türk ve Sovyet filmlerinin on tanesinin karşılıklı değişimi gündeme getirilir. Moskova'daki Türk Büyükelçiliği filmleri görmüş ve Dahiliye Vekaleti'ne bu filmler hakkında ayrıntılı bilgi arz etmiştir. Bu filmlerden bir tanesi, "ilerleme" ve "gerilik" kavramlarını konu edinmiştir. Filmde, Sovyetler Birliği'nde inşa edilen yeni mimarî eserler ve sağlık uygulamaları "ilerlemeyi" temsil ederken; Sovyet köylerinde görülen batıl inançlar nedeniyle yapılan yanlış tedavi uygulamaları ise "geriliğin" göstergesi olarak yansıtılmıştır. Büyükelçilik'in gönderdiği yazıda, bu filmin Türkiye'nin değişik yerlerinde yaşayan vatandaşları aydınlatacağı vurgulanarak filmin, Himaye-i Etfal Cemiyeti'nde (Çocuk Esirgeme Kurumu) gösterilmesi tavsiye edilmiştir (Öztürk, 2005, s. 37). Sovyetler'den gelen bu terbiyevî filmler, Türkiye'deki çeşitli devlet kurumları tarafından eğitim amacıyla alınıp kullanılmıştır. Örneğin, 1935 yılında Sovyetler Birliği'nden gelen sütçülük ve süt hayvancılığı hakkında hazırlanmış eğitici filmler İstanbul Belediyesi'ne gönderilmiştir. İnek bakımı, süt sağımı ve dağıtımı konusunda bilgi verilen bu

filmleri, Belediye, mensuplarının eğitiminde kullanması amacıyla Sütçüler ve İnekçiler Cemiyeti'ne teslim etmiştir (“Sütçülük İçin Bir”, 1935, s. 2).

Türk hükümeti, Sovyetler'in ürettiği filmlerden bazılarını seçip Türkiye'de eğitim amacıyla kullanmakla beraber, Sovyetler'in komünizm propagandası yapmasını da çeşitli yöntemlerle engellemeye çalışmıştır (Tacibayev, 2004, s. 194). Ancak bu filmler içinde dolaylı olarak komünizm propagandası yapılanlar da olmuş ve bunlar Türkiye'de gösterim imkânı bulabilmişlerdir. Örneğin, Sovyet sinema filmi *Birinci Petro*, 1938 yılında, Sovyetler Birliği'nin Beyoğlu'nda bulunan Başkonsolosluğu'nda gazetecilere gösterilmiştir. Bu film gösterimi hakkında *Akşam* gazetesinde, “‘Birinci Petro’ filminin seyredilişi hem sanat, hem tarih, hem de Sovyet inkılâbının Rus mazisini ne suretle telâkki ettiğini öğretmesi bakımından, seyirciler açısından enteresan olacaktır.” (“Sovyet Sinemacılığının Şah”, 1938, s. 7) ifadelerine yer verilmiştir.

Türkhükümeti tarafından, Cumhuriyet'in ilanının 10. yıl dönümünde, bu tarihi olayı ve Türkiye'nin zaman içindeki gelişimini konu edinen filmler hazırlanması için Sovyetler Birliği'nden sinemacılar Türkiye'ye davet edilmiş ve bu çerçevede Sovyet sinemacılar tarafından iki film hazırlanmıştır. Bu filmlerin ilki, Yönetmen Sergey Yutkevich ve Lev Arnştam'ın 1933 yılında yönettikleri *Ankara: Türkiye'nin Kalbi* adlı belgesel filmidir.¹¹ Yönetmenler, kendileriyle birlikte Türkiye'ye gelen Sovyet askeri ve sivil heyetinin Türkiye Cumhuriyeti'nin 10. yılı kutlamaları için önce İstanbul'a oradan da Ankara'ya varışlarını, kutlamaları, Atatürk'ün “10. Yıl Nutku”nu okumasını, Başbakan İsmet İnönü'nün Türk-Sovyet dostluğunu öven bir konuşmasını ve Türkiye'nin yeni başkenti Ankara'nın değişen yapısını filme almışlardır (Özön, 1995, s. 286). Türkiye'deki çekimlerden sonra Sovyetler Birliği'ne giden sinemacılar, filmi burada hazırlayıp Türkiye'ye dönmüşlerdir. 18 Mart 1934 tarihli *Cumhuriyet* gazetesinde, film yapımcılarının Odesa'dan İstanbul'a geldikleri, buradan da Ankara'ya geçip hazırladıkları filmi Maarif Vekâleti'ne teslim edecekleri duyurulmuştur (“‘Türkiye'nin Kalbi Ankara’”, 1934, s. 5). Bu kapsamdaki ikinci film ise Esther Shub'un *Türk İnkılâbı'nda Terakki Hamleleri* adlı filmidir. Shub, 1934-1937 yılları arasında Ankara, İzmir ve Ödemiş'te çekimler yaparak bu belgeseli hazırlamış ve film 1937 yılında gösterime girmiştir. Bu film, Türkiye'nin II. Meşrutiyet'ten Cumhuriyet'e kadar geçirdiği aşamaları, I. Dünya Savaşı'nı, mütareke yıllarını, Kurtuluş Savaşı'nı ve Cumhuriyet'in kuruluşunu konu edinen ve eski belgesel filmlerinden derlenerek oluşturulmuştur (Boztepe, 2007, s. 95; Berktaş, 2008, s. 22).

Bu dönemde hükümet kısıtlı imkanlara rağmen, Türk sanatçıların Sovyetler Birliği'ni ziyaret etmesini teşvik eder. Atatürk'ün imzasıyla 20 Şubat 1935 tarihinde yayınlanan ve Burhan Toprak'ın Sovyet sinemasının kuruluş yıldönümü etkinliklerinde Türkiye'yi temsil etmesi için Sovyetler Birliği'ne gönderilmesi yönündeki kararnamede şu ifadeler yer alır: “Sovyet sinema teşkilatının yıl dönümü bayramına iştirak edecek Heyetle birlikde Rusyaya gidecek olan Maarif Müfettişlerinden Burhan Toprak'a siyasi pasaport verilmesi; Maarif Vekillîğinin 20/2/935 tarih ve 90014 sayılı tezkeresile yapılan teklifi üzerine İcra Vekilleri Heyetinin 20/2/935 toplantısında onanmıştır” (CA, 030.18-01-02-52-11-16). Sinema alanında Türkiye'nin Sovyetler Birliği'nin tecrübelerinden faydalanması, Atatürk'ün imzasıyla yayınlanan bu kararnameyle devletin en yüksek kurumu tarafından da teşvik edilmiştir.

11 *Ankara: Türkiye'nin Kalbi* belgeseli hakkında ayrıntılı bilgi için bkz. Lüleci (2014), Adadağ (2017) ve Sargın (2005).

Sonuç

Sanat alanında ilerlemenin bir uygarlık göstergesi olduğuna inanan ve inkılâpların halka tanıtılmasında sanatın önemli bir araç olduğuna düşünen bir lider olarak Atatürk, sinema alanında görüş ifade etmekle kalmamış, yoğun devlet işlerinden fırsat buldukça sinemaya gitmiş, bu gidişlerinde sinemacılarla konuşup onların problemlerini dinlemiş, bu problemlere çözüm bulmaya çalışmış, Türk sinemacıların sinema alanında gelişmiş ülkelere gidip deneyim kazanmalarını teşvik etmiş, Türk kadınların filmlerde oynamasını desteklemiş, bazı filmlerin senaryosunu incelemiş ve kendisi de kamera karşısına geçmiştir. Ancak Atatürk'ün sinemaya verdiği bu öneme rağmen, savaştan yeni çıkmış Türkiye'nin içinde bulunduğu ekonomik sıkıntılar, bu alanda yetişmiş personel eksikliği ve bu dönemde, bir sanat dalı olmaktan ziyade, bir eğitim ve eğlence aracı olarak görülmesinden dolayı Atatürk döneminde sinema, Muhsin Ertuğrul'un ve onun tiyatral yaklaşımının ön plana çıktığı "Tiyatrocular Dönemi"nde, evrensel düzeyde önemli bir gelişme gösterememiştir.

Atatürk'ün cumhurbaşkanlığı döneminde uygulanan kültür politikaları çerçevesinde, sanata inkılâpların halka ulaştırılmasında önemli bir rol verilmiş ve edebiyat, heykel, müzik ve tiyatro gibi alanlarda devlet desteği sağlanmışsa da sinema diğer sanat dalları kadar devlet desteği alamamıştır. Politik uygulamalara bakarak sinemanın da bir eğitim ve propaganda aracı olarak kabul edildiği düşünülse de bunun etkili bir şekilde uygulama imkânı bulduğunu söylemek zordur. Dönemin önemli kültürel kurumu olan Halkevlerinde gösterilen sinema filmleri genellikle eğitici kısa filmler, haber filmleri ve propaganda filmleridir. İsmet İnönü döneminde ise, II. Dünya Savaşı'nın getirdiği olumsuz ekonomik koşulların da etkisiyle, sinemaya yönelik devlet yaklaşımda kayda değer bir farklılık yaşanmamıştır. Ancak 1948 yılında, belediyelerin sinemalardan aldığı eğlence vergilerinin indirilmesiyle yerli film üretiminde bir artış yaşanmıştır. İnönü'nün cumhurbaşkanlığı yıllarına denk gelen Türk sinemasının "Geçiş Dönemi"nde, genç kuşak sinemacılar sektöre girmeye ve eser üretmeye başlamışlar ve sonraki dönemlerdeki nitelikli eserlerin ilk kıvılcımlarını göstermeye başlamışlardır.

CHP'nin 1923'ten 1950'ye kadar devam eden iktidarının sinema alanına hukukî ve ekonomik müdahalelerinin önemli bir kısmını 1930'lu yıllarda hazırlanan sansür talimatları ve sinemalardan alınan vergilerin düzenlenmesi oluşturmuştur. Sinemanın propaganda gücünü gören hükümet, gösterilen filmleri çeşitli açılardan denetleyerek zararlı gördüğü filmleri sansüre tabi tutmuştur. Sansür yasalarıyla sinema alanı, iktidarın çizdiği sınırlar dahilinde, belli bir düzene sokulmaya çalışılırken, vergi indirimleriyle de sinemacıların daha rahat ekonomik koşullarda çalışması ve vatandaşın daha kolay sinemaya gitmesi sağlanmaya çalışılmıştır. Özellikle 1923-1939 yılları arasında eser üreten Muhsin Ertuğrul'un filmlerinde, dönemin kültür politikasına paralel bir yaklaşım görülmektedir. Muhsin Ertuğrul, 1922-1939 yılları arasında Türk sinemasının en başat figürü olmuş ve Avrupa ülkeleri ve Sovyetler Birliği'nde edindiği sinema tecrübesini, Türkiye'de sinema üretimi için seferber etmiştir.

Türkiye'de de siyasal iktidar, tıpkı Sovyetler Birliği, İtalya ve Almanya'da olduğu gibi, sinemanın önemini farkındadır; ancak Türkiye'de, bahsedilen ülkelere oranla, hem ekonomik imkanlar kısıtlı hem de sinema sektörü zayıftır. Türkiye'de de sansür olmasına rağmen sinemacılar üzerinde bu ülkeler oranında bir baskı olmamış, yönetmenler, oyuncular ve diğer sinema çalışanları, Almanya'da

olduğu gibi rejime bağlılık yemini etmeye ya da Sovyetlerde olduğu gibi rejimin ideolojisine uygun filmler üretmeye zorlanmamışlardır. Zaten Türkiye’de sinemacıların sayısı ve üretimleri bahsedilen ülkelere göre oldukça sınırlıdır. CHP’nin Halkevleri vasıtasıyla ülkenin birçok şehrine sinemayı ulaştırma gayreti Sovyetlerin “Ajitasyon Trenleri”nin etkisine ya da Türkiye’deki sinema üretimi ve sinemacılarının niteliği Sovyet sineması ve Eisenstein, Pudovkin gibi yönetmenlere yaklaşımdan uzaktır. Türkiye’de Nazi Almanyası’nın propagandasını sinema yoluyla yapmak için büyük bütçeli belgesel filmler yapan Leni Riefenstahl tarzında bir yönetmen olmadığı gibi Türkiye’de bu ölçekte gösteriler de yapılmamış, devlet eliyle böyle büyük prodüksiyonlara girilmemiştir. Bunun yanı sıra dönemin Türkiye’sinin Sovyetler’in yaptığı gibi sinemaya rejim ihracı misyonu da yüklediği söylenemez.

Türk hükümetinin 1920’ler ve 1930’larda iyi ilişkiler kurduğu Sovyetler Birliği’nin, yetiştirdiği yönetmenler, oyuncular, kuramcılar ve onların ürettiği nitelikli film ve literatürle sinema alanında çok başarılı olması, Türk hükümetini, siyasal alanda olduğu gibi, sinema alanında da Sovyetler Birliği’yle iş birliğinde bulunmaya sevk etmiştir. Bunun sonucunda Türkiye, Sovyetler’den çeşitli alanlarda eğitici filmler ithal etmiş, Türk sinemacılar da tecrübe kazanmak için Sovyetler’e gitmişlerdir. Bunun yanı sıra Sovyet sinemacıların 1930’larda Türkiye’de çektikleri, Türkiye’nin o günkü koşullarını, Cumhuriyet kutlamalarını ve Atatürk’ün görüntülerini barındıran “Ankara: Türkiye’nin Kalbi” ve “Türk İnkılâbı’nda Terakki Hamleleri” adlı belgesel filmler, belki estetik değerleriyle değil ama siyasî ve sosyolojik değerleriyle, birer tarihi belge niteliğini kazanmışlardır.

Kaynakça

- Adadağ, Ö. (2017). Cumhuriyet'in vitrini olarak bir film, bir başkent: Türkiye'nin Kalbi Ankara. Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, (26), s. 157-177. DOI: 10.16878/gsuilet.324246.
- Afetinan, A. (1998). Türkiye Cumhuriyeti ve Türk devrimi, 4. bs., Ankara; Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Akçura, G. (1992). Doğumunun yüzüncü yılına armağan: Muhsin Ertuğrul, İstanbul: Kültür İşleri Daire Başkanlığı Yayınları.
- Akser, M. (2014). Towards a new historiography of Turkish Cinema. M. Akser ve D. Bayraktar (Ed.), New Cinema, New Media: Reinventing Turkish Cinema içinde (s. 43-66). London: Cambridge Scholars Publishing.
- Althusser, L. (2008). İdeoloji ve devletin ideolojik aygıtları. İstanbul: İthaki Yayınları.
- Arıkan, Z. (1999). Halkevlerinin kuruluşu ve tarihsel işlevi. Ankara Üniversitesi Türk İnkılap Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi, 6(23), s. 261-281.
- 14.01.2011 tarihinde <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/45/799/10206.pdf> adresinden edinilmiştir.
- Arslan, S. (2011). Cinema in Turkey: A new critical history. Oxford: Oxford University Press.
- Aslanbay, H. (1993). Faruk Kenç. Anrakt Sinema Dergisi, Eylül 1993. 04.02.2015 tarihinde <http://www.kameraarkasi.org/yonetmenler/farukkenc.html> adresinden edinilmiştir.
- Atatürk Araştırma Merkezi. (1997). Atatürk'ün Söylev ve Demeçleri II. Ankara: ADTYK Atatürk Araştırma Merkezi Yayınları.
- Bayındır Uluskan, S. (2010). Atatürk'ün sosyal ve kültürel politikaları. Ankara: AKDYYK Atatürk Araştırma Merkezi.
- Berktaş, E. (2008). 1939-1950 dönemi Türk sinemasının ekonomik, politik, toplumsal ve kültürel yapısı (Yayımlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi). Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Beyoğlu, S. (2001). Sinema Karadeniz'de (1909-1933). Toplumsal Tarih, xvi(92), s. 47-50.
- Beyoğlu, S. (2018). İmparatorluktan Cumhuriyet'e Türk sineması (1895-1939). İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Biryıldız, E. (1994). Atatürk ve sinema. Marmara İletişim Dergisi, (7), s. 251-256.
- Boztepe, V. (2007). 1960 ve 1980 askeri darbelerinin Türk siyasal sinemasına etkileri (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Cantek, L. (2008). Cumhuriyetin büluğ çağı. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Clark, T. (2004). Sanat ve propaganda. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Con, E. (2008). Alman ve İtalyan modelleri bağlamında faşist devlet sistemi (1922-1945) (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Çeliktemel-Thomen, Ö. (2015). Halkevlerinde eğitici sinema repertuarı: Erken Cumhuriyet Türkiye'sinde sinema, eğitim, propaganda (1923-1945). Sinecine, 6(2), s. 49-75.
- Çeliktemel-Thomen, Ö. (2016). 'Müderris sinema': Erken cumhuriyet Türkiye'sinde sinemayla eğitim misyonu. D. Bayraktar (Haz.), Türk Film Araştırmalarında Yeni Yönelimler, Cilt 12 içinde (s. 253-278). İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Çiçek, E. (2006). Günümüzde devletler tarafından uygulanan psikolojik operasyonlar teorisi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kara Harp Okulu Savunma Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Çocuk tiyatroları. (1938, 24 Nisan). Akşam.
- Dorsay, A. (1998). Sinema ve çağımız. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Duranoğlu, H. M. (2018). 1895'ten 1950'lere dünyada ve Türkiye'de sinema politikaları ve yansımaları (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

- Egeli, M. H. (1954). Atatürk'ün bilinmeyen hatıraları. İstanbul: Ahmet Halit Yaşaroğlu Kitapçılık ve Kâğıtçılık.
- Eğitici. (2005). Türkçe Sözlük. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Eğitim. (2005). Türkçe Sözlük. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Eğlence yerleri sinema ve tiyatro resimlerinde yapılan tenzilâtan istifade etmiyecek. (1938, 27 Temmuz). Akşam.
- Erbay, F., Erbay, M. (2006). Cumhuriyet dönemi (1923-1938) Atatürk'ün sanat politikası. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi.
- Ertuğrul, M. (1989). Benden sonra tufan olmasın. İstanbul: Dr. Nejat F. Eczacıbaşı Vakfı Yayınları.
- Ertuğrul, M. (2007). Benden sonra tufan olmasın. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Esen, Ş. K. (2016). Türk sinemasının kilometre taşları. İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Evren, B. (2006). Sinemamızın ilk Türk Müslüman kadınları. Sinematürk, (1).
- Gökmen, M. (1989). Türk sinema tarihi. İstanbul: Denetim Ajans Basımevi.
- Gökmen, M. (1991). Eski İstanbul sinemaları. İstanbul: İstanbul Kitaplığı Yayınları.
- Granda, C. (2012). Atatürk'ün uşağının gizli defteri. Ankara: Kentkitap.
- Gürata, A. (2004). Tears of love: Egyptian cinema in Turkey (1938–1950). New perspectives on Turkey, (30), s. 55-82.
- Güven, F. C. (1939). Halkevleri ve güzel sanatlar. Ülkü, xiii(73), s. 13-15.
- Hacıbrahimoglu, I. Ç. (2012). Cumhuriyet ve hümanizma algısı. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- İnce, G. (2009). Örnek çözümlerle Türkiye ve İtalya'da politik sinema (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon Sinema Bölümü, İzmir.
- Kaya-Mutlu, D. (2013). Film censorship during the golden era of Turkish Cinema. D. Biltereyst ve R. V. Winkel (Ed.), Silencing cinema film censorship around the world içinde (s. 131-146). New York: Palgrave Macmillan.
- Kılıç Hristidis, Ş. (2007). Sinemada ulusal tavır: "Halit Refiğ kitabı". İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Koçak, C. (2011). Tek-Parti döneminde muhalif sesler. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Lüleci, Y. (2013). İktidar ve sanat (1923-1950) (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Lüleci, Y. (2014). Erken cumhuriyet döneminde Türkiye Cumhuriyeti ile Sovyetler Birliği arasındaki sanatsal ilişkiler: 'Ankara: Türkiye'nin Kalbi' belgeseli örneği. İnsan ve İnsan, (2), s. 40-61.
- Mahmudoğlu, M. S. (1997). Sovyet kültürünün Türkiye üstündeki olumlu etkileri. Toplumsal Tarih, viii(48), s. 30-38.
- Makal, O. (2005). Türk sinemasının uzun ve yorucu süreci ve yarımı için düşünceler. Ankara, V. Türk Kültürü Kongresi: Cumhuriyetten Günümüze Türk Kültürünün Dünü, Bugünü, Geleceği, 17-21 Aralık 2002, Sahne Sanatları, Cilt: XI, Yayına Haz. Ömer Çakır, Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Yayınları.
- MTTB. (1973). Milli sinema açikoturumu. İstanbul: MTTB Sinema Kulübü Yayınları.
- Muhsin Ertuğrul. (2018). Sinematürk. 29.06.2018 tarihinde <http://www.sinematurk.com/kisi/1805-muhsin-ertugrul/> adresinden edinilmiştir.
- Onaran, Â. Ş. (1999). Türk sineması, cilt: 1-2. Ankara: Kitle Yayınları.
- Oylum, R. (2011). Rus sineması. İstanbul: Başka Yerler.
- Öğretici filmler için bir kanun lâyihası yapıldı. (1936, 20 İkincikanun [Ocak]). Cumhuriyet.
- Önder, S. ve Baydemir, A. (2005). Türk sinemasının gelişimi (1895-1939). Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vi(2), Aralık, s. 113-135. 22.06.2012 tarihinde http://sbd.ogu.edu.tr/makaleler/6_2_Makale_7.pdf adresinden erişilmiştir.

- Özen, E. (2009a). Özön'ün paltosundan kurtulmak: Türkiye sineması tarihi çalışmalarının eleştirel bir değerlendirmesi. *İletişim Araştırmaları*, 7(1-2), s.13-47.
- Özen, E. (2009b). Geçmişe bakmak: Sinema tarihi çalışmaları üzerine eleştirel bir inceleme. *Kebikeç*, (27), s. 131-156.
- Özgüç, A. (2003). *Türk film yönetmenleri sözlüğü*. İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Özön, N. (1995). *Karagözden sinemaya Türk sineması ve sorunları*, cilt: 2. Ankara: Kitle Yayınları.
- Özön, N. (2013). *Türk sineması tarihi 1896-1960*. İstanbul: Doruk Yayınları.
- Öztürk, S. (2005). *Erken cumhuriyet döneminde sinema seyir siyaset*. Ankara: Elips Kitap.
- Öztürk, S. (2006). *Türk sinemasında ilk sansür tartışmaları ve yeni belgeler*. Galatasaray İletişim, Haziran 2006, s. 47-76. 16.02.2011 tarihinde http://turkoloji.cu.edu.tr/GENEL/serdar_ozturk_sansur_sinema.pdf adresinden edinilmiştir.
- Özuyar, A. (2011). *Faşizmin etkisinde Türkiye'de sinema (1939-1945)*. İstanbul: Doruk Yayıncılık.
- Paça-Cengiz, E. (2015). *Türkiye'de sinema, tarih ve temsil ilişkisi üzerine sorular*. *Toplumsal Tarih*, (255), s. 86-90.
- Pehlivanlı, H. (2008). *Keskin Halkevi (20 Şubat 1938-1951)*. Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi, xxiv(72). 06.12.2012 tarihinde <http://www.atam.gov.tr/dergi/sayi-72/keskin-halkevi-20-subat-1938-1951> adresinden edinilmiştir.
- Poulantzas, N. (1980). *Faşizm ve diktatörlük*. İstanbul: Birikim Yayıncılık.
- Sansür. (2005). *Türkçe Sözlük*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Sargın, G. A. (2005). *Ötekinin gözüyle Ankara'yı kurmak: Sovyet propaganda sinemasında devrimci bellek kaybı ve anımsama*. T. Şenyapılı (Ed.), *Cumhuriyet'in Ankara'sı içinde*. Ankara: ODTÜ Yayıncılık.
- Scognamillo, G. (2010). *Türk sinema tarihi*. İstanbul: Kabalıcı Yayınevi.
- Sevim, S. (2016). *Muhsin Ertuğrul: Türk sinemasının kurucusu mu yoksa günah keçisi mi? İnsan ve İnsan*, 3(10), s. 64-83. 29.06.2018 tarihinde <http://oaji.net/articles/2017/6179-1523619618.pdf> adresinden edinilmiştir.
- Sinema filimlerinin kontrolüne ait talimatname*. (1932, 19 Temmuz). *Resmî Gazete*.
- Sinema filmleri kontrol edilecek*. (1932, 21 Temmuz). *Cumhuriyet*.
- Sinema, tiyatro resimlerinden indirme*. (1948, 16 Ocak). *Vatan*.
- Sovyet sinemacılığının şah eseri 'Birinci Petro' filmi*. (1938, 19 Şubat). *Akşam*.
- Soysüren, A. H. ve Yıldız, N. (2017). *Erken cumhuriyet döneminde Türk sinemasının ulus-devlet politikalarıyla ilişkisi üzerine bir değerlendirme*. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, (35), s. 89-104. 14.06.2018 tarihinde <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/346214> adresinden edinilmiştir.
- Sütçülük için bir film*. (1935, 18 Haziran). *Tan*.
- Şeker, K. (2006). *İnönü dönemi kültür hayatı (1938-1950) (Yayımlanmamış Doktora Tezi)*. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Şentürk, N. (2001). *Atatürk'ün özdeyişlerinde kültür sanat müzik yaklaşımı*. N. Tan ve H. İvgin (Haz.), *Uluslararası Atatürk ve güzel sanatlar sempozyumu bildirileri içinde*. Ankara: 26-27 Ekim.
- Tacıbayev, R. (2004). *Kızıl Meydan'dan Taksim'e*. İstanbul: Truva Yayınları.
- 'Türkiye'nin Kalbi Ankara' filmi*. (1934, 18 Mart). *Cumhuriyet*.
- Ulusoy, K. ve Demirtaş, B. (t.y.) (2009). *Cumhuriyet'in ilk yıllarında iki önemli kültür politikası: Halk evleri ve millet mektepleri*. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, s. 1194-1195.
- Uyar, H. (2006). *Atatürk dönemi iç politikası (1920-1938)*. *Yakın Dönem Türk Politik Tarihi içinde* (s. 43-76). Ankara: Anı Yayıncılık.

- Yılmaz, Y. K. (2007). Propaganda aracı olarak sinema: 1990 sonrası Amerikan filmlerinde propagandanın kullanımı üzerine bir çalışma (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Zürcher, E. J. (2006). Modernleşen Türkiye'nin tarihi. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Cumhurbaşkanlığı Devlet Arşivleri Başkanlığı-Cumhuriyet Arşivi (CA) Belgeleri
- CA, 030.01-66-409-3, s.1-3.
- CA, 030.01-66-409-3, s.4.
- CA, 030.10-133-958-13, s.1.
- CA, 030.10-133-958-13, s.2.
- CA, 030.10-3-17-30, s.3.
- CA, 030.10-3-17-30, s.3.
- CA, 030.10-146-43-1.
- CA, 030.10-146-43-3.
- CA, 030.18-01-02-41-91-7.
- CA, 030.18-01-02-52-11-16.
- CA, 030.18-01-02-67-64-16.
- CA, 030.18-01-02-87-44-5.
- CA, 030.18-02-29-45-16.
- CA, 030.18-01-02-87-70-16.
- CA, 030.18-01-02-88-73-2.
- CA, 490.01-1208-10-3, s.21.
- CA, 490.01-1221-56-2, s.26.
- CA, 490.01-1221-56-2, s.20.
- CA, 490.01-1221-56-2, s.14.
- CA, 490.01-1221-56-2, s.1-7.

Onat Kutlar'ın Mirasını Takip Eden 'Eksik' Bir Derleme Kitap: *Sinema... Sinema (Yazılar-Konuşmalar)*

Tunç YILDIRIM*

1965 yılında İstanbul'da açılan Sinematek Derneği'nin (SD) kurucusu, yöneticisi ve baş sorumlusu Onat Kutlar'ın (1936-1995) uzman ve uzman olmayan basında çıkan sinema makalelerinin (kendi deyişiyle sinema yazılarının) bir kısmını toplayan ilk sinema kitabı *Sinema Bir Şenliktir (Sinema Yazıları)*, De Yayınevi tarafından 1985 yılında yayımlanmıştı. Günümüze kadar farklı yayınevleri tarafından baskıları yapılan ilk kitabında derlenen makaleleri yazar olarak bizzat seçen Kutlar, sunuş kısmında "Türk sineması ile ilgili polemik ve araştırma yazılarını" başka bir zamanda yayınlayacağını belirtiyordu (Kutlar, 1985, s. 5). Peki, ilk kitabının yayınlanışından neredeyse 35 yıl sonra gelen *Sinema... Sinema*¹ kitabı bu önemli eksikliği tamamlamayı başarıyor mu? Dahası bu önemli eser, 1995'te hayatını kaybeden angaje sinema adamını sinematek ve ulusal sinema sorunu, Türk sinemasının meseleleri ve radikal yeni (devrimci) sinema davası çerçevesinde okuyucuya tam manasıyla tanıtabiliyor mu? İşte hem eleştiri hem de tanıtım görevi üstlenen bu iki işlevli yazıda söz konusu probleme yanıtlar vermeye çalışacağım.

335 sayfadan ve toplam 55 yazıdan meydana gelen bu kompilasyon (derleme, toplama) kitap zamandizinsel olmayan dört tematik alt-bölüme ayrılmış. Kutlar'ın kabaca 1960'ların başından 1990'ların başına kadar ürettiği makaleleri "Yazılar", "Sansür Tartışmaları", "Güncel Tartışmalar, Değerlendirmeler" ve "Türk Sineması Üstüne Düşünceler" şeklinde keyfi bir tarzda ve karışık şekilde tasnif edilmiş. Bu karışıklığın rahatsız edici tarafı, son bölüm içine dâhil edilmesi gereken bazı ilginç yazıların (ekseriyetle 1970'lerde sol kesimde ilgi uyandıran gerçekçi Türk filmleri hakkındaki övgü dolu eleştiriler, 1960'ların sonunda Türk sinemacılarla girilen çok sert polemikler gibi) birinci ve üçüncü bölümler içine konularak tarihsel, kültürel ve tematik bağlamından uzaklaştırılmasıdır. Mesela, Kutlar'ın Halit Refiğ'in ve Metin Erksan'ın anlattığı şekliyle ulusal sinema kavramına reddiye verdiği iki yazı ("Bir Mektup" ve "Yeşilçam") art arda sıralanması gerekirken ilki birinci bölüme, ikincisi de son bölüme öylesine yerleştirilmiş gözükmektedir.

* Dr. Öğr.Üye.,Munzur Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Tunceli, Türkiye, tildirim@munzur.edu.tr,
Orcid ID: 0000-0003-2546-4517

1 Bkz. EK-1.

Eserin hakiki bir tutarlılıkla düzenlenebilmiş tek özenli kısmı ikinci bölümü yani Kutlar'ın sansür karşıtı görüşlerine, konuşmalarına ve düşüncelerine yer veren kısımdır. 1970'lerdeki sansür karşıtı söylemini oluşturan bu metinler düşünüldüğünde Kutlar'ın (ilerici her aydın gibi ya da her aydın sinemacı gibi) Türk sinemasının gelişimine engel olan, gerçeklerin sinemada temsil edilmesini önleyen yasaklamalara karşı radikal bir mücadele verdiği anlaşılıyor. Sinema sanatı üzerinden düşünce özgürlüğünü savunan bu ilkeli aydın duruşu onu 1950'lerde aynı meşakkatli işi genel basında yapmaya girişen yönetmen Şakir Sırmalı ve eleştirmen Attila İlhan, Burhan Arpad, Nijat Özön gibi öncülerin yanına yerleştiriyor. Üçüncü bölümdeki güncel tartışmalar içinde en dikkat çekici olanlar Kutlar'ın eleştirmen veya jüri üyesi olarak katıldığı ya da takip ettiği önemli uluslararası film festivallerinin (Cannes, 1977; Antalya, 1977 ve 1978; İstanbul, 1984 ve 1993; Berlin, 1985) tarihlerine bizzat tanıklık ettiği yazılarıdır. Kutlar'ın ayrıca Türkiye'de düzenlenen kısa film festivalleri hakkında ayrıntılı yazılar yazarak, sinema sanatının gelişiminde kısa film yapımına apayrı bir önem verdiği iyice anlaşılıyor. Kalın hacimli bu derleme kitabın sonuna makalelerin içerdiği çok sayıdaki yerli yabancı özel isimler, farklı teknik terimler, film ve eser adları için ayrıntılı dizin (indeks) kısmı kesinlikle konması gerekli olmasına rağmen konmamış. Böylece bir anlamda okur kendi işini kendisi yapmak zorunda bırakılmış.

Sinema... Sinema adlı esere seçilmiş yazıları mantıklı biçimde düzenleyememe konusu aslında ikincil bir önem taşıyor. Çünkü asıl mesele, Kutlar'ın seçilmeyen ama olmazsa olmaz makaleleri ve söyleşileridir. Kimin tarafından hazırlandığı belli olmayan, önsözü ya da sunuşu olmayan kitabın en büyük eksikliği bundan kaynaklanıyor. Makaleler ya da kısa mülakatlar hangi ölçütlere göre belirlendi ve seçildi? Bu seçim yapılırken profesyonel bir Türk sinema tarihçisine danışıldı mı? Boşluklar ve atlamalar düşünüldüğünde cevabım kesinlikle olumsuz. Bir başka soru ile devam edelim: Sinema yazarı ve düşünürü Onat Kutlar deyince akla ilk gelen ya da gelmesi gereken metinler nelerdir? Bunlar nasıl tespit edilebilir? Eldeki eser bu konuda da hiçbir açıklama getirmiyor çünkü uzman bilgisine, düşüncesine yani araştırmasına dayanmıyor.

Türk sinemasının kültürel tarihi düşünüldüğünde Kutlar'ın ilk büyük entelektüel katkısı, hiç şüphesiz ki, "Bir Kaynak: Sinematek"¹ adlı öncü makalesidir. Kutlar bu yazısında, dünyaca meşhur bir figür olan Fransız Sinemateği Genel Sekreteri Henri Langlois'eyi yakından tanıtır ve onun sinematek denen arşiv kurumunun özelliklerini tanımlamasına (sinemateğin ne olması ve ne olmaması gerektiği hususunda) sorduğu sorular üzerinden izin verir. Langlois, genç Türk meslektaşına öncelikle bir arşivci gibi hareket etmesini, hem sinema endüstrisinin ürünlerine hem de pazarın kurallarından bağımsız bir sinemasever ortamın yaratılmasına eşit derecede önem vermesini salık verir. Tam da SD'nin İstanbul'da film gösterimi etkinliklerine başladığı bir dönemde çıkan bu makalenin ikinci kısmı Kutlar'ın Türk sineması ve ulusal sanat hakkındaki köktenci eleştirilerini içerdiği için kısa sürede başat sinemacılarla yaşayacağı çatışmayı önceler niteliktedir. Sosyalist bir dünya görüşüne sahip Kutlar'ın, ustası Langlois'eyi dinlemeyeceği ve SD'yi bir hayli politize edeceği bu yazısının ikinci kısmından anlaşılmaktadır; çünkü o, Türk sinemasının içinde bulunduğu durumu tenkit ederken sorunun "Türkiye'de sinemanın eytişimsel gelişmesinden söz açılmamasına" bağlar. Bu bağlamda, hâkim konumdaki film endüstrisinden (yani Yeşilçam'dan) tamamen ayrı, alternatif ve bağımsız,

1 Bkz. EK-2.

yeni sinema talep etmektedir. Böylece, Kutlar'ın ideolojik tavrı henüz emeklemeye başlayan SD'yi "bir kavganın cephe gerisi" konumuna yerleştirir. Kutlar'ın kitaba alınan 1973 tarihli "Ulusal Sinema Tartışması" isimli makalesinin belirli bir kültürel bağlam içine oturtulup anlam kazanabilmesi için 1965 yılında yazdığı "Bir Kaynak: Sinematek" isimli öncü metninin muhakkak kullanılması ve çözümlenmesi gerekmektedir. Nitekim o tespitini daha işin başında yapmıştır:

Son zamanlarda hem edebiyatta hem de öbür sanatlarda başlayan tuhaf bir ulusallık giderek yönetmenlerin yabancı ülkeler sineması karşısındaki korkusunu desteklemekte, onu adeta üç defa kilitlenmiş paslı bir eski zaman kutusu durumuna getirmektedir: İlk kilit kendi yetersizliğinden, ikinci yapımçı baskısından, üçüncüsü de *deve kuşlarını hatırlatan yanlış bir ulusal sanat* anlayışından. (Kutlar, 1965, s.15)

Bu öncü makale bilinmeden kitaba iliştirilen 1993 tarihli "Sinematek Arşivi Konusunda Bir Açıklama" isimli kısacık yazı, bir başka deyişle karşı-eleştiri (günümüzün ünlü yönetmeni Semih Kaplıanoğlu'na karşı yazılan) de anlamlandırılmaz. Sosyalist Kutlar, kendi ulusal sinema tanımlamasını ise ileride göstereceğim gibi zorunlu sınıfsal bir çerçeveye oturtmuş ve devrimci politikaya bağ(ım)lı kılmıştır.

Sinema... Sinema kitabının tuhafliklarından birisi de "Açıklama" başlığını taşıyan ama Onat Kutlar'a ait olmadığı hemencecik anlaşılan kapsam dışı bir makaleye yer vermesidir. Başkanlığını dönemin popüler sinema eleştirmeni Atilla Dorsay'ın yaptığı Sinema Yazarları Derneği tarafından hazırlanan ve doğrudan Milliyet Gazetesi'nin Genel Yayın Müdürü Abdi İpekçi'ye gönderilen bu kolektif protesto mektubu *Milliyet* gazetesinde o dönemde film eleştirisi yazar Halit Refiğ'i tenkit etmek için hazırlanmıştır. İma yoluyla anlatılan şey bu metnin içeriğine aynı dönemde *Milliyet Sanat* dergisinde sinema yazıları çıkan Kutlar'ın da katıldığıdır. Oysa Dorsay ile Kutlar'ın aracı (yani medyatör) olarak yaptıkları verimli işbirliği ele alınmak istense bu kitapta mutlaka yer alması gereken yazarlarca gerçekleştirilen şu söyleşi olurdu: "Yılmaz Güney Olayı".² Üstelik bu mülakatın kitaba dâhil edilen en az üç makale ile de doğru orantılı olduğu gözden kaçmamalıdır. SD'nin çıkardığı *Yeni Sinema*'nın yazı kurulu üyesi Hüseyin Baş'ın da katıldığı ve Yılmaz Güney'in harika fotoğraflarını Ara Güler'in çektiği bu mükemmel mülakat, *Umut*'un en iyi film ödülünü aldığı II. Adana Altın Koza Film Festivali'nde yarattığı geniş yankıdan hemen sonra bu gerçekçi film üstünde sansür bulutları dolaşırken *Cumhuriyet* gazetesinin çıkardığı itibarlı ekte yayımlanmıştır. Kutlar'ın bilinçli soruları sinema yönetmeni olarak Güney'in siyasi düşüncelerini ve politik yapısını öne çıkarmak istemiş ve tam da bu temelde kendisini "devrimci bir sanatçı" olarak tanımlayan Güney, *Umut*'unu devrimci sinema içine oturtarak bu sinemasal mefhumun kişisel tanımını yapmıştır: "Devrimci sinema yol gösteren değil, onları³ düşünmeye sevk eden filmlerdir." Kutlar'ın doğrudan katkı yaptığı bu yazı (yani Türk sineması deyince akla ilk gelen yönetmenlerden biriyle yapılmış kolektif sohbet) nasıl gözden kaçırıldı ve niçin unutuldu?

Hele bir de bu söyleşinin "devrimci" içeriğinin Kutlar'ın 1968'de yazdığı iki makaleyle ("Yeşilçam", "Seyyit Han Üzerine...") ve 1974'te çıkan nihai kuramsal denemesiyle ("Toplumcu ve Gerçekçi Bir

2 Bkz. EK-3.

3 Burada "onlar" ile kastedilen kitlelerdir (TY).

Sinema Sanatı İçin Teorik Alanın Gözden Geçirilmesi Amacıyla İlk Notlar”) birebir örtüştüğü hesaba katıldığında... Dahası, eleştirmen Kutlar’ın 1970’teki *Umut* alımlaması ile 1968’deki *Seyyit Han* alımlamasını tasdik ve teyit etmektedir. Çünkü o, sinema sanayinin (Yeşilçam) ağır biçimde etkisi altında kalarak ödün verdiğini düşündüğü ünlü yönetmenleri (en başta Erksan ve Refiğ sonra Lütfi Ömer Akad, Atıf Yılmaz, Memduh Ün) büyük oranda reddetmek zorunda kalmıştır. Kutlar’ın sinema eleştirmenliğinin eksik kalan bir yanı konusunda yapılması gereken gecikmiş bir eleştirel tespit var. Sinema(sever) kültürünü 1960’ların başında Paris’te Fransız Sinemateğinde geliştiren Kutlar, Fransa’dan Türkiye’ye *auteur* eleştirisini taşımamıştır. *Cahiers du Cinéma* dergisinde yazan François Truffaut sayesinde 1950’lerde kendini gösteren bu yarı kuramsal yarı eleştirel yaklaşıma göre ağır kurumsal, tecimsel ve endüstriyel koşullar yaratıcı yönetmenlerin sanatsal değeri yüksek kişisel filmlere imza atmalarına engel oluşturmamaktadır. Zaten bu eleştirel duruş (yani *auteurler politikası*), Hollywood sinema endüstrisinin en baskın ticari sinema koşulları dâhilinde mecburen eser vermek zorunda kalan kimi yönetmenlere (A. Hitchcock, F. Lang, N. Ray, J. Ford, H. Hawks, O. Welles gibi) değer biçmiştir. Onları, Jean-Luc Godard’ın dediği gibi, sinema sanatçıları payesi vererek sanat tarihine sokmuştur.⁴

Öncelikle bir edebiyat adamı (romancı, denemeci) olan Kutlar’ın “yazar olarak kişisel yönetmeni” yücelten bu sinema eleştirisi yaklaşımını kullanmaması ya da bunu Türkiye’de bağımsız yapım tarzı içinde çalışabilen Yılmaz Güney’de sadece görüp vurgulaması noksanıdır. Kitaba taslak şeklinde konulan “Sinema Üstüne” isimli açılış makalesinde Kutlar, genel olarak II. Dünya Savaşı sonuna kadar eser veren yönetmenlerin sinemaya kişisellik getiremediğini iddia etmektedir. O, “endüstri duvarını”, sinemada kişiselliği önleyen bir durum olarak tespit etmektedir. Daha sonra, sinema yönetmeninden kamerasını yazarın kalemi gibi kullanmasını isteyen Alexandre Astruc’un meşhur “Caméra Stylo”⁵ (Sevin, 2014, s. 7) makalesini alıntulamakta ve sonuç olarak Türk sinema bünyesinde üretilen eserlerin (*Susuz Yaz* ve *Suçlular Aramızda* gibi başlıca Erksan filmlerini de dâhil ederek) kişisel bir yanının olmadığını çünkü “Türk sinemasının zanaat devrinde kaldığını” ileri sürmektedir. Kutlar’ın yaptığı “aşırı yorum” *auteurist* bakış açısından bile kabul edilemez çünkü o bir eleştirmen olarak Metin Erksan sinemasının tematik, stilistik ve karakteristik tahlilini (bir başka deyişle estetik analizini) hiçbir zaman yapmamıştır. Mesela, Necati Cumalı’nın *Susuz Yaz*’ı ile Erksan’ın uyarlaması *Susuz Yaz* karşılaştırıldığında edebi öyküde neredeyse hiç hissedilmeyen Erksan sinemasına özgü tutku temasının modern sanatın gerçeküstücü biçimine, biçemine uygun şekilde kullanıldığı anlaşılır. Sürrealizme uygun şekilde aklın denetiminden kurtulan iki anlatı kişisinden Bahar hapisteki eşi Osman’a duyduğu tutkulu özlemi elektrik direğine, Hasan da kardeşi Osman’ın güzel karısı Bahar’a karşı olan saplantılı cinsel tutkusunu korkuluğa yansıtır. Tutku tamamen fetişize edilir. Erksan tematiğinde sürekli olarak tekrar eden tutku motifi ve onun modern yani gerçeküstücü kullanımları (şaheseri *Sevmek Zamanı*’nı hatırlayalım!) düşünüldüğünde bile bu Türk sinemacının kişisel bir

4 Bkz. Maccabe (2010).

5 Türkçede *kamera-kalem* kavramıyla karşılanan bu teorik konseptin daha eskilere giden bir anlambilimsel yanı var. Fransızcadaki *stylo* kelimesinin karşılığı dolmakalemidir. Bu Batılı modern terimin Antik dünyadaki, bilhassa Mezopotamya tarihinde çok önemli bir yer işgal eden Asur ülkesindeki karşılığı ise *stylus*’tur. Bu antik terim, *yazı kalemi* manasına gelir.

üsluba sahip olduğu çok kolay fark edilebilir. Marksist dünya görüşü sebebiyle “gerçekçi estetiğe” ve onun yansıtılmasına peşinen bağlı kalan Kutlar, Erksan'ın rafine stilini anlamlandıramamıştır.⁶

“Yeşilçam” makalesinden açıkça anlaşılacağı gibi genel olarak sanatta özel olarak da sinemada ulusallığı mecburen devrimciliğe bağımlı kılan sol görüşlü Kutlar'ın nazariyesinde sinema sanatı sosyalist, realist ve devrimci olmak zorundadır. “Sanatta ulusallık meselesini” (Tunalı, 2013, s. 59-60) biçim, yani form üzerinden ele alan sanat tarihçilerinin uzman görüşüne hiç uymayan bu peşin hükümlü ideolojik tavır için devrimci sinemacının ulusallık anlayışı ve kavrayışı “halka dönük olma”, “işçi sınıfı ideolojisi çizgisinde” hareket etme gibi içeriği birebir ilgilendiren sınıf temelli kavramlarla ilişkilidir. İşte mutlak sınıfsal bakış açısına dayanan ulusal sinema anlayışı sebebiyle Kutlar; Erksan ile Refiğ'in tarihi roman ustası Kemal Tahir'den etkilenerek Batılılaşmadığı yani yozlaşmadığı düşünülen “Anadolu köylülüğü” teması üzerine inşa etmek istedikleri ulusal sinema hareketini tamamen reddederek onun ilk örneklerini (*Kuyu* (1968), *Bir Türk Gönül Verdim* (1969)) görmezden gelmiştir.⁷ Ulusallık olgusunu biçim ya da anlatım üzerinden hiç düşünmediği için de Türk minyatürünün alan derinliğini (yani üçüncü boyutu, perspektifi) reddeden estetik özelliğini sinemaya taşımaya girişen Atif Yılmaz'ın *Yedi Kocalı Hürmüz* (1971) adlı tiyatro piyesi uyarlamasının özgün ve özgül iki boyutlu-yanal görşelliği, deneyselliği hakkında suskun kalmıştır.

1965'ten 1974'e giden süreçte, Kutlar'ın ulusal ve toplumcu sanat/sinema hakkında yazdıklarının geçirdiği evrim düşünüldüğünde onun Marksist estetik kuramcısı Georg Lukács'ın görüşlerinden (yani toplumcu sanatla ulusal sanat arasındaki göbek bağından, bir başka deyişle korelasyondan) tam manasıyla faydalanmadığı açık şekilde anlaşılmaktadır (Lukacs, 2000, s. 116, 124).⁸ Bütün çekincesine rağmen Kutlar, Lenin'e referans göstererek kapitalizm ile ilişkisi sebebiyle şüpheli yaklaştığı ulusallık kavramının sosyalist gerçekçi bir sinema anlayışı için olumlu sonuçlar getirebileceğini kabullenmektedir. Kutlar'ın sinema için kabullenebileceği ulusallık yargısı “işçi sınıfı ideolojisi çizgisindeki kültür değerlerini araştırmaktan” bahsederken nedense Marx'ın “Türk/Anadolu köylülüğünden” olumlu şekilde bahsettiği gazete makalesine hiç değinmemektedir (Kula, 2012, s. 434).⁹ Bu da şöyle bir soruya yol açmaktadır? Kutlar'ın yeni Türk sineması için şart koştuğu sinema tarzı “Marksist etkileri” mi yoksa “Vulgar Marksist” etkileri mi içermektedir? Sadece

6 Kutlar'ın yapmadığını yani Erksan'ın kişisel üslubunu *Susuz Yaz ve Sevmek Zamanı* üzerinden hakkaniyetli olarak çözümleyen iki meşhur Fransız sinema eleştirmeni var: Jacques Doniol-Valcroze (1964) ve Georges Sadoul (1966). Ayrıntılı bilgi için bkz. Yıldırım (2014).

7 Sosyalist Kutlar'ı rahatsız eden şey, iktisatçı akademisyen Sencer Divitçioğlu'nun 1966'da çıkan *Asya Üretim Tarzı ve Osmanlı Toplumuna. Marksist Üretim Tarzı Kavramı* isimli kitabındaki ATÜT (Asya Tipi Üretim Tarzı) kavramından etkilenen Refiğ ile Erksan'ın Osmanlı/Türk toplumunda sosyal sınıflaşmanın, ayrımlaşmanın, çatışmanın olmadığını savunmalarıdır.

8 Gerçekçi roman kuramcısı Lukács için “toplumcu sanat özü gereği ulusal sanattır” ve “her sosyalist hareketin kendine özgü bir ulusal niteliği” vardır.

9 Marx'ın 4 Şubat 1878'de Alman Sosyal Demokrat Hareketi liderlerinden Wilhelm Liebknecht'e yazdığı mektupta yaptığı bu zümre hakkındaki övgü dolu değerlendirmesi şöyledir: “[...] Biz ‘Türk köylüsünü’ Türk halk kitlesini inceledik ve onun kesinlikle ‘Avrupa’daki köylülüğün en becerikli ve ahlaklı temsilcisi’ olduğunu gördük.” Yazar Tahir'den esinlenip Anadolu köylülüğü temasına el atan iki ulusal sinemacı Erksan ve Refiğ de Marx'ın bu görüşlerine değinmemişlerdir. Marx'ın dava arkadaşı Engels ise daha ileri giderek Avrupa'dan tamamen farklılaşan Türk'ün karakterinden bahseder: “Halk kitlesi, Türk köylüsü ve hatta orta halli Türk toprak ağası, sağlıklı olduğu sürece –ki Türk köylüsü böyledir– böyle bir Doğu toplumu (kamu) düzeni çok daha inanılmaz darbelere dayanabilir” (25 Haziran 1877 tarihli mektuptan akt. Kula, 2012, s. 426).

proletarya vurgusu üzerinden ulusallığı koşullayan Kutlar'ın teorik görüşü aslında vülger Marksizmin bileşenlerinden “sınıf çıkarı ve sınıf mücadelesi” öğelerine dolaylı olarak yaslanmaktadır.¹⁰

Yalnızca muhteva üzerinden ulusal sinemayı tematik kapsamda belirleme, tanımlama yaklaşımı Erksan, Refiğ ve Kutlar'ın üzerinde anlaşabildikleri tek “noksan unsur” olmuştur. İkisi sinemacı, birisi eleştirmen olan bu uzlaşmaz üçlü, ulusallık meselesinde nedense sanat tarihi disiplininin müktesebatına başvurmamıştır. “Neyin yansıtılacağı” konusunda ideolojik bakımdan ayrı düşerken “nasıl yansıtılacağı” konusunu hiç düşünmemişlerdir. Oysa sanat tarihi özünde biçimlerin ve biçemlerin tarihidir.¹¹ Kural koyucu bir sanat tarihçisinin dediği gibi, “sanatta üsluptur önemli olan ve sanatçıyı yaratıcı kılan” (Eroğlu, 2015, s. 204).¹²

Sinema... Sinema isimli derleme kitabın Kutlar'ın genel olarak sinema özel olarak da Türk sineması hakkındaki tefekkürünün hakkını tam manasıyla veremediğini muştulayan üçüncü ve son vahim eksiği ise Serhat Öztürk'ün 1980'lerin ortasında gerçekleştirdiği şu ayrıntılı ve derin söyleşidir: “Onat Kutlar: Tarihsel Gelişme Hükmünü Veriyor”.¹³ 1965-1985 arası Türk sinema ortamında eleştirmenler ile sinemacılar arasında yaşananları SD'nin baş figürü Kutlar'ın gözünden aktaran ve onun Türk sinemasını nasıl değerlendirdiğini gösteren bu mülakat paha biçilmez bir değere sahiptir. İşte bu sebepten derlenen yazılar ve söyleşiler içine alınmaması kesinlikle kabul edilemez. Kutlar; dünya sinemasından haberdar olmak isteyenlerin bir araya gelerek kurdukları SD'nin neden kurumsallaşmadığını, bu özerk, küçük bütçeli, mütevazı arşivin kurulduğu dönemde ileriye yönelik bir sinema özlemi çektiğini, bu amaçla tartışmalar, konuşmalar ve yayınlar yaptığını, amaçlarının sadece geçmişin sinema birikimini gelecek kuşaklara aktarmak olmadığını açıkça ifade eder. Sanatta (özellikle edebiyat ve sinema) hem ulusal hem evrensel olabilmenin önemine dikkat çeken Kutlar, Türk sinemasında (yönetmeninin gerçekliği kabul etmesi sebebiyle) *Umut*'u bir dönüm noktası olarak görmeye devam ederken “Yeşilçam'ın istek ve çizdiği sınırlar dışında bir film yapılmasının mümkün olup olmadığını” zamanında Erksan'la tartışmak istediğinden bahseder.

Refiğ ve Erksan'ı ulusal sanat/sinema hakkındaki dar görüşleri sebebiyle “vülger” olmakla hatta sağa (Türk-İslam sentezine) yanaşmakla itham etmeye devam eden bu angaje entelektüel¹⁴, SD'nin kapılarını 1970'te *Umut*'a nasıl açtıklarından övgüyle bahsederken 1966'da gösterime hazır olan *Sevmek Zamanı*'nı niçin görmezden geldiklerinden bahsetmeyi en iyi ihtimalle unuttur. Bu iki bağımsız sanat filminden neden birincisi (haklı olarak) yüceltilirken ikincisi hangi gerekçeyle yok sayılmıştır? Hangi estetik değer birincisini “kanon” haline getirirken ikincisinin varlığını çok uzun

10 “Vulgar Marksist” öğelerin tasnifi, eleştirisi ve yorumu için bkz. Hobsbawm (2009).

11 Meşhur sanat tarihçisi Heinrich Wölflin (2015) ulusallık ve üslup ilişkisinde şunları yazar: “Farklı zamanlar beraberinde farklı bir sanat getirir ve zamanın karakteri, ulusun karakteri ile kesişir. Bir üslup özellikle ulusal bir üslup diye adlandırılmadan önce, onun ne ölçüde sürekli çizgiler içerdiğinin saptanması gerekir” (s. 11). Unutmayalım ki üslup, bireyseldir, kişiseldir çünkü sanatçının ayırt edici özelliğidir ama aynı zamanda kişisel üstüdür çünkü “sanatçıyı yansıttığı kadar kültüre dair bir şeyi de açığa vurur” (Minor, 2013, s. 174).

12 Eroğlu (2017) için “üslup, yaratıcı sanatçının yapıtında bulunması gereken en temel öz"dür” (s. 7).

13 Bkz. EK-4.

14 Refiğ'i Marksist bir nosyon olan ATÜT'ü anlamamakla ve bu kavramı vülgerize etmekle itham eden Kutlar'ın kendisi yukarıda gösterdiğim gibi Marx'ın Türk/Anadolu köylüsü ile Engels'in Türklerin özellikleri hakkındaki olumlu düşüncelerinden bihaberdir.

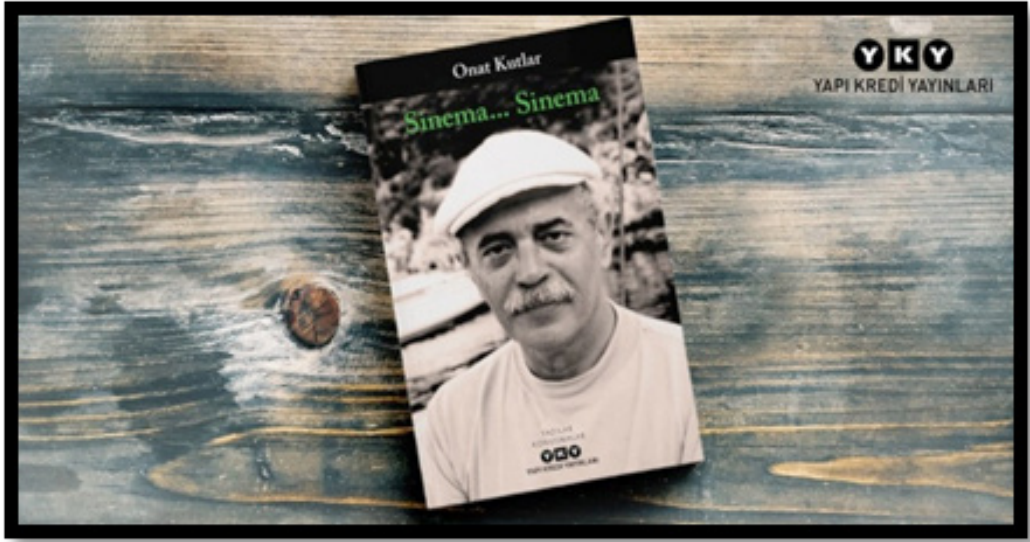
süre yadsımıştır? Yeşilçam sineması karşıtı olarak SD'nin sözcülüğünü yapan, 1966'da yayınlanmaya başlayan *Yeni Sinema* dergisi neden bağımsız yapım tarzına göre ana-akım sinemanın dışında çevrilen *Sevmek Zamanı*'na sayfalarında yer açmamıştır? Ne yazık ki eleştirmen Kutlar tüm sorulara cevap ver(e)meden bu dünyadan göçüp gitmiştir.

Her şeye rağmen bu röportajın en güzel tarafı, Kutlar'ın *Sinema Bir Şenliktir* kitabına almadığı "Türk sineması ile ilgili yazılarını" başka bir kitapta toplamaktan bahsetmesidir. İşte yaklaşık 35 yıl sonra piyasaya çıkan *Sinema... Sinema* isimli derleme kitap, hem sinema tarihçileri hem sinemaseverler hem sinema eleştirmenleri ve yazarları hem sinemacılar (yönetmen, senaryocu, yapımcı, oyuncu, vs.) hem de sinema öğrencileri tarafından bütün eksikliklerine rağmen dikkatle okunmayı ve eleştirel aklın süzgecinden geçirilmeyi hak ediyor.

Kaynakça

- Eroğlu Ö. (2015). *Türkiye’de resim sanatı*. İstanbul: Tekhne
- Eroğlu Ö. (2017). *Sanatta üslup*. İstanbul: Tekhne.
- Hobsbawm, E. J. (2009). *Tarih üzerine*. İstanbul: Agora.
- Kula O. B. (2012). *Batı felsefesinde oryantalizm ve Türk imgesi*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Kutlar, O. (1985). *Sinema bir şenliktir (sinema yazıları)*. İstanbul: De Yayınevi
- Kutlar, O. (2018). *Sinema... Sinema (yazılar-konuşmalar)*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Kutlar, O. (1965). Bir kaynak: Sinematek. *Yön*, (138), 15.
- Kutlar, O., Dorsay, A. ve Baş, H. (1970). Yılmaz Güney olayı. *Sanat-Edebiyat Dergisi*, (2).
- Maccabe, C. (2010). *Godard: Sanatçının yetmiş yaşında portresi*. E. Yılmaz (Çev.). Ankara: Dipnot.
- Minor, V. H. (2013). *Sanat tarihinin tarihi*. C. Soydemir (Çev.). İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Öztürk, S. (1985). Onat Kutlar: Tarihsel gelişme hükmünü veriyor. *Ve Sinema*, (1), 15-24.
- Sevin, V. (2014). *Assur resim sanatı*. Ankara: Türk Tarih Kurumu.
- Tunalı, İ. (2013). *Yeni bir aydınlanmaya doğru kültür ve sanat sorunlarına düşünsel bakışlar*. İstanbul: Remzi.
- Lukacs, G. (2000). *Çağdaş gerçekçiliğın anlamı*. C. Çapan (Çev.). İstanbul: Payel.
- Wölfflin, H. (2015). *Sanat tarihinin temel kavramları. yeni zamanların sanatında üslubun gelişmesi sorunu*. A. Cemal (Çev.) İstanbul: Hayalperest.
- Yıldırım, T. (2014). Metin Erksan’ın *Sevmek Zamanı* filminin eleştirel alımlaması. *Global Media Journal TR Edition*, 5(9), 352-371.

Ek 1.



2018'de YKY'den çıkan *Sinema... Sinema* kitabı muhalif, angaje bir sinema yazarı ve düşünürü olarak çok eksik bir Onat Kutlar portresi çiziyor. Bunun en büyük sebebi esere mutlaka dahil edilmesi gereken makalelerin ve söyleşilerin (belki de bilmeden) dışarıda bırakılmasıdır.



**BİR KAYNAK:
SİNEMATEK**

Onat Kutlar

Henri Langlois, insan sefini tanıdığı sinema ile tanıştıktan sonra sinematek'i kurdu. Bu sinematek'in amacı, dünya sinemasını tanıtmak ve yaygınlaştırmaktır. Onat Kutlar, sinematek'in kuruluşunda büyük bir rol oynadı. Onat Kutlar, sinematek'in kuruluşunda büyük bir rol oynadı.

142'SİZ ŞİİR

142'ye bir Mithridates aşkıyla son verdim,
Çok derin karanlık Önemli varlıklar
Günahlarına bakıldığında marifetler
Hüsnü gözetilmeden tecrübe ettiğimde.
Bir Bekirhan RİFAT, bir Sofyanesevi
Umutluluk resimlerini kullandım
Yüksek kutsalınla ilgili elleri
142'ye kıldım/televizyoncu.

Sözün Şiirler sözü, sonra sonra bilimselce,
Dünya'nın paraları, kutsal kutsal,
Eylemlerinin bakışından süzülürken/televizyon
Sadece gülerken kutsalı kıldım.
Birlik bir gülerken/televizyon - daha değil
Ağaçlarla bitimden önceki yolda,
Geriye düşürülen kadir heri varlık.

142'ye bir Mithridates aşkıyla son verdim,
Bir bu kadar yakın düşüncem,
Bir bu kadar düşüncem/televizyon
Bir bu kadar düşüncem/televizyon
Çocuklar, çocuklar, çocuklar,
Televizyon, Televizyon'da, Bakarak'da,
Düşüncem, düşüncem/televizyon
Mithridates'in televizyon/televizyon.

Şokran Kurdaş



Henri Langlois

Henri Langlois, insan sefini tanıdığı sinema ile tanıştıktan sonra sinematek'i kurdu. Bu sinematek'in amacı, dünya sinemasını tanıtmak ve yaygınlaştırmaktır. Onat Kutlar, sinematek'in kuruluşunda büyük bir rol oynadı. Onat Kutlar, sinematek'in kuruluşunda büyük bir rol oynadı.

142'ye bir Mithridates aşkıyla son verdim,
Çok derin karanlık Önemli varlıklar
Günahlarına bakıldığında marifetler
Hüsnü gözetilmeden tecrübe ettiğimde.
Bir Bekirhan RİFAT, bir Sofyanesevi
Umutluluk resimlerini kullandım
Yüksek kutsalınla ilgili elleri
142'ye kıldım/televizyoncu.

Sözün Şiirler sözü, sonra sonra bilimselce,
Dünya'nın paraları, kutsal kutsal,
Eylemlerinin bakışından süzülürken/televizyon
Sadece gülerken kutsalı kıldım.
Birlik bir gülerken/televizyon - daha değil
Ağaçlarla bitimden önceki yolda,
Geriye düşürülen kadir heri varlık.

142'ye bir Mithridates aşkıyla son verdim,
Bir bu kadar yakın düşüncem,
Bir bu kadar düşüncem/televizyon
Bir bu kadar düşüncem/televizyon
Çocuklar, çocuklar, çocuklar,
Televizyon, Televizyon'da, Bakarak'da,
Düşüncem, düşüncem/televizyon
Mithridates'in televizyon/televizyon.

Şokran Kurdaş

GERARD DE NERVAL

Bir Luxembourg yolu

O insanın en güzel gövdesi,
Dünya ve gövde bir kıl girdi.
Kılıda parı parı bir çöküş,
Dünya parı bir çöküş.

Bekli bu dünyada tek insan
Yüreği yitirmişti bugün;
Derin ince lere bir düşüncesi,
Her bakışta karanlık düşüncesi.

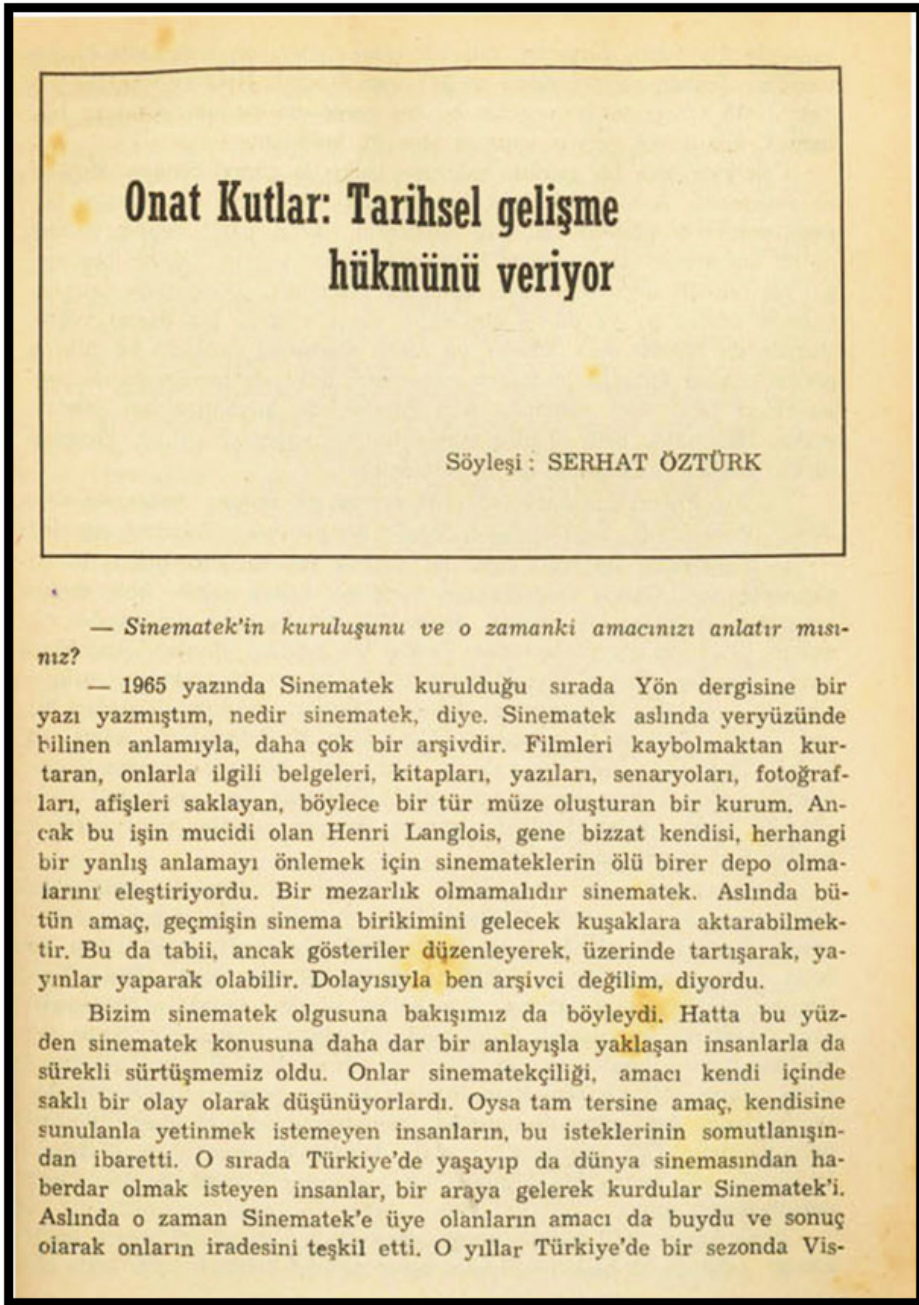
Ama nerde, ... gerçekliği biliş ...
Kılıda, yüzyıla vatan işki ...
Yatlı koca, ölümler ki ve düşün ...
Gözyaşında anlaşıldı, ... koca! GÜL

Türkçesi: TEO

YÖN. 19 KASIM 1963

SAYFA 10

Ek 4.



Röportaj, Onat Kutlar'ın gözünden, yirmi yıllık bir dönemde (1965-1985) Türk sinemasında yaşanan tartışmaları özetler.