

E-KIAD

*Cilt: 11 Sayı:1
Haziran 2021*

KARADENİZ İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ
Journal of Karadeniz Communication Researches

TRABZON
ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM
FAKÜLTESİ

iletr

KARADENİZ İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

JOURNAL OF KARADENİZ COMMUNICATION RESEARCHES

JUNE 2021



Karadeniz İletişim Araştırmaları Dergisi

Journal of Karadeniz Communication Researches

HAZİRAN 2021

CİLT: 11 SAYI: 1

e- ISSN 2146-3212

Haziran 2021, Cilt: 11 Sayı:1

KÜNYE

**Trabzon Üniversitesi İletişim Fakültesi Adına
İmtiyaz Sahibi**
Prof. Dr. Erdem TAŞDEMİR

Baş Editör

Prof. Dr. Şule Yüksel ÖZMEN
suleyozturk@gmail.com

Editör

Dr. Öğr. Üyesi. Mehmet Ali GAZİ
mehmetaligazi@hotmail.com

Editör Yardımcısı / Mizanpaj Editörü

Öğr. Gör. Aytaç Burak DERELİ
aburakdereli@gmail.com

**AKADEMİK DERGİSİ***Yayın Türü: Süreli Yayın Tarihi: Haziran 2021***YAYIN KURULU**

Prof. Dr. Derya ÖCAL / Atatürk Üniversitesi
e-mail: *suleyozturk@gmail.com*

Prof. Dr. Işıl AKTUĞLU / Ege Üniversitesi
e-mail: *isil.karpat@ege.edu.tr*

Prof. Dr. Musa PINAR / Valparaiso Üniversitesi
e-mail: *musa.pinar@valpo.edu*

Prof. Dr. Çiğdem Şahin BAŞFIRINCI / Trabzon Üniversitesi
cigdem.basfirinci@gmail.com

Prof. Dr. Haluk BİRSEN / Anadolu Üniversitesi
hbirsens@anadolu.edu.tr

Prof. Dr. Şule YUKSEL ÖZMEN / Trabzon Üniversitesi
suleyozturk@gmail.com

Doç. Dr. Aslıhan Ardiç ÇOBANER / Mersin Üniversitesi
acobaner@mersin.edu.tr

Doç. Dr. Ayşegül SONCU / Marmara Üniversitesi
agulsoncu@gmail.com

Doç. Dr. Ömer ALANKA / Atatürk Üniversitesi
omer.alanka@atauni.edu.tr

Doç. Dr. Nazım ANKARALIGİL / Katip Çelebi Üniversitesi
nankaraligil@yahoo.com

Dr. Öğr. Üyesi Onur ÖKSÜZ / Akdeniz Üniversitesi
onuroksuzpng.pngakdeniz.edu.tr

E-Kiad hakemli bir dergidir. Haziran ve Aralık aylarında olmak üzere yılda iki kez yayınlanır. Dergide yayınlanan yazıların sorumluluğu yazarına aittir. Kaynak göstermeden alıntı yapılamaz

İÇİNDEKİLER

ORYANTALİZM VE BATI SİNEMASI:

MIDNIGHT EXPRESS (1978) FİLMİ ÖRNEĞİ

ORIENTALISM AND WESTERN CINEMA: MIDNIGHT EXPRESS (1978)
FİLM

MUTLAK GÜZELLİĞE ÖVGÜDE BİRLEŞEN İKİ ANLATI: VENEDİKTE ÖLÜM VE RUH ADAM

TWO NARRATIVES UNITED IN TERMS OF THE PRAISE OF ABSOLUTE
BEAUTY: DEATH IN VENICE AND SOUL MAN

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİNİN ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ DERSİNE YÖNELİK TUTUMLARI İLE ELEŞTİREL DÜŞÜNMEYE YÖNELİK EĞİLİMLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

THE RELATIONSHIP BETWEEN THE ATTITUDES OF PUBLIC RELATIONS
AND ADVERTISING DEPARTMENT STUDENTS TOWARDS RESEARCH
METHODS CLASS AND CRITICAL THINKING

İKİNCİ DÜNYA SAVAŞI'NDA ABD'DEKİ YAHUDİ DİASPORASININ AVRUPA'DAKİ YAHUDİLERİ KONU ALAN PROPAGANDA PULLARI ÜZERİNE İNCELEME

THE EXAMINATION ON THE PROPAGANDA STAMPS REGARDING THE
JEWS IN EUROPE OF THE JEWISH DIASPORA IN THE USA IN THE SECOND
WORLD WAR

TÜRKİYE'DEKİ BANKALARIN SOSYAL MEDYAYI PAZARLAMA İLETİŞİMİ ARACI OLARAK KULLANIMI

THE SOCIAL MEDIA USE AS A MARKETING COMMUNICATION TOOL OF
BANKS IN TURKEY

ZENON VE BERGSON FELSEFESİNDEN HAREKETLE FİLM ÜZERİNE DÜŞÜNMEK

THINKING ON THE FILM THROUGH THE PHILOSOPHY OF ZENON AND
BERGSON

YEREL MEDYA ÇALIŞANLARININ BİREYLERARASI İLETİŞİM MOTİVASYONLARI İLE İLETİŞİM DOYUMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİ

THE RELATIONSHIP BETWEEN INTERPERSONAL COMMUNICATION
MOTIVES AND COMMUNICATION SATISFACTION OF LOCAL MEDIA
EMPLOYEES

HALKLA İLİŞKİLER EĞİTİMİNDE LİSANS MÜFREDATLARI: TÜRKİYE VE KANADA ÖRNEĞİ

UNDERGRADUATE CURRICULUM IN PUBLIC RELATIONS EDUCATION:
THE CASE OF TURKEY AND CANADA

ARAŞTIRMA MAKALESİ

Mustafa FİDAN

1-30

Özgehan ÖZKAN

32-72

Serkan BİÇER

73-98

Tuğba BAYTİMUR
Caner ÇAKI

99-128

Yusuf HACİİBRAHİMOĞLU

129-148

DERLEME MAKALE

Murat ŞAHİN

149-173

TEZ ÖZETİ

Tuğçe Esin PINARBAŞI
Şükrü BALCI

174-207

Muammer ÖZTÜRK

208-228



Prof. Dr. Şule Yüksel ÖZMEN

Merhaba,

2021 yılının ilk sayısı ile tekrar beraberiz. Bu sayımızda iki tez özeti bir derleme beş de araştırma makalesi bulunmaktadır. Sinemadan, halkla ilişkilere, propagandadan iletişim alanındaki araştırma yöntemlerine ilişkin çok farklı konuları içeren makaleler bu sayımızda yer almaktadır.

İlk makalemiz Mehmet Fidan tarafından kaleme alınan oryantalizm kavramını senaryosunu Oliver Stone'un yazdığı yönetmenliğini Alan Parker'ın yaptığı Geceyarısı Ekspres'i üzerine. İçerik analizi yöntemi kullanılarak yapılan bu çalışmada, filmdeki hikaye akışı, söylem, sahne ve karakter seçimleri ile Türkiye özelinde Doğu'yu oryantalize eden ötekileştiren bir üslup kullanıldığını ortaya konmuştur.

Günümüzde Güney Koreli idoller üzerinden tartışılan hem eril hem dişil kusurluğu 1970'li yıllarda Luchino Visconti'nin yönetmenliğini yaptığı Venedik'te Ölüm filmindeki Tadzio üzerinde konuşuluyordu. Özgehan Özkan makalesinde bu güzellik kavramına Nihal Atsız'ın Ruh Adam ve Thomass Mann'ın Venedik'te Ölüm kitaplarına metinlerarasılık yöntemiyle ele alıyor.

Serkan Biçer tarafından ele alınan "Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Bölümü Öğrencilerinin Araştırma Yöntemleri Dersine Yönelik Tutumları İle Eleştirel Düşünmeye Yönelik Eğilimleri Arasındaki İlişki" makalede Bilimsel Araştırma Yöntemleri dersiyle Eleştirel düşünme becerisi arasında ilişkiye bakılmış. İki farklı ölçekte Fırat Üniversitesi öğrencileri örneğinde yapılan çalışmada özellikle araştırma yöntemlerinden alınan notla California Eleştirel Düşünme Ölçeğinin "açık fikirlilik", "meraklılık" ve "doğruyu arama" alt boyutlarında anlamlı farklılıklar bulunmuş.

Propaganda çalışmaları kapsamında yapılan "İkinci Dünya Savaşı'nda Abd'deki Yahudi Diasporasının Avrupadaki Yahudileri Konu Alan Propaganda Pulları Üzerine İnceleme" başlıklı çalışma Caner Çakı, Tuğba Baytimur tarafından yapılmıştır. Gösterge bilim yöntemiyle yapılan

çalışmada pullar üzerinden Nazi Almanyası'nın işgali altında Yahudilerin baskıya maruz kaldığına vurgu yapılarak, kamuoyunda hüznün duygusu oluşturulduğu ve Müttefik Devletleri'nin askerlerinin Alman ordusuna karşı savaşma isteğinin arttırılmaya çalışıldığı ortaya konmuştur.

Yusuf Hacıbrahimoglu'nun "Türkiye'deki Bankaların Sosyal Medyayı Pazarlama İletişimi Aracı Olarak Kullanımı" makalesi Türkiye'de bankacılık sektöründe sosyal medyanın pazarlama iletişimi bağlamında nasıl kullanıldığını iki kamu bankası örneğinde ele alıyor. Çalışmada kamu bankalarının daha çok reklam ve tanıtım amaçlı sosyal medyayı kullandığını bu bağlamıyla da pazarlama iletişimi açısından özel bankalardan farklılaştığını ki özel bankaların sosyal medyayı daha çok halkla ilişkiler amaçlı kullandığına dikkat çekiyor.

Murat Şahin tarafından yazılan derleme makale "Zenon Ve Bergson Felsefesinden Hareketle Film Üzerine Düşünmek" adını taşıyor. Makalede, Zenon'nun hareket üzerine görüşlerinden yola çıkarak filmde hareket konusu ve Zenon'nun hareket paradokslarına eleştiriler getiren Aristoteles ve Bergson'un görüşlerine yer verilmiştir.

Bu sayımızdaki iki makale tez özetlerinden oluşmaktadır. İlki "Yerel Medya Çalışanlarının Bireylerarası İletişim Motivasyonları İle İletişim Doyumları Arasındaki İlişki" adını taşıyan Tuğçe Esin Pınarbaşı, Şükrü Balcı tarafından yazılmıştır. Konya ve Denizli illerinde yapılan çalışmada, yerel medya çalışanlarının bireylerarası iletişim, iletişim becerileri, motivasyon ve iletişim doyum boyutlarının teorik temellerine odaklanılmıştır. İkincisi ise, Muammer Öztürk tarafından kaleme alınan "Halkla İlişkiler Eğitiminde Lisans Müfredatları: Türkiye ve Kanada Örneği" adını taşıyor. Bu çalışmada Kanada ve Türkiye'deki halkla ilişkiler lisans eğitiminin bir müfredat bazında bir karşılaştırılması yapılmıştır.

Dergimizin yeni sayısı Aralıkta çıkacak. Tüm akademisyenlerimize katkı sunmaya davet ediyoruz.

Araştırma Makalesi

ORYANTALİZM VE BATI SİNEMASI:
MIDNIGHT EXPRESS (1978) FİLMİ ÖRNEĞİ

Mustafa FİDAN¹

Özet

Batı'nın aklındaki Doğu imgesi olarak tanımlanan oryantalizm, birçok kültür ürününe olduğu gibi sinemaya da yansımıştır. Kültür taşıyıcı bir sanatsal araç olan sinema, yalnızca belirli bir kültürü veya anlatıyı ifade etmek, tanıtmak, geniş kitlelerin beğenisine sunmak için değil aynı zamanda kültürel bir hegemonyanın inşası ve bu hegemonyanın sürdürülmesinde de kullanılır. Yüzyıllardır etkisi görülen, Edward Said tarafından kavramsallaştırılan oryantalist bakış açısı, Batılı gözün Doğuyu algılama ve yeniden anlamlandırma pratiklerini, söylem ve ön yargılarından oluşan hayalini, imgelerini ifade etmektedir. Yönetmenliğini Alan Parker'ın yaptığı 1978 yapımı Midnight Express (Geceyarısı Ekspresi) filmi, Amerikalı bir turist olan ve uyuşturucu kaçakçılığı nedeniyle İstanbul'da tutuklanan Billy Hayes'in gerçek yaşam öyküsünden uyarlanan bir yapımdır. Gerçekliği yeniden kurgulayarak çarpıtan film, Doğu'ya ve Türklere karşı çok sayıda oryantalist öge ve söylemi barındırması itibarıyla dikkat çekmektedir. Birçok sanat eseri, politik söylem ya da günlük hayat pratiğine yansıyan oryantalist bakış açısı, kapsamı daraltmak adına sinema filmi özelinde ele alınmıştır. İçerik analizi yöntemi kullanılan çalışmadaki amaç, sinema aracılığıyla oluşturulan oryantalist söylemin hem ideolojik hem politik sonuçlarını ortaya koymak; bir sanat türü olan sinemanın hakim söylemin etkisiyle bir ötekileştirme ve ayrıştırma aracına dönüştüğüne değinmektir. Analiz sonucunda elde edilen bulgular; filmdeki hikaye akışı, söylem, sahne ve karakter seçimleri ile Türkiye özelinde Doğu'yu oryantalize eden ötekileştirici bir üslup kullanıldığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: oryantalizm, sinema, geceyarısı ekspresi, batı sineması, edward said.

ORIENTALISM AND WESTERN CINEMA: MIDNIGHT EXPRESS (1978) FİLM

Abstract

Orientalism is an image of the East designed by the West. Orientalism is conceptualized by Edward Said. The concept represents the West's biased, condescending, marginalizing perspective on the East. The orientalist perspective has been reflected in cinema as well as with many artworks. Cinema, a cultural carrier, is used not only to express and promote a particular culture or narrative, but also to build and maintain a cultural hegemony. Midnight Express (1978), directed by Alan Parker, is a movie based on the real life story of Billy Hayes, an American tourist who was arrested in Istanbul for drug trafficking. The movie, which distorting reality by reconstructing, draws attention with its orientalist elements and discourses against the East and Turks. Political conditions of the period were also influential in the film's aggressive orientalist discourse. The aim of the study is to reveal both the ideological and political consequences of the orientalist discourse created through cinema; It is to mention that cinema, which is an art type, has turned into a tool of marginalization and separation under the influence of the dominant discourse. The findings obtained in the analysis show that a marginalizing style is used with the discourse, scene selection, story flow and character choices in the film.

Keywords: orientalism, cinema, midnigth express, western cinema, edward said

¹mustafafidan@maltepe.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6787-8526

Gönderim Tarihi/Received: 14 Kasım 2020 **Kabul Tarihi/Accepted:** 27 Mayıs 2021

<https://doi.org/10.53495/e-kiad.825627>

Extended Abstract

Orientalism is a Western-based discipline and perspective. It aims to explore, study and define the East both geographically and culturally. The Orientalist perspective, which means looking at the East through the eyes of the West, defines and judges Eastern culture and people in a biased way. Orientalism is a system of thought that facilitates the Western world to establish hegemony over the Eastern world and feeds on prejudices. Along with literature, music, architecture, works of art, and literary works, orientalist marginalization is also encountered in cinema. According to Edward Said, orientalism is "A system of thinking based on fantasy, images and dreams full of prejudices that led Western civilization to dominate the Eastern world" (Said, 1978).

The British author Edward Said of Palestinian origin is an important name in the field of orientalism. Edward Said, with his work *Orientalism* published in 1978, gathered the sum of all thoughts, discourses, actions and products representing the prejudiced Eastern image of the West under a radical conceptualization roof. Along with modern technology and globalization, the application areas of orientalism have also changed and developed. Oriental studies, which were seen in literary text and painting in the early periods, have frequently appeared in motion pictures in the last century. Orientalist studies have changed over time and have come to the stage of creating a new image of Eastern and Eastern people instead of getting to know and researching the East.

The aim of the study is to analyze the discourse of the *Midnight Express* film made in 1978 through an orientalist perspective. The *Midnight Express*, directed by Alan Parker and adapted by Oliver Stone from the book written by Billy Hayes, the protagonist of the event, is one of the important examples of the reflection of orientalism on the cinema. The orientalist marginalization in the film is made in an extremely aggressive style. For this reason, it is deemed appropriate to express the term "aggressive orientalism", which has not been used in other studies dealing with orientalism, in this study. American tourist Billy Hayes is caught with drugs on his return home after his Istanbul trip. The events of Billy Hayes, who was imprisoned for drug trafficking, are exaggerated in the film. Crimes such as violence, abuse, rape, and bribery are normally committed by Turkish directors and officials throughout the film. Billy Hayes, who is actually a drug dealer, is projected as a Western eye, representative of justice and modern humanity. According to the film, Turks are a rude, ruthless, ignorant and non-modern society. Turkish officials are people who do not know their job, do not do professional work, abuse their duties, use violence and take bribes. In addition to its other functions such as recognizing, promoting, redefining and marginalizing, orientalism has displayed an aggressive feature in this work of art.

The result obtained by the method of content analysis shows that orientalism and marginalization are still used in art works. The image of the despotic East reflected in the film has turned into a total attack with the exaggerations of the scriptwriter and the director. The 'aggressive orientalist' film is directly related to the political conjuncture of the 1970s. *The Opium Crisis* (1968-1974) between the US and Turkey, Cyprus Peace Operation (organized by the Turkey), American arms embargo (against Turkey) are the most important political disagreements between the west and Turkey. The Western world has always used cinema and propaganda as weapons in situations of crisis and war. Political crisis between the West and Turkey, (Turkey behalf) reflected artwork (cinema) as the alienating and exclusion from the Western world. Despite being one of the symbols of the crisis between the West and Turkey, since *Midnight Express* (1978) is not included so much in Turkish academic studies, this study is important in this respect.

Giriş

Kültür, toplumsal etkileşim içerisinde ortaya konulan ürünlerin toplam birikimidir. Kültür yalnızca o kültürü yaşayanlarca değil, söz konusu kültüre karşıdan bakan öteki tarafından da tanımlanır ve şekillenir. Antik dönemlerden beri var olan Doğu-Batı karşıtlığı, Batı'nın kültürel üstünlüğü elinde bulundurduğu iddiasına eş olarak Batı'nın Doğu'ya bakış açısını gösteren sanat eserlerine, yazılı metinlerine, görsel ürünlerine ve söylemine de yansımıştır. Toplumlar kendi benliğini tanımlarken, 'öteki' üzerinden yola çıkarak bu tanımlamayı yapabilmektedirler.

Batı'nın Doğu tanımlaması ve imgesi, Antik Yunan'dan beri farklılık gösterse de her zaman bir ikilik ve bu ikilik üzerinden kendini yeniden tanımlama usulüyle olagelmıştır. Batı'nın bir öteki olarak kabul edip kendi bakış açısıyla tanımladığı Doğu imgesi ve kültürü, Doğu'yu yeniden tanımlama mahiyetiyle Batı'nın kendi kimliğini inşa etme sürecine dönüşmüştür. Bu diyalektik anlayış, oryantalist bir bakış açısıyla resim, şiir, roman gibi kültürel ürünlerle yüzyıllarca yaşatılmıştır. Doğu-Batı karşıtlığının Batı tarafından inşa edilen bir yansıması olan *Oryantalizm (Doğubilimi)* kavramı, Filistin asıllı İngiliz yazar Edward Said tarafından Doğu-Batı ikiliğinin merkezine yerleşmiştir.

Batı toplumunun Doğu toplumunu algılama, yeniden tanımlama ve bu yeniden tanımlama aşamasında kendi kimliğini oluşturma girişimi olan oryantalistizm, Edward Said'e göre "Batı medeniyetinin Doğu dünyası üzerinde hâkimiyet oluşturmaya yol açan önyargılarla dolu fantezi, imaj ve hayallere dayalı düşünce sistemidir" (Said, 1978). Fransız düşünür Jean Baudrillard, Doğu-Batı ilişkisini ele alırken, Batı'nın mevcut durumunu iki farklı şekilde değerlendirir. Birincisi, Batı tüm alanlarda yapılabilecek her şeyin en iyisini yapmıştır ve artık bundan sonra yapılabilecek hiçbir iyi şey kalmamıştır. İkinci değerlendirmesi ise Batı, medeniyet adı altında yaptığı tüm girişimlerde yerle bir olmuş ve toplumsal, politik, kültürel ve ekonomik değerler anlamında en alt seviyede bulunmaktadır (Çimen, 2020:23). Batı'nın tarihsel süreçte

ve günümüzde bünyesinde barındırdığı bu iki argümandan ikincisini; yani kültürel, ekonomik, politik tüm girişimlerin iflas etmiş halini Doğu'ya atfetmekte ısrarcıdır.

Edward Said, 1978 yılında yayınladığı *Oryantalizm* adlı eseri ile, Batı'nın önyargılı Doğu imajını temsil eden tüm düşünce, söylem, eylem ve ürünlerinin toplamını radikal bir kavramsallaştırma çatısı altında toplamıştır. Doğu'yu egzotik bir masal dünyası olarak düşleyen, miskinliğin, hazzın, adaletsizlik ve gaddarlığın mekânı olarak addeden önyargılı bakış açısı, çoğu zaman ötekini olumsuzlama aşamasında saldırgan bir içerik üretimine dönüşmüştür. Doğu'yu tanıma, imgeler üzerinden yeniden tanımlama gibi bir amaçla ortaya çıkan ve gelişen oryantalist bakış, zaman içerisinde Doğu'nun kimliğini yeniden belirleme, bu kimliğe yeni özellikler ekleme/çıkarma ve olumsuz olanı Doğu'ya atfedip olumlu olanı Batı ile özdeşleştirme gibi hem tahrip edici hem de saldırgan bir üslup halini almıştır. Said, oryantalist konusundaki fikirlerini hem Michel Foucault'nun bilgi-iktidar denkleminde hem de Antony Gramsci'nin hegemonya kavramından beslemiştir. Bu doğrultuda, bir tahakküm biçimi olarak gördüğü oryantalistikten 'entelektüel iktidar' olarak bahseder (Said, 1978:66).

Oryantalizm günümüzde varlığını sürdürmekte ve küreselleşen dünyada siyasetten kültüre, spordan sanata kadar birçok alanda etkisini göstermektedir. Kitle iletişim araçlarının taşıyıcılığını yaptığı popüler kültür, aynı zamanda egemen kültürün ideoloji aktarım aracıdır (Güngör, 2011:321). Hem bir sanat formu hem de bir kitle iletişim aracı olan sinema, yalnızca toplumsal algılayışı yansıtmakla kalmaz, bazen de yeni bir toplumsal algılayışın temellerini atar. Bu bağlamda sinema, Batı'nın oryantalist bakışını aktaran önemli araçlardan birisi olmuştur.

Midnight Express filmi, olayın kahramanı Billy Hayes'in yazdığı aynı isimli kitaptan (Midnight Express) uyarlanmıştır. Oliver Stone'un bu kitaptan senaryolaştırdığı filmin yönetmenliğini Alan Parker yapmış, film oryantalist sinemaya yansımalarının kült örneklerinden birisi olmuştur. Gerçek bir olaydan yola çıkılarak çekilen filmde, Doğu insanı, kültürü ve mekânı yine Batı'nın imgesindeki

Doğu düşüncesine göre şekillenmiştir. Geleneksel oryantalizmde Doğu kültürünü anlama ve yeniden anlamlandırma üzerinden ötekileştirme gerçekleştirilirken, *Midnight Express* (1978) filminde de icra edilen günümüz oryantalizminde ötekileştirme saldırgan ve aşağılayıcı bir üslupla gerçekleştirilmiştir. Bu sebeple, oryantalizmi konu edinen diğer çalışmalarda kullanılmamış olan 'saldırgan oryantalizm' ifadesinin bu çalışmada dile getirilmesi uygun görülmüştür.

Çalışmanın amacı, *Midnight Express* (1978) örneğinden yola çıkarak sinemanın Batı'nın elinde oryantalist bir ötekileştirme aracına dönüşmesini ortaya koymaktır. Hem politik hem kültürel anlamda birçok tartışmanın konusu olan, saldırgan bir oryantalist söylem üreten *Midnight Express* filminin, Türk akademisi çalışmalarında yeterince ele alınmamış olması da dikkat çekmektedir. İçerik analizi yöntemi kullanılan çalışmanın ilk bölümünde oryantalizmin tarihsel kökeni ve tanımı, sonraki bölümde oryantalizmin kültür ürünleri ve sanat eserlerine yansımaları yer almıştır. Son olarak Oryantalizm-sanat ilişkisine yer verilerek, *Midnight Express* (1978) filmi oryantalist öğelerini incelemek üzere içerik analizine tabi tutulmuştur.

Tarihsel Süreçte Oryantalizm Kavramı

Doğu ile Batı arasındaki tarihsel beraberliğin bir ürünü olan oryantalizm, Batı'nın Doğu üzerinde hakimiyet kurma arzusuyla kullandığı en etkin araçlardan birisidir. Kelime anlamı olarak, 'güneşin doğduğu yer' anlamındaki Latince 'orient' kelimesinden gelen oryantalizm, *doğubilimi* veya *şarkiyatçılık* adıyla da bilinmektedir. Oryantalizm, Batı kökenli bir araştırma alanları bütünlüğüdür ve Doğu toplumlarını, kültürlerini, dillerini ve yaşayışlarını inceler. Bu inceleme ve bakış açısının ön yargılı ve hayali olması çoğu zaman tartışma konusu olmuştur. Oryantalizmi, "Batı uygarlığının kültürel ve ideolojik açıdan farklı bir anlatım şekli, kelime hazinesi, bir eğitim ve öğretim alanı" (1995:12) şeklinde tanımlayan Edward Said, Doğu-Batı ayrımının coğrafi bir ayrım olmadığını belirterek, "Oryantalizm coğrafi bir ayrım değil, bir seri çıkarlar toplamıdır" ifadesini kullanır (1995:26). Said'in Oryantalizm

eseri ile beraber Oryantalist bakış açısının (Doğu'yu) görme, tanıma, bilme pratiğinin ötesinde Batı'nın emperyalist bir sömürü aracı olma özelliği ön plana çıkmıştır.

Doğu-Batı ayrımının ilk tarihsel kökenini, Antik Yunan medeniyetine dayandırmak mümkündür. M.Ö. 7-8. yüzyılda Homeros'un kaleme aldığı İlyada destanında, *Grek olmayan Asya* fikri ve Asya imajına ilişkin ifadeler, bu ayrımın ilk örnekleri olarak değerlendirilmektedir (Said, 1995:86-90). Roma İmparatorluğu'nun Batı Roma ve Bizans (Doğu Roma) şeklinde ikiye ayrılması ve Bizans'ın bir öteki olarak Roma söyleminde 'Doğu' şeklinde yer alması; İslam'ın yayılması sonrası kabağuna çekilen kıta Avrupası'nın Kilise önderliğinde Haçlı seferleri ile dışa açılması iki kültürün (Doğu-Batı) oluşması ve karşılaşması anlamında tarihi dönüm noktaları olmuştur. Oryantalist bakışın tarihini kesin bir tarihten başlatmak mümkün değildir. 1312 yılında Avusturya'nın bugünkü başkenti Viyana'da toplanan Viyana Konsülü, disiplinler Oryantalizmin başlangıcı olarak işaret edilmektedir. Toplanan konsülde Oxford, Paris, Bologna, Avignon ve Salamanque kentlerinde Grek, Arap, İbrani ve Süryani dillerinde birer kürsü kurulması ve bu dillere ve coğrafyaya ilişkin araştırmalar yapılması kararı alınmıştır (Said, 1995:79). Reform ve Rönesans sonrası gelişen Avrupa resim sanatında, Doğu'ya ilişkin çizim ve tasvirler, hayal dünyasından beslenen imgeler, gerçekte var olmayan abartılı bir Doğulu kimliği sunumu halinde göze çarpar. Değişmeyen ve sürekli bir durağanlığa mahkûm Doğu, cinsel anlamda doymak bilmeyen Doğulu erkek, egzotik Doğulu kadın, keşmekeş halinde ama aynı zamanda bereketli bir pazar yeri, çürümüş ve kokuşmuş bir despotik yönetim, mit haline gelmiş ve özünü kaybetmiş dinsel yaşam algısı, zevk ve sefasına düşkün Doğulu imgesi Batı resim sanatına yansımıştır (Clifford, 1988:137). Klasik Oryantalizmin en önemli görsel icra alanı, hayal etme ve resmetme imkânı sunan resim sanatı ve tablolarıdır.

Oryantalizmi Batı'nın Doğu'ya ilgisi olarak açıklayan Mahmut Mutman, "Oryantalizm; hâkim kültürün, 'Şark' ya da 'Doğu' hakkında gösterdiği insani (bilimsel, sanatsal, kültürel ve edebi) ilgiye verilen addır" tanımını yapar (2002:189).

Edward Said'e göre ise, "Oryantalizmin yapısı biz (Doğulu) ile onlar (Batılı) arasındaki farkı doğurur" (Said, 1995:69). Oryantalizm bir yandan Batı'nın Doğu'yu incelemesi ve imgelemesi olarak görülürken; bir yanıyla da Batı'nın kendi bilincine varması ve kendi kimliğini tanımlaması olarak ifade edilir. Fuat Keyman, oryantalizmi "Farklılıkların ötekileştirilme süreci" (2002:18) olarak tanımlarken, Fred Halliday ise "Oryantalizm, bir tahakküm söylemidir" vurgusunu yapar (Halliday, 1993:84).

Edward Said'in Oryantalizm (1978) kitabı, Doğu-Batı ilişkisinin yeniden tanımlanması ve kavramsallaştırılması noktasında hem dönüm noktası hem de ciddi bir tartışma konusu olmuştur. Edward Said, Doğu-Batı ilişkisinden doğan oryantalizm kavramını ele alırken, çalışma alanını Müslümanlık-Hristiyanlık ve Batı-Arap karşıtlığı yönünde belirlemiştir. Said'in anlatısında oryantalist bakışı yönelten ve bakışıyla Doğu üzerinde tahakküm kuran *-tahakküm vardır çünkü Said'in ifadesinde Doğu ile Batı arasındaki ilişki her şeyden önce güç ve üstünlük ilişkisidir-* Batı ise esasında İngiltere ve Fransa'dır; dünya savaşı sonrasında ise ABD'dir (Said, 1995: 16). Said'in Oryantalizm eleştirisinin odağında, ötekileştirilen ve oryantalizm aracıyla yeniden kurgulanmaya çalışılan Müslüman ve Arap coğrafyası bulunmaktadır. Oryantalizmi Araplara yöneltilen bir bakış olarak ele alması, Said'in çalışmasını eksik kaldığı gerekçesiyle eleştiri aldığı noktalardan birisidir. Çalışma alanını, Osmanlı Devleti ve uygarlığı ile beraber Türkler, İranlılar, Çinliler yahut Hintlilerden bahsetmeden Arap toplulukları ve İslam coğrafyası ile sınırlı tutması; oryantalist söylem ve eylemin kaynağı olarak yalnızca İngiltere, Fransa ve ABD'yi işaret etmesi, Doğu'ya yönelik Batılı isimlerin kaleminden çıkan olumlu ve yapıcı eserleri görmemezlikten gelmesi ve eserinde yer vermesi (Halliday, 1993:78-107) Edward Said'e yöneltilen başlıca eleştirilerdir. Tüm bu eleştirilere rağmen Said'in oryantalizm kavramsallaştırması, tarihsel boyuttaki Doğu-Batı ilişkisi ve ürünlerine, yapıtlarına farklı bir gözle bakma imkânı sunmuştur. Edward Said'in politik karşıtı olan, oryantalizm kavramsallaştırmasına karşı çıkan Bernard Lewis'a göre büyük bir anlam kaybına uğrayan oryantalizm, geçmişte temel olarak iki anlamda kullanılmaktaydı. Bunlardan

ilki bir ressam ekolü olan ve gördükleri ya da hayal ettikleri üzerinden Doğu'yu resmetmeyi, tanımlamayı baz alıyordu. İkinci olarak ise akademik bir disiplin olarak Doğu dilleri ve kültürlerini araştırma üzerinden icra edilmiştir (Lewis, 1993:220).

Müslümanlık ve Hristiyanlığı kitlesel olarak ilk kez karşı karşıya getiren Haçlı Seferleri, Batı'nın Doğu hakkında ürettiği söylem ve hayali imge olarak da tanımlanan oryantalizm için önemli bir dönüm noktası olmuştur. Genelde sanat eserleri, yazınsal ürünler, hikayeler, masallar ve sözlü anlatılar ile ilk eserlerini veren oryantalist bakış açısı, 'Doğu'yu tanıma' çizgisinin ötesine geçmiş, Doğu'yu yeniden kurgulayan bir 'hayali Doğu' yaratma sürecine evrilmiştir. Said'e göre oryantalizm Batı'nın yalnızca fantezi dünyasından beslenen bir uydurma değil, birkaç neslin emeğiyle meydana gelmiş bir yatırımdır (1995:18). Bu andan itibaren Doğu, Batı için kurgulanan bir 'öteki' halini almıştır.

Edward Said'in anlatısında Batı'nın Doğu'ya bakışı, iki farklı kolda icra edilir. Klasik anlamda kökleri daha geriye giden kıta Avrupası'nın Şarkiyat/Doğubilimi bakışı; daha çok Ortadoğu ve Afrika'yı kapsayan coğrafi bir alana hitap eder. Amerika'nın temsil ettiği diğer bakış alanı ise Japonya, Çin ve Uzak Asya'yı da kapsamaktadır (Said, 1995:13). Amerikan oryantalizmi daha rasyonel bir temele dayanmakta ve farklı ilişkileri barındırmaktadır. Edward Said, İkinci Dünya Savaşı ve sonrasında oryantalist bakış açısında bir milat olarak belirler. Savaş öncesi dönemde İngiliz ve Fransız çalışmaları/bakış açısı hakimken; savaş sonrası dönemin oryantalist söylemine ABD merkezli bakış açısı hakimdir (1995:15). Enver Abdülmelik de 'Krizdeki Oryantalizm' makalesinde, klasik oryantalizmi 2. Dünya Savaşı'na kadar olan döneme dayandırır (2014:51). Said, Oryantalizmin doğuşunu 'takdim' sorununa da bağlar. Karl Marx'ın "*Kendilerini takdim etmiyorlar, bu yüzden takdim edilmek zorundalar*" sözünü aktaran Said, Doğu'nun kendini takdim edecek bir birikim ve üslubu olmadığı için Batı'nın önyargılı takdimine mecbur kaldığını belirtir (Said, 1995:38). Doğu'nun özerk olamama durumuna vurgu yapan Enver Abdülmelik ise, Said'in belirttiği 'takdim' sorununu, "*Arap ve Müslüman halkları, kendilerini*

tanımlamak ve bilginin araçlarını oluşturma konusunda yetersizdir” sözleriyle ifade eder (Abdülmelik, 2014:53). Aynı şekilde Oryantalizm üzerine önemli eserleri olan Bryan S. Turner, kavramı tanımlarken, “Oryantalizm, biz oryantalleri biliyor ve onlar hakkında konuşuyorken, onların bizi yeterince bilmedikleri ve hakkımızda konuşmadıkları gerçeği üzerine inşa edilmiştir” ifadesini kullanır (Turner, 2002:78). Edward Said’in Oryantalizm adlı eserini yazdığı yıl (1978), oryantalizm hakkında çalışmalar yapan Bryan A. Turner, *Marx and the End of Orientalism* (1978) isimli eserini yayınlamıştır.

Edward Said oryantalizmi üç aşamada işleyen bir süreç olarak tanımlar; akademik bir disiplin, düşünsel bir üslup ve tüzel bir kurum. Oryantalizmin akademik bir disiplin mi, bir düşünce üslubu mu yoksa tüzel bir kurum mu olduğuna ilişkin fikirler süreç içerisinde tartışma konusu olmuştur (Arlı, 2018:189). Said’in oryantalizmi disiplinler hale getiren müdahalesi (Oryantalizm eserini yayınlaması) Doğu-Batı ve güç-iktidar ilişkisine yeni bir bakış açısı getirmiştir. Said’in Fransız düşünür Michel Foucault’dan aldığı ‘güç-iktidar’ söylemi, birçok eleştiri (Racevskis, 2005:186) ve metodolojik eksikliğe rağmen, oryantalizm ve Batı ikiliğini açıklamada önemli bir çıkış noktası olmuştur. Said, ortaya attığı kavramsallaştırma ile Batılı birçok araştırmacıyı, oryantalist bakışından dolayı töhmet altında bırakan bir zemin hazırlamıştır. Bu etkinin yansıması, 1970’lerin sonuna kadar yapılan oryantalizm kongrelerinin adından oryantalizm kelimesinin çıkartılmasına kadar varmıştır (Lewis, 1993:224).

Oryantalist paradigmayı dört farklı kritik başlık halinde ele alan Alim Arlı, bu dört süreci sebep sonuç ilişkisi halinde şöyle verir (Arlı, 2004); Haçlı seferlerinin ötekileştirici bir bakışı tarih sahnesine sokmasıyla doğan sorunlu tarihsel miras; Descartes'in epistemolojik düalizmi ile Batı kimliğiyle kategorileştirilen insanı merkeze çeken bakış açısı; hem ticaret ve kapitalizmin hem de sosyal bilimler ve edebiyatın dünyayı Batı merkezli tekdüzeleştirilen etkisi; Batı kavramının coğrafi bir terim olmaktan çıkartılıp ideolojik bir kavram haline getirilmesi. Bu dört etki Doğu’yu Batı’nın gözünde bir öteki haline getirmiştir.

Oryantalizm yalnızca Müslümanlara ya da Ortadoğu'ya yönelik değil, Asya, Afrika ve Uzakdoğu'ya da Avrupa merkezli bir bakıştır. Aynı zamanda ABD'li oryantalist Ralph Waldo Emerson'un yazılarında işaret ettiği üzere (akt. Türer, 2002:160), ABD'nin Hindistan özelinde Doğu'ya bakışı gibi geniş bir yelpazeye de hitap eder. Batı'nın bu bakıştan elde ettiği şey '*yararlanmadır*'. Ki bu bakıştaki yararlanmanın değerli kısmı yine bakışı yapan Batı'nın özneliğidir. Doğulu ögeyi yaratan Batılının öznel bakış yeteneğidir. İfadeye göre Batı'nın bakışı, baktığı Doğulu ögeyi değerli kılmaktadır (Yavuz, 2012). Amerikan felsefesinin önemli isimlerinden Emerson, oryantalist pratikten bahsederken Doğu'yu teslimiyetçi ve kaderci; Batı'yı özgürlüğün ve iradenin temsilcisi olarak addeder. "Bu yüzden", der Emerson, "Biz Batılılar birinci olmak için eğitilmişiz" (akt. Türer, 2002:163).

Edward Said, oryantalizme köklü bir eleştiri getirmiş ve bu söylemi kurucu bir yapıt haline getiren eserini ortaya koymuştur. Said, oryantalist bakışla inşa edilen ötekileştirmeyi yalnızca bir Doğu kültürü tasviri ve bu kültürün alaşağı edilmesi olarak görmez, aynı zamanda bu ötekileştiren bakış açısı ile Batı'nın elde ettiği konum ve güce vurgu yaparak iktidar ilişkilerine işaret eder. Said temellendirdiği görüşlerinde Şark (Doğu) ile Garp (Batı) arasındaki ilişkiyi bir egemenlik ve iktidar ilişkisi olarak ele alır (Said, 1995). Bu noktada oryantalizme eleştirisini yönelten Said, "Doğu'nun meselelerini bir sınıf, bir muhakeme, bir hapishane açısından ele alan, analiz eden, inceleyen, yargılayan, gözeten ve yöneten bir doğu bilimdir" ifadesini kullanır (Said, 1995:65). Said, oryantalist bilgi ve söylem aygıtını, sömürgeci siyasal ekonomik aygıtı ile ilişkilendirmiştir (Yıldırım, 2002:143). Aynı şekilde Said'e göre Oryantalist söylem yalnızca sanat eserleri, yazın eserleri veya düşünsel ürünlerde değil; aynı zamanda bilimsel alanda (Sacy ve Renan örneği) veya siyasal alanda da (Cromer ve Balfour örneği) üretilmektedir (Said, 1996:52-64)

1970'li yılların sonu Doğu-Batı denklemi, siyasal söylem ve oryantalizm kavramı için kritik gelişmelerin yaşandığı yıllar olmuştur. 1978 yılında Edward Said'in Oryantalizm kitabını yazması, Sovyetlerin Afganistan işgali, İran'daki İslam devrimi

gibi gelişmeler Doğu-Batı denklemindeki kavramların yeniden tanımlanmasına ve yeni bir kimlik kazanmasına yol açmıştır. Edward Said'in özellikle ABD'nin İslam ve Arap dünyasına yönelttiği oryantalizmi kavramsallaştırması, Fransız düşün dünyasında İslam dünyasına yönelik söylemlerin geliştirilmesi, Fransız '*Tersine Oryantalizm*' bakışına da zemin hazırlamıştır. Foucault'nun da etkisini hissettiği *Fransız tersine oryantalizmi*, iki temel ilkeye dayanan bir paradigmadır; İslamcılık kavramının modernizmin bir aktörü olduğu ve İslam dininin Müslüman halkların temel dili ve kültürü olduğunu savunur (Achcar, 2019:56). 19. yüzyılda oryantalizmin üzerine inşa edildiği söylem, Doğu'nun geriliği ve Batı'nın bu geriliğe karşı bir toparlanma sunacağı yönündedir. Batı, Oryantalizm kavramı ile imgede bir iktidar alanı yaratmaktadır. Hafızalarda yaratılan bu iktidar kavramı Foucault'nun bilgi-iktidar kavramı ve Gramsci'nin hegemonya kavramıyla benzerlik göstermektedir. Postmodern görüşlere de sahip olan, kavramsallaştırdığı oryantalizm kavramı ile yüzlerce yıllık çalışma alanına disipliner bir yenilik getiren Edward Said, fikirlerinden yola çıktığı Foucault'nun güç-iktidar ilişkisi kavramını, '*bilmek, iktidar olmanın, hükmetmenin yoludur*' şeklinde yorumlayarak, Batı'nın Doğu'yu bilmesini, aslında Batı'nın Doğu'ya hükmetmesinin bir aşaması olarak işaret eder.

Merkezine oryantalizm olgusunu koyduğu eleştirel küreselleşme görüşünü dile getiren Fuat Keyman, oryantalizmi bir ötekileştirme olarak görürken; ötekileştirmeyi de dört farklı başlıkta ele alır; kültürel bir nesne olarak öteki, bir 'varlık' olarak öteki, söylemsel bir kurgu olarak öteki ve farklılık olarak öteki. Keyman, Batı'nın farklı olanla iletişime girmeden, konuşmadan, tartışmadan, onu kültürel ve imgesel olarak kodladığı bir işlem (2002: 17) olarak gördüğü oryantalizmi, sonraki adım olarak da "Farklılıkları ötekileştirme süreci" (Keyman, 2002:18) şeklinde ifade eder.

Günümüzde daha sistemli ve formel bir yapı haline gelen oryantalizm çalışmaları için dünyanın önde gelen üniversitelerinden Oxford Üniversitesi'nde 'Orientalism studies/Oryantalizm Çalışmaları' adında bir bölüm kurulmuştur. Bu

bölümde Yakın Doğu Tarihi, Arapça, Çin, Mısırbilim ve Eski Doğu Araştırmaları, İbranice, Japonca, Yahudi çalışmaları, Persçe, Persçe'ye bağımlı diller, Sanskritçe, Türkçe, Türkçe ve Bağımlı Diller alanında eğitim verilmekte, araştırma alanları geliştirilmektedir (Oxford, 2020).

Sanat - Oryantalizm İlişkisi Üzerine

Oryantalizmin tarihsel kökenine bakıldığında görülen ilk sanatsal ürün, Herodot'un İlyada adlı eseridir. Eserde yer alan Grek medeniyeti ve Grek olmayan Asya (Said, 1995:86-90) ayrımı, günümüz Doğu-Batı ayrımının söylemsel arketipidir. Batı'nın bir *öteki* yaratıp sonra öteki üzerinden kimliğini inşa etmesinin argümanı olan oryantalizm, öncelikle ve çoğunlukla sanat eserleri üzerinden icra edilmiştir. Edebi metinler, Doğu'ya ilişkin resimler ve çizimler klasik oryantalizmin tipik örnekleridir. Batı'nın Doğu'ya bakışını temsil eden ve Doğu'yu Batı'nın imgesinde ve Batı merkezli dünya görüşünde şekillendiren imge de bu tür sanat eseri ve söylemler üzerinden üretilmiştir. Doğu'yu gezen seyyahların seyahatnameleri, Haçlı Seferleri, keşifler çağı ve sömürge dönemi Doğu'ya yönelik Oryantalist bakışın aşamalarını ve işlevini yeniden belirlemiştir. Batılı sanat eserlerinde Doğu imgesi egzotik, tuhaf, gaddar, zevk düşkünü, Batılı için heyecan ve maceranın, Doğulu için durağanlığın ve miskinliğin mekânı olarak ifade edilmiştir (Erkan, 2009:27).

Edward Said'in de dediği gibi, "Oryantalizm her an yeni bir referans eserine yol açacak karakteri taşımaktadır" (1978:40). Oryantalizmin işaret edilen bu karakteri, resim, roman, hikâye ve heykel gibi sanat eserlerinin yanı sıra sinema gibi bir temsil alanında da kendine yer bulmaktadır. Yine aynı şekilde, oryantalist ötekileştirme dönemin politikasına uygun olarak bir kültür/ülkeyi yanına çekme veya daha da ötekileştirme aşamasında Batı'nın bir enstrümanı olmuştur. Oryantalizm, bir Batı ürünü olarak daha ileri şekilde kendisini yaratan kültürün ihtiyaçlarına cevap vermiştir (Said, 1995:40). Dönemin politik gelişme ve gerilimleri (Haşhaş krizi, Kıbrıs Harekatı, ambargo vb.) Batı'nın pratiklerinde uluslararası arenada Türkiye'yi

yalnızlaştırma ve ötekileştirme ihtiyacını doğurmuştur. Bu yaklaşım sanat eserlerine de yansımıştır.

Şeyh Fantezisi: Çöl Romansında Oryantalizm ve Feminin Arzu makalesinin yazarı Evely Bach, Doğu'nun oryantalize edilmesini Çöl Romansı ve şehvet üzerinden ele alır. "Batı fantezisi, her şeyhi her an emirlerine amade çekici kadınlarla dolu bir hareme sahip diye düşünür" ifadesi, Batı sinemasında geleneksel oryantalizm kodlamasına örnektir. Bu eserde Arap şeyhine atfedilen rol, kadınlarla dolu harem ve zevkine düşkün bir Doğulu şeklindedir (akt. Kömeçoğlu, 2002:46). Oryantalizm, bir söylem üretme alanıdır. Bu söylemin üretilmesinde ilk dönemlerde yazınsal ve resim gibi görsel ürünler etkili olurken, günümüzde bu söylemin en etkin alanlarından birisi sinema olmuştur. *Media Culture* (1995) kitabının yazarı Douglas Kellner, medyanın kültür üzerindeki etkisi ve medya ürünleri ile toplumsal gerçekliğin radyo, televizyon, film ve kültür ürünleri ile yeniden yaratıldığına işaret eder. Kellner, "Bu ürünlerdeki temsillerde erkek ya da kadın, başarılı ya da başarısız, güçlü ya da güçsüz olmanın ne anlama geldiğinin modelleri kalıplaşmaktadır" der (Kellner, 1995:2).

Oryantalizmin Sinemaya Yansımaları

Sinema filmleri, barındırdıkları örtük ve açık anlamlar ile hem söylemsel hem de göstergebilimsel yönden oryantalist öğeleri bünyesinde barındırmaktadır. Hareketli görsel öğelere dayalı bir anlatı tekniği olan sinema hem kitle iletişim aracı olması hem de gerçekliğin yeniden inşasındaki rolü ile öne çıkan bir sanat formu niteliğindedir. Sinema, Fransız düşünür Louis Althusser'in devletin ideolojik aygıtları olarak işaret ettiği kitle iletişim araçlarından birisidir (Althusser, 1994:40). İdeolojinin yeniden üretilmesi noktasında önemli bir işlev görmektedir. Oryantalizm, bilme ve hükmetme bağlamında sanat eserlerinden kültürel çalışmalara kadar her türlü alanı önce bilme, sonra bildiğine hükmetmenin aracını oluşturma noktasında önem arz etmektedir. Mahmut Mutman, "Eğer Şarkiyatçılık bilgi üretiyorsa onu eleştirmenin anlamı nedir?" sorusunu sorar ve şu yanıtı verir; "Onu eleştiririz çünkü, şarkiyatçılık bilginin yanı sıra ideoloji de üretir" (2002:106). Oryantalizmin bilginin yanı sıra

ideoloji de üretiyor olması ve bu ideolojik bakışın bir öteki yaratma icraatına dönüşmesi, sinemanın da konusu olmuştur.

İspanyol yazar Nicolas Gonzalez Ruis sinemadan bahsederken, “Temelinde her film bir propagandadır” (akt. Alim Şerif Onaran, 1999) der. Rus yönetmen Aleksey Sokolov ise medya ve sinemanın insanın eksikliğini sömüren araçlar olduğunu şu sözlerle ifade eder; “Sinema ve televizyon, izleyicinin bilincine sıradan bir haber bülteninin iletilmesinden sanat yapıtının iletilmesine kadar, en değişik amaçlarla insanın görme organlarının yetersizliğini sömürmektedir (2006:7). Sinema bazı yapıtlarda ise ötekileştirmenin aracı olur. Batı için bir öteki olan Türkler ve İslamiyet, Batı yazını ve görsel dünyasında önemli bir yer edinmiştir. Ötekini yaratma ihtiyacı hasıl olduğunda, Doğu kültürü; İslamiyet, Türkler ve İstanbul özelinde ötekileştirmenin mekânı olmuştur. Ahmet Gürata’ya göre; “Erken dönem seyahatnamelerinden beri İstanbul’un sinemadaki temsili pek değişmemiştir. Kozmopolitan bir şehir olarak İstanbul tıpkı Doğu-Batı, komünist-kapitalist, Asyalı-Amerikalı ve egzotik-modern gibi birçok ikili karşıtlık ortaya çıkarır” (2011, 25).

Batı kültürünün sinema öncesi anlatı tarzı olan romanı bir sahtecilik ve gerçekliğe yabancılaştırma aracı olarak gören Roland Barthes, imgesel olana gerçeğin bir giysisini giydirerek sahtenin bir doğruya eşitlendiğini belirtir (1989:38). Oryantalist ötekileştirmenin resim, gezi yazıları, roman gibi bir diğer aracı olan sinema da Barthes’ın belirttiği gibi gerçekliğin yeniden kurgulanması, sahteliğin kurgulanan gerçeklik ile servis edilmesi aşamasında Batı tarafından kullanılmaktadır.

Sinemada oryantalist temsilin hâkim olduğu çok sayıda kült film bulunmaktadır. Özellikle Hollywood sineması hem Doğu’yu yeniden tanımlamak hem de bir öteki yaratmak adına oryantalist söylemi sık sık sinema yapıtlarında kullanmıştır. Midnight Express (1978) (Geceyarısı Ekspresi) filmiyle beraber akla gelen en önemli kült filmler Lawrence of Arabia (1962) (Arabistanlı Lawrence), The Physician (2013) (İbn-i Sina: Hekim), The Ten Commandments (1959) (On Emir), Indiana Jones Raiders of the Lost Ark (1981) (Kutsal Hazine Avcıları) gibi filmlerdir.

Teknolojinin gelişmesiyle beraber kitle iletişim araçlarının çeşitliliği ve işlevi de artmıştır. Kitlelere ulaşma ve söylemi iletme konusunda sinema hem yazınsal hem görsel hem de söylemsel yönüyle önemli propaganda araçlarından birisi olmuştur. Edward Said'in, "Elektronik çağın özelliklerinden birisi de Doğu'yu anlatan ön yargı ve kalıpların gittikçe daha da güçlenmesidir" (1995:46) şeklindeki ifadesi, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasının, söylemin de yaygınlaşması ve keskinleşmesine etkisini göstermektedir. Andrew N. Rubin, oryantalizmin başlıca hedefinden bahsederken, "Batı kültürünün Müslüman Doğu'yu temsilinde, baskıcı ve zorlayıcı olmayan bir bilgi ve güç formu için gerekli şartların oluşmasını sağlamak" (2004: 32) ifadesini kullanır. Oryantalizmin baskıcı olmayan tahakküm araçlarından birisi de sinemadır. Sinema yapıtları üzerinden zorlayıcı ve baskıcı olmayan bir bilgi ve güç formu oluşturulur.

2. Oryantalizm Kavramı Bağlamında Midnight Express (1978) Filminin İncelenmesi

2.1 Yöntem

Türkçeye *Geceyarısı Ekspresi* adıyla çevrilen 1978 yapımı Midnight Express filmini konu edinen çalışmanın yöntemi içerik analizi yöntemidir. Oryantalizm kavramı bağlamında ele alınan filmde çok sayıda söylemsel ve göstergebilimsel öge, sosyal bilimlerde sıkça kullanılan içerik analizi (content analysis) yöntemiyle yorumlanmıştır. İçerik analizi, metinlerden ve diğer anlamlı çıktılardan geçerli çıkarımlar yapmak için kullanılan bir araştırma tekniğidir (Krippendorff, 1980:18). Bu yöntem, ampirik olarak temellendirilmiş, hem nitel hem de nicel çalışmalarda kullanılan bir yöntemdir. İletişim, medya, sinema, reklam, edebiyat, eğitim, politika, psikoloji/psikiyatri, sosyoloji gibi sosyal bilim alanlarında kullanılan içerik analizi yöntemi, modern sosyolojinin kurucusu olarak bilinen Max Weber'e kadar dayandırılır. Weber, *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu* (1904-1905) kitabında, Benjamin Franklin'in metinlerini yorumlayarak içerik analizine yönelik ilk çalışmalardan birisine imza atmıştır. 18. Yüzyılda İsveç'te dönemin ilahilerinde yer

alan sembollerin incelenmesine yönelik çalışma da içerik analizinin ilk örneklerinden sayılır. İçerik analizinin disiplinler bir şekilde kullanılması ise 1900'lü yılların başında ABD medya içeriklerinin incelenmesiyle ortaya çıkmıştır. Gazete, radyo ve televizyonun birer propaganda aracı olduğunu kanıtlamaya yönelik çalışmaların temel yöntemi olmuştur. Nazi Almanya'sında resmi olarak propaganda aracına dönüşen özellikle radyo ve diğer kitle iletişim araçlarının ürettiği çıktılar, içerik analizi yöntemiyle açılmıştır. İçerik analizinin işlevi, benzer nitelikteki içerikleri belirli bir tema ve kavram çerçevesinde bir araya getirip yorumlayarak, okuyucunun anlayacağı nitelikte bir yorum ortaya koymaktır. Bu yöntemle bir görsel, anlatı, metin ya film aracılığıyla bir olayın, kültürün ya da grubun nasıl temsil edildiği açıklanır (Bell, 2001).

Metnin okunması, sosyal bağlamda kullanılması ve analizi içerik analizinde uygun bir metafor işlevi görür. İçerik analizi yöntemini de içine alan sosyal bilimsel araştırma, toplumsal ilişkilerin altında yatan kaynağı açığa çıkarmak ve insanlara (özellikle de daha güçsüz olanlara) yetki vererek toplumsal ilişkileri eleştirmek ve dönüştürmek için araştırma yürütür (Neuman, 2014:142). Klaus Krippendorff, *Content Analysis* (1980) adlı eserinde, içerik analizinin tanımını şu şekilde aktarır; "Bir iletişim materyali gövdesinin (kitap veya film olarak) tezahür ve gizli içeriğinin, anlamını ve olası etkisini belirlemek için sınıflandırma, tablolama ve anahtar sembol ve temalarının değerlendirilmesi yoluyla analiz yapmaya içerik analizi denir" (1980:2). Yazar aynı zamanda içerik analizinin tarihçesini, bilinç sahibi insanın yazı ve sembol gibi şeyleri kullandığı mağara çizimlerine kadar dayandırır.

İçerik analizi, merkezine kutuplaştırmayı koyan baskın uygulama, sosyal düzen ve söylemlere karşı geliştirilmiş eleştirel bir yaklaşımdır. Farklı sanat eserlerinde ve medya metinlerinde anlamın nasıl farklılaştırılarak ve öznenin nasıl ötekileştirilerek kurulduğunu ortaya çıkarmayı amaçlayan söylem analizi, *Midnight Express* filmi özelinde saldırgan oryantalist söylemi açığa çıkaracak şekilde çalışmanın yöntemi olarak belirlenmiştir.

2.2. Dönemin Siyasi Gelişmelerine Genel Bir Bakış

Toplumsal gerçekliğin inşasında önemli bir araç olan sinema, toplumsal gerçekliğin yeniden yapılandırılması veya bozuma uğratılmasında da kullanılmaktadır. İdeolojik bir aygıt olarak da kullanılan sinema, kültür emperyalizmi ve propagandanın aracına da dönüşmektedir. Türkiye ile Batı'nın, özellikle ABD'nin ilişkilerinin siyasi anlamda bozulduğu bir dönemde *Midnight Express* (1978) filminin çekilmesi, sinema ve ideoloji arasındaki bağı göstermektedir. Film boyunca dönemin siyasi iklimi sebebiyle cereyan eden olaylar ve zorunlulukların ulusal politika gibi yansıtılması, propaganda adına tarihsel gerçekliğin çarpıtılmasına zemin hazırlamıştır. Filistinli hava korsanlarının Uganda (1976) ve Somali'de (1977) İsrailileri hedef alan yolcu uçağı kaçırma eylemleri sonrası tüm ülkeler havalimanı güvenliğini artırma yoluna gitmesi de filme konu olmuştur. Billy Hayes'in bindiği takside taksici Hayes'e "Kötü zamanda uçmaya karar vermişsin. Gerillalar her yerde uçakları düşürüyorlar. Dört günde dört uçak, gazeteleri okumadın mı?" diyerek, hava güvenliği anlamındaki alarm seviyesini vurgulamaktadır. Havalimanı sahnesinde bir yolcunun okuduğu gazetenin manşeti de bu konu hakkındadır; (ABD Başkanı) *Nixon Filistinli hava korsanlarına sert çıktı: Ölüm cezası istedi*. Bu bağlamda o dönem adı Yeşilköy Havalimanı olan Atatürk Havalimanı'nda da sıkı güvenlik önlemleri alınmıştır. Yöntemi tartışmalı olması da, filmde yansıtılan havalimanında üst arama sahnesini bir despotluktan ziyade, uluslararası bir güvenlik planının parça olarak kabul etmek mümkündür.

Daha geniş çerçevede Türkiye-ABD ilişkileri, *Midnight Express* filmi öncesi iki önemli kırılma/kriz yaşamıştır. Bu siyasi krizlerden ilki, 1969 yılında göreve gelen ABD Başkanı Richard Nixon'un ülkesindeki uyuşturucu kullanımını engellemek adına Türkiye'nin haşhaş üretimine müdahale etmek istemesiyle meydana gelmiştir. İkinci kırılma noktası da Türkiye'nin 1974 yılında Kıbrıs'a barış harekâtı düzenlemesidir. Askeri harekât, Batı ve ABD siyaseti ve kamuoyunda Türkiye'yi tartışmaların odağı yapmış, ilişkileri kopma noktasına germiştir. Yaşanan siyasal

gelişmeler ve Hollywood sinemasının ABD güncel politikasından etkilenecek sık sık ürünler oraya koyduğu göz önüne alınırsa (Rambo serisi, 300 Spartalı, Argo vs.) Midnight Express filminin, Batı'nın politik çizgisinden kayan Türkiye'nin tavrına yönelik saldırgan bir oryantalist tutum olduğunu söylemek yanlış olmaz.

2.3. Mekâna ve İnsana İlişkin Temsiller

Filmin genel anlatısı içerisinde mekânsal içeriğe, Batı'nın resim sanatında imgeleştirdiği Doğu görselleri hakimdir. Filmin ilk sahnesine eşlik eden İstanbul'daki deniz ve cami manzarası, şehri Doğu'nun en kült temsil örneklerinden olan cami ile özdeşleştirir. Akşam güneşinin batmak üzere olduğu sahnede Doğu, batmakta olan güneşin verdiği izlenime eşlik edercesine (kendi içerisinde bir karmaşa ve keşmekeş barındırsa da) durgun, hareketsiz, enerjisiz olarak addedilir. Ayrıca Doğu, batmakta olan bir güneş, diğer bir ifadeyle gününü doldurmuş ve batmakta olan bir medeniyettir.

Filmdeki İstanbul görüntülerinde kalabalık meydan ve sokaklar, asık yüzlü, bitkin, bakımsız ve yorgun insanlar, keşmekeşe dönmüş pazar yerleri ve mekanları ile Doğu, Batı'nın hayal dünyasındaki o egzotik ve gizemli Doğu görüntüsünden çok uzaktadır. Hayaldeki Doğu'nun yerini, saldırgan oryantalizme araç olan film boyunca hayal kırıklığındaki Doğu almıştır.

Yerli kadına ilişkin temsillere, filmde rolü olan bir yerli kadın olmadığı için genel mekanlar üzerinden yer verilmiştir. Filmin başlangıcında havalimanındaki yolcular üzerinden verilen ayırmda, Türk kadını hem kapalı/çarşafly Doğu kadını olarak hem de açık ve modern giyimi ile Batı kadını olarak gösterilmiştir. Aynı mekânda oturan bu iki kadın temsilini, Doğu'nun bünyesinde barındırdığı tezatlıgın bir tezahürü olarak okumak yerinde olur. Bu noktada Batı, Doğulu olanı yalnızca öteki olarak resmetmekle yetinmez, bunun yanı sıra kendisini bir rol model olarak sunma suretiyle kontrol altında tutup manipüle ederek yeniden üretme yoluna gider (Rubin, 2004:23).

Filmin genel anlatısındaki Doğulu erkek temsili ise farklılık göstermekle beraber Doğu despotizmi ve gaddarlığı ile yansıtılmıştır. Dış mekân ve havalimanı gibi sahnelerde Doğulu erkek figürü despot, ilgisiz, dağınık, bakımsız ve sürünün bir parçası olarak resmedilmiştir. Filmdeki Doğulu karakterler ise kurnaz, entrikacı, gaddar, şehvet dolu, kendi kendini yönetemeyen, mistik ve mantıktan yoksun olarak verilmiştir. Özellikle hapishane müdürü Hamidou karakteri ve koğuş sorumlusu Rıfki üzerinden verilen Doğu despotizmi, acımasızlığı, hukuksuzluğu, empatiden yoksunluğu ve işkenceyi, şiddete düşkünlüğü ile saldırgan oryantalist öğeler olarak göze çarpmaktadır.

Midnight Express (1978) Filminin İçerik Analizi

Oryantalizmin sinemaya yansımasının kült örneklerinden birisi olan ABD-İngiltere ortak yapımı Midnight Express (1978) filminin yönetmenliğini Alan Parker yapmıştır. Amerikalı turist Billy Hayes'in yaşadığı olayları kaleme aldığı kitabından uyarlanan film hem döneminin hem de günümüzün çok sayıda siyasi ve kültürel tartışmasının merkezinde yer almıştır. Billy Hayes turist olarak geldiği İstanbul'dan ülkesine dönerken, kaçak olarak yurt dışına çıkarmak istediği uyuşturucu ile havalimanında yakalanmıştır. Filmin konusu, Hayes'in uyuşturucu kaçakçılığı gerekçesiyle gözaltına alındığı andan, hapishaneden kaçtığı ana kadar olan süreci ve filmin saldırgan oryantalist diliyle ifade ettiği insanlık dışı onlarca olayı içermektedir.

Senaristliğini Oliver Stone'un yaptığı, başrolde Billy Hayes rolünde Brad Davis'in oynadığı film, *En İyi Uyarlama Senaryo*, *En İyi Film Müziği*, *En İyi Yardımcı Erkek Oyuncu*, *En İyi Film*, *En İyi Yönetmen* ve *En İyi Film Kurgusu* olmak üzere beş dalda Oscar'a aday gösterilmiştir. 1979 yılı Oscar'larında büyük ses getiren film *En İyi Uyarlama Senaryo* ve *En İyi Film Müziği* dalında ödüle layık görülmüştür.

Amerikalı turist Billy Hayes'in başından geçen ve yine Hayes (filmde ismi William Hayes olarak yer alır) tarafından kaleme alınan olaylar bütünü İstanbul'da geçmektedir. Filmde Türkiye'nin ve Türklerin modernleşmemiş, az gelişmiş, otoriter yönetim ve anlayışa sahip, kurumsallaşamamış kurumlarının olması; adaletin

göstermelik ve despot yönetimin kontrolünde olduğu vurgusu yer alır. Mesela, filmin mağdur kahramanı Billy Hayes'in ikinci kez hâkim karşısına çıktığı sahnede, hâkimin "Biliyorum bu ceza senin için fazla ama yapabileceğim bir şey yok. Elim kolum Ankara tarafından bağlı" (Midnigth Express, 1978) ifadesini kullanması, hukuk kavramı ve kurumunun var olamamış ya da nasıl yozlaşmış olduğuna gönderme yapmıştır. Bu sahnedeki abartılı ötekileştirme, Fuat Keyman'ın "Batı medeniyeti farklı medeniyetleri geleneksel öteki, az gelişmiş ya da otoriter olarak kurduğu sürece kendisini modern, gelişmeci ve demokratik olarak tanımlayabilir" (2002:24). ifadesindeki ötekileştirme ile örtüşür. Batı kendisini tanımlamak için, bir öteki olarak Doğu'yu tanımlamak zorundadır.

Doğu despotizmi film anlatısı içerisinde sık sık vurgulanır ve abartılı şekilde dile getirilir. Herhangi bir modern ülkede bulunmasına imkân olmayan zindan tarzı hapisane, falaka gibi açıktan açığa işkence usulleri, çocuk, yetişkin ve yaşlı demeden her yaş aralığından insanın aynı hapisane içerisinde olması Batı'nın yüzyıllardır imgesinde kurguladığı Doğu, kargaşa ve kaos birlikteliğini söz konusu filmde de yansıtma girişimi olarak göze çarpar. Bu çalışmada *saldırgan oryantalizm* olarak kavramsallaştırılan bu oryantalizm türünde, Doğu medeniyetinin barbar ve despotik olduğu sık sık uç örnekler ile vurgulanmıştır. Film boyunca iyi insanlar hep Batılı, kötü insanlar hep Doğulu olarak yansıtılır. Batılı karakterler iyinin, doğru olanın, anlayışlı ve uyumlu olanın, günümüz evrensel insanlık ve hukuk anlayışını özümsemiş olanın vücut bulduğu karakterlerdir. Doğulu karakterler ise gaddar, barbar, anlayışsız, zevk düşkün ve sapkınlık eğilimli, kurallara uymayan, işlerini bilmeyen ve görevlerini suiistimal eden, buldukları kurumları yozlaştırmış insanlar olarak lanse edilir.

Film anlatısındaki Doğu sunumu, Batı'nın Doğu'ya bakışındaki tarihsel süreci tekrarlar niteliktedir. Başlangıçta Doğu (İstanbul) egzotik ve masalsi bir mekân olarak sunulur. Güneşin batışı, altın sarısı bir şehir manzarası, ezan sesi, camii silüetleri ile İstanbul bir masal şehri gibi yansıtılır. Oryantalizmin tarihsel gelişimine koşut olarak filmin başlarında tanımaya ve keşfetmeye yönelik olan oryantalist ele alış, filmin

geneli ve sonuna doğru saldırgan bir oryantalizme dönüşmüştür. Merak içerisinde seyredilen Doğu anlatısı, filmin ilerleyen bölümlerinde Doğu'nun kötülüğü, gaddarlığı ve despotizmine ayna tutan bir nesneye dönüşür. İngiliz ve Fransız oryantalizminin ağırlığının olduğu tanıma ve tanımlamaya yönelik oryantalizmden, ABD egemenliğindeki Hollywoodvari ötekileştirici saldırgan oryantalizme... Kaderciliğin müzikle ifadesi olan arabesk müzik ise İstanbul'a ilişkin her türlü mekânda (pazar, cadde, havalimanı vb.) birçok sahnede yer almıştır. Havalimanı bekleme salonu sahnesinde yine arabesk bir şarkı arka planda çalmaktadır ve çarşafli Türk kadını ile modern giyimli Türk kadını/fesli adamla şapkalı adamın aynı anda kadraja sokularak oryantalizm ile 'doğululaştırılan' Türkiye'nin kendi içinde Doğu-Batı ikiliğine de gönderme yapılır.

Oryantalist söylemi doğuran şey, Batı'yı kavram ve olguların merkezine koyan ve 'şeylere' ilişkin bilgilerin çıkış noktası olarak Batı'yı gösteren anlayıştır. Billy Hayes'in kız arkadaşı olan Batılı kadın karakterin, "Türkiye'de her şeyi tersinden yapıyorlar" sözü, doğru-yanlış anlayışını Batı merkezli bir doğru ve düzenden yola çıkarak inşa edildiğini, Batı standardı dışında olan uygulamaların yanlış ya da ters olduğu vurgusu yapılmaktadır. Aynı şekilde Billy Hayes'in mahkeme salonunda hâkim, avukat ve diğer Türk yetkililere adalet ve toplum konusunda nutuk verirken kullandığı kelime ve kavramları Batı orijinli bir referansa dayandırdığı görülmektedir.

Doğu kültürü kendi içsel sistematığı ve toplumsal işleyişini gerçekleştirememiş, kişisel ve toplumsal ilişkilerin suistimal edildiği, adaletin, hukukun, yönetimin yozlaştığı bir yer olarak gösterilir. Doğu'nun ciddiyetsizliği ve sorumsuzluğu filmdeki birçok sahneye simgesel olarak yansır. Havalimanındaki üst aramasında polisin 'Adamın üzerinde bomba var!' uyarısına rağmen diğer polisin hiçbir tedbir almadan yaklaşip eliyle kontrol etmesi bu ciddiyetsizliğe örnektir. Doğulu olanın düzensizliği, ciddiyetsizliği ve kargaşasını Billy Hayes'in havalimanında gözaltına alınmasından sonraki sahnelerde de görmek mümkündür. Bavuldan çıkartılan eşyalar polis tarafından tek tek kırılıp dökülmekte, yerlere atılmaktadır. Suçlunun fotoğrafını

çekmek için toplanan polislerin gösterdiği lakayt tavır, ast üst ilişkisinin ortadan kalkmış olması, Batılı göz olan Hayes'in o gergin anında bile gülmesine ve küçümser bakışına yol açmıştır. Doğu'nun kurumsallıktan, işini ciddi yapmaktan ve sorumluluk sahibi olmaktan uzak oluşunun mesajları ilerleyen sahnelerde de verilir. Polisin fotoğraf çekimi sonrası Hayes botunu çıkartır ve oradan da iki üç paket sigara düşer. Polis amiri, arama yapan polislerin başındaki ismi azarlamaya başlar. O ise aramayı iyi yapamayan ve üstünden azar işitmesine neden olan polisleri tokatlamaya başlar. Amirin fırça atması, diğer polisin astlarını tokatlaması ve oluşan kaos ortamını Hayes bir koltuğa oturup şaşkın gözlerle izlemeye başlar. Doğu'nun egzotik, kargaşa ve düzensizliğe açık bu penceresi, Batı'nın bakışına maruz kalır. Hayes'in arkasına yaslanıp yarı şaşkın yarı alaycı Doğu seyri, Edward Said'in eleştirdiği oryantalist bakışın film anlatısındaki temsilidir.

Politik gerilimin bir yansıması olarak değerlendirilen filmde, Türkiye'nin kültürü ve turizm potansiyeli de hedef alınmıştır. Olayın kahramanı Hayes, babası ile arasında geçen sohbette, İstanbul'u beğenip beğenmediğini sormaktadır. Aldığı yanıt şu şekildedir; "İstanbul ilginç bir şehir. Doğrusunu söylemek gerekirse yemekleri berbat. Küçük restoranlarda sattıkları iğrenç yemekler... Tuvalete gitmek zorunda kaldım. Gerçi tuvaletin de halini görmem lazımdı. Artık işimi şansa bırakmayacağım. Her akşam Hilton'da biftek ve ketçaplı patates kızartması yiyeceğim". Yemek kültürü ile öne çıkan Türk mutfağı, filmde yemekleri ve sunumu açısından 'mide bulandırıcı' olarak sunulmuş; Batı'nın fast food kültürü olan patates ve hamburger tüm bu 'mide bulandırıcı' kültüre karşı bir kurtarıcı rolüyle ödüllendirilmiştir.

Bir başka sahnede, Billy Hayes'in yargılandığı mahkemede söz alan Türk avukat, oldukça saldırgan bir Batı karşıtlığı ve aynı zamanda Batı'ya karşı kendini ispatlama/onaylama içgüdüğü ile savunma yapmaktadır. Avukatın sözleri şu şekildedir;

Bütün dünyanın gözü üzerimizde. Bizi eroinin menşei ve tedarikçisi olarak görüyorlar. Dünya bize sırt çevirmeden adımızı temize çıkarmanın zamanı

geldi. Kendi kaçakçılarımızı cezalandırdığımız gibi sapıklıkları ve Allahsızca davranışları ile Türk kültürü ve örfünü hiçe sayan tüm yalancılara karşı Türk adaletinin doğruluğunu göstermeli, gerektirdiği tedbirleri almalıyız. Hayes'e ömür boyu hapis cezası vererek Türk adaletinin doğruluğu ve esrar kaçakçılığı ile mücadele azmimizi tüm dünyaya ispat etmeliyiz.

Türk avukat buradaki konuşmasında yargılamayı adalet ya da hukuk bağlamında değil, bir '*ders verme*', '*öç alma*', '*ötekileştirilmeye karşı bir yaptırım uygulama*' olarak görmektedir. Avukatın Billy Hayes'i işaret ederek "Tüm bu sapıklıkları ve Allahsızca davranışları ile Türk kültürü ve örfünü hiçe sayan tüm yalancılara karşı Türk adaleti" vurgusu, oksidentalizm örneği olarak da kendisini açığa vurmaktadır. Hint akademisyen Partha Chatterjee, üçüncü dünya milliyetçiliği söylemi üzerine konuşurken, Batı modernitesine karşı geliştirilen milliyetçi söylemin aslında pratikte Batı'nın oryantalist söylemine içsel bir zemin hazırladığını belirtir (akt. Keyman, 2002:30). Film boyunca da avukatın, söylemleri ile adaletin değil 'intikam almanın' peşinde olması, Batı'nın oryantalist bakışıyla Doğu kültürü ve kurumları ötekileştirilmesine örnektir.

Billy Hayes'in mahkemeye ve avukata yönelik yanıtında ise sert ve saldırgan oryantalist söylemlere yer verilir. Hayes, hedef aldığı Türk avukata şöyle seslenir; "Eğer benim durduğum yerde sen dursaydın, hiç bilmediğin bir şeyi öğrenirdin; merhamet. Toplum anlayışının merhamet kavramına dayalı olduğunu anlayabilirdin. Adalet anlayışını anlardın. Gerçi bu söylediğim bir ayının tuvalete gitmesini istemekten farksız. Bir domuz milleti olmanıza rağmen onları yemiyor olmanız çok komik". Söylemin sertliği, domuz detayının kullanılarak inanç üzerinden de bir ötekileştirme yapılması, Batı'nın söylemsel üstünlüğünün Doğu'yu yargılama, tanımlama, kimlik atfetme, kötünün mekânı olarak belirleme hakkına da sahip olduğunu işaret etmektedir. Oryantalist anlatı bu tür sahnelerde Doğu'yu kötü

işaretleyerek Batı'yı bu 'kötülüklerden' muaf bir merkez olarak göstermektedir (Mutman, 2002:191).

Fred Halliday, oryantalizmin özündeki meselenin dil, din ve ırk olduğunu vurgular (Halliday, 1993:91). Türkü ile başlayan sahnede, işkence yapılan kişinin çığlıkları duyulmaktadır. Hapishanede Batılı üç mahkûmun arkadaş edinip beslediği kedinin, Türk gardiyan Rıfkı tarafından öldürülüp tavandan asıldığı sahnedeki ezan sesi ile diğer işkence sahnesine eşlik eden türkü sesi bilinçli olarak seçilmiş; işkence, gaddarlık ve cinayetin Doğu ile ilişkilendirilmesine destek sağlayan sahnelerdir.

Akli dengesi yerinde olmayanların sevk edildiği hastanede (filmde yine zindan ortamı olarak tasarlanmıştır) bulunan kişiler bir sütun etrafında sağ tarafa doğru dönerek sütunu tavaf etmektedir. Billy Hayes ise sola doğru, yani sütunu tavaf edenlerin tersine doğru yürümektedir ve tüm diğer deliler onu engelleyip doğru tarafa yürümesini isterler. Deliler arasında yer alan, Avrupa eğitimi aldığını söyleye felsefeci Türk ise "İyi bir Türk her zaman sağa doğru yürür" diyerek sorun yaşamaması için herkesle aynı yönde yürümesini ister.

Batı eğitimi alan ve Batı felsefesi ile donanımını sağlayan Türk mahkûm Ahmet, deliler koğuşundaki insanların (gerek kargaşası gerek dini ritüel ve ibadet yapma tarzları ile Doğu'yu temsilen resmedilen delilerin) hatalı ürün olduğunu, o yüzden buraya gönderildiğini söyler. Batılı düşünce ile hareket eden Doğulunun gözünde Doğu ve Doğu insanı 'hatalı üründür'. Doğulu karakterin bu bakış açısı, self oryantalist bir bakış olarak dikkat çeker. Batılı bakış açısını yansıttığı 'hatalı ürün' metaforunu Billy Hayes'e karşı kullanan Türk karakter Ahmet'in Hayes'ten aldığı yanıt ise şudur; "Senin kusurlu olduğunu, seni buraya kusurlu olduğun için fabrikanın gönderdiğini biliyorum. Nereden mi biliyorum? Çünkü fabrikanın kendisi benim. Makineleri ben yaparım". Hayes'in bu sözleri üzerinden fikrin, insanın ve kavramların üretildiği yer olan Batı göndermesi tekrar oryantalist bakış açısının merkezine oturur. Batı merkezli bakış açısında ilimin, bilimin, üretimin, fabrikanın mekânı Batı'dır.

Filmin son sahnesinde oryantalist gönderme ise görsel anlamda yapılmaktadır. Hayes'in hapisshaneden kaçtığı esnada duvara yapıştırılmış olan Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) seçim afişinde 'Kanunsuz Devlet, Dinsiz Millet' ifadesi yer almaktadır. "Buradan kaçmalıyım yoksa burada öleceğim, beni bırakmayacaklar" diyen Hayes'in bu sözleriyle işaret ettiği kanunsuz/hukuksuz devlet algısı, son sahnede göstergesel bir gönderme ile pekiştirilmiş olur.

Batı merkezli bir ötekileştirme biçimi olan oryantalizm, düşük medeniyet ve despot Doğu göndermelerini çok farklı türde eser ve söyleminde kullanmıştır. Doğu genellikle miskin, egzotik, mağlup olmuş, keyfine düşkün, sorumluluktan uzak, ciddiyetsiz, kaderci, despot ve de gaddar olarak resmedilmiştir. Çalışmaya konu olan Midnight Express filmi de keşfetme, tanıma ve tanımlama amacının ötesinde olumsuz özellikler atfederek ötekileştirme yoluna gittiği için saldırgan oryantalizm örneği olarak adlandırılmıştır.

Sonuç

Edward Said'in deyişiyile, 'Batı'nın bir tür yankısı' ve 'Doğu'yu yönetme isteği' (Said, 1995:140) olan oryantalizm, tarihsel süreç içerisinde çok sayıda sanatı eseri, yazınsal eser ve söyleme yansımıştır. Önceleri Batı'nın yaratmış olduğu Doğu coğrafyası ve kültürüne ilişkin bilme, tanıma, keşfetme edinimi olan oryantalist bakış açısı; Batı'nın fiziki ve kültürel hegemonyasını doğrudan hissettirdiği 16-17. yüzyıl itibariyle Doğu'yu yeniden tanımlama, ötekileştirme ve yeniden yaratılan Doğu karakteri üzerinde hegemonya kurma alanına dönüşmüştür. Bir başka deyişle oryantalizm, Batı'nın bir geleneksel öteki yaratma girişimidir (Keyman, 2002:24). Teknolojinin gelişmesiyle ortaya çıkan sanatsal araçlardan birisi olan sinema da, oryantalistin ve oryantalist ötekileştirmenin mekanlarından birisi olmaktadır. Egemen düşüncenin tekrar ve tekrar üretilmesini sağlayan araçlardan olan sinema ciddi bir anlatı türüdür ve bu yönüyle popüler kültürü etkilemektedir (Andrew, 2000:17).

Hem oryantalist bakışın hem de dönemin politik ilişkilerinin yansımalarının net görüldüğü *Midnight Express* (1978) filmi çalışmanın konusu olarak belirlenmiştir. Çalışmanın amacı, üretilen bir medya içeriğinin arkasında yer alan ideolojik çatışmalarının yanı sıra iktidar ve ideoloji ilişkisini, içerik analizi yöntemiyle açığa çıkarmaktır. Edward Said'in *Orientalism* kitabının yayınladığı 1978 yılında çekilen film, oryantalist ötekileştirmenin kült örneklerinden birisi olarak kabul edilmektedir. Türkiye üzerinden yapılan 'Batılı olmayan' ötekileştirmesi, Said'in kitabında önemle vurguladığı oryantalist bakış açısının farklı bir sanat formu üzerinden açığa çıkmasına zemin hazırlamıştır. Çalışmada değinilen dönemin siyasi koşulları da, gerçek olaydan uyarlanan *Midnight Express* (1978) filminin bu denli saldırgan bir üsluba sahip olmasında etkili olmuştur. Yönetmenliğini Alan Parker'ın yaptığı *Midnight Express* (1978), özellikle Hollywood sinema anlatısına yerleşmiş olan Batı merkezci bakış açısını ortaya koymaktadır. Film anlatısı boyunca despot Doğu vurgusu şiddet, cinsel saldırı, psikolojik saldırı, insan hakları ihlali örnekleriyle sık sık vurgulanır. Merkezine Batı'yı alan bir bakış açısıyla yansıtılan Doğu despotizmi (Mardin, 2002) film boyunca sahne, oyuncu ve mekan seçimi, diyaloglar, hikaye akışı gibi unsurlarla sık sık vurgulanmıştır. Doğu, aslında olduğu şey değildir; Batı'nın gördüğü ve görmek istediği şeydir. Said'in dediği gibi, "Oryantalizm tamamen dilsiz bir Doğu'nun varlığına inanır" (1995:143). Bu sebeple Batılının görüşüne göre Doğu'nun keşfedilmesi, ortaya çıkartılması ve anlatılması da Batı'nın görevidir.

Gerçekliğin önemli bir aktarıcısı olan sinema, diğer yandan kurgunun ve yapımcısının düşüncelerinin şekillendirdiği bir araca da dönüşebilir. Jean Mitry'e göre film ile 'oyunabilir' ve film yapımcısının zihinsel şemasına göre yeniden şekillendirilebilir (Andrew, 2000:219). *Midnight Express* filmi de 'gerçeklikle oynanması' ve 'yapımcının zihinsel şemasına göre şekillenmesi' açısından Mitry'in tanımına uygun düşer. Olayın kahramanı Billy Hayes ve kitabı dramatize ederek senaryolaştıran Oliver Stone'un yıllar sonra bu film nedeniyle Türk halkından özür dilemesi, gerçekliğin yeniden kurgulandığı ve zihinsel şemaya göre yeniden

şekillendirildiğine işaret etmektedir. *Midnight Express* (1978), yalnızca bir sinema filmi değil; Batı'nın ve özellikle ABD'nin çıkarlarının çatıştığı Türkiye'yi Hollywood ekranında dünyaya barbar, despotik, adaletten uzak, demokratik ve insancıl dünya için bir tehlike olarak yansıttığı bir 'propagandadır'. Film ve yarattığı etki, sinema ve ideoloji ilişkisine dikkatleri çeker. Sinema ve ideoloji tartışmalarında sık sık dile getirildiği üzere sinema ideolojik kavradaki en önemli silahlardan birisidir (Onaran, 1999:246). Jean Baudrillard bu konuda, ABD sinemasının ideolojik gücünü Vietnam Savaşı üzerinden değerlendirir ve savaşın iki tarafının da galip geldiğinden söz eder. Vietnam arazi üzerinde savaşı kazanırken, ABD ise yaptığı Hollywood filmleriyle zihinsel ve ideolojik alanda kazanmıştır, der (2018:67).

Sömürgeci anlayışın bir bakış açısı olan oryantalizm ile sömürgeci politikanın bir enstrümanı olarak kullanılan sinemanın bir araya geldiği *Midnight Express* (1978) filmi, egemen söylemin karakterine dair kesitler sunmaktadır. Filmin kahramanı Billy Hayes, senaristi Oliver Stone ve yönetmeni Alan Parker'ın, yıllar sonra özür dileyerek içerik ve anlatının bir abartı ve propaganda olduğunu belirtmesi; çalışmanın ele aldığı 'politika, sinema ve ideoloji' ilişkisinin doğrular niteliktedir. Film aynı zamanda, İngiliz ve Fransız egemenliğindeki Doğu'yu tanımaya ve tanımlamaya yönelik klasik oryantalizmin yerini, ABD'nin egemenliğindeki ötekileştiren, saldıran, tahrip eden ve bağlamından kopartan saldırgan oryantalizme bıraktığını göstermektedir.

Sonuç olarak *Midnight Express* (1978) filmi ile ötekileştirilen ve Hollywood sineması aracılığıyla dünyaya adaletsiz ve despot bir ülke olarak sunulan Türkiye imajının, o dönem ABD politikasının ihtiyaçlarına yanıt verdiği görülmektedir. Dönemin politik olaylarına bakıldığında ABD ile Türkiye arasında yaşanan haşhaş krizi, Kıbrıs Barış Harekatı ve Amerikan ambargosu gibi kriz başlıklarının, dünya kamuoyunda ABD'yi bu cepheleşmede meşru gösterecek argümanlara muhtaç kılmıştır. Film boyunca yansıtılan despot Doğulu imajı ve adaletin yozlaşmış olduğu bir işkence ülkesi görüntüsü, ihtiyaç duyulan bu imajın saldırgan oryantalizm aracılığıyla elde edildiğini göstermektedir.

ÇALIŞMANIN ETİK İZİN BELGELERİ

Söz konusu bu çalışmada etik kurul kararı gerektiren klinik ve deneysel insan ve hayvanlar üzerinde bir çalışma olmadığından dolayı etik kurul onayı aranmamıştır.

KAYNAKÇA

Althusser, L. (2002) İdeoloji, (Yusuf Alp; Mahmut Özışık, trans). İstanbul, Türkiye: İletişim Yayınları

Andrew, J. D. (2000) Sinema Kuramları, (İbrahim Şener, trans.) İstanbul: İzdüşüm Yayınları

Arlı, A. (2004) Oryantalizm Oksidentalizm ve Şerif Mardin, İstanbul: Küre Yayınları

Ahcar, G. (2019) Marksizm, Oryantalizm, Kozmopolitanizm, (Engin Abat, trans) İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Barthes, R. (1989) Yazının Sıfır Derecesi, (Tahsin Yücel, Trans.). İstanbul, Türkiye: Metis Yayınları

Baudrillard, J. (2018) Amerika, (Yaşar Avunç, Trans.), İstanbul, Türkiye: Ayrıntı Yayınları

Bell, P. (2001). Content analysis of visual images. T. Leeuwen & C. Jewitt (Ed.), Handbook of Visual Analysis. London, England: Sage Publications

Clifford, J. (1998) Oryantalizm Üzerine, Yıldız, A.(edt.), *Oryantalizm Tartışma Metinleri*, (s.134-159), Ankara, Türkiye: Doğu Batı Yayınları

Çimen, Ü. (2020) Kötülüğün Terlemesi: Tüm Yönleriyle Jean Baudrillard, Erzurum, Türkiye: Atatürk Üniversitesi Yayınları

Enver, A. (2014) Krizdeki Oryantalizm, Yıldız, A. (edt), *Oryantalizm Tartışma Metinleri*, (s.39-78) Ankara, Türkiye: Doğu Batı Yayınları

Erkan, H. (2009) Hollywood Sinemasında Oryantalizm, İstanbul, Türkiye: Kırmızı Kedi Yayınları

- Hungtington, S. P. (2018) *Medeniyetler atışması*, (Murat Yılmaz, Trans.), İstanbul, Türkiye: Vadi Yayınları
- Halliday, F. (1993) *Oryantalizm ve Eleştirmenleri*, Yıldız, A. (edt.), *Oryantalizm Tartışma Metinleri*, (s.78-107) Ankara, Türkiye: Doğu Batı Yayınları
- Hayes, B. (Writer), & Parker, E. (Director). (1978). *Midnight Express* [Movie]. Marshall, A.& Puttnam, D. (Executive producer), New York City, New York, U.S. Casablanca Filmworks
- Kellner, D. (1995) *Media Culture*, New York, USA: publish by Routledge
- Keyman, F. (2002) *Globalleşme, Oryantalizm ve Öteki Sorunu: 11 Eylül Sonrası Dünya ve Adalet*, *Oryantalizm II*, (s.11-33), Ankara, Türkiye: Doğu Batı Yayınları
- Krippendorf, K. (1980) *Content Analysis and Its Methodology*, London, England: Sega Publications
- Kömeçoğlu, U. (2002) *Oryantalizm, Belirsizlik, Tahayyül, 11 Eylül*, *Oryantalizm II*, (s.33-51), Ankara, Türkiye: Doğu Batı Yayınları
- Lewis, B. (1993) *Oryantalizm Sorunu*, Yıldız, A. (edt.), *Oryantalizm Tartışma Metinleri*, (s.217-246), Ankara, Türkiye: Doğu Batı Yayınları
- Mardin, Ş. (2002). *Oryantalizmin Hasıraltı Etkileri*, *Doğu-Batı Dergisi*, 20 (1), (s.111-117), Ankara, Türkiye: Doğu Batı Yayınları
- Mutman, M. (2002) *Şarkiyatçılık/Oryantalizm, Modernleşme ve Batıcılık*, İstanbul, Türkiye: İletişim Yayınları
- Neuman, W. L. (2014) *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nitel ve Nicel Yaklaşımlar*, (Sedef Özge, Trans.), Ankara, Türkiye: Yayınodası Yayınevi
- Onaran, Alim Şerif (1999) *Sinemaya Giriş*, İstanbul, Türkiye: Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları
- Racevskis, K. (2005) *Said ve Foucault*, Yıldız A. (edt.), *Oryantalizm Tartışma Metinleri*, (s.177-199), Ankara, Türkiye: Doğu Batı Yayınları

Rubin, A. N. (2004) Edward W. Said (1935-2003), Yıldız A. (edt.), *Oryantalizm Tartışma Metinleri*, (s.17-39), Ankara, Türkiye: Doğu Batı Yayınları

Said, E. (1995) *Oryantalizm*, (Nezih Uzel, Trans.) İstanbul, Türkiye: İrfan Yayınevi

Sokolov, A. (2006) *Sinema ve Televizyonda Görüntü Kurgusu*, İstanbul, Türkiye: Agora Kitaplığı

Turner, S. B. (2002) *Oryantalizm, Postmodernizm ve Globalizm* (İbrahim Kapaklıkaya, Trans.) İstanbul, Türkiye: Anka Yayınları

Türer, C. (2002) Ralph Waldo Emerson'un Oryantalizmi, *Oryantalizm II*, (s.150-171) Ankara, Türkiye: Doğu Batı Yayınları

Weber, M. (1999) *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu* (Zeynep Gürata, Trans.) İstanbul, Türkiye: Ayraç Yayınları

Yıldırım, A. K. (2002) Edward Said'in Şarkiyatçılık Düşüncesine Eleştirel Bir Bakış, *Oryantalizm II*, (s.135-150), Ankara, Türkiye: Doğu Batı Yayınları

Midnight Express (1978), sinema filmi, yönetmen: Alan Parker, senaryo: Oliver Stone, Billy Hayes ve William Hoffer'ın kitabından, yapımcı: Casablanca Film Works/Columbia, İngiltere

Dijital kaynakça:

Oxford Üniversitesi, Orientalism Studies/Oryantalizm çalışmaları, www.ox.ac.uk/admissions/undergraduate/courses-listing/oriental-studies, 6 Haziran 2002

Yavuz, H. (2012) Anlamak İçin: Oryantalizm 2. Bölüm (belgesel) Dk. 12:55-19.55, <https://www.youtube.com/watch?v=5V1eP-PVJbQ>, Erişim: 22 Haziran 2020

Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No plagiarism detected.

Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed.

Araştırma Makalesi

MUTLAK GÜZELLİĞE ÖVGÜDE BİRLEŞEN İKİ ANLATI:
VENEDİKTE ÖLÜM VE RUH ADAM

Özgehan ÖZKAN*

Özet

Canlı türleri içinde estetik algısı olan tek varlık insandır. Akıllı, yaratıcı yeteneği ve el becerisi ile ortaya koyduğu her yapıtta bir güzellik arama çabası insana özgüdür. Bu çalışmada güzele övgü vurgusu öne çıkan iki metin, Alman Yazar Thomass Mann'ın Venedik'te Ölüm (1912) adlı uzun öyküsü (Aynı zamanda İtalyan yönetmen Luchino Visconti'nin bu öyküden sinemaya uyarladığı aynı adlı film(1971)) ve tarihçi, Türk dili ve edebiyatı uzmanı ve yazar Nihal Atsız'ın Ruh Adam (1972) romanı karşılaştırılacaktır. İki metnin başta güzele övgü olmak üzere hangi noktalarda birleştiği değerlendirilecektir. Araştırmada yazı dilinin ve sinema dilinin birbirini tamamlayan yapısı nedeniyle hem uzun öykü hem de ondan uyarlanan film bir arada ele alınmıştır. Karşılaştırma metinlerarasılık yöntemi ile yapılacaktır. Metinlerarasılık 1960'lı yıllarda literatüre giren bir yöntemdir. Her metnin birbiri ile ilişkili olduğu kabulünden hareket etmektedir. Okuru/izleyiciyi de içine alan bir yaklaşımdır. Eserlerdeki metinlerarası ilişki yazarın diğer eserden tamamen habersiz olduğu halde de kurulabilir. Her metin okur ile buluştuğunda yeniden üretilir ve yeni anlamlar kazanır. Bu çalışmada birbirinden farklı kültürlerde ve farklı türlerde üretilmiş iki metin bir sinema filmi olan Venedik'te Ölüm (ve ona kaynaklık eden uzun öykü) ve bir postmodern roman olan Ruh Adam metinlerarası ilişkiler bağlamında değerlendirilecektir.

Anahtar Sözcükler: *Ruh Adam, Venedikte Ölüm, Metinlerarasılık, Alımlama, Atsız, Visconti*

TWO NARRATIVES UNITED IN TERMS OF THE PRAISE OF ABSOLUTE BEAUTY:
DEATH IN VENICE AND SOUL MAN

Abstract

Human is the only creature among living species that has an aesthetic perception. The search for beauty in every work created by human with mind, creative talent and hand skill is peculiar to human. In this study, two pieces with an emphasis on beauty, German writer Thomas Mann's long story "Death in Venice" (1912) (at the same time, the movie adapted from this story by the Italian director Luchino Visconti (1971)) and the novel "Soul Man" (1972) written by Nihal Atsız, a historian, expert on Turkish language and literature and author, is compared. The study also evaluates at what points two pieces converge, in particular in terms of a praise for beauty. In the study, both the novel and the movie adapted from it are analysed together due to the complementary structure of the literary language and cinematic language. Intertextuality method constitutes the basis of this comparison. Intertextuality is a method that took its place in the literature in the 1960s. It is based on the assumption that every text is related to each other. In this regard, it also encapsulates readers/audiences. Such an intertextual

* Dr. Öğr. Üyesi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İletişim Fakültesi, ozgehan8@yahoo.com.tr

Gönderim Tarihi/Received: 29.04.2021 Kabul Tarihi/Accepted:06.06.2021

<https://doi.org/10.53495/e-kiad.944732>

relationship among works can also exist even though the author is completely unaware of the other work. Each text is reproduced by readers and gains new meanings in every reading. In this study, two pieces produced in different cultures and literary genres, the long story "Death in Venice" as (and the movie deriving from it) and a postmodern novel "Soul Man" will be evaluated in the context of intertextual relations.

Key Words: *Soul Man, Death in Venice, Intertextuality, Reception, Atsız, Visconti*

Extended Abstract

The aim of the study is to determine on which themes the literary works, the Death in Venice and Soul Man, put an emphasis, and the similarities between them, especially the themes highlighted by them. The method of intertextuality will be used in the study.

Every text, every expression, every content bear traces of what was written and said prior to it. Every text is a reinterpretation, a reproduction of the previous ones. No matter in what kind of genre a work was created, it is possible to evaluate each text produced in terms of its relation with other texts.

According to the intertextuality theory, no text can be completely independent and completely original from the previous texts. The main themes that can be handled in any medium such as literature, cinema, television etc. are reproduced and reinterpreted by each author, but their roots from which they are derived are limited. For this reason, it is inevitable that they have an interdependence with each other.

To put in other words, intertextuality is a theory that points to the rewriting and reinterpretation of similar themes, both with the relationship between different texts and the reader's reception. Intertextuality does not always have to exist between works of the same kind (literature, cinema, television, plastic arts). Intertextual relations can also be found between different kinds of works. Intertextuality is inevitable. There are no unspoken words. There are thoughts and themes expressed and shaped in different ways.

To briefly touch on the concept of intertextuality, which we have outlined above, from a historical point of view, it can be said that intertextuality exists from the moment humans begin to speak. However, its conceptualization and introduction dates back to the 1960s. The concept of intertextuality was first used as a term by a Bulgarian literary theorist, Julia Kristeva, in 1966.

In brief, it is possible to reach the following conclusion based on the findings obtained in this study:

In this study, German author Thomas Mann's Nobel Prize-winning novel, Death in Venice (1912) (and the movie of the same name adapted from this novella by Luchino Visconti) and the postmodern novel of the author Nihâl Atsız, Soul Man (Ruh Adam) (1972), are compared in terms of the theory of intertextuality. The main element in this comparison is the glorification of absolute beauty and also the nobility as a complement thereto.

The novel *Soul Man* is a novel written by Nihâl Atsız, which is based on the author's own life and contains intense autobiographical elements. The protagonist of the novel, Selim Pusat, represents the author, Nihâl Atsız. In this regard, Ercilasun (2018:494-496) stated that the pseudonym "Selim Pusat" was first used in 1951 by Atsız in the *Orkun* magazine and the poem "Geri Gelen Mektup (Letter that Returned Back)" of the novel in the 44th issue of the same magazine was published with a note stating "This poem is cited from Atsız's non-published novel.", and he added: "In that case, Selim Pusat, the protagonist of the *Soul Man*, definitely represents Atsız. Of course, everything that the protagonist of the novel, Selim Pusat, does and thinks cannot be exactly the same with Atsız. However, in terms of character and idea structure, Selim Pusat is exactly the same as Atsız."

Exactly like in *Soul Man*, there are also autobiographical elements in *Death in Venice*. Arak (2009:282) reveals this situation as follows, also attributing to Schröter's words (1966:74): Encountered by us in the novel, the crisis period of Aschenbach who symbolizes the artist symbolizes Mann's own crisis period. Therefore, it can be said that Mann added autobiographical features into his novel. What is more, Mann himself expressed that he did not fictionalize his works like many great writers and that he presented common autobiographical elements to the reader in a new spirit: "I claim that great writers did not fictionalize anything while they were alive, on the contrary, they filled what was known with their souls and reshaped it. Was I mean is that Tolstoy's work is at least as autobiographical as my small works." Both *Death in Venice* and the *Soul Man* are two works that bear traces of the lives of their authors, and on the other hand, have points of connection with each other.

Although their subjects and styles are completely different, similar common themes used by both works can be listed as follows:

Tribute to Beauty

Disdain and Contempt for the Ugly

Mythological - Epic References

The Fact that Love for the Beauty is more than Physical Intimacy

The Elitist Attitude, the Glorification of the Nobility and Disdain for the Plebeian

The irresistible, even devastating effect of the smile

Evolution into something what is condemned by the Effect of the Beauty

Love for the Beauty and Suicide

To briefly summarize these themes, which are revealed in detail with citations from both works in the study:

In both works, the concept of beauty as well as nobility as an essential element that complements it, are praised and glorified. The characters symbolizing the beauty are depicted as a superhuman or mythological and epic being. There is a love for the beauty, but this love is not a

romantic love in the usual sense between two people, but in the form of admiration and love for the beauty itself. In both works, the admired beauty is identified with divine qualities, and the superiority of beauty is glorified by associating it with divine qualities. Again in both works, the ugly and the ignoble are depicted by being caricatured in terms of both their appearance, and their attitudes, and this contrast has highlighted the light of the beauty even more. In both works, the ugly is characterized by disturbing appearance and plebeian attitudes and described as a being that is wanted to be avoided and not even touched.

Both works have mythological and epic references. There is a reference to the Greek mythology in *Death in Venice*, and a Uyghur tale in *Soul Man*. The basic elements in these surreal texts, especially those related to the irresistible effect of beauty, are associated with the love for the beauty. Tazio seems as though he had come from Greek mythology. Likewise, Güntülü also came from the past, i.e. thousands of years ago. Thus, their unrealistic beauties are glorified by being associated with mythology or tale.

In both works, there is no physical relationship -or even a thought about it- between the admirer and the admired. The relationship between the protagonists is in the form of the viewer and the viewed one. They exist to be viewed, not to be touched, just like pieces of art.

Both works glorify the nobility and see it as an integral and complementary part of the beauty. In the “*Death in Venice*”, the main male figure and the beautiful Tazio, the admired figure, have a title of nobility. On the other hand, the only noble figure in *Soul Man* is Leyla Mutlak (Hanzade Sultan), however, Güntülü, the symbol of the beauty, and her two friends are distinguished from the plebeian and praised for their moderate and beautiful demeanour, kindness and respect. In different parts of the novel, it is emphasized that the girls are distinguished from the typical behaviour of the plebeian.

In both works, the smile of the admired beauty carries the main male character to the peak of admiration, love and fascination. This smile creates a torrent of excitement and enthusiasm for the admirer and breaks the will completely.

In both works, the main male characters evolve into a completely opposite and different person from what they originally were, as a result of their admiration and love for the object of beauty. From the moment of encountering with absolute beauty, they gradually acquire the state and behaviour that they initially condemn, despise and belittle, and, as a result, they become ruined.

In both works, the main male characters see the absolute beauty, admire it, lose their will and are driven to death on purpose. Beauty means ruin and exhaustion for those who admire it.

GİRİŞ

Venedik'te Ölüm, Alman yazar Thomas Mann'ın 1912 yılında yayınlanan, 1929 yılında Nobel Edebiyat Ödülü alan uzun öyküsüdür. Ruh Adam Türk dili, Türk edebiyatı ve Türk tarihi uzmanı, yazar Nihâl Atsız'ın 1972 yılında yayınlanan romanıdır. Türk edebiyatının ilk postmodern romanlarından biridir. Bu makalede bu iki eser metinlerarasılık yöntemi dâhilinde karşılaştırılacaktır. Karşılaştırmanın temel unsuru güzelliğe övgüdür. İki eser konuları ve üslupları bakımından oldukça farklı olmasına rağmen bazı konuların öne çıkarılışı itibariyle ortak noktalarda buluşmaktadır. Araştırmada Mann'ın uzun öyküsünün İtalyan yönetmen Luchino Visconti tarafından çekilen aynı adlı filmi de ele alınmıştır. Visconti birkaç küçük değişiklik dışında esere sadık kalmıştır. Özellikle görsel malzemenin destekleyici etkisi düşünülerek film de araştırmaya dâhil edilmiştir. Ayrıca filmde Tazio'yu canlandıran İsveçli oyuncu Björn Andersen'in hayatını işleyen, yönetmenliğini Kristina Lindström, Kristian Petri'nin yaptığı "The Most Beautiful Boy in the World" (2021) adlı belgeselde de eser ile ilgili, güzelliğe övgü ile ilgili makaleye katkı sunacak noktalar bulunmaktadır. Bu nedenle makalede adı geçen belgeselden de yararlanılmıştır.

İki veya daha çok metnin karşılaştırıldığı metinlerarası okumada sanatçı diğerine doğrudan veya üstü kapalı şekilde göndermede bulunabilir. Bu bilerek yapılmış bir göndermedir. Ancak her metinlerarası okumada bulunan ortak noktalar için aynı durum söz konusu olmayabilir. Bu noktada okur bu kesişen unsurları kendi birikimi ve yorumu doğrultusunda değerlendirir. Nitekim Ruh Adam romanı büyük oranda otobiyografik unsurlara sahiptir. Romanın kahramanı Selim Pusat Nihâl Atsız'ın kendisidir. Atsız 26 Ocak 1973 tarihinde Yücel Hacıoğlu'na yazdığı mektupta romanı ile ilgili olarak: "Ruh Adam, ilk yazılışına göre hayli değiştirildi. Romandaki şahısların hiç biri muhayyel değil. Yalnız bir iki yerde, iki kişi tek şahıs veya bir kişi iki üç şahıs olarak gösterilmiştir. Vak'alar da sahihtir" (Hacıoğlu, 2013:228) demektedir. Ayrıca Deliorman "Atsız" (2014:205-237) adlı kitabında Ruh Adam romanındaki başlıca karakterlerin gerçek hayatta kimler olduğunu açıkça anlatmıştır.

Diğer taraftan Venedik'te Ölüm de otobiyografik unsurlar içermektedir. Bu nedenle bu metinlerarası değerlendirmede Ruh Adam'da diğer esere kasti bir gönderme olmama ihtimali yüksektir.

Her metin, her ifade ediş, her içerik kendinden önce yazılanlardan, söylenenlerden izler taşımaktadır. Her metin kendinden öncekilerin bir yeniden yorumlanması, yeniden üretimidir. Hangi türde olursa olsun üretilen her metni başka metinler ile ilişkisi üzerinden değerlendirmek mümkündür. Metinlerarasılık kuramına göre hiçbir metin kendinden önceki metinlerden tamamen bağımsız, tamamen özgün olamaz. Edebiyat, sinema, televizyon gibi herhangi bir mecrada işlenebilecek ana temalar her bir yazarın elinde yeniden üretilir, yeniden yorumlanır ancak beslendikleri kökler sayılıdır. Bu nedenle birbirleri ile ilişki içinde olmaları kaçınılmazdır.

“Buna göre hiçbir metin, öncesinden bağımsız değildir, bu sonsuz döngüde her metin birbirini etkileyerek ve birbirine eklenerek ilerler. Metinlerarasılık, bir metnin ne kadar okuyucusu varsa o kadar anlamı olduğu görüşüne dayanan ve metin okuma sürecinde okurun birikimine dikkat çeken yapısıyla, hem yazar ve okur arasındaki hem de metin ve diğer metinlerarasındaki ilişkiye odaklanır; metni öncesi ve sonrasıyla kültürel dokunun bir parçası olarak ele alır” (Gezeroğlu, 2016: 196).

Başka bir ifade ile metinlerarasılık hem farklı metinler arasındaki ilişki ile hem de okurun alımlaması ile benzer temaların tekrar tekrar yazılmasına, yorumlanmasına işaret eden bir kuramdır. Aktulum (1999:9) metinlerarasılığı bir metnin başka bir metinle gösterdiği ilişkilerinin incelemesi olarak tanımlamaktadır. Söz konusu metnin yazarı önceki metin veya metinlere her zaman kasıtlı bir göndermede bulunmayabilir. İki metin arasındaki ilişkiyi okur kendi bağlamında da kurabilir. “Bir metnin içinde yer alan diğer metinler şeklinde en geniş anlamda ifade edilebilen bu uygulama, araştırmacılara hem yazar, hem metin hem de okur boyutuyla inceleme imkânı sunar”

(Bulut, 2018:1). “Metinlerarasılık aynı zamanda yeni bir okuma ve yorumlama biçimini de ifade etmektedir. Birçok eski metnin söylemini barındıran yeni metinde anlam da çoğalmaktadır. Bu “çokanlamlılık”, farklı okuma ve yorumlama yöntemlerine de olanak tanımaktadır” (Gülveren, 2015:121). Okur, farklı metinler arasında dolaşırken, bu metinler arasındaki kimi bağlantıları görerek metinleri yeniden anlamlandırır, yeniden üretir, yeni yorum pencereleri açar.

Metinlerarasılık her zaman aynı türde (edebiyat, sinema, televizyon, plastik sanatlar) eserler arasında olmak zorunda değildir. Farklı türler arasında da metinlerarası ilişkiler bulunabilir. Bu bakımdan “Bir olgu olarak metinlerarasılık kimi zaman bir metnin farklı alanlara ve kültürel alanlara ait diğer metin ve/veya söylemlerle olan bir dizi ilişkisi olarak tanımlanmaktadır” (Zengin, 2016:299).

“Metinlerarasılık, okuma-anlam oluşturma sürecinde okurun zihninde başka metinlerin canlanması olarak tanımlanabilir. İnsanlık tarihinin başlangıçtan bugüne kadar kesintisiz olarak devam ettiği düşünülürse geçmişte yaşanan olayların, hayatı kolaylaştırıcı keşiflerin kendiliğinden daha sonraki olay ve gelişmelere temel hazırladığı, onların anlaşılmasını kolaylaştırdığı kabul edilebilir. Bu açıdan bakıldığında, evrende her metin, kendinden önceki metinlerle ilişkilidir ve kendinden sonraki metinlere bir beklenti oluşturur. Her metin, doğal olarak yazarın ve okuyucunun içinde bulunduğu çevre, durum ve yaşanan gerçeklerin ürünüdür” (Karatay, 2010:159).

Başka bir ifade ile metinlerarasılık kaçınılmazdır. Söylenmemiş söz yoktur. Farklı şekillerde işlenmiş, şekil verilmiş düşünceler, temalar vardır. “Herhangi bir metni metinlerarasılık kavramının bize sağladığı bakış açısına göre yazar ya da okursak, onun daha önceki metinler, eserler, yazarlar ya da okurlarla olan ilişkilerini irdelemiş ve buna göre yeni ve hatta daha güçlü anlamlar oluşturmuş oluruz” (Akyunak, 2017:3). Eagleton’a (2003:123) göre edebi özgünlük, ilk metin diye bir şey yoktur. Bütün edebiyat metinlerarasıdır.

Kavramı çok genel olarak bu şekilde ifade ettikten sonra tarihine de kısaca değinmek gerekirse denilebilir ki metinlerarasılık insan söz söylemeye başladığı andan itibaren vardır. Bununla birlikte kavramsallaşarak literatüre girmesi postmodernizmin ortaya çıktığı 1960'lı yıllara denk gelmektedir. Bulgar edebiyat teorisini Julia Kristeva 1966 yılında metinlerarasılık kavramını dile getirmiştir. Özdemir'in (2017:31) ifadesi ile Julia Kristeva, metinlerin başka metinlerle olan her türlü ilişkisini metinlerarasılık kabul ederek 'metinlerarası ilişkiler' adı altında değerlendirmekteydi. Korkmaz'a (2017:74) göre metinlerarasılık kavramına Kristeva'dan sonra uyarlanabilirlik alanı sağlayan eleştirmenlerden ilki Laurent Jenny olmuştur. Jenny, bir metnin metinlerarası ilişkiler ağı olmadan kavranmasının mümkün olamayacağını savunmaktadır.

Bulgular

Başta güzelliğin yüceltilmesi olmak üzere Venedik'te Ölüm ve Ruh Adam arasındaki birbirine yaklaşan noktalar değerlendirilecektir. Yukarıda da belirtildiği gibi Venedik'te Ölüm filminden de yararlanılacaktır. Bu noktada uzun öykü ile filmin bazı farklılıklarını da belirtmekte yarar vardır: Öyküde Gustav von Aschenbach yazar, filmde ise bestecidir. Filmde Aschenbach'ın konuştuğu Alfred adlı karakter romanda yoktur. Filmde Aschenbach'ın küçük kızı ölmüştür. Eşi de –filmde gösterilmemekle birlikte Aschenbach'ın sonraki yalnızlığından bunu anlarız- eşi de ölmüştür. Romanda ise eşi ölmüş, kızı ise evlenmiştir. Bu farklılıklar dışınca Visconti romana sadık kalmıştır.

1. Güzelliğe Övgü

Her iki eserde güzellik yüceltilmektedir. Güzelliğin nesnesi insanüstü, mitolojik, destansı bir varlık olarak konumlandırılmaktadır. Güzele âşık olunmaktadır ancak bu aşk aslında iki insan arasındaki bilindik anlamda bir aşk değil, güzelliğin kendisine duyulan hayranlık ve sevgi şeklindedir.

1.1. "Venedik'te Ölüm" de Güzelliğe Övgü

Gustav von Aschenbach adlı aristokrat bir sanatçı dinlenmek üzere Venedik açıklarındaki Lido adasına gider. Sağlığı iyi değildir. Ayrıca yakın geçmişte eşini

kaybetmiştir. Lido’da üst sınıfa mensup konukların kaldığı bir otele gelir. Akşam yemeğini beklemek üzere otelin lobisine iner, beklerken gazetesini okumaktadır. Gazeteden başını kaldırıp karşısına baktığında ergenlik çağında bir oğlan görür. Bu, Polonyalı soylu bir ailenin oğlu olan Tadzio’dur. Tadzio güzellik kavramının vücut bulmuş hali gibidir. Aschenbach bu mükemmel güzelliği gördüğü anda büyülenir. Filmde bu anı Aschenbach’ın mimiklerinde görürüz. Uzun öyküde Tadzio’nun yani mutlak güzelliğin ilk kez görülüş anı da şöyle anlatılır:

“Aschenbach hayretle, oğlanın eşsiz bir güzellikte olduğunu gördü. Bal sarısı saçlarla çerçevelenmiş, şirin bir sessizlikteki solgun yüzü, çekme burnu, sevimli ağzı, tatlı ve tanrısal bir vakar taşıyan edasıyla Grek dünyasının en soylu çağından kalma heykelleri hatırlatıyordu. Biçimin en pürüzsüz bir şekilde kendini açığa vurduğu bu yüzde, öyle üzgün ve kişisel bir çekicilik vardı ki, bunu seyreden Aschenbach ne doğada ne de güzel sanatlarda buna benzer bir başarıya rastladığına hiç ihtimal vermiyordu” (Mann, 2019:42).

Tasvirde bir insandan değil, bir sanat eserinden bahsedilir gibidir. “Ne doğada ne de güzel sanatlarda böylesi bir güzelliğe ulaşma başarısına rastlamamak” ifadesi, karşısındaki bu varlığın “tasarımındaki” mükemmelliğin, mutlak güzelliğin var olabileceği gerçeği ile yüzleşmenin bir anlatımıdır. “Bunu seyreden Aschenbach ...” ifadesi de göstermektedir ki nasıl ki bir sanat eseri karşısına geçilip uzun uzun seyredilirse Tadzio da öylece seyredilmek için “tasarlanmış” gibidir. Tadzio’nun güzelliği usta bir sanatçının elinden çıkmış bir heykel nasıl değerlendiriliyorsa, ona nasıl bakılıyorsa öyle bakılacak bir güzelliktir. Aschenbach onun güzelliğini bir insanla kıyaslamaz. Ancak sanat eserleri ile birlikte düşünerek değerlendirir, tasvir eder: “O güzel saçlarına makas vurmaktan çekinmişlerdi; saçları, diken çıkaran çocuk heykelindeki gibi kıvrım kıvrım alınna ve kulaklarına dökülüyor, hatta ensesine sarkıyordu” (Mann, 2019:42).

Mutlak güzellik arayışı, Aschenbach'ın mükemmeliyetçi, ödünsüz ve disiplinli karakterinin bir yansımasıdır. Öyküde "...güzellik duygusunun ve eserlerinde bundan böyle açık, hatta zoraki bir ustalık ve klasiklik damgası vuran o soylu duruluk, sadelik ve biçim verme oranının neredeyse aşıırı derecede artışı, acaba bu 'yeniden doğuş'un, bu yeni vakar ve erdemliliğin düşünsel bir sonucu muydu?" (Mann, 2019:26) Şeklindeki anlatım onun bu yapısını net bir Şekilde ortaya koymaktadır. Aschenbach retiminde ve bütün varoluşta mükemmeli, mutlak güzeli arayan bir kişidir. Aschenbach'ın güzelliği arayışının öyküdeki bir diğer ifadesi de şu Şekildedir: "Yalnızlık zgnlğ, o cesurca ve yadırgatıcı güzelliği, şiiri yaratır" (Mann, 2019: 40). Aschenbach'a göre Tadzio soyut bir kavram olan güzelliği görünür kılmak üzere Tanrı'nın ete kemiğe büründürdüğü bir varlıktır: "İşte Tanrı da manevi olanı gözle görünür hali getirmek için, bir gencin Şeklini ve rengini kullanıyor, genci belleğe alet olsun diye güzelliğin bütün parıltısıyla süslüyor, onu seyrederken bizi ızdırap ve ümitlerle tutuşturacak bir görünüş veriyordu" (Mann, 2019:66).



Mutlak güzelliğin ve asaletin simgesi Tadzio

Aschenbach'ın kendi ürettiği eserlere karşı tavrı nasıl ise dünyaya bakışı da öyledir. Kusursuz güzelliği aramaktadır. Tadzio'da kendi üretimlerinde erişemediği,

doğada veya başka eserlerde bulamadığı mutlak güzelliği görmüştür: “Güzellik yaratan adaletsizliği onaylamaktan, aristokratça ayrıcalıklara yakınlık ve takdir göstermekten yana, sanatçı yaradılışlı hemen hemen herkeste doğuştan hoyrat ve zalimce bir eğilim bulunur” (Mann, 2019:43).

Ascenbach’ın Tadzio’ya hissettiği aşk, bütün sanat yaşamı boyunca eserlerinde kusursuzu arayan bir sanatçının bunu bulduğunda ona duyduğu hayranlıktır. Tadzio, dokunmak, el sürmek için değil, bakmak, incelemek ve bu mükemmelliğe nasıl ulaşıldığını anlamaya çalışmanın hazzını yaşamak için vardır. Onun seyredilesi bir mükemmellik eseri olduğuna dair öyküde verilen ifadelerden biri de şu şekildedir: “...bu kez yüzü tam profilden görüldüğü için, onu seyreden Aschenbach yeniden hayretler içinde kaldı, hatta bu ademoğlunun ciddi tanrısal güzelliği karşısında adeta ürktü” (Mann, 2019:46). Tadzio’nun güzelliği ürkütecek boyuttadır. Sanatçının yıllarca disiplin ve emek ile ulaşamadığı güzelliğin doruğuna Tadzio sadece var olarak ulaşmıştır. Aschenbach bunun dehşetini ve coşkusunu yaşamaktadır. Tadzio’nun mükemmel bir sanat eseri ile eş değer oluşu öyküde şu şekilde anlatılmıştır: “Aschenbach, sanatçıların çoğu zaman bir şaheser karşısında hayranlık ve coşkularını gizlemelerine yarayan, uzmanlara özgü o soğukkanlı onaylamayla, ‘Güzel, güzel’ diye düşündü” (Mann, 2019:46).

Öyküde ve filmde Aschenbach seyreden, Tadzio ise seyredilendir. Aschenbach güzelliğin felsefesi üzerinde düşünen, güzelliğe ulaşmaya çalışan usta bir sanatçı, Tadzio ise güzelin kendisidir. Aschenbach hayatının son zamanlarında bulduğu mutlak güzelliğin tüm ayrıntılarındaki mükemmelliği uzun uzun incelemek, ruhunu bununla doldurmak ister: “Seyirci Aschenbach, böyle güzel bir zemin önünde kendini bu kadar sere serpe sergileyen bu vücudun her çizgisini, her davranışını çoktan öğrenmişti; artık aşinası olduğu bu vücudun ayrı ayrı güzelliklerini her görüşte sevinçle karşılıyor, hayranlığının, duyduğu ince hazların sonunu getiremiyordu” (Mann, 2019:64). Tadzio bir başyapıttır. Güzeli arayan sanatın ulaştığı doruktur: “Yaşının mükemmelliğini taşıyan bu dimdik vücutta ne kadar kuvvetli bir disiplin, ne kadar keskin bir fikir ifade edilmişti!” (Mann, 2019:65).

Tadzio'nun güzellik  rneği olmasına ilişkin öyküde başka ifadeler de vardır. Tadzio otelin plajında avam tabakaya uygun tavırlar sergileyen bir Rus aileye hor görerek bakar. Bu tavır Aschenbach'ın çok hoşuna gider ve Tadzio'yu Şöyle tasvir eder: "Kendi halinde hayat sahnesine karşı bu çocukça bağnazlık, boŐ tanrısallığı insani iliŐkilerle doldurmuş, sadece gözlere ziyafet bir kıymetli doğa eserini daha da derin bir dikkate değer kılmış ve zaten güzelliğin yüceltmıŐ olduğu bu delikanlıya yaŐıyla denk olmayan bir paye vermişti" (Mann, 2019:49).

Visconti filmi çekmeye karar verdiğinde öyküde anlatılan mutlak güzelliği bulabilmek için Tadzio'ya benzeyebilecek sarıŐın insanların yaşadığı hemen hemen bütün ülkeleri gezmıŐtir. Sonunda İsveç'te seçmelere katılan Björn Andersen'i gördüğünde onun Tadzio olabilecek yeg ne oyuncu olduğuna karar vermiştir. Björn Andersen'in hayat hik yesini anlatan "Most Beautiful Boy in The World" adlı belgeselde Visconti bu durumu Şu Şekilde ifade eder: "SarıŐın, kusursuz yüz hatları ve gri gözleri var. Bakın, gözleri gri, görüyor musunuz? Bay Mann'ın yazdığı gibi, su rengi. Gözlerinin rengi işte  yle". Tadzio Mann'ın eserinde "güzel bir oğlan" Şeklinde değil, güzelliğin kendisi olarak anlatıldığı için onu oynayacak oyuncunun bulunması da en az sanatçının mutlak güzelliğe ulaşma çabası kadar emek gerektirmiştir.

 irkin olanı k  mseme, onu hor görme de mutlak güzelliğin yüceltilmesinde  ne çıkan bir diğer unsurdur. Bu tezettan yararlanılarak güzellik kavramı daha da belirginleŐtirilir.  irkin olanı adeta karikatürize bir Şekilde tasvir ederek mutlak güzellik daha da parlatılmakta ve yüceltilmektedir. Eserde  irkin olanın hor görülmesi iki yerde karşımıza çıkar: ilki Aschenbach'ın vapurda karşılaştığı makyajlı adam üzerinden, ikincisi de Lido'daki otele gelen müzisyen ekibin Őarkıcısı  zerindedir. Vapurda karşılaşılan adam yaşlı ve çirkindir. Ancak bunu gizlemek için ağır makyaj yapmış, yanaklarını kanlı canlı göstermek için allık sürmüŐtür. KonuŐmaları, hali tavrı ise son derece düşük ve sakildir. Filmde Aschenbach adama k  msemeyele, adeta tiksinererek bakar. Bakışlarından onu kınadığı, ayıpladığı, hor gördüğü net bir Şekilde anlaşılmaktadır. Öyküde de bu yaşlı adamın boya ile genç görünmeye çalıŐarak gençlerle bir arada olmasını Aschenbach'ın kınayıŐı Şu Şekildedir:

“Bu adamın ihtiyar olduğunu, onların züppece, alacalı giyinişini hakkı olmadan taklit ettiğini, hakkı olmadan onlara benzemeye çalıştığını görmüyorlar mıydı?” (Mann, 2019:32). “Gençlerle yakışık almaz dostluğunun, züppe ihtiyarı ne hallere soktuğunu seyretmek iğrenç kaçıyordu. İhtiyar beyni, şaraba dinç gençlerinki gibi dayanamamış, körkütük sarhoş olmuştu. Aptalca bakışları, titrek parmakları arasında bir sigara, dengesini güçbela sağlayarak sarhoşluktan öne arkaya kaykıla kaykıla, olduğu yerde sallanıp duruyordu” (Mann, 2019:34). “Venedik’te güzel günler, mutluluklar dileriz! Diye yerlere kadar reverans yapıyor, aptal aptal gülüyordu adam. (...) Ağzından salyalar akıyor, gözlerini yumuyor, ağzının kenarını yalıyor, sarkık dudağının altındaki boyalı bamtelleri havaya kalkıyordu” (Mann, 2019:35).

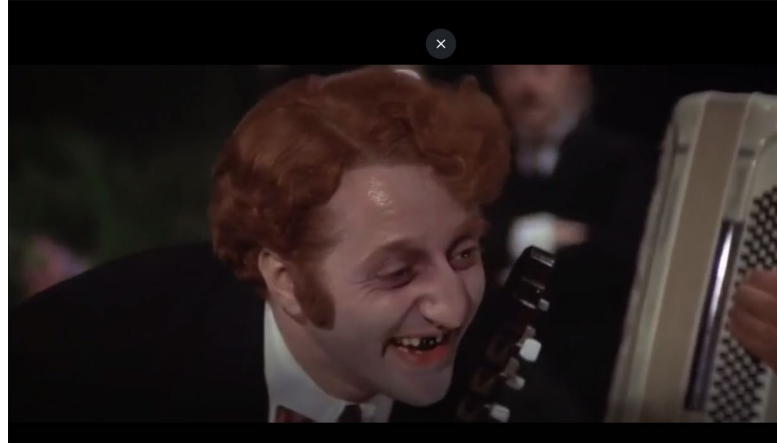
Adamın çirkinliği, iticiliği, avam tabakaya uygun davranışları, sakilliği aşırı derecede vurgulanarak tasvir edilmiştir. Visconti de filmde bu adamı adeta öyküden çıkarıp dirilterek ete kemiğe büründürmüştür.



Ascenbach’ın vapurda karşılaşarak hor gördüğü makyajlı çirkin adam

Gerek filmde gerekse öyküde çirkinin karikatürize bir şekilde tasvir edilmesiyle güzelin ve soylunun daha da belirgin kılınmasını sağlayan bir diğer karakter de otele gelen müzisyendir. Filmde turuncu saçlı, sarı ve çürük dişli, laubali ve soytarı tavırlı,

pis olduğu her halinden anlaşıl原因 bir müzisyen ve grubu otele gelip gösteri yapar. Oteldeki tüm konuklar bu komik ve çirkin olana kahkahalarla gülüp eşlik ederken yalnızca Tazio, Tazio'nun güzel ve soylu annesi ve Aschenbach rahatsız olarak bakmıştır. Müzisyen gerçekten çirkinliğin simgesi gibidir. Çirkin olanın başlıca özelliklerinden biri yaşının belli olmamasıdır. Öyküde şu şekilde tasvir edilmektedir: "Kılsız çizgileri yaşını tahmin etmeyi güçleştiren solgun ve küt burunlu yüzünde kırışıklıkların ve sefahatlerin derin izleri görünüyor, boyuna oynayan ağzındaki sırtış, kızıl kaşlarının arasındaki o isyankar zorba, adeta vahşi iki oyukla garip bir uygunsuzluk yaratıyordu" (Mann, 2019:85).



Çirkinliğin, hastalığın, düşük hal ve tavırların simgesi müzisyen

Müzisyenin sadece görünümünü değil, tavırları da güzellik, vakar ve asaletin zıddıdır. Bu zıtlık karşısında Tazio'nun güzelliği ve soyluluğu siyahın üzerindeki beyaz gibi daha da göze çarpar hale gelmektedir. Müzisyenin sakil tavırları romanda şöyle anlatılır: "Yerlere kadar eğilerek, reveranslar yaparak masalar arasında dolaşılıyor, sinsi bir kul köye gülümsemesi kuvvetli dişlerini meydana çıkarıyor, (...) paralar fötr şapkasına parmaklar uzatılarak atılıyor, bu şapkaya dokunulmaktan çekiniliyordu" (Mann, 2019:86).

1.2. Ruh Adam'da Güzelliğe Övgü

Romanın erkek kahramanı Selim Pusat varlığını askerlik mesleğine adanmış, idealist bir kişidir. Bir askerden beklendiği gibi tam bir irade ve disiplin adamıdır. Ancak Harp Okulunda üstleri ile yaptığı bir tartışma sonucu askerlikten atılmıştır. Bu onun için çok ağır bir darbedir. Selim Pusat askeri kimliğinin yanında sanatçıdır da.

Edebiyat öğretmeni olan eşi Ayşe Pusat'ın değerlendirmesi (Atsız, 2017:70) ile bazı şiirleri antolojilere alınabilecek değerde olan bir şairdir. Mükemmeliyetçilik ve güzeli aramak onun hem asker kimliğinin hem sanatçı kimliğinin doğal bir sonucudur.

Romanda gerek ana kahraman Güntülü, gerek öne çıkan karakterlerden Leyla Mutlak ve gerekse Güntülü'nün yakın arkadaşı olan iki genç kız güzellikleri yüceltilerek, güzelliklerini ışığın göz alıcılığı ile özdeşleştirilerek tasvir edilmektedir. Kızlar "çok güzel kız" tanımının ötesine geçerek, adeta etten kemikten meydana gelmiş insan varlığını aşarak ışıktan meydana gelmiş varlıklar olarak tasvir edilmektedir. Nitekim Güntülü ve iki yakın arkadaşı romanda "Işık kızlar" olarak adlandırılmışlardır: "İstersen ışık kızlar diyelim, dedi. Nur, Ay ve Gün... Işıklardan yapılmış bir mahşer (...) Ölülerini bile ayağa kaldıracak kuvvette üç ışık... Mahşere yaraşan kızlar" (Atsız, 2017:134). Adları da "Güntülü", "Aydolu" ve "Nurkan" gibi ışık ile ilişkili adlardır. Ana karakter Selim Pusat'ın eşi Ayşe Hanım'ın kızları ilk görüşü şu sözlerle ifade edilmektedir: "Gözlerini üç güzel kızın yüzlerinde ve saçlarında gezdirdi. (...) Üç yıl önce birer çocuk olarak bıraktığı bu talebeler gelişerek ince, güzel, manalı, endamlı birer genç kız olmuşlardı" (Atsız, 2017:32).



Mutlak güzelliğin ve asaletin simgesi Leyla Mutlak (Prenses Hanzade)

Kızların güzelliği sıradan bir kadın güzelliğinin ötesindedir. İnsanüstülük ile yoğrulmuş, sanat eserinin insana verdiği hayranlığı telkin eden bir güzelliştir. Onlar bilinen anlamda aşk ilişkisi yaşamak için değil, seyredilmek ve hayran olunmak için var olmuştur. Sanki etten kemikten değil, olağan üstü bir unsurdan, örneğin ışıktan meydana gelmiş gibidirler. Romanda bu özellik Selim Pusa'tın sözleri ile şöyle anlatılmaktadır: "Işık kızlar diyerek Ayşe'nin üç sevgili kızını kastediyorum. Hem isimleri ışıklı, hem de kendileri ışık güzelliğinde olduğu için onlara Işık Kızlar diyorum" (Atsız, 2017:137). Selim Pusa hastalanıp bir süre bilincini kaybettiğinde, bir nevi komadayken "Işık gibi insanın gözlerini kamaştırıyor" (Atsız, 2017:178) diye birkaç kez sayıklamıştır. Bilinçaltında dahi hayran olunan güzellik nesnesinin ışık ile özdeş güzelliği vardır. Selim Pusa Leyla Mutlak (Prenses Hanzade) ile düştüğü umutsuz aşk üzerine konuşurken Leyla Mutlak Selim Pusa'ı bu deritten kurtarmak için çarenin ne olabileceğini düşünür. Selim Pusa ona cevap olarak "Prensesim, bunun klasik ve tek çaresi var. (...). Işığı bastırarak daha parlak bir ışık" (Atsız, 2017:203) diyerek yanıt verir. Böylece gerek Güntülü'nün, gerekse Leyla Mutlak'ın güzelliklerinin insanüstü özelliğini vurgulanmaktadır.

"...Güntülü'de bakışları durdu ve onun gür ve açık kumral saçlarla çerçevenilmiş ince ve manalı yüzünü takdirle seyretti" (Atsız, 2017:52) ifadesinde görüleceği üzere Selim Pusa ile Güntülü arasındaki ilişki seyreden ve seyredilen şeklindedir. Dokunmak, el sürmek, bilinen anlamda bir ilişki başlatmak ve yaşamak söz konusu değildir. Güntülü seyredilmesi gereken bir varlıktır. Onunla özdeş tutulan güzellik tıpkı usta bir sanatçının elinden çıkmış olağanüstü güzellikteki bir eseri takdir edilen ve seyredilen bir unsur olarak tasvir edilmektedir. Pusa'tın âşık olduğu bu güzelliştir. Aşkın belirleyici ve tek nedenidir. "Selim Pusa, Güntülü'nün güzelliğinden etkilenerek ona âşık olur. Yaşça kendisinden çok küçük olan bu kıza âşık olmaması gerektiğini düşünse de kendisini engelleyemez" (Evis, 2012:245). Diğer güzellik simgesi Leyla Mutlak'a da hayrandır ve bu hayranlığın da birincil, tek nedeni güzellik ve onu tamamlayan asalettir. Tıpkı Güntülü gibi olağanüstü bir güzelliğe

sahip olan Leylâ Mutlak'tan etkilense de prenses olması sebebiyle ona saygı ile yaklaşması gerektiğini düşünür.(Evis, 2012:245)

Roman'da güzelliğin ele alındığı bir diğer kısım da başlangıçtaki Uygur masalıdır. Zaten ana karakterler bu masaldaki kişilerin ruh göçü ile yeniden hayat bulmuş halleridir. Güntülü olarak dünyaya yeniden gelecek olan Açığma-Kün adlı masal kahramanı büyüleyici güzelliği öne çıkarılarak tasvir edilmektedir. Açığma-Kün o kadar güzeldir ki, güzelliğin gücü o kadar şiddetlidir ki evine eşine bağlı, kendi halinde, iyi kalpli bir adamı bile dönüştürerek eşini ejderler kağanı Naranta'ya kurban edecek kadar benliğinden, bilincinden uzaklaştırmıştır. Açığma-Kün'ün güzelliği şu şiir ile tasvir edilir:

Bakışların ışık mı?

Saçların sarmaşık mı?

Yıldız mısın, güneş mi?

Alev misin, ateş mi?

(...)

Açığma-Kün de tıpkı şimdiki zamandaki güzel karakterler gibi ışık ile ilişkilendirilerek anlatılmaktadır. "Ayrıca Açığma-Kün'ün güzelliği de normal bir insanda görülemeyecek şekilde tasvir edilir" (Evis, 2012:242).

Şiirde de betimlendiği üzere muhatabını "iyi"den "kötü" ye dönüştürerek felakete sürükleyen Açığma-Kün insanüstü özelliklerle tanımlanmaktadır. Açığma-Kün'ün ruh göçü ile yeniden dünyaya gelmiş hali Güntülü de aynı özelliklere sahiptir. Onun için yazılan şiirde de güzelliği insanüstü özelliklerle özdeş tutulmaktadır:

Ruhun mu ateş, yoksa o gözler mi alevden

(...)

Gün senden ışık alsa da bir renge bürünse

Ay secde edip çehrene yerlerde sürünse

(...)

Mehtaplı yüzün Tanrı'yı kiskandırıyordur

En hisli şiirden de örülmez bu güzellik

Yaklaşması güç, senden uzaklaşması zordur;

Kalbin işidir, gözle görülmez bu güzellik...

Ana kadın karakterler adeta ışıktan, ateşten meydana gelmiş, Tanrı'yı kışkandıracak güzellikte varlıklardır. Güzellikleri o kadar üstün ve tanrısaldir ki onu görebilmek için bakmanın ötesinde kalp gücü gerekmektedir.

Selim Pusat için güzellik, usta bir sanatçının elinden çıkmış şaheser ile eş değerdedir. Romanda aslında çok güzel olduğu anlatılan bir kadın için Selim Pusat, "Hayır! Ayşe'nin tarifine göre onlardan biri olamazsınız. Çünkü bir şiir kadar güzel değilsiniz!" (Atsız, 2017:80) diyerek aradığının bilinen anlamda bir kadın güzelliğinden öte, bir sanat eseri ile eş değerde bir mutlak güzellik olduğu ifade edilmektedir.

"Selim Pusat da bütün insanlar gibi kendisini biraz yanlış ve biraz eksik tanıyordu. O, yalnız kuvvete saygı gösterdiğini sandığı halde güzelliğe karşı da aynı hürmeti beslediğinin hiç farkında değildi. Askerlikle kuvvet birbirini tamamlayan iki şey olduğu için Selim kuvvete değer veriyor ve güzelliği de askeri kabiliyetin, meydan savaşlarının görünüşünde ve yapılışında buluyordu. Kadın güzelliği bunlarla ilgili olmadığı için ondan ancak bir erkek olarak zevk aldığını zannediyordu. Fakat yanılıyordu. Hem de çok yanılıyordu. Selim kadın güzelliğinden zevk alıyor değil, bu güzelliğe saygı duyuyordu" (Atsız, 2017:99).

Romanda başta güzelliğin asıl nesnesi Güntülü olmak üzere Aydolu ve Nurkan'ın güzellikleri, değer katan, saygı uyandıran, sanat eseri gibi seyredilesi güzellikleri şu şekilde anlatılmaktadır:

"Bir ara acaba kızın güzelliğinin tesiri altında mı kaldım diye düşündü ve üçünü de dikkatle süzdü. Hayır, hayır!... Öyle olsa ilkönce Aydolu'nun tesirinde kalması icab ederdi. Çünkü bu kızın o kadar çarpıcı güzelliği, yüzünün o kadar düzgün çizgileri

vardı ki onu beğenmeyecek, tesirinde kalmayacak erkek düşünülemezdi. Ya Nurkan? Onda çarpıcı değil, işleyici bir güzellik gözleri kamaştırıyor, insan ona baktıkça daha güzel buluyor, güzel buldukça tesiri altında kalıyordu” (Atsız, 2017:114).

Güzellik kavramını simgeleyen gerek Güntülü, gerekse Leyla Mutlak tıpkı bir şaheserin seyredilmesi gibi seyredilmektedir. “Selim bunları düşünerek prensesin güzelliğini seyrederken birdenbire dalgınlığından kurtulan Leyla, Selim’e bakarak gülümsedi ve...” (Atsız, 2017:201). Güzeli seyretmenin romandaki diğer bazı örnekleri şu şekildedir “Kız, saatlerce bakılacak kadar güzeldi” (Atsız, 2017: 207), “Güntülü’nün güzelliğini seyretmeye başladı” (Atsız, 2017:218), “Leyla Mutlak gelmişti. Pusat’ın gözleri kamaştı” (Atsız, 2017:219), “Leyla, albümü kucağına alarak gözlerini fotoğrafa dikti. Dikkatle bakıyordu. Bu bakış çok uzun, belki bir, iki, üç dakika sürdü” (Atsız, 2017:221)

Çirkin olanı küçümseme, onu hor görme de mutlak güzelliğin öne çıkan bir diğer unsurdur. Sahip olunmayan güzelliğin boya ile süslenmek ile elde edilmeye çalışılması iğrenilesi bir durum olarak tasvir edilir ve mutlak güzelliğe kendiliğinden sahip olan varlık yüceltilir. Romanda aruz vezni ile yazılmış bir şiiri beğenmeyen Pusat’ın bu küçümseyişi şu şekilde betimlenir: “Birdenbire aruza karşı bir iğrenti duydu ve onu boya ile çirkinliğini saklayan bir kadına benzetti” (Atsız, 2017:71).

Romandaki Yek adlı karakter çirkinliğin, sakilliğin, düşük davranışların bir simgesi gibidir. Yek’in çirkinliğinin karikatürize edilerek altının çizilmesi güzelliği daha da vurgulamakta ve değer kazandırmaktadır. Romanda Yek’in çirkinliği ve Pusat’ı iğrendiren hallerinin tasvir edildiği kısımlar şu şekildedir:

“Pusat işaret edilen yere baktı ve bir lambanın ışığı altında kılıksız, çok çirkin yüzlü bir adamın kendilerine bakarak aksak adımlarla geçip gittiğini gördü. Aralarında epey mesafe olmasına rağmen ondan öyle bir tiksinti duydu ki öfkeyle ‘Kim bu mendebur herif’ demekten kendini alamadı”(Atsız, 2017:78).

Çirkin olanın başlıca özelliklerinden biri yaşının belli olmamasıdır. Çirkinliği gerçeküstü bir özellik arz etmektedir: “Bu yüz yıpranmış bir gencin yüzüne olduğu kadar, genç kalmış bir ihtiyarın yüzüne de benziyordu. Fakat şaşılacak kadar çirkin bir görünüşü vardı. İnsana istemeksizin bir tiksinti veriyordu” (Atsız, 2017:101-102).

Romanda çirkinin güzele yaklaşması, ona bakması bile yasak edilerek mutlak güzellik erişilemez yüce bir makama konumlandırılmaktadır: “Aksaklığından başka hafifçe kanbur olduğunu da görerek acıyacak yerde büsbütün iğrenen Pusat onun çipil ve riyakâr gözlerine bakarken, Leyla’ya takılan bu miskinın yaşını anlamak için dikkatlice yüzünü süzdü. Ne tuhaf, bu mendebur yaratığın yaşını anlamaya imkân yoktu” (Atsız, 2017:101). Çirkinin güzele bakma hakkını kendinde bulması affedilmezdir. Çirkin, sadece fiziki görünümü ile değil, tavırlarındaki bayağılık ve soyluluktan uzak halleri ile de yerilmektedir:

“Fakat o her hakareti kabul eden bir tavırla yine gülümsedi, eğildi..” (Atsız, 2017:101).

“Adam, riyakârlıkla hilenin bütün hususiyetlerini taşıyan çehresinde türlü işmimazlar olarak hafifçe eğildi” (Atsız, 2017:102).

Çirkin ve soysuz olanın güzel ve soylu olan ile asla yan yana gelemeyecek merteye farkının vurgulandığı bir diğer ifade şu şekildedir: “Kim bilir ne yüksek ve insani maksatların vardır? Fakat ne çare ki o cahil kız bunu anlamıyor. Bilhassa senin kadar yakışıklı bir erkeği reddetmekle neler kaybettiğinin farkında değil...” (Atsız, 2017:103). “Doğrusu bu yaş ve bu suratla ona fevkalade yakışırsın...” (Atsız, 2017:105).

2. Mitolojik-Destansı Göndermeler

Her iki eserde de mitolojik ve destansı göndermeler bulunmaktadır. Venedik’te Ölüm’de Yunan mitolojisine, Ruh Adam’da ise bir Uygur masalına temas edilerek bu anlatılardaki temel öğeler hayran olan güzel ile ilişkilendirilmektedir. Tadzio Yunan mitolojisinden çıkıp gelmiş gibidir. Güntülü de binlerce yıl öncesinden çıkıp gelmiştir. Böylece hayran olunanların gerçek olamayacak şiddetteki güzellikleri mitoloji ve masal ile ilişkilendirilerek vurgulanmaktadır.

2.1. Venedik'te Ölüm'de Mitolojik-Destansı Göndermeler

Filmde Tazio'yu Yunan mitolojisindeki heykellere bir gönderme yapmak üzere kumsalda havluyu tek omuzunu açıktaki bırakacak şekilde sarınmış şekilde görürüz. Öyküde de "Bal sarısı saçlarla çerçevenilmiş, şirin bir sessizlikteki solgun yüzü, çekme burnu, sevimli ağzı, tatlı ve tanrısal bir vakar taşıyan edasıyla Grek dünyasının en soylu çağından kalma heykelleri hatırlatıyordu" (Mann, 2019:42) denilerek bu nitelik dile getirilmektedir. Öyküde Tazio'nun güzelliği ile ilgili olarak çok yerde Yunan mitolojisine gönderme yapılmıştır. Tazio'nun mükemmel güzelliği mitolojik ve tanrısal ifadelerle ilişkilendirilerek tasvir edilmiştir: "...yüzünde Paros mermerlerinin sarımtırak parlaklığı, kaşları ince ve cildi, şakağı, kulağı dik açı halinde fıskırmış zülüflerle koyu ve yumuşak örtülü bir Eros başı gibi bütün körpeliğiyle eşsiz bir çekicilik içinde duruyordu" (Mann, 2019:46). Tazio'nun güzelliği insanüstü bir mükemmelliktedir. Adeta tanrısalıdır:

"...hatta bu âdemoğlunun ciddi tanrısal güzelliği karşısında adeta ürktü" (Mann, 2019:46). "...gökle denizin derinlerinden gelen narin bir tanrı kadar güzel, sular sızan perçemleriyle dalgalardan çıkışını, sıyrılışını seyretmek, insana mitolojik düşünceler esinliyordu. Dünyanın kuruluş dönemlerine, biçimin kökenine ve tanrıların doğuşuna ait şiirleri andırıyordu bu manzara" (Mann, 2019:51).

Tazio diğer insanlar gibi alelade bir var oluş değildir. O adeta güzellik kavramının görülebilir olması için özel olarak yaratılmıştır. "Gözleriyle orada, maviliğin kenarındaki asil varlığı kucaklıyor, kabaran bir heyecan içinde, bu bakışlarıyla bizzat güzelliği, Tanrı'nın fikrine ait biçimi (...) ve arı mükemmelliği kavradığına inanıyordu (Mann, 2017:65). Öyküde Yunan mitolojisine gönderme çok yoğunur. Tazio'nun iki tanrı tarafından sevildiği için ölmeye mahkum Hyakinthos'a benzetildiği, Aschenbach'ın Tazio'yu tıpkı Hyakinthos'un ölüşü gibi ölüren ve kendisini de onu bağrına basarken gördüğü gibi göndermeler yapılmış ve

Tadzio'nun gerçeküstülüğünün altı çizilmiştir: "...kıskançlıkla yolu değişen diskin o güzel başa isabet ettiğini görüyor, Aschenbach da onun gibi sararak kırılmış vücudu kollarına alıyor ve akan tatlı kandan açan çiçek sonsuz yasının damgasını taşıyordu" (Mann, 2019:72).

2.2. Ruh Adam'da Mitolojik-Destansı Göndermeler

Roman bir Uygur masalı ile başlamaktadır. Bu masalın ana karakterlerinden Açığma-Kün, güzelliği ile görenlerin ve kuş, ağaç, çimen gibi doğaya ait diğer varlıkların hayran olduğu, gitmesi halinde solup öldüğü insanüstü bir varlıktır. Romanın şimdiki zamandaki ana kahramanlarından Güntülü Açığma_Kün'ün ruh göçü (reenkarnasyon) ile yeniden dünyaya gelmiş halidir. Uygur masalı iki bin yıl önce yaşamış gerçek bir kızdan esinlenilerek yazılmıştır. Bu kız Mete zamanında yaşamış, olağanüstü güzelliği ve hipnotize edici gücü ile Mete'nin askerlerinden birinin iradesini elinden almıştır. Askerin Mete'ye olan sadakatini kanıtlamak için bu güzel kıza ok atması gerekirken iradesi güzellik tarafından çalındığı için oku atmamış ve bu zaafının bedelini hayatıyla ödemiştir. Güntülü hem ok atılmayan kızın reenkarnasyonudur, hem de Uygur masalındaki Açığma-Kün'dür. Güntülü ok atılmama olayındaki kişilerin kendisi ve Selim Pusat olduğunu şu diyalogda dile getirir:

"-Peki ben o zaman da bir subaydım. Peki siz neydiniz?

-(...)

-Ok atılmayanlardan biri" (Atsız, 2017:141).

Güntülü tıpkı Mete zamanındaki kız ve Açığma-Kün gibi olağanüstü güzelliği ile kendisine âşık olanın iradesini elinden almış ve onu yıkıma sürüklemiştir.

Romanda güzellik tanrısal bir unsurdur. Güntülü ve güzellikle özdeş iki arkadaşı "Işık kızlar" olarak tanımlanmakta, Tanrı da aynı şekilde "Göz kamaştırıcı ışık" (Atsız, 2017:263) olarak adlandırılmaktadır.

Romanın sonlarında yasak aşk suçu işlemek, küçük bir kızın güzelliğinden büyülenerek şerefini terletmek suçlarından Tanrı tarafından yargılandığı sahnede Tanrı şu şekilde tasvir edilir: "Selim Pusat tam karşısında göz kamaştırıcı, heybetli bir

ışığın parladığını, aynı anda, o çok büyük meydandaki milyonların hep birden ayağa kalkarak ışığa baktıklarını gördü” (Atsız, 2017:255). Tanrı mutlak ve tek güçtür ve ışık olarak tasvir edilmiştir. Kızların insanüstü, ilahi güzellikleri de “Işık kızlar” olarak adlandırılarak vurgulanmaktadır.

3. Güzele Duyulan Aşkın Fiziki Yakınlıktan Öte Olması

Her iki eserde de hayran olan ile hayran olunan arasında fiziki bir birliktelik yaşanmaz, yaşanması düşünülmez. Kahramanlar arasındaki ilişki seyreden ve seyredilen şeklindedir.

3.1. Venedik’te Ölüm’de Güzele Duyulan Aşkın Fiziki Yakınlıktan Öte Olması

Romanda bilinen anlamda, iki insan arasındaki bir aşk işlenmemektedir. Bu bir erkeğin eşcinsel eğilimle genç bir oğlana duyduğu bir aşk değildir. Nitekim gerek öyküde, gerekse filmde Aschenbach’ın mutlu bir aile babası olduğu görülmektedir. Aschenbach’ın âşık olduğu mutlak güzellik kavramının kendisidir. Diğer taraftan gerek filmde, gerekse öyküde Aschenbach’ın Tazio’ya hayran olmanın yanı sıra bir babanın evladına duyduğu sevgiyi hissettiğine işaret edecek ipuçları da vardır. Filmde Aschenbach’ın küçük kızı ölmüştür. Yarım kalan bir babalık yaşamıştır. Öyküde ise “Gönlü bir baba muhabbetiyle, güzelliği, kendini feda ederek zekada yaratanın, bizzat güzel olana karşı hissettiği o duyarlı yakınlıkla doluyor, heyecanlanıyordu” (Mann, 2019:51) ifadesi de bilinen anlamda aşktan çok, şefkat içeren bir sevgiye işaret etmektedir.

“The Most Beautiful Boy in the Word” belgeselinde filmin yönetmeni Visconti “Bir aşk hikayesi bu, saf aşkın hikayesi. Cinsel ya da erotik olmayan, daha yüce bir aşk bu. Yani kusursuz aşka bir güzelleme. (...) Cinselliğe meyletmek söz konusu olamaz. Çok vahim bir yanlış olur bu” diyerek eserin bakış açısını net bir şekilde ortaya koymaktadır.

3.2. Ruh Adam’da Güzele Duyulan Aşkın Fiziki Yakınlıktan Öte Olması

Romanda ana erkek karakter ve hayran olduğu güzellik nesnesi arasında asla fiziki bir yakınlık söz konusu olmamaktadır. Hatta Selim Pusat’ın Güntülü’ye yazıp

gönderdiği şiirde “Gözlerle günah işlemenin zevkini tattım” denilerek bu aşkın, bu hayranlığın yalnızca seyretmek, bir sanat eserini gözlerle incelemekten duyulan hazzı hissetmekten ibaret olduğu açıklanmaktadır.

Selim Pusat hastayken onu muayene eden doktor aşk denilen duygunun aslında şehvet duygusunun estetik hali olduğunu söyler. Ancak Selim Pusat bunu kabul etmez. Onun gerek Leyla Mutlak’a (Hanzade Sultan) gerekse Güntülü’ye hissettikleri bu tip bir duygu değil, güzelliğe duyulan hayranlık niteliğindedir. Romanda bu şu şekilde ifade edilir: “Doktor Cezmi aşkın estetik şekle bürünmüş bir şehvet duygusu olduğunu söylemişti. Kendisinin Güntülü’ye, hele Prenses Leyla’ya bu gözle bakmasına imkân var mıydı?” (Atsız, 2017:218). Romanın sonundaki mahkeme sahnesinde Selim Pusat idaresizlik ve yasak aşk suçundan yargılanmaktadır. Pusat’ın annesi oğlunu savunmak için “Suçu nihayet duygularında kaldığı için bağışlanmaya layıktır” (Atsız, 2017:266) diyerek Pusat ve hayran olunan güzel arasında hiçbir fiziki temas olmadığına dikkat çekilmektedir.

4. Seçkinci Tavır, Soyluluğun Yüceltilmesi ve Avam Tabakayı Küçümseme

Her iki eserde de soyluluğun yüceltilmesi ve güzelliğin olmazsa olmaz, tamamlayıcı bir parçası olarak sunulması söz konusudur. Venedik’te Ölüm’de ana erkek karakter ve hayran olunan güzellik nesnesi soyluluk unvanına sahip kişilerdir. Ruh Adam’da bu özellikte yalnız Leyla Mutlak’ta (Hanzade Sultan) olmakla birlikte güzelliğin simgesi Güntülü ve iki arkadaşı da tavırları ile kibarlıkları ile saygıları ile avam tabakadan ayrılmakta ve övülmektedir.

4.1 Venedik’te Ölüm’de Seçkinci Tavır, Soyluluğun Yüceltilmesi ve Avam Tabakayı Küçümseme

Gustav von Aschenbach aristokrat sınıfa mensup bir sanatçıdır. Romanda bu şu şekilde belirtilmektedir: “Gustav Aschenbach ya da ellinci doğum gününden beri resmen taşıdığı asalet unvanıyla Gustav von Aschenbach ...” (Mann, 2019:13). Bu unvan ona deha olarak kabul edilen bir sanatçı ve örnek bir kişi olmasından dolayı verilmiştir. Ataları da daima toplumda saygı gören, itibarlı kişilerden oluşmaktadır: “Ataları subay, yargıç, idareci sıfatıyla, yani kralın, devletin hizmetinde düzenli,

gösterişsiz ve namuslu bir hayat sürmüşlerdi” (Mann, 2019:20). Aschenbach varlıklı, entelektüel çevrede yaşayan bir kişidir. Filmin çeşitli sahnelerinde halkın alt tabakasına küçümseyiş ile bir mesafe koyduğu, bu kesime adeta tahammül edemediği görülmektedir. Örneğin İtalya’ya gelirken bindiği vapurda kendini genç göstermek için yüzüne makyaj yapmış, sarhoş adama karşı iğrenme ile öfke ile bakar. Kendisini Lido’ya getiren kürekçiye bakışı da aynı şekildedir. Üstelik onunla emir cümleleri ile gayet sert bir tavır ile üstenci bir tavır ile konuşur. Lido’ya geldiğinde kendisinden para istemek üzere şapkasını uzatan adama da yine küçümseyici bir tavırla yaklaşarak beden dili ile kendisinden uzaklaştırmak istediğini ifade eder. Otele doğru yürürken önünden geçen küçük oğlanı bastonuyla istenmeyen bir yaratığı kovalar bir tavır ile uzaklaştırır. Otele geldiğinde oradaki çocuk kalabalığına yine aynı tahammülsüzlüğü sergilemektedir. Filimde otelin çok geveze metrdoteline bakışı da aynı şekilde, tahammülsüzlük, onu küçümseme şeklindedir. Özetle Aschenbach seçkin bir kişidir. Yaşamın her alanında sakilliği, düşük tavırlara tahammülü yoktur. Mükemmellik aramaktadır. Soyluluk ve güzellik onun için mükemmelliğin vazgeçilmez parçalarıdır.

Aschenbach dünyanın, toplumun giderek yozlaşan yapısından rahatsızdır. Ona yabancılaşmıştır. Etrafındaki kalabalıktan rahatsız olduğu bakışlarından anlaşılmaktadır. Kaldığı lüks otelin üst sınıfa mensup üyelerinde bile bu yozlaşmayı görmekte, onlarla hiçbir diyaloga girmemektedir. Bu tavrın ve ruh halinin romandaki anlatımı ise şu şekildedir: “...üzerine tekrar bir bunalma duygusu geldi, sanki dünya tuhaflığa ve karikatürleşmişliğe doğru hafif, ama önü alınmaz bir kayma göstermişti” (Mann, 2019:34). Öyküde seçkin tavır, Tadzio’nun bir davranışı üzerinden de yüceltilmekte ve avam tabaka hor görülmektedir. Otelde Tadzio bir Rus aile görür ve onlara küçümseyerek bakar. Onun bu tavrı Ascenbach’ın Tadzio’yu daha da yüceltmesine neden olur. Öyküdeki ilgili kısım şöyledir:

“Rus ailesini görür görmez, yüzü öfkeli bir nefret bulutuyla kaplandı. Alın kararı, ağzı yukarı kalktı, dudaklarında yana doğru, yanağını bölen gazaplı bir bükülüş oldu, kaşları öyle sert çatıldı ki, basıncın altında gözleri adeta içeri çökmüş, bu hiddetli ve kararmış gözlerinden bir kin ifadesi taşmıştı” (Mann, 2019:49).

Tadzio'nun güzelliği, soyluluğu ile bütünleşerek mükemmelliğe ulaşmaktadır. Öykünün başka bir yerinde de Tadzio'nun avam tabakaya uymayan, onlarla hareket etmeyen tavrı şu şekilde vurgulanır: "...güzel çocuğun, ciddiyetini korumakta olduğunu görme mutluluğuna erdi: Çocuk halini ve tavrını Aschenbach'a göre ayarlamış, Aschenbach'ın uzak kaldığı bu ortak havaya o da uymamıştı sanki" (Mann, 2019:88).

Aschenbach halkın içine karışmaktan, halkın o kendine özgü karmaşasına, iç içeliğine, teklifsiz samimiyetine dâhil olmaktan hoşlanmayan, yalnızlıkta hürriyeti ve yaratıcılığı bulan bir kişidir. Filmde yalnızca ailesi, kendisi gibi entelektüel seçkin bir kişi olan arkadaşı Alfred ile diyaloglarında ve konser salonunda toplumsal hayata dâhil olurken görürüz. Halkın arasına karıştığında ise yüzünde rahatsız bir ifade belirir. Öyküde de bu tavır şu şekilde ifade edilmektedir: "Gondolcu onu (...) San Marco'ya götürdü. Aschenbach oraya varana kadar bir hayli sıkıldı, çünkü tentene fabrikaları ve cam eşya yapım evleriyle anlaşmış oyan gondolcu, Aschenbach'a ikide bir bu eşyaları göstermeye, satın aldirmaya uğraşiyor..." (Mann, 2019:54).

4.2. Ruh Adam'da Seçkin Tavrı, Soyluluğun Yüceltilmesi ve Avam Tabakayı

Küçümseme

Selim Pusat hayatını askerliğe adayan, tek gerçek meslek olarak askerliği gören bir kişidir. Askerliğin irade, disiplin, otorite ve emir komuta zinciri içinde mutlak itaat gerektiren yapısı onun karakteridir. Hayatın basit eğlenceleri, keyifleri, zaaflarına meyletmek onun için kabul edilemez bir davranıştır. Yüce bir amaç uğruna ölüm onun için ulaşılabilecek en büyük makamdır. Romanda Pusat'ın bu karakter yapısını ölümü yücelten şu şiir (Atsız, 2017:71) üzerinden anlamak mümkündür:

"Ey eş bulunmaz fedakâr, mert arkadaş!
Kıskandırdın bizi sen, bak ölümün ne şanlı!
Arkadaşımızın mert ve şan dolu göğsünde
Şehitliğin nişanı bir kızıl gül açıldı..."

Romanda soyluluk ve bunun güzelliği yücelten etkisi, güzelliğin doğal bir parçası olarak algılanışı gerek güzellik nesnesi Güntülü'nün terbiyeli, saygılı tavrı ve çalışkanlığı üzerinden, gerekse Osmanlı hanedanı soyundan gelen prenses Hanzade (Leyla Mutlak) karakteri üzerinden vurgulanmaktadır. Selim Pusat'ın Güntülü ve iki arkadaşı ile tanışma sahnesinde soysuz, bayağı ve çirkin olanla güzel ve soylu olan arasındaki fark şu şekilde ifade edilmektedir:

“Selim, sokakta ve vasıtalarda gördüğü çirkin ve bayağı kızlardan o kadar bezmişti ki birdenbire karşısında üç tane güzel ve kibar duruşlu kız görünce ferahlamış ve onlar için ‘şiir kadar güzel’ diyen eşine içinden hak vermişti” (Atsız, 2017:109). Kızlar hem tavırları ile hor görülen avam kitleden ayrılmakta ve kibarlıkları ile soylu bir duruş sergilemekte, hem de bir sanat eseri kadar güzel oldukları için yüceltilmektedirler. Kızların bu soylu tavrı başka bir yerde de şu şekilde anlatılmaktadır: “Fakat şu vardı ki kızlar, öğretmenleri karşısında çok saygılı idiler. Bu hal, Selim Pusat'ın hoşuna gitti ve ...” (Atsız, 2017: 110).

Leyla Mutlak (Prensese Hanzade) romandaki diğer ana karakterler gibi gerçek hayattandır ve son halife Abdülmecid Efendi'nin torunu Hanzade Osmanoğlu'dur. Bu bakımdan gerçekten soylu bir aileye mensuptur. Romanda çeşitli kısımlarda bu anlatılmaktadır:

“Leyla Mutlak tahtın varisidir!..” (Atsız, 2017:106). “Prensese Leyla hakiki bir prensesdir. Fakat asıl adı Leyla olmayıp Hanzade'dir” (Atsız, 2017:122).

Leyla Mutlak güvenlik nedeniyle prensese olan gerçek kimliğini gizlemektedir. Ancak ne kadar saklasa da onun soylu bir kişi olduğu halinden tavırlarından derhal anlaşılmaktadır. Kimse onun gerçek bir prensese olduğunu bilmediği halde ona “prensese” lakabını takmıştır. Bu durum Selim Pusat ve eşi Ayşe Hanım arasında geçen bir diyalog ile ifade edilmektedir:

“Prenseseliğinin nereden geldiğini bilmiyorum. Talebe iken de gıyabında hep prensese derlerdi. Zannedersen bu, fevkalade kibar halinden dolayı takılmış bir lakaptı. Bu kızın öyle vakur ve asil bir hali vardı ki öğretmenlere bile saygı telkin

ederdi. Çalışkanlığı, zekâsı normaldi. Normalin üstünde olan tarafı asaleti idi” (Atsız, 2017:119).

Selim Pusat, soyluluğun mutlak güzelliğın ayrılmaz bir parçası, onun tamamlayıcısı olması halini Prens Hanzade’ye söylediğı şu sözleri ile dile getirmektedir: “Sizi şiirden daha çok güzelleştirecek, bir imha savaşı kadar güzelleştirecek sebepler var. (...) Prensessiniz ve tahtın varisisiniz” (Atsız, 2017:144). Leyla Mutlak’ın (Prens Hanzade) evine giden Selim Pusat kendini onun yanında hür hissetmez. Çünkü onun asaleti Pusat’ı son derece kontrollü ve saygılı olmaya zorlamaktadır: “Pusat yıllardır insanları o kadar değersiz ve bayağı bulmaya alışmıştı ki, üstünlüğünü kabul ettiği birisiyle karşılaşmaktan rahatsız oluyordu. Hele bu birisi genç ve güzel bir kız olunca ona yaklaşmaktan adeta ürker hale geliyordu” (Atsız, 2017:197).

Romanda soyluluğun yüceltilmesi kadar avam tabakaya ait hal ve tavırların küçümsenmesi de söz konusudur. Bu zıtlık, asalet ve güzelliğın daha da vurgulanmasını sağlamaktadır. Avam tabakanın hor görüldüğü kısımlardan biri şu şekildedir: “Selim bu ‘herkes’ten iğreniyor, ‘herkes tarafından’ kabul olunan düşüncelere tahammül edemiyordu. ‘Senin herkes dediğın kalabalık, içinde cahilleri, hainleri, budalaları bol bol barındıran bir kuru gürültüdür” (Atsız, 2017:157) diyerek toplum genelindeki bazı hal ve davranışları kınamaktadır. Pusat’ın toplumun tabanına nasıl yabancılaştığı ve ondan uzak olmak istediğini anlatan diğerk bazı ifadeler şu şekildedir:

“Kocası bütün tartışmaların sonunda melankolik bir tavırla ‘Bana insanlardan mı bahsediyorsun?’ demişti. ‘İnsanlar mazide ve tarihin yaprakları arasında kaldılar. Bu gördüklerin birer karikatürden başka bir şey değildir’” (Atsız, 2017:28).

“Hapisten çıktı ama çıkmadı desem de yalan olmaz. Çünkü kendisini eve hapsedti. Bir yere çıkmıyor. (...)İnsanlardan iğreniyor. Kimseyi görmeye tahammülü yok”. (Atsız, 2017:29).

“Kendisini insanların bu kadar çirkefleştiği bir asırda dünyaya getiren kadere lanet ederek dinlenmek ve toparlanmak istedi” (Atsız, 2017:43).

Romanda soylu tavırların, soyluluğun güzellikle ilişkilendirerek yüceltilmesinde çirkinin zıtlığından yararlanılmaktadır: “Selim’in ne kadar iğrendiği yüzünün çizgilerinden ve bakışlarından belli oluyordu. Karşısında yalnız yüzü değil, düşünceleri de iğrenç bir soysuz vardı. Ancak zevki düşünen, kutlu bir şey tanımayan soysuzlardan biri...” (Atsız, 2017:103). Toplum genelinin, soylu ve güzel olan sınırlı bir azınlığın dışında kalanların rahatsız edici düşük tavırları ve çirkinlikleri romanda sert bir dille ifade edilmektedir: “Çünkü gördüğü insanlar ya bir takım budalalardan, ya ikiyüzlülerden, ya da cakacı zavallılardan ibaret olurdu. Aşırı boyalı geçkin kadınlar, güzelleşiyorum sanarak kendilerini çok çirkin ve gülünç hale sokan kuş beyinli kızla, insanlık meziyetlerinin hepsinden sıyrılmış delikanlılar Pusat’a tiksinti verirdi” (Atsız, 2017: 223).

5. Gülümsemenin dayanılmaz, hatta yıkıcı etkisi

Her iki eserde de hayran olunan güzelin gülümseyişi ana erkek karakteri hayranlığın, aşkın, büyülenmenin zirvesine taşımakta ve aşığın aşkını kendi kendine itiraf etmesini tetiklemektedir.

5.1. Venedik’te Ölüm’de gülümsemenin dayanılmaz, hatta yıkıcı etkisi

Filmde Aschenbach’ın Tadzio’ya olan aşkını, hayranlığını itiraf etmesini sağlayan olay, bu itiraftan hemen önce gerçekleşen Tadzio’nun ona bakarak hafifçe gülümsemedir. Bu gülümseyiştten sonra Aschenbach yok edici bir etkiye maruz kalmışçasına heyecanlı, bitkin sandalyeye çöker ve “Sakin böyle gülümseme. Hiç kimseye böyle gülümseme” der. Ardından güzellik nesnesine olan aşkın duygularını kendine itiraf eder.



Tadzio'nun Aschenbach'a gülümsediği an

Öyküde bu gülümseyişin etkisi şöyle anlatılmaktadır: “Bu gülümsemeyi bulan Aschenbach, onu tehlikeli bir armağan gibi alıp yürüdü. O kadar alt üst olmuştu ki, taraçanın ve parterin ışığından kaçmak, hızlı adımlarla arkadaki parkın karanlığına sığınmak zorunda kaldı. Hem garip bir şekilde öfkeli hem de müşfik azarlamaların önüne geçemiyordu: ‘Böyle gülmen doğru değil Tadzio! Dinle beni, hiç kimseye böyle gülmek doğru değil!’ (Mann, 2019:74). Bu gülümseme ile kendinden geçen Aschenbach içinde bulunduğu coşkun ve dehşete düşmüş ruh hali ile kimsenin duymadığı, yalnız kendinin duyduğu itirafını yapar: “Seni seviyorum!”.

5.2. Ruh Adam'da gülümsemenin dayanılmaz, hatta yıkıcı etkisi

Güzelin gülümseyişinin yıkıcı etkisi romanda şu şekilde ifade edilmektedir: “Leyla yine gülümsedi ve Selim ‘Prenses silahını iyi kullanıyor!’ diye düşündü. Bu gülümseyiş, bir erkek için korkunç bir şeydi ve buna dayanmak her yiğidin işi değildi” (Atsız, 2017:202).

Selim Pusat âşık olunan güzelliğin altını çizerken gülümsemenin bu güzelliği nasıl arttırdığını, etkisini dayanılmaz kıydığını şu şekilde anlatmaktadır: “...yanındaki genç kızın cidden güzel, hele gülerken çok daha güzel olduğunu fark etti” (Atsız, 2017: 98). Bir diğer yerde Güntülü ve iki arkadaşının gülümsemeleri Selim Pusat'a “Dünyadaki bütün kızlar bu tılsımlı gülümseyişle gülse insanlar bahtiyar olur” (Atsız, 2017:189) dedirtmektedir. Selim Pusat Leyla Mutlak ile konuşurken, Leyla'nın ona hitap ettiği sırada gülümsediğini özellikle belirtmektedir: “Leyla, Selim'e çok tesir eden gülümseyişiyle...” (Atsız, 2017:197).

6. Güzelin Etkisi ile Küçümsediğine Dönüşme

Her iki eserde de ana erkek karakter güzellik nesnesine duydukları hayranlık ve aşk sonucunda başlangıçta oldukları adamdan bambaşka bir adama doğru evrilir. Mutlak güzellik ile karşılaşma anından itibaren başlangıçta kınadıkları, hor gördükleri, küçümsedikleri hal ve davranışlara yavaş yavaş sahip olurlar ve sonunda tükenirler.

6.1. Venedik'te Ölüm'de Güzelin Etkisi ile Küçümsediğine Dönüşme

Aschenbach katı prensipleri olan ve bunlardan ödün vermeyen bir kişidir. Mesleğinden hayatı algılayış ve yaşayış biçimine kadar tavrı ödün verilmez ilkelere bağlı kalmak şeklindedir. Duyuları reddeden bir mantık insanıdır. Onun bu özelliği filmde arkadaşı Alfred ile olan diyaloglarında belirtilir. Alfred, Aschenbach'a: "Utanç ruhsal bir rahatsızlıktır. Seni etkilemez. Çünkü duygular seni etkilemiyor. Sen sakıngan, hoşnutsuz, mesafeli bir adamsın. Herhangi bir şeyle doğrudan, dürüst temas kurmaya korkuyorsun. Katı ahlak kuralların nedeniyle davranışların da müziğin kadar mükemmel olsun istiyorsun. En küçük hatada çöküyor, saflığını kaybediyorsun" diyerek onun mükemmeliyetçiliğini ve kendine koyduğu kurallara tavizsiz şekilde bağlı olan yapısını dile getirir. Öyküde onun bu yapısı "Aschenbach zevk ve eğlenceyi sevmezdi. Nerede, ne zaman olursa olsun aylak olmaya, kendini dinlenmeye bırakmaya, gününü gün etmeye gelince Aschenbach –hele gençlik yıllarında- içinde bir huzursuzluk, bir nefret duyar, yüce didinmelerine (...) itildiğini hissedirdi" (Mann, 2019:62) şeklinde anlatılmıştır. Genç yaşta okumuş bir ailenin kızıyla evlenmiş, bir kızı olmuş mutlu bir aile babasıdır. Daha sonra eşi ölmüştür (Filmde hem eşi, hem küçük kızı ölürken, romanda yalnız eşi ölür ve kızı evlenerek gider). Aschenbach toplumun saygı duyduğu gerek meslek hayatında, gerekse özel hayatında bütün toplumsa normlara uyan örnek bir soyludur. Duyuları reddeder ve çok çalışmanın gücüne inanır. Gerçek güzelliğin sağlam bir irade ve sıkı bir disiplinle elde edilebileceğini savunur. Aschenbach'ın duyuları reddeden, onları insanı alçaltan unsurlar olarak gören tavrı romanda şu şekilde ifade edilmektedir: "Dehası,

tuhafliklarından olduğu kadar bayağılıklardan da fersahlarca uzakta, gerek geniş okur kitlesinin güvenini gerek müşkülpesentlerin hayranlık ve istekli ilgisini kazanabilecek gücünü gösteriyordu” (Mann, 2019: 21). Aschenbach tam bir irade adamıdır. Onun bu yapısı romanda (2019:22) “En sevdiği söz ‘dayanmak’tı” şekilde ifade edilmektedir.

Aschenbach filmde güzelliğe sanatçının emeği ile ulaşılabileceğini savunmaktadır. Doğal bir güzelliğe, kendiliğinden var olmuş bir güzelliğe inanmaz. Güzelliğin duyular ile algılanmasını kabul etmez. Bunu insanı alçaltan bir durum olarak değerlendirir. Arkadaşı Alfred ise bu fikre tamamen karşıdır. Aschenbach’a “Güzellik böyle doğar. İşte böyle... Kendiliğinden. Senin ya da benim emeğimle ilgisi yoktur. Güzellik biz sanatçılardan önce de vardı. Dostum, yaşamı, gerçekliği bir sınırlama olarak kabul etmekle büyük hata yapıyorsun” diyerek güzelliğin duyular ile algılanan bir kavram olduğunu söyler. Bu fikre şiddetle karşı çıkan Aschenbach’ın Tazio’yu görmesiyle o katı fikirlerinin, prensiplerinin yıkılması bir olur. Saf güzelliği, kendiliğinden doğmuş olan mükemmel güzelliği duyuları ile algılamıştır.

Aschenbach başlangıçta hor gördüğü, kınadığı, küçümsediği halin kendisine dönüşmüştür. Karşılaştığı olağanüstü güzellik karşısında duygularına teslim olmuştur. Güzelliğin ancak disiplinli bir çalışma ile taçlanmış yaratıcı yetenekle elde edilebileceğini savunan Aschenbach hiçbir sanatçının emeği dokunmamış, sadece varoluşu ile güzelliğin doruğunu yansıtan Tazio’yu görünce önceden reddettiği ve küçümsediği duygularına teslim olmuştur. Bir disiplin adamı olan Aschenbach kendinden geçmiştir: “Aschenbach ayılmayı arzulamıyor, sarhoşluktan geçmek istemiyordu” (Mann, 2019:69).

Filmde Aschenbach’ın bu güzellik karşısında iradesini kaybetmesinden dolayı kendine kızdığını görürüz. Öfkeli bir tavır ile odasına gelir ve tatilini yarıda keserek Münih’e geri dönmek üzere otelden ayrılır. Ancak istasyonda bavulları ile ilgili çıkan bir aksiliği bahane ederek Lido’ya, Tazio’nun güzelliğine bakabildiği kadar çok bakmak üzere geri döner. İradesi artık tamamen yenilmiştir.

Aschenbach Tazio’yu görmeden önce asla yapmayacağı, yapmayı aklından bile geçirmeyeceği hallere düşmüştür. Örneğin otelde Tazio’nun odasının kapısına

alnını dayamış ve bu durumda yakalanmayı umursamadan uzun zaman orada kalmıştır. Toplumun saygı duyduğu, ders kitaplarına eserlerini aldığı bir sanatçı için tam bir dönüşüm yaşamıştır.

Aschenbach'ın başlangıçta hor gördüğü bir diğer tutum ise vapurda gördüğü yaşlı ve çirkin bir adamın aşırı derecede boya ile kendini genç ve güzel gösterme çabası olmuştur.



Saygın ve ciddi bir sanatçı olan Aschenbach, güzele olan aşkın etkisiyle hor gördüğü, makyajla güzelleşmeye çalışan adama dönüşür

Aschenbach bu adama kelimenin birebir anlamı ile iğrenerek bakar. Ancak eserin sonlarında Aschenbach tam olarak bu kınadığı boyalı adama dönüşmüştür. Tadzio'nun kendisini güzel bulması için, onun mükemmelliğine biraz da olsa yaklaşabilmek için, gemide aşağıladığı makyajlı yaşlı adam gibi kendisine makyaj yaptırmış, süslenmiştir. Otelin berberine giden Aschenbach kendini berberin ellerine teslim etmiş, Tadzio'yu görmeden önce asla yapmayacağı, yapandan da tiksindiği hale

girmiştir. Berber Aschenbach'ı uzun uzun süsleyip makyaj yaptıktan sonra "Artık beyefendi çekinmeden âşık olabilirler" (Mann, 2019:97) der.

6.2. Ruh Adam'da Güzelin Etkisi ile Küçümsediğine Dönüşme

Selim Pusat haksız yere suçlanarak hapse girmeden önce tam bir irade ve disiplin adamıdır. Onun için askerlik bir meslek değil adeta bir inançtır. Bu nedenle mesleği onun için yaşamı demektir. Dünyayı algılayış biçimi mesleği olan askerlik merkezinde şekillenmektedir. Evli ve bir çocuk babasıdır. Hayatın her alanında düzen ve disiplin arayan Pusat için özel hayat da buna dâhildir. Kendinden yaşça çok küçük bir kızın güzelliğine kapılıp ölümü göze almak Pusat'ın ancak aşağılayacağı, kınayacağı, hele ki bir askere asla yakıştıramayacağı uygunsuz, affedilmez bir davranıştır. Hatta yaşlı ve çirkin Yek karakterinin genç ve güzel Leyla Mutlak (Prenses Hanzade) ile ilgilenmesini yine alaycı ve aşağılayıcı sözlerle kınamış, buna karşılık Yek: "Yaşı karıştırmayın yüzbaşı beğ. Siz de kendinizden yirmi beş yaş küçük bir kıza âşık olabilirsiniz. (...) Ve olacaksınız da" (Atsız, 2017:105) şeklinde yanıt verir. Pusat bu sözleri de kınayarak "Hezeyan" olarak nitelendirir.

Selim Pusat askerliğe kendini adanmış bir disiplin adamı olmasına rağmen Güntülü'nün güzelliği ve Leyla Mutlak'ın (Prenses Hanzade) asaleti karşısında iradesini kaybetmiştir. Bu durum şöyle anlatılmaktadır: "Üç dört gün önce liseli bir kız, Güntülü de ona hâkim olmuş, adeta iradisini elinden almıştı. Şimdi de ondan biraz daha yaşlı öğretmen kız aynı şeyi yapıyordu. (...) Leyla bu akşam Selim Pusat'ın her zamanki kadar sağlam iradeli olmadığını sezdiği için onu zorluyordu" (Atsız, 2017:143-144).

Selim Pusat kendisini muayene eden doktorun aşktan söz etmesi üzerine "Aşk dediğiniz şey işsiz güçsüzlerin hastalığı, vakit geçirme eğlencesidir. (...) Bir asker kız için üniformasını bırakmaz. (...) Bunları iradesiz, karakersiz ve zayıf adamlar yapar" (Atsız, 2017: 174-176) diyerek bir asker ve irade adamı olarak aşk kavramına katı bakış açısını dile getirmiştir. Bununla birlikte bir süre sonra evli olduğu halde kendinden yirmi beş yaş küçük bir kıza –mutlak güzelliğe- âşık olarak hor gördüğü hale düşmüştür. Üstelik aşk yüzünden askerlikten de öte, hayatından vaz geçecek hale

gelmiştir. Zayıflık, karaktersizlik ve iradesizlik olarak tanımladığı durumu sonuna kadar yaşamıştır. Selim Pusat'ın yenilgisi, dönüşümü bir başka yerde şu şekilde anlatılır: “O mendebur Yek ‘kendinden yirmi beş yaş küçük bir kızı seveceksin!’ demiş ve o zaman Yek’le alay eden Selim onun söylediği hale düşmüştü” (Atız, 2017:205).

Romanda (2017:235) Selim Pusat Güntülü ile karşılaşmadan önceki hayatında asla yapmayacağı, yapmayı düşünmeyeceği hallere düşmüştür. Örneğin Güntülü'nün evinin önüne gelmiş, taşın altında duran anahtara elini uzatarak eve girmeye teşebbüs etmiştir. Ancak romandaki gerçek üstü karakter Şeref “Buna hakkın yok” diyerek onu engellemiştir. Askerliğin tüm irade ve disiplinini özümsemiş olan Selim Pusat güzele duyulan aşkın etkisi ile tam bir dönüşüm yaşamıştır.

7. Güzele Duyulan Aşk ve Bilerek Ölümüne Gitmek

Her iki eserde de ana erkek karakter mutlak güzelliği görür, ona hayran olur, iradesini kaybeder ve bile bile ölümüne sürüklenir. Güzellik, ona hayran olan için mahvoluş ve tükeniş anlamına gelmektedir.

7.1 Venedik'te Ölüm'de Güzele Duyulan Aşk ve Bilerek Ölümüne Gitmek

Aschenbach Tadzio'da bulduğu güzelliğe olan tutkusundan dönmeye çalışmış, bir irade savaşı vermiş ancak başaramamıştır. Venedik'te ölümcül bir salgın hastalık olduğunu bile bile, herkesin şehirden kaçtığını görmesine rağmen orada kalmış, Tadzio'suz bir hayatı yaşayamayacağını kabul etmiştir. Tadzio'nun Venedik'ten ayrılma ihtimali bile Aschenbach için yüzleşilmesi, kabullenilmesi imkansız bir gerçektir: “Çünkü âşık, Tadzio'nun gitmesinden endişeleniyor, böyle bir şey olursa artık yaşayamayacağını dehşetle anlıyordu” (Mann, 2019:77). Gerek filmde, gerekse öyküde Aschenbach iradesini tamamen yitirmiş, güzele olan tutkusuna teslim olmuş ve bile bile ölümüne gitmiştir. Hayatının son anına kadar, güzeli ilk gördüğü andan beri yaptığını yapmış, yani onu seyretmiştir: “Sandalyenin arkasına dayalı başı yavaş yavaş, uzaklarda yürüyen çocuğun hareketlerini izlemişti. (...) Ascenbach, her zaman olduğu gibi şimdi de onun peşi sıra gitmeye koyuldu” (Mann, 2019:103). Peşi sıra giden artık Aschenbach'ın ruhudur. Ömrü boyunca güzelliği arayan adam, ölüm

anında da, bilincinin yitim anında da güzeli takip etmiş, ona izlerken hayata veda etmiştir.

“The Most Beautiful Boy in the World” adlı belgeselde güzellik ile ölüm özdeşliği Tadzio üzerinden şöyle anlatılmıştır: “Adeta bir insan değil, ölüm meleğidir o”. Bu belgeselde Visconti filmi ile ilgili röportaj verirken kendisine sorulan “Öykünün sizi en çok çeken yanı ölüm teması mıydı?” sorusuna şu yanıtı vermiştir: “Salt ölüm değil, özellikle böyle entelektüel bir ölüm oluşuydu beni çeken. Güzelliğe, dünya üzerindeki mutlak güzelliğe sevdalanan bir entelektüelin öyküsüdür Venedik’te Ölüm. Mutlak güzelliği Hotel des Bains’de genç bir oğlanda bulduğunda ise güzelliği gördüğü anda ölümü gördüğünü anlar”.

7.2. Ruh Adam’da Güzele Duyulan Aşk ve Bilerek Ölüme Gitmek

Selim Pusat güzelliği de askerliğe ilişkin kavramlarda bulmaktadır. Eşi Ayşe Pusat öğrencisi Güntülü’nün zekâsının yanı sıra ne kadar güzel olduğunu anlatması üzerine Pusat: “Bir imha savaşı kadar da güzel mi?” diye sorar. Bu ifade ile güzelliğin, mutlak güzelliğin ölümle özdeş yapısına işaret edilmektedir. Onun bu sorusuna karşılık eşi Ayşe Pusat’ın Güntülü’nün güzelliğini şiire benzetmesi üzerine Selim Pusat: “Şiir ince sanatlardan birisi olduğu için şiirin güzelliğini kızların güzelliğine benzettin. Harp sanatı ince sanatların başında gelir. En güzel örneklerini de imha savaşlarında bulabilirsin” (Atsız, 2017:69) diyerek güzelin öldürücü etkisine işaret etmektedir. Ruh Adam romanında kişinin güzelliği salt bir insan güzelliği olmanın ötesinde yorumlanmaktadır.

Selim Pusat Güntülü’nün güzelliğine kapılmış, benliğini kaybetmiştir. Bir zamanlar irade ve disiplin adamı olan Pusat mutlak güzelliğin yıkıcı etkisi ile bile bile yok oluşa sürüklenmektedir.

“Selim Pusat da kendi ağacı olan asker ocağından koparak yeşil dalgalı ve çağlayanlı bir ırmağa düşmüş, sürüklenip gidiyordu. Yalnız sürüklenmekle kalmayıp kendi sağlığını da yıkıyordu. Çünkü yasak edilen içkiye başlamış, hatta eski hızını da aşmıştı” (Atsız, 2017:242). “...başka hiçbir çaresi kalmayarak canına kıyan

insanlar gibi avunmayı kendisine yasak edilen; sağlığını, giderek de hayatını tehlikeye atan içkide buluyordu" (Atsız, 2017:249).

Romanın sonlarında Selim Pusat işlediği suçlardan yargılanmak üzere Tanrı'nın yargıç olduğu, gelmiş geçmiş bütün zamanların insanların katıldığı bir ilahi mahkemede yargılanır. Tarihin en güçlü kişileriyle vuruşmasına karar verilir: "Artık kaderine boyun eğmişti. Dört kişiyle birden vuruşacak ve şüphesiz burada ölecekti" (Atsız, 2017:277). Selim Pusat, mutlak güzelliğe duyduğu yasak aşkın sonunda bile bile ölüme sürüklenir. Bunun kendisi için bir yıkım olduğunu bilmesine rağmen güzelliğe ve ona duyduğu aşka teslim olur. Artık yaşamak istememektedir: "Fakat içindeki bu ölümü isteyiş, bu sıkıntı neydi? Sıkıntı sanki gönlünden kollarına doğru yayılıyor, gücünü kesiyordu" (Atsız, 2017:278). "Herhalde ölmek üzere idi. Sonsuz karanlığa gömülürken gurur gibi saçma bir duygunun tesirinde kalamazdı. Her şey gün gibi ortada idi: Güntülü'yü..." (Atsız, 2017:281). Bu ifadeler, Selim Pusat'ın hem itirafı, hem de tükenişidir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Alman yazar Thomas Mann'ın Nobel Edebiyat ödülü alan uzun öyküsü Venedik'te Ölüm (1912) (ve bu öyküden Luchino Visconti tarafından sinemaya uyarlanan aynı adlı film) ile yazar Nihâl Atsız'ın postmodern romanı Ruh Adam (1972) metinlerarasılık kuramı dâhilinde karşılaştırılmıştır. Karşılaştırmada ele alınan başlıca unsur mutlak güzelliğin ve bunun tamamlayıcısı olan soyluluğun yüceltilmesidir.

Ruh Adam romanı Nihâl Atsız'ın kendi hayatından yola çıkarak yazdığı, yoğun otobiyografik öğeler içeren bir eserdir. Romanın kahramanı Selim Pusat Atsız'ın kendisidir. Ercilasun (2018:494-496) Atsız'ın Selim Pusat takma adını daha 1951 yılında Orkun dergisinde kullandığını, derginin 44. sayısında romandaki "Geri gelen mektup" şiirini "Bu şiir, Atsız'ın intişar etmemiş bir romanından alınmıştır" notu ile yayımlandığını belirttikten sonra "O hâlde Ruh Adam'ın kahramanı Selim Pusat kesin olarak Atsız'dır. Elbette roman kahramanı Selim Pusat'ın yaptıkları ve düşündükleri

Atsız'la birebir aynı olamaz. Ama karakter ve fikir yapısı olarak Atsız ile Selim Pusat tam tamına örtüşmektedir" demektedir.

Ruh Adam'da olduğu gibi Venedik'te Ölüm'de de otobiyografik unsurlar bulunmaktadır. Arak (2009:282) bu durumu Schröter'e (1966:74) de atıf yaparak şöyle ortaya koymaktadır:

"Sanatçıyı simgeleyen Aschenbach'ın eserde karşımıza çıkan kriz dönemi Mann'ın kendi yaşadığı kriz dönemini simgelemektedir. Dolayısıyla Mann burada esere kendinden otobiyografik özellikler katmıştır. Bunun ötesinde Mann birçok büyük yazar gibi eserlerini kurgulamadığını ve bilinen otobiyografik unsurları yeni bir ruhla okura sunduğunu bizzat kendisi dile getirmektedir: Ben çok büyük yazarların, yaşarken bir şey kurgulamadıklarını, aksine bilineni ruhlarıyla doldurup yeniden biçimlendirdiklerini iddia ediyorum. Tolstoy'un yapıtının en az benim küçük eserlerim kadar otobiyografik temele dayandığını söylüyorum".

Gerek Venedik'te Ölüm, gerekse Ruh Adam yazarlarının hayatlarından izler taşıyan, diğer taraftan birbirleri ile de ilişkili noktaları bulunan iki eserdir. Konuları ve üslupları tamamen farklı olmakla birlikte İki eser arasında işlenen benzer ortak temalar şu şekilde sıralanabilir:

Güzelliğe Övgü

Mitolojik-Destansı Göndermeler

Çirkin olanı küçümseme, onu hor görme

Güzele duyulan aşkın fiziki yakınlıktan öte olması

Seçkin tavrı, soyluluğun yüceltilmesi ve avamı küçümseme

Gülümsemenin dayanılmaz, hatta yıkıcı etkisi

Güzelin etkisi ile küçümsediğine dönüşme

Güzele duyulan aşk ve bilerek ölüme gitmek

Araştırmada her iki eserden yapılan alıntılarla ayrıntılı bir şekilde ortaya konan bu temaları kısaca özetleme gerekirse şu bulgular kaydedilebilir:

Her iki eserde güzellik kavramı ve onu tamamlayan olmazsa olmaz unsur soyluluk övülmekte ve yüceltilmektedir. Güzelliği simgeleyen karakterler insanüstü, mitolojik, destansı bir varlık olarak konumlandırılmaktadır. Güzele âşık olunmaktadır ancak bu aşk iki insan arasındaki bilindik anlamda romantik bir aşk değil, güzelliğin kendisine duyulan hayranlık ve sevgi şeklindedir. Her iki eserde de hayran olunan güzellik tanrısal niteliklerle özdeşleştirilmiş, güzelliğin üstünlüğü tanrısal nitelikler ile ilişkilendirilerek yüceltilmiştir. İki eserde de güzelliğin ana erkek karakterde yarattığı duygu “ürkmek” sözcüğü ile betimlenmiştir. Her iki eserde de çirkin olan, soysuz olan gerek görünümü, gerek hal ve tavırları itibariyle karikatürize edilerek tasvir edilmiş, bu zıtlık güzelin ışığını daha da öne çıkarmıştır. Her iki eserde de çirkin, rahatsız edici görünüşü ve avam tavırları ile uzak durulmak istenen, temas bile edilmek istenmeyen bir varlık olarak anlatılmaktadır.

Her iki eserde de mitolojik ve destansı göndermeler bulunmaktadır. Venedik’te Ölüm’de Yunan mitolojisine, Ruh Adam’da ise bir Uygur masalına gönderme yapılmıştır. Bu gerçeküstü metinlerdeki temel öğeler, özellikle güzelliğin karşı konulmaz etkisi ile ilgili unsurlar âşık olunan güzel ile ilişkilendirilmektedir. Tadzio Yunan mitolojisinden çıkıp gelmiş gibidir. Güntülü de binlerce yıl öncesinden çıkıp gelmiştir. Böylece gerçek olamayacak şiddetteki güzellikleri mitoloji ve masal ile ilişkilendirilerek yüceltilmektedir.

Her iki eserde de hayran olan ile hayran olunan arasında fiziki bir birliktelik yaşanmaz, yaşanması düşünülmez. Kahramanlar arasındaki ilişki seyreden ve seyredilen şeklindedir. Onlar tıpkı sanat eserleri gibi dokunulmak için değil, seyredilmek için vardır.

Her iki eserde de soyluluğun yüceltilmesi ve güzelliğin olmazsa olmaz, tamamlayıcı bir parçası olarak sunulması söz konusudur. Venedik’te Ölüm’de ana erkek karakter ve hayran olduğu güzel Tadzio soyluluk unvanına sahip kişilerdir. Ruh Adam’da bu özellikte yalnız Leyla Mutlak (Hanzade Sultan) olmakla birlikte

güzelliğin simgesi Güntülü ve iki arkadaşı da tavırlarındaki ölçülü ve güzel halleri, kibarlıkları ve saygıları ile avamdan ayrılmakta ve övülmektedir. Romanın farklı yerlerinde kızların avam tabakanın tipik davranışlarından ne kadar uzak oldukları vurgulanmaktadır.

Her iki eserde de hayran olunan güzelin gülümseyişi ana erkek karakteri hayranlığın, aşkın, büyülenmenin doruğuna taşımaktadır. Bu gülümseyiş hayran olan için dayanılması güç bir heyecan ve coşku seli yaratmakta, iradeyi büsbütün kırmaktadır.

Her iki eserde de ana erkek karakter güzellik nesnesine duydukları hayranlık ve aşk sonucunda başlangıçta oldukları kişiden bambaşka, tamamen zıt bir kişiye doğru evrilir. Mutlak güzellik ile karşılaşma anından itibaren başlangıçta kınadıkları, hor gördükleri, küçümsedikleri hal ve davranışlara yavaş yavaş sahip olurlar ve sonunda tükenirler.

Her iki eserde de ana erkek karakter mutlak güzelliği görür, ona hayran olur, iradesini kaybeder ve bile bile ölüme sürüklenir. Güzellik, ona hayran olan için mahvoluş ve tükeniş anlamına gelmektedir.

ÇALIŞMANIN ETİK İZİN BELGELERİ

Söz konusu bu çalışmada etik kurul kararı gerektiren klinik ve deneysel insan ve hayvanlar üzerinde bir çalışma olmadığından dolayı etik kurul onayı aranmamıştır.

KAYNAKÇA

Akyunak, Aslı Giray (2017). Visconti'nin "Venedik'te Ölüm" Filminde Metinlerarasılık Ve Müziğin (Baş)Rolü, Sanat ve Tasarım Dergisi, Cilt:7, Sayı:1, s. 1-18.

Aktulum, Kubilay (1999).Metinlerarası İlişkiler. İstanbul: Öteki Yayınevi.

Arak, Hüseyin (2009). Thomas Mann'ın Venedik'te Ölüm Başlıklı Eserinde Sanatçı İmajı, Bilimname, cilt:2009, sayı:2, s. 281-292.

Atsız, Nihâl (2017). Ruh Adam, İstanbul: Ötüken Yayınları

- Bulut, Feyza (2018). Metinlerarasılık' Kavramının Kuramsal Çerçevesi, Edebi Eleştiri Dergisi, Nisan, Cilt:2, Sayı: 1, s. 1-19.
- Deliorman, Altan (2014). Atsız, Ankara: Berikan Yayınevi.
- Eagleton, Terry. Edebiyat Kuramı. Çev. Esen Tarım, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2003
- Ercilasun, Ahmet Bican (2018).Atsız Türkçülüğün Mistik Önderi, Ankara, Panama Yayınları.
- Evis, Ahmet (2012). Hüseyin Nihal Atsız'ın 'Ruh Adam' Romanında Yer Alan Tip ve Karakterlerin İncelenmesi, Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, (32) , s.235-261.
- Gezeroğlu, Senem (2016). Güray Süngü'nün Öykülerinde Metinlerarası İlişkiler, Söylem Filoloji Dergisi, Cilt:1, Sayı:2, s. 196-220.
- Gülveren, Özlem Bay (2015). Metinlerarası İlişkiler Bağlamında Faruk Duman'ın "İncir Tarihi" Adlı Romanı Üzerine Bir İnceleme, Turkish Studies International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, Volume 10/12 Summer 2015, s. 117-136.
- Hacaloğlu, Yücel (2013). Atsız'ın Mektupları, İstanbul: Ötüken Yayınları.
- Karatay, Halit (2010). Türkçe Dersi Öğretim Araçlarında Yapılandırmacılık: Metinlerarasılık, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Mustafa Kemal University Journal of Social Sciences Institute Yıl/Year: 2010 " Cilt/Volume: 7 " Sayı/Issue: 14, s. 155 – 178
- Korkmaz, Ferhat. "Metinlerarası İlişkilerin Klasik Retorikteki Kökeni Üzerine Bir Araştırma. HİKMET" - Akademik Edebiyat Dergisi (Journal of Academic Literature) Gelenek ve Postmodernizm Özel Sayısı, 2017: 71-88
- Mann, Thomas (2019). Venedik'te Ölüm, İstanbul: Can Yayınları
- Özdemir, Serkan. Metinlerarasılık Yöntemleri Ömer Seyfettin Hikâyeleri. İstanbul: Dün Bugün Yarın Yayınları, 2017.
- Zengin, Mevlüde, (2016). An Introduction To Intertextuality As A Literary Theory: Definitions, Axioms And The Originators, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 25/1, 2016, s. 299-326

Belgesel: The Most Beautiful Boy in the World (2021), Yönetmen: Kristina Lindström,
Kristian Petri

Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No plagiarism detected.

Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed.

Araştırma Makalesi

**HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİNİN
ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ DERSİNE YÖNELİK TUTUMLARI İLE
ELEŞTİREL DÜŞÜNMEYE YÖNELİK EĞİLİMLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ**

Serkan BİÇER¹

Özet

Halkla ilişkiler eğitiminde eleştirel düşünme becerisinin önemi daha da fazla artmaktadır zira günümüz örgütlerinde aranan özellikler, verilen görevlerin sadece yapılması değil; eleştirel düşünme becerisi, inisiyatif alabilme, olayları çok yönlü değerlendirebilme, değişime ayak uydurabilme ve karar verme becerileridir. Eleştirel düşünce doğrusal ve anlık gelişen bir süreç değil aksine aktif eğitim süreciyle geliştirilebilir bir olgudur. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı, Fırat Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümü öğrencilerinin Araştırma Yöntemleri dersine yönelik tutumları ile eleştirel düşünme becerileri arasındaki ilişkinin ortaya koyulmasıdır. İlişkisel tarama modelinde olan bu çalışmanın evreni Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünde öğrenim gören öğrencilerdir. Çalışmada örneklem seçimine gidilmemiş çalışılabilir evrenin tamamına ulaşmak hedeflenmiştir. Anket ve ölçekler Google Formlar aracılığıyla çevrimiçi yapılmış 275 öğrenciden cevap alınmış veriler düzenlendikten sonra 249 anket çalışmaya dahil edilmiştir. Veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından oluşturulan anket formuyla birlikte Yaşar (2014) tarafından geliştirilmiş Bilimsel Araştırma Yöntemleri Dersine Yönelik Tutum Ölçeği ve Kökdemir (2003) tarafından Türkçe'ye uyarlanan "Kaliforniya Eleştirel Düşünmeye Yönelik Tutum Ölçeği" uygulanmıştır. Çalışma sonucunda Bilimsel Araştırma Yöntemleri dersine yönelik eleştirel düşünme becerisi arasında ilişki olduğu görülmüş özellikle araştırma yöntemlerinden alınan notla California Eleştirel Düşünme Ölçeğinin "açık fikirlilik", "meraklılık" ve "doğruyu arama" altboyutlarında anlamlı farklılıklar bulgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Eleştirel Düşünme, Bilimsel Araştırma Yöntemleri Dersi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, California Eleştirel Düşünme Eğilimi Ölçeği, Bilimsel Araştırma Yöntemleri Dersi Tutum Ölçeği

The Relationship between the Attitudes of Public Relations and Advertising Department Students towards Research Methods Class and Critical Thinking

Abstract

The importance of critical thinking skills in public relations education has been increasing every day. The expectations about the modern organizations not only include carrying out the duties assigned, but also a variety of different skills such as critical thinking, taking initiative, multidimensional evaluation of incidents, resilience, and decision-making. Critical thinking is not a linear and instant process; it is rather a phenomenon that can be developed with education. In this context, the purpose of this study is to determine and present the relationship between the attitudes of Public Relations and Advertising department students in Fırat University towards research methods class and critical thinking. The relational screening model was used in this study. The population of the study is Fırat University students studying in Public Relations and Advertising department. Sampling selection wasn't made as

¹Dr. Öğr. Üyesi, Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, sbicer@firat.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4993-327X

Gönderim Tarihi/Received: 08.06.2021 **Kabul Tarihi/Accepted:** 21.06.2021
<https://doi.org/10.53495/e-kiad.949754>

the purpose of the study was to reach the whole population. Surveys and scales were prepared online through Google Forms; answers were collected from 275 students and 249 students were included in the study. The survey form prepared by the researcher was used as the data collection tool. In addition to this, Scientific Research Methods Class Disposition Inventory developed by Yaşar (2014) and the "California Critical Thinking Disposition Inventory (CCTI)" adapted to Turkish by Kökdemir (2003) were used. At the end of the study process, it was seen that there was a relationship between Scientific Research Methods class and critical thinking skills. On the other hand, it was determined that there were meaningful differences between the California Critical Thinking Disposition Inventory's sub-dimensions of "broadmindedness", "curiosity", "searching for the truth".

Keywords: *Critical thinking, Scientific Research Methods, Public Relations and Advertisement, California Critical Thinking Disposition Inventory, Attitude Scale Related to Scientific Research Methods Course*

Extended Abstract

The basic problems of this study are if critical thinking creates and forms the attitude towards the Scientific Research Methods class or not, and the relationship between these two concepts. It is necessary to create and organize the content of classes in university in a way that they develop and support critical thinking to be able to ensure students gain this perspective. It is thus possible to have individuals who can have the perspective of abstract thinking, the skill to make reasoning and take systematic decisions. One of the goals of Scientific Research Methods classes is to create individuals who have developed problem-solving skills. Based on this context, the purpose of this study is to determine the relationship between the attitudes of the students in the Department of Public Relations and Advertising towards Scientific Research Methods and critical thinking skills.

In this context, critical thinking is perceived as a significant output targeted by the communication training process. Increasing the critical thinking skills of students in Communication departments will enable them to get more qualified outputs in professional life and reach higher results in individual life. Improving and supporting the critical thinking skill of students is necessary for increasing professional development and the quality of communication. Critical thinking skill contributes to making observations, noticing the important points in studies and incidents and carefully analyzing these elements. On the other hand, it contributes to problem-solving, organizing, and applying projects, putting the responsibilities into practice in a better and reliable manner (Cottrell, 2005: 4).

Becerikli (2004), Vural, and Yurdakul (2004) carried out studies about Public Relations education in Turkey and determined that the education in the country is insufficient. The most important common finding of different studies carried out by institutions and individuals such as IPRA, PRSA, Wright, and Turk (2007) is that Public Relations education must create individuals who have high critical thinking skills, who can perceive differences, and nuances, and question newly acquired information. A study is carried out with 312 public relations executives and trainers with the support

of the Council of Public Relations Education (CPRE). According to the results of this study, that an individual who works in public relations should have the skills of writing, critical thinking, problem-solving and interpersonal relations (Duğan and Aydın, 2018). On the other hand, according to Grunig (1989) and Heath, theory and scientific study in Public Relations education is an inseparable process of education. Becerikli (2004) mentions critical thinking in the arrangements of curriculums. He states that the boards that create curriculums should separate classes into three categories: Public Relations theory and application, analysis and critical thinking classes, and communication process and presentation.

Another purpose of this study is to explain the relationship between the attitudes towards research method class and notes of students with high and low critical thinking skills. At the end of the research process, it is determined that there is a meaningful relationship between Research Methods class and critical thinking skills. There are especially meaningful differences between the scores obtained from the Research Methods class and all of the sub-dimensions of the California Critical Thinking Disposition Inventory (CCTI). The studies about critical thinking skills generally confirm the finding that there is a relationship between the critical thinking skills of university students and their success in classes. Additionally, the average score obtained from the scale is 242, 5; this score is very close to 240 which is accepted as the lower limit (Kökdemir, 2003). This result is similar to the studies in the literature about critical thinking disposition.

Critical thinking disposition levels of Public Relations and Advertising Department students differ according to the variable of gender. The results obtained from the research indicate that there is a medium-level relationship between critical thinking disposition and the attitude towards research methods class. The increase in the critical thinking skills of students brings an increase in their scores in research methods class with it. CCTI sub-dimension has the highest relationship with the disposition scale of the Scientific Research Methods class. It can be said that the sense of wonder directs individuals to critical thinking. Analysis results of the research show that students who get low scores have concerns about the contribution of class to their domain.

It is found that students who get low scores from the Research Methods class have low interest in the class. It is determined that one of the factors that predict the attitude towards the Research Methods class is interest. One of the reasons for the low interest in Research Methods class is the learning difficulties of students who don't have sufficient mathematics or statistics knowledge. In this context, it can be said that more holistic researches should be carried out with university students as the limited number and size of this research may cause some differences in the results of this and other researches in the literature.

GİRİŞ

Özellikle eleştirel düşünce kavramı son yıllarda sıkça duyulan bir kavram haline gelmiştir. Bunun temel sebeplerinden bir tanesi bilginin hemen hemen her yere ulaştığı günümüzde bilginin etkin kullanılmasının gereklilik haline gelmesi ve bu bilgiye ulaşabilecek bireylerin uyum göstermesi gerekliliğidir. Şüphesiz üniversitenin günümüzde öğrencilere vermesi gereken en önemli özellikler, eleştirel düşünme başlığı altında toplanabilen; yaratıcı, sorgulayan, olayları çok yönlü değerlendirebilen, yeniliklere açık, kavramlar ve kuramlar hakkında fikirler oluşturabilecek yeterliliğe sahip bireyler yetiştirmektir. Halkla ilişkiler eğitiminde eleştirel düşünme becerisinin önemi daha da fazla artmaktadır zira günümüz örgütlerinde aranan özellikler verilen görevlerin sadece yapılması değil; eleştirel düşünme becerisi, inisiyatif alabilme, olayları çok yönlü değerlendirebilme, değişime ayak uydurabilme ve karar verme becerileridir.

Eleştirel düşünme üst düzey düşünme becerilerindedir. Özellikle eleştirel düşünmenin üniversite eğitiminin en önemli amaçlarından biri haline geldiği günümüzde, yükseköğretimin öğrencilere kazandırması gereken en önemli başarımlardan birisi de araştırma yapabilme ve uygulayabilme yeterliliğidir. Bilimsel araştırma da eleştirel düşünmede olduğu gibi, deneyime dayalı iki olgu arasında neden sonuç ilişkisi çerçevesinde ilişki kurabilmenin sonucunda oluşmaktadır. Bilimsel araştırmanın temel hareket noktalarından en başat olanı, belirli amaçlar doğrultusunda sistemli süreçler yoluyla veri toplama ve bu verilerin analiz edilmesi sürecidir. Dolayısıyla bu durum iki farklı olgu arasında neden sonuç ilişkisi kurabilmenin bir sonucudur.

Eleştirel düşüncenin bilimsel araştırma dersine yönelik tutumu oluşturup oluşturmadığı, bu iki kavram arasındaki ilişkinin ne olduğu bu çalışmanın temel problemidir. Eleştirel düşünme becerisinin geliştirilebilmesi için yükseköğretimde alınan derslerin bu beceriyi geliştirebilecek şekilde içeriklerinin oluşturulması gerekmektedir. Zira bu sayede, soyut düşünebilen, akış yürütme becerisine sahip,

sistematik kararlar alabilen bireyler yetişebilir. Bilimsel araştırma derslerinin de hedeflerinden birisi problem çözme becerisi gelişmiş bireyler oluşturmak olduğundan bağlamdan hareketle bu çalışmanın temel amacı Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümü öğrencilerinin Bilimsel Araştırma Yöntemleri (BAY) dersine yönelik tutumları ile eleştirel düşünme becerileri arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır.

Eleştirel düşüncenin bilimsel araştırma dersine yönelik tutumu oluşturup oluşturmadığı, bu iki kavram arasındaki ilişkinin ne olduğu bu çalışmanın temel problemidir. Bu çalışmanın temel amacı Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümü öğrencilerinin araştırma yeterlilikleri ile eleştirel düşünme becerileri arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Bu bağlamda bu çalışmada, aşağıdaki sorulara cevap aranması hedeflenmektedir:

- 1- Öğrencilerin eleştirel düşünme becerileri, cinsiyet ve sınıf düzeyine göre anlamlı şekilde farklılaşmakta mıdır?
- 2- Yüksek orta ve düşük eleştirel düşünme eğilimlerine sahip öğrencilerin, BAY dersine yönelik tutumları anlamlı şekilde farklılaşmakta mıdır?
- 3- Yüksek orta ve düşük eleştirel düşünme eğilimlerine sahip öğrencilerin BAY dersinden aldıkları notlar anlamlı şekilde farklılaşmakta mıdır?
- 4- BAY dersine yönelik tutumla, Eleştirel düşünme becerileri arasındaki ilişki nedir?

Eleştirel düşünme, iletişim eğitiminde ulaşılması hedeflenen çok önemli bir çıktı olarak belirtilmektedir. Bu çalışma çerçevesinde Halkla İlişkiler çerçevesinde iletişim eğitiminde eleştirel düşünce eğilimin ortaya koyulması bağlamında önemli görülmektedir. Aynı zamanda bu çalışma, bilimsel araştırma ve eleştirel düşünce arasındaki ilişkinin ortaya konulması bakımından önemli görülmektedir.

Bilimsel Araştırma Yöntemleri Dersi

Literatürde birçok araştırmada lisans ve lisansüstü öğrencilerin bilimsel araştırmaya, araştırma yapmaya ve istatistiğe yönelik tutum ve davranışlarını belirlemeye çalışılmıştır (Bard vd., 2000; Büyüköztürk, 1999; Saracaloğlu vd., 2005; Saracaloğlu, 2008; Papanastasiou, 2005; Polat, 2014; Kurt vd., 2011; Taşdemir ve Taşdemir, 2011; Unrau ve Beck, 2004; Astramovich, Okech ve Hoskins, 2004; Bauman, 2004; Onwuegbuzie ve Wilson, 2003) Bu çalışmalar çerçevesinde, bilimsel araştırma dersinin, öğrencilerin araştırma motivasyonlarının artırdığına (Bard vd., 2000), araştırmaya yönelik öz-yeterlilik düzeylerini arttırdığına (Saracaloğlu vd., 2005; Unrau ve Beck, 2004) ilişkin sonuçlar ortaya koyulmuştur. Bununla birlikte öğrencilerin bilimsel araştırma dersine yönelik başarısızlıkları incelendiğinde, özellikle sosyal bilimler alanında öğrenim gören öğrencilerin BAY dersinde yeterli düzeyde istatistik ve matematik bilgilerine sahip olmadıkları için veri analizlerinde problemler yaşadıkları; karmaşık istatistiksel analizlerin ve tekniklerin kullanılması sebebiyle de BAY dersine yönelik öğrenme güçlüğüyle karşılaştıkları ve derse yönelik olumsuz tutum geliştirdikleri görülmektedir (Astramovich, Okech ve Hoskins, 2004; Bauman, 2004; Onwuegbuzie ve Wilson, 2003; Papanastasiou, 2005). Literatürde bilimsel araştırma ve eleştirel düşünce ile birçok araştırma olmasına karşın bu iki değişkenin birbirleriyle ilişkisine yönelik özellikle Türkiye’de yeterli çalışmanın olmadığı görülmektedir. Yapılan çalışmalar da daha çok eğitim bilimleri çerçevesinde yapılan çalışmalar olarak görülmektedir. Schau, Millar ve Petocz da (akt Polat, 2014) birçok ülkede bilimsel araştırma sürecine dair yaptıkları çalışmalarında, öğrencilerin araştırma dersine yönelik tutumlarını sorgulayıcı çok sayıda uygulamalı ve disiplinlerarası bakış içeren araştırmaya ihtiyaç duyulduğunu belirtmektedir.

Eleştirel Düşünme ve Halkla İlişkilerde Yeri

Kriticos (yargı) ve kriterion (ölçütler) kelimeleri eleştirel kavramının oluşmasını sağlayan iki kelimedir. Literatür incelendiğinde eleştirel düşünceyle ilgili ortak bir tanımına rastlanılmamış, onlarca farklı tanımla karşılaşmıştır. Eleştirel düşünce

kavramının kabul edilmiş tek bir tanımı bulunmaktadır. Kelimenin etimolojik kökeninden yola çıkıldığında eleştirel düşünme yargıda bulunmaktır (Paul ve Elder, 2013) Eleştirel düşünce konusunda en önemli isimlerden biri olarak kabul edilen Garside'a göre (1996) ise; tutum, tavır gibi bileşenlerin uygulanması ve bunların birleşimidir. Facione (2007) ise eleştirel düşünmeyi; açıklama, çıkarım, yorumlama, analiz değerlendirme ve öz düzenleme arasındaki sistematik bir süreç olarak tanımlamaktadır. Kökdemir (2003) eleştirel düşünceyi; hem sözlü hem de yazılı dili etkin kullanabilme, etkin soru sorabilme, iddialarla gerçekliği kanıtlanmış fikirler arasındaki farklılıkları yakalayabilme süreci olarak açıklarken Cüceloğlu, eleştirel düşünmeyle ilgili "kendi düşünme süreçlerimizin bilincinde olarak, başkalarının düşünme süreçlerini göz önünde tutarak, öğrendiklerimizi uygulayarak kendimizi ve çevremizde yer alan olayları anlayabilmeyi amaç edinen aktif ve organize zihinsel süreç" diye ifade etmektedir (akt Gültekin ve Saylan, 2017). Buradan yola çıkarak eleştirel düşünme; olgulara tarafsız bir gözle bakabilme, mevcut durumu olduğu biçimiyle net biçimde açıklayabilme, varolan durumla ilgili alternatif çözüm yollarını keşfedebilme ve bu çözüm yollarından en iyisini seçebilme ve kendisini dışardan bir gözle analiz edebilme şeklinde ifade edilebilir Literatürde eleştirel düşünme, analitik düşünme, bilimsel düşünme gibi farklı isimlerle de anılmaktadır. Eleştirel düşünmenin problem çözme kavramıyla aynı anlamda kullanılması literatürde sık kullanılan bir durumdur. Pellegrino (akt Bökeoğlu ve Yılmaz, 2005) problem çözmenin başlangıçtan sonuca kadar başarılı bir şekilde sürdürmeyi gerektiren özel bir modeli tanımladığından dolayı eleştirel düşünmeyle aynı olmadığını vurgulamaktadır.

Eleştirel düşünmenin önem kazanmasında İnsanoğlunun geçirdiği toplumsal değişim ve dönüşüm önemlidir. Aydınlanmayla beraber Batı'nın bir olguları değerlendirmede temel kriter haline getirdiği eleştirel düşünme, günümüzde boyut değiştirmekte ve düşüncenin nasıl ve hangi şekillerde gerçekleştiğini öğrenmek durumu yerini bireyin kararlarını verirken nasıl verdiğini açıklayan tartışmalara bırakmıştır. Eleştirel düşünme tartışmalarında artık düşünenin hangi şekillerde ve

durumlarda oluştuğunu öğrenmek yerini bireylerin nasıl düşünüp karar verme süreçlerini anlamaya çalışan tartışmalara bırakmaktadır.

Bu bağlamda, eleştirel düşünme, iletişim eğitiminde ulaşılması hedeflenen çok önemli bir çıktı olarak belirtilmektedir. İletişim öğrencilerinin eleştirel düşünme becerilerinin artırılması öğrencilerin hem meslek yaşantısında daha nitelikli çıktılar alınmasını hem de bireysel yaşamlarında daha kaliteli sonuçlara ulaşılmasını sağlayacaktır. Öğrencilerde eleştirel düşünme becerisinin geliştirilmesi; bireysel, mesleki gelişimin ve iletişim kalitesinin yükseltilmesi açısından gereklidir. Eleştirel düşünme becerisi bireylere gözlem yapabilme, çalışmalarda-olaylarda önemli noktaların neler olduğunu fark edebilme ve bunları analiz edebilme konularında katkı sağlamaktadır (Cottrell, 2005: 4)

Türkiye’de Halkla İlişkiler eğitimi konusunda Becerikli (2004), Vural ve Yurdakul (2004) Halkla İlişkiler Eğitiminin yetersiz olduğunu belirtmektedirler. IPRA, PRSA, Wright ve Turk (2007) gibi kurum ve kişilerin yaptığı çalışmalarda ortak olan noktalardan en önemlisi Halkla İlişkiler eğitiminin eleştirel düşünme becerisi yüksek, farklılıkları anlayabilen, sorgulayabilen bireyler yetiştirmesi zorunluluğudur. Halkla İlişkiler Eğitimi Komisyonu (CPRE)'nin desteğiyle 312 halkla ilişkiler uygulayıcısı ve eğitimcisi ile yapılan bir çalışmada halkla ilişkilerde bulunması en çok istenen özelliklerin; yazma, eleştirel düşünme, problem çözme, bireylerarası beceriler olduğu belirlenmiştir (Duğan ve Aydın, 2018). Ayrıca Grunig (1989) ve Heath’e göre (1991) Halkla İlişkiler eğitiminde kuram ve bilimsel araştırma, eğitiminin vazgeçilmez bir sürecidir. Becerikli (2004), ders müfredatları üzerinde yapılacak düzenlemeler konusunda eleştirel düşünmeye de değinerek, ders müfredatlarını oluşturacak ilgilikurulların dersleri, Halkla ilişkiler teori ve uygulaması, analiz ve eleştirel düşünme dersleri, iletişim süreci ve sunumu olmak üzere 3 grupta toplanması gerektiğini belirtmektedir

YÖNTEM

Araştırma Modeli

BAY dersine yönelik tutumla eleştirel düşünme becerileri eğilimi bu çalışma ilişkisel tarama modeliyle desenlenmiştir. İlişkisel tarama modeli, ikiden fazla değişkenin birlikte değişiminin derecesini belirlemeye çalışan araştırmalardır (Karasar, 2016).

Evren-Örneklem

Araştırmanın evreni 2020-2021 Eğitim-Öğretim yılında Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünde eğitim gören öğrencilerle sınırlıdır. Çalışmada örneklem seçimine gidilmemiş, çalışılabilir evrenin tamamına ulaşılması amaçlanmıştır. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünde 2. 3. ve 4 sınıflar Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri dersini almış olup 1. Sınıflar almamışlardır. Bu nedenle 1. Sınıflara Demografik sorular ile California Eleştirel Düşünme Eğilimi Ölçeği (CEDEÖ); 2.3. ve 4. Sınıflara ise Demografik sorular, California Eleştirel Düşünme Eğilimi Ölçeği ile birlikte Bilimsel Araştırma Dersine Yönelik Tutum Ölçeği de uygulanmıştır. CEDEÖ, bu çalışma özelinde, diğer eleştirel düşünme ölçeklerinden farklılık göstermektedir zira CEDEÖ beceriyi ölçmekten ziyade bireyin eleştirel düşünme eğilimini ölçtüğü için seçilmiştir. Fırat Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünde 2020-2021 öğretim yılında 516 öğrenci öğrenim görmektedir. Anket ve ölçekler pandemi döneminden dolayı çevrimiçi yapılmış veriler Google Formlar aracılığıyla toplanmış 275 öğrenciden dönüş alınmıştır. Veriler düzenlendikten sonra 249 anket çalışmaya dahil edilmiştir. Fırat Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu tarafından 1 Mart 2021 tarihinde E-97132852-302.14.01-22045 sayılı kararla bu çalışmanın etik kurallara uygun olduğuna karar verilmiştir. Veriler Etik Kurul izni aldıktan sonra Mart 2021 içerisinde toplanmıştır.

Veri Toplama Aracı

Bilimsel Araştırma Yöntemleri Dersine Yönelik Tutum Ölçeği

20 maddeden oluşan ve Yaşar (2014) tarafından geliştirilen “Bilimsel Araştırma Yöntemleri Dersine Yönelik Tutum Ölçeği”, Bilimsel Araştırmanın önemi (6 madde), Bilişsel Özgüven (5 madde), İlgi (5 madde), Günlük yaşantı-meslek ilişkisi (4 madde) başlıklı 4 alt boyuta sahiptir. Ölçek “7”li likert şeklinde; “Kesinlikle katılmıyorum (1)”, “Katılmıyorum (2)”, “Kısmen Katılmıyorum (3)”, “Kararsızım (4)”, “Kısmen Katılıyorum (5)”, “Katılıyorum (6)” ve “Kesinlikle Katılıyorum (7)” olarak puanlanmıştır. Ölçeğin “Bilimsel Araştırmanın önemi” faktörü 6 madde içermektedir ve faktör yükleri 0,65 ile 0,749 arasında değişmektedir. Bu faktörün genel ölçek içerisindeki öz değeri 7,848; genel varyansa sağladığı katkı miktarı ise %39,240’dır. “Bilişsel Özgüven” faktörü 5 madde içermektedir. Maddelerin faktör yükleri 0,622 ile 0,756 arasındadır. Faktörün genel ölçek içerisindeki öz değeri 2,123; genel varyansa sağladığı katkı miktarı %10,614’dür. Diğer taraftan “İlgi” faktörü 5 madde içerdiği görülmektedir. Maddelerin faktör yükleri 0,630 ile 0,747 arasında değişmektedir. Bu faktörün genel ölçek içerisindeki öz değeri 1,350; genel varyansa sağladığı katkı miktarı %6,752’dir. “Günlük yaşam-meslek ilişkisi” faktörü ise 4 madde içermektedir. Maddelerin faktör yükleri 0,468 ile 0,797 arasında değişmektedir. Bu faktörün genel ölçek içerisindeki öz değeri 1,111; genel varyansa sağladığı katkı miktarı ise %5,555’dir. Ölçeğin iç tutarlılık anlamında güvenilirlik katsayısı $\alpha = .917$ olarak hesaplanmıştır. (Yaşar, 2014).

California Eleştirel Düşünme Eğilimi Ölçeği (CEDEÖ)

Orijinal adı “California Critical Thinking Disposition Inventory olan “California Eleştirel Düşünme Eğilimi Ölçeği” (CEDEÖ), Facione, Facione ve Giancarlo tarafından 1998 yılında geliştirilmiş; Kökdemir (2003) tarafından da ölçeğin Türk kültürüne uyarlanması 2003 yılında yapılmıştır. Kökdemir ölçeği 51 madde ve “Analitiklik (10 madde)”, “Açık Fikirlilik (12 madde)”, “Meraklılık (9 madde)”, “Kendine Güven (7 madde)”, “Doğruyu Arama (7 madde)” ve “Sistematiklik (6 madde)” olmak üzere altı

faktörden oluşturmuştur. Ölçeğin iç tutarlılık katsayısı 0,88 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin alt faktörleriyle ilgili iç tutarlılık katsayılarına bakıldığında; “Meraklılık” faktörü için, 0,78; “Kendine Güven” faktörü için, 0,77; “Analitiklik” faktörü ve “Açık Fikirlilik” faktörü için 0,75; “Doğruyu Arama” faktörü için, 0,61; Sistematiçlik faktörü için, 0,63’tür (Kökdemir, 2003). Ölçek 6’lı Likert biçiminde derecelendirilmiştir.

Ölçekten alınabilecek minimum puan 51 maksimum puan ise 306’dır. Puanlama sonucunda 240 altı puan alanlar düşük, 240-300 arası puan alanlar orta, 300 ve üzerinde puan alanlar ise yüksek düzeyde eleştirel düşünme beceri düzeyine sahip oldukları kabul edilmiştir.

Verilerin Analizi

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Öğrencilerinin Araştırma Yöntemleri Dersine Yönelik Tutumları ile Eleştirel Düşünmeye Yönelik Tutumları Arasındaki ilişkinin incelenmesi” amacıyla yapılan Power analizinde herbir değişken için en az %80 ve 1. tip hata %5 alınarak belirlenmiştir. Kolmogorov-Smirnov ($n > 50$) testi sonuçlarına göre, sürekli ölçümlerin genel olarak normal dağılmadığı ($p < 0,05$), ancak bu ölçümlerin Skewness ve Kurtosis değerleri normal dağılım ($\pm 1,5$ aralığını) (Tabachnick ve Fidel 2013) gösterdiğinden dolayı karşılaştırmalarda Parametrik testler kullanılması uygundur “Kategorik gruplara” göre “ölçek alt boyut puanlarının” karşılaştırılmasında “Bağımsız örneklem T-testi” ve “Varyans Analizi (ANOVA)” yapılmıştır. “Ölçek boyut puanları” arası ilişkileri belirlemede Pearson korelasyon katsayısı hesaplanmıştır. Grup ile kategorik değişkenler arasındaki manidarlığı belirlemede ise Ki-kare testi kullanılmıştır. Çalışmada manidarlık seviyesi %5 olarak belirlenmiş ve analiz için lisanslı SPSS 22.0 programı kullanılmıştır.

BULGULAR ve YORUM

“CEDEÖ” ölçeğine ait Cronbach’s Alpha değeri 0,857 (%85,7) olarak bulunmuştur. Benzer şekilde; “BAY” ölçeğine ait Cronbach’s Alpha değeri 0,838 (%83,8) olarak bulunmuştur. Genel BAY sorularına ait Cronbach’s Alpha değerine

göre bakıldığında, kullanılan maddelerin güvenilirliğinin yüksek olduğunu göstermektedir. İki ölçeğin de değeri %80 üzeri çıktığı için maddelerin güvenilirliği yüksek denilebilir.

Tablo 1: Demografik verilere ait tanımlayıcı istatistikler

		N	%
Cinsiyet	Erkek	66	26,5
	Kadın	183	73,5
Sınıf	1.Sınıf	73	29,4
	2.Sınıf	69	27,8
	3.Sınıf	58	23,4
	4.Sınıf	48	19,4
Öğretim	1.Öğretim	112	45,0
	2.Öğretim	137	55,0
Ders dışında akademik/bilimsel çalışma?	Evet	26	10,4
	Hayır	223	89,6
Önceki BAY notu	45-59	22	12,5
	60-75	80	45,5
	76 +	74	42,0

Tablo 2: Demografik Verilerle BAY dersinden alınan not arasındaki Ki-kare testi sonuçları

		BAY dersinden aldığı not			*p.
		45-59	60-75	76 +	
		N	N	N	
Cinsiyet	Erkek	9	25	13	,044
	Kadın	13	55	61	
Sınıf	2.Sınıf	10	43	16	,002
	3.Sınıf	6	21	31	
	4.Sınıf	5	16	27	
Öğretim	1.Öğretim	9	33	35	,721
	2.Öğretim	13	47	39	
Ders dışında akademik/bilimsel çalışma?	Evet	2	12	9	,732
	Hayır	20	68	65	

* Ki-kare testi sonuçlarına göre anlamlılık düzeyi

Tablo 2’de; “Kişisel özellikler” ile “BAY notu” ilişkisi ve dağılımı verilmiştir. Tabloya göre; “Cinsiyet” ile “BAY notu” arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark

görülmektedir ($p<0,05$). Burada; Erkeklerin çoğunluğu 76+ BAY notu alırken, Kadınların çoğunluğu ise 60-75 arası BAY notu almışlardır.

Benzer şekilde; “Sınıf” ile “BAY notu” arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmektedir ($p<0,05$). Buna göre; Sınıf düzeyi arttıkça BAY puanı düzeyinin de arttığı görülmüştür.

Buna karşın; “Öğretim” ile “BAY notu” arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmemektedir ($p>0,05$). Yine; “ders dışında akademik çalışma varlığı” ile “BAY notu” arasında istatistik olarak anlamlı bir ilişki görülemediği

Tablo 3: CEDEÖ ölçeği alt boyutlarının “Cinsiyete” göre karşılaştırma sonuçları

		N	Ortalama	SS	Min.	Maks.	*p.
Analitiklik	Erkek	66	5,0492	,63178	3,33	6,08	,077
	Kadın	183	5,1958	,55365	3,25	6,08	
	Toplam	249	5,1570	,57773	3,25	6,08	
Açık Fikirlilik	Erkek	66	4,8457	,89343	2,36	6,45	,001
	Kadın	183	5,3164	,68951	3,45	6,91	
	Toplam	249	5,1917	,77553	2,36	6,91	
Meraklılık	Erkek	66	4,6717	,72885	2,56	6,00	,445
	Kadın	183	4,7565	,78750	2,11	6,00	
	Toplam	249	4,7340	,77185	2,11	6,00	
Kendine Güven	Erkek	66	4,3030	,98662	2,17	6,00	,287
	Kadın	183	4,4490	,93947	1,00	6,00	
	Toplam	249	4,4103	,95238	1,00	6,00	
Doğruyu Arama	Erkek	66	4,6840	1,0559	2,29	6,71	,010
	Kadın	183	5,0055	,77604	3,14	7,00	
	Toplam	249	4,9203	,86856	2,29	7,00	
Sistematiklik	Erkek	66	4,9293	,91850	2,67	6,50	,385
	Kadın	183	5,0337	,80288	2,83	6,67	
	Toplam	249	5,0060	,83445	2,67	6,67	
CEDEÖ Genel	Erkek	66	4,7867	,51684	3,45	5,90	,001
	Kadın	183	5,0117	,46190	3,92	6,00	
	Toplam	249	4,9521	,48630	3,45	6,00	

*Bağımsız (Independent) T-testi sonuçlarına göre anlamlılık düzeyleri

Tablo 3’te; “CEDEÖ ölçeği alt boyutlarının “Cinsiyete” göre karşılaştırma sonuçları verilmiştir. Tablo’ya göre; “Açık Fikirlilik alt boyutu puanında”, “Cinsiyete göre” istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmektedir ($p<0,05$). Yani; “Açık Fikirlilik alt boyutu puanı”, “Cinsiyete göre” değişmiş ve “Kadınlarda” daha yüksek bulunmuştur.

Benzer şekilde; “Doğruyu Arama alt boyutu puanında”, “Cinsiyete göre” istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmektedir ($p<0,05$). Yani; “Doğruyu Arama alt boyutu puanı”, “Cinsiyete göre” değişmiş ve “Kadınlarda” daha yüksek bulunmuştur.

Yine; “CEDEÖ genel ölçek puanında”, “Cinsiyete göre” istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmektedir ($p<0,05$). Başka bir ifadeyle; “CEDEÖ genel ölçek puanı”, “Cinsiyete göre” değişmiş ve “Kadınlarda” daha yüksek bulunmuştur.

Buna karşın; “yukarıda sayılanlar” dışından kalan diğer ölçek alt boyutlarında, “Cinsiyete göre” istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmektedir ($p>0,05$). “Bu alt boyut puanları”, “Cinsiyetten” etkilenmemiş ve “Kadın” ile “Erkek” öğrencilerde benzer bulunmuştur.

Tablo 4: BAY Ölçeği alt boyutlarının ve BAY notunun “Cinsiyete göre” karşılaştırma sonuçları

		N	Ortalama	SS	Min.	Maks.	*p.
BAY notu	Erkek	47	68,43	11,680	45	90	,001
	Kadın	129	76,60	12,781	50	100	
	Toplam	176	74,42	12,981	45	100	
Önem	Erkek	66	2,9747	1,28909	1,67	6,83	,001
	Kadın	183	2,4435	,78514	1,50	6,00	
	Toplam	249	2,5843	,97115	1,50	6,83	
Bilişsel Özgüven	Erkek	66	4,7697	1,50986	1,00	7,00	,634
	Kadın	183	4,8667	1,38109	1,00	7,00	
	Toplam	249	4,8410	1,41390	1,00	7,00	
İlgi	Erkek	66	4,9424	1,37886	1,80	7,00	,344
	Kadın	183	5,1366	1,44173	1,00	7,00	
	Toplam	249	5,0851	1,42517	1,00	7,00	
Günlük Yaşantı- Mesleki İlişki	Erkek	66	5,3939	1,21454	2,25	7,00	,020
	Kadın	183	5,7842	1,14017	1,75	7,00	
	Toplam	249	5,6807	1,17066	1,75	7,00	
BAY Genel	Erkek	66	4,3992	,87791	2,50	6,95	,941
	Kadın	183	4,3907	,78190	1,80	5,90	
	Toplam	249	4,3930	,80665	1,80	6,95	

*Bağımsız (Independent) T-testi sonuçlarına göre anlamlılık düzeyleri

Tablo 4’te; “BAY ölçeği alt boyutlarının “Cinsiyete” göre karşılaştırma sonuçları” verilmiştir. Buna göre bakıldığında; “Önceki BAY notunda”, “Cinsiyete

göre” istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmektedir ($p<0,05$). Başka bir ifadeyle; “Önceki BAY notu”, “Cinsiyete göre” değişmiş ve “Kadınlarda” daha yüksek bulunmuştur.

Benzer şekilde; “Önem alt boyutu puanında”, “Cinsiyete göre” istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmektedir ($p<0,05$). Yani; “Önem alt boyutu puanı”, “Cinsiyete göre” değişmiş ve “Erkeklerde” daha yüksek bulunmuştur.

Yine; “Günlük Yaşantı-Mesleki İlişki alt boyutu puanında”, “Cinsiyete göre” istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmektedir ($p<0,05$). Başka bir ifadeyle; “Günlük Yaşantı-Mesleki İlişki alt boyutu puanı”, “Cinsiyete göre” değişmiş ve “Kadınlarda” daha yüksek bulunmuştur.

Buna karşın; “yukarıda sayılanlar” dışından kalan diğer ölçek alt boyutlarında, “Cinsiyete göre” istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmektedir ($p>0,05$). “Bu alt boyut puanları”, “Cinsiyetten” etkilenmemiş ve “Kadın” ile “Erkek” öğrencilerde benzer bulunmuştur.

Tablo 5 : CEDEÖ ölçeği alt boyutlarının “Sınıfa” göre karşılaştırma sonuçları

		N	Ortalama	SS	Min.	Maks.	*p.
Analitiklik	1.Sınıf	73	5,2135 ^a	,55867	3,75	6,00	,002
	2.Sınıf	69	4,9505 ^b	,59569	3,25	6,08	
	3.Sınıf	58	5,2342 ^a	,54016	3,75	6,08	
	4.Sınıf	48	5,3108 ^a	,50228	3,92	6,08	
	Toplam	248	5,1640	,56816	3,25	6,08	
Açık Fikirlilik	1.Sınıf	73	5,1345	,82281	2,36	6,45	,167
	2.Sınıf	69	5,0777	,81420	3,09	6,45	
	3.Sınıf	58	5,2665	,69169	4,00	6,91	
	4.Sınıf	48	5,3731	,71465	4,00	6,73	
	Toplam	248	5,1957	,77442	2,36	6,91	
Meraklılık	1.Sınıf	73	4,8706 ^a	,79931	2,11	6,00	,001
	2.Sınıf	69	4,4638 ^b	,67343	3,00	5,89	
	3.Sınıf	58	4,7414 ^{ab}	,66874	2,44	6,00	
	4.Sınıf	48	4,9514 ^a	,82511	2,22	6,00	
	Toplam	248	4,7428	,76084	2,11	6,00	
Kendine Güven	1.Sınıf	73	4,4361	1,05396	2,17	6,00	,423
	2.Sınıf	69	4,2705	,82649	2,33	6,00	

	3.Sınıf	58	4,4569	,91050	2,33	6,00	
	4.Sınıf	48	4,5556	,97930	1,00	6,00	
	Toplam	248	4,4180	,94650	1,00	6,00	
Doğruyu Arama	1.Sınıf	73	4,9922	,93916	2,29	6,71	,828
	2.Sınıf	69	4,9213	,96535	2,43	7,00	
	3.Sınıf	58	4,9064	,80125	3,43	6,86	
	4.Sınıf	48	4,8423	,68938	3,14	6,14	
	Toplam	248	4,9234	,86890	2,29	7,00	
Sistematiklik	1.Sınıf	73	5,0137	,86903	2,67	6,50	,114
	2.Sınıf	69	4,8309	,76829	3,17	6,67	
	3.Sınıf	58	5,0690	,92139	2,83	6,67	
	4.Sınıf	48	5,1979	,71265	3,00	6,17	
	Toplam	248	5,0114	,83177	2,67	6,67	
CEDEÖ Genel	1.Sınıf	73	4,9906ab	,46667	4,08	6,00	,005
	2.Sınıf	69	4,7952b	,50207	3,67	5,92	
	3.Sınıf	58	4,9983ab	,44453	4,18	5,90	
	4.Sınıf	48	5,0944a	,44741	4,06	5,94	
	Toplam	248	4,9581	,47779	3,67	6,00	

*Tek yönlü ANOVA testi sonuçlarına göre anlamlılık düzeyleri
a,b,c: (Tukey post-hoc testi) Gruplar arasındaki farklılığı göstermektedir.

Tablo 5'te; "CEDEÖ ölçeği alt boyutlarının "Sınıfa" göre farklarının sonuçları verilmiştir. Tabloda; "Analitiklik alt boyutu puanında", "Sınıfa göre" istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmektedir ($p<0,05$). Farklı oluşturan Sınıflar küçük harfler ile gösterilmiştir. Burada; "2.Sınıf Analitiklik puanı", diğer sınıflardan düşük bulunarak farkı oluşturmuştur.

Benzer şekilde; "Meraklılık alt boyutu puanında", "Sınıfa göre" istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmektedir ($p<0,05$). Burada; "2.Sınıf Analitiklik puanı", "1. ve 4.Sınıf Meraklılık" puanından düşük bulunarak farkı oluşturmuştur. 3.Sınıflar ise diğer sınıflara benzer bulunmuştur.

Yine; "CEDEÖ genel ölçek puanında", "Sınıfa göre" istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmektedir ($p<0,05$). Burada; "4.Sınıf CEDEÖ genel ölçek puanı", "2.Sınıf CEDEÖ genel ölçek" puanından yüksek bulunarak farklı bulunmuştur.

Buna karşın; “yukarıda sayılanlar” dışından kalan diğer CEDEÖ ölçek alt boyutlarında, “Sınıfa göre” istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmektedir ($p>0,05$). “Bu alt boyut puanları”, “Sınıftan” etkilenmemiş ve tüm sınıflardaki öğrencilerde benzer bulunmuştur.

Tablo 6: CEDEÖ ve BAY ölçeklerinin “BAY notuna” göre karşılaştırma sonuçları

	BAY Notu	N	Ortalama	SS	Min.	Maks	*p.
CEDEÖ Genel	45-59	22	4,5089 ^c	,51967	3,45	5,43	,001
	60-75	80	4,8913 ^b	,49244	3,94	5,90	
	76 +	74	5,1116 ^a	,39747	4,22	5,94	
	Toplam	176	4,9361	,49463	3,45	5,94	
BAY Genel	45-59	22	3,7341 ^c	,71537	2,30	5,15	,001
	60-75	80	4,3638 ^b	,66285	2,45	5,80	
	76 +	74	4,6845 ^a	,65730	3,20	5,55	
	Toplam	176	4,4199	,72811	2,30	5,80	

*Tek yönlü ANOVA testi sonuçlarına göre anlamlılık düzeyleri

a,b,c: (Tukey post-hoc testi) Gruplar arasındaki farklılığı göstermektedir.

Tablo 6’da; “CEDEÖ ve BAY ölçeklerinin “BAY notuna” göre karşılaştırıldığı sonuçlar verilmiştir. Tabloya göre; “CEDEÖ ölçek puanında”, “BAY notuna göre” istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmektedir ($p<0,05$). Tüm BAY notu grupları birbirinden farklı bulunmuştur. Burada; en yüksek CEDEÖ ölçek puanı, “76+ BAY notu” alanlarda gözlenmiştir. Bu kapsamda; BAY notu arttıkça CEDEÖ ölçek puanı da arttığı gözlenmiştir.

Benzer şekilde; “BAY ölçek puanında”, “önceki BAY notuna göre” istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmektedir ($p<0,05$). Tüm BAY notu grupları birbirinden farklı bulunmuştur. Burada; en yüksek BAY ölçek puanı, “76+ BAY notu” alanlarda gözlenmiştir. Bu kapsamda; BAY notu arttıkça BAY ölçek puanı da arttığı gözlenmiştir.

Tablo 7: CEDEÖ ölçeği alt boyutlarının “BAY notuna” göre karşılaştırma sonuçları

		N	Ortalama	SS	Min	Maks.	*p.
Analitiklik	45-59	22	4,4545c	,65502	3,25	6,08	,001
	60-75	80	5,1135b	,54722	3,75	6,08	
	76 +	74	5,3570a	,42904	4,17	6,08	
	Toplam	176	5,1335	,58541	3,25	6,08	
Açık Fikirliklik	45-59	22	4,9339	,91607	3,09	6,36	,175
	60-75	80	5,2523	,79923	3,45	6,73	
	76 +	74	5,2592	,64100	4,00	6,91	
	Toplam	176	5,2154	,75621	3,09	6,91	
Meraklılık	45-59	22	4,2071b	,90481	2,22	6,00	,001
	60-75	80	4,4972b	,74880	2,44	6,00	
	76 +	74	5,0120a	,55618	3,22	6,00	
	Toplam	176	4,6774	,75525	2,22	6,00	
Kendine Güven	45-59	22	3,9773b	1,16757	1,00	5,50	,004
	60-75	80	4,2979ab	,90229	2,33	6,00	
	76 +	74	4,6351a	,76832	2,50	6,00	
	Toplam	176	4,3996	,90992	1,00	6,00	
Doğruyu Arama	45-59	22	4,5584	,86830	2,43	6,00	,121
	60-75	80	4,9036	,83354	3,14	6,86	
	76 +	74	4,9749	,82231	3,29	7,00	
	Toplam	176	4,8904	,83854	2,43	7,00	
Sistematiklik	45-59	22	4,7652	,88739	2,83	6,17	,126
	60-75	80	4,9458	,82027	3,00	6,67	
	76 +	74	5,1351	,79222	3,17	6,67	
	Toplam	176	5,0028	,82221	2,83	6,67	
CEDEÖ Genel	45-59	22	4,5089c	,51967	3,45	5,43	,001
	60-75	80	4,8913b	,49244	3,94	5,90	
	76 +	74	5,1116a	,39747	4,22	5,94	
	Toplam	176	4,9361	,49463	3,45	5,94	

*Tek yönlü ANOVA testi sonuçlarına göre anlamlılık düzeyleri
a,b,c: (Tukey post-hoc testi) Gruplar arasındaki farklılığı göstermektedir.

Tablo 7’de; “CEDEÖ ölçeği alt boyutlarının “BAY notuna” göre karşılaştırıldığı sonuçlar verilmiştir. Tablo 6’ya göre; “Analitiklik alt boyutu puanında”, “BAY notuna göre” istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmektedir ($p < 0,05$). Farklı oluşturan BAY notu grupları küçük harfler ile gösterilmiştir. Burada; en yüksek Analitiklik puanı, “76+ BAY notu” alanlarda ve en düşük Analitiklik puanı ise “45-59 BAY notu” olanlarda gözlenmiştir. Başka bir ifadeyle; BAY notu arttıkça Analitiklik puanı atmaktadır.

Benzer şekilde; “Meraklılık alt boyutu puanında”, “BAY notuna göre” istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmektedir ($p<0,05$). Burada; en yüksek Meraklılık puanı, “76+ BAY notu” alanlarda gözlenmişken, “45-59” ve “60-75 BAY notu” alanların Meraklılık puanları benzer bulunmuştur.

Yine; “Kendine Güven alt boyutu puanında”, “BAY notuna göre” istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmektedir ($p<0,05$). Burada; en yüksek Kendine Güven puanı, “76+ BAY notu” alanlarda gözlenmişken, en düşük “Kendine Güven puanı” “45-59 BAY notu” alanlarda görülmüştür.

Son olarak; “CEDEÖ genel puanında”, “BAY notuna göre” istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmektedir ($p<0,05$). Burada; en yüksek CEDEÖ genel puanı, “76+ BAY notu” alanlarda ve en düşük CEDEÖ genel puanı ise “45-59 BAY notu” olanlarda gözlenmiştir. Başka bir ifadeyle; BAY notu arttıkça CEDEÖ genel puanı atmaktadır.

Buna karşın; “yukarıda sayılanlar” dışından kalan diğer CEDEÖ ölçek alt boyutlarında, “BAY notuna göre” istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmektedir ($p>0,05$). “Bu alt boyut puanları”, “BAY notundan” etkilenmemiş ve benzer bulunmuştur.

Tablo 8: CEDEÖ ölçeğinin BAY notu ve BAY ölçeğiyle karşılaştırılmasına yönelik sonuçlar

	CEDEÖ	N	Ortalama	SS	Min.	Maks.	*p.
BAY notu	Düşük	57	66,21 ^b	11,114	45	86	,001
	Orta	113	78,00 ^a	11,806	50	100	
	Yüksek	6	85,00 ^a	14,142	65	100	
	Toplam	176	74,42	12,981	45	100	
Önem	Düşük	79	3,2405 ^a	1,25682	1,50	6,83	,001
	Orta	163	2,2873 ^b	,60186	1,50	6,00	
	Yüksek	7	2,0952 ^b	,56811	1,67	3,33	
	Toplam	249	2,5843	,97115	1,50	6,83	
Bilişsel Özgüven	Düşük	79	4,0329 ^b	1,44911	1,00	7,00	,001
	Orta	163	5,1828 ^a	1,22795	1,40	7,00	
	Yüksek	7	6,0000 ^a	1,13137	4,00	7,00	
	Toplam	249	4,8410	1,41390	1,00	7,00	

İlgi	Düşük	79	4,2861b	1,49998	1,00	7,00	,001
	Orta	163	5,4405a	1,22810	1,20	7,00	
	Yüksek	7	5,8286a	1,22436	4,40	7,00	
	Toplam	249	5,0851	1,42517	1,00	7,00	
Günlük Yaşantı-Mesleki İlişki	Düşük	79	4,8924b	1,18935	2,25	7,00	,001
	Orta	163	6,0245a	,97191	1,75	7,00	
	Yüksek	7	6,5714a	,65692	5,25	7,00	
	Toplam	249	5,6807	1,17066	1,75	7,00	
BAY Ölçeği Genel	Düşük	79	4,0304b	,94518	1,80	6,95	,001
	Orta	163	4,5469a	,67485	2,60	5,90	
	Yüksek	7	4,9000a	,55678	4,05	5,45	
	Toplam	249	4,3930	,80665	1,80	6,95	

*Tek yönlü ANOVA testi sonuçlarına göre anlamlılık düzeyleri
a,b,c: (Tukey post-hoc testi) Gruplar arasındaki farklılığı göstermektedir.

Tablo 8’de; BAY ölçeğinin ve notunun “CEDEÖ eleştirel düşünme becerisine göre” karşılaştırdığı sonuçları verilmiştir. Tabloya göre; “BAY genel ölçek puanında”, “CEDEÖ eleştirel düşünme becerisine göre” istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmektedir ($p<0,05$). Burada; “CEDEÖ Düşük” kategori olanlarda en düşük BAY notu görülmüş ve Orta ile Yüksek gruptan farklı bulunmuştur.

Benzer şekilde; “Önceki BAY notunda”, “CEDEÖ eleştirel düşünme becerisine göre” istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmektedir ($p<0,05$). Burada; en yüksek BAY notu, “düşük” kategoride bulunanlarda görülmüş ve Orta ile Yüksek gruptan farklı bulunmuştur.

Yine; “BAY ölçeği alt boyut puanlarında”, “CEDEÖ eleştirel düşünme becerisine göre” istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmektedir ($p<0,05$).

Tablo 9: BAY ve CEDEÖ ölçekleri altboyutları arasındaki korelasyon analizi bulguları

	Önceki BAY notu	Önem	Bilişsel Özgüven	İlgi	Günlük Yaşantı-Mesleki İlişki	BAY Genel
Analitiklik	,502**	-,373**	,392**	,317**	,521**	,328**
Açık Fikirlilik	,143	-,481**	,098	,077	,154*	-,052
Meraklılık	,480**	-,138*	,520**	,540**	,549**	,576**
Kendine Güven	,274**	-,066	,451**	,439**	,384**	,479**
Doğruyu Arama	,203**	-,485**	,208**	,091	,237**	,025

Sistematiiklik	,180*	-,247**	,238**	,128*	,140*	,112
CEDEÖ Genel	,457**	-,492**	,491**	,415**	,526**	,373**

Tablo 9’da; BAY ve CEDEÖ ölçekleri ve alt boyutları arası ilişkisel analiz sonuçları verilmiştir. (*) sembolü ile gösterilenler birbiriyle ilişkisi bulunan katsayılardır. Tabloya göre bakıldığında; “BAY notu” ile “Analitiklik alt boyutu” arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p<0,05$). Bu ilişki, ,502 pozitif yönlü bir ilişkidir. Yani, “BAY notu” arttıkça “Analitiklik puanı” da artmaktadır. Benzer şekilde; diğer anlamlı ilişki içinde bulunana ikili boyut karşılaştırmaları * sembolü ise gösterilmiştir. Ancak tüm bu ikili ilişkiler düşük veya orta düzey seviyesinde bulunmaktadır.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Eleştirel düşünme becerisi doğrusal bir süreç olmamakla birlikte bire anda öğrenilebilen bir süreç değil, öğrenme ve aktif katılım süreçleriyle geliştirilebilen bir olgudur. Bu anlamda eleştirel düşünme becerisinin geliştirilmesinde araştırma derslerinin önem arz ettiği bu çalışma sonucunda görülmektedir. Literatürde California Eleştirel Düşünme Eğilimleri Ölçeğiyle (CEDEÖ) üniversite öğrencilerinin eleştirel düşünme becerisine yönelik yapılan çalışmalarda sıklıkla öğrencileri eleştirel düşünme becerilerinin oldukça düşük olduğu sonucuna varılmıştır. Bununla birlikte bu çalışmada eleştirel düşünme becerisi yüksek ve düşük öğrencilerin araştırma yöntemleri dersine yönelik tutumları ve notları arasındaki ilişki de açıklanmaya çalışılmıştır. Bu araştırma sonucunda araştırma yöntemleri dersiyile eleştirel düşünme becerisi arasında anlamlı ilişki olduğu görülmüştür. Özellikle Araştırma Yöntemleri dersinden alınan notla CEDEÖ ölçeğinin bütün altboyutlarında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Eleştirel düşünme becerisiyle ilgili yapılan çalışmalarda genellikle üniversite öğrencilerinin eleştirel düşünme becerilerinin derslerindeki başarıyla ilişkisi olduğu sonucunu doğrulamaktadır. Aynı zamanda ölçekten alınan ortalama puan 242,5’tir ve bu puan alt sınır kabul edilen 240’a (Kökdemir, 2003) çok yakındır. Bu sonuç literatürdeki diğer eleştirel düşünme eğilimi çalışmalarıyla benzemektedir.

Cinsiyet, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü öğrencilerinin eleştirel düşünme eğilim düzeylerini farklılaştırmaktadır. Bu sonuçlar literatürdeki bazı çalışmalardan (Kökdemir, 2003; Özdemir, 2005; Akbey, 2006) farklı çıkmasına rağmen, Halkla İlişkiler üzerine yapılan başka bir eleştirel düşünme eğilimi çalışmasında da (Duğan ve Aydın, 2018) kadın öğrencilerin erkeklerden daha fazla eleştirel düşünme düzeyinde olduğu bulgulanmıştır. Bu durum İletişim Fakültesi öğrenci profiliyle ilişkilendirilebilir. Diğer eleştirel düşünme çalışmaları Eğitim Fakültesi temelli yapıldığından dolayı farklılığı İletişim Fakültesi öğrencilerinin daha dışa dönük olmasıyla açıklanabilir.

Araştırmada elde edilen bulgular sonucunda, "California Eleştirel Düşünme Ölçeği"nin analitiklik ve meraklılık alt boyutuyla; BAY dersi notu ve "BAY Dersine Yönelik Tutum Ölçeği" genel puanları arasında yapılan korelasyon analizi sonucunda orta seviyede ilişki olduğu görülmüştür. Öğrencilerin eleştirel düşünme becerileri arttıkça, araştırma yöntemleri dersine yönelik puanları da artmaktadır. Özellikle BAY dersine yönelik tutum ölçeğiyle en yüksek düzeyde ilişki gösteren CEDEÖ alt boyutu meraklılık alt boyutu olmuştur. Merak duygusunun bireyi eleştirel düşünmeye yönelttiği söylenebilir. Loewenstein'da (akt. Erdamar ve Alpan, 2017) merakın bireyi araştırmaya sevk eden önemli bir güdü olduğunu belirtmektedir.

Araştırmada düşük not alan öğrencilerde, dersin alanlarına ne katkı sağlayacağı konusunda endişeleri olduğu analizler sonucunda görülmektedir. Bu anlamda İletişim Fakültelerinde araştırma derslerine daha fazla yer verilmeli öğrencilerin eleştirel düşünme becerisini geliştirebilmeleri adına dersin kapsamı ve içerikleri de sadece istatistiksel terminolojiden sıyrılarak öğrencinin akademik hayatının her alanında kullanabileceği şekilde tasarlanmalıdır. Bilimsel araştırma becerisi, eleştirel düşünebilme, analiz ve sentez yapabilme, sistematik düşünebilme gibi günümüz becerilerinin gelişmesini sağlamaktadır. İletişim Fakülteleri özelinde Medya Okuryazarlığı ya da Teknoloji Okuryazarlığı gibi derslerin seviyelerinin artırılması bu bağlamda önemli görülmektedir. Becerikli' de (2004) Halkla İlişkiler ve

Tanıtım bölümü öğrencilerinin eleştirel düşünme becerilerinin geliştirilmesi adına; Halkla ilişkiler teori ve uygulaması, analiz ve eleştirel düşünme dersleri, iletişim süreci ve sunumu olmak üzere 3 grupta toplanması gerektiğini belirtmektedir.

BAY dersinden düşük not alan öğrencilerin bu çalışmada derse yönelik ilgilerinin de düşük olduğu bulgulanmıştır. Araştırmaya yönelik yetersizlik duygusunun araştırmaya yönelik kaygı düzeyinde etkisi olduğu bazı araştırmalarda (Altıok, Yükseltürk ve Üçgül, 2018) vurgulanmıştır. Araştırmacılar proje tabanlı çalışmalar sayesinde bu kaygı düzeyinin azalacağını belirtmektedirler. Araştırma Yöntemleri dersine yönelik tutumu belirleyen unsurlardan birisi de ilgi olduğu görülmüştür. Dersten düşük not alan öğrencilerin derse yönelik ilgileri de düşük olmuştur. Alanyazındaki birçok çalışmada (Astramovich, Okech ve Hoskins, 2004; Bauman, 2004; Onwuegbuzie ve Wilson, 2003; Papanastasiou, 2005). BAY dersine yönelik ilginin az olmasının en önemli sebebinin yeterli düzeyde matematik veya istatistik bilgisine sahip olmayan öğrenciler öğrenme güçlükleri ile karşılaşması olarak gösterilmektedir. Bu bağlamda üniversite öğrencileriyle ilgili daha bütüncül araştırmalar yapılması önerilebilir zira araştırmanın sınırlı sayı ve büyüklükte yapılması farklı araştırmalarla arasında bulgusal farklılıklara neden olabilmektedir. Sonuç olarak eleştirel düşünmeyi hayatlarında etkili kullanabilen bireyler eleştirel düşünme becerisine sahip olan kişilerdir. İletişim öğrencilerine fakülteden mezun olmadan bu becerileri kazandırmak gerekmektedir. Çalışma sonucunda görülmektedir ki analitik düşünmeyi gerektiren derslerden biri olan BAY dersinin öğrencilerin eleştirel düşünme becerileriyle ilişkisi bulunmaktadır.

ÇALIŞMANIN ETİK İZİN BELGELERİ

Fırat Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu 1 Mart 2021 tarihli E-97132852-302.14.01-22045 sayılı kararı çerçevesinde bu çalışma etik açıdan bir sakınca içermemektedir.

KAYNAKÇA

- Adams, M. H., Whitlow, J. R, Stover, L. M. Ve Johnson, K. W. (1999). A Longitudunal Evaluation Of Baccalaureate Students' Critical Thinking Abilities. *Journal Of Nursing Education*. 38, 3, 139-141
- Akbıyık, C. Ve Seferoğlu, S. S. (2006). Eleştirel Düşünme Eğilimleri ve Akademik Başarı. *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3(32), 90-99.
- Altıok S., Yükseltürk E. Ve Üçgül M. (2018). Lisansüstü öğrencilerinin bilimsel araştırmaya ilişkin yeterlikleri ve araştırmaya yönelik kaygılarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi/Journal of Higher Education and Science*, 8(2), 348-367. <https://doi.org/10.5961/jhes.2018.277>
- ASTRAMOVICH, R.L., OKECH, J.E.A., Ve HOSKINS, W.J., (2004). Counselor educators' perception of their doctoral course work in research methods. *Guidance ve Counseling*, 19, 124-131.
- Aybek, B. (2006). Konu ve beceri temelli eleştirel düşünme öğretiminin öğretmen adaylarının eleştirel düşünme eğilimi ve düzeyine etkisi. Yayımlanmamış doktora tezi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Bard, C. C., Bieschke, K. J., Herbert, J. T. And Eberz, A. B. (2000). Predicting research interest among rehabilitation counselling students and Faculty. *Rehabilitation Counseling Bulletin*, 44(1), 48-55.
- Becerikli, S., Y. (2004). Türkiye'de Lisans Düzeyindeki Halkla İlişkiler Eğitimine İlişkin Bir Değerlendirme, 2nd International Communication in the Millennium, March 17-19, İstanbul, Volume I: 193-219.
- Bieschke, K. J., Bishop, R. M., Ve Garcia, V. L. (1996). The utility of the research self-efficacy scale. *Journal of Career Assessment*, 4(1), 59-75. <https://doi.org/10.1177/106907279600400104>
- Bökeoğlu, D, Yılmaz, A. (2005). Üniversite Öğrencilerinin Eleştirel Düşünmeye Yönelik Tutumları İle Araştırma Kaygıları Arasındaki İlişki. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 41 (41), 47-67. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kuey/issue/10356/126798>
- Büyüköztürk, Ş. (1999). Araştırmaya Yönelik Kaygı ile Cinsiyet, Araştırma Deneyimi ve Araştırma Başarısı Arasındaki İlişki. *Eğitim ve Bilim*, 23 (112), 29-34.
- Canpolat, N. (2013). "Türkiye'de Halkla İlişkiler Eğitimi: Halkla İlişkiler Ders rogramlarının Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma", *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, sayı: 2 (2), s.139-162
- Duğan, Ö. Ve Aydın, B. O. (2018) Halkla İlişkiler Lisans Öğrencilerinin Eleştirel Düşünme Eğilimlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma, *Selçuk İletişim*, 11 (2): 179-195

- Facione, N.C. Ve Facione, P.A. (1997) Critical thinking assessment in nursing education programmes: An aggregate data analysis. Millbrae, CA: The California Academic Press.
- Facione, P. A. (2007). Critical Thinking: What is it and Why it Counts (2007 Update), California Academic Press, 1-16.
- Garside, C. (1996). Look who's talking: a comparison of lecture and group discussion teaching strategies in developing critical thinking skills. *Communication Education*, 45, 212-227.
- Gültekin S. ve Saylan, N. (2017). Eleştirel Düşünmeye Dayalı Öğretim İlke ve Yöntemleri Dersi Program Tasarısının Öğrenme Ürünlerine Etkisi, *Balıkesir University The Journal of Social Sciences Institute*, 131 Volume: 21-
- Ip, W., Lee, D., Lee, I., Chau, J., Wootton, Y. Ve Chang, A. (2000). Dispositions toward critical thinking: A study of Chinese undergraduate nursing students. *Journal of Advanced Nursing*, 32, 84-90
- Karasar, N. (2016). Bilimsel Araştırma Yöntemleri (31. Baskı). Ankara: Nobel Akademik
- Koç Erdamar, G, Bangir Alpan, G. (2017). Eleştirel Düşünme Algısı: Lise Öğretmenleri Üzerine Bir Araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 16 (62), 787-800. DOI: 10.17755/esosder.305631
- Korkmaz, Ö., Şahin, A. Ve Yeşil, R. (2011a). Bilimsel araştırmaya yönelik tutum ölçeği geçerlilik ve güvenirlik çalışması. *İlköğretim Online*, 10(3), 962-973
- Korkmaz, Ö., Şahin, A. Ve Yeşil, R. (2011b). Öğretmenlerin bilimsel araştırmalara ve araştırmacılara ilişkin düşünceleri. *Kuramsal Eğitimbilim*, 4(2), 109-127.
- Kökdemir, D. (2003), Belirsizlik Durumlarında Karar Verme ve Problem Çözme, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü
- Kurt, A. A., İzmirli, Ö. Ş., Fırat, M. Ve İzmirli, S. (2011). Bilimsel Araştırma Yöntemleri Dersine İlişkin Bilgisayar Ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü Öğrencilerinin Görüşlerinin İncelenmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 30, 19-28.
- Onwuegbuzie, A. J. Ve Wilson, V. A. (2003). Statistics Anxiety: nature, etiology, antecedents, effects, and treatments—a comprehensive review of the literature. *Teaching in Higher Education*, 8 (2), 195–209.
- Özdemir, S., M. (2005b). Üniversite öğrencilerinin eleştirel düşünme becerilerinin çeşitli etkiler açısından değerlendirilmesi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3(3).
- Özelçi S. Y. Eleştirel Düşünme Tutumunu Etkileyen Faktörler: Sınıf Öğretmeni Adayları Üzerine Bir Çalışma
- Papanastasiou, E. C. (2005). "Factor Structure of The Attitudes Toward Research Scale". *Statistics, Education Research Journal*, 4(1), 16-26.

- Paul, R. Ve Elder, L. (2013). Kritik Düşünce. (Çev. E. Aslan ve G. Sart). Ankara: Nobel Yayıncılık,
- Polat, M. (2014). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Bilimsel Araştırmaya Yönelik Tutumları. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (18), 77-90. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/pausbed/issue/34738/384123>
- Saracaloğlu, A. S., Varol, R. Ve Ercan, İ. E. (2005). "Lisansüstü Eğitim Öğrencilerinin Bilimsel Araştırma Kaygıları Araştırma ve İstatistiğe Yönelik Tutumları ile Araştırma Yetenekleri Arasındaki İlişki", *Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17, 187-199.
- Tabachnick, B. G., Ve Fidell, L. S. (2013). Using Multivariate Statistics. Boston: Pearson.
- Taşdemir, M. Ve Taşdemir, A. (2011). Öğretmen adaylarının bilimsel araştırmaları inceleme yeterlikleri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26, 343-353.
- Unrau, Y.A., Beck, A.R. (2004), Increasing Research Self-Efficacy Among Students in Professional Academic Programs. *Innovative Higher Education* 28, 187–204 <https://doi.org/10.1023/B:IHIE.0000015107.51904.95>
- Vural, B., A. Ve Yutdakul, N., B. (2004). Halkla İlişkiler Eğitiminde Müfredat ve Uygulamalar: Türk ve Amerikan Üniversitelerine Yönelik Kıyaslamalı Bir Çalışma, *Communication in Millenium*.
- Wright, D. Ve Turk, J., V. (2007). "Assessing the Value of the Public Relations Curriculum: A Survey of Opinions of Educators and Practitioners". Public Relations Division Association for Education in Journalism and Mass Communication Washington, DC, 9, 2007.
- Yaşar, M. (2014). Bilimsel araştırma yöntemleri dersine yönelik tutum ölçeği geliştirme çalışması: Geçerlik ve güvenilirlik. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 4 (2), 109-129. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ebader/issue/44715/555652>

Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No plagiarism detected.

Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed.

Araştırma Makalesi

**İKİNCİ DÜNYA SAVAŞI'NDA ABD'DEKİ YAHUDİ
DİASPORASININ AVRUPA'DAKİ YAHUDİLERİ KONU ALAN
PROPAGANDA PULLARI ÜZERİNE İNCELEME**

Tuğba BAYTİMUR¹

Caner ÇAKI²

Özet

İkinci Dünya Savaşı sırasında ABD'deki Yahudi diasporası, Avrupa'da baskıcı politikalara maruz kalan Yahudilere yönelik ABD kamuoyunun dikkatini çekmeye çalışmıştır. Bu amaçla ABD'deki Yahudi diasporası tarafından 1943 yılında kurulan Avrupa Yahudi Halkını Kurtarmaya Yönelik Acil Durum Komitesi (The Emergency Committee to Save the Jewish People of Europe) Avrupa'daki Yahudilere yönelik farkındalık oluşturulması amacıyla propaganda pulları hazırlamıştır. Çalışmada komite bağlamında İkinci Dünya Savaşı sırasında ABD'deki Yahudi diasporasının, Avrupa'daki Yahudi diasporasına yönelik söylemlerinin ortaya konulmasına çalışmıştır. Bu amaçla komite tarafından hazırlanan propaganda pulları, göstergebilim yöntemi üzerinden analiz edilmiştir. Elde edilen bulgularda pullar üzerinden Nazi Almanya'sının işgali altında Yahudi diasporasının baskıya maruz kaldığına vurgu yapılarak, kamuoyunda hüznün duygusu oluşturulmaya çalışıldığı ortaya çıkarılmıştır. Komitenin gerçekleştirdiği propaganda sonucunda Müttefik Devletleri'nin askerlerinin Alman ordusuna karşı savaşma isteğinin arttırılmaya çalışıldığı ileri sürülebilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Diaspora, Yahudi, Yahudi Diasporası, İkinci Dünya Savaşı, Pul

**The Examination on the Propaganda Stamps Regarding the Jews in
Europe of the Jewish Diaspora in the USA in the Second World War**

Abstract

The Jewish diaspora in the USA tried to attract the attention of the US public to the Jews who were exposed to repressive policies in Europe during the Second World War. For this purpose, The Emergency Committee to Save the Jewish People of Europe, which was established by the Jewish diaspora in the USA in 1943, prepared propaganda stamps to raise awareness regarding the Jews in Europe. In this study, the discourses of the Jewish diaspora in the USA towards the Jewish diaspora in Europe during the Second World War was tried to reveal in the context of committee. For this purpose, the propaganda stamps prepared by the committee were analyzed using semiotics method. It was revealed that there was an attempt to form a sense of sadness in the public opinion, emphasizing that the Jewish diaspora was subjected to pressure under the occupation of Nazi Germany through stamps in the findings. As a result of the propaganda carried out by the committee, it can be argued that the will to fight of the soldiers of the Allied States was tried to increase against the German army.

Keywords: Diaspora, Jew, Jewish Diaspora, Second World War, Stamp

¹ Dr., Bağımsız Araştırmacı, tuba.baytimur@gmail.com, ORCID: 0000-0002-7069-3338

² Dr., Bağımsız Araştırmacı, caner_caki@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-1523-4649

Gönderim Tarihi/Received: 01.06.2021 **Kabul Tarihi/Accepted:** 19.06.2021

<https://doi.org/10.53495/e-kiad.946696>

Extended Abstract

Nazi Germany succeeded in establishing control over a significant part of the European continent in the first three years of the Second World War. The Nazis turned to a discriminatory policy towards Jews in the lands they controlled in Europe, just as in Germany and began to isolate the Jews from their communities. At this stage, the Jews were deprived of various rights by living a life under the control of the Nazis. The oppressive policies of the Nazis towards Jews led to reaction from the Jewish diaspora in the USA. The Emergency Committee to Save the Jewish People of Europe (ECSJPE) was established in 1943 by Peter Bergson and other young Jewish activists and the US public opinion's attention was sought to be drawn to the Jewish diasporas in Europe. In this process, one of the most striking activities of the ECSJPE was to prepare propaganda stamps on Jewish diasporas in the European territories occupied by Nazi Germany. ECSJPE tried to bring up the oppression faced by Jewish diasporas in Europe through propaganda stamps. In this way, it emphasized that the USA should defeat Nazi Germany and liberate the Jews.

The study tried to shed light on the efforts of the Jewish diaspora in the USA during the Second World War to raise awareness regarding the Jewish diasporas in the European lands under Nazi Germany's occupation. In this way, the question "Which discourses were used by the Jewish diaspora in the USA regarding the Jewish diaspora in Europe during the Second World War?" was aimed to answer. For this purpose, propaganda stamps used by ECSJPE in this study were analyzed in terms of semiotics. It was tried to reveal which messages were given on the propaganda stamps and on which contrasts the Nazis and the Jewish diasporas in Europe were presented by analyzing the propaganda stamps semiotically. The findings obtained as a result of the study are important in terms of reflecting the view of the Jewish diaspora in the USA to the Jewish diaspora in Europe, explaining the role of diasporas in shaping the public opinion of the countries and giving information about the use of stamps for propaganda purposes.

It can be said that a feeling of sadness was generally formed for the Jewish diasporas under the occupation of the Nazis in the propaganda stamps of the ECSJPE examined in the study. With the feeling of sadness formed, it was tried to give the message that the US army should continue war against Nazi Germany. It was seen that the images of children, the elderly, women and babies, representing the Jewish diasporas in Europe, are featured on the propaganda stamps in order to form a feeling of sadness. In this way, it was tried to form a perception that the Nazis had an oppressive attitude towards innocent civilians in Europe. Except for the barbed wire-shaped swastika on the sixth stamp examined within the scope of the study, it was revealed that the indicators directly targeting Nazi Germany weren't used in propaganda stamps. In this way, it was understood that the stamps had a different use than the images on the propaganda posters, which tried to discredit the Nazis by showing them

ridiculous in the USA or to arouse hatred by showing the Nazis as scary in the Soviet Union. Thus, it can be argued that the perception that the Jewish diaspora in Europe, which was under the pressure of the Nazis, consisted of innocent civilians, was tried to be formed by highlighting only the Jews on the propaganda stamps.

It was revealed that ECSJPE's propaganda stamps gave a direct message to the Jewish diaspora in the USA. The religious identities of the Jewish people in Europe, who were oppressed by the Nazis, were brought to the fore and the message that the Jewish diaspora in the USA should support the US war effort against Nazi Germany was given through propaganda stamps. At this stage, religion-oriented messages were often used in propaganda stamps. The idea that the lives of the Jewish diasporas in Europe wasn't safe under the Nazis was formed with the written codes on the propaganda stamps and this idea was tried to be strengthened on the visual codes. In this process, the Nazis were generally presented in the concepts of enemy, threat, guilt, aggression, war, fear, restlessness and captivity. On the other hand, the Jewish diasporas in Europe were embodied in the concepts of friendship, trust, innocence, defense, peace, tranquility and freedom. In this way, it can be claimed that hate speech against the Nazis was tried to be formed directly in the US public opinion through propaganda stamps.

Giriş

İkinci Dünya Savaşı'nın ilk üç yılında Nazi Almanya'sı, Avrupa kıtasının önemli bir bölümünde denetim kurmayı başarmıştır. Naziler, tıpkı Almanya'da olduğu Avrupa'da da denetim kurduğu topraklarda Yahudilere yönelik ayrımcı bir politikaya yönelmiş ve Yahudileri buldukları toplumlardan izole etmeye başlamıştır. Bu aşamada Yahudiler, Nazilerin kontrolünde bir yaşam sürerek, çeşitli haklardan mahrum bırakılmıştır. Nazilerin Yahudilere yönelik baskıcı politikaları, ABD'deki Yahudi diasporası tarafından tepkiyle karşılanmıştır. ABD'deki Yahudi diasporası, Avrupa'daki Yahudi diasporalarına yönelik ABD kamuoyunda farkındalık oluşturmak için çeşitli çalışmalar gerçekleştirilmiştir. 1943 yılında Peter Bergson ve diğer genç Yahudi aktivistler tarafından *Avrupa Yahudi Halkını Kurtarmaya Yönelik Acil Durum Komitesi* (The Emergency Committee to Save the Jewish People of Europe, ECSJPE) kurulmuş ve ABD halkının dikkati Avrupa'daki Yahudi diasporalarına çekilmeye çalışılmıştır. Bu aşamada ECSJPE'nin en dikkat çeken faaliyetlerinden biri Nazi Almanya'sı işgali altındaki Avrupa topraklarında bulunan

Yahudi diasporalarını konu alan propaganda pulları hazırlamak olmuştur. ECSJPE, propaganda pulları üzerinden Avrupa'daki Yahudi diasporalarının maruz kaldığı baskıyı gündeme getirmeye çalışmıştır. Bu şekilde ABD'nin Nazi Almanya'sını yenilgiye uğratarak Yahudileri özgürleştirilmesi gerektiğine vurgu yapmıştır.

Uluslararası literatürde Amerika'daki Yahudi diasporasını inceleyen akademik çalışmalar bulunmaktadır (Fuchs, 1955; Slater, 1969; Himmelfarb, 1979; Himmelfarb vd., 1983; Kivisto ve Nefzger, 1993; Ivers, 1995; Lynn, 2004; Philips ve Fishman, 2006; Benor, 2009; Diner, 2010). Bu çalışmalar içerisinde: Glazer (1955), Amerikan Yahudilerinin sosyal özelliklerini; Levinson (1974), Batı'daki Amerikan Yahudilerini; Rosenfield (1982), Amerikan Yahudilerine yönelik tutumları; Chiswick (1983), Amerikan Yahudilerinin kazançları ve beşeri sermayesini; Chiswick (1985), Amerikan Yahudilerinin işgücü piyasası durumunu; Taras ve Weinfeld (1990), Kuzey Amerika Yahudileri ve İsrail'i; Diner (1995), Amerikan Yahudileri ve siyahîleri; Heilman (1995), yirminci yüzyılın son yarısında Amerikan Yahudilerini; Shapiro (1997), Amerikalı Yahudiler ve kimlik sorununu; Horowitz (1998), Amerikan Yahudileri arasında değişen kimlikleri; Goren (1999), Amerikan Yahudilerinin siyaseti ve halk kültürünü; Mittelberg (1999), İsrail bağlantısı bağlamında Amerikalı Yahudileri; Sasson (2010), Amerikan Yahudilerinin İsrail ile değişen ilişkilerini; Seliktar (2002), Amerikan Yahudileri, İsrail ve barış sürecini; Wertheimer (2008), Amerikan Yahudileri ve İsrail'i; Hartman ve Hartman (2009), toplumsal cinsiyet ve Amerikalı Yahudileri; Cohen (2010), Amerikan Yahudileri arasında antisemitizm algısını; Hartman (2012), cinsiyet eşitliği ve Amerikalı Yahudilerini; Barnett (2016), Amerikan Yahudilerinin dış politikalarının tarihini incelemiştir.

İkinci Dünya Savaşı'nda sırasında çeşitli Yahudi diasporalarını ele alanda çeşitli akademik çalışmalar yer almaktadır (Kushner, 1988; Levin, 1988; Hoffmann, 1989; Gross, 1994; Polonsky, 1997; Connelly, 2002; Kuromiya, 2002; Phayer, 2002; Moore, 2009; Levine, 2010; Láníček, 2012; Puckett, 2014, Marom, 2020). İkinci Dünya Savaşı özelinde Yahudi diasporalarını inceleyen bu çalışmalar içerisinde: Levin (1975), Litvanyalı Yahudilerin İkinci Dünya Savaşı'na katılımını; Ringelblum (1992), Polonya-

Yahudi ilişkilerini; Dobroszycki (1993), Grabowski (2013), Polonya Yahudilerini; Zariz (1993), Lüksemburg Yahudilerini; Rautkallio (1994), Fin Yahudi askerlerini; Simon (1994), Libya Yahudilerini; Harviainen (2000), Finlandiya'daki Yahudileri; Poznanski (2001), Fransa'daki Yahudileri; Tokayer ve Swartz (2004), Japonları ve Yahudileri; Bender (2008), Bialystok Yahudilerini; Alpert (2009), İspanya ve Yahudileri; Kaganovitch (2010), Yahudi mülteciler ve Sovyet yetkilileri; Dinçşahin ve Goodwin (2011), Türkiye'deki Yahudilerin durumunu; Bernhard (2012), Kuzey Afrika'daki Yahudileri ve Levy (2013), Sırp Yahudileri incelemiştir.

Çalışmada İkinci Dünya Savaşı sırasında ABD'deki Yahudi diasporasının, Nazi Almanyası işgali altındaki Avrupa topraklarında bulunan Yahudi diasporalarına yönelik ABD kamuoyunda farkındalık oluşturmaya ilişkin çabasına ışık tutulmaya çalışılmıştır. Bu şekilde "İkinci Dünya Savaşı sırasında ABD'deki Yahudi diasporası, Avrupa'daki Yahudi diasporasına yönelik hangi söylemleri kullanmaktadır?" sorusuna yanıt bulunması amaçlanmıştır. Bu amaçla çalışmada ECSJPE tarafından kullanılan propaganda pulları, göstergebilimsel açıdan analiz edilmiştir. Propaganda pulları göstergebilimsel açıdan analiz edilerek, propaganda pulları üzerinden hangi mesajların verildiği ve Nazilerin ve Avrupa'daki Yahudi diasporalarının hangi karşıtlıklar üzerinden sunulduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışma sonucunda elde edilen bulgular, ABD'deki Yahudi diasporasının Avrupa'daki Yahudi diasporalarına bakışını yansıtması, diasporaların buldukları ülkelerin kamuoyunu şekillendirmelerindeki rolünü açıklaması ve pulların propaganda amaçlı kullanımı hakkında bilgi vermesi bakımından önem taşımaktadır.

Pulların Propaganda Amaçlı Kullanılması

Posta pullarının üzerindeki görüntüler ulusal anlatıların, kolektif hafızanın ve bir ulusun kendi imajının inşasına katkıda bulunmaktadır (Raento ve Brunn, 2008, s. 49). Devletin tarihini, kültürünü, toplumunu ve dünyadaki yerini görsel olarak sunma yollarıdır. Pullar, politik özellik taşımakta (Raento ve Brunn, 2005, s. 145), devletin kendi vatandaşları ve sınırlarının ötesindekiler tarafından nasıl görülmek istediğini gösteren ürünleri ifade etmektedir (Brunn, 2000, s. 315). Bilimden, edebiyat ve popüler

kültüre kadar hemen hemen her disiplin, pulları önemli bir kaynak olarak kullanabilmektedir (Deans ve Dobson, 2005, s. 4). Pulların bu özellikleri etkili birer propaganda aracı olarak kullanılmalarına yol açmaktadır. Nitekim tüm dünyada pullar, hükümetlerin seçili görüntüleri yansıttığı bir propaganda biçimi olmaktadır (Reid, 1993, s. 77).

Ülkeler pullar üzerinden çeşitli propaganda mesajları verebilmektedir. Bir devletin kimliğindeki, dünya görüşündeki ve liderlerindeki değişiklikler, basılan pulların tasarımlarına ve temalarına yansıtılabilmektedir (Brunn, 2011, s. 21). Bu aşamada propaganda amaçlı hazırlanan pullarda, kimi zaman ülkenin düşmanlarına karşı kazandığı bir zafer, kimi zaman ülkede gerçekleşen bir devrim veya ülkede gerçekleştirilen bir reform konu edilebilmektedir. Diğer yandan ülke liderinin liderlik kültürü propagandasında da pullardan yararlanılabilmektedir. Bu aşamada ülkenin lideri, pullardaki görseller üzerinden kitlelere ulusal bir kahraman olarak sunulabilmektedir. Ayrıca pullar üzerindeki görsellerde abartıya yer verilebilmekte, böylece pul üzerinde bir lider olduğundan daha güçlü ve daha genç resmedilebilmektedir.

Pullar, genellikle açık bir şekilde politik amaçlarla, tasvir ettikleri görüntülerle veya aktarılan gündemlerle metin olarak okunabilmektedir (Deans ve Dobson, 2005, s. 3). Devletler, pullar üzerinden istedikleri konuları ön plana çıkarabilmekte ve kitleler üzerinden belli algıların oluşmasına çalışılabilmektedir. Propaganda pulları üzerinden bir ülke, ekonomik olarak refah, teknolojik açıdan gelişmiş ve sosyal açıdan özgür olarak yansıtılabilmektedir. Diğer yandan propaganda pullarında devletler, ideolojik söylemlerini kitlelere benimsetmeye, aynı zamanda karşı çıkılan ideolojilere yönelik de olumsuz bir algı inşa etmeye çalışabilmektedir.

İkinci Dünya Savaşı'nda Avrupa Kıtasındaki Yahudi Diasporası

1920'li yılların başlarında antisemitist söylemlere sahip Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi (Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei, NSDAP) Almanya siyaset sahnesinde önemli bir güç haline gelmiştir. NSDAP lideri Adolf Hitler'in

kitleler üzerinde güçlü bir etki bırakabilen retorığı ve Berlin *Gauleiter**'ı Dr. Joseph Goebbels'in parti içerisindeki sistemli propaganda faaliyetleri, NSDAP'nin Almanya'da yönetime gelmesini sağlamıştır. Parti, Yahudilerin Almanya'da sosyal, siyasal ve ekonomik hayatta etkili bir güç haline geldiğini ve elde edilen bu gücün Alman vatandaşları adına olumsuz etki meydana getirdiğini iddia etmiştir. 30 Ocak 1933 tarihinde Almanya'da iktidara gelen NSDAP (Jones, 1992, s. 63), benimsemiş olduğu antisemitist fikirlere sahip Nasyonal Sosyalizm ideolojisi üzerinden Yahudileri Alman toplumu için bir tehdit olarak değerlendirmiş ve sözde bu tehdidin engellenmesi için çeşitli uygulamalara girişmiştir.

NSDAP, Antisemitizm'in dışında antikomünist ve antikapitalist fikirleri benimsemiştir. NSDAP'nin antikomünist siyasi görüşü Yahudilerle ilişkilendirilmiş ve *Yahudi Marksizmi* adı verilen bir kavram ortaya konulmuştur. Yahudi Marksizmi düşüncesine göre Rusya'da 1917 yılında meydana gelen Ekim Devrimi'nin meydana getiricisinin Yahudiler olduğu ileri sürülmüştür. Bu açıdan NSDAP'nin Almanya'da etkili olmasının önüne geçmek için mücadele ettiği Komünizm ideolojisinin temelinde Yahudilerin olduğu iddia edilmiştir. NSDAP'nin iktidarından sonra yürürlüğe giren antisemitist yasa (Nürnberg Yasaları) üzerinden Yahudilerin Almanya içerisinde özgürlükleri önemli ölçüde kısıtlanmıştır. Yahudiler hükümet tarafından uygulanan ayrımcılıkla karşı karşıya kalmıştır (Heideman, 2017, s. 6). İkinci Dünya Savaşı, yalnızca Almanya'da değil çeşitli Avrupa devletlerindeki Yahudi diasporalarının özgürlüklerini kaybetmesine ve baskı altında yaşamaya mecbur bırakılmasına yol açmıştır. Almanya'nın 1 Eylül 1939 tarihinde Polonya'yı işgaliyle İkinci Dünya Savaşı başlamış ve Alman orduları, savaşın ilk iki yılı içerisinde Avrupa kıtasının önemli bir bölümünü kontrolü altına almayı başarmıştır. Bu aşamada Avrupa'da Fransa, Polonya, Hollanda, Belçika, Danimarka ve Norveç gibi pek çok ülke Almanların işgaline uğramıştır. Naziler, işgalleri altında bulundurdıkları ülkelerde antisemitist politikalara yönelmiş ve Yahudi diasporalarının özgürlüklerini sınırlandırmıştır.

* *Gauleiter*, NSDAP'nin bölgesel bir şubesinin parti liderini ifade etmektedir.

Savaş sırasında Naziler, Yahudilerin üstünde Yahudiliği temsil eden altıgen yıldız bulunan kol bantlarını takmalarını zorunlu kılmıştır. Ayrıca Naziler, Yahudileri toplama kamplarını yerleştirerek, buldukları toplumdaki izole etmiştir.

İkinci Dünya Savaşı'nda Naziler, Yahudilere yönelik nefret söylemine neden olabilecek çeşitli konular üzerinden propaganda faaliyetlerine yönelmiştir. Bu propaganda faaliyetleri içerisinde yer alan en dikkat çekici konulardan biri *Yahudi-Masonik Komplo* olmuştur. Bu komplo teorisine göre Yahudiler ve Masonların gizli bir ittifak içerisinde olduğu savunulmuştur. Nazilerin propaganda faaliyetlerinde Yahudilerin dünya hâkimiyeti planı olduğuna yönelik algı oluşturulmuştur. İkinci Dünya Savaşı sırasında Naziler, Yahudilerin Müttefik Devletleri'nin liderlerini etkileri altına aldıklarını ve onları kendi amaçlarına hizmet etmek amacıyla yönlendirdiklerini iddia etmiştir. Bu aşmada Nazi propagandası, savaşın sorumlusu olarak Yahudileri ön plana çıkarmıştır. Nazi propagandası, İkinci Dünya Savaşı'nın Müttefik Devletleri halklarına karşı değil doğrudan sözde dünya egemenliği ideali olduğu belirtilen Yahudilere karşı yapıldığı algısını inşa etmeye çalışmıştır. 1943 yılından itibaren İkinci Dünya Savaşı, Alman ordularının aleyhine gelişmeye başlamış ve Müttefik Devletleri'ne karşı toprak kaybetmeye başlamıştır. Bu süreçte de Nazilerin Yahudilere yönelik baskıcı politikası devam etmiştir. Savaşın son zamanlarında ise Müttefik Devletleri, Nazilerin toplama kamplarına ulaşmış ve kamplarda Yahudilerin zor koşullar altında bulunduğu tanık olmuştur. Savaş sonrasında hayatta kalan Nazi Almanya'sının ileri gelenleri Nürnberg Uluslararası Askerî Ceza Mahkemesi'nde işledikleri ileri sürülen suçlardan dolayı çeşitli cezalara çarptırılmıştır (LOC, 2021).

İkinci Dünya Savaşı'nda ABD'nin Avrupa'daki Yahudi Diasporalarına Yönelik Tutumu

Nazilerin Almanya'da iktidara gelmesi, Almanya'dan diğer ülkelere büyük bir Yahudi göçünün meydana gelmesine neden olmuştur. İkinci Dünya Savaşı sırasında da Nazilerin, Avrupa kıtasında yayılması diğer Avrupa ülkelerinde de Yahudi göçlerinin yaşanmasına yol açmıştır. Bu aşamada gerek ülkenin Nazi Almanya'sından uzak coğrafi konumu, gerekse isminin özgürlük ve demokrasiyle özdeşleştirilmesi

nedeniyle ABD, Yahudilerin göçlerindeki önde gelen ülkelerinden bir haline gelmiştir. Buna karşılık ABD'ye büyük bir Yahudi göçünün yaşanmasına elverişli bir ortam oluşmamıştır. ABD kamuoyunda Nazi Almanya'sında ve Nazi Almanya'sının işgali altındaki bölgelerde Yahudilere yönelik uygulanan ayrımcı politikalara karşı ciddi bir tepki meydana gelmiştir. Diğer yandan Başkan Franklin D. Roosevelt yönetiminde, kamusal hayata önemli sayıda Yahudi girmiştir (Sarna ve Golden, 2021). Buna karşılık ABD yönetiminin sıkı göç politikaları, Avrupa'dan ABD'ye büyük bir Yahudi göçünün meydana gelmesine engel oluşturmuştur. ABD yönetimi, Avrupa kıtasından ABD'ye büyük bir Yahudi göçünün yaşanmasına destek vermemiş (ya da verememiş), bu nedenle Yahudilerin ABD'ye göçü oldukça sınırlı kalmıştır. ABD'nin Avrupa'dan gelen Yahudi göçmenlere yönelik sınırlayıcı tavrının simgelerinden biri ise Avrupa'dan ABD'ye gelen ve çok sayıda Yahudi mülteciyi taşıyan MS St. Louis adlı gemidir. Gemide bulunan Yahudiler, Avrupa'dan ABD'ye geldiklerinde karaya çıkmak istemiş, buna karşı ABD yönetimi Yahudilerin ülkeye girişine izin vermemiştir.

ABD'de Yahudi diasporası, ülkede Nazilere karşı güçlü bir kamuoyu oluşturulmasına yönelik çaba içerisine girmiş ve Nazi Almanya'sının işgali altındaki Avrupa'daki Yahudi diasporalarının maruz kaldığı baskıya yönelik farkındalık oluşturmaya çalışmıştır. Bu aşamada özellikle Nazilere karşı ABD ordusunun savaş çabalarına destek verilmesine çalışılmıştır. Savaş sırasında yüz binlerce Yahudi ABD ordusunda görev alarak, ordunun önemli bir bölümünü teşkil etmiştir. 1918 yılında kurulan *Amerikan Yahudi Kongresi* (The American Jewish Congress, AJC), ABD'de Nazi Almanya'sına karşı kamuoyu oluşturulmasında ön plana çıkmıştır. AJC'nin lideri Stephen Samuel Wise, 30 Ocak 1933 tarihinde Hitler, Almanya şansölyesi seçildiğinde, New York City'deki Madison Square Garden'da kitlesel bir protesto mitingi düzenlemiştir. Ayrıca 1933 tarihinde AJC, Alman mallarına karşı genel bir boykot başlatmıştır. 1936 yılında AJC, *Dünya Yahudi Kongresi*'nin (the World Jewish Congress, WJC) kurulmasında etkili olmuştur. İkinci Dünya Savaşı sırasında AJC, ABD hükümeti ile WJC arasında Avrupalı Yahudiler adına yapılan kurtarma girişimleriyle

ilgili konularda bir irtibat görevi görmüştür. Diğer yandan AJC, çeşitli kurtarma önerileri için destek arayan bir *Planlama Komitesi* (Planning Committee) meydana getirmiştir (USHMM, 2021).

Yöntem

İkinci Dünya Savaşı sırasında ABD'deki Yahudi diasporasının, Avrupa'daki Yahudi diasporasına yönelik farkındalık oluşturmak amacıyla gerçekleştirdiği propaganda çalışması, *Avrupa Yahudi Halkını Kurtarmaya Yönelik Acil Durum Komitesi* (The Emergency Committee to Save the Jewish People of Europe, ECSJPE) tarafından basılan propaganda pulları özelinde incelenmiştir. ECSJPE, 1943 yılında Peter Bergson ve diğer genç Yahudi aktivistler tarafından kurulmuştur. 20 Temmuz 1943'te New York'ta 1.500 delegayı bir araya getiren *Acil Durum Konferansı* (Emergency Conference) düzenlenmiştir. Çalışmadaki pullar, Yahudi sanatçı Arthur Szyk tarafından ECSJPE'nin insani yardım çabalarına halkın ilgisini çekmek için oluşturulmuştur. 1945 yılında ECSJPE yerine *Amerikan Özgür Filistin Birliği* (the American League for a Free Palestine) yerine gelmiştir.

Propaganda pulları, nitel araştırma yöntemlerinden göstergebilim kullanılarak incelenmiştir. Göstergebilim, göstergeler üzerinden verilmek istenen mesajların ortaya konulmasına çalışan bir bilim dalıdır. 20. yüzyılın başlarında ortaya çıkan göstergebilim, çeşitli uzmanlar tarafından ortaya konulan model ve kavramlar sonucunda sosyal bilimler alanında önemli bir araştırma yöntemi haline gelmiştir. Çalışma kapsamında ECSJPE'nin propaganda pulları, ABD dilbilimci Charles Sanders Peirce'in (1839-1914) göstergebilim kavramları ve Claude Lévi-Strauss'un (1908-2009) ikili karşıtlık modeli üzerinden analiz edilmiştir. Peirce'in göstergebilim modelinde görüntüsel gösterge, belirtisel gösterge ve simge ön plana çıkmaktadır. Görüntüsel göstergede, insanlar doğrudan göstergelerin ilk anlamları üzerinden yorumlamada bulunmaktadır. Bu açıdan görüntüsel göstergede herkes tarafından kabul edilen anlamlara odaklanılmaktadır. Belirtisel gösterge ise bir durumun varlığının başka bir durumun varlığı ile açıklanmasıdır (Fiske, 2017, s. 133). Diğer bir deyişle insanların, bir kavram veya olay hakkındaki ön bilgiyi, başka bir kavram veya olaydan

sezinlemesini ifade etmektedir. Simge ise aralarında benzerlik bulunmayan bir kavramın başka bir kavramı temsil etmesidir. Lévi-Strauss'un ikili karşıtlıklar modelinde ise somutlama mantığı adı verilen soyut kavramların somut şekilde ifade edilmesi ön plana çıkmaktadır. Modelde karşıt soyut kavramlar, belirli somut kavramlar üzerinden temsil edilmekte, somut kavramlara yönelik belirli algıların oluşmasının önü açılmaktadır. Bu aşamada ikili karşıtlıklar üzerinden uygar-yabani gibi karşıt kavramlar oluşturabilmektedir (Lévi-Strauss, 2016, s. 26-27).

Göstergebilim modelleri kullanılarak gerçekleştirilen propaganda çalışmaları incelendiğinde, çalışmanın örnekleme olarak belirlenen propaganda pullarında yer alan göstergelerin Peirce ve Levi-Strauss'un göstergebilim kavramları üzerinden kapsamlı bir şekilde incelenebileceği kararlaştırılmıştır. Bu açıdan çalışmada ilk olarak Peirce'in göstergebilim kavramları üzerinden propaganda pullarında yer alan göstergelerde verilmek istenen propaganda mesajları açıklanmaya; ardından da Levi-Strauss'un göstergebilim kavramları üzerinden propaganda pulları üzerinden oluşturulmak istenen ikili karşılıklar ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Bulgular ve Yorum

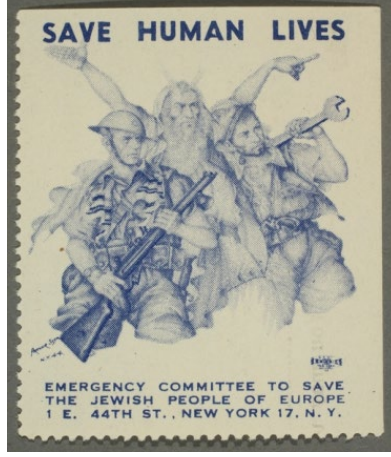
Çalışmanın bu kısmında ECSJPE'nin *Amerika Birleşik Devletleri Holokost Anıt Müzesi*'nden (United States Holocaust Memorial Museum) temin edilen altı propaganda pulu iki farklı göstergebilim modeli üzerinden analiz edilmiştir.

Birinci Pul

Birinci pulun tasarımı, "Modern Musa" adlı bir parçadan 1943 yılında oluşturulmuştur. Görüntüsel gösterge boyutunda ele alındığında görselin merkezinde sözde Hz. Musa'nın temsiline yer verilmektedir. Uzun sakalları bulunan sözde Hz. Musa temsilinin, kollarını kaldırdığı ve bir parmağının sağa işaret ettiği resmedilmektedir. Diğer yandan sözde Hz. Musa temsilinin solunda omzunda büyük bir İngiliz anahtarı taşıyan bir erkek ve sağında da elinde tüfek, başında üstünde altıgen yıldız bulunan miğfer olan ve omuzlarında dua şalı yer alan bir başka erkek görsellerine yer verilmektedir. Görselin sol alt köşesinde sanatçının imzası ve tarih

bulunmaktadır. *İnsan hayatını kurtarın* (Save Human Lives) sloganı üst kısma yerleştirilmiş ve dağıtım yapan kuruluş ve adresleri alt kısma basılmıştır.

Şekil 1. Birinci Pul



(Kaynak: USHMM, 2020a)

Belirtisel gösterge üzerinden incelendiğinde pulda ABD'deki Yahudi diasporasının, Avrupa'daki dindaşlarını kurtarmak için seferber olduğu algısının meydana geldiği anlaşılmaktadır. Pulda yer alan askerin başındaki altıgen yıldız, Yahudiliği simgelemektedir. Bu açıdan elinde tüfek olan kişinin Nazi Almanya'sına karşı savaşan Yahudi bir askeri, omzunda büyük bir İngiliz anahtarı bulunan kişinin ise Nazi Almanya'sına karşı savaş çabasına destek veren bir işçiyi temsil ettiği söylenebilmektedir. Pul üzerinde dinsel mesajların ağırlıkta olduğu ve mesajın doğrudan ABD'deki Yahudi diasporasına yöneltildiği belirtilebilmektedir. Puldaki görsel göstergeler yoluyla ABD'deki Yahudi diasporasının, dindaşlarını kurtarmaları gerektiğine yönelik mesaj vermeye çalıştığı söylenebilmektedir. Bu şekilde ABD'deki Yahudi diasporasının savaş çabalarına desteğinin sürdürülmesine ve artırılmasına yönelik çağrıda bulunulduğu ileri sürülebilmektedir.

Tablo 1. Birinci Pulun Peirce'in Gösterge Modeli Üzerinden Analizi

Görüntüsel Gösterge	Sözde Hz. Musa temsili, asker ve işçi
Belirtisel Gösterge	ABD'deki Yahudi diasporasının, Avrupa'daki dindaşlarını kurtarmak için seferber olduğu algısı
Simge	Altıgen yıldız, Yahudiliği simgelemektedir

İkili Karşıtlıklar Modeli üzerinden incelendiğinde birinci pulda Naziler, düşman ve tehdit; Yahudi askerler ve Yahudi işçiler ise dost ve güven soyut kavramlarıyla somutlanmaktadır. Bu şekilde pul üzerinden Nazilerin, Yahudi diasporalarının düşmanı olduğu ve onlara karşı önemli bir tehdit meydana getirdiği algısı meydana gelmektedir. Oluşturulan bu algılar üzerinden Yahudilerin, Nazilere karşı harekete geçmesi gerektiği mesajı verilmektedir.

Tablo 2. Birinci Pulun Lévi-Strauss'un İkili Karşıtlıklar Modeli Üzerinden Analizi

Somut Kavramlar	Somut Kavramlar
Naziler	Yahudi askerler, Yahudi işçiler
Soyut Kavramlar	Soyut Kavramlar
Düşman, Tehdit	Dost, Güven

İkinci Pul

Görüntüsel gösterge açısından incelendiğinde ikinci pulda üç insan görseli bulunmaktadır. Ortada, sakallı, geniş kenarlı bir şapka takan ve üstünde taç süslemeli ayrıntılı bir Tevrat parşömeni tutan yaşlı bir Yahudi adam yer almaktadır. Solda süslü tichel* giyen yaşlı bir kadının başı bulunmaktadır. Kadının sol tarafında bir çocuğun başı yer almaktadır. Çocuğun başının üzerinde de bir el bulunmaktadır. Görselin sol alt köşesinde sanatçının imzası ve tarih bulunmaktadır. *İnsan hayatını kurtarın* (Save Human Lives) sloganı üst kısma yerleştirilmiş ve dağıtım yapan kuruluş ve adresleri alt kısma basılmıştır.

* Tichel, tziut olarak bilinen alçakgönüllülük yasasına uygun olarak evli kadınların saçlarını örtmesini gerektiren birçok evli Ortodoks Yahudi kadın tarafından giyilen başörtüsünün Yidce kelimesini ifade etmektedir.

Şekil 2. İkinci Pul



(Kaynak: USHMM, 2020b)

Belirtisel gösterge boyutunda ele alındığında pulda Avrupa'daki Yahudi diasporasının Nazi rejiminin esareti altında olduğu algısının meydana geldiği anlaşılmaktadır. Tevrat parşömeni, Avrupa'daki Yahudi diasporasını simgelemektedir. Tevrat parşömenin pulda ön plana çıkarılmasıyla ABD'deki Yahudi diasporası nezdinde Avrupa'daki Yahudi diasporasına vurgu yapılmaktadır. Pulda görsel ve yazılı kodlar bir bütün olarak ele alındığında Avrupa'daki Yahudi diasporasının Nazilerin idaresinde tehdit altında bulunduğu yönelik algının oluşturulmaya çalışıldığı ileri sürülebilmektedir. Bu aşamada Avrupa'daki Yahudi diasporasının zor durumda olduğuna yönelik algıyla ABD'deki Yahudi diasporasında Avrupa'daki Yahudi diasporasına yönelik duyarlılık oluşturulmaktadır.

Tablo 3. İkinci Pulun Peirce'in Gösterge Modeli Üzerinden Analizi

Görüntüsel Gösterge	Yaşlı erkek, yaşlı kadın ve bir çocuk
Belirtisel Gösterge	Avrupa'daki Yahudi diasporasının Nazi rejiminin esareti altında olduğu algısı
Simge	Tevrat parşömeni, Avrupa'daki Yahudi diasporasını simgelemektedir

İkili Karşıtlıklar Modeli üzerinden incelendiğinde ikinci pulda Naziler, esaret ve suçluluk; Avrupa'daki Yahudi diasporası ise özgürlük ve masumiyet soyut

kavramlarıyla somutlanmaktadır. Bu şekilde Nazilerin, Avrupa'yı ele geçirerek Yahudilerin özgürlüklerine son verdiği ve onları esaret altında yaşamaya mecbur bıraktığı algısı oluşmaktadır. Oluşan bu algı, Avrupa'daki Yahudi diasporasının Nazilerin esaretinden kurtarılması gerektiği düşüncesini de beraberinde getirmektedir.

Tablo 4. İkinci Pulun Lévi-Strauss'un İkili Karşıtlıklar Modeli Üzerinden Analizi

Somut Kavramlar	Somut Kavramlar
Naziler	Avrupa'daki Yahudi diasporası
Soyut Kavramlar	Soyut Kavramlar
Suçluluk	Masumiyet

Üçüncü Pul

Üçüncü pul, 1942 yılında oluşturulan *Gazabın Gözyaşları* (Tears of Rage) adlı parçadan kopyalanmıştır. Görüntüsel gösterge boyutunda ele alındığında pulda beş insan görseline yer verildiği görülmektedir. Pulun üstünde, sağ koluyla başının üstünde hafif makineli tüfek tutan, savaş başlığı giyen çığlık, atan bir asker resmedilmektedir. Askerin sol kolunda ölmek üzere olan, yaşlı bir adam yer almaktadır. Yaşlı adamın bileğinin etrafında bir kelepçe ve zincir bulunmakta ve yaşlı adam bir Tevrat parşömeni tutmaktadır. Her ikisinin de önünde, pulun altında dört kişinin görseli yer almaktadır. Bu kişiler sırasıyla, elleri kelepçeli bir adam, ölü çocuğunu tutan saçında bir atkı olan bir kadın ve hüznü yaşlı bir kadındır. Görselin sol alt köşesinde sanatçının imzası ve tarih bulunmaktadır. *İnsan hayatını kurtarın* (Save Human Lives) sloganı üst kısma yerleştirilmiş ve dağıtım yapan kuruluş ve adresleri alt kısma basılmıştır.

Şekil 3. Üçüncü Pul



(Kaynak: USHMM, 2020c)

Belirtisel gösterge üzerinden incelendiğinde pulda ABD kamuoyunun, Avrupa'daki Yahudi diasporasını kurtarmak için harekete geçtiği algısının meydana geldiği anlaşılmaktadır. Pulda yer alan yaşlı adamın sol kolunu üzerinde altıgen yıldızın bulunması, yaşlı adamın Yahudi olduğuna yönelik algıyı oluşturmaktadır. Nitekim Naziler, Yahudilerin üzerinde altıgen yıldız bulunan kol bantlarını takmalarını zorunlu kılmış, bu şekilde Yahudiler buldukları toplumda kolaylıkla ayırt edilebilmiştir. Puldaki yaşlı adamın ölmek üzere olması, kadının tuttuğu bebeğin ölmesi ve sivillerin üzgün olması, Avrupa'daki Yahudi diasporasının Naziler tarafından zulme uğradığı algısını meydana getirmektedir. Bu aşamada zincir ve kelepçe, Avrupa'daki Yahudi diasporasının Nazilerce maruz kaldığı belirtilen esareti simgelemektedir. Pulda yer alan asker, Yahudilerin ölmesine ve acı çekmesine tepki göstermesiyle Nazi yönetimi altındaki Avrupa'daki Yahudi diasporasının maruz kaldığı baskıya yönelik ABD kamuoyundaki tepki vurgulanmaktadır. Ölmekte olan yaşlı adamın elinde Tevrat parşömeninin olmasıyla çalışma kapsamında incelenen ilk iki pulda olduğu gibi dinsel mesajın ön plana çıkarıldığı anlaşılabilmektedir. Bu aşamada pulda din vurgusu üzerinden Avrupa'daki Yahudi diasporasına yönelik ABD'deki Yahudi diasporasının harekete geçmesinin teşvik edildiği ileri sürülebilmektedir.

Tablo 5. Üçüncü Pulun Peirce'in Gösterge Modeli Üzerinden Analizi

Görüntüsel Gösterge	Asker ve siviller
Belirtisel Gösterge	ABD kamuoyunun, Avrupa'daki Yahudi diasporasını kurtarmak için harekete geçtiği algısı
Simge	Zincir ve kelepçe, Avrupa'daki Yahudi diasporasının Nazilerce maruz kaldığı belirtilen esareti simgelemektedir

İkili Karşıtlıklar Modeli üzerinden incelendiğinde üçüncü pulda Naziler, saldırı ve savaş; Yahudi diasporaları ise savunma ve barış soyut kavramıyla somutlanmaktadır. Nazilerin, antisemitist söylemleri üzerinden Yahudilere yönelik saldırgan bir tutum içerisine girdiği algısı oluşmaktadır. Bu saldırgan tutum içerisinde de Yahudilerin kendilerini savunmak için Nazilere karşı harekete geçmesi gerektiğine yönelik mesaj verilmektedir.

Tablo 6. Üçüncü Pulun Lévi-Strauss'un İkili Karşıtlıklar Modeli Üzerinden Analizi

Somut Kavramlar	Somut Kavramlar
Naziler	Yahudi diasporaları
Soyut Kavramlar	Soyut Kavramlar
Saldırı, Savaş	Savunma, Barış

Dördüncü Pul

Dördüncü pul, 1943 yılında "*Üçüncü Reich*"in Tehlikeli Düşmanları Olarak Vurulacak...(To Be Shot, as Dangerous Enemies of the Third Reich...)'' adlı parçadan bir alıntıdır. Görselde, *Wehrmacht*'ta bir mahkeme önünde duran çocuklar tasvir etmektedir. Görüntüsel gösterge açısından incelendiğinde dördüncü pulda bir yöne doğru bakmakta olan iki çocuk görseline yer verilmektedir. Pulun sağında yakalı gömlek ve yelek giyen, altından bir dua şalı olan bir çocuk bulunmaktadır. Pulun solunda ise diğer çocuktan daha büyük başka bir çocuk yer almaktadır. Her iki çocuk da üzerinde altıgen yıldız bulunan bir kol bandı takmaktadır. Görselin sol alt

* *Üçüncü Reich* (Üçüncü İmparatorluk), Nazilerin Nazi Almanya'sına verdikleri isimdir. 962-1806 yılları arasında hüküm süren Kutsal Roma Cermen İmparatorluğu *Erstes Reich* (Birinci Reich), 1871-1918 yılları arasında hüküm süren Alman İmparatorluğu ise *Zweites Reich* (İkinci Reich) olarak değerlendirilmektedir.

* *Wehrmacht*, Nazi Almanya'sında Alman silahlı kuvvetlerine verilen isimdir.

köşesinde sanatçının imzası ve tarih bulunmaktadır. *İnsan hayatını kurtarın* (Save Human Lives) sloganı üst kısma yerleştirilmiş ve dağıtım yapan kuruluş ve adresleri alt kısma basılmıştır.

Şekil 4. Dördüncü Pul



(Kaynak: USHMM, 2020d)

Belirtisel gösterge boyutunda ele alındığında pulda Avrupa'daki Yahudi diasporasının, Nazilerin tehdidi altında olduğu algısının meydana geldiği anlaşılmaktadır. Pulda yer alan çocukların kol bantlarının üzerindeki altıgen yıldız, Yahudiliği simgelemektedir. Bu açıdan çocukların Yahudi olduğu mesajı verilmektedir. Puldaki görsel ve yazılı kodlar bir bütün olarak ele alındığında Avrupa'daki Yahudi diasporasının Nazilerin tehdidi altında olduğu algısı meydana gelmektedir. Pulda çocukların resmedilmesiyle Avrupa'daki Yahudi diasporasıyla ilişki olarak masumiyet duygusu ön plana çıkarılmaktadır. Bu şekilde Nazilerin suçsuz insanları hedef aldığı vurgulanarak, Nazilerin antisemitist söylemlerini meşrulaştırma çabasına karşı çıkmaktadır. Diğer yandan Nazilerin masum insanlara baskıcı bir politika uyguladığına yönelik düşünce oluşturularak, Nazilere karşı kamuoyunda olumsuz algı inşa edilmeye çalışılmaktadır.

Tablo 7. Dördüncü Pulun Peirce'in Gösterge Modeli Üzerinden Analizi

Görüntüsel Gösterge	İki çocuk
Belirtisel Gösterge	Avrupa'daki Yahudi diasporasının, Nazilerin tehdidi altında olduğu algısı
Simge	Altıgen yıldız, Yahudiliği simgelemektedir

İkili Karşıtlıklar Modeli üzerinden incelendiğinde dördüncü pulda Naziler, korku; Avrupa'daki Yahudi diasporası ise sükûnet kavramıyla somutlanmaktadır. Nazilerin, Yahudilerin sükûnet içerisindeki yaşamına korku saldıkları ve Yahudilerin yaşamlarını olumsuz yönde etkiledikleri algısı oluşturulmaktadır. Böylece Yahudilerin tekrar sükûnet bulabilmesi için de Nazilerin yenilgiye uğratılması gerektiği mesajı verilmektedir.

Tablo 8. Dördüncü Pulun Lévi-Strauss'un İkili Karşıtlıklar Modeli Üzerinden Analizi

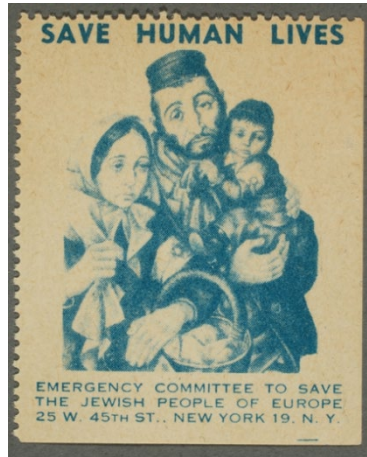
Somut Kavramlar	Somut Kavramlar
Naziler	Avrupa'daki Yahudi diasporası
Soyut Kavramlar	Soyut Kavramlar
Korku	Sükûnet

Beşinci Pul

Görüntüsel gösterge boyutunda ele alındığında beşinci pulda üç insan görseline yer verildiği görülmektedir. Pulun solunda başörtülü, sol kolunda sepet taşıyan ve üzerinde altıgen yıldız olan bir kol bandı takan bir kadın bulunmaktadır. Ortada, kipa* giyen, sakallı bir erkek görseli yer almaktadır. Sağda, erkeğin kollarında, üzerinde altıgen yıldız olan bir kol bandı takmış küçük bir çocuk bulunmaktadır. Dağıtım kuruluşu ve adresi altta yer almaktadır. *İnsan hayatını kurtarın* (Save Human Lives) sloganı üst kısma yerleştirilmiş ve dağıtım yapan kuruluş ve adresleri alt kısma basılmıştır.

* Kipa, genellikle kumaştan yapılmış, geleneksel olarak Yahudi erkekler tarafından başın örtülmesi şeklindeki geleneksel gerekliliği yerine getirmek için giyilen, kenarları olmayan bir başlıktır.

Şekil 5. Beşinci Pul



(Kaynak: USHMM, 2020e)

Belirtisel gösterge üzerinden incelendiğinde pulda Avrupa'daki Yahudi diasporasının, Nazilerin yönetimi altında huzurlu olmadığı algısının meydana geldiği anlaşılmaktadır. Puldaki kol bantlarının üzerindeki altıgen yıldız, Yahudiliği simgelemektedir. Bu açıdan pulda bulunan kişilerin Yahudiler olduğuna yönelik algı oluşmaktadır. Pulda yer alan kişilerin, durgun ve hüznü bakışları, Nazilerin yönetimi altında Avrupa'daki Yahudi diasporasının maruz kaldığı ayrımcı politikalara işaret etmektedir. Bu aşamada pul üzerinden Avrupa'daki Yahudi diasporasının huzura ulaşabilmesi için Nazilerin egemenliğinin son bulması gerektiği mesajı verilmektedir.

Tablo 9. Beşinci Pulun Peirce'in Gösterge Modeli Üzerinden Analizi

Görüntüsel Gösterge	Erkek, kadın ve çocuk
Belirtisel Gösterge	Avrupa'daki Yahudi diasporasının, Nazilerin yönetimi altında huzurlu olmadığı algısı
Simge	Altıgen yıldız, Yahudiliği simgelemektedir

İkili Karşıtlıklar Modeli üzerinden incelendiğinde beşinci pulda Naziler, huzursuzluk; Avrupa'daki Yahudi diasporası ise huzur kavramıyla somutlanmaktadır. Nazilerin, pul üzerinden Avrupa'daki Yahudi diasporasının huzurunu bozduğuna yönelik algı oluşmaktadır. Bu algı üzerinden Avrupa'daki

Yahudi diasporasının tekrar huzur bulabilmesi için Nazilerin yönetimden uzaklaştırılması gerektiğine yönelik mesaj verilmektedir.

Tablo 10. Beşinci Pulun Lévi-Strauss'un İkili Karşıtlıklar Modeli Üzerinden Analizi

Somut Kavramlar	Somut Kavramlar
Naziler	Avrupa'daki Yahudi diasporası
Soyut Kavramlar	Soyut Kavramlar
Huzursuzluk	Huzur

Altıncı Pul

Görüntüsel gösterge açısından incelendiğinde altıncı pulda üç insanın resmedildiği görülmektedir. Pulun sağında elinde zincir olan bir adam görseline yer verilmektedir. Elinde zincir olan adamın yanında sakallı yaşlı bir adam bulunmaktadır. Pulun sol alt köşesinde ise kipa giyen genç bir çocuğun yüzüne yer verilmektedir. Diğer yandan pulun sağ üst köşesinde dikenli telden oluşturulmuş gamalı haç bulunmaktadır. Pulun sol üst köşesinde ise altıgen yıldız resmedilmektedir. *Hayatta kalmamıza yardım edin!* (Help us survive!) sloganı üst kısma yerleştirilmiş ve dağıtım yapan kuruluş ve adresleri alt kısma basılmıştır.

Şekil 6. Altıncı Pul



(Kaynak: USHMM, 2020f)

Belirtisel gösterge boyutunda ele alındığında pulda Avrupa'daki Yahudi diasporasının, Nazilerin yönetimi altında özgür olmadığı algısının meydana geldiği

anlaşılmaktadır. Pulun solunda yer alan altıgen yıldız, puldaki kişilerin Yahudi olduğu algısını oluşturmaktadır. Diğer yandan pulun sağındaki dikenli tel şeklindeki gamalı haç üzerinden de pulda yer alan kişilerin Nazilerin denetiminde bulunan Avrupa'daki Yahudi diasporasını temsil eden kişiler olduğu anlaşılmaktadır. Pulda bulunan zincir, esareti simgelemektedir. Bu aşamada pul üzerinden Avrupa'daki Yahudi diasporasının Nazilerin esareti altında olduğuna yönelik mesaj verilmekte ve Avrupa'daki Yahudi diasporasının bu esaretten kurtarılması için ABD halkının harekete geçmesi gerektiği algısı oluşmaktadır.

Tablo 11. Altıncı Pulun Peirce'in Gösterge Modeli Üzerinden Analizi

Görüntüsel Gösterge	Siviller
Belirtisel Gösterge	Avrupa'daki Yahudi diasporasının, Nazilerin yönetimi altında özgür olmadığı algısı
Simge	Zincir, esareti simgelemektedir

İkili Karşıtlıklar Modeli üzerinden incelendiğinde altıncı pulda Naziler, esaret; Avrupa'daki Yahudi diasporası ise özgürlük soyut kavramları üzerinden somutlanmaktadır. Pul üzerinden Nazilerin Avrupa'daki Yahudi diasporasını esaret altına aldığı mesajı verilmektedir. Bu aşamada Avrupa'daki Yahudi diasporasının özgürlüklerini elde edebilmesi için Nazilerin egemenliğinin sol bulması gerektiği mesajı verilmektedir.

Tablo 12. Altıncı Pulun Lévi-Strauss'un İkili Karşıtlıklar Modeli Üzerinden Analizi

Somut Kavramlar	Somut Kavramlar
Naziler	Avrupa'daki Yahudi diasporası
Soyut Kavramlar	Soyut Kavramlar
Esaret	Özgürlük

Sonuç

Çalışmada incelenen ECSJPE'nin propaganda pullarında genel olarak Nazilerin işgali altındaki Yahudi diasporalarına yönelik hüznün duygusunun oluşturulmaya ve oluşturulan hüznün duygusuyla birlikte ABD ordusunun Nazi Almanya'sına karşı

kararlı bir şekilde savaşını sürdürmesi gerektiği mesajının verilmeye çalışıldığı ileri sürülebilmektedir. Propaganda pullarında da hüznün duygusu meydana getirmek için Avrupa'daki Yahudi diasporalarını temsilen çocuk, yaşlı, kadın ve bebek görsellerinin ön plana çıkarıldığı görülmektedir. Bu şekilde Nazilerin, Avrupa'da masum sivillere yönelik baskıcı bir tutum içerisinde bulunduğuna yönelik algı oluşturulmaya çalışılmıştır. Çalışma kapsamında incelenen altıncı puldaki dikenli tel şeklindeki gamalı haç haricinde propaganda pullarında genel olarak Nazi Almanya'sını doğrudan hedef alan göstergelerin kullanılmadığı ortaya çıkmaktadır. Bu şekilde pullarda ABD'de Nazileri gülünç göstererek itibarsızlaştırmaya veya Sovyetler Birliği'nde Nazileri korkutucu göstererek nefret uyandırmaya çalışan propaganda posterlerindeki görsellerden farklı bir kullanıma yöneldiği anlaşılmıştır. Böylece propaganda pullarında yalnızca Yahudiler ön plana çıkarılarak, ABD kamuoyunda Nazilerin baskısı altında kalan Avrupa'daki Yahudi diasporasının masum sivillerden oluştuğu algısının meydana getirilmeye çalışıldığı ileri sürülebilmektedir.

ECSJPE'nin propaganda pullarında doğrudan ABD'deki Yahudi diasporasına yönelik mesaj verildiği ortaya çıkmıştır. Propaganda pulları üzerinden Nazilerin baskısına uğrayan Avrupa'daki Yahudi diasporalarının dinsel kimlikleri ön plana çıkarılmış ve ABD'deki Yahudi diasporasının ABD'nin Nazi Almanya'sına karşı savaş çabasına destek vererek, dindaşlarını Nazilerin baskısından kurtarması gerektiği mesajı verilmiştir. Bu aşamada propaganda pullarında sıklıkla din odaklı mesajlardan yararlanılmıştır. Propaganda pullarındaki yazılı kodlardan Nazilerin yönetimi altında Avrupa'daki Yahudi diasporalarının hayatlarının güvencede olmadığına yönelik düşünce oluşturulmuş, görsel kodlar üzerinde de bu düşüncenin güçlendirilmesine çalışılmıştır. Bu aşamada Naziler genel olarak, düşman, tehdit, suçluluk, saldırı, savaş, korku, huzursuzluk ve esaret; Avrupa'daki Yahudi diasporaları ise dost, güven, masumiyet, savunma, barış, sükûnet, huzur ve özgürlük kavramlarıyla somutlanmıştır. Bu şekilde propaganda pulları yoluyla ABD kamuoyunda doğrudan Nazilere karşı nefret söyleminin meydana getirilmeye çalışıldığı ileri sürülebilmektedir.

Çalışmadaki bulgular genel olarak değerlendirildiğinde, ECSJPE'nin propaganda pulları üzerinden Nazilerin işgali altında bulunan Avrupa'daki Yahudi diasporasının Nazilerin yönetiminde tehdit altında olduğuna ilişkin algı oluşturularak, Avrupa'daki Yahudi diasporasına yönelik ABD kamuoyunda duyarlılık oluşturulmaya çalışıldığı ileri sürülebilmektedir. Diğer yandan propaganda pulları üzerinden Nazilere karşı ABD kamuoyunda öfke duygusu ön plana çıkarılarak, ABD'nin Nazi Almanya'sına karşı savaş çabalarının arttırılmaya çalışıldığı belirtilebilmektedir. Diğer yandan pullarda Nazilerin masum sivillere uyguladığı baskı üzerinden ABD'nin Nazi Almanya'sına karşı sürdürdüğü savaşın nedeninin meşrulaştırılmaya çalışıldığı da söylenebilmektedir.

Çalışma kapsamında ECSJPE'nin propaganda pulları özelinde ABD'deki Yahudi diasporasının İkinci Dünya Savaşı sırasında Avrupa'daki Yahudi lobilerine yönelik farkındalık oluşturmak için verdiği mesajlar ortaya konulmaya çalışılmıştır. Gelecek çalışmaların, Nazilerin işgali altında bulunan Avrupa'daki Yahudi diasporalarına yönelik farkındalık oluşturmak amacıyla gerçekleştirilen farklı çalışmalar yoluyla verilen mesajlar üzerinden incelemede bulunmasının konunun daha kapsamlı olarak ele alınmasını sağlayacağı düşünülmektedir.

ÇALIŞMANIN ETİK İZİN BELGELERİ

Söz konusu bu çalışmada etik kurul kararı gerektiren klinik ve deneysel insan ve hayvanlar üzerinde bir çalışma olmadığından dolayı etik kurul onayı aranmamıştır.

KAYNAKÇA

Alpert, M. (2009). Spain and the Jews in the Second World War. *Jewish Historical Studies*, 42, 201-210.

Barnett, M. N. (2016). *The Star and the Stripes: A History of the Foreign Policies of American Jews*. The United States: Princeton University Press.

Bender, S. (2008). *The Jews of Bialystok during World War II and the Holocaust*. The United States: UPNE.

Benor, S. B. (2009). Do American Jews Speak a "Jewish language"? A Model of Jewish Linguistic Distinctiveness. *Jewish Quarterly Review*, 99(2), 230-269.

Bernhard, P. (2012). Behind the Battle Lines: Italian Atrocities and the Persecution of Arabs, Berbers, and Jews in North Africa during World War II. *Holocaust and Genocide Studies*, 26(3), 425-446.

Brunn, S. D. (2000). Stamps as Iconography: Celebrating the Independence of New European and Central Asian States. *GeoJournal*, 52(2), 315-323.

Brunn, S. D. (2011). Stamps as Messengers of Political Transition. *Geographical Review*, 101(1), 19-36.

Chiswick, B. R. (1983). The Earnings and Human Capital of American Jews. *Journal of Human Resources*, 18(3), 313-336.

Chiswick, B. R. (1985). The Labor Market Status of American Jews: Patterns and Determinants. *The American Jewish Year Book*, 85, 131-153.

Cohen, J. E. (2010). Perceptions of Anti-Semitism among American Jews, 2000–05, A Survey Analysis. *Political Psychology*, 31(1), 85-107.

Connelly, J. (2002). Poles and Jews in the Second World War: The Revisions of Jan T. Gross. *Contemporary European History*, 11(4), 641-658.

Deans, P., & Dobson, H. (2005). Introduction: East Asian Postage Stamps as Socio-Political Artefacts. *East Asia*, 22(2), 3-7.

Dinçşahin, Ş., & Goodwin, S. R. (2011). Towards an Encompassing Perspective on Nationalisms: The Case of Jews in Turkey during the Second World War, 1939–45. *Nations and Nationalism*, 17(4), 843-862.

Diner, H. R. (1995). *In the Almost Promised Land: American Jews and Blacks, 1915-1935*. The United States: JHU Press.

Diner, H. R. (2010). *We Remember with Reverence and Love: American Jews and the Myth of Silence after the Holocaust, 1945-1962 (Vol. 15)*. The United States: NYU Press.

Dobroszycki, L. (1993). Polish Historiography on the Annihilation of the Jews of Poland in World War II: A Critical Evaluation. *East European Jewish Affairs*, 23(2), 39-49.

Fiske, J. (2017). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Çev., Süleyman İrvan. 5. Basım. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Fuchs, L. H. (1955). American Jews and the Presidential Vote. *The American Political Science Review*, 49(2), 385-401.

Glazer, N. (1955). Social Characteristics of American Jews, 1654–1954. *The American Jewish Year Book*, 56, 3-41.

Goren, A. A. (1999). *The Politics and Public Culture of American Jews*. The United States: Indiana University Press.

Grabowski, J. (2013). The Denunciations of Jews in Poland during the Second World War. *Archives Juives*, 46(1), 77-90.

Gross, M. L. (1994). Jewish Rescue in Holland and France during the Second World War: Moral Cognition and Collective Action. *Social Forces*, 73(2), 463-496.

Hartman, H., & Hartman, M. (2009). *Gender and American Jews: Patterns in Work, Education, and Family in Contemporary Life*. The United States: UPNE.

Hartman, M. (2012). *Gender Equality and American Jews*. The United States: SUNY Press.

Harviainen, T. (2000). The Jews in Finland and World War II. *Nordisk Judaistik/Scandinavian Jewish Studies*, 21(1-2), 157-166.

Heideman, R. D. (2017). Legalizing Hate: The Significance of the Nuremberg Laws and the Post-War Nuremberg Trials. *Loyola of Los Angeles International and Comparative Law Review*, 39, 5-24.

Heilman, S. C. (1995). *Portrait of American Jews: The Last Half of the Twentieth Century*. The United States: University of Washington Press.

Himmelfarb, H. S. (1979). Agents of Religious Socialization among American Jews. *The Sociological Quarterly*, 20(4), 477-494.

Himmelfarb, H. S., Loar, R. M., & Mott, S. H. (1983). Sampling by Ethnic Surnames: The Case of American Jews. *Public Opinion Quarterly*, 47(2), 247-260.

Hoffmann, P. (1989). Roncalli in the Second World War: Peace Initiatives, the Greek Famine and the Persecution of the Jews. *The Journal of Ecclesiastical History*, 40(1), 74-99.

Horowitz, B. (1998). Connections and Journeys: Shifting Identities among American Jews. *Contemporary Jewry*, 19(1), 63-94.

Ivers, G. (1995). *To Build a Wall: American Jews and the Separation of Church and State*. The United States: University of Virginia Press.

Jones, L. E. (1992). 'The Greatest Stupidity of My Life': Alfred Hugenberg and the Formation of the Hitler Cabinet, January 1933. *Journal of Contemporary History*, 27(1), 63-87.

Kaganovitch, A. (2010). Jewish Refugees and Soviet Authorities during World War II. *Yad Vashem Studies*, 38(2), 85-121.

Kivisto, P., & Nefzger, B. (1993). Symbolic Ethnicity and American Jews: The Relationship of Ethnic Identity to Behavior and Group Affiliation. *The Social Science Journal*, 30(1), 1-12.

Kuromiya, H. (2002). World War II, Jews, and Post-War Soviet Society. *Kritika: Explorations in Russian and Eurasian History*, 3(3), 521-531.

Kushner, T. (1988). Horns and Dilemmas: Jewish Evacuees in Britain during the Second World War. *Immigrants & Minorities*, 7(3), 273-291.

Láníček, J. (2012). Governments-in-exile and the Jews during and after the Second World War. *Holocaust Studies*, 18(2-3), 73-94.

Lévi-Strauss, C. (2016). *İrk, Tarih ve Kültür*. Çev., Haldun Bayrı, Reha Erdem, Arzu Oyacıoğlu, Işık Ergüden. 7. Basım. İstanbul: Metis Yayınları.

Levin, D. (1975). Participation of the Lithuanian Jews in the Second World War. *Journal of Baltic Studies*, 6(4), 300-310.

Levin, D. (1988). Arrests and Deportations of Latvian Jews by the USSR during the Second World War. *Nationalities Papers*, 16(1), 50-70.

Levine, A. (2010). *Fugitives of the Forest: The Heroic Story of Jewish Resistance and Survival during the Second World War*. The United States: Rowman & Littlefield.

Levinson, R. E. (1974). American Jews in the West. *The Western Historical Quarterly*, 5(3), 285-294.

Levy, M. F. (2013). A Tangled Tale: The Survival of Serbian Jews during World War II. *Serbian Studies: Journal of the North American Society for Serbian Studies*, 27(1), 15-41.

LOC (2021). Nürnberg Duruşmaları, https://www.loc.gov/rr/frd/Military_Law/Nuremberg_trials.html, Erişim Tarihi: 15.01.2021.

Lynn, R. (2004). The Intelligence of American Jews. *Personality and Individual Differences*, 36(1), 201-206.

Marom, R. (2020). RAF Ein Shemer: A Forgotten Case of Jewish and Arab Work in a British Army Camp in Palestine during the Second World War. *War & Society*, 39(3), 189-209.

Mittelberg, D. (1999). *The Israel Connection and American Jews*. The United States: Greenwood Publishing Group.

Moore, D. D. (2009). *GI Jews: How World War II Changed a Generation*. The United States: Harvard University Press.

Phayer, M. (2002). Pius XII and the Genocides of Polish Catholics and Polish Jews during the Second World War. *Kirchliche Zeitgeschichte*, 15(1), 238-262.

Philips, B. T., & Fishman, S. B. (2006). Ethnic Capital and Intermarriage: A Case Study of American Jews. *Sociology of Religion*, 67(4), 487-505.

Polonsky, A. (1997). Beyond Condemnation, Apologetics and Apologies: On the Complexity of Polish Behavior Toward the Jews During the Second World War. *Studies in Contemporary Jewry*, 13, 190-224.

Poznanski, R. (2001). *Jews in France during World War II*. The United States: UPNE.

Puckett, D. J. (2014). *In the Shadow of Hitler: Alabama's Jews, the Second World War, and the Holocaust*. The United States: University of Alabama Press.

Raento, P., & Brunn, S. D. (2005). Visualizing Finland: Postage Stamps as Political Messengers. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 87(2), 145-164.

Raento, P., & Brunn, S. D. (2008). Picturing a nation: Finland on postage stamps, 1917–2000. *National Identities*, 10(1), 49-75.

Rautkallio, H. (1994). 'Cast into the Lion's Den' Finnish Jewish Soldiers in the Second World War. *Journal of Contemporary History*, 29(1), 53-94.

Reid, D. M. (1993). The Postage Stamp: A Window on Saddam Hussein's Iraq. *Middle East Journal*, 47(1), 77-89.

Ringelblum, E. (1992). *Polish-Jewish Relations during the Second World War*. The United States: Northwestern University Press.

Rosenfield, G. (1982). The Polls: Attitudes toward American Jews. *The Public Opinion Quarterly*, 46(3), 431-443.

Sarna, J. D. & Golden, J. (2021). Yirminci Yüzyılda Amerikan Yahudi Deneyimi: Antisemitizm ve Asimilasyon, <http://nationalhumanitiescenter.org/tserve/twenty/tkeyinfo/jewishexpb.htm>, Erişim Tarihi: 15.01.2021.

Sasson, T. (2010). Mass Mobilization to Direct Engagement: American Jews' Changing Relationship to Israel. *Israel Studies*, 15(2), 173-195.

Seliktar, O. (2002). *Divided We Stand: American Jews, Israel, and the Peace Process*. The United States: Greenwood Publishing Group.

Shapiro, E. S. (1997). American Jews and the Problem of Identity. *Society*, 34(6), 14-19.

Simon, R. (1994). It Could Have Happened There: The Jews of Libya During the Second World War. *Africana Journal*, 16, 391-422.

Slater, M. K. (1969). My Son the Doctor: Aspects of Mobility among American Jews. *American Sociological Review*, 34(3), 359-373.

Taras, D., & Weinfeld, M. (1990). Continuity and Criticism: North American Jews and Israel. *International Journal*, 45(3), 661-684.

Tokayer, M., & Swartz, M. (2004). *The Fugu Plan: The Untold Story of the Japanese and the Jews during World War II*. Jerusalem: Gefen Publishing House Ltd.

USHMM (2021). Amerikan Yahudi Kongresi (The American Jewish Congress, AJC), <https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/article/american-jewish-congress>, Erişim Tarihi: 15.01.2021.

USHMM (2020a). Birinci Pul, <https://collections.ushmm.org/search/catalog/irn562711>, Erişim Tarihi: 15.12.2020.

USHMM (2020b). Birinci Pul, <https://collections.ushmm.org/search/catalog/irn562720>, Erişim Tarihi: 15.12.2020.

USHMM (2020c). Birinci Pul, <https://collections.ushmm.org/search/catalog/irn562706>, Erişim Tarihi: 15.12.2020.

USHMM (2020d). Birinci Pul, <https://collections.ushmm.org/search/catalog/irn562728>, Erişim Tarihi: 15.12.2020.

USHMM (2020e). Birinci Pul, <https://collections.ushmm.org/search/catalog/irn562738>, Erişim Tarihi: 15.12.2020.

USHMM (2020f). Birinci Pul, <https://collections.ushmm.org/search/catalog/irn562746>, Erişim Tarihi: 15.12.2020.

Wertheimer, J. (2008). American Jews and Israel: A 60-year Retrospective. *The American Jewish Year Book*, 108, 3-79.

Zariz, R. (1993). The Jews of Luxembourg during the Second World War. *Holocaust and Genocide Studies*, 7(1), 51-66.

Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No plagiarism detected.

Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed.

Araştırma Makalesi

TÜRKİYE'DEKİ BANKALARIN SOSYAL MEDYAYI PAZARLAMA İLETİŞİMİ ARACI OLARAK KULLANIMI

Yusuf HACİİBRAHİMOĞLU¹

Özet

21. yüzyılda sosyal medya platformları, pazarlama iletişiminin temel unsurlarından biri haline gelmiştir. Kurumların, pazarlama hedeflerine ulaşabilmesi ve rakiplerine karşı varlıklarını devam ettirebilmesi sürecinde pazarlama iletişimi boyutunda sosyal medya platformlarını etkin bir şekilde kullanması gerekmektedir. Bu nedenle rekabetin yoğun bir şekilde hissedildiği bankacılık sektöründe de pazar başarısında bankaların sosyal medya platformlarını ne şekilde kullandığı önem taşımaktadır. Çalışmada Türkiye'de bankacılık sektöründe sosyal medyanın pazarlama iletişimi boyutundaki kullanımının ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaçla çalışma kapsamında Türkiye Bankalar Birliği'nin 2020 yılı sonu itibarıyla toplam aktif büyüklüklerine göre belirlediği Türkiye'nin en büyük ilk iki kamu bankasının (Ziraat Bankası ve Vakıf Bankası) ve en büyük ilk iki özel bankasının (İş Bankası ve Garanti Bankası) Facebook hesapları pazarlama iletişimi boyutunda incelenmiştir. Çalışmada örneklem olarak belirlenen bankalarının Facebook hesaplarındaki paylaşımlar pazarlama iletişimi boyutunda hazırlanan kodlama cetveli üzerinden içerik analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Örneklem olarak belirlenen bankalar üzerinden elde edilen bulgularda, Türkiye'deki kamu bankalarının pazarlama iletişimi boyutunda daha çok reklam ve tanıtım amaçlı sosyal medyayı kullandığı, Türkiye'deki özel bankaların ise daha çok halkla ilişkiler amaçlı sosyal medyadan yararlandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Pazarlama, Pazarlama İletişimi, Sosyal Medya, İletişim, Halkla İlişkiler, Reklam

The Social Media Use as a Marketing Communication Tool of Banks in Turkey

Abstract

Social media platforms have become one of the basic elements of marketing communications in the 21st century. The institutions should use social media platforms effectively in the dimension of marketing communications in the process of achieving marketing goals and maintaining their existence against their competitors. For this reason, it is important how banks use social media platforms for market success in the banking sector, where competition is felt intensely. In the study, it was aimed to reveal the use of social media in the dimension of marketing communications in the banking sector in Turkey. For this purpose, the Facebook accounts of Turkey's top two public banks (Ziraat Bank and Vakıf Bank) and top two private banks (İş Bank and Garanti Bank) determined by the Banks Association of Turkey according to their total asset size at the end of 2020 were examined in terms of marketing communications within the scope of the study. The shares in Facebook accounts of the banks determined as samples were analyzed using the content analysis method over the coding scale prepared in the dimension of marketing communications in the study. In the findings obtained from the banks determined as samples, it was concluded that public banks in Turkey mostly use social media for advertising and promotional purposes, while private banks in Turkey mostly use social media for public relations purposes in terms of marketing communications.

Keywords: Marketing, Marketing Communications, Social Media, Communication, Public Relations, Advertising

¹ Bağımsız Araştırmacı, yusuff28@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-4797-0720

Gönderim Tarihi/Received: 14.05.2021 **Kabul Tarihi/Accepted:** 05.06.2021

<https://doi.org/10.53495/e-kiad.937200>

Extended Abstract

The social media use in terms of marketing communications of the banks in Turkey was examined in the study. It is aimed to reveal the differences in the social media use in terms of marketing communications of public and private banks in Turkey within the scope of the study. For this purpose, the social media shares of the banks determined as samples were analyzed using the content analysis method. In the light of the findings, the following questions were tried to be answered:

- Which marketing communication tool do the public banks in Turkey use more effectively?
- Which marketing communication tool do private banks in Turkey use more effectively?
- What are the differences between the social media uses in terms of marketing communications of public and private banks in Turkey?

The study is important in terms of explaining how banks use social media in terms of marketing communications in Turkey, based on current data. On the other hand, the findings of the study are aimed to be a source for researchers studying in the fields of communication, marketing and banking. For this purpose, it was tried to explain how banks use social media platforms in the dimension of marketing communications through the coding scale prepared within the scope of the study. The purposes of social media use of banks were analyzed through 8 headings (advertisement/promotion/information, announcement, commemoration/celebration, social responsibility, reward/success, sponsorship, career and activity) in the coding scale used in the study:

Advertisement/Promotion/Information; refers directly to the shares used by banks in terms of marketing. These shares include the services, advantages and advertising videos offered by banks to their customers.

Announcement; explains the banks' informing about their working hours and their warnings to their customers against any fraud.

Commemoration/Celebration; contains memorial and celebration messages shared by banks. Commemorative posts include commemorating the death anniversary of certain persons or people who lost their lives as a result of terrorist acts. Anniversaries of certain days (for example 23 April National Sovereignty and Children's Day) or certain days and weeks (such as Mother's Day) are celebrated in celebration posts.

Social responsibility; includes the posts made for the purpose of contributing to the environment and people without the aim of profit.

Reward/Success; covers the announcement of the award bank receives and its achievements.

Sponsorship; includes the shares regarding the sponsorship activities of banks.

Career; covers the sharing of banks for job postings.

Activity; includes the posts made with the purpose of announcing the events and competitions held by banks.

When the social media shares of the public and private banks examined in the study is evaluated in general, it is revealed that there are important differences in the dimension of marketing communications. While a significant portion of public banks' posts on social media are focused on advertisement/promotion/information, it is determined that this ratio is more limited in social media posts by private banks compared to public banks. In this respect, it can be concluded that public banks try to convince their target audience to buy their services by bringing their marketing messages to the forefront in social media compared to private banks. On the other hand, it was revealed that private banks also effectively benefit from social media in their activity sharing compared to public banks. It can be argued that private banks try to attract the attention of their target audience and establish a link between the bank and the customer through the activity shares.

When analyzed in the context of social responsibility, it is revealed that private banks share more than state banks. At this stage, it can be interpreted that private banks have the image of banks that give more importance to social responsibility activities than public banks. In particular, Garanti Bank tried to raise awareness among its target audience by posting on social media aimed at protecting the environment. In this way, it can be argued that the perception that the bank is an environmentally friendly bank among the target audience strengthens. It is revealed that Ziraat Bank shared the most on sponsorship by far. It can be argued that Ziraat Bank is perceived as a bank that attaches importance to sports when compared to other banks with these shares. On the other hand, it is concluded that there is no difference in terms of announcement, commemoration/celebration, reward/achievement, sponsorships and career sharing in the analyzed banks in terms of public and private banks.

As a result, it can be argued that public banks use social media mainly for advertising and promotion and they place less importance on public relations activities when examined in terms of marketing communications. It is determined that private banks, on the other hand, use social media more effectively for public relations purposes. In this respect, it can be argued that it will be important to focus on activity and social responsibility-oriented posts in addition to marketing-oriented direct shares on social media in order for public banks to realize a long-term marketing communication with their target audience. At this stage, it is recommended that public banks give importance to public relations activities, which are among the elements of marketing communications in social media, as well as advertising and promotional activities. On the other hand, it is thought that examining the social media use in the dimension of marketing communications of banks in different countries in future studies will contribute to the literature on the subject.

Giriş

Günümüzde kurumlar, sosyal medya platformları üzerinden oluşturdukları hesaplarla pazarlama faaliyetlerini hızlı ve düşük maliyetli olarak gerçekleştirme imkânı bulmuştur. Sosyal medyadaki paylaşımların hızla güncellenebilme özelliği sayesinde kurumlar, sosyal medya platformlarında güncel her türlü içeriği anında hedef kitlesiyle paylaşabilmektedir. Diğer yandan sosyal medya platformlarının kullanıcılarına sunduğu çift yönlü iletişim olanağı sayesinde kurumlar, sosyal medya platformları üzerinden ürün ve hizmetleri hakkında doğrudan hedef kitlesinin istek, düşünce ve şikâyetlerini öğrenebilmektedir. Tüm bu olanaklar, sosyal medya platformlarının, pazarlama iletişiminin temel araçlarından biri haline gelmesine yol açmıştır. Özellikle rekabet ortamında sosyal medya platformlarının pazarlama iletişimi boyutunda etkili bir şekilde kullanılması kurumların başarısında önemli hale gelmiştir. Bu nedenle sosyal medya platformlarının pazarlama iletişimi boyutunda başarılı bir şekilde kullanılmasının rekabetin yoğun olarak hissedildiği bankacılık sektörünün başarısında da rolü olduğu söylenebilmektedir. Bu aşamada Türkiye'deki bankaların sosyal medyayı pazarlama iletişimi boyutunda ne şekilde kullandığının ortaya konulması önem taşımaktadır.

Sosyal medya ve pazarlama iletişimi konusunda çeşitli çalışmalar yapılmıştır (Töllinen ve Karjaluoto, 2011; Yadav vd., 2015; Key ve Czaplewski, 2017; Valos vd. 2017; Adeola vd., 2020). Bu çalışmalar içerisinde: Eagleman (2013), spor ulusal yönetim organlarının çalışanları arasında sosyal medyanın bir pazarlama iletişimi aracı olarak kabulü, motivasyonları ve kullanımını; Jucaitytė ve Maščinskienė (2014), pazarlama iletişimine sosyal medya entegrasyonunun özelliklerini; Duffett ve Wakeham (2016), sosyal medya pazarlama iletişiminin Güney Afrika'daki Y kuşağı arasındaki tutumlar üzerindeki etkisini; Lee (2017), sosyal medyada kurumsal sürdürülebilir gelişme ve pazarlama iletişimini; Taucharungroj (2017), Starbucks'ın Twitter'daki pazarlama iletişimi stratejisini; Adetunji vd. (2018), sosyal medya pazarlama iletişimi ve tüketici bazlı marka değerini; Roth-Cohenve Lahav (2019), kapalı ve açık Facebook

gruplarında online iç turizm pazarlama iletişimini ve Chan (2020), Facebook'u pazarlama iletişimi öğrenim ve öğretimine entegre etmenin etkisini incelemiştir.

Çalışmada Türkiye'deki bankaların pazarlama iletişimi boyutunda sosyal medya kullanımları incelenmiştir. Çalışma kapsamında Türkiye'deki kamu ve özel bankaların pazarlama iletişimi boyutunda sosyal medya kullanımlarındaki farklılıkların ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaçla örneklem olarak belirlenen bankaların sosyal medya paylaşımları içerik analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular ışığında aşağıdaki sorulara yanıt aranmaya çalışılmıştır:

- Türkiye'deki kamu bankaları hangi pazarlama iletişimi aracını daha etkin kullanmaktadır?

- Türkiye'deki özel bankalar hangi pazarlama iletişimi aracını daha etkin kullanmaktadır?

- Türkiye'deki kamu ve özel bankaların pazarlama iletişimi boyutunda sosyal medyayı kullanımları arasındaki farklılıklar nelerdir?

Çalışma, Türkiye'de bankaların pazarlama iletişimi boyutunda sosyal medyayı ne şekilde kullandığını güncel veriler üzerinden açıklaması bakımından önem taşımaktadır. Diğer yandan çalışmada elde edilen bulguların, iletişim, pazarlama ve bankacılık alanında çalışan araştırmacılar için kaynak teşkil etmesi hedeflenmektedir.

1. Pazarlama İletişimi Kavramına Genel Bakış

Rekabetçi olan uluslararası pazarlarda pazarlama iletişiminin başarısı önemi taşımaktadır (Tian ve Borges, 2011, s. 121). Kurumun rakiplerine karşı başarı elde etmesinde ve hatta pazarda hayatta kalmasında pazarlama iletişimi önemli bir rol oynayabilmektedir. Pazarlama iletişimi birkaç adla anılmakta, fakat en kolay şekilde pazarlama karışımınının 4P'sinin (ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma) promosyon unsuru olarak tanınmaktadır (Hartley ve Pickton, 1999, s. 97). Pazarlama iletişimi, bir markanın sesini ve şirketlerin ürün teklifleri hakkında tüketicilerle diyalog kurabilecekleri araçları temsil etmektedir. Pazarlama iletişimi, pazarlamacıların tüketicileri bilgilendirmesine, ikna etmesine, teşvik etmesine ve hatırlatmasına olanak

tanımlanmaktadır. Pazarlama iletişiminde, ayrıntılı ürün bilgileri sağlanabilmektedir. Tüketicilere bir ürünün, ne tür bir kişi tarafından, nasıl, neden, nerede ve ne zaman kullanıldığını anlatılabilmekte veya gösterilebilmektedir. Pazarlama iletişimi sürecinde ürünü kimin yaptığı ve şirketin ve markanın neyi temsil ettiği kapsamlı olarak kitlelere aktarılabilmektedir. Pazarlama iletişimi, bir markayı belirli bir kişi, yer veya deneyimle ilişkilendirebilmektedir. Ayrıca ürünün denenmesi için teşvik veya ödül verilebilmekte, daha fazla marka satın alınmasına ve sürdürülebilir tüketici sadakatine katkıda bulunabilmektedir (Keller, 2001, s. 823). Nitekim pazarlama iletişimi yalnızca yeni müşterileri çekmek için değil, aynı zamanda sadık müşterileri güçlendirmek ve elde tutmak için de kullanılmaktadır (Van Raaij vd., 2001, s. 60). Bu açıdan pazarlama iletişimi, yalnızca hedef kitleyi bir ürün veya hizmeti satın almaya ikna eden iletişim faaliyeti olarak değerlendirilmemelidir. Bunun yanında pazarlama iletişimi, hedef kitle nezdinde kuruma ve markaya yönelik olumlu bir imaj oluşturmada da ön plana çıkmaktadır.

Pazarlama iletişimi, tüketicilerin farklı markalar içerisinde tercih yapmasında ön plana çıkmaktadır (Bahşi ve Budak, 2014, s. 1350). Tüketiciler, satın alacakları ürün ve hizmet konusunda ön bilgiye sahip olmayabilmekte veya satın alacakları marka konusunda kararsız kalabilmektedir. Bu aşamada pazarlama iletişimi, tüketicilerin satın alma kararı oluşturmada önemli bir rol üstlenebilmektedir.

Pazarlama iletişiminde reklam, halkla ilişkiler, doğrudan pazarlama, satış geliştirme ve kişisel satış gibi çeşitli iletişim araçları kullanılmaktadır (İçli ve Çopur, 2008, s. 23). Pazarlama iletişimsi, hedef kitlenin, satın alma davranışına yönelmesini sağlamak için kimi zaman bir, kimi zamanda birden fazla iletişim aracından yararlanabilmektedir. Pazarlama iletişiminde kullanılan iletişim araçlarının belirlenmesinde pazarlama iletişiminin amacı ön planda olmaktadır. Bu aşamada pazarlama iletişiminde kimi zaman doğrudan satışın sağlanması için reklam faaliyeti gerçekleştirilirken kimi zaman da kurum ve hedef kitle arasında güvene dayalı bir bağ kurulması için halkla ilişkilerden yararlanılmaktadır.

Pazarlama iletişimi kuruma olduğu kadar hedef kitleye de fayda sağlayabilmektedir. Örneğin karmaşık bir pazarda pazarlama iletişimi, markaların öne çıkmasını sağlarken, aynı zamanda tüketicilerin karşılaştırmalı avantajları değerlendirmesine de yardımcı olabilmektedir (Keller, 2001, s. 823). Tüketiciler, pazarlama iletişimi sayesinde ürün ve hizmetler hakkında detaylı bilgiye sahip olabilmekte, satın alma süreçleri daha kolay gerçekleşebilmektedir.

2. Sosyal Medya Platformlarının Pazarlama İletişim Aracı Olarak Kullanılması

Kurumlar, hedef pazarıyla etkili bir iletişim kurmanın başarılarında etkili olduğunu fark etmiş ve yeni mecralar üzerinden pazarlama iletişimi uygulamalarına yönelmeye başlamıştır (Zeren ve Gökdağlı, 2019, s. 103). Bu aşamada sosyal medya platformlarının pazarlama iletişiminde kullanılması, pazarlamacılara hedef kitleyle iletişimde yeni fırsatlar sağlamıştır. Geçmişte, pazarlamacıların, birden çok marka iletişim hedefini gerçekleştirmeye çalışmak için ellerinde sınırlı imkânı olmuştur. Örneğin, pazarlamacılar, büyük bir hedef kitleye ulaşmak ve onları markadan ve sunduklarından haberdar etmek için televizyon reklamlarını, marka bilinirliğini oluşturmak ve sürdürmek için radyo ve açık hava reklamlarını ve markanın özellikleri ve rekabet üstünlüğü hakkında ayrıntılı bilgi vermek için de gazete ve dergilerde basılı reklamları kullanmıştır. Buna karşılık günümüzde, pazarlamacılar çok daha zengin iletişim olanakları elde etmiştir. Bir marka, Facebook reklamları ve binlerce web sitesindeki banner veya görüntülü reklamlar yoluyla çok sayıda tüketiciye ulaşabilmektedir. Marka tercihi oluşturmak üzere ikna edici içerik sağlamak için kendi web sitesini, üçüncü taraf web sitelerini ve blog yazarlarını kullanabilmekte, tweetler ve hedeflenen e-kuponlar aracılığıyla kısa vadeli promosyonlar sunabilmekte, kendi ve sosyal medya türü web sahiplikleri aracılığıyla çevrimiçi marka toplulukları oluşturabilmektedir (Batra ve Keller, 2016, s. 122). Tüm bu süreç, pazarlama iletişimi alanında sosyal medyanın, geleneksel medya olarak adlandırılan gazete, radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarına önemli bir alternatif olmasına yol açmıştır.

Sosyal medya platformlarında kullanıcılar, fotoğraf ve video paylaşımı yapabilmekte, aynı zamanda diğer kullanıcılara belirli konularda tavsiyelerde bulunmaktadır. Bu aşamada sosyal medyaya üye olan kişiler online bir topluluk meydana getirmekte ve meydana gelen bu online topluluk da pazarlama iletişimcileri için önemli bir paydaş haline gelmektedir (Çelik, 2014, s. 35). Bu süreç, kurumların sosyal medya platformlarında etkili bir pazarlama iletişimi gerçekleştirmesine yol açmıştır.

Sosyal medyanın sunduğu çift yönlü iletişim imkânı, ticari markaların pazarlama iletişimi stratejilerini ve pratiklerinin farklılaşmalarına yol açabilmektedir (Yılmaz, 2018, s. 425). Nitekim online ortamda pazarlama iletişimi çift yönlü iletişime dönük bir yapıya girmiştir (Toros, 2016, s. 160). Geleneksel medyanın pazarlama iletişimine hâkim olduğu dönemdeki tek yönlü iletişim yapısı, çift yönlü iletişim yapısına doğru değişmeye başlamıştır.

3. Yöntem

Çalışmada Türkiye'deki bankaların pazarlama iletişimi boyutunda sosyal medya kullanımının ortaya konulabilmesi için içerik analizi yönteminden yararlanılmıştır. Bu amaçla çalışma kapsamında hazırlanan kodlama cetveli üzerinden bankaların pazarlama iletişimi boyutunda sosyal medya platformlarını ne şekilde kullandıkları açıklanmaya çalışılmıştır. Çalışmada kullanılan kodlama cetvelindeki 8 başlık (reklam/tanıtım/bilgilendirme, duyuru, anma/kutlama, sosyal sorumluluk, ödül/başarı, sponsorluk, kariyer ve etkinlik) üzerinden bankaların sosyal medya platformlarını kullanım amaçları analiz edilmiştir:

Reklam/Tanıtım/Bilgilendirme; doğrudan bankaların pazarlama boyutunda kullandıkları paylaşımları ifade etmektedir. Bu paylaşımlarda bankaların müşterilerine sundukları hizmetler, avantajlar ve reklam videoları yer almaktadır.

Duyuru; bankaların çalışma saatleriyle ilgili bilgilendirmeleri ve herhangi bir dolandırıcılığa karşı müşterilerine yönelik uyarılarını açıklamaktadır.

Anma/Kutlama; bankalar tarafından paylaşılan anma ve kutlama mesajlarını içermektedir. Anma paylaşımları, belirli kişilerin ölüm yıldönümünün veya terör

eylemleri sonucu hayatını kaybeden insanların anılmasını kapsamaktadır. Kutlama paylaşımlarında da belirli günlerin yıldönümleri (örneğin 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı) veya belirli gün ve haftalar (örneğin Anneler Günü) kutlanmaktadır.

Sosyal Sorumluluk; başta iklim ve doğanın korunması olmak üzere çıkar amacı güdülmeyen çevre ve insanlara katkı sağlamak amacıyla yapılan paylaşımlardır.

Ödül/Başarı; bankaların aldığı ödüllerin ve elde ettikleri başarıların duyurulmasıdır.

Sponsorluk; bankaların sponsorluk faaliyetlerini içeren paylaşımlardır.

Kariyer; bankaların iş ilanlarını kapsayan paylaşımlardır.

Etkinlik; bankalar tarafından gerçekleştirilen etkinliklerin ve yarışmaların duyurulması amacıyla yapılan paylaşımlardır.

Türkiye Bankalar Birliği'ne (TBB) belirttiği üzere 13.05.2021 tarihi itibarıyla Türkiye'de toplam 48 banka kuruluşu faaliyette bulunmaktadır (TBB, 2021). Tüm bankaların sosyal medya hesaplarına ulaşmadaki güçlükten dolayı çalışmada örneklem kullanılmıştır. Bu amaçla TBB'nin 2020 yılı sonu verilerine göre toplam aktif büyüklüklerine göre Türkiye'nin en büyük iki kamu bankası (Ziraat Bankası ve Vakıf Bankası) ve iki özel bankası (İş Bankası ve Garanti Bankası) çalışmada örneklem olarak belirlenmiştir (Tablo 1) (TBB, 2020). Böylece örneklem olarak belirlenen bankalar üzerinden Türkiye'deki kamu ve özel bankaların pazarlama iletişimi boyutunda sosyal medyayı kullanımının karşılaştırmalı olarak incelenmesi mümkün olabilmektedir.

Tablo 1. Türkiye Bankalar Birliği'nin 2020 Yılı Sonu Verilerine Göre Toplam Aktif Büyüklüklerine Göre Türkiye'nin En Büyük 10 Bankası

Sıralama	Banka	Toplam Aktifler (milyon TL olarak)
1	Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası A.Ş.	942.601
2	Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O.	698.897
3	Türkiye Halk Bankası A.Ş.	680.026
4	Türkiye İş Bankası A.Ş.	593.902
5	Türkiye Garanti Bankası A.Ş.	492.798

6	Yapı ve Kredi Bankası A.Ş.	459.694
7	Akbank T.A.Ş.	446.101
8	QNB Finansbank A.Ş.	227.253
9	Türk Eximbank	204.227
10	Denizbank A.Ş.	199.256

(Kaynak: TBB, 2020)

Çalışmada örneklem olarak belirlenen bankaların web sitelerine bakıldığında her dört bankanın da Facebook, Twitter, Youtube, Instagram ve LinkedIn hesaplarına sahip olduğu görülmüştür. Bankaların paylaşımlarının beş sosyal medya platformunda benzer olabileceği düşünüldüğünden çalışmanın tek bir sosyal medya platformu üzerinden gerçekleştirilmesi kararlaştırılmıştır. Bu amaçla Statista'nın 2021 Ocak ayı verilerine göre en çok aktif kullanıcı sayısı olan sosyal medya platformu Facebook üzerinden bankaların paylaşımları incelenmiştir (Tablo 2). Çalışmada bankaların Facebook hesaplarına, bankaların web siteleri üzerinde bulunan Facebook linkleri üzerinden ulaşılmıştır.

Tablo 2. Statista'nın 2021 Ocak Ayı Verilerine Göre En Çok Aktif Kullanıcı Sayısı Olan İlk 10 Sosyal Medya Platformu

Sıralama	Sosyal Medya Platformu	Kullanıcı Sayısı
1.	Facebook	2,740,000,000
2.	Youtube	2,291,000,000
3.	WhatsApp	2,000,000,000
4.	Facebook Messenger	1,300,000,000
5.	Instagram	1,221,000,000
6.	Weixin/WeChat	1,213,000,000
7.	Tik Tok	689,000,000
8.	QQ	617,000,000
9.	Douyin	600,000,000
10.	Sina Weibo	511,000,000

(Kaynak: Statista, 2020)

Bankaların Facebook paylaşımlarının tümünün incelenmesindeki güçlükten dolayı çalışmada zaman sınırlamasına gidilmiştir. Bu amaçla güncel verilere ulaşabilmek için bankaların 2021 yılının Şubat, Mart ve Nisan aylarındaki üç aylık Facebook hesaplarındaki paylaşımları çalışma kapsamında incelenmiştir.

4. Bulgular ve Analiz

Çalışmada incelenen dört banka içerisinde TBB'nin 2020 yılı sonu verilerine göre kuruluş tarihi en eski banka Ziraat Bankası (1863), en yeni banka ise Vakıf Bankası (1954); en fazla şubeye sahip banka Ziraat Bankası (1.752 adet), en az şubeye sahip banka Garanti Bankası (892 adet); en fazla çalışan sayısına sahip olan banka Ziraat Bankası (24.673), en az çalışana sahip banka ise Vakıf Bankası'dır (16.748) (Tablo 3).

Tablo 3. Bankalar Hakkındaki Genel Bilgiler

	Sahipliği	Kuruluş Yılı	Şube Sayısı (Adet)	Çalışan Sayısı
Ziraat Bankası	Kamu	1863	1.752	24.673
Vakıf Bankası	Kamu	1954	936	16.748
İş Bankası	Özel	1924	1.227	23.518
Garanti Bankası	Özel	1946	892	18.656

(Kaynak: TBB, 2020)

Çalışmada incelenen dört banka içerisinde 13.05.2021 tarihi itibarıyla en fazla takipçi sayısına sahip banka Ziraat Bankası (2.341.534), en az takipçi sayısına sahip banka ise Vakıf Bankası (273.946) olmuştur (Tablo 4). Takipçi sayısı bakımından en fazla takipçi sayısına da en az takipçi sayısına da bir kamu bankası sahiptir (Tablo 4).

Tablo 4. Bankaların Takipçi Sayısı

Banka	Takipçi Sayısı
Ziraat Bankası	2.341.534
Vakıf Bankası	273.946
İş Bankası	637.930
Garanti Bankası	1.753.671

Çalışmadaki dört bankanın paylaşımları incelendiğinde en fazla paylaşımı Garanti Bankası'nın (132) en az paylaşımı ise Ziraat Bankası'nın (45) yaptığı görülmüştür. İncelenen aylar içerisinde ay başına düşen paylaşım oranlarının birbirine en yakın olduğu banka Garanti Bankası, birbirinden en farklı olduğu banka ise Ziraat Bankası'dır (Tablo 5).

Tablo 5. Bankaların Aylara Göre Paylaşım Sayıları

Banka	Şubat	Mart	Nisan	Toplam
Ziraat Bankası	7 (%15.55)	23 (%51.11)	15 (%33.33)	45 (%100)
Vakıf Bankası	16 (%25.39)	24 (%38.09)	23 (%36.50)	63 (%100)
İş Bankası	15 (%26.78)	25 (%44.64)	16 (%28.57)	56 (%100)
Garanti Bankası	41 (%31.06)	50 (%37.87)	41 (%31.06)	132 (%100)

Çalışmada incelenen dört banka içerisinde oran olarak en fazla metin paylaşımında bulunan banka Vakıf Bankası (%19.04), en az metin paylaşımında bulunan banka Garanti Bankası (%3.03); en fazla görsel/fotoğraf paylaşımında bulunan banka Vakıf Bankası (%53.96), en az görsel/fotoğraf paylaşımında bulunan banka İş Bankası (%28.57); en fazla video paylaşımında bulunan banka İş Bankası (%62.5), en az video paylaşımında bulunan banka da Vakıf Bankası (%26.98) olmuştur (Tablo 6).

Tablo 6. Bankaların Paylaşım İçerikleri

Banka	Metin	Görsel/Fotoğraf	Video	Toplam
Ziraat Bankası	8 (%17.77)	18 (%40)	19 (%42.22)	45 (%100)
Vakıf Bankası	12 (%19.04)	34 (%53.96)	17 (%26.98)	63 (%100)
İş Bankası	5 (%8.92)	16 (%28.57)	35 (%62.5)	56 (%100)
Garanti Bankası	4 (%3.03)	67 (%50.75)	61 (%46.21)	132 (%100)

Çalışmadaki dört bankanın paylaşım konularında reklam/tanıtım/bilgilendirme boyutunda oran olarak en fazla paylaşımında bulunan banka Vakıf Bankası (%52.38), en az paylaşımında bulunan banka ise Garanti Bankası (%19.69) olmuştur. Dört banka içerisinde kamu bankaları pazarlama boyutunda doğrudan paylaşımında bulunurken, kamu bankalarına göre özel bankaların pazarlama içerikli doğrudan paylaşımının daha sınırlı olduğu ortaya çıkmıştır. Diğer yandan

bankalar içerisinde duyuru paylaşımının oran olarak en fazla olduğu banka Vakıf Bankası (%9.52), en az olduğu banka ise Garanti Bankası (%2.27) olmuştur. Garanti Bankası dışında bankaların duyuru paylaşım oranlarının birbirine yakın olduğu ortaya çıkmıştır.

Resim 1. Ziraat Bankası'nın Reklam/Tanıtım/Bilgilendirme Paylaşımı



(Kaynak: Ziraat Bankası Facebook, 2021)

Çalışmada incelenen bankalar içerisinde anma/kutlama mesajlarının oran olarak en fazla yapıldığı banka Ziraat Bankası (%15.55), en az yapıldığı banka Garanti Bankası (%3.03) olmuştur. Genel olarak anma/kutlama paylaşımları arasında kamu ve özel bankalar özelinde doğrudan önemli bir farklılık bulunmamıştır. Farklılık, Ziraat Bankası ve Garanti Bankası arasında gerçekleşmiştir. Diğer yandan sosyal sorumluluk paylaşımları içerisinde oran olarak en fazla paylaşımda bulunan banka İş Bankası (%25), en az paylaşımda bulunan banka ise Ziraat Bankası (%4.44) olmuştur. Genel olarak özel bankaların, kamu bankalarına göre daha fazla sosyal sorumluluk paylaşımına yöneldiği ortaya çıkmıştır.

Resim 2. Garanti Bankası'nın Sosyal Sorumluluk Paylaşımı



(Kaynak: Garanti Bankası Facebook, 2021)

Bankalar içerisinde ödül/başarı paylaşımının oran olarak en fazla yapıldığı banka Vakıf Bankası (%9.52) olmuştur. Ziraat Bankası'nın ise ödül/başarı konusunda hiç paylaşım yapmadığı ortaya çıkmıştır. Özel bankaların da çok sınırlı paylaşımda bulunduğu saptanmıştır. Sporluk paylaşımlarının oran olarak en fazla yapıldığı banka Ziraat Bankası (%24.44), en az paylaşımın yapıldığı banka ise İş Bankası (%1.78) olmuştur. Paylaşımlarda kamu bankalarının, özel bankalara göre daha fazla sporluk paylaşımında bulunduğu ortaya çıkmıştır.

Resim 1. Vakıf Bankası'nın Kariyer Paylaşımı



(Kaynak: Vakıf Bankası Facebook, 2021)

Çalışmada incelenen bankalar içerisinde kariyer paylaşımının oran olarak en fazla yapıldığı banka İş Bankası (%5.35) olmuştur. Garanti Bankası'nın ise kariyer paylaşımında bulunmadığı ortaya çıkmıştır. Diğer yandan kamu bankalarının da kariyer paylaşımlarının oldukça sınırlı yapıldığı saptanmıştır. Etkinlik paylaşımlarında ise kamu ve özel bankalar arasında ciddi bir farklılığın olduğu ortaya çıkarılmıştır. Bankalar içerisinde oran olarak en fazla etkinlik paylaşımının yapıldığı banka Garanti Bankası (%46.96) olmuştur. Etkinlik paylaşımı açısından Garanti Bankası'nı, İş Bankası (%35.71) takip etmiştir. Buna karşılık özel bankalarla karşılaştırıldığında Vakıf Bankası'nın etkinlik paylaşımı daha sınırlı oranda gerçekleştirmiş (%6.34), Ziraat Bankası'nın ise hiçbir etkinlik paylaşımında bulunmadığı ortaya çıkmıştır (Tablo 7).

Resim 4. İş Bankası'nın Etkinlik Paylaşımı



(Kaynak: İş Bankası Facebook, 2021)

Tablo 7. Bankaların Paylaşım Konuları

	Ziraat Bankası	Vakıf Bankası	İş Bankası	Garanti Bankası
Reklam/Tanıtım/ Bilgilendirme	20 (%44.44)	33 (%52.38)	13 (%23.21)	26 (%19.69)
Duyuru	4 (%8.88)	6 (%9.52)	5 (%8.92)	3 (%2.27)
Anma/Kutlama	7 (%15.55)	6 (%9.52)	7 (%12.5)	4 (%3.03)
Sosyal Sorumluluk	2 (%4.44)	3 (%4.76)	6 (%10.71)	33 (%25)
Ödül/Başarı	0 (%0)	6 (%9.52)	1 (%1.78)	1 (%0.75)
Sponsorluk	11 (%24.44)	3 (%4.76)	1 (%1.78)	3 (%2.27)
Kariyer	1 (%2.22)	2 (%3.17)	3 (%5.35)	0 (%0)
Etkinlik	0 (%0)	4 (%6.34)	20 (%35.71)	62 (%46.96)
Toplam	45 (%100)	63 (%100)	56 (%100)	132 (%100)

Sonuç

Çalışmada incelenen kamu ve özel bankaların sosyal medya paylaşımları genel olarak değerlendirildiğinde pazarlama iletişimi boyutunda önemli farklılıkların olduğu ortaya çıkarılmıştır. Kamu bankalarının sosyal medya üzerinden gerçekleştirdikleri paylaşımların önemli bir bölümü reklam/tanıtım/bilgilendirme odaklı olurken, kamu bankalarıyla kıyaslandığında özel bankaların sosyal medya paylaşımlarında bu oranın daha sınırlı yapıldığı saptanmıştır. Bu açıdan kamu bankalarının özel bankalara kıyasla sosyal medyada pazarlama mesajlarını ön plana çıkararak hedef kitlesini verdiği hizmeti satın almaya ikna etmeye çalıştığı sonucuna ulaşabilmektedir. Diğer yandan özel bankaların da kamu bankalarına kıyasla etkinlik paylaşımında sosyal medyadan etkili bir şekilde yararlandığı ortaya çıkmıştır. Özel bankaların gerçekleştirdikleri etkinlik paylaşımları üzerinden hedef kitlesinin ilgisini çekmeye ve banka ve müşteri arasında bir bağ kurmaya çalıştığı ileri sürülebilmektedir.

Sosyal sorumluluk bağlamında incelendiğinde ise özel bankaların, devlet bankalarının paylaşımlarına göre daha fazla paylaşımda bulunduğu ortaya çıkmıştır. Bu aşamada özel bankaların, devlet bankalarına göre sosyal sorumluluk faaliyetlerine daha fazla önem veren banka imajı çizdiği yorumunda bulunulabilir. Özellikle Garanti Bankası, sosyal medyada çevrenin korunmasına yönelik paylaşım yaparak hedef kitlesi nezdinde farkındalık oluşturmaya çalışmıştır. Bu şekilde hedef kitle içerisinde bankanın çevreye duyarlı bir banka olduğu yönünde algının güçlenmesine yol açtığı ileri sürülebilir. Sponsorluk konusunda Ziraat Bankası'nın açık farkla en fazla paylaşımı yaptığı ortaya çıkmıştır. Bu paylaşımlarla diğer bankalarla kıyaslandığında Ziraat Bankası'nın spora önem veren bir banka olarak algılanmasının sağlanabileceği ileri sürülebilmektedir. Diğer yandan incelenen bankalarda duyuru, anma/kutlama, ödül/başarı, sponsorluk ve kariyer paylaşımlarında kamu ve özel banka olması özelinde bir farklılığın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Bankaların paylaşım içerikleri incelendiğinde de oran olarak kamu bankalarının metin içerikli paylaşımları, özel bankaların ise video içerikli paylaşımları

daha sık kullandığı ortaya çıkmıştır. Görsel/fotoğraf içerikli paylaşımlarda ise kamu ve özel bankalar arasında bir farklılığa ulaşılamamıştır. Bu aşamada özel bankaların video içerikli paylaşımlarla, hedef kitlesi nezdinde paylaşımlarını daha dikkat çekici hale getirmeye çalıştığı ileri sürülebilmektedir.

Sonuç olarak pazarlama iletişimi boyutunda incelendiğinde kamu bankalarının sosyal medyadan reklam ve tanıtım ağırlıklı yararlandığı ve halkla ilişkiler faaliyetine ise daha az önem verdiği ileri sürülebilmektedir. Özel bankaların ise pazarlama iletişimi boyutunda sosyal medyadan halkla ilişkiler amaçlı daha etkin yararlandığı saptanmıştır. Bu aşamada kamu bankalarının hedef kitlesiyle uzun vadeli bir pazarlama iletişimi gerçekleştirebilmesi için sosyal medyada pazarlama odaklı doğrudan paylaşımların yanında etkinlik ve sosyal sorumluluk odaklı paylaşımlara da ağırlık vermesinin önem taşıyacağı ileri sürülebilmektedir. Bu açıdan kamu bankalarının, sosyal medyada pazarlama iletişimi unsurlarından halkla ilişkiler faaliyetlerine de reklam ve tanıtım faaliyetleri gibi önem vermesi önerilmektedir. Diğer yandan gelecek çalışmalarda bankaların sosyal medyayı pazarlama iletişimi boyutunda kullanımının farklı ülkelerdeki bankalar üzerinden incelenmesinin konuya ilişkin literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

ÇALIŞMANIN ETİK İZİN BELGELERİ

Söz konusu bu çalışmada etik kurul kararı gerektiren klinik ve deneysel insan ve hayvanlar üzerinde bir çalışma olmadığından dolayı etik kurul onayı aranmamıştır.

KAYNAKÇA

Adeola, O., Hinson, R. E., & Evans, O. (2020). Social media in marketing communications: A synthesis of successful strategies for the digital generation. In B. George & J. Paul (Ed.), *Digital transformation in business and society* (pp. 61-81). Cham: Palgrave Macmillan.

Adetunji, R. R., Rashid, S. M., & Ishak, M. S. (2018). Social media marketing communication and consumer-based brand equity: An account of automotive brands in Malaysia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 34(1), 1-19.

Bahşı, N., & Budak, D. B. (2014). Tüketicilerin gıda ürünlerini satınalma davranışı üzerine pazarlama iletişimi araçlarının etkisi. *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*, 1(Özel Sayı-1), 1349-1356.

Batra, R., & Keller, K. L. (2016). Integrating marketing communications: New findings, new lessons, and new ideas. *Journal of Marketing*, 80(6), 122-145.

Chan, F. F. Y. (2020). The effectiveness of integrating Facebook in marketing communications learning and teaching. *Journal of Interactive Learning Research*, 31(3), 219-237.

Çelik, S. (2014). Sosyal medyanın pazarlama iletişimine etkileri. *Erciyes İletişim Dergisi*, 3(3), 28-42.

Duffett, R. G., & Wakeham, M. (2016). Social media marketing communications effect on attitudes among millennials in South Africa. *The African Journal of Information Systems*, 8(3), 20-44.

Eagleman, A. N. (2013). Acceptance, motivations, and usage of social media as a marketing communications tool amongst employees of sport national governing bodies. *Sport Management Review*, 16(4), 488-497.

Garanti Bankası Facebook (2021). *Garanti Bankası'nın Facebook hesabı*, <https://www.facebook.com/GarantiBBVA>, Erişim Tarihi: 13.05.2021.

Hartley, B., & Pickton, D. (1999). Integrated marketing communications requires a new way of thinking. *Journal of Marketing Communications*, 5(2), 97-106.

İçli, G. E., & Çopur, M. E. (2008). *Pazarlama iletişiminde renklerin rolü*. Trakya üniversitesi sosyal bilimler dergisi, 10(1), 22-33.

İş Bankası Facebook (2021). *İş Bankası'nın Facebook hesabı*, <https://www.facebook.com/isbankasi>, Erişim Tarihi: 13.05.2021.

Jucaitytė, I., & Maščinskienė, J. (2014). Peculiarities of social media integration into marketing communication. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 156, 490-495.

Keller, K. L. (2001). Mastering the marketing communications mix: Micro and macro perspectives on integrated marketing communication programs. *Journal of Marketing Management*, 17(7-8), 819-847.

Key, T. M., & Czaplewski, A. J. (2017). Upstream social marketing strategy: An integrated marketing communications approach. *Business Horizons*, 60(3), 325-333.

Lee, Y. C. (2017). Corporate sustainable development and marketing communications on social media: Fortune 500 enterprises. *Business Strategy and the Environment*, 26(5), 569-583.

Roth-Cohen, O., & Lahav, T. (2019). Going undercover: Online domestic tourism marketing communication in closed and open Facebook groups. *Journal of Vacation Marketing*, 25(3), 349-362.

Statista (2021). *Statista'nın 2021 Ocak ayı verilerine göre en çok aktif kullanıcı sayısı olan ilk 10 sosyal medya platformu*, <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>, Erişim: 13.05.2021.

Taecharunroj, V. (2017). Starbucks' marketing communications strategy on Twitter. *Journal of Marketing Communications*, 23(6), 552-571.

TBB (2020). *Türkiye Bankalar Birliği'nin 31.12.2020 itibarıyla aktif büyüklüklerine göre banka sıralaması*, https://www.tbb.org.tr/tr/banka-ve-sektor-bilgileri/istatistiki-raporlar/Bankalarimiz_Kitabi___/3991, Erişim Tarihi: 13.05.2021.

TBB (2021). *13.05.2021 tarihi itibarıyla Türkiye'de faaliyette bulunan bankalar*, https://www.tbb.org.tr/modules/banka-bilgileri/banka_sube_bilgileri.asp, Erişim Tarihi: 13.05.2021.

Tian, K., & Borges, L. (2011). Cross-cultural issues in marketing communications: An anthropological perspective of international business. *International Journal of China Marketing*, 2(1), 110-126.

Toros, N. D. (2016). Pazarlama iletişimi açısından internet ortamında kullanılan ağızdan ağıza pazarlama tekniklerinin marka tercihi etkisi. *Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (1), 157-182.

Töllinen, A., & Karjaluoto, H. (2011). Marketing communication metrics for social media. *International Journal of Technology Marketing*, 6(4), 316-330.

Vakıf Bankası Facebook (2021). *Vakıf Bankası'nın Facebook hesabı*, <https://www.facebook.com/vakifbank>, Erişim Tarihi: 13.05.2021.

Valos, M. J., Maplestone, V. L., Polonsky, M. J., & Ewing, M. (2017). Integrating social media within an integrated marketing communication decision-making framework. *Journal of Marketing Management*, 33(17-18), 1522-1558.

Van Raaij, W. F., Strazzieri, A., & Woodside, A. (2001). New developments in marketing communications and consumer behavior. *Journal of Business Research*, 53(2), 59-61.

Yadav, M., Joshi, Y., & Rahman, Z. (2015). Mobile social media: The new hybrid element of digital marketing communications. *Procedia-social and behavioral Sciences*, 189, 335-343.

Yılmaz, A. (2018). Yeni bir pazarlama iletişimi yaklaşımı gerçek-zamanlı pazarlama: Otomobil markalarının geleceğe dönüş günü sosyal medya pratikleri. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 423-446.

Zeren, D., & Gökdağlı, N. (2019). Sürdürülebilirlikle ilgili bir pazarlama iletişimi aracı olarak Instagram: En değerli 25 marka üzerine bir araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28(3), 91-108.

Ziraat Bankası Facebook (2021). *Ziraat Bankası'nın Facebook hesabı*, <https://www.facebook.com/ziraatbankasi>, Erişim Tarihi: 13.05.2021.

Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No plagiarism detected.

Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed.

Derleme Makale

ZENON VE BERGSON FELSEFESİNDEN HAREKETLE
FİLM ÜZERİNE DÜŞÜNMEK

Murat ŞAHİN¹

Özet

19. yüzyılın sonlarında, uzun bir birikimin ardından, bir teknolojik yenilik olarak ortaya çıkan ve durağan görüntülerin hareketli olarak gösterilmesini olanaklı kılan filmde, hareketin nasıl oluştuğu üzerine düşünülmüştür. Filmde hareketin oluşumuyla ilgili olarak ileri sürülen görüşlerin dayanak noktasını, eski çağlara kadar uzanan görüşlerin oluşturduğu bilinmektedir. Çalışmada ilk olarak, Zenon'un hareket üzerine görüşlerinden yola çıkarak filmde hareket konusu irdelenmeye çalışılmaktadır. Elealı Zenon'un kim olduğu, felsefi görüşlerinin dayanağını nelerin oluşturduğu ve mensubu olduğu Elea Okulu'na yer verilmiştir. Ayrıca Elea Okulu'nu da içine alan Antik Yunan felsefesinde doğa felsefecilerinin görüşlerine de değinilmiştir. Daha sonra paradoks kavramına, Zenon'un hareket ve çokluğa ilişkin paradokslarına, çalışmayı doğrudan ilgilendirdiği için hareket paradoksuna detaylı olarak bakılmıştır. Ayrıca Zenon'un hareket paradokslarına eleştiriler getiren Aristoteles ve Bergson'un görüşlerine yer verilmiştir. Filmde hareketin oluşumunu açıklamak için ilk olarak görünürde hareket kavramına ve bu konunun anlaşılması için otokinetik, stroboskopik ve fi olgusu deneylerine değinilmiştir. Daha sonra an kavramına ve filmde hareket konusuyla ilgili olarak Herbert Zettl'in görüşlerine yer verilmiştir. Eisenstein'in filmde hareket ve kurguya ilişkin görüşleri aktarıştır. Son olarak, hareket felsefesinden etkilenen "atraksiyon sinema" kavramı altındaki filmlerin analizi gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonunda araştırmacının genel bir değerlendirmesi yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Hareket, Zaman, Zenon, Bergson, Film, Atraksiyon Sineması

THINKING ON THE FILM THROUGH THE PHILOSOPHY OF ZENON AND BERGSON

Abstract

In the late 19th century, after a long accumulation, it emerged as a technological innovation, and it was thought about how the movement occurred in the film which made it possible to display still images in motion. It is known that the opinions put forward regarding the formation of motion in the film form the basis of the ideas extending up to ancient ages. In this work entitled "Zenon's movement paradox and film", Zenon's approach to motion is sought to explore the motion in film. In the study, Elea School, where Eleanor Zenon was who, what constitutes the basis of his philosophical views and belongs to him, is included. In addition, the views of the philosophers of nature in the Ancient Greek philosophy, including the Elea School, are also mentioned. Later, the paradox of Zenon, the paradox of movement and multiplicity, the paradox of motion, as it directly concerns the work. It also included the views of Aristotle and Bergson, who criticized Zenon's movement paradoxes. To explain the formation of motion in the film, firstly and the autokinetic, stroboscopic, and fi-nality experiments for the understanding of this phenomenon. Later, concept of moment and regarding the motion in the film Herbert Zettl's views were included. Eisenstein's motion and fiction views in the film were transferred to the study. Finally, the analysis of the films under the concept of "attraction cinema", which was influenced by the philosophy of movement, was carried out. At the end of the study, a general evaluation of the research was conducted.

Key Words: Movement, Time, Zenon, Bergson, Film, Cinema of Attraction

¹ Araştırma Görevlisi Doktor, Ondokuz Mayıs Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü

Gönderim Tarihi/Received: 07.03.2021 **Kabul Tarihi/Accepted:** 28.06.2021

<https://doi.org/10.53495/e-kiad.892765>

Extended Abstract

At the end of the 19th century, after a long accumulation, the film, which emerged as a technological innovation and made it possible to show still images in motion, was thought about how movement is formed. It is known that the mainstay of the views put forward regarding the formation of the movement in the film is the views dating back to ancient times. In this study called "Zenon's paradox of motion and the movie", it is tried to examine the subject of motion in the film, based on Zenon's views on movement. In the study, firstly, who is Zenon from Elea, what constitutes the basis of his philosophical views and the Elea School he is a member of are included. In addition, the views of natural philosophers in Ancient Greek philosophy, which included the Elea School, were also mentioned. Later, the concept of paradox, Zenon's paradox of motion and multiplicity, and the paradox of motion, as it directly concerns the study, has been examined in detail. In addition, the views of Aristotle and Bergson, who criticized Zenon's movement paradoxes, were included. Finally, in order to explain the formation of motion in the film, firstly the concept of motion in sight and autokinetic, stroboscopic and fi phenomenon experiments are mentioned to understand this subject. Later, Herbert Zettl's views on the concept of moment and the subject of movement in the film are included. The study was completed by conveying Eisenstein's views on movement and editing in the film. At the end of the study, a general evaluation of the research was made. In this study called "Zenon's movement paradox and film", generally, based on the movement paradox of Zenon, how the movement is formed in the film and the approaches and criticisms about this subject are included. Then, Henri Bergson's views on movement and time were mentioned. In the film, it can be said that the movement is based on inactivity rather than moving moments like the functioning of human perception, and it is created by adding these moments one after another. The views of Herbert Zettl regarding the formation of the movement in the film are especially important. A conclusion reached at the end of the study is that the motion in the film works in the analog system similar to the arrow paradox posed by Zenon on the pellicle. The illusion of motion or the apparent phenomenon of motion, supported by various psychological experiments, points to Zenon's stationary moments. In addition, the movement in the film also consists of the succession of static moments and the emergence of a new movement. When the movement and time in the film are considered from the views of Henri Bergson, it is seen that they correspond to digital cinema. It can be said that Eisenstein, who operates the phenomenon of movement in the film in a new style with his fictional understanding, has developed a new cinematic language especially based on the concept of "moment". For Eisenstein, each still frame in cinema not only has a meaning on its own, but also has the potential to gain a new meaning by connecting with another frame. For Eisenstein, the importance of cinema encompasses much more than the formation of an apparent movement by bringing still frames

one after another. First of all, if cinema is to be a tool that affects the masses, it should contribute to the production of meaning. For Eisenstein, who argues that meaning arises from conflict, meaning in cinema also emerges as a result of the clash of frozen frames with each other. For Eisenstein, each frame has a meaning on its own, but it also carries a new meaning potential by coming side by side with another frame.

Giriş

“Zenon ve Bergson felsefesinden hareketle film üzerine düşünmek” adlı bu çalışmada genel olarak, Zenon’un hareket paradoksundan ve Bergson “süre”ye ilişkin fikirlerinden yola çıkarak filmde hareketin nasıl oluştuğu ve bu konuya ilişkin yaklaşımlar ve eleştirilere yer verilmiştir.

Zenon’un da mensubu Elea Okulu, Antik Yunan’da doğa felsefecileri grubunda bulunmaktadır. Doğa felsefecilerinin ilgilendikleri ana konular; evrenin ilk maddesinin ne olduğu, bilgiye akılla mı deneyle mi ulaşılacağı ve hareket, değişim ve oluşun olup olmadığı konularıdır. Elea Okulu’ndan önce, Batı Anadolu kıyıları ve bugünkü Yunanistan’ı içine alan İyonya bölgesindeki, İyonya ve Milet Okulları filozofları daha çok evrenin ilk maddesinin yani arkhé’nin ne olduğu konusu üzerinde durmuşlardır. Arkhe’ye Thales su, Anaximenes hava ve Anaksimandros ise bir madde ismi söyleyerek apeiron adını vermiştir. Heraklatis ise bu ilk maddenin ateş olduğunu söylemiştir. Ayrıca Heraklatis değişim konusunda da “her şeyin değiştiğini” söyleyerek kendinden sonra gelecek olan Elea Okulu mensuplarının görüşleriyle taban tabana zıt görüşler ortaya atmıştır.

İyonya bölgesinin Persler tarafından istilası sonrası bu bölgedeki felsefe okulları sona ermiştir. Daha sonra İtalya’nın güneyinde bulunan Elea kentinde Ksenophanes’in öncülüğünde yeni bir felsefe okulu kurulmuştur. Bu okulun düşünceleri İyonya Okulu’nun görüşlerine karşı olarak ortaya çıkmıştır. Duyular dünyasının bir yanılama dünyası olduğunu ve gerçeğe akılla ulaşılacağını savunan Ksenophanes, Elea Okulu’nun temel düşüncesini oluşturan “birlik ve değişmezlik” anlayışını ortaya atmıştır. Bu okulun felsefesi varlık felsefesidir; “birliği kabul ederek çokluğu, varlığı kabul ederek yokluğu ve hareketi kabul ederek

hareketsizliği" savunmaktadır. Ksenophanes'dan sonra okulun başına geçen Parmenides ise "Var olana Bir, Bir olan demektir. Bir olan değişmez, bölünmez, yoğunlaşmaz, seyrelmez, yok olmaz, doğmamıştır, birliktir. Parmenides, Heraklatis'ın "her şey hareket halindedir" görüşünün aksine "her şey durmaktadır, hareket yoktur" görüşünü savunmaktadır. Parmenides'in öğrencisi olan Zenon ise hocasının çokluğa ve harekete ilişkin geliştirdiği düşünceleri savunmuştur. Bu amaçla ortaya attığı paradokslarla çokluğun ve hareketin olamayacağını ortaya koymaya çalışmıştır.

Zenon hareketin olamayacağına dair ortaya attığı ok paradoksu en çok bilinenler arasında bulunmaktadır. Bu paradoksa göre ok bir yerden başka bir yere fırlatıldığında havada hareket etmez ve durmaktadır. Çünkü ok havada her anda kendi ölçüsünde bir yeri kaplamaktadır. Zenon'nun harekete ilişkin bu yaklaşımına karşı Aristoteles ve Henri Bergson çeşitli eleştiriler getirmişlerdir.

Bergson, oluşun ve hareketin olduğunu söyleyerek Zenon'nun karşısında bir konumda bulunmakla birlikte bilimin, Zenon'nun harekete ilişkin görüşlerine benzer şekilde işlediğini hareketi parçalayarak, bölerek ve yeniden oluşturduğunu eklemektedir. Aynı şekilde filmde hareketin de parçalardan oluşan hareketsiz anların bir araya getirilerek yeni bir hareketin oluşturulduğu söylenebilir. Filmdeki hareket tıpkı insan algısında meydana gelen hareket hissine benzemektedir. Bu konuda yapılmış olan psikolojik deneylerde de aslında hareket etmeyen nesnelere karşısında gözün hareket yanılması yaşadığı ortaya çıkmıştır. Filmde hareketin oluşumuyla ilgili olarak Herbert Zettl, Zenon'nun görüşlerinden yararlanarak filmde hareketin hareketsiz anların arka arkaya getirilerek oluşturulduğu ifade etmektedir.

Bu kavramsal çerçeve ardından sessiz dönem sinemanın ilk yıllarını "atraksiyon sineması" olarak ifade eden Tom Gunning'in görüşlerinden hareketle ilk dönem sessiz sinemadaki filmlerin hareket felsefesi üzerinden analizi yapılacaktır. Erken dönem sinema tarihi üzerine çalışmaları bulunan Gunning, 1906 öncesi sinemaya, "atraksiyon(lar) sineması" adını vermektedir (2006).

Felsefe ve Hareket

Çalışmanın bu bölümünde, “Elealı Zenon’un kim olduğu”, “felsefi görüşlerinde hangi kaynaklardan beslendiği” ve “düşünce sisteminin belirleyici özelliklerinin neler olduğuna” yer verilecektir. Bu amaçla ilk olarak, felsefe literatüründe Elealı Zenon’yu da içine alan “Antik Yunan’da Doğa Felsefesi” konusuna değinilecektir. Daha sonra Zenon’un mensubu olduğu “Elea Okulu’na ve bu okulun görüşlerine” yer verilecektir. Bu bölümün son kısmında ise “Elealı Zenon’un fikirlerine ve bu fikirlerin oluşumunda etkili olan kaynaklara” bakılacaktır.

Çalışmanın bu bölümünde Elealı Zenon’un “çokluğa ve harekete” ilişkin paradokslarına yer verilecektir. İlk olarak paradoksların ortaya atılma gerekçeleri ve paradokslarla ulaşılmaya çalışılan amaçlara değinilecektir. Daha sonra kısaca Zenon’un çokluğa dair paradokslarına ve çalışmayı doğrudan ilgilendirdiği için harekete ilişkin paradokslar ayrıntılı olarak ele alınacaktır. Son kısımda ise Zenon’un hareket paradokslarına getirilen eleştiriler yer bulacaktır.

Antik Yunan’da Doğa Felsefesi

Antikçağ felsefesi, Uzakdoğu, Hint, Mısır, Mezopotamya, Hitit, Fenike, Pers, Roma, Yunan kültürlerinin bir bileşiminde oluşmaktadır. Ancak ilk felsefe yapan toplum olarak Yunanlar ön plana çıkmaktadır. Antikçağda Yunanlar, ilk defa olayları, dini ya da pratik kaygıdan uzak, düşünme ve anlama eylemi olarak değerlendirmişlerdir. Örneğin Doğu’ya ait çeşitli düşüncelerden etkilenen Yunanlar, Mısırlıların geometri bilgisini Nil’in taşkınlarını önlemede kullanmaları yerine ya da Babillerin astronomi bilgisini dini bilgileri açıklamada faydalanmanın yerine bir düşünme eylemi olarak dış dünyayı anlamada kullanmışlardır (Cevizci, 2009: 13-17). Antik Yunan felsefesi bilgiyi istemeyi, dini ve pratik kaygıdan uzak görmesinin yanında bilgiye ulaşmada da sistematik, bilimsel ve kavramsal bir yol inşa etmiştir. Bilme ve anlama isteğinin karşılığı olarak başlangıçta dış dünyaya daha sonra insana yönelen Antik Yunan filozofları, bilgiye ulaşmada dini açıklamalar yerine akıl ve deneye başvurmuşlardır.

Antik Yunan felsefesi genel olarak Sokrates öncesi ve Sokrates sonrası dönem olarak ayrılmaktadır. Sokrates öncesi dönemde daha çok dış dünyaya odaklanılmış, Sokrates ile birlikte insan ve toplum da araştırılan konular arasına girmiştir. Elealı Zenon'unun da aralarında bulunduğu Sokrates öncesi filozoflar "doğa felsefecileri" grubunu oluştururlar. Doğa felsefesinde varlık ve bilgi felsefesine ilişkin "evrenin ilk maddesi (arkhe) nedir?", "bilgiye hangi yolla (deney, duyu, akıl) ulaşılır?" ve "değişim, hareket ve oluş var mıdır?" gibi sorulara cevaplar aranmıştır.

Bu dönemde, Fizikçiler Okulu olarak da bilinen İyonya (Milet) Okulu, maddenin varlığını yine maddede arayarak bulunabileceğini ön varsayarak ilk madde (arkhe) sorununa eğilmişlerdir. İyonya bölgesinde bulunan Heraklatios, mutlak varlığın aksine değişmeyi savunmuştur. Pythagorasçılar varlık sistemini matematikleştirmeye yönelmişlerdir. Elea Okulu mensupları ise İyonya Okulu gibi ilk madde (arkhe) sorunu ile ilgilenmemişler, Heraklatios'un aksine mutlak varlık görüşünü savunmuşlar ve değişme-çokluğu reddetmişlerdir. Antik Yunan'da doğa felsefesi alanında İyonya Okulu (Thales, Anaximandros, Aneximenes, Heraklatios), Elea Okulu (Ksenophanes, Parmenides, Zenon) ve bu iki okul arasındaki dönemde bulunan Pythagorasçılar bulunmaktadır (Kranz, 1984: 27-96).

Yunan felsefesinin ortaya çıktığı coğrafya Batı Anadolu ve Ege'de bulunan adaları kapsayan İyonya bölgesidir. Bu bölgede bulunan Milet (İzmir ve çevresi), Yunan felsefesi kapsamında yer alan filozofların ilk ortaya çıktıkları yerdir. Aristoteles'in "Doğa Filozofları" (1985: 163) olarak adlandırdığı İyonyalı filozoflar, "değişim, doğuş ve büyüme, çöküş ve ölüm" olgularıyla yakından ilgilenmişler ve ana sorun olarak evrenin ilk maddesi (arkhe) üstüne kafa yormuşlardır (Copleston, 1990: 9-15). Antik Yunan felsefesinde arkhe sorununu ele alan filozoflar Thales, Anaximandros ve Aneximenes'dir. Bu filozoflar evreni ve doğa olaylarını doğaüstü güçlerle açıklamak yerine yine oluşun kaynağını doğada aramışlardır. Bu üç filozof Aristoteles'in Metafizik adlı eserinde ifade ettiği gibi "her şeyin ilkeleri olarak sadece maddi yapıda ilkeleri" kabul etmekteydiler. Varlığa kaynaklık eden arkhe, kendi

içinde varlığını devam ettirirken bütün varlık kendinden türeyip yine kendisine dönecek bir yapıya sahip olduğu anlayışı bulunmaktadır. Bundan dolayı “diğer hiçbir varlık ne doğmuş ne de yok olacaktır; ister tek, ister çok olsun, geri kalan bütün varlıkların kendisinden doğduğu ancak kendisi sürekli olarak varlığını sürdüren bir doğanın varlığına muhtaçtır” anlayışına sahiptirler (1985: 155). İyonya Okulu doğa felsefecilerinin ortak problemi olan arkhe sorununa verdikleri cevaplar birbirlerinden farklı olmuştur. Platon’un Diyaloglar’da bahsettiği Yedi Bilge (Hepta Sophoi)²’den biri olan Thales, ilk maddenin “su” olduğu söylemektedir (Aristoteles, 1985: 156). Thales’e göre “her şeyin başlangıcı sudur” (Laertios, 2009: 20), Onu bu düşünceye götüren şey “her şeyin sıvımsı bir varlıktan beslendiğine ve sıcaklığın kendisinin de ondan çıktığına ve onunla yaşadığına ilişkin gözlemi” olmuştur (Aristoteles, 1985: 156). Anaksimandros da Thales gibi varlığın ilk maddesini aramıştır. Ancak O, Thales gibi varlığın bu ilk ögesini belli bir maddeye indirgememiştir. Anaksimandros zaman ve mekan ile sınırlanamayan, gelip geçici olmayan varlığın bu ilk tözünü “her şeyi kuşatan ve yöneten” anlamında “apeiron” olarak adlandırmaktadır (Aristoteles, 1997: 120). “O ne sudur, ne de ögeler diye bilinen şeylerden biridir, ama onlardan ayrı ve sonsuz bir doğadır ki, göklerin ve içlerindeki dünyaların tümü ondan doğar” (Kranz, 1984: 25). Anaksimenes’e göre ise varlığın ilk maddesi havadır (Aristoteles, 1985: 156). Anaksimenes ana maddenin birliği ve sonsuzluğu kapsamı gerektiğini söylemekte ve her şeyin havadan meydana geldiğini ve yine dağılıp hava olduğunu ifade etmektedir (Kranz, 1984: 35). İyonya Okulu’nun temsilcisi olan bu üç filozof ilk madde olan arkhe ile ilgilenmişlerdir.

Persler’in Milet’i istilasası ile İyonya Okulu dönemi sona ermiştir ancak bu okulun öğretileri başta Heraklitos olmak üzere daha sonra gelecek olan Elea Okulu üzerinde etkili olacaktır (Gökberk, 1980: 24). Miletli doğa filozoflarıyla başlayan, her şeyin kendisinden yapıldığı temel şeyin (arkhenin) ne olduğunu sorgulama, Efesli filozof

²Antik Yunan uygarlığının altın çağı olan M.Ö. 6. ve 7. yüzyıla damgasını vurmuş olan yedi bilge filozof, devlet adamı ve kanun koyucu “Miletli Thales, Lindoslu Cleobulos, Atinalı Solon, Spartalı Chilon, Prieneli Bias, Korinthli Periander ve Midillili Pittacus” dur (Platon, 2009).

Herakleitos'la devam etmiştir. Herakleitos'a göre bu ilk madde ateştir (Aristoteles, 1985: 156). Herakleitos, evreni oluşturan ana maddeyi, bir başka maddeyle eşleştirerek Miletli filozofların yaklaşımlarını benimsemekte ancak evrenin sonsuz bir değişim içinde sürekli bir akan süreç olduğunu savunarak Miletli filozoflardan ayrılmaktadır (Aslan, 2007: 123). Herakleitos doğada her şeyin akış içinde olduğunu hiçbir şeyin bu akış sürecinin dışında kalmadığını belirtmektedir (Platon, 2009: 402). "Matematiğin ilkelerinin bütün varlıkların ilkeleri olduğunu düşünen" ve bu ilkeler arasında doğaları gereği "sayıların ilk ilkeyi oluşturduğunu" savunan (Aristoteles, 1985: 161) Pythagorasçılar ise İyonya Okulu ve Elea Okulu arasında bir geçiş dönemini oluşturmaktadırlar. Pythagorasçılar için evren, bir uyum içinde bulunmakta ve estetik bir görünümü barındırmakta bu düzen ise kendisini sayılara borçlu olup "her şey sayıdan oluşmaktadır" (Timuçin, 2004: 195-197).

Elea Okulu

Elea, güney İtalya'da Napoli'nin Levkania bölgesinde, günümüzde yerinde Castellammare della Bruca adında kasabanın bulunduğu bir kenttir (Timuçin, 2004: 198). Latinlerin Velia adını verdikleri (Akarsu, 1975: 75) Elea, Perslerin İyonya'yı istilas ile o bölgeden Elea'ya gelen ve öğretileriyle çok sayıda filozofu etkileyen Ksenophanes'in kurulmasında ön ayak olan okul adıyla bilinmektedir. Varlığın ortaya çıktığı ilk madde (arkhe) sorunu ile ilgilenen Fizikçiler Okulu olarak bilinen İyonya Okulu'na bir tepki olarak ortaya çıkan Elea Okulu, arkhe sorunuyla ilgilenmemiştir. Bu okulun felsefesi varlık felsefesidir; "birliği kabul ederek çokluğu, varlığı kabul ederek yokluğu ve hareketi kabul ederek hareketsizliği" savunmaktadır (Bolay, 2009: 107). Elea Okulu'nun önde gelen filozofları Ksenophanes, Parmenides ve Zenon'dur. Bu üç filozoftan Zenon Parmenides'in öğrencisiyken Parmenides hakkında kesin bir bilgi olmamasına rağmen Ksenophanes'in öğrencisi olabileceğine dair bilgiler bulunmaktadır. Ancak her ne olursa olsun bu üç filozof birbirinden büyük oranda etkilenmiştir.

Ksenophanes, İyonya Okulu'nun "Tanrı'yı maddenin içinde etkisi olan bir şey olarak görmesi" anlayışına ve çok tanrıçılığa karşı çıkmaktadır (Kranz, 1984: 51). Duyular dünyasının bir yanılsama dünyası olduğunu ve gerçeğe akılla ulaşılabileceğini savunan Ksenophanes, Elea okulunun temel düşüncesini oluşturan "birlik ve değişmezlik" anlayışını ortaya atmıştır (Timuçin, 2004: 198) ve "bir ve değişmez olanın Tanrı olduğunu" söylemiştir (Aristoteles, 1985: 163). Ksenophanes'ın fikirleri Elea Okulu'nun temel düşüncelerinin oluşumu üzerinde belirleyici olmuştur. Elealı Parmenides, Ksenophanes ile görüşüp görüşmediği bilinmemesine rağmen ondan etkilendiği bilinmektedir (Timuçin, 2004: 198). Ksenophanes aynı zamanda Anaximandros ve Pythagorasçı Ameinias'tan da etkilenmiştir (Gökberk, 1980: 28). Parmenides, duyular dünyasının çelişkili olduğunu; gerçeğe, çokluğun bir kökten geldiğini varsayan deney yöntemiyle ulaşılamayacağını ancak akılla ulaşılabileceğini varsaymaktadır. Parmenides, doğruyu yalnız aklın verebileceğini; aklın, meydana gelmeyi, değişmeyi, hareketi yani var olan bir şeyin var olmayan bir şey haline geçmesini ve bunun tersini kavrayamayacağını bundan dolayı var olmayan diye bir şeyi yadsımak zorunda olduğunu söyler ve "Yalnız var olan vardır, ancak varolan düşünülebilir. Varolmayan yoktur, bu nedenle de düşünülemez" demektedir (Kranz, 1984: 75). Parmenides "Varlık'ın dışında Var Olmayan'ın olmadığından emin olan o, tek bir şeyin, yani Varlık'ın kendisinin zorunlu olarak var olduğunu ve başka hiçbir şeyin var olmadığını düşünmektedir" (Aristoteles, 1985: 163). Parmenides bu Var olana Bir, Bir olan demektedir. Bir olan değişmez, bölünmez, yoğunlaşmaz, seyrelmez, yok olmaz, doğmamıştır, birliktir. Parmenides, Heraklatis'un "her şey hareket halindedir" görüşünün aksine "her şey durmaktadır, hareket yoktur" görüşünü savunmaktadır.

Elealı Zenon'un Düşünce Dünyası

M.Ö. 5. yüzyılda (490-430) yaşamış olan Elealı Zenon hakkında günümüze ulaşan bilgiler daha çok Platon'un Parmenides ve Aristoteles'in Fizik adlı kitaplarından elde edilen bilgilerden oluşmaktadır. Zenon, Elea'da doğmuş ve hocası

Parmenides'ten yirmi beş yaş küçüktür. Elea Okulu'nda düşündüklerini nesir diliyle yazan ilk filozof olan Zenon'nun Kavgalar veya Tartışmalar, Tabiatçı Filozoflara Karşı ve Tabiata Dair gibi yapıtları bulunmasına rağmen günümüze kitaplarından ulaşan birkaç yazısı bulunmaktadır (Sena, 1964: 582). Platon Parmenides adlı diyalogunda, Zenon'nun hocası Parmenides ile birlikte Atina'ya geldiğini ve bu esnada yirmi yaşlarında olan Sokrates'in her ikisinin de derslerini dinlediğini anlatmaktadır (Platon, 2011: 10).

Elealı Zenon, Parmenides'in "Bir olanın biricik gerçek varlık olduğu, çokluğu ve hareketi varsaymanın düşünülemediği, böyle bir düşüncenin çelişmelere sürükleyeceği" sistemine yeni bir şey eklememiş olup sadece onu İyonya Okuluna karşı savunmuştur (Gökberk, 1980: 29). Platon Parmenides adlı diyalogunda Zenon'yu şu şekilde konuşturmuştur: "Gerçekte benim bu düşüncelerim Parmenides'in öğretisi için onunla alay etmeye kalkışanlara karşı bir girişimdir. Benim bu düşüncelerim nesnelere çokluğunu ileri sürenlere karşı bir duruştur" şeklinde konuşarak felsefesinin temelini hangi düşüncenin oluşturduğunu aktarmaktadır (Platon, 2011: 10). Sokrates Zenon'nun bütün gayretinin hocası Parmenides'in birlik düşüncesini savunmak olduğunu söylemekte ve "üstadının hareket etmeyen birini, aksi tezlerinin boşluğunu göstermek suretiyle ispat etmiştir ve Onun bu konudaki başarısından dolayı kendisine Elea Canbazı sıfatı verilmiştir" demektedir (Sena, 1964: 583).

Bilimin esasının duyumlarda arandığı İyonya Okulu'na karşı, duyumların aldatıcı olduğunu bu nedenle akla önem vermek gerektiğini savunan ve daha sonraki bazı yaklaşımların sahip olduğu "çokçuluğa" ve "harekete" eleştiriler getiren Zenon'nun çalışma tarzı, ele aldığı hipotezi ilk olarak doğru kabul etmesi ve onu çürütmeye çalışmasıdır. Benzer yaklaşımı Zenon, bir olanın biricik gerçek varlık olduğu, çokluğun ve hareketin düşünülemediğine karşı ileri sürdüğü "çokluğa ve harekete" karşı paradokslarda da kullanmaktadır.

Zenon'un Paradoksları

Yunanca'da "kabul, sanı, inanç ve düşünme" anlamlarına gelen doxa ile "ötesinde, karşısında" anlamlarına gelen para- ekinden oluşmuş paradoks kelimesi, etimolojik olarak 'karşı kabul' anlamına gelmektedir. Paradokslar mantıksal doğruluk değeri esas alındığında aynı anda açıkça ispatlandığında çürütülen, çürütüldüğünde ispatlanan mantıksal bir zorunluluk getirmektedir (Lacey, 1986: 170). Paradoksun içerisinde doğru ve yanlış değer taşıyan ancak genel kabullere karşı ileri sürülen iddialar ve onlara ters düşen ifadeler olduğunu söyleyen Cevizci'ye (2003: 317) göre paradoks, "genel inançlara aykırı düşen önerme, sezgisel olarak kabul edilmiş olan öncüllerden yola çıkarak, bu öncüllerden tümdengelimsel akıl yürütme ile, ya bir çelişki yani doğru olamayan, ya da temel inançlara aykırı olan bir sonuç çıkarma durumu" olarak tanımlarken, paradoksun genel inançlara, kabullere aykırı olsa da doğru gözükten bir yönü olduğunu ifade etmektedir.

Zenon ve mensubu olduğu Elea Okulu "değişmeyen, hareketsiz ve sabit olan varlık" anlayışına sahiptirler. Bu yüzden Zenon ve Okul üyeleri değişim ve hareketin bir yanılsama olduğu görüşünü savunmaktadırlar. Zenon, Parmenides'in Bir Olan'ın biricik gerçek varlık olduğu öğretisini "çokluğu ve hareketi" varsaymanın düşünülemeyeceğini, böyle bir düşüncenin çelişmelere sürükleyeceğini göstermeye çalışmaktadır. Zenon bunu da "çokluğa ve harekete" karşı ileri sürdüğü kanıtlarıyla yapmıştır. Bu kanıtlarıyla Zenon, "sonsuz bölünebilen bir uzay ve zamanı kabul etmenin bizi nasıl bir yığın güçlkle karşılaştırdığını" ortaya koymaya çalışmıştır (Gökberk, 1980: 29). Zenon'ya göre duyulur dünya ancak duyu organları aracılığıyla tanınabilir, bu alan bir görünüm ve yanılsamalar alanıdır, bir yokluk alanından başka bir şey değildir. "Yalnızca düşünülür dünya vardır. Bilginin konusu işte bu düşünülür dünyadır. O birdir, mutlak, değişmez, ölümsüz ve evrenseldir" (Timuçin, 2004: 200). Zenon kanıtlarıyla "varolan şey bir çokluk ve hareket diye düşünülürse çelişmelere düşüleceğini, öyle ise varolanın ancak bir ve hareketsiz olduğunu" ortaya koymaya çalışmaktadır (Gökberk, 1980: 30).

Zenon'un çokluğa ilişkin paradokslarına Semplisius'un Fizik kitabından, harekete dair delillerine ise Aristoteles'in Fizik kitabından ulaşılmaktadır (Sena, 1964: 583).

Zenon çokluğa ilişkin paradokslarıyla çokluğun yanıltıcılığını ve varlıkta Birliği ortaya koymaya çalışmaktadır. Zenon'un çokluğa ilişkin üç paradoksu bulunmaktadır. İlk paradoks, varlığın çokluğunu düşünmeye yöneliktir. Buna göre, "nesnelere çokluk iseler hem sonsuz küçük hem de sonsuz büyüktürler", çünkü varolan bölündüğünde, bu bölünen parçaların artık bölünemez noktalar olduğunu düşünülürse, bunlar büyüklüğü olmayan bir hiç olurlar. Bir araya getirilirse bunlardan yine bir büyüklük elde edilmez, büyüklüğü olmayan bir şeyin kendisine eklenmesiyle hiçbir şey büyüklük bakımından bir şey kazanmaz. Bu parçalar uzamlı diye düşünülürse çoğun bir araya gelmesiyle sonsuz bir büyüklük meydana gelecektir. İkinci paradoks, "nesnelere çok iseler sayıca hem sonlu hem de sonsuz olurlar". Sayıca sonludurlar çünkü ne kadar iseler o kadar olacaklardır. Daha çok ya da daha az olmayacaklardır. Nesnelere aynı zamanda sayıca sonsuzdurlar da çünkü boyuna birbirlerini sınırlarlar böylece kendilerini başka nesnelere ayırırlar; bu başka nesnelere kendileri de yine yakındaki nesnelere sınırlarla ve bu böyle sürer gider. Zenon'un çokluğa ilişkin son paradoksu ise "her şey uzaydadır" denilince uzayında bir uzay içinde bulunması, uzayın içinde bulunduğu bu uzayında yine bir uzayın içinde bulunacağını söylemektedir ve bu böyle sonsuza kadar devam etmektedir (Gökberk, 1980: 30-33).

Hareket Paradoksu

Zenon harekete ilişkin ileri sürdüğü paradokslarla hareketin, değişimin ve süreksizliğin olmadığı görüşünü kanıtlamaya çalışmıştır. Zenon'un harekete ilişkin ilk paradoksu, Akhilleus ile kaplumbağa arasındaki yarış kanıtıdır. Buna göre, bu yarışta Akhilleus kendisinden biraz önce yola çıkan kaplumbağaya hiçbir zaman yetişemeyecektir. Çünkü başlangıçtaki kaplumbağa ile kendi arasındaki mesafeyi koşmak için geçen zaman içinde kaplumbağa az da olsa ilerlemiş olacaktır.

Akhilleus'un bir de bu arayı koşması gerekecektir. Ama bu arada kaplumbağa pek az da olsa yine biraz ilerleyecektir. Bu böylece sonsuza kadar devam edecektir (Aristoteles, 1997: 295). Zenon harekete ilişkin ikinci paradoksunda ise "bir koşu pistinin sonuna hiçbir zaman ulaşamazsınız çünkü pistin önce yarısını, bu yarısının da ama önce yarısını, bu yarısının yarısının da yine yarısını geride bırakmak zorundasınız bu da bu şekilde sonsuza kadar devam edecektir" anlayışına sahiptir (Aristoteles, 1997: 293). Farklı bir zaman içinde sonsuz sayıdaki uzay aralıkları geçilemeyecektir.

Zenon harekete ilişkin üçüncü paradoksu "ok paradoksudur". "Uçan ok durmaktadır" çünkü bu ok her anda belli bir noktada bulunacaktır; belli bir noktada bulunmak demek ise durmak demektir. Ama hareketin her bir anında duruyorsa ok, yolun bütününde de durmaktadır (Aristoteles, 1997: 295). Ok paradoksunda; atılan ok bölümlere, parçacıklara ayrılmış gerçek mekanda bir yer kaplamalıdır. Bunun içinde her bölüm veya parçacıkta bir an bile olsa durması gerekecektir. Bu parçacıkların sonsuz olduğunu hem de okun hareket edebilmesi için her bir anı doldurması gerektiğinden, aslında hareket ediyor bile gözükse, gerçekte hareketsizdir.

Zenon duyularımızla bir gerçeklik olarak algıladığımız hareket kavramının, aslında var olmadığını akıl yardımıyla ispatlamaya çalışmıştır. Zenon'ya göre atılan bir ok asla hareket edemez. Bir ok, bulunmadığı bir konumda zaten hareket etmiyordur, çünkü yoktur. Bulunduğı bir konumda, belirli bir anda da hareket edemez çünkü ok atıldığı noktadan varış noktasına gidene kadar katedeceğı yolun her noktasında, anında bulunmak zorundadır. Bir andaki noktada bulunmak, durmak demektir. O halde, okun uçuşu sırasında her bir noktada durduğı kabul edilirse, varış noktasına hiçbir zaman varamayacaktır. Zenon'ya göre ok, diğer her şey gibi, oldukları yerde sonsuza kadar hareketsiz ve sabittirler. Hiçbir şey, ne gelecek veya geçmişte, olmadığı bir yerde bulunamaz. Böylece hareket yoktur. Aslında nesnelere daima buldukları yerde olduğundan, dün veya yarın yoktur, zamansız bir şu an vardır. Yani Zenon'nun ok argümanı yarının asla gelmeyeceğini çünkü daima

bugünün var olduğunu iddia etmektedir. Zenon'un ok paradoksunda önemli olanın şu "an" olduğu görüşü ön plana çıkmaktadır.

Son kanıt ise hareketin göreceliğine dayanmaktadır. Belli bir noktalar dizisi, biri durmakta olan öteki de ters yönde ilerleyen iki dizinin yanından geçerse, aynı zamanda hem büyük hem de küçük bir mesafeyi geçmiş olacaktır. Yani bu dizinin aynı zaman içinde çeşitli hızları olacaktır. Çünkü hareket duran ya da ters doğrultuda ilerleyen dizi ile ölçülmektedir (Aristoteles, 1997: 295).

Hareket Paradoksuna Getirilen Eleştiriler

Zenon'un hareket paradoksuna Aristoteles Fizik ve Henri Bergson Yaratıcı Tekamül kitaplarında eleştiriler getirmişlerdir. Zenon'un harekete dair birinci paradoksu olan "bir yarış yolunun sonuna varamazsınız" çünkü belirli bir uzamı aşacak bir hareketin önce o uzamın yarısını, sonra yarısının yarısını, sonra yarısının yarısı vb. gibi aşmak zorunda olduğuna yani hareketin hiçbir zaman tamamlanamayacağını öne sürmektedir. Aristoteles'e göre sürekli bir hareketin herhangi bir parçası aynı hareketin bir diğer parçasından ancak gerçek bir değişiklik yapılarak, hareketin zamanıyla oynanarak ayrılabilir. Hareketin yavaşlaması ya da bir süre duraklaması gerekir; hareket durmalı ve yeniden başlamalıdır (Aristoteles, 1997: 393). Aristoteles hareketi iki şekilde bölümlere ayırmaktadır; matematiksel noktalar ki bunda hareket bölünmez ya da fiili noktalar kullanarak ki o zaman da hareket değişir ve kesintiye uğramış hareket haline gelir ve hareket tamamlanamaz (1997: 297). Aristoteles ayrıca "nesnenin hep yarı yolu geçmesi gerekiyorsa, bu yarı yolların sonsuz olduğunu, sonsuza varmanın olanaksız olduğunu düşünenlere de aynı tarzda karşı çıkmak gerekir" der (1997: 297).

Zenon'un ikinci paradoksuna göre hızlı olan ve yarışa geride başlayan Achille, daha yavaş olan kaplumbağayı geçemez; çünkü gerideki, öncelikle öndekinin harekete başladığı noktaya ulaşmak zorundadır, ulaşmaya kadar geçen sürede yavaş olan bir yol aşmış olacaktır. Aristoteles bunu ilk paradoksun değişik bir biçimi olarak görür ve aynı biçimde çözümler (Sofuoğlu, 2004: 23).

Zenon'un harekete ilişkin üçüncü paradoksu olan "havada giden ok durmaktadır", uçan bir okun hareketinin herhangi bir anında kendi boyutlarına eşit bir yer işgal ettiğini, dolayısıyla hareketinin herhangi bir anında hareketsiz olduğunu sonuç olarak da okun tüm yolculuğu boyunca hareketsiz kaldığını söyler. Aristoteles bu paradoksu "şimdinin içinde hareket yoktur" (1997: 292) ve "hareket eden şeyin doğru dürüst tanımlanmış bir uzunluğu yoktur" önermeleriyle çözmektedir. Aristoteles uzunluk, zaman ve hareket arasında ortak nitelikler olduğunu öne sürmektedir. Zaman, hareket ve uzam üçü de sürekli ve bölünebilir niceliklerdir ve biri için doğru olan bir şey hepsi içinde doğru olacak biçimde birbirleriyle ilişkilidir (1997: 256) Hareketsiz olmak zaman alır ve dolayısıyla bir nesnenin tanımlanmış bir uzunluğunun olduğunu, ancak o nesne, belli bir zaman aralığında hareketsiz ise söylenebilir (Sofuoğlu, 2004: 23)..

Bergson Zenon'un paradokslarını, hareket ve değişikliğin akıl yoluyla ifadesi sonucunda ortaya çıkmış zorluklar olarak görmektedir. Hareketi bir dizi süresizlikler, durağan konumlar, zamanı da bir dizi kesikli ve donmuş anlar olarak yorumlayan Zenon'un aksine Bergson, zamanı dinamik bir süreç, sürenin devamlı bir akışı olarak görmektedir. Bergson'a göre şimdi dinamik bir süreç olup sürenin devamlı bir akışıdır ve şimdi asla denetlenemez. Bu nedenle Bergson, Zenon'un ok hareketinin oluşturduğu hareket geçidinin bir dizi durağan parçalara bölünmesine karşı çıkmaktadır. Bergson'a (1986: 395) göre "ok, geçtiği yerlerin hiçbir noktasında asla bulunuyor değildir..., hareket bölünmez bu nedenle ok A noktasından B noktasına tek ve bölünmez hareketiyle sıçramaktadır. Ok bu sıçrama esnasında hiçbir durumda hareketsiz değildir." Bergson hareketi uzamdaki konumlarla ya da zamandaki anlarla yani hareketsiz kesitlerle yeniden kuramazsınız demektedir ayrıca ok gittiği yerde birden bire var olabiliyorsa, varolduktan sonra istenildiği kadar bölünebilir. Ancak tek bir sıçrama olan hareket bölünemez.

Bergson hareket geçidi olarak tanımladığı aşılı uzamla, hareketi birbirinden ayırır; aşılı uzam geçmiştir, hareket ise şimdidedir, mekanın aşılması eylemin

kendisidir. Aşılan mesafe bölünebilir, oysa hareket bölünemez ya da her bölmede doğası değişmeksizin bölünemez (Sofuoğlu, 2004: 85).

Film ve Hareket

Çalışmanın bu bölümünde ana amaç filmde hareketin nasıl meydana geldiğini ortaya koymaktır. Bu amaçla ilk olarak, bölümün ilk kısmında “görünürde hareket” konusuna yer verilecektir. Daha sonra ikinci kısımda “filmde harekete” ve “an” kavramına değinilecektir. Bölümün son kısmında ise Eisenstein’in hareket ve kurgu anlayışına yer verilecektir.

Görünürde Hareket

Görünürde hareket konusu nesnelere normalde durağan şekilde olmasına rağmen hareket ediyormuş gibi algılanmasından kaynaklanmaktadır. Görme sisteminde hareketin algılanması, fiziksel olarak hareket etmeyen nesnenin görünürde hareket ediyormuş gibi algılanmasından kaynaklanmaktadır. Bunun yanında bir nesnenin hareketinin algılanması için nesnenin hareketini ortaya çıkartan bütün durumların yani hareketin her anının ağızbağda algılanmasına gerek duyulmamaktadır. Göz bir nesneyi belirli aralıklarla algılayarak ve aradaki boşlukları beyinde tamamlayarak hareketi algılamaktadır. Aynı şekilde durağan resimlerin birbirini izlemesiyle de ve ard arda belirli bir hızla gösterildiğinde yanılısama olarak hareket ortaya çıkmaktadır (Kılıç, 2012: 176).

Görme eyleminin gözde nasıl meydana geldiği ile ilgili olarak psikoloji alanında çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Özellikle fiziksel olarak hareket etmeyen nesnelere görünürde hareket ederek, hareket yanılısaması meydana gelmektedir. Hareket yanılısaması ile ilgili olarak yapılan “otokinetik etki”, “stroboskopik hareket” ve “fi fenomeni” gibi çalışmalar bulunmaktadır.

Muzaffer Şerif (1906-1988) tarafından gerçekleştirilen otokinetik etki deneyinde (1932), tamamen karartılmış bir odada, duvara yansıtılmış sabit bir ışığa sürekli olarak bakılırsa, bir süre sonra ışığın hareket etmeye başladığı görülecektir. Gerçekte ışık

sabit olduğu halde hareket ediyormuş gibi algılanmaktadır. Otokinetik etki olarak adlandırılan bu olguda hareket yanılması ortaya çıkmaktadır (Şerif, 1985: 80).

Hareket yanılması ile ilgili bir diğer kavram ise stroboskopik hareket yaklaşımıdır. Stroboskopik hareket, resimleri hareketlendirmeyi mümkün hale getirmektedir. Hareket, sabit bir nesne imgelerinin hızlı bir şekilde arka arkaya sunulmasıyla yaratılmaktadır. Böylece hareketsiz resimler ard arda getirilerek görünürde hareket oluşturulmaktadır. Sinemada hareketin temelini oluşturan bu yaklaşım gerçekte hareketsiz resimlerin arka arkaya getirilmesiyle oluşturulmaktadır (Rathus, 2008: 159). Max Wertheimer tarafından gerçekleştirilen ve fi fenomeni (1912) olarak adlandırılan deney de aslında stroboskopik hareketin basit bir şeklini oluşturmaktadır. Her ikisi de süreklilik ilkesinden oluşmaktadır. Yani, arka arkaya gelen resim ya da ışık noktalarının bir birim olarak algılanması sonucu hareket algısı oluşmaktadır. Fi fenomeni laboratuvarında tamamen karartılmış bir odada yan yana duran iki ışık kaynağının sırasıyla yakılıp söndürülmesi sonucunda bir süre sonra artık yanıp sönen ışık kaynağından ziyade hareket eden bir ışık çizgisi ya da dönen bir ışık çemberi görülecektir (Rathus, 2008: 159).

Hareket ile ilgili bu üç yaklaşım da aslında hareketsiz olan durağan ışık, görüntü ya da anların yanılma ile nasıl hareketli gözüktüğünü ortaya koyması açısından önem taşımaktadır. Gerçekte hareketsiz olan ışık kaynakları ard arda gelerek bir göz yanılmasına sebep olmaktadır ve görünürde hareket meydana gelmektedir. Benzer bir durum filmdeki harekette de görülmektedir.

Filmde Hareket

Filmde hareket, hareketsiz anlardan oluşan karelerin ard arda gelmesiyle oluşmaktadır. Hareketsiz anlar projektörün önünden saniyede 24 kare olacak şekilde geçmektedir. Böylece hareketsiz anlardan yeni bir hareket oluşturulmaktadır.

Bergson'un (1986: 310) "ayrıcalıklı anlar ve herhangi anlar" yaklaşımları an kavramının anlaşılmasında ve Zenon'un hareketine ilişkin görüşlerinin filme

uyarlanmasında önem taşımaktadır. Bergson için filmde hareket, sinematografik bir yanılısamadan öteye gidememektedir. İnsan algısına benzer bir şekilde işleyen sinematografik hareket, gerçek bir hareketi asla sunamamaktadır (1986: 305). Gilles Deleuze için felsefesinin oluşumunda ana kaynaklardan birisini Bergson'un düşünceleri oluşturmaktadır. Bergson'un sinematografiye olan olumsuz yaklaşımının aksine Deleuze, sinema ile yeni bir felsefe oluşturulabileceğini söyleyerek sinematografik hareketi önemsemektedir (2014: 11-19).

Bergson'a (1986: 320-330) göre hareketi yeniden kurmanın ayrıcalıklı ve herhangi an olmak üzere iki yolu bulunmaktadır. Antik dönemde hareket, hareketin biçimlerine ve ideallerine bağlandığı ayrıcalıklı anlara göre belirlenmekteydi. Ayrıcalıklı anlarla ifade edilen, hareketin özel anlarının çağrışımıdır yani bir düşme eyleminde önemli olanın hareket eden nesnenin ilk çıktığı nokta ve varış noktası olarak belirlenmesidir. Herhangi anda ise hareketin başlangıç ya da sonucuna değil hareketin her aşamasına olan ilgidir. Zenon'nun harekete ilişkin görüşleri hareketin herhangi anına karşılık gelmektedir. Yine bilim de Zenon'nun harekete dair görüşlerinden etkilenmiştir. Çünkü modern bilim hareketi böler, parçalar ve yeniden oluşturma eğilimindedir.

Filmde hareket insan algısının işleyişi gibi hareketli anlardan ziyade hareketsizlikler üzerine kurularak bu anların ard arda eklenmesiyle oluşturulduğu söylenebilir. Filmde hareketin oluşumu ile ilgili olarak özellikle Herbert Zettl'in görüşleri önem taşımaktadır.

Zettl (1999) filmde ve videoda hareketin nasıl meydana geldiğini ve hareketin yapısal öğelerini açıklarken Zenon ve Bergson'un görüşlerinden yararlanmıştır. Zettl, filmde hareket konusunu, hareketi bir yanılısama olarak gören, sürekli bir hareketin olamayacağını ve hareketin durağan anlardan oluştuğunu savunan Zenon'nun fikirlerinden hareketle açıklarken; videoda hareketin oluşumunu, evrenin sürekli bir akış içinde olduğunu ve hareketin bölünemeyeceğini savunan Bergson'un görüşlerinden hareketle açıklama yoluna gitmiştir (1999: 225).

Filmdeki hareketin Zenon'nun ok paradoksunda olduğu gibi bir yanılsama olduğunu, filmde hareketin aslından olmadığını, ard arda gelen karelerin insan zihninde hareket yanılsaması oluşturduğunu ifade eden Zettl, filmde tek gerçek hareketin film karelerinin projektör önünden geçmesi ile oluşturduğunu eklemektedir (1999: 227).

Filmde hareketi Zettl, Zenon'nun hareket kuramından esinlenerek açıklama yoluna gitmiştir. Buna göre filmde yer alan her bir kare hareketsiz ve donuk olarak bulunmaktadır. Hareketsiz olarak bulunan donuk kareler projektör önünden geçerek ansal algısında hareketim oluşumuna olanak sağlamaktadır (Kılıç, 2000: 79).

Eisenstein Sineması

Eisenstein'e (Sütcü, 2015: 109) göre, sinemanın kitleleri etkileyen bir sanat olarak ortaya çıkması dış dünyanın aynen sinema perdesine aktarılmasıyla ve çekilen fotoğrafların ard arda eklenmesiyle de bu gerçekleşmez. Eisenstein, sinemanın kitleleri etkileyen bir sanat olmasının görünen imgeler içindeki görünmeyen anlamların ortaya çıkarılarak yeni anlamların çağrışımları ile mümkün olmaktadır. Sinemanın bu etkisinin ortaya çıkması kurguyla sağlanan ani etki ile mümkün olmaktadır. Eisenstein sinemasında ana yaratım aracı kurgudur. Ona göre "sinema her şeyden önce kurgudur" (1985: 42).

Sinemanın düşünsel boyutunun olabileceğini ortaya koyan ilk sinemacılardan birisi Eisenstein'dir. Kuramını düşünce olarak "diyalektikte", uygulama olarak ise "kurguda" temellendiren Eisenstein için her sanat yapının ve her türlü sanatın varlığa gelişinde "çatışma" önemli bir rol oynamaktadır. Sanatın görevi varlığın çelişkilerini ortaya koymaktır. Bu açıdan bakıldığında Eisenstein'e göre sanat, doğal varlık ile yaratıcı hayal gücü arasındaki bir çatışmanın ürünüdür (1984: 15).

"Sanatın işi; doğası gereği, yaratıcı eğilim ile doğal varoluş arasındaki organik dural ile tek amaçlı girişim arasındaki çatışmadır. Bu tek amaçlı girişimin aşırı büyümesi, yani akılcı mantığın kurallarının uygulanması, sanatı matematik teknikçiliğin kemikleşmiş

kalıbına sürükler. Yağlıboya manzara topografya haritasına; bir San Sebastian tablosu, anatomi resmine dönüşür. Organik doğallığın aşırılışması, yani organik mantık ise, sanatı biçimden yoksunluğa indirger. Zira doğa, varoluşun edilgin kuralı gereği organik biçimin sınırır. Akılcı biçimin sınırı ya da üretimin etkin kuralı ise çatışmadır. Öyleyse sanat, çatışma ile doğanın kesiştiği yerde aranmalıdır. Organik biçim mantığı karşısında akılcı biçim mantığı; çatışmada sanatsal biçimin diyalektiğini üretir. İkisinin karşılıklı faaliyeti, yalnızca zaman–mekan sürekliliğinde değil, aynı zamanda mutlak düşünce alanında da dinamizmi oluşturup belirler” (Eisenstein, 1984: 57-58).

Bu anlayıştan yola çıkan Eisenstein; kurgu kuramını laboratuvar koşullarında ve bilimsel yoldan ele alarak geliştirmiştir. Çalışma prensibinin doğası gereği, kurgu çeşitleri birbirinin devamı niteliğindedir. Bunlar kopuk olarak ele alınamaz; gelişim sırasına göre değerlendirilebilir (1984: 57-58).

Çekim içerisindeki bu çatışma araçları aracılığıyla, çekimin anlamsal içeriği meydan çıkar. Eisenstein için ise sinemanın anlamı, çekimler arasındaki çatışmayla yani kurgunun sonucunda ortaya çıkar. Çekimler her ne kadar kendi içlerinde gizil ya da gerçek çatışma öğeleri taşıyalar da, anlam asıl oluşumunu bunlar aracılığıyla değil, komşu çekimlerle olan ilişkide yani çatışmada bulur. Çekimlerin birbirleriyle karşılaşmasından doğan çatışma yeni bir niteliğe yol açar. Bu niteliği Eisenstein şu şekilde açıklar:

“Hangi çeşitten olursa olsun iki parçası yan yana getirildi mi, bu parçalar bu yan yana getirişten doğan yeni bir kavrama, yeni bir niteliğe ister istemez yol açarlar. Bu yalnız sinemaya özgü bir koşul değil, iki olguyu, iki olayı, iki nesneyi yan yana getirdiğimiz her durumda her zaman rastladığımız bir olaydır” (1985: 398).

Eisenstein için çekimlerin çatışması sonucunda bambaşka bir kavramın ortaya çıkabileceği düşüncesi Japon-Çin kavramsal yazısında (ideogram) rastlanan bir olgudur. İşte bu olgu ile Eisenstein’ın kurgu kuramı şekillenecektir: “Sonraları, beni bu denli güçlükler pahasına Doğunun saygıdeğer dillerinin bu düşünce ve yazı

biçimleriyle karşı karşıya getiren yazgıya ne denli minnettar kaldım. Çünkü daha sonra kurgunun niteliğini kavramama yardımcı olan da işte bu olağanüstü düşünce biçimiydi” (1985: 399).

Deleuze’e (1989’dan akt. Sütçü, 2015: 101) göre Eisenstein için sinemada en önemli anlatım araçlarından birisi, çerçevede görünen ilk film karesinin izleyici üzerinden bıraktığı “ani etkidir”. Ani etki, sinematografik imgenin çapraz montaj yoluyla düşüncede bir şok etkisi yaratarak ve düşüncüyü harekete geçirerek düşüncenin ön plana çıkarılmasını içermektedir. Filmde çerçeve üzerinden görünen her karenin ya da her anın bir anlam içerdiği ve bütünle birleşerek de yeni bir anlamın oluşumuna kaynaklık ettiği söylenebilir.

Eisenstein’ın çarpıcı, ölçümlü, üsttitremsel, dizemsel, titremsel, anlaksal ve çağrısimsal adı verilen, yedi ana sınıfta irdelenen kurgu çeşitlerine kurgu yöntemleri de denilir. Bu kurgu sınıfları birbirleriyle çatışma ilişkilerine girdiklerinde “kurgu yapıları” olurlar. Bu hiyerarşide görüldüğü gibi, bunlar birbirini yansıtan, birbiriyle çatışan; karşılıklı ilişkiler kurarak her birinin örgensel olarak diğerinden oluştuğu, gittikçe daha fazla belirginleşen bir kurgu çeşidine ilerlendiği kolaylıkla gözlenebilir. Ölçümlü kurgudan dizemli kurgu katmanına geçiş çekim uzunluğuyla görüntü içindeki devinim arasında bir çatışma yaratır. Üsttitremsel kurgu ise, çekimin temel titremiyle, dizemsel ve titremsel ilkeleri arasındaki çatışmadan doğmaktadır. Evrensel kurgu çeşitlerinin kaynağı da Eisenstein’ın sınıflandırmasına dayanır. (Eisenstein, 1985: 94-95).

Eisenstein için sinemanın önemi durağan karelerin ard arda getirilerek görünürde bir hareketin oluşumundan çok daha fazlasını kapsamaktadır. Sinema her şeyden önce eğer kitleleri etkileyen bir araç olacaksa anlam üretimine katkıda bulunması gerekmektedir. Anlamın çatışmadan doğduğunu savunan Eisenstein için sinemada da aynı şekilde anlam donuk karelerin birbiriyle çatışması sonucunda ortaya çıkmaktadır. Eisenstein için her bir film karesi tek başına bir anlam

barındırmakla beraber bir diğerkareyle yan yana gelerek yeni bir anlam potansiyeli de taşımaktadır.

Atraksiyon Sinemasında Hareket Felsefesi

Çalışmanın bu bölümünde, Tom Gunning'in atraksiyon sineması olarak ifade ettiği sessiz dönem sinemanın ilk yıllarında yapılan filmlerin hareket felsefesi üzerinden değerlendirmesi yapılacaktır. Erken dönem sinema tarihi üzerine çalışmaları bulunan Gunning, 1906 öncesi sinemaya, "atraksiyon(lar) sineması" adını vermektir. 1906'dan sonra yapılan filmlerde anlatı sinemasının egemen olduğunu ifade eden Gunning, atraksiyon sinemasının ise daha çok avangard özellikler taşıyarak varlığını devam ettirdiğini ifade eder (2006). Atraksiyon sinemasının temel özellikleri arasında; seyirciyle kurulan farklı ilişkinin yansıması olarak oyuncuların sürekli olarak kameraya bakmaları, ekran dışı alanın gözükmemesinden dolayı ilginin kadraj içinde olması ve kendi içine kapanmış olan kurmaca dünyayı kırmak için kendini sergileyen karakterlerle dolu olması bulunmaktadır. Bu bakımdan Gunning, atraksiyon sinemasının, anlatı sinemasının dikizlemeci özelliğinin aksine teşhirci bir yapısının bulunduğunu ifade eder (2006).

Sessiz dönem sinemanın ilk yıllarında yapılan filmler "hareketin çekiciliğini ön plana çıkar(maktaydılar)" (Abisel, 2019: 53). Lumiere kardeşlerin yaptıkları filmlerle başlayan süreç sonraki yıllarda kısa filmlerle devam etmiştir. *Bahçivan'ın Sulanışı (L'Arroseur Arrosé – 1895)*, *Démolition d'un mur (1896)* ya da *Fabrikadan İşçilerin Çıkışı (La sortie de l'usine Lumière à Lyon 1895)* gibi filmlerde sabit kamera ile insanların hareketlerinin kaydedildiği bir anlayış hakimdir. Burada önemli olan karakterlerin hareketi olup kendilerini sergileme anlayışı hakimdir.

"Atraksiyonlar sineması görsel merak yaratarak ve heyecan verici bir seyirlik, kurmaca ya da belgesel, yani kendi başına ilginç düşer. Gösterilecek atraksiyonun sinemasal bir doğası da olabilir. Yukarıda anlatılan ilk dönem ayrıntı çekimler ya da filmin orijinalliğini sinemasal bir manipülasyonun (ağır çekim, geri geri oynatma, yer değiştirme, çoklu pozlama gibi) oluşturduğu hile filmleri buna örnektir. Kurmaca

durumlar büyük ölçüde gaglar, vodvil numaraları ya da şoke edici, merak uyandıran olayların (idamların, son dönem olaylarının) yeniden üretilmesiyle sınırlıdır. Bu film yapımı yaklaşımını, bir atraksiyonun sinema şovmeni tarafından izleyenlere sunulduğu doğrudan seyirciye hitap belirlenir” (Gunning, 2006).

Bu dönemde yapılan filmlerde hareket felsefesinin bir yansıması olarak karakterlerin abartılı hareketlerine bağlı olarak bir durum aktarmaktan ziyade bir eylem yansıttıkları görülmektedir. Bu bazen bir müzikalle gerçekleşirken kimi zaman teşhirci özelliklere uzanan dans sahneleriyle yapıldığı görülmüştür.

SONUÇ

Bu çalışmada genel olarak, Zenon’un hareket paradoksundan yola çıkarak filmde hareketin nasıl oluştuğu ve bu konuya ilişkin yaklaşımlar ve eleştirilere yer verilmiştir. Daha sonra Henri Bergson’un hareket ve zamana ilişkin görüşlerine değinilmiştir. Tom Gunning’in “atraksiyon sineması” olarak adlandırdığı sessiz dönem filmlerinin hareket felsefesi ile değerlendirmesi yapılmıştır.

Çalışma sonunda ulaşılan bir sonuç filmde hareketin analog sistemde pelikül üzerine Zenon’un ortaya attığı ok paradoksuna benzer şekilde işlediğidir. Yapılan çeşitli psikolojik deneylerle de desteklenen hareket yanılması ya da görünürde hareket olgusu, Zenon’un durağan anlarını işaret etmektedir. Ayrıca filmde de hareket yine aynı şekilde durağan anların ard arda gelerek yeni bir hareketin ortaya çıkmasından oluşmaktadır. Filmde hareket ve zamanın Henri Bergson görüşlerinden hareketle düşünüldüğünde dijital sinemaya karşılık geldiği görülmüştür.

Filmde hareket olgusunu geliştirdiği kurgu anlayışı ile yeni bir tarzda işleyen Eisenstein özellikle “an” kavramından hareketle yeni bir sinema dilli geliştirdiği söylenebilir. Eisenstein için sinemada her bir donuk kare kendi başına bir anlam ifade etmesinin yanında bir başka kareyle bağlantı içine geçerek de yeni bir anlam kazanma potansiyeli taşımaktadır.

ÇALIŞMANIN ETİK İZİN BELGELERİ

Söz konusu bu çalışmada etik kurul kararı gerektiren klinik ve deneysel insan ve hayvanlar üzerinde bir çalışma olmadığından dolayı etik kurul onayı aranmamıştır.

KAYNAKÇA

Abisel, N. (2019). *Sessiz sinema*. Ankara: Deki Yayınları

Akarsu, B. (1975). *Felsefe terimleri sözlüğü*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.

Aristoteles. (1985). *Metafizik*. (Çev. Ahmet Arslan). (3. Baskı). İstanbul: Sosyal Yayınları.

Aristoteles. (1997). *Fizik*. (Çev. Saffet Babür). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Aslan, H. (2007). Sokrates öncesi filozofların doğa anlayışında dayanışma. *Kaygıgüz*

Bergson, H. (1986). *Yaratıcı evrim*. (Çev. Şekip Tunç). İstanbul: Milli Eğitim Yayınları.

Bolay, S. H. (2009). *Felsefe doktrinleri ve terimleri sözlüğü*. Ankara: Nobel Yayınları.

Cevizci, A. (2003). *Felsefe terimleri sözlüğü*. İstanbul: Paradigma Yayınevi.

Cevizci, A. (2009). *Felsefe tarihi*. İstanbul: Say Yayınları.

Copleston, F. (1990). *Ön-Sokratikler, sokrates ve dönemi*. (Çev. Aziz Yardımlı). İstanbul: İdea Yayınları.

Deleuze, G. (2014). *Sinema 1 hareket imge*. (Çev. Soner Özdemir). İstanbul: Norgunk Yayıncılık.

Gökberk, M. (1980). *Felsefe tarihi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Gunning, T. (2006). The Cinema of Attraction[s]: Early Film, Its Spectator and the Avant- Garde. W. Strauven (Ed.), *The Cinema of Attractions Reloaded* (s. 381-388). Amsterdam: Amsterdam University Press.

Eisenstein, S. M. (1984). *Film duyumu*. (Çev. Nijat Özön) İstanbul: Payel Yayınevi.

Eisenstein, S. M. (1985). *Film biçimi*. (Çev. Nijat Özön). İstanbul: Payel Yayınevi,

- Kılıç, L. (2012). *Fotoğraf ve sinemanın toplumsal tarihi*. (2. Baskı) Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Kılıç, L. (2000). *Görüntü estetiği*. İstanbul: İnkılap Kitapevi.
- Kranz, W. (1984). *Antik felsefe: metinler ve açıklamalar* (Çev. Suad Y. Baydur) İstanbul: Sosyal Yayınları.
- Lacey, R. A. (1986). *A dictionary of philosophy*. London: Routledge.
- Laertios, D. (2009). *Ünlü filozofların yaşamları ve öğretileri*. (Çev. Candan Şentuna). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Platon. (2009). *Diyaloglar*. (Çev. Teoman Aktürel). (5. Basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Platon. (2011). *Parmenides*. (Çev. Aziz Yardımlı). İstanbul: İdea Yayınları.
- Rathus, S. A. (2008). *Psychology: Concepts and connections*. Belmont: Wadsworth.
- Sena, C. (1964). *Büyük filozoflar ansiklopedisi*. (4. Cilt). Ankara: Okat Yayınevi.
- Sofuoğlu, H. (2004). *Düşüncenin sinematografik yapısı: Hareket, zaman ve görüntü*. Eskişehir: Esbav Yayınları.
- Sütcü, Ö. Y. (2015). *Gilles Deleuze'de imge hareketi olarak sinemanın felsefesi*. Bursa: Sentez Yayın ve Dağıtım.
- Şerif, M. (1985). *Sosyal kuralların psikolojisi*. (Çev. İ. Sandıkçioğlu) İstanbul: Alan Yayınları.
- Timuçin, A. (2004). *Düşünce Tarihi*. İstanbul: Bulut Yayınları.
- Zettl, H. (1999). *Sight sound motion: Applied media aesthetics* (Third Edition). California: Wadsworth Publishing Company.

Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No plagiarism detected.

Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed.

Tez Özeti

**YEREL MEDYA ÇALIŞANLARININ BİREYLERARASI İLETİŞİM
MOTİVASYONLARI İLE İLETİŞİM DOYUMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİ***

**Tuğçe Esin PINARBAŞI¹
Şükrü BALCI²**

Özet

Bireylerarası iletişim çerçevesinde kişiler farklı yönelimler doğrultusunda birtakım ilişkiler geliştirmektedir. Bireyleri iletişim kurmaya yönelten ve sonucunda doyum elde etmelerini sağlayan ilişkileri incelemeye yönelik gerçekleştirilen bu çalışmanın temel amacı, yerel medya çalışanlarının bireylerarası iletişim motivasyonları ve iletişim doyumları arasındaki ilişkiyi saptamaktır. Literatür taraması ışığında, motivasyon ve iletişim doyumları ilişkisinde alanda gerçekleştirilen çalışmaların daha çok örgütsel düzeyde yürütüldüğü gözlenmiş, bireylerarası iletişim özelinde temellendirilen çalışmanın işaret edilen noktada alana katkı sağlaması hedeflenmiştir. Bu düşünsel izlekte çalışmada; bireylerarası iletişim, iletişim becerileri, motivasyon ve iletişim doyum boyutlarının teorik temellerine odaklanılmış ve yerel medya ölçeğinde Konya ve Denizli illeri örnekleminde yüz yüze anket tekniği kullanılarak 300 katılımcı ile saha araştırması gerçekleştirilmiştir. Alan araştırması bulgularına göre, bireylerarası iletişim motivasyonları ile iletişim doyumları arasındaki ilişkiyi inceleyen analizlerde anlamlı bir ilişki tespit edilmiş; etkileme faktörlü, rahatlama/kapsam faktörlü ve mutluluk faktörlü iletişim doyum arayışına yönelen kişilerin iletişim doyumları elde ettikleri saptanmıştır. Motivasyon ve doyum ilişkisinde cinsiyete göre anlamlı bir farklılık olmamasına rağmen kurum tecrübeleri noktasında erkeklerin kadınlara oranla daha uzun süre yerel medyada ve aynı kurumda çalıştıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bireylerarası İletişim, Yerel Medya, Motivasyon, İletişim Doyumu, İş Doyumu.

**THE RELATIONSHIP BETWEEN INTERPERSONAL COMMUNICATION MOTIVES
AND COMMUNICATION SATISFACTION OF LOCAL MEDIA EMPLOYEES**

Abstract

Within the framework of interpersonal communication, individuals develop some relationships in line with different orientations. The main purpose of this study, which is conducted to examine the relationships that lead individuals to communicate and achieve satisfaction as a result, is to determine the relationship between interpersonal communication motivations and communication satisfaction of local media employees. In the light of the literature review, it was observed that the studies carried out

* Bu çalışma, Prof. Dr. Şükrü Balcı danışmanlığında Tuğçe Esin Pınarbaşı tarafından hazırlanarak 2017 yılında sunulan "Yerel Medya Çalışanlarının Bireylerarası İletişim Motivasyonları İle İletişim Doyumları Arasındaki İlişki" başlıklı yüksek lisans tezinin özetidir.

¹Doktora Öğrencisi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basın ve Yayın ABD, tugceesinpinarbasi@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6790-0420

² Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, sukrubalci@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0477-0622

Gönderim Tarihi/Received: 11.03.2021 **Kabul Tarihi/Accepted:** 27.05.2021

<https://doi.org/10.53495/e-kiad.895322>

in the field on the relationship between motivation and communication satisfaction were mostly carried out at an organizational level, and it was aimed that the study based on interpersonal communication would contribute to the field at the point indicated. In this intellectual work; The theoretical foundations of interpersonal communication, communication skills, motivation and communication satisfaction dimensions were focused on, and a sample of 300 participants was taken from Konya and Denizli provinces at local media scale, and it was carried out by field research method using face-to-face questionnaire technique. According to the findings of the field research, a meaningful relationship was found between interpersonal communication motivation and communication satisfaction; It has been determined that people who seek communication satisfaction with influencing factors, relaxation/content factors and happiness factors achieve communication satisfaction. Although there was no significant difference according to gender in the relationship between motivation and satisfaction, it was concluded that men worked longer than women in the local media and in the same institution in terms of institutional experiences.

Keywords: *Interpersonal Communication, Local Media, Motivation, Communication Satisfaction, Job Satisfaction.*

Extended Abstract

Individuals in social life need communication in order to continue their life, to meet their needs, to establish relationships with people in their organizational context and to maintain them. In the communication process, individuals share their information and experiences by mutually communicating with each other. Communication between two or more people is called interpersonal communication. People of many levels and structures communicate with each other, starting with the family, which is the smallest building block of society. In this relationship chain, it can be said that interpersonal communication is a kind of necessity and need.

Motivation is the tool to take action to meet the needs, in other words, motivation. It can be said that motivation tools are applied in different ways in daily life in every field of life and by almost everyone. It can be stated that the motivation of individuals constitutes one of the mechanisms of action in the initiation, maintenance, interruption or termination of communication. The individual can build some motivational elements on himself or attempt to motivate another person.

It is extremely important for communication to be more effective and healthy, to contribute to individuals and to ensure communication satisfaction, which is the main subject of the study. This study, which examines the relationship between interpersonal communication motivations and communication satisfaction, focused on the theoretical foundations of interpersonal communication, communication skills, motivation and communication satisfaction dimensions in the theoretical background, in the light of the literature review, in the Konya and Denizli province, field research was conducted.

Considering the results of the frequency analysis obtained in the light of the data obtained from the field research, it was observed that the majority of the participants in the study consisted of reporters and radio programmers. When focusing on the institutional experiences of the participants, it was determined that they worked in the local media for at least 1 year, maximum 38 years and an average

of 7 years. It was concluded that they worked under the same institution for at least 1 year, maximum 28 years, and an average of 4 years. According to the job satisfaction scale analyzed in order to determine the satisfaction they provide from the profession they perform; participants are highly content (7 out of 10) with their profession.

According to the results of the independent sample t-test conducted in order to determine whether the experiences of the institution differ according to gender; men have been working in local media and in the same institution for many years than women. Findings on job satisfaction, on the other hand, indicate that there is no significant difference between men and women in terms of satisfaction level.

When the interpersonal motivations of media employees are examined; interpersonal communication motivation that leads participants to communicate; It is an escape / control motivation that includes factors that need someone to release from pressure and responsibilities, to postpone something that needs to be done, because there is no better option to do, or for someone to do something on their behalf. The least effective motivation in directing people to establish relationships within the framework of interpersonal communication is; It is the happiness motivation consisting of its substances because it is entertaining, exciting, providing a good time, enjoying talking with people around, stimulating conversations with people around, enjoying talking with people around and stimulating.

When looking at the correlation analysis findings made to determine the direction and strength of the relationship between the motivations of interpersonal communication; It is seen that people who seek relaxation oriented interpersonal communication satisfaction also focus on communication satisfaction to be obtained from happiness motivation. Similar to the relationship between relaxation and happiness factors, there is also a relationship between influencing and relaxation factors. Likewise, the individual who seeks relaxation-oriented satisfaction also aims to achieve satisfaction in terms of happiness. When the differences in interpersonal communication motivations according to gender were examined, no significant difference was found.

When the level of importance given to communication satisfaction factors is examined; Participants achieved communication satisfaction mostly from corporate integration, which includes information on job-related job requirements, and a communication climate that includes communication skills with in-house communication activities, and participants achieved communication satisfaction at least lateral communication, which is informal communication. Considering the possibility that the relationships established within the framework of lateral communication may bring negative consequences with it, it can be said that it is a natural result that people do not achieve communication satisfaction or feel less secure from this communication style.

According to the findings obtained as a result of the analyzes examining the relationship between interpersonal communication motivations and communication satisfaction, which constitute the main focus of the study; A significant relationship was found between interpersonal communication motivation and communication satisfaction. According to the results; People who seek communication satisfaction with influencing factors, relaxation/content factors and happiness factors achieve communication satisfaction. In other words, the increase between happiness-oriented communication satisfaction seeking and interpersonal communication satisfaction is directly proportional. A similar relationship exists in the seeking of influencing and relaxation/content-oriented communication satisfaction. The search of people for influence and relaxation/content-oriented satisfaction result in achieving communication satisfaction.

GİRİŞ

Toplumsal yaşam içerisinde yer alan birey hayatını devam ettirebilmek, gereksinimlerini karşılayabilmek, içinde bulunduğu örgütsel bağlamda kişilerle ilişki kurabilmek ve onları sürdürebilmek için iletişim kurmaya ihtiyaç duymaktadır. Bireysel düzeyde kişinin çeşitli ilişkiler çerçevesinde iletmek istediği mesajları yüz yüze bağlantıya geçerek veya iletişim araçları ile aracılanmış şekilde iletmeye karar vermesi ise iletişim sürecini başlatmaktadır.

İletişim sürecinde bireyler aralarında sahip oldukları enformasyon ve tecrübeleri karşılıklı olarak birbirlerine iletmeye suretiyle paylaşım içine girmektedirler. Paylaşım sürecinin kaynağını ve hedefini kişilerin oluşturduğu iletişim şekliyse bireylerarası iletişim olarak adlandırılmaktadır. Bireylerarası iletişim, iki veya ikiden daha çok kişi arasında gerçekleşen iletişim şekli olarak açıklanabilir (Mısırlı, 2013, s. 22). Bu noktada, iki ya da daha fazla kişinin mesaj alışveriş süreci (sözlü veya sözsüz) tek yönlü olmaktan ziyade karşılıklı paylaşımı esas alması gerekmektedir. Söz konusu paylaşım gerçekleşirken, iletişime geçen kişiler ise sadece fiziksel yakınlıkla sınırlı olmayan belirli bir yakınlık içerisinde bulunmak durumundadır.

Çok yönlü olması sebebiyle insan ilişkileri, disiplinler arası inceleme ve araştırma konusu olmaktadır. Toplumun en küçük yapı taşı olan aileden başlamak üzere pek çok düzeyde ve yapıda kişiler birbirleri ile iletişime geçmektedir. Bu ilişki

zinciri içerisinde bireylerarası iletişimin de bir tür gereklilik ve ihtiyaç olduğu söylenebilir. İhtiyaçlar karşılandığında ise bireyin mutluluk duyması olasıdır. Bu noktadan hareketle nasıl ki aç insan, yorgun insan, tehlike içindeki insan ihtiyaçlarını karşılayamadığı için mutsuzsa aynı durumun toplum içerisinde kabul görmeyen birey için de geçerli olduğu ifade edilebilir (Nazik, 2000, s. 17).

Bireyin ihtiyaçlarının karşılanması onu bir derece mutlu edebilir fakat yaşamının kalitesi de aynı şekilde mutlu olması ve doyum sağlamasında önemli bir etkidir. Kişinin hedefi, gayreti, değer yargıları, hayata bakış açısı, başarıları yaşamının kalitesini arttıran unsurlar arasındadır. Gürüz'e (2005, s. 21) göre, bireyin hedeflerinin değer ve ilkeleri ile uyum sağlaması, bireysel yetenek ve becerileriyle desteklenmesi, insan ilişkilerinin başarısı ve aynı zamanda kalitesi ile birlikte değerlendirilmekte, iletişim kalitesinin yükselmesi ise hayatının kalitesinin de yükselmesi şeklinde karşılık bulmaktadır.

Yaşam kalitesi yüksek olan kişinin hayattan tat alma oranı yükselmekte ve belli alanlarda doyum elde etmesinin de yolu açılmaktadır. Kişi genel olarak hayatından memnun, idealine yakın ve değiştirmek istemeyeceği bir hayat tarzına sahipse bu durum onun yaşam doyumunu sağladığına işaret eder niteliktedir. Aynı şekilde eğer birey iletişim kurduğu kişilerle iyi ilişkiler geliştirebilmişse ve sağlıklı bir iletişim ortamı da mevcut ise ilişkilerinden iletişim doyumunu sağlaması olasıdır. İletişim doyumunun sağlanabilmesi için öncelikli olarak bireyin doyum arayışına girmesi gerekmektedir. Bireyler mutluluk, etkileme, rahatlama, kaçış/kontrol ve dahil olma yönelimli olarak iletişim doyum arayışına girebilmektedir. Bu tarz yönelimler ise bireylerarası iletişim motivasyonları ile ilişkili bir durumdur.

Hedefe ulaşma amacıyla davranış geliştirme ile ilgili bir durum olan motivasyon, kişinin belli bir hedefe yönelmesi veya davranışta bulunması anlamına gelmektedir. Bireyin ihtiyaçlarını karşılama süreci ise motivasyon ile başlamakta ve motive olan kişi gereksinimlerini karşılamak için davranışa yönelmektedir. Bu davranış ise gereksinimleri karşılayacak hedef ve istek doğrultusunda gelişmektedir

(Şahin, 2004, s. 525). Bireyde belirli bir işin yapılması için istek oluşturan ve yeterli çabayı göstermeye iten olgu ise motivasyon düzeyidir. Motivasyon düzeyi kişisel ve çevresel faktörler ile yakından ilgilidir. Bireyin eğitim durumu, bilgi, beceri, statü, zihinsel ve biyolojik özellikleri gibi faktörlerle fiziki ve sosyal çevre gibi unsurlar motivasyon düzeyini doğrudan ya da dolaylı olarak etkilemektedir (Işık, 2013, s. 80-81).

Bu düşünsel izlekte, bireylerin birtakım ihtiyaçlarını karşılamada iletişimin gerekliliği ön plana çıkmaktadır. İletişimin daha etkili, sağlıklı olabilmesi ve bireylere katkı sağlayabilmesi çalışmanın temel konusu olan iletişim doyumunun sağlanması açısından önem taşımaktadır. Bireylerarası iletişim motivasyonları ve iletişim doyumu arasındaki ilişkiyi inceleyen bu araştırmada kuramsal arka planda bireylerarası iletişim, iletişim becerileri, motivasyon ve iletişim doyum boyutlarının teorik temellerine odaklanılmış, literatür taramasının ışığında yerel medya çalışanlarının bireylerarası iletişim motivasyonları ile iletişim doyumları arasındaki ilişkiyi ortaya koymaya yönelik olarak Konya ve Denizli illerinde saha araştırması gerçekleştirilmiştir.

Bireylerarası İletişim ve Becerileri

Birey yaşadığı süre boyunca diğer insanlarla iletişim kurmak ve çevresiyle etkileşim halinde bulunmak durumundadır. Bu noktada iletişim, kişinin kendisini ifade etme ve toplumsallaşma sürecinde önemli bir rol oynamaktadır (Eskiyörük, 2015, s. 15). Birey kendisini ifade ederken, gereksinim duyduğu ihtiyaçlarını karşılarken ve toplumsallaşma sürecinde diğer bireylerle iletişime geçme zorunluluğu hissedeabilmektedir. Toplum içerisinde karşılıklı olarak bilgi, duygu, düşünce, fikir paylaşımının düzeyi değişkenlik gösterdiği için iletişimin şekli de farklılaşmaktadır. Bazı durumlarda iletişim gruplar arasında, örgütler arasında veya kişiler arasında gerçekleşmektedir. Güngör'e (2013, s. 50) göre, bireyler grup, örgüt gibi sistematik yapılar içerisinde bir araya gelmedikleri ve kitlesel düzeyde bir niceliğe ulaşmadıkları

sürece aralarında gerçekleştirdikleri iletişimsel ilişki bireylerarası iletişim düzeyinde değerlendirilmektedir.

Bireylerarası iletişim iki veya daha fazla birey arasında gerçekleşen iletişim olarak açıklanabilir (Mısırlı, 2013, s. 11). Kaya'ya (2012, s. 19) göre, bireylerarası iletişim birden fazla insan arasındaki bilgi, duygu, düşünce ve yaşantıların paylaşımıdır. Ebeveyn-çocuk iletişimi, öğretmen-öğrenci iletişimi ya da arkadaş-arkadaş iletişimi bireylerarası iletişim örnekleri olarak sıralanabilir.

Bireylerarası iletişimin başlatılması, sürdürülmesi, kesintiye uğraması ise kişiler arasındaki hem fiziksel hem de duygusal mesafe ile ilişkilendirilebilir. Fiziksel ve duygusal mesafe etkeni dışında kalan birtakım faktörler de bireylerarası iletişim sürecini etkilemektedir. Kişiyi etkileyen unsurlar içerisinde hem içsel hem de dışsal etkiler söz konusudur. Bu etkiler iletişimin başlamasında, devam etmesinde ve sona erdirilmesinde önemli bir yer tutmaktadır. Çünkü birey birtakım etmenlerin kuşatması altında iletişimi başlatma veya sürdürme isteğini kaybedebilmektedir. Dolayısıyla bireylerarası iletişim açısından kişisel özellikler gibi içsel algısal, duygusal, kültürel ve çevresel etkiler gibi dışsal değişkenler bu noktada belirleyici olmaktadır.

Sözü edilen faktörler bağlamında bireylerarası iletişim sürecinde oluşabilecek muhtemel sorun alanlarının çözüme kavuşturulmasında ise iletişim becerileri önemli bir yer tutmaktadır. İletişim becerilerinin bireylerarası sorunların çözümünde önemli bir rol oynamasından dolayı insani ilişkilerde olumlu ya da olumsuz etkileriyle birlikte gündelik yaşamdan bağımsız olarak değerlendirilemeyecek yönleri de mevcuttur. Sosyal hayat içerisinde birey paylaşımında bulunmak için iletişim kurmakta böylelikle de duygu, düşünce ve ihtiyaçlarını ifade edebilmektedir. Bireyin kendini yansıtma biçiminin etkili olması için birtakım iletişim becerilerine sahip olması gerekmektedir.

Bireylerarası iletişim becerileri konusunda ise farklı görüşler mevcuttur. Kişilerin iletişim becerilerinin kalıtımsal oluştuğunu savunanların yanı sıra alandaki görüşler iletişim becerileri içerisinde yer alan unsurların öğrenilebilir ve aktarılabilir

olduğu yönünde yoğunlaşmaktadır. Bu tartışma alanının yanı sıra hangi becerilerin 'iletişim becerileri' kategorisinde yer alacağı konusunda fikir farklılıkları söz konusu olsa da bu çalışmada temel iletişim becerileri ve gelişmiş iletişim becerileri olarak iki temel sınıflandırma temel alınmıştır. Temel iletişim becerileri; kendini ifade etme, kendini açma ve dinleme olarak sıralanabilirken gelişmiş iletişim becerileri ise beden dili, empati, bireyleri etkileyebilme becerisi, çatışma ve çözümlendirebilme olarak sıralanabilmektedir.

Bireylerarası İletişimde Motivasyon ve Doyum İlişkisi

Bireylerin kişisel özellikleri, beklentileri, ihtiyaçları ve istekleri birbirinden farklı nitelikler taşımaktadır. Kişiler önceleri yaşamlarını devam ettirebilmek adına hayati ihtiyaçlarını karşılamak için çaba sarf ederlerken sonraları kendilerini gerçekleştirme ihtiyacı hissederek daha fazla sosyal çevre edinmek, saygınlık kazanmak ve başarılı olma isteği duymaya başlamıştır. Zamanla istek ve beklentiler çeşitlenmekte, değişmekte ve dönüşmektedir. Her bir değişim ise yerini farklı bir ihtiyaca bırakmaktadır. İhtiyaç ve amaçlar ister bireysel boyutta olsun ister örgütsel düzeyde olsun gerçekleşmek için itici bir güce gereksinim duymaktadır. Bu itici güç ise 'motivasyon' kavramına karşılık gelmektedir.

Motivasyon (güdüleme) kavramı İngilizce ve Fransızca "motive" kelimesinden türetilmiştir. "Motive" teriminin Türkçe karşılığı güdü, saik veya harekete geçirici olarak belirlenebilir. Genel olarak istek, arzu, hedef, amaç, ihtiyaç, dürtü vb. kavramları içeren ifadelerle anlatılmaya çalışılan Latince'de hareket etme anlamına gelen "movere" kökünden gelen motivasyon, fizyolojik veya psikolojik yoksunluk ya da ihtiyaçla başlayan amaca yönelik bir davranış veya dürtüyü harekete geçiren, devam ettiren süreçtir (Ülker, 2001, s. 6).

Bireylerarası iletişim çerçevesinde gerçekleşen etkileşimlerin nedenlerini araştıran birçok çalışma gerçekleştirilmiştir. Rubin ve Rubin'e (1992, s. 304) göre, bireylerarası iletişimin nedenlerini sorgulayan araştırmalar, bireylerin başkaları ile diyalog başlatmaya yönelik hedeflerinin bir kısmını tespit etmiştir. Araştırmalar,

bireylerarası ilişkide bazı önemli öncülleri tanımlamaktır. Bu öncüllerle motivasyon arasındaki ilişkiyi incelemekte ve aynı zamanda ihtiyaç duyulan isteklerin yerine getirilmesine odaklanarak, davranışın öncüsü olarak ihtiyaç ve onları karşılamaya yönelten motivasyonları etkileyen ve engelleyen yönlerine yoğunlaşmaktadır.

Sözü edilen motivasyon sürecinde ise temelde dört aşama bulunmaktadır. İlk kademe olan 'ihtiyaç' aşamasında motivasyon süreci belirli şeylere duyulan gereksinim ile başlamaktadır. İkinci aşama 'uyarılma' evresi, bireyde oluşan gereksinimin karşılanması için herhangi bir gücün oluşma süreci olarak tanımlanabilir. Bireyin ihtiyacı doğduğunda ve bu ihtiyacı karşılamak için uyarıldığında belirli bir davranışta bulunma aşaması 'davranış' aşaması olarak açıklanmaktadır. Son aşama ise gösterilen davranışın, ihtiyacı doyurması oranında bireyin doyuma ulaştığı 'doyum' aşamasıdır (Aşıkoğlu, 1996, s. 39-40). Bu noktada, motivasyonu oluşturan ihtiyaçların karşılanmama durumunun tatminsizliğe neden olabileceği ifade edilebilir (Birkan, 2009, s. 4). Doyum kavramı zamanla kişinin kendi içinde geliştirdiği bilişsel, yargısal bir işleme dönüşmektedir. Örneğin, Shin ve Johnson (1978) yaşam doyumunu "Bir kişinin yaşam kalitesini seçtiği ölçütlere göre küresel olarak değerlendirmek" olarak tanımlamışlardır. Memnun olma durumu, diğer bir ifade ile doyum sağlama mevcut durumların karşılaştırılmasına bağlıdır. Birey açısından doyum dışarıdan empoze edilebilen bir durumdan ziyade tamamen öznel bir değerlendirme sürecine karşılık gelmektedir. Kişinin öz değerlendirme bölgesinde önemli olduğuna kanaat getirdiği kriterlerin değerlendirme sonuçları ise onun doyum düzeyini belirlemektedir (Diener, 1985, s. 71).

Kişilerin gereksinimlerinin bireylerarası davranışlarını nasıl etkilediğini inceleyen Schutz (1966), bireylerarası ilişkilerin uyumluluğuna dair psikolojik bir bakış açısı sunmaktadır. Bu yaklaşım, bireylerarası ihtiyaçların bireylerarası davranışlara olan etkisine odaklanmaktadır. Schutz, bu noktada bireylerin üç temel ihtiyaç doğrultusunda birbirleriyle ilişki kurduklarını ifade etmektedir. Bu ihtiyaçlar ise; dâhil olmak, sevgi görmek veya gösterilmesi, kontrol etmek ya da karşıdaki kişinin

isteği doğrultusunda kontrolden vazgeçmek. Sözü edilen gereksinimler bireylerarası iletişimin bütün yönlerini özellikle de ilişkiyi başlatan etkileşimlerin türünü etkilemektedir. Başlangıç şekli ve ilişkilerin tüm aşamasında etki mekanizması görevi gören bu ihtiyaçların giderilmesi ise psikolojik açıdan bireyi belli bir doyuma ulaştırmaktadır.

İletişim doyum yapısının çok boyutlu olduğuna dikkat çeken Downs ve Hazen (1977) aynı zamanda iletişim doyumunu örgüt içindeki iletişimin farklı açılarıyla bireye sağladığı kişisel doyum olarak tanımlamakta ve içinde bulunulan yapının geri dönüt, araç (medya) kalitesi ve farklı ilişki boyutlarını içerdiğine işaret etmektedir (Gülнар, 2007, s. 98). Orpen (1997) ise örgütün bir parçası olarak çalışanların iletişim sayesinde oluşturdukları yapının içerisinde kendilerinden beklentilerin neler olduğunu öğrenme ve çalışma arkadaşlarının kendisine karşı tutumlarını bilme olanağını sahip olabileceklerinin altını çizmektedir. Ayrıca iletişimin örgütsel yapı içerisinde enformasyon iletimi ve bilgi alışverişi ile hem idari hem de çalışanların çalışma hayatına pozitif tutum kazanmalarında etkili bir rol olabileceğini de ifade etmektedir.

Downs ve Hazen (1977) konu ile ilgili olarak oluşturdukları anket formunda iletişim doyum boyutlarını şu şekilde kategorize etmişlerdir (Demirkıran, Yardan, & Yorulmaz, 2013, s. 324-325):

Örgütsel Bilgi Doyumu: Örgütün bütünü ile ilgili geniş bilgi edinmeyi içermektedir. Örgütteki değişimler, örgütün finansal durumu, örgütün tüm politikaları ve örgütün amaçları hakkında bilgi sahibi olmak örgütsel bilgi doyumunu ile ilgilidir.

Geri Bildirim Doyumu: Çalışanların, performanslarının nasıl değerlendirildiğiyle ilgili ihtiyaç duydukları bilgileri içinde barındırmaktadır.

Örgütsel Bütünleşme Doyumu: Bölüm planları, iş gerekleri ve bazı personel hareketleri gibi personelin yakın iş çevresinden edindikleri bilgilerin derecesi ile ilgilidir.

Üstlerle İletişim Doyumu: Üstlerle olan yukarı ve aşağı yönlü iletişimi içermektedir. Üstlerin yeni fikirlere açık olması, çalışanları dinlemesi, işle ilgili sorunları çözme konusunda çalışanlara rehberlik etmesi gibi beceriler örnek olarak verilebilir.

Astlarla İletişim Doyumu: Astlarla olan yatay ve dikey iletişime odaklanmaktadır.

Yatay İletişim Doyumu: Eşit düzeydeki çalışanlar arasındaki informal iletişimin tam olarak sağlanıp sağlanamaması ile ilgilidir. Dedikodu da bu grupta değerlendirilebilir.

İletişim İklimi Doyumu: Hem örgütsel hem de kişisel düzeydeki iletişimi yansıtmaktadır. Örgütün amaçlarına ulaşabilmesi için çalışanları motive ve teşvik etmesini içerir. Aynı zamanda çalışanların iletişimle ilgili tutumlarının sağlıklı olup olmadığını göstermektedir.

İletişim Araçlarının Doyumu: Toplantıların iyi organize edilmesi, yazılı talimatların kısa ve anlaşılır olması gibi örnekler bu çerçevede değerlendirilebilir.

Downs ve Hazen'in belirlediği iletişim doyum boyutlarını Pincus 1986 yılında "İlişkisel Boyut", "Bilgisel Boyut" ve "Bilgisel- İlişkisel Boyut" olmak üzere üç kategoride bir araya getirmiştir. İlişkisel boyut sınıflandırması içerisinde "Üstlerle İletişim Doyum Boyutu, Astlarla İletişim Doyum Boyutu, Yatay ve Biçimsel Olmayan İletişim Doyum Boyutu" na yer vermiştir. Bilgiye dayalı olarak kategorileştirilen üç boyut: "Medya Kalitesi, Örgütsel Bilgi, Örgütsel Bütünleşme"dir. Son kategori olan Bilgisel – İlişkisel İletişim Doyum içerisinde ise "Bireysel Geri Bildirim, İletişim İklimi" boyutlarını ele almıştır (Güllüoğlu, 2012, s. 93).

Örgütsel düzeyde olduğu gibi bireysel olarak da motivasyonun önemi yadsınmamaktadır. Bireylerarası iletişimde ise özellikle 'iletişim doyum' bağlamında bireylerin birbirlerini motive etmeleri önemli bir noktayı oluşturmaktadır. İnsan ilişkilerinde bireylerin işbirliği yapabilmeleri, günlük hayatta ve işte verimli olabilmeleri, ihtiyaçlarını dengeli bir biçimde giderebilmeleri için birleşme ve örgütlenmeye istekli olmalarının bir tür gereklilik olduğu ifade edilebilir. İnsan ilişkileri diğer bir deyişle doyum sağlayan grup psikolojisi ve verimli yaşamayı geliştirmeyi amaçlayan bir süreç olarak açıklanabilir (Nazik, 2000, s. 17).

Bireyleri neyin motive ettiğini bilmek çevredekilerin hareketlerini tutum ve davranışlarını anlamayı gerektirmekte, bu durum ise bireyleri gözlem yapmaya aynı zamanda da çevresini tanımaya yöneltilmektedir. Birbirlerini iyi tanıyan insanlar aralarındaki problemleri daha rahat çözmekte, iş arkadaşları ve yöneticilerle daha iyi ilişkiler kurabilmektedir. Bu noktada bilginin güç, motivasyonun ise katılımcılığın sonucu olduğu söylenebilir (Gümüş & Sezgin, 2012, s. 4). Bentley'e (2013, s. 180) göre, insanların yüksek derecede performansa ulaşmaları ve motive olmalarını sağlamak için onların içlerindeki bu gücü devreye geçirmelerine yardımcı olmak gerekmektedir.

Motivasyon araçlarının çok değişik şekillerde hayatın her alanında ve neredeyse herkes tarafından uygulandığı söylenebilir. En küçük sosyal grup olan ailede, anne veya babanın sınıfını başarıyla geçmesi halinde çocuğuna herhangi bir hediye alacağı sözünü vererek onun davranışlarını yönlendirmeye çalışması gibi örnekleri çoğaltmak mümkündür. Birey kendi üzerinde birtakım motivasyon unsurlarını uygulayabileceği gibi başka bir amaçla diğer bir kişiyi güdülemeye de çalışabilir. Kısaca, insan davranışlarına yön vermek isteyen kişilerin başvuracağı en güçlü yöntemlerden birisinin motivasyon olduğu ifade edilebilir (Gümüş & Sezgin, 2012, s. 4).

Bireylerarası ilişkiler, 1950'li yıllardan günümüze sosyal psikolojinin geleneksel inceleme alanlarından birisini oluşturmaktadır. Bu konudaki ilk araştırmalar laboratuvarın dışında yapılmış, yerleşim düzeni ve tutum benzerliğinin zaman içinde insan ilişkilerini nasıl etkilediği incelenmiştir. Alanda yürütülen ilk araştırmalardan sonra farklı yöntemler uygulanarak ulaşılan sonuçlar neticesinde birtakım olgular ortaya konulmuştur (Hortaçsu, 1997, s. 11). Motivasyon ve iletişim doyumunu temel alan bazı araştırmaların bulguları ise şu şekildedir:

- Varona'nın (1996) Guatemala'da çocuk hastanesinde, bir Katolik okulunda ve gıda fabrikasında farklı düzeyde çalışan 310 kişi ile yaptığı araştırmada, iletişim doyumunu ve örgütsel bağlılık arasında anlamlı pozitif bir ilişki bulunmuştur. Üst ve astla iletişim en yüksek düzeyde doyum elde edilen

faktörleri oluştururken, iletişim iklimi ile bölümler arası iletişimin en düşük doyum elde edilen düzey olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

- Fantozzi'nin (1997) eğitim kurumlarında 1167 yöneticiyi örneklem olarak gerçekleştirdiği çalışmada, iletişim doyumu faktörleri arasında genel örgütsel perspektifin ve bireysel geri bildirim pozisyon ile doyum noktasında anlamlı etkileşimde olduğu; bunun yanı sıra üstle iletişim ve araç kalitesi faktörlerinin de pozisyon ve doyumla anlamlı etkileşiminin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.
- Ahmad'ın (2006) yılında 252 akademik personel ile iki farklı kamu üniversitesinde gerçekleştirdiği çalışmada, faktör analizi tekniğini kullanarak Downs ve Hazen'in 1977'de geliştirdiği iletişim doyum ölçeğindeki orijinal 8 faktörü doğrulamıştır. Araştırma sonucunda en yüksek doyuma ulaşılan faktörler, ast iletişimi, üst iletişimi, ortam (medya kalitesi) ve yatay iletişimidir.
- Byrne ve Lemay'ın (2006) özel sektör çalışanı örneklem alınarak gerçekleştirilen çalışmada, yüz yüze iletişim ve iletişim doyumu arasındaki ilişkiye dair sonuçlar şu şekildedir: yüz yüze iletişimin ilişkili olduğu işle ilgili bilgi doyumu, iş bölümü ve yöneticiden alınan bilgi kalitesi değişkenleri zengin ortam olarak değerlendirilmektedir. Şirket mektupları zayıf ortam olarak sınıflandırılıp, üst yönetimden alınan bilgilerin kalitesi iş doyumuyla ilgili görülürken, elektronik posta ortalama ortam olarak ise sadece kaydedilen acil haberlerin kalitesi ile ilişkilendirilmektedir.
- Eroğlu'nun (2011), yaşam doyumu, iş doyum ve iletişim doyum arasındaki ilişki ile etkileşimin teorik olarak açıkladığı çalışması bu üç doyum türünün birbirleriyle ilişkilendirildiği ilk çalışmadır. Literatür taraması ile gerçekleştirilen çalışma teorik olarak ele alınmıştır. Çalışma neticesinde ise iş doyumunun ve iletişim doyum ilişkisinin varlığını kanıtladığı, genellikle iletişim doyum düzeyi yüksek olan çalışanların iş doyum düzeylerinin de yüksek olduğu sonucunu varılmıştır.

- Balcı ve Gölcü' nün (2016) yalnızlık - kişilerarası motivasyonlar ve mutluluk - yaşam doyum düzeyi arasındaki ilişkiyi ortaya koymaya yönelik olarak üniversite öğrencileri örnekleminde gerçekleştirdikleri araştırma sonucunda, üniversite öğrencileri açısından en önemli kişilerarası iletişim motivasyonlarının kaçış ve rahatlama olduğu ifade edilmiştir. Araştırma bulgularına odaklanıldığında, öğrencilerin bireylerarası iletişime geçme sebeplerinin baskı ve sorumluluklardan kaçmak, yapılması gereken işleri ertelemek, yeni bilgiler elde etmek ve yeni kişilerle tanışmak olduğu gözlenmiştir. Araştırma sorularına verilen cevaplara göre, bireylerarası iletişim kişilere rahatlama ve eğlence sağlamaktadır. Motivasyonlar arası ilişkiler ele alındığında en güçlü ilişkinin ise dahil olma ve rahatlama motivasyonları arasında olduğu saptanmıştır.

AMAÇ VE YÖNTEM

Bireylerarası iletişim bağlamında motivasyon, iletişim doyumunu açısından önemli bir yere sahiptir. Motivasyon ve iletişim doyumunu arasındaki ilişkiyi bireylerarası düzeyde incelemek amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada kuramsal çerçeve ile desteklenerek yerel medya çalışanlarının motivasyon ve iletişim doyumlarını saptamak amaçlanmıştır. Yerel medya çalışanlarının iletişim doyumunu ve bireylerarası iletişim motivasyon düzeylerinin sosyo-demografik özelliklere göre farklılaşıp farklılaşmadığına ilişkin değerlendirmeler yapmak ise çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Temel amaç doğrultusunda bu araştırmada şu sorulara cevap aranmıştır:

- Yerel medya çalışanlarının bireylerarası iletişim motivasyonları nelerdir?
- Yerel medya çalışanlarının iletişim doyumları ne düzeydedir?
- Yerel medya çalışanlarının bireylerarası iletişim motivasyonları ve iletişim doyumları arasında nasıl bir ilişki vardır?
- Yerel medya çalışanlarının kurum tecrübeleri cinsiyete göre farklılaşır mı?
- Yerel medya çalışanlarının iş doyum düzeyleri hangi seviyededir?

İletişim çalışmaları açısından literatürdeki araştırmalar mercek altına alındığında, alanda motivasyon ve iletişim doyumu ilişkisini temel alan çalışmaların daha çok örgütsel düzeyde olduğu bireylerarası iletişim bazında ikili ilişkiyi inceleyen araştırmaların mevcut olmadığı yapılan literatür taraması neticesinde ortaya çıkmıştır. Bu noktadan hareketle, gerçekleştirilen çalışmanın alandaki işaret edilen eksikliği gidermeye yönelik planlanarak alan yazına katkı sağlaması hedeflenmiştir.

Araştırmanın Uygulanması ve Örneklem

Yerel medya çalışanlarının bireylerarası iletişim motivasyonları ile iletişim doyumları arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla Konya ve Denizli illerinde bir saha araştırması gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın evrenini Konya ve Denizli ilinde yerel medyada çalışan medya mensupları oluşturmaktadır. Bu iki şehirde çalışan medya mensuplarından 300'ü araştırmaya dâhil edilerek evren sınırlandırılmıştır. Evreni temsil etme niteliğine sahip örneklem seçimi ise rastlantısal örneklem alma tekniği kullanılarak belirlenmiştir. Rastlantısal örneklem alma tekniği ile Konya ilinde 191, Denizli ilinde ise 109 medya çalışanına ulaşılmıştır. Araştırmada katılımcılara yüz yüze anket tekniği uygulanarak analiz için veri toplanmıştır. Çalışmaya gönüllü olarak dahil olan katılımcıların demografik özellikleri ise şu şekildedir:

- Katılımcıların yüzde 65,7'si erkek, yüzde 34,3'ü ise kadındır. Sonuçlar medyada yer alma açısından cinsiyet bakımından ağırlığı erkeklerin oluşturduğunu, kadınların ise erkeklere oranla yerel medyada daha az oranda yer aldıklarını göstermektedir.
- Katılımcıların yaş dağılımlarının betimleyici istatistikleri incelendiğinde; en düşük 17, en yüksek 57 yaşında oldukları saptanmıştır.
- Çalışmada yer alan katılımcıların yüzde 61,3'ü bekar, yüzde 38,7'si ise evlidir.
- Yerel medya çalışanlarının eğitim düzeylerine odaklanıldığında; katılımcıların yüzde 3'ünün ilköğretim, yüzde 1'inin ortaokul, yüzde 27'sinin lise, yüzde 67'sinin lisans ve yüzde 4,7'sinin lisansüstü eğitim düzeyine sahip olduğu sonucuna

ulaşmıştır. Bu noktada, araştırmaya katılan medya çalışanlarının eğitim düzeylerinin çoğunlukla üniversite mezunu olduğu ifade edilebilir.

Veri Toplama Araçları

Araştırmaya katılan yerel medya çalışanlarının bireylerarası iletişim motivasyonları ile iletişim doyumu arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla demografik sorular da dahil olmak üzere 68 sorudan oluşan bir anket formu hazırlanmıştır. Anket formu katılımcıların zihninde soru işareti bırakmayacak şekilde açık, anlaşılır ve net bir şekilde konu ile ilgili daha önceden gerçekleştirilmiş çalışmalardan faydalanılarak tasarlanmıştır. Anket formunun ilk bölümünde yerel medya çalışanlarının iletişim doyumlarını ölçümlemek amacıyla, Downs ve Hazen'in (1977) geliştirdiği 5'li likert tipinde yirmi sekiz maddeden oluşan, İletişim Doyum Ölçeği'nden yararlanılmıştır. Anketin ikinci bölümünde, Rubin ve arkadaşları (1988) tarafından geliştirilen Kişilerarası İletişim Motivasyonları Ölçeği yer almaktadır. Ölçek mutluluk, rahatlama, kapsam, kontrol, sosyal kaçış ve etkileme gibi iletişim güdülerini yansıtan yirmi sekiz maddeden oluşmaktadır (Rubin & Rubin, 1992).

Verilerin Analizi ve Kullanılan Testler

Araştırmadan elde edilen veriler, istatistik programı kullanılarak elektronik ortama aktarılmıştır. Çalışma açısından önem taşıyan, sonucunda cevap bulunmak istenilen araştırma sorularına yönelik olarak veriler üzerinde analizler yapılmıştır. Verilerin analizinde öncelikle katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini belirlemek amacıyla Frekans Analizi yapılarak veriler tablolatırılmıştır. Kurum tecrübelerinin cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amacıyla Bağımsız Örneklem T-Testi uygulanmıştır. Katılımcıların yaşları, aylık harcama miktarları, işlerinden memnuniyet düzeyleri ve kurum tecrübelerine ait veriler ise Aritmetik Ortalama testi ile saptanmıştır. Yerel medya çalışanlarının bireylerarası iletişim motivasyonlarını belirlemede Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA) esas alınmıştır. Bireylerarası iletişim motivasyonları ile iletişim doyumu arasındaki ilişki ise Korelasyon Analizi ile tespit edilmiştir.

BULGULAR

Yerel Medya Çalışanlarının Kurum Tecrübeleri

- Katılımcıların mesleki eğitimin verildiği iletişim fakültesi mezunu olup olmadıklarını irdeleyen frekans analizi tablosu sonucunda yüzde 39,3'ünün iletişim fakültesi mezunu olduğu, yüzde 60,7'sinin ise iletişim fakültesi mezunu olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ek olarak, yerel medya çalışanlarının büyük bir bölümünün üniversite mezunu olmasına rağmen fakülte bazında iletişim fakültesi mezunu oranının oldukça düşük olduğu bir tablo oluşmuştur.
- Katılımcıların yerel medyada görevli oldukları birimler incelendiğinde; yüzde 22,7'sinin muhabir, yüzde 11,3'nün radyo programcısı, yüzde 9,7'sinin reji, yüzde 8,3'ünün grafik-tasarım, yüzde 7,7'sinin sunucu-spiker, yüzde 6,7'sinin reklam koordinatörü, yüzde 5,3'ünün kurgu, yüzde 5'inin genel yayın yönetmeni, yüzde 5'inin teknik sorumlu, yüzde 4,7'sinin genel koordinatör, yüzde 3,3'ünün yazı işleri müdürü, yüzde 3,3'ünün radyo programcısı, yüzde 2,7'sinin kameraman, yüzde 2,7'sinin radyo yöneticisi, yüzde 1,7'sinin sorumlu yazı işleri müdürü oldukları sonucuna varılmıştır. Frekans dağılımları incelendiğinde, katılımcıların büyük bir çoğunluğunun muhabir ve radyo programcılarında olduğu görülmektedir.
- Katılımcıların kurum tecrübelerini ölçümlemek amacıyla gerçekleştirilen analizler sonucunda elde edilen bulgulara göre, yerel medyada çalışma süreleri incelendiğinde en çok 38 yıl en az ise 1 yıl çalıştıkları sonucuna ulaşılmıştır. Ortalama yerel medyada çalışma süreleri ise 7,06 yıldır. Ek olarak, yerel medya çalışanlarının aynı kurum çatısı altında en az 1 yıl en çok 28 yıl ortalama 4,7 yıl çalıştıkları saptanmıştır.
- Kurum tecrübelerinin cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız örneklem t-testi sonuçlarına göre; cinsiyet ile yerel medyada çalışma süresi arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiş ($t=4,976$; $p<.05$), erkeklerin kadınlara oranla yerel medyada daha uzun süre

çalıştıkları saptanmıştır. Benzer şekilde cinsiyet ile kurum tecrübesi arasında anlamlı bir farklılık mevcuttur ($t=3,589$; $p<.05$). Diğer bir deyişle, erkekler kadınlara oranla aynı kurumda daha uzun yıllar çalışmaktadır.

- Katılımcılardan iş doyum düzeylerini ölçmek amacıyla hazırlanan soruya "1 (Hiç Memnun Değilim) ile 10 (Çok Memnunum)" arasında bir değerlendirme yaparak yanıt vermeleri istenmiştir. Elde edilen verilerin betimleyici istatistik analizi sonucunda ise, ortalama değer 7,31 çıkmış bu orana istinaden katılımcıların yaptıkları işten memnun oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Yerel Medya Çalışanlarının Bireylerarası İletişim Motivasyonları

Katılımcıların bireylerarası iletişim motivasyonlarını ölçümlemek amacıyla hazırlanan 5'li likert tipinde 28 maddeye verilen cevaplar ışığında faktör analizi uygulanmış; öz değer (eigen value) ve yamaç eğrisi grafiği (scree plot) değerlendirmesi neticesinde 4 faktör grubunun incelemeye tabii tutulabileceği sonucuna varılmıştır. Ölçekte mevcut olan 2 madde "Başkalarına onların duyguları hakkında ilgilerimi bildirmesi için, Sahip olmadığım şeyleri elde etmek için" gerekli olan yükleme değerine sahip olmadığı için analiz dışında tutularak değerlendirmeye alınmamıştır. Ölçekte yer alan 4 faktöre "Mutluluk, Rahatlama/Kapsam, Sosyal Kaçış, Etkileme" ait yükleme değerleri Tablo 1. de gösterilmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Bireylerarası İletişim Motivasyonları

Faktörler	Mean	Faktör Yükleme
1. Faktör: Sosyal Kaçış		
Yapıyor olmam gereken bir şeyi ertelemek için	2,41	,781
Baskılardan ve sorumluluklardan kurtulmak için	2,46	,753
Çünkü yapacak daha iyi bir şeyim yok	2,31	,735
Yapmakta olduğum şeyden kurtulmak için	2,66	,721
Benim için bir şeyler yapması için birilerine ihtiyacım var	2,75	,540
2. Faktör: Rahatlama/ Kapsam		
Orada birisinin olduğunu bilmemi garanti ediyor	3,29	,746
Kendimi daha az gergin hissetmemi sağladığı için	3,28	,741
Kendimi daha az yalnız hissetmemi sağlıyor	3,47	,741

Heyecanımı arttırdığı için	3,30	,543
Konuşmak ya da yalnız kalmamak için birine ihtiyaç duyarım	3,37	,523
Gevşememi sağladığı için	3,26	,514
Beni rahatlattığı için	3,47	,464
Bazen sadece problemlerim hakkında konuşma ihtiyacı duyarım	3,37	,424
Hoş bir dinlenme sağladığı için	3,49	,415
3. Faktör: Etkileme		
Çevremdeki insanları teşvik etmek için	3,50	,698
Başkalarına yardım etmek için	3,76	,689
Çevremdekilere ne yapmaları gerektiğini anlatmak için	3,27	,585
Çevremdeki insanlara teşekkür etmek için	3,26	,454
Çevremdeki insanlar hakkında endişelendiğim için	3,06	,441
4. Faktör: Mutluluk		
Beni eğlendirdiği için	3,42	,852
Zamanı iyi geçirmemi sağladığı için	3,78	,789
Bana heyecan verdiği için	3,29	,767
Çevremdeki insanlarla konuşmaktan hoşlanıyorum	3,86	,573
Çevremdeki insanlarla konuşmak çok eğlenceli	3,39	,551
Çevremdeki insanlarla konuşmak beni harekete geçiriyor	3,73	,531
Uyarıcı olduğu için	3,31	,520

Bireylerarası iletişim motivasyonlarına ait faktör analizi tablosu incelendiğinde, yerel medya çalışanlarını iletişim kurmaya yöneltmekte en büyük payı olan motivasyonun *sosyal kaçış* motivasyonu olduğu görülmektedir. Sosyal kaçış faktörünü oluşturan maddelere odaklanıldığında; bireylerin baskı ve sorumluluklardan kurtulmak, yapıyor olmaları gereken bir şeyi ertelemek, yapmakta oldukları şeylerden kurtulmak, yapacakları daha iyi bir şey olmadığı için veya kendileri adına bir şeyler yapması için birilerine ihtiyaç duyduklarından dolayı bireylerarası iletişim kurmaya yöneldikleri sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal kaçış faktörü toplam varyansın 15,88'ni açıklamaktadır. Faktörün güvenilirlik (Cronbach's Alfa= 851) ve özdeğeri (Eigenvalue= 8,11) kabul edilebilir değer üzerinde.

İkinci faktör olan *rahatlama faktörünü* meydana getiren maddelere bakıldığında; bireyler için hoş bir dinlenme sağladığı, onları rahatlattığı, daha az gergin hissetmelerini sağladığı, gevşemelerine yardımcı olduğu, daha az yalnız hissetmelerine olanak sunduğu, heyecanlarını arttırdığı yönündeki etkilerinin olduğu

görülmektedir. Bu etkilerinin yanı sıra rahatlama faktörü konuşmak ya da yalnız kalmamak için birine ihtiyaç duyan bireye orada birisinin olduğunu bilmesini garanti ederek kendisini daha az yalnız hissetmesini de sağlamaktadır. Rahatlama faktörünün analiz sonucuna göre 2,97'lik özdeğere sahip olduğu ve toplam varyansın 14,71' lik kısmını oluşturduğu ifade edilebilir. Faktörün güvenirlik düzeyine bakıldığında Cronbach's Alfa = ,845 olarak ölçümlendiği görülmektedir.

Faktör analizinde üçüncü motivasyon *etkileme faktörüdür*. Etkileme faktörünü oluşturan maddelerde ise; bireylerin başkalarına yardım etmek, çevredeki insanlar hakkında endişelenmek, çevredeki insanlara teşekkür etmek, çevredeki insanları teşvik etmek, çevredekilere ne yapmaları gerektiğini anlatma amaçlı iletişim kurma eğiliminde oldukları ve kurulan iletişim neticesinde belli bir iletişim doyumu elde etmeyi amaçladıkları söylenebilir. Faktör analizi sonucunda ortaya çıkan değerlere odaklanıldığında, etkileme faktörünün 1,55 oranında özdeğeri olduğu ve toplam varyansın 12,47'sini oluşturduğu göze çarpmaktadır. Faktörün güvenirlik değeri Cronbach's Alfa= ,807' dir.

Dördüncü ve son faktör olan *mutluluk faktörü* mercek altına alındığında faktöre atfedilen maddelerin şunlar olduğu ortaya çıkmıştır: kişiyi eğlendirdiği, kişiye heyecan verdiği, kişinin zamanını iyi geçirmesini sağladığı, kişi için uyarıcı olduğu. Ayrıca çevresindeki insanlarla konuşmaktan hoşlanan bireyin, bireylerarası iletişimin onu harekete geçirici bir yönün olması nedeniyle çevresindeki insanlarla konuşmaktan hoşlandığına dair iletişim doyum arayışı içinde olduğu ve dolayısıyla kişinin bu motivasyonlar aracılığıyla bireylerarası iletişime geçebileceği de söylenebilir. Faktörlerin yükleme değerleri göz önüne alındığında en düşük değerlerin mutluluk faktörüne ait olduğu görülmektedir. Mutluluk faktörü 1,45'lik özdeğeri ile toplam varyansın 11,13'lük kısmını oluşturmaktadır. Faktörün güvenirliği ise Cronbach's Alfa= ,734' dür.

Tablo 2. Bireylerarası İletişim Motivasyonları Arasındaki İlişki (Pearson r)

	Mutluluk	Rahatlama	Sosyal Kaçış	Etkileme
Mutluluk	1			
Rahatlama	,642**	1		
Sosyal Kaçış	,184**	,414**	1	
Etkileme	,457**	,579**	,472**	1

Not: **Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed).

Bireylerarası iletişim motivasyonları arasındaki ilişkinin yönünü ve gücünü belirlemek amacıyla yapılan korelasyon analizi bulgularına bakıldığında, rahatlama ve mutluluk faktörü arasında pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu noktadan hareketle, faktörler arasındaki en güçlü ilişkinin rahatlama ve mutluluk faktörleri arasında yaşandığı söylenebilir ($r= ,642$; $p< ,01$). Diğer bir ifadeyle, rahatlama yönelimli bireylerarası iletişim doyum arayışına giren kişiler aynı zamanda mutluluk motivasyonundan elde edilecek iletişim doyumuna da odaklanmaktadır. Rahatlama ve mutluluk faktörleri arasındaki ilişkiye benzer bir ilişki de etkileme ve rahatlama faktörü arasında mevcuttur. Etkileme ve rahatlama faktörleri arasında orta düzeyde pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır ($r= ,579$; $p< ,01$).

Yerel Medya Çalışanlarının İletişim Doyumu Boyutları

Yerel medya çalışanlarının iletişim doyum faktörlerinden *iletişim iklimine* dair yöneltilen sorulara verdikleri cevapların analizinde ulaşılan sonuçlara bakıldığında, en çok kurum içi iletişim faaliyetlerinin onlarda ait olma ve kurumla bütünleşme hissi uyandırdığını belirtirlerken iletişim iklimine dair en az savunulan ifade ise kurumda çalışan bireylerin yeterli düzeyde iletişim becerisine sahip olmadığı yönündeki düşüncedir.

Tablo 3. İletişim Doyumu Maddeleri Dağılım İstatistikleri

Boyutlar	Mean	SD
1. Boyut: İletişim İklimi	3,66	,645
Kurum içi iletişim faaliyetleri bende kuruma ait olma ve onunla bütünleşme hissi uyandırır	3,84	,935
İşimle ilgili yeterli bilgi düzeyine sahibim	3,81	,930
Kurum içi iletişim çalışanları kurum hedefine çalışmak için teşvik eder	3,80	1,01
İletişim çatışmaları doğru iletişim kanalları ile ele alınmaktadır	3,47	1,01
Kurumumdaki insanlar yeterli düzeyde iletişim becerisine sahiptir	3,38	1,04
2. Boyut: Yatay İletişim	3,55	,548
Çalışma grubum uyumludur	3,76	,899
Fısıltının kurumumuzda aktif olduğunu düşünüyorum	3,65	1,09
Kurumumdaki iletişim uygulamaları acil durumlara adapte edilebilir	3,48	,941
Kurumumda resmi olmayan iletişim etkindir ve kesindir	3,45	1,01
Kurum çalışanları arasındaki iletişim doğru ve serbesttir	3,43	,932
3. Boyut: Üstlerle İletişim	3,63	,775
Yöneticim beni dinler ve dikkate alır	3,76	1,46
Yöneticim bana güvenir	3,77	1,02
Yöneticim fikirlere açıktır	3,73	1,67
Yöneticim işle ilgili sorunların çözümünde rehberlik eder	3,70	1,05
Yöneticim bana doğrularla ilgili geri bildirimlerle döner	3,68	1,00
4. Boyut: Kurumsal Bütünleşme	3,80	,694
Çalıştığım kurumun medya politikaları hakkında bilgim vardır	4,05	,892
İşimle ilgili ihtiyacım olan konular hakkında bilgim vardır	4,02	,884
İşimdeki yetkimle ilgili bilgim vardır	4,00	,875
Personelle ilgili haberler hakkında bilgim vardır	3,68	1,00
Yan ödemeler ve ücretlerle ilgili olarak yöneticim bana bilgi verir	3,24	1,21
5. Boyut: Kurumsal Geri Bildirim	3,63	,775
Kurum içi hatalarımdan dolayı nasıl yargılandığımı bilirim	3,68	,947
Yaptığım işin diğer yapılan işlerle nasıl kıyaslandığına ait bilgim vardır	3,66	1,02
İşimdeki sorunların nasıl ele alındığı ile ilgili bilgim vardır	3,66	,982
Yöneticilerim çalışanlarının karşılaştıkları sorunlarla yakından ilgilenmektedirler	3,60	1,02
Çabalarımın nasıl takdir edildiğine ilişkin bilgim vardır	3,55	1,10

Kurum içinde gerçekleşen *yatay iletişim* boyutunu ölçümlemeye yönelik olarak gerçekleştirilen analizler sonucunda, medya çalışanları çalışma gruplarını uyumlu bulmalarına rağmen fısıltının kurumlarında aktif olduğu yönünde düşüncelere sahiptirler. Çalışanların yatay iletişim bağlamında en az savundukları nokta ise kurum çalışanları arasındaki iletişimin doğru ve serbest olduğu yönündeki düşüncedir.

Yerel medya çalışanlarının yöneticileri ile kurdukları çift yönlü iletişimin değerlendirilmesini içeren *üstlerle iletişim* faktörleri çerçevesinde elde edilen bulgular incelendiğinde, en çok katılım gösterilen görüşlerin "Yöneticim bana güvenir", "Yöneticim beni dinler ve dikkate alır" ifadeleri olduğu görülmektedir. Çalışanlar tarafından üstlerle iletişim noktasında en az katılım gösterilen düşünce ise yöneticilerinin onlara doğrularla ilgili olarak geri bildirim vermediği yönündeki görüştür.

Kurumsal bütünleşme faktörü içerisinde yer alan maddeleri yanıtlamaları neticesinde gerçekleştirilen analiz sonuçlarına bakıldığında, katılımcılar en çok çalıştıkları kurumun medya politikaları ve işleriyle ilgili bilgileri konusunda elde ettikleri bilgilerden doyum sağladıklarını ifade etmişlerdir. Kurumsal bütünleşme ile ilgili olarak en az doyum sağladıkları nokta ise finansal bilgilendirmeleri ölçen "Yan ödemeler ve ücretlerle ilgili olarak yöneticim bana bilgi verir" ifadesini içeren maddeye verdikleri değerdir.

Kurumsal geri bildirim noktasında elde ettikleri iletişim doyumunu incelemek amacıyla yapılan analizler incelendiğinde, kurum içinde en çok hatalarından dolayı nasıl yargılandıkları dair geri bildirim aldıklarını ifade etmişlerdir. Buna rağmen kurum içinde en az en az geri bildirim alınan nokta ise çabaların takdiri ile ilgili dönütlerdir.

Öte yandan iletişim doyum alt boyutlarına verilen önem düzeyi karşılaştırıldığında; katılımcılar en çok kurumsal bütünleşmeden ve iletişim ikliminden en az ise yatay iletişimden iletişim doyumunu sağlamışlardır. Yatay iletişim çerçevesinde kurulan ilişkilerin olumsuz getirileri göz önüne alındığında bireylerin bu

noktada iletişim doyumu elde edememeleri ya da kendilerini daha az güvende hissetmelerinin ise doğal bir sonuç olduğu ifade edilebilir.

Yerel Medya Çalışanlarının Bireylerarası İletişim Motivasyonları ile İletişim Doyumu Arasındaki İlişki

Çalışmanın temel odak noktasını oluşturan bireylerarası iletişim motivasyonları ile iletişim doyumu arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla yapılan korelasyon analizinden elde edilen bulgular *Tablo 4*'te gösterilmektedir.

Tablo 4. Bireylerarası İletişim Motivasyonları ve İletişim Doyumu Arasındaki İlişki
(Pearson r)

KORELASYON ANALİZİ BULGULARI	İletişim Doyumu
Mutluluk	,351**
Rahatlama/ Kapsam	,400**
Sosyal Kaçış	,098
Etkileme	,454**

Not: **Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed).

Bireylerarası iletişim motivasyonları ile doyumları arasındaki ilişkinin yönünü ve gücünü belirlemek amacıyla yapılan korelasyon analizi bulgularına bakıldığı zaman; araştırmaya katılanların iletişim doyumu ile mutluluk ($r= ,351$; $p<,01$), rahatlama/kapsam ($r=400$; $p<,01$), etkileme ($r= ,454$, $p<01$) motivasyonları arasında pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki dikkat çekmektedir. Diğer bir ifadeyle, araştırmaya katılanların iletişim doyumu arttıkça, mutluluk yönelimli bireylerarası iletişimde de artış yaşanmaktadır. Aynı şekilde benzer bir ilişki, etkileme ve rahatlama/kapsam motivasyonu içinde geçerlidir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Gündelik yaşam içerisinde bireyin temel gereksinimlerinin dışında toplumsal yaşamında sosyal anlamda da birtakım ihtiyaçları mevcuttur. İhtiyaçlar ise kişiye ve içinde bulunulan çevrenin koşullarına göre değişkenlik göstermektedir. Bazı bireyler

kendini gerçekleştirme ihtiyacı hissederken bazı bireyler ait olma ihtiyacı hissedebilir veya takdir edilme ihtiyacı duyabilir. Bu durum tamamen bireyin kişisel özelliklerine ve içerisinde bulunduğu ortamın özelliklerine göre çeşitlenmektedir. Bu noktada, diğer birey ya da gruplar ile iletişim kurmanın da bu ihtiyaçlardan birisi olduğu ve aynı zamanda da bir tür gereklilik olduğu ifade edilebilir.

Gereksinimlerin karşılanması için harekete geçmeyi sağlayacak araç ise güdülenmedir başka bir deyişle, motivasyondur. Motivasyon araçlarının gündelik yaşam içerisinde farklı şekillerde hayatın her alanında ve neredeyse herkes tarafından uygulandığı söylenebilir. Toplumsallaşmanın yapı taşını oluşturan ailede, kişiliğin gelişimine katkı sağlayan arkadaş grubu çevresinde ya da eğitim öğretim aşamaları gibi pek çok alanda davranışları yönlendirmede kullanılan araç konumundadır.

İletişimin başlatılmasında, sürdürülmesinde, kesintiye uğramasında veya sonlandırılmasında bireylerin motivasyonunun etki mekanizmalarından birini oluşturduğu söylenebilir. Birey kendisi üzerinde birtakım motivasyon unsurları inşa edebileceği gibi diğer bir kişiyi de güdüleme çabası içine girebilir. Bu türde belirli bir amaca yönelik gerçekleştirilen iletişimde kişinin önce kendisini tanıması daha sonra ise iletişime geçtiği kişiyi doğru çözümleyebilmesi gerekmektedir. Çünkü duyulan ihtiyaçların karşılığını bulamaması durumu bireyde hoşnutsuzluğa yol açabilmektedir.

Bu hoşnutsuzluk bireyin yaşamını olumsuz yönde etkilemekle kalmayıp aynı zamanda iletişim kurduğu kişilerle olan ilişkilerini de etkileme potansiyeline sahiptir. Bu noktada ortak bir paydada buluşulmamış olsa da iletişim becerilerinin geliştirilmesi gerekliliğinin ön plana çıktığı söylenebilir. Bireyin hem kalımsal olarak sahip olduğu hem de geliştirdiği iletişim becerileri yaşamının daha doyumsuz olması noktasında bir etkidir. Çünkü iletişim becerileri gelişmiş olan bireyler iletişim becerileri zayıf olan kişilere göre daha sağlıklı ilişkiler kurmakta, kendisini daha iyi ifade edebilmekte ve iletişim sürecinde ortaya çıkan çatışmaların çözümü noktasında belirleyici bir rol üstlenmektedir. Bu çerçeveden bakıldığında, özelde bireylerarası

iletişime katkı sağlayan gelişmiş iletişim becerileri genelde ise topluma katkı sağlamaktadır. İletişim becerileri gelişmiş kişilerin toplum içerisinde meydana gelebilecek çatışmaların uzlaşımı konusunda etki mekanizması haline dönüşmeleri ve toplumsal uzlaşım noktasında katkı sağlamaları ise muhtemeldir.

Doyumlu yaşam geçirme çabasında olan bireyin hayatın birçok alanında yaşam doyumunu, iş doyumunu gibi birtakım doyum yönelimli davranışları iletişim noktasında da mevcuttur. Bireyi bu yönetime sevk eden faktörlerden birisi de bireylerarası iletişim motivasyonudur. Bireylerarası iletişim motivasyonları içerisinde kişiler mutluluk, etkileme, sosyal kaçış, dahil olma ve kontrol yönelimi kategorilerinden iletişim doyumunu sağlamak istemektedir. Bu karşılıklı ilişki zinciri ise bireylerarası iletişim motivasyonları ile iletişim doyumunu arasındaki bağlantının önemine işaret etmektedir.

Bireylerarası iletişim motivasyonu ve iletişim doyumunu ilişkisi çerçevesinde yerel medya çalışanları ile gerçekleştirilen saha araştırmasından elde edilen veriler ışığında ulaşılan bulgulardan frekans analizi sonuçlarına bakıldığında, araştırmaya katılanların çoğunluğunun muhabir ve radyo programcılarında olduğu gözlenmiştir. Katılımcıların kurum tecrübelerine odaklanıldığında, yerel medyada en az 1 yıl en çok 38 yıl ve ortalama 7 yıl çalıştıkları saptanmıştır. Aynı kurum çatısı altında en az 1 yıl en fazla 28 yıl ortalama ise 4 yıl çalıştıkları sonucuna ulaşılmıştır. İcra ettikleri meslekten sağladıkları doyumunu belirlemek amacıyla analiz edilen iş doyum ölçeğine göre; katılımcılar mesleklerinden yüksek oranda (10 üzerinden 7) memnundur.

Kurum tecrübelerinin cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız örneklem t-testi sonuçlarına göre; erkekler kadınlara oranla daha uzun yıllar yerel medyada ve aynı kurumda çalışmaktadır. Meslek doyumuna dair bulgular ise kadınlar ile erkekler arasında memnuniyet düzeyi ile ilişkili olarak anlamlı bir farklılık olmadığına işaret etmektedir.

Medya çalışanlarının bireylerarası motivasyonları incelendiğinde katılımcıları en çok iletişim kurmaya yönelten bireylerarası iletişim motivasyonunun; baskı ve

sorumluluklardan kurtulmak, yapılması gereken bir şeyi ertelemek, yapılacak daha iyi bir seçenek olmadığı için veya kendileri adına bir şeyler yapması için birilerine ihtiyaç duyulan faktörleri içeren sosyal kaçış motivasyonu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bireylerarası iletişim çerçevesinde kişileri ilişki kurmaya yönlendirmede en az etkili olan motivasyon ise; eğlendirdiği için, heyecan verdiği için, zamanı iyi geçirmeyi sağladığı için, çevredeki insanlarla konuşmaktan hoşlanıldığı için, çevredeki insanlarla yapılan konuşmalar harekete geçirdiği için, çevredeki insanlarla konuşmaktan hoşlanıldığı ve uyarıcı olduğu için maddelerinden oluşan mutluluk motivasyonudur.

Bireylerarası iletişim motivasyonları arasındaki ilişkinin yönünü ve gücünü belirlemek amacıyla yapılan korelasyon analizi bulgularına bakıldığında, rahatlama yönelimli bireylerarası iletişim doyum arayışına giren kişilerin aynı zamanda mutluluk motivasyonundan elde edilecek iletişim doyumuna da odaklandıkları görülmektedir. Rahatlama ve mutluluk faktörleri arasındaki ilişkiye benzer bir ilişki de etkileme ve rahatlama faktörü arasında mevcuttur. Yine aynı şekilde rahatlama yönelimli doyum arayışına giren birey mutluluk açısından da doyum elde etmeyi amaçlamaktadır. Cinsiyete göre bireylerarası iletişim motivasyonlarındaki farklılıklar incelendiğinde ise anlamlı bir farklılık ortaya çıkmamıştır.

İletişim doyum faktörlerine verilen önem düzeyi incelendiğinde; katılımcılar en çok işin gerekliliklerine dair bilgilenmeyi içeren kurumsal bütünleşmeden ve kurum içi iletişim faaliyetleriyle iletişim becerilerini kapsayan iletişim ikliminden, en az ise eşit düzeydeki çalışanlar arasındaki informal iletişim ile ilişkili olan yatay iletişimden doyum sağlamışlardır. Yatay iletişim çerçevesinde kurulan ilişkilerin olumsuz sonuçları da beraberinde getirebileceği ihtimali de göz önüne alındığında, kişilerin söz konusu iletişim biçiminden iletişim doyumunu elde edememeleri ya da kendilerini daha az güvende hissetmelerinin doğal bir sonuç olduğu söylenebilir.

Çalışmanın temel odak noktasını oluşturan bireylerarası iletişim motivasyonları ile iletişim doyumunu arasındaki ilişkiyi inceleyen analizler neticesinde

elde edilen bulgulara göre, bireylerarası iletişim motivasyonu ile iletişim doyumu arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Sonuçlara göre; etkileme faktörlü, rahatlama/kapsam faktörlü ve mutluluk faktörlü iletişim doyum arayışına yönelen kişiler iletişim doyumu elde etmektedir. Diğer bir deyişle, mutluluk yönelimli iletişim doyum arayışı ile bireylerarası iletişim doyumu arasındaki artış doğru orantılıdır. Benzer ilişki etkileme ve rahatlama/kapsam yönelimli iletişim doyum arayışında da mevcuttur. Kişilerin etkileme ve rahatlama/kapsam yönelimli doyum arayışları iletişim doyumu elde etmeleri ile sonuçlanmaktadır. Sonuç olarak, bu araştırma yerel medya çalışanlarının bireylerarası iletişim motivasyonları ile iletişim doyumu ilişkisini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilmiş bir alan araştırmasıdır. Gelecekte yapılacak olan araştırmaların farklı alanlarda daha geniş bir örneklem ile gerçekleştirilmesinin bireylerarası iletişim literatürüne katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

ÇALIŞMANIN ETİK İZİN BELGELERİ

Söz konusu bu çalışma, 2020 yılı öncesi araştırma verileri kullanılmış bir yüksek lisans çalışmasından üretildiğinden dolayı etik kurul izni gerekmemektedir.

KAYNAKÇA

Ahmad, A. H. (2006). Auditing Communication Satisfaction Among Academic Staff: An Approach to Managing Academic Excellence. *The Business Review Cambridge*, 5(1), 330-333.

Aşıkoğlu, M. (1996). *İnsan Kaynaklarını Verimliliğe Yönlendirme Aracı Olarak Motivasyon*. İstanbul: Üniversite Kitabevi.

Balcı, Ş., & Gölcü, A. (2016). The Relation Between Loneliness And Interpersonal Communication Motives In The Life Of University Students. *The 2nd International Conference on the Changing World and Social Research (ICWSR'2016)*, (s. 79-93). Barcelona.

Bentley, J. (2013). *İnsanları Motive Etme*. (O. Yıldırım, Çev.) İstanbul : Hayat Yayınları.

- Birkan, K. C. (2009). Çalışanların Motivasyonel Öncelikleri ve Bir Motivasyon Faktörü Olarak Liderliğin Önemi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Byrne, Z. S., & LeMay, E. (2006). Different Media for Organizational Communication: Perceptions of Quality and Satisfaction. *Journal of Business and Psychology*, 149-173.
- Demirkıran, M., Yardan, E. D., & Yorulmaz, M. (2013). İl Sağlık Müdürlüğü Çalışanlarının Örgütsel Adalet Algılamalarının İletişim Doyumlarına Olan Etkisi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(2), 322-334.
- Diener, E. E. (1985). The Satisfaction With Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71-75.
- Eroğlu, E. (2011). Örgütlerde İletişim Kalitesini Etkileyen Faktörlerin Değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(1), 137-149.
- Eskiyörük, D. (2015). *Örgütsel İletişim* (1. b.). İstanbul: Cinius Yayınları.
- Fantozzi, G. P. (1997). A Comparison of The Perspectives of Superintedents and Principals on The Communication Process. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. Northern İllonois University.
- Güllüoğlu, Ö. (2012). *Örgütsel İletişim "İletişim Doyumu ve Kuramsal Bağlılık* (1. b.). Konya: Eğitim Kitabevi.
- Gülner, B. (2007). *Örgütlerde İletişim ve İş Doyumu* . Konya: Literatürk.
- Gümüş, S., & Sezgin, B. (2012). *Motivasyonun Örgütsel Bağlılığa ve Performansa Etkisi* (1. b.). İstanbul: Hiperlink.
- Güngör, N. (2013). *İletişim Kuram ve Yaklaşımlar* (2. b.). Ankara: Siyasal Kitabevi.

- Gürüz, D. (2005). Düşünce Yönetimi "Yaşam Biçimini İletişimin Kalitesini Artırma". A. T. Demet Gürüz içinde, *İletişime Yeni Yaklaşımlar* (s. 1-25). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Hortaçsu, N. (1997). *İnsan İlişkileri* (1. b.). Ankara: İmge Kitabevi.
- Işık, M. (2013). *Sizinle İletişebilir Miyiz ?* (8. b.). Konya: Eğitim Yayınları.
- Kaya, A. (2012). İletişime Giriş: Temel Kavramlar ve Süreçler. A. Kaya (Dü.) içinde, *Kişilerarası İlişkiler ve Etkili İletişim* (s. 2-28). Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Metin, I. (2013). *Sizinle İletişebilir Miyiz* (8. Baskı b.). Konya: Eğitim Yayınları.
- Mısırlı, İ. (2013). *Genel ve Teknik İletişim Kavramlar, İlkeler ve Uygulamalar* (7. b.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Nazik, H. H. (2000). *İnsan İlişkileri* (1. b.). İstanbul: Yapa Yayınları.
- Orpen, C. (1997). The Interactive Effects Of Communication Quality And Job Involvement On Managerial Job Satisfaction And Work Motivation. *The Journal of Psychology*, 131(5), 519-522.
- Rubin, R., & Rubin, A. (1992). Antecedents of Interpersonal Communication Motivation. *Communication Quarterly*, 40(3), 304-317.
- Schutz, W. C. (1966). *The Interpersonal Underworld: FIRO: a Three-dimensional Theory of Interpersonal Behavior*. Science & Behavior Books.
- Şahin, A. (2004). Yönetim Kuramları ve Motivasyon İlişkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 523-547.
- Ülker, A. (2001). Organizasyonlarda Motivasyon ve Bir Uygulama. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Malatya: İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Varona, F. (1996). Relationship Between Communication Satisfaction and Organizational Commitment in Three Guatemalan Organizations . *The Journal of Business Communication*, 111-140.

Ek 1: Anket Formu

İyi günler*** Bu araştırma “*Yerel Medya Çalışanlarının Bireylerarası İletişim Motivasyonları ile İletişim Doyumları Arasındaki İlişki*” konulu bilimsel bir projenin uygulama kısmı için yapılmaktadır. İçtenlikle vereceğiniz cevaplar, çalışmanın başarılı olmasında önemli rol oynayacaktır. Zaman ayırdığınız için şimdiden teşekkür ederiz.

Çevremdeki insanlarla konuşurum, çünkü...		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1.	Beni eğlendirdiği için	1	2	3	4	5
2.	Bana heyecan verdiği için	1	2	3	4	5
3.	Zamanı iyi geçirmemi sağladığı için	1	2	3	4	5
4.	Başkalarına onların duyguları hakkındaki ilgilerimi bildirmesi için	1	2	3	4	5
5.	Uyarıcı olduğu için	1	2	3	4	5
6.	Konuşmak ya da yalnız kalmamak için birine ihtiyaç duyarım	1	2	3	4	5
7.	Çevremdeki insanlarla konuşmaktan hoşlanıyorum	1	2	3	4	5
8.	Çevremdeki insanlarla konuşmak beni harekete geçiriyor	1	2	3	4	5
9.	Başkalarına yardım etmek için	1	2	3	4	5
10.	Yapmakta olduğum şeyden kurtulmak için	1	2	3	4	5
11.	Çevremdeki insanlara teşekkür etmek için	1	2	3	4	5
12.	Gevşememi sağladığı için	1	2	3	4	5
13.	Çevremdeki insanlar hakkında endişelendiğim için	1	2	3	4	5
14.	Çevremdeki insanlarla konuşmak çok eğlenceli	1	2	3	4	5
15.	Bazen sadece problemlerim hakkında konuşma ihtiyacı duyarım	1	2	3	4	5
16.	Kendimi daha az yalnız hissetmemi sağlıyor	1	2	3	4	5
17.	Orada birisinin olduğunu bilmemi garanti ediyor	1	2	3	4	5
18.	Kendimi daha az gergin hissetmemi sağladığı için	1	2	3	4	5
19.	Heyecanımı artırdığı için	1	2	3	4	5
20.	Çünkü yapacak daha iyi bir şeyim yok	1	2	3	4	5
21.	Baskılardan ve sorumluluklardan kurtulmak için	1	2	3	4	5
22.	Beni rahatlattığı için	1	2	3	4	5
23.	Çevremdeki insanları teşvik etmek için	1	2	3	4	5
24.	Sahip olmadığım şeyleri elde etmek için	1	2	3	4	5
25.	Yapıyor olmam gereken bir şeyi ertelemek için	1	2	3	4	5
26.	Benim için bir şeyler yapması için, birilerine ihtiyacım var	1	2	3	4	5
27.	Çevremdekilere ne yapmaları gerektiğini anlatmak için	1	2	3	4	5
28.	Hoş bir dinlenme sağladığı için	1	2	3	4	5

<i>Aşağıda yaşam doyumunuzu ölçmeye yönelik beş ifade yer almaktadır. İfadelerle ilgili düşüncenizi uygun numarayı işaretleyerek lütfen belirtiniz.</i>		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
29.	Pek çok yönden hayatım idealime yakındır	1	2	3	4	5
30.	Yaşam koşullarım mükemmel	1	2	3	4	5
31.	Hayatımdan tatmin oluyorum	1	2	3	4	5
32.	Şu ana kadar hayatımda yapmak istediğim önemli şeyleri	1	2	3	4	5
33.	Hayatımı tekrar yaşayabilseydim, neredeyse hiçbir şeyi değiştirmezdim	1	2	3	4	5

<i>Aşağıda bir takım ifadeler yer almaktadır. İfadelerle ilgili düşüncenizi uygun numarayı işaretleyerek lütfen belirtiniz...</i>		Hiç katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen katılıyorum
34.	Kurum içi iletişim çalışanları kurum hedeflerine ulaşmak için motive ve teşvik eder	1	2	3	4	5
35.	Kurumumdaki bireyler yeterli düzeyde iletişim becerisine sahiptir	1	2	3	4	5
36.	Kurum içi iletişim faaliyetleri bende kuruma ait olma ve onunla bütünleşme hissi uyandırır	1	2	3	4	5
37.	İşimle ilgili yeterli bilgi düzeyine sahibim	1	2	3	4	5
38.	İletişim çatışmaları doğru iletişim kanalları ile ele alınmaktadır	1	2	3	4	5
39.	Fısıltının kurumumuzda aktif olduğunu düşünüyorum	1	2	3	4	5
40.	Kurum çalışanları arasındaki iletişim doğru ve serbesttir	1	2	3	4	5
41.	Kurumumdaki iletişim uygulamaları acil durumlara adapte edilebilir	1	2	3	4	5
42.	Çalışma grubum uyumludur	1	2	3	4	5
43.	Kurumumda resmi olmayan iletişim etkindir ve kesindir	1	2	3	4	5
44.	Yöneticim beni dinler ve dikkate alır	1	2	3	4	5
45.	Yöneticim işle ilgili sorunların çözümünde rehberlik eder	1	2	3	4	5
46.	Yöneticim bana güvenir	1	2	3	4	5

47.	Yöneticim yeni fikirlere açıktır	1	2	3	4	5
48.	Yöneticim bana doğrularla ilgili geri bildirimlerle döner	1	2	3	4	5
49.	İşimdeki yetkimle ilgili bilgim vardır	1	2	3	4	5
50.	Personelle ilgili haberler hakkında bilgim vardır	1	2	3	4	5
51.	Çalıştığım kurumun medya politikaları ve hedefleri ile ilgili bilgim vardır	1	2	3	4	5
52.	İşimle ilgili ihtiyacım olan konular hakkında bilgim vardır	1	2	3	4	5
53.	Yan ödemeler ve ücretlerle ilgili olarak yöneticim bana bilgi verir	1	2	3	4	5
54.	Yaptığım işin diğer yapılan işlerle nasıl kıyaslandığına ait bilgim vardır	1	2	3	4	5
55.	Kurum içindeki hatalarımdan dolayı nasıl yargılandığımı bilirim	1	2	3	4	5
56.	Çabalarımın nasıl takdir edildiğine ilişkin bilgim vardır	1	2	3	4	5
57.	İşimdeki sorunların nasıl ele alındığıyla ilgili bilgim vardır	1	2	3	4	5
58.	Yöneticilerim çalışanların karşılaştıkları sorunlarla yakından ilgilenmektedir	1	2	3	4	5

59. Kendinizi ne derece **MUTLU** hissediyorsunuz? (1-10 arasında işaretleme yapınız)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

60. Yerel medyada hangi birimde çalışıyorsunuz?

61. Kaç yıldır yaptığınız işte çalışıyorsunuz ?

62. Kaç yıldır kurumunuzda çalışıyorsunuz ?

63. İletişim fakültesi mezunu musunuz ? 1) Evet 2) Hayır

64. Aylık harcama miktarınız nedir?

65. Medeni durumunuz nedir ? 1) Bekar 2) Evli

66. Eğitim Düzeyiniz nedir ? 1)İlkokul 2)Ortaokul 3)Lise 4) Üniversite 5)Lisansüstü+

67. Cinsiyetiniz: 1. Erkek 2. Kadın

68. Yaşınız:.....

Ankete Katıldığınız İçin Teşekkür Ederiz

Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No plagiarism detected.

Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed.

Tez Özeti

**HALKLA İLİŞKİLER EĞİTİMİNDE LİSANS MÜFREDATLARI:
TÜRKİYE VE KANADA ÖRNEĞİ**

Muammer ÖZTÜRK¹

Özet

Çağımızın koşullarının sürekli değişimi ve her geçen gün iletişim alanında meydana gelen yenilikler iletişimin dinamikliği ve evrenselliğinden dolayı halkla ilişkilerin günümüz şartlarına uyum sağlamasını gerektirmektedir. Halkla ilişkiler sektöründe görev alacak ve uzmanlaşacak kişilerin eğitim süreçlerinde önemli bir aşama olan halkla ilişkiler lisans eğitiminin kaliteli olması gelişmiş bir müfredata sahip olmasıyla doğru orantılıdır. Eğitim müfredatlarının çağın koşullarını yakalaması için güncel tutularak teorik bilgiden nasıl faydalanılacağı ve yeni iletişim teknolojilerinin uygulamalı olarak halkla ilişkilerde nasıl kullanılacağına öğretilmesi meslekte başarılı olunması için önem taşıyan gereksinimler olarak nitelendirilmektedir. Halkla ilişkiler uzmanının yer alacağı sektöre göre farklı becerilere sahip olması ilgili konular hakkında dersler almış olmasıyla bağlantılıdır.

Bir ülke içerisinde bulunan üniversitelerin halkla ilişkiler müfredatlarında farklılıklar olabileceği gibi diğer ülkelerin müfredatlarında da farklılıkların bulunacağından hareketle kuruluş yılları temel alınarak Türkiye ve Kanada'dan 16 halkla ilişkiler lisans programının 2017-2018 eğitim müfredatlarına içerik analizi uygulanmıştır. Her ülkede verilen dersler teorik ve uygulamalı olarak detaylı bir biçimde incelenmiş daha sonrasında her iki ülkenin müfredatları karşılaştırılmıştır. Elde edilen bulgular sonucunda Türkiye'deki halkla ilişkiler lisans müfredatlarının Kanada'ya göre öğrencilere hem teorik hem de uygulamalı dersler bakımından daha geniş ve ayrıntılı bir ders katalogu sunduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Eğitim, Müfredat, İletişim, Halkla İlişkiler, Halkla İlişkiler Lisans Eğitimi.*

**UNDERGRADUATE CURRICULUM IN PUBLIC RELATIONS EDUCATION:
THE CASE OF TURKEY AND CANADA**

ABSTRACT

The constant change of the conditions of our age and the innovations occurring day by day in the communication field are required to adapt to the current conditions of public relations because of the dynamics and universality of communication. The quality of public relations undergraduate education, an important stage in the educational processes of specialists who will be involved in the public relations sector, is directly proportionate to having an advanced curriculum. Teaching the lessons in the curriculum to catch up with the conditions of the age, how to take advantage of theoretical knowledge and how to use new communication technologies in public relations are considered essential requirements for success in the profession. The fact that the public relations expert has different skills according to the business in which he will work is related to the fact that he has taken lessons on related topics. Considering that there may be differences in the public relations curriculum of universities in a country, as well as differences in the curriculum of other countries, content analysis was applied to the 2017-2018 curriculum of 16 public relations undergraduate programs from Turkey and Canada. The

¹ Doktorant (YÖK 100/2000), Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, muammer@live.com, ORCID: 0000-0001-8124-7096

Gönderim Tarihi/Received: 04.03.2021 **Kabul Tarihi/Accepted:** 27.05.2021

<https://doi.org/10.53495/e-kiad.891130>

lessons given in each country were examined in detail, theoretically and practically, and then the curriculum of both countries were compared. As a result of the findings, it has been determined that the public relations undergraduate curriculum in Turkey offer a comprehensive and more specific lesson catalog to the students in terms of both theoretical and applied lessons compared to Canada.

Keywords: *Education, Curriculum, Communication, Public Relations, Public Relations Undergraduate Education.*

Extended Abstract

The strategic position of public relations in our age, the need for equipped personnel in this field, emphasizes the importance of Public Relations Education. Considering the present and tomorrow of Public Relations, the level of education must be high for the professionals to carry out successful activities in business life. Information and rate appreciation in the process of globalization, emerging communication technologies, institutions with higher levels of education than in the past strives to more external audiences (Vural & Yurdakul, 2004; 254).

Public relations education of the National Communication Association (NCA) conference in 1998, twenty-four scholars from different universities and Public Relations Program on a board of education with academics, pedagogy and the assessment criteria that is based on a research study. As a result of this research, they have come to the conclusion that public relations should improve its program in the context of the basic social sciences. In addition, it has been proposed that the development of Public Relations Education should focus on issues such as ethics, multiculturalism, international problems and the use of technology. As a result of another research conducted by this board on public relations education, writing ability, internship, field experience, problem solving ability, media relations methods, presentation/speech and management ability were identified as priority issues. In 1985, the Institute for Public Relations Research and Education, formerly the Foundation for Public Relations Research and Education, emphasizes that public relations education can be developed in five aspects as a demonstration of a multicultural and international approach (Toth, 1999: 45-48).

The aim of the research is to compare the public relations curriculum programs taught at the undergraduate level in Turkey and Canada within the framework of the characteristics specified in the literature and to reveal the similarities and differences between them. Importance of research although there are different studies on public relations education in the literature, there is no comprehensive research in Turkey and Canada that comparatively reveals the current state of undergraduate public relations curriculum programs. The research covers course curricula taught in the undergraduate-level Public Relations Department of a total of sixteen universities. But since the course content of faculties in Canada, in particular, was not available, the analysis was conducted based on the course names. Research is limited to course curricula for the 2017-2018 period.

The universe of research is composed of Public Relations undergraduate faculties located in Turkey and Canada. This universe by purposive sampling method from Turkey (Istanbul University, Ankara University, Marmara University, Ege University, Gazi University, Selcuk University, Akdeniz University, Erciyes University) and from Canada (Humber University, Mount Saint Vincent University, University of Ottawa, Centennial University, Université du Québec, Cambrian University, Conestoga University, Mount Royal University) were selected according to eight university foundation year.

An important step in public relations education, undergraduate education is a serious starting point for public relations practitioners who will succeed in the field. Because of this, the content of the education, the courses taken, the choice of the applications made should be in accordance with the requirements of our time. When Public Relations undergraduate programs in Turkey and Canada were examined, it was determined that Turkish programs consist of 8 semesters and Canadian programs consist of 6 semesters. Therefore, more courses are taught in Turkey than in Canada.

It is clearly seen that the universities are doing enough work to determine the needs of the sector in terms of trainings and to give appropriate courses. After the university graduation, university and business collaborations should be established in order to use this education and skills gained actively in business life, and employment should be cared about. Alumni associations should be established at universities, and experts should give advice to students who have just started university life, and necessary guidance should be provided.

Giriş

Kişilerin, ülkelerin, kurumların ve grupların hedef kitlelerinde kendi yararlarına olumlu imaj oluşturmaktan ve bu kitlelerin desteği, ilgisi ve yardımını elde etmeden, amaçlarını benimsetmeden hedeflerine ulaşması beklenemez. İlgili kitlenin desteğini alamayan, onun zihninde olumlu algı yaratamayan ve hedef kitlesi ile stratejik iletişim kuramayan kursta bile bu iletişimi yönetemeyen kurum ve kuruluşların başarılı olamayacağı ve sürekliliklerini devam ettiremeyecekleri görüşü dünyanın her yerinde kabul gören bir anlayış haline gelmiştir. Bu anlamda halkla ilişkiler günlük hayatımızın her alanında önemini hissettiren, popüler olmaktan çok zorunluluk haline gelen bir yönetim işlevidir (Güz, 2006:294). Yirminci yüzyılla birlikte teknolojik gelişmelerin giderek artması, rekabetin uluslararası boyuta taşınması, zaman ve mekân tanımlarının değişmesi ve insan ögesinin öne çıkmasıyla iletişim, geçmişe göre günümüzde daha önemli bir konumda yer almaktadır. Değişen

ve karmaşıklaşan bu rekabet ortamında kurum ve kuruluşların varlıklarını devam ettirebilmeleri için yeniliklere uyum sağlamaları gerekmektedir (Solmaz vd., 2012: 254).

Eğitim, insanları önceden tasarlanmış bir programa göre yetiştirme süreci olarak tanımlanmaktadır. İnsanlarda bu sürecin sonunda birtakım farklılaşmalar meydana gelmektedir. Bu farklılaşmalar eğitim sürecinde kazanılan bilgi, beceri, tutum ve değerler yoluyla gerçekleşmektedir (Fidan & Erden, 2001:5). Üniversiteler bilginin üretildiği ve paylaşıldığı kurumlardır. Üniversiteler sadece öğrencilerine verimli eğitim sunabilmek için değil, aynı zamanda onları toplumsal, teknolojik ve bilimsel öneme sahip karmaşık ama gerçek yaşam sorunlarını çözmelerini sağlayacak becerilerle donatabilmek için de kendi öğretim ve araştırma faaliyetlerini hızla değişen ihtiyaçlara uygun hale getirecek yapısal değişiklikler için, hep bir uğraş içinde olmaları gerekmektedir (Gür, 2003: 181). Halkla ilişkiler uygulayıcısı geniş bir alana hizmet vermektedir. Bu nedenle bilgi ve birikiminin de çok kapsamlı olmasını gerekmektedir. Üniversitelerde okutulan derslerin sadece iletişim bilgisine yönelik verilmesi öğrencilerin halkla ilişkiler için gerekli bilgiyi almasını engellemektedir. Kuramsal bilginin yanı sıra alan bilgisi ve becerinin birlikte yer aldığı iş hayatında verim sağlayacak bir üniversite eğitimine ihtiyaç duyulmaktadır (Kazancı, 2003: 137).

Bu verimli eğitimin sağlanması da günümüz koşullarına uygun bir müfredat oluşturularak gerçekleştirilmelidir. Eğitim kalitesinin uluslar arası boyuta çıkarılmasında mevcut müfredatın başka bir ülke müfredatıyla karşılaştırılmasının verilecek eğitimin daha iyi düzeye taşınmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Halkla İlişkiler Eğitimi

Çağımızda halkla ilişkilerin stratejik bir konuma sahip olması, bu alanda donanımlı personele duyulan ihtiyaç, halkla ilişkiler eğitiminin önemini vurgulamaktadır. Halkla ilişkilerin bugünü ve yarını düşünüldüğünden personelin iş hayatında başarılı faaliyetler gerçekleştirmesi için kaliteli bir eğitim alınması gerekmektedir. Küreselleşme sürecinde enformasyon ve hızın değer kazanması,

gelişen iletişim teknolojileri, eğitim düzeyinin yükselmesiyle kurum ve kuruluşlar geçmişe oranla daha çok dış hedef kitlelerine özen göstermektedir (Vural & Yurdakul, 2004; 254).

Halkla ilişkiler enformasyonu oluşturan, paylaşan, enformasyonun şekillenmesini, saklanmasını, yeniden düzenlenip kullanılmasını sağlayan bir yönetim fonksiyonudur. Enformasyon çağında halkla ilişkilerin yeri büyüktür. Eğitim, kültürün evrenselleşmesini belirleyen en önemli faktörlerden biridir (Çakmak, 2003:66). Bir meslek veya sanat alanında yapılan eğitimin kalitesi o alanın bilimsel konumuna da katkıda bulunur. Eğitim zamanla, alanın teoriğine dair fikirler sunan ve bu alanı kontrol edebilen yetişmiş bireyler sağlarken aynı zamanda düzenli olarak teorik çerçeveyi test edip, alana özgü yenilikleri takip edebilen uzmanların yetişmesine de katkı sağlamaktadır (Lowe, 2002:21).

Halkla ilişkiler eğitimi halkla ilişkiler mesleğinin profesyonel standarda ulaşmasında önemli bir güç olarak her tür halkla ilişkiler etkinliğinin görev ve sorumluluklarını yerine getirebilmesinde gerekli olan bilgi ve becerileri edinmenin temel aracı olarak işlemektedir (Grunig, 2005: 463). Halkla ilişkiler çalışmalarında da hedeflenen sonuca ulaşmada eğitimin önemi göz ardı edilemez. Eğitim kapsamının, öğrencilerin teorik bilgilerini uygulamaya geçirecek şekilde tasarlanmış olması gerekmektedir (White, 1991: 16).

Halkla ilişkilerde yetiştirilecek öğrencinin başarı sağlaması için ders müfredatının geliştirilerek günümüz koşullarına uygun hale getirmek, müfredat oluşturulurken öğretim yöntem ve ilkelerine bağlı kalmak ve öğrencilere etkili eğitiminin yapılması şeklinde ifade edilen halkla ilişkiler temel eğitimine ait problem, profesyonellik, eğitim ve bilgiyi bu dört faktör, halkla ilişkiler eğitiminin analiz edilmesinde etkin unsurlar olarak görülmektedir (Coombs & Ryback, 1999: 219).

Halkla ilişkiler sektörünün yetenek veya eğitimden çok, sadece iletişim açısından ele alınması nedeniyle halkla ilişkiler geçmişi olmayan kişiler bu sektörde faaliyet göstermekteydi, medya ile olan ilişkilerin geniş bir boyut kazanmasıyla halkla ilişkiler gazetecilik eğitime kaymış, böylelikle ilk örnekleri ABD'de olmak üzere,

gazetecilik eğitimi veren okullar eğitim müfredatlarına halkla ilişkiler derslerini eklemiştir (Peltekoğlu, 2007: 144).

Halkla ilişkiler eğitimi, tek başına mesleğin uygulanmasında yeterli değildir. Mesleki eğitimin yanında aynı zamanda genel kültüre sahip olunması, düzenli bir çalışma programının olması ve ana dilin etkin bir biçimde hem sözlü hem yazılı kullanması gerekmektedir. Üniversiteler öğrencilerin akademik hedeflerine ulaşması için çaba göstermekte, içerik analizi uygulamakta, medyanın yapısını incelemekte ve bu incelemelerden eğitime de katkı sağlayacak bulgular arama içerisindedirler (Ludwing, 1997: 122'den aktaran Gülsünler, 2008: 78).

Eğitilmiş bir halkla ilişkiler uygulayıcısının ekonomi, siyaset bilimi ve kamu yönetimi, eğitim ve fen bilimleri gibi alanlarda da donanımlı olması gerekmektedir. Bu nedenle halkla ilişkiler eğitiminde bu alanlardan da derslerin yer almasına özen gösterilmelidir. ABD'de yapılan bir araştırmaya göre, halkla ilişkiler alanında görev alacak personelde lisans eğitiminin yanında, haber bülteni yazma, işletme ve iktisat dersleri gibi sosyal bilimler alanında eğitim almış ve sektörde deneyim sahibi olması gibi nitelikler aranmaktadır (Peltekoğlu, 2007: 145).

Halkla İlişkiler Lisans Eğitimi

Halkla İlişkiler Eğitimi Komisyonu (CPRE), 1999 ve 2012 yılları arasında bir dizi rapor yayınlamıştır. Bunlardan birincisi 1999 yılında yayınlanan "A Port of Entry" raporudur. Rapor, 12 yeterlik alanına ve lisans derecesini tamamlayan öğrencilerin sahip olması gereken 20 özel yeteneğe detaylı bir açıklama getirerek halkla ilişkiler müfredatının, geleneksel liberal sanat ve sosyal bilimler eğitime dayandırılması gerektiğini vurgulamıştır. İkincisi 2006 yılında yayınlanan "The Professional Bond" raporudur. Komisyon raporda, halkla ilişkiler lisans öğrencilerinin neleri öğrenmeleri konusunda eğitimciler ve uygulayıcılar arasında işbirliği yapılması gerektiğinin altını çizerek yazma, problem çözme, eleştirel düşünme, pozitif davranma, etkili iletişim kurabilme, inisiyatif alma yeteneklerinin eğitim programlarında bulunması gereken beceriler olduğunu belirtmiştir. Ayrıca raporda, halkla ilişkiler eğitiminde stajın

zorunlu olması konusunda da bir uzlaşmaya varılarak halkla ilişkiler müfredatında hem etik hem de çeşitliliğin yanı sıra öğrencilerin, iletişim teknolojileri kullanımının toplum üzerindeki etkilerini öğrenmesine özen gösterilmesi gerektiğine de dikkat çekmiştir (Jugo vd., 2017: 999).

Halkla ilişkiler alanında mesleki başarı doğru bilgi ve beceriyle elde edilebilir. Her branşta olduğu gibi halkla ilişkiler lisans mezunlarının da sorumluluk sahibi olması ve gelişmiş öz yönetim becerilerinin bulunması gerekmektedir. Çünkü halkla ilişkiler uygulayıcısı toplumun herhangi bir kesimiyle iletişime geçilmesi gerektiğinde bunu rahatça yapabilecek ve olası her durumda yada her sorunda olumlu karşılık verebilecek seviyede olmalıdır. Öğrenciler her şeyden önce herkese karşı dürüst olmalıdırlar. Analitik ve kavramsal düşünmeli, eleştiriye açık olmalı mevcut veya daha sonradan oluşabilecek sorunları çözmeye inisiyatif alabilmeli ve asla bencil davranışlar sergilememelidirler. Çevrelerine daima yaratıcı ve faydacı olmalı farklı görüş ve düşüncede olan insanlarla olan iletişimlerini saygı ve empati çerçevesinde yürütmeli, ayrımcılık yapılabilecek konularda örneğin din, mezhep, ırk, dil, kültür gibi tamamen uzak durmalıdırlar. Bu gereklilikleri sağlayabilmek için halkla ilişkiler eğitimi disiplinler arası ve geniş kapsamlı olmalıdır. Bundan dolayı öğrencilerin lisans eğitimleri sürecinde bilgi ve becerilerini geliştirmelerine katkı sağlayacak halkla ilişkiler alanıyla yakından ilgili olan bir yan dal veya çift ana dal programına kaydolmaları önerilmektedir. Halkla ilişkiler lisans müfredatı beşeri ve sosyal bilimler dersleri üzerine kurulmalı ve bu dersler davranış bilimleri, teknoloji, işletme gibi disiplinlerle iç içe olmalıdır. Halkla ilişkiler alanında ki değişimler, bilginin bütünleşmesini gerektirmiştir. Çağımızın koşullarını göz önüne aldığımızda halkla ilişkiler eğitime çok daha fazla özen gösterilmesi gerektiği görülmektedir. Küresel odaklı dersler verilmesi kendi başına yetersiz kalacaktır. Küresel kavramlar müfredatla birleştirilmelidir. Çünkü öğrenciler iş hayatına girdiklerinde çok kültürlü bir yapıyla karşı karşıya kalacaklardır. Bu sebepten dolayı akıcı bir İngilizceye sahip olmaları mümkünse ikinci bir yabancı dili akıcı düzeyde bilmeleri istenmektedir. Son yıllarda yaşanan örgütsel krizlere baktığımızda, halkla ilişkiler müfredatında, etik ve

örgütsel şeffaflık derslerine daha fazla önem verilmesi gerektiği anlaşılmaktadır. İlişki kurma becerisi halkla ilişkilerde çok kritik bir öneme sahiptir. Bu nedenle, öğrencilerin toplumları açık bir şekilde anlayacak ve karşılıklı güven ortamı sağlayacak ilişkinin nasıl kurulması gerektiğini öğrenmeleri önerilmektedir (CPRE, 2006: 42-44).

Türkiye’de Halkla İlişkiler Eğitimi

Türkiye’de halkla ilişkiler eğitiminin temelleri iletişim eğitimi ve gazetecilik eğitimine dayanmaktadır. 1950 yılında "İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Gazetecilik Enstitüsü" gazetecilik/iletişim eğitimi vermeye başlamış, 1965 yılında ise "Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi" Basın Yayın Yüksek Okulu’nda gazetecilik/iletişim eğitimi programa dahil edilmiştir. 1965 yılında yürürlüğe giren kanunla birlikte özel yüksek okulların kurulması izini çıkarılmış, bu kanunla özel yüksek okullar da gazetecilik eğitimi vermeye başlamışlardır. 1975 yılında "Eskişehir’de Sinema ve Televizyon Yüksek Okulu" kurulmuş, bu okula basın yayın bölümü de eklenerek 1980 yılında fakültenin adı "İletişim Bilimleri Fakültesi" olarak değiştirilmiştir (Tokgöz, 2003: 7-11).

Halkla ilişkiler eğitiminin verilmesi 1960 yılından sonra görülmektedir. Devlet Planlama Teşkilatı’nın (DPT) kurulması halkla ilişkilerin gelişmesinde önemli katkı sağlamıştır. 1972 yılında Halkla İlişkiler Derneği’nin kurulması halkla ilişkiler eğitiminin gelişimine yarar sağlamıştır. 1988 yılında Yüksek Öğretim Kurulu’nun isteği ile Basın Yayın Yüksekokullarında verilen gazetecilik ve halkla ilişkiler bölümü iki ayrı bölüm olarak kurulmuştur. 1988 yılından itibaren yeni bölümlerin kurulmasıyla birlikte, Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi (ÖSYM), merkezi sınav ile bu bölümlere öğrenci almaya başlamıştır. Yeni bölümlerin açılması ve öğrencilerin bu bölümleri tercih etmesi, iletişim eğitiminde yeni sorunların doğmasına sebebiyet vermiştir. 1992 yılında yapılan yasa değişikliği ile birlikte birçok üniversitede iletişim fakülteleri kurulmuş bunun yanında birçok bölümde de iletişim, halkla ilişkiler, radyo televizyon eğitimi verilmeye başlanmıştır. 1990 yılından itibaren Türkiye’de iletişim eğitimi veren fakültelerin sayısında da artma yaşanmıştır (Solmaz vd., 2012: 255-256).

1992 yılında İletişim Fakültelerinin sayısı 7'ye yükselmiş bu yıldan sonra Devlet Üniversiteleri içerisinde yeni iletişim fakülteleri kurulmuştur. 1993 yılından itibaren iletişim fakültelerinin bölümlerine Yüksek Öğretim Kurulu tarafından anabilim dalları yerleştirilmeye başlanmıştır. Halkla ilişkiler bölümü için 'halkla ilişkiler, kişilerarası iletişim, araştırma yöntemleri, reklamcılık ve tanıtım' ana bilim dalları konulmuştur (Tokgöz, 2003: 23). Bununla birlikte, devlet üniversitelerinde iletişim fakültesi sayısı artarken çeşitli üniversitelerin güzel sanatlar fakültelerinde iletişimle ilgili lisans programları, meslek yüksekokullarında iletişim, halkla ilişkiler, radyo ve televizyon yayıncılığı, fotoğrafçılık bölümleri ve özel iletişim eğitimi veren bölümler kurulmuştur (Uzun, 2007: 123).

1994 yılında İstanbul'da "Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi", 1997 yılında Erzurum'da "Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi", Elazığ'da "Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi", 1998 yılında "Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi", 1999 yılında Antalya'da "Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi" kurulmuştur. Devlet Üniversiteleri'nde iletişim fakültesi sayısı artarken çeşitli üniversitelerin güzel sanatlar fakültelerinde iletişimle ilgili lisans programları, meslek yüksekokullarında iletişim, halkla ilişkiler, radyo ve televizyon yayıncılığı, fotoğrafçılık bölümleri ve özel iletişim eğitimi veren bölümler kurulmuştur (Arık & Bayram, 2011: 84).

1997 yılından itibaren vakıf üniversitelerinin kurulması yasaının çıkarılmasıyla, kuruluşu aşamasında bazı üniversitelerin teorik ders ağırlıklı Halkla İlişkiler, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Görsel İletişim Tasarımı, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık vb. isimler altında bölümler açtıkları görülmektedir (Varol & Alemdar, 2007:2). Vakıf üniversitelerinin halkla ilişkiler pazarına girmesiyle, her vakıf üniversitenin ilk yaptığı işlerden birisi, ders verecek yeterli düzeyde uzman ve öğretim elemanı bulunmamasına rağmen, halkla ilişkiler bölümü açmasıdır (Erdoğan, 2006: 176).

Avrupa halkla ilişkiler eğitim modeline benzer bir eğitim modelinin uygulandığı Türkiye'de 2000'li yıllardan günümüze kadar hem devlet hem de vakıf

üniversitelerindeki iletişim fakültelerinde ya da başka fakültelerin bünyesinde halkla ilişkiler bölümleri açılmaya devam etmiştir (Solmaz vd., 2017:276).

2018 Mayıs ayı itibarıyla Türkiye’de 56’sı devlet, 32’si vakıf olmak üzere toplam 88 lisans programı (halkla ilişkiler, halkla ilişkiler ve tanıtım, halkla ilişkiler ve reklamcılık) bulunmaktadır (YÖK, 2018).

Kanada’da Halkla İlişkiler Eğitimi

Kanada'daki halkla ilişkiler eğitiminin başlangıcıyla ilgili bir takım tartışmalar bulunmaktadır. Bunlardan ilki Ira Basen'e göre Kanada'da ilk Üniversite çatısı altında halkla ilişkiler dersinin 6 Kasım 1947 tarihinde Toronto Üniversitesi'nde yapıldığı yönündedir. İkinci tartışma ise Kanada Halkla İlişkiler Derneği kaynaklarına göre ilk halkla ilişkiler dersi Leonard Knott tarafından 1948 yılında Montreal'deki McGill Üniversitesi'nde yapılmıştır. Bununla birlikte 1949 yılında Toronto Üniversitesinde, Ontario Halkla İlişkiler Derneği ve Toronto Reklamcılık ve Satış Kulübü 'nün desteğiyle halkla ilişkiler dersi vermeye başlamıştır. İlk halkla ilişkiler dersini veren Leonard Knott, 1936 yılında ülkenin ilk halkla ilişkiler firmalarından birini kurmuş Montreal'de çok saygı duyulan önemli bir halkla ilişkiler danışmanıdır. Aynı zamanda 1955 yılında halkla ilişkilerin gelişimine katkı sağlama amacıyla "The Public Relations in Profit" isimli ilk halkla ilişkiler kitabını yazarıdır (Basen, 2013: 1).

Halkla ilişkiler eğitimi yalnız İngilizce konuşan üniversitelerde değil Fransızca konuşan üniversitelerde de başlamıştır. Kanada'da İngilizce ve Fransızca olmak üzere iki resmi dilin konuşulmasının yararı halkla ilişkiler eğitimine de yansımıştır. Fransızcada ilk halkla ilişkiler kitabı 1964 yılında Paul Dumont-Frenette tarafından yazılmıştır. Yazılan bu kitap Quebec'te halkla ilişkilerin gelişimine bir temel hazırlamıştır. Fransızca eğitim veren üniversitelerde 1970'lerin başında Quebec'deki Laval Üniversitesinde ardından Montreal'deki Quebec Üniversitesinde ilk halkla ilişkiler lisans programları kurulmuştur (Wright ve Flynn, 2017: 56). İlk İngilizce halkla ilişkiler lisans eğitimi, 1977 yılında Halifax eyaletinde ki Saint Vincent Üniversitesinde başlamıştır. Kanada Halkla İlişkiler Derneği, bu üniversitenin lisans programının

gelişmesine büyük katkı sağlamıştır. İki yıl sonrasında ise 1979 yılında Kanada Halkla İlişkiler Derneği, eğitime destek ve halkla ilişkilerin önemini artırmak amacıyla İletişim ve Halkla İlişkiler Vakfı'nı kurmuştur (CPRS, 2010: 5).

Kanada Halkla İlişkiler Derneği (CPRS) Ulusal Eğitim Konseyi'ne göre, Kanada'da 2018 yılı itibarıyla halkla ilişkiler lisans eğitimi veren 9 üniversite programı bulunmaktadır. Bunlar, Halkla İlişkiler, Halkla İlişkiler Yönetimi bölümlerinde oluşmaktadır. Halkla ilişkiler yüksek lisans eğitimi ise yalnız 5 üniversitede yine aynı bölüm isimleriyle ana bilim dalları olarak yer almaktadır. Kanada'da halkla ilişkiler eğitiminin doktora derecesi programı bulunmamaktadır (CPRS, 2018).

Mevcut bulunan yüksek lisans programlarıyla akademik gelişmeler de başlamış, hakemli dergiler ve makaleler halkla ilişkilere verilen öneme ivme kazandırmıştır. Kanada'daki üniversitelerde halkla ilişkiler eğitiminin bu sınırlı gelişmesine ek olarak, Quebec eyaleti hariç olmak üzere, Kanada'da halkla ilişkiler eğitimi bir çok meslek yüksek okulunda yani ön lisans düzeyinde gelişim göstermiştir. CPRS verilerine göre, Kanada'da 25 tane halkla ilişkiler eğitimi veren 2 yıl süreli meslek yüksek okulları ve 1 yıl süreli sertifikasyon programları bulunmaktadır. ABD'de "Üniversite" ve "Kolej" kavramları aynı anlama gelse de bunlar Kanada'da farklıdır. Kanada'da kolejler üniversitelerin derece olarak altında kalmaktadır. Kolejler daha çok bir mesleğe yönelik ara eleman yetiştiren uygulamalı eğitim kurumlarıdır. Kolejlerde akademik araştırmalar üniversitelere göre daha az sayıda yapılmaktadır. Sonuç olarak Kanada'da halkla ilişkiler eğitimi ağırlıklı olarak ön lisans seviyesinde verilmektedir. Lisans ve lisansüstü programlarının yeterli sayıda olmamasının halkla ilişkilerin akademik gelişimine engel olduğu açıkça görülmektedir (Wright & Flynn, 2017: 57-58).

Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Araştırmanın amacı, Türkiye ve Kanada'daki lisans düzeyinde okutulan halkla ilişkiler müfredat programlarının literatürde belirtilen özellikleri çerçevesinde karşılaştırılarak aralarındaki benzerlik ve farklılıklarının ortaya konulmasıdır. Her ülkede farklı dersler verildiğinden müfredatlarda değişiklik yapılması gerektiğinde

başvurulacak kaynak olması bu araştırma çalışmanın önemini arz etmektedir. Araştırma, toplam on altı üniversitenin lisans düzeyi halkla ilişkiler bölümünde okutulan ders müfredatlarını kapsamaktadır. Ancak özellikle Kanada'daki fakültelerin ders içeriklerine ulaşamadığından analizler ders isimleri üzerinden gerçekleştirilmiştir. Araştırma, 2017-2018 dönemi ders müfredatları ile sınırlıdır.

Araştırmanın evrenini Türkiye ve Kanada'da bulunan halkla ilişkiler lisans eğitimi veren fakülteler oluşturmaktadır. Bu evrenden amaçlı örnekleme yöntemiyle Türkiye'den (İstanbul Üniversitesi, Ankara Üniversitesi, Marmara Üniversitesi, Ege Üniversitesi, Gazi Üniversitesi, Selçuk Üniversitesi, Akdeniz Üniversitesi, Erciyes Üniversitesi) ve Kanada'dan (Humber Üniversitesi, Mount Saint Vincent Üniversitesi, Ottawa Üniversitesi, Centennial Üniversitesi, Québec Üniversitesi, Cambrian Üniversitesi, Conestoga Üniversitesi, Mount Royal Üniversitesi) sekiz üniversite kuruluş yıllarına göre seçilmiştir. İçerik analizinde birbirine benzeyen verilerin belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirilmesi ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenlenerek yorumlanması söz konusudur (Yıldırım ve Şimşek, 2006). İçerik analizi sonuçları genellikle frekans veya yüzde tabloları kullanılarak betimsel olarak sunulmaktadır (Balcı, 2009). Bu çalışmada dersler teorik ve uygulamalı olarak ele alındığı için bu tekniğe başvurulmuş dersler sayısal verilerle betimlenmiştir. İçerik analizinde kullanılan kodlama cetveli ders isimleri üzerinden alanında uzman üç akademisyen tarafından oluşturulmuş ve kontrolü sağlanmıştır.

Bulgular

Türkiye ve Kanada'da yer alan halkla ilişkiler lisans programları derslerine üniversite internet sayfalarından ulaşılmıştır. Önce her ülke kendi içerisinde değerlendirilmiştir sonra ortak dersler tespit edilmiştir. Karşılaştırma ilk olarak teorik dersler açısından ele alındığında, Türkiye'de toplam 126 dersin okutulduğu tespit edilmiştir. Bu derslerden 99'u teorik olarak verilmektedir. Türkiye'deki halkla ilişkiler lisans programlarında bulunan derslerin yüzde 78.6'sı teorik derslerden oluşmaktadır.

Tablo 1. Türkiye Müfredatlarındaki Derslerin Sayısal Verileri

Dersler	Frekans	Yüzde %
Teorik	99	77.4
Uygulamalı	29	22.6

Kanada'da toplam 67 dersin okutulduğu tespit edilmiştir. Bu derslerden 47'si teorik olarak verilmektedir. Kanada'daki halkla ilişkiler lisans programlarında bulunan derslerin yüzde 70.1'i teorik derslerden oluşmaktadır.

Tablo 2. Kanada Müfredatlarındaki Derslerin Sayısal Verileri

Dersler	Frekans	Yüzde %
Teorik	47	70.1
Uygulamalı	20	29.9

Türkiye'de tüm bölümlerde zorunlu okutulan, Türk Dili, Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi derslerine benzer dersler Kanada müfredatlarında bulunmamaktadır. Kanada'da eğitim dili bölgeye göre Fransızca veya İngilizce olarak değişmektedir. Buna rağmen herhangi bir yabancı dil dersi müfredatlarda tespit edilememiştir. Türkiye müfredatlarında, Türkiye Siyasal Hayatı ve Kurumları, Türkiye'nin Sosyal ve Kültürel Yapısı gibi ülkeye özgü dersler okutulurken buna benzerlik gösteren derslerin Kanada müfredatlarında yer almadığı sadece Küresel Vatandaşlık dersinin verildiği görülmektedir. Türkiye müfredatlarında Siyaset Bilimi, Siyasal Düşünceler dersleri okutulurken Kanada'da bu dersler yer almamaktadır.

Kanada müfredatlarında sağlık iletişimi dersi veya sağlık alanında halkla ilişkiler uygulamalarına yönelik herhangi bir derse rastlanamamıştır. Türkiye müfredatlarında sağlık iletişimi dersleri verilmektedir. Turizm alanına yönelik halkla ilişkiler dersi de Kanada müfredatlarında bulunmamaktadır. Türkiye'de turizm iletişimiyle ilgili tanıtım derslerinin verildiği tespit edilmiştir.

Halkla İlişkilerde Örnek Olaylar, Halkla İlişkilerde Eleştirel Yaklaşımlar, Propaganda, Kurum Kültürü, Algı Yönetimi, Medya ve İletişim Sosyolojisi ve Medya ve Reklam Psikolojisi dersleri yada bunlara benzerlik gösteren dersler Kanada müfredatlarında

yer almamaktadır. Müzakere ve Arabuluculuk dersi ve Sürdürebilirlik İletişimi dersi Türkiye müfredatlarında yer almamaktadır.

Temel Gazetecilik dersi Türkiye müfredatlarında yer alırken Kanada müfredatlarında bulunmamaktadır. Temel Reklamcılık dersi her iki ülkede bulunmasına karşın, Kanada müfredatlarında Kurumsal Reklamcılık, Siyasal Reklam ve Kampanyalar, Radyo ve Televizyon Reklamcılığı, Marka İletişimi ve Yönetimi derslerinin okutulmadığı bilgisine ulaşılmıştır.

Karşılaştırma uygulamalı dersler açısından ele alındığında, Türkiye'de toplam 128 dersten 29'u uygulamalı olarak verilmektedir. Türkiye'deki halkla ilişkiler lisans programlarında bulunan derslerin yüzde 22.6'sı uygulamalı derslerden oluşmaktadır. Kanada'da toplam 67 dersten 20'si uygulamalı olarak verilmektedir. Kanada'daki halkla ilişkiler lisans programlarında bulunan derslerin yüzde 29.9'u uygulamalı derslerden oluşmaktadır.

Araştırma yöntemleri derslerine bakıldığında, iki ülke müfredatlarında da temel derslerin verildiği görülmektedir. Türkiye müfredatlarında alana özgü Halkla İlişkiler ve Reklam Araştırmaları dersi verildiği bu dersin Kanada müfredatlarında bulunmadığı tespit edilmiştir. Türkiye müfredatlarında yer alan Temel Bilgi Teknolojileri, bilgisayar kullanımı ve ofis uygulamaları eğitimini içeren dersin Kanada müfredatlarında bulunmadığı görülmektedir. Bunun yerine Kanada'da İnternet Uygulamalarına Giriş dersi verilmektedir. Yazılım teknolojisine yönelik olan Veritabanı Yönetimi dersinin Türkiye müfredatlarında yer almadığı görülmektedir.

Halkla İlişkiler Yazarlığı dersi hem Türkiye hem Kanada müfredatlarında bulunmaktadır. Bunun devamı niteliğinde olan İleri Halkla İlişkiler Yazarlığı dersinin Kanada müfredatlarında bulunduğu tespit edilmiştir. Reklam Çözümlemesi, Metin ve Yorumları derslerinin Türkiye müfredatlarında verildiği Kanada müfredatlarında buna benzer çözümleme ve analiz derslerinin verilmediği görülmektedir. Sunum Teknikleri dersi iki ülkede de ortak verilmekte buna ek olarak Sunuculuk ve Spikerlik dersinin sadece Türkiye müfredatların bulunduğu tespit edilmiştir.

Kamera ve Işık, Kısa Film Yapımı, Kurgu gibi teknik derslerin Kanada müfredatlarında yer almadığı görülmektedir. Kanada müfredatında sadece bu dersleri genel olarak yüzeysel kapsayan Videoya Giriş dersinin bulunduğu görülmektedir. Sosyal Medya dersleri iki ülkede ortak ders olarak bulunmakta, Kanada müfredatlarında İleri Sosyal Medya ve Sosyal Medya Laboratuvarı isminde ileri düzey sosyal medya dersleri verilmektedir. Tasarım içerikli derslere bakıldığında, Grafik Tasarım ve Web Tasarım derslerinin Kanada müfredatlarında bulunmadığı tespit edilmiş bu dersleri genel anlamda kapsamı içersine alan Dijital İçerik Üretimi dersinin Kanada müfredatlarında verildiği görülmektedir.

Haber Toplama ve Yazma Teknikleri ve Röportaj Teknikleri dersleri Türkiye müfredatlarında bulunmasına karşın, bu derslere benzer herhangi bir dersin Kanada müfredatlarında bulunmadığı tespit edilmiştir. İşaret Dili dersi sadece Türkiye müfredatlarında yer almaktadır. Türkiye müfredatlarında Güzel Sanatlar dersi geniş bir yelpazede öğrencilere sunulurken Kanada müfredatlarında uygulamalı sanat dersinin olmadığı görülmektedir. Spor Dersleri de Türkiye müfredatlarında aynı şekilde farklı spor dallarını içeren geniş kapsamlı dersler olarak sunulurken Kanada müfredatlarında sadece Sağlıklı Yaşam dersi verildiği tespit edilmiştir.

Tablo 3. Türkiye ve Kanada'daki Ortak Okutulan Teorik ve Uygulamalı Dersler

Teorik Dersler	Uygulamalı Dersler
❖ İşletmeye Giriş	❖ Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri
❖ İletişim Kuramları	❖ İletişimde Araştırma Yöntemleri
❖ Pazarlama İlkeleri	❖ Sunum Teknikleri ve Etkili Konuşma
❖ İletişime Giriş	❖ Pazar Araştırması ve Analizi
❖ Halkla İlişkilere Giriş	❖ İletişimde Araştırma Yöntemleri
❖ Siyasal İletişim	❖ Halkla İlişkiler Yazarlığı
❖ Sponsorluk	❖ Temel Fotoğrafçılık
❖ Lobcilik	❖ Dijital İçerik Üretimi
❖ Halkla İlişkiler Araştırmaları	❖ Dijital Medya
❖ Temel Reklamcılık	❖ Sosyal Medya
❖ Uluslararası Halkla İlişkiler	
❖ İmaj Yönetimi	
❖ Halkla İlişkilerde Yeni Yaklaşımlar	
❖ Kişilerarası İletişim	
❖ İletişim Tarihi	

<ul style="list-style-type: none"> ❖ Medyaya Giriş ❖ Kültürlerarası İletişim ❖ Kurum içi İletişim ❖ İnsan Kaynakları Yönetimi ❖ Halkla İlişkiler Kampanyaları ❖ Kurumsal Sosyal Sorumluluk ❖ Medya İlişkileri ❖ Finansal Yönetim ❖ İletişim Hukuku ve Etik ❖ Kurumsal İletişim Yönetimi ❖ Bütünleşik Pazarlama İletişimi ❖ İkna Edici İletişim ❖ Kamusal Halkla İlişkiler ❖ Kriz İletişimi ❖ Etkinlik Yönetimi ❖ Sosyal Psikoloji ❖ Örgütsel Davranış 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Bitirme Projesi ❖ Staj
--	---

Bitirme Projesi ve Staj uygulamalarının her iki ülkede verildiği açık bir şekilde görülmektedir. Bitirme projeleri, ödevleri, mezuniyet çalışmaları tüm lisans programlarında zorunludur. Stajın zorunlu olduğu programlarda müfredatlarında belirtildiği görülmektedir. İsteğe bağlı staj uygulaması olan üniversitelerin müfredatlarında staj dersinin yer almadığı tespit edilmiştir.

Tartışma ve Sonuç

Halkla ilişkilerin stratejik iletişimi yöneten ve yönlendiren boyutu göz önüne alındığında günümüz dünya şartlarının sürekli değişim ve yenilik içerisinde olmasından dolayı eğitimin çok önemli bir yere sahip olduğu ortadadır. Halkla ilişkiler alanında başarı, mesleğin gerektirdiği bilgi ve tecrübeye sahip, iyi eğitim almış bireylerle sağlanabilir. Bu bireylerin gelişimi, verilecek eğitimin kalitesiyle doğru orantılıdır (Solmaz vd., 2017: 273).

Halkla ilişkiler eğitiminde önemli bir basamak olan lisans eğitimi alanda başarılı olacak halkla ilişkiler uygulayıcıları için ciddi bir başlangıç noktası konumundadır. Bundan dolayı eğitimin içeriği, alınan dersler, yapılan uygulamaların seçimi çağımızın gerekliliklerine uygun olmalıdır.

Türkiye ve Kanada'daki halkla ilişkiler lisans programları incelendiğinde, Türkiye programlarının 8 dönemden oluştuğu, Kanada programlarının ise 6 dönemden oluştuğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla Türkiye'deki programlarda Kanada'ya göre daha fazla ders verilmektedir.

Bu çalışmanın bulgularına göre yapılan karşılaştırmanın sonucu, Türkiye'deki halkla ilişkiler lisans müfredatlarında alana yönelik teorik derslerde geniş bir ders havuzunun olduğu, öğrenciye zorunlu ve seçmeli olarak halkla ilişkilerin tüm faaliyet alanlarında bilgi ve beceri kazandırılmasına yönelik derslerin bulunduğu görülmektedir. Bununla beraber halkla ilişkilerin ilişkili olduğu diğer bilim ve meslek dallarıyla ilgilide teori ve bilgi kazandırıldığı da görülmektedir. Türkiye'deki halkla ilişkiler lisans müfredatlarında teorik eğitimin yoğunluğunun öğrencilerin çalışmak isteyecekleri halkla ilişkiler alanlarına göre daha fazla fikir sahibi olmalarında fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Türkiye'deki halkla ilişkiler lisans müfredatlarında Kanada'ya göre üzerinde durulması gereken derslerden birisinin, Sosyal Medya uygulamaları olduğu tespit edilmiştir. Günümüzde sosyal medyanın öneminin gittikçe arttığı görülmektedir. Birçok halkla ilişkiler faaliyetlerinin bu mecra üzerinden gerçekleştirildiği öğrencilerin hem teorik hem uygulamalı olarak sosyal medya eğitimi alması, sosyal medya hesaplarının yönetiminde profesyonelleşmeleri alanda başarı sağlamaları açısından önemli bir husustur. Kanada halkla ilişkiler lisans müfredatlarında sıklıkla yer alan bir ders ise Halkla İlişkiler Yazarlığı dersidir. Bu ders ileri düzey ve uygulamalı olarak yoğun şekilde öğrencilere verildiği görülmektedir. Öğrencilerin ana dillerinde yetkin olmaları, etkili yazım becerilerine sahip olmaları, yazılı içerik üretimleri konularında ki eğitimleri stratejik iletişim süreçleri açısından önemli görülmektedir. Türkiye müfredatlarında da Halkla İlişkiler Yazarlığı dersine daha fazla vurgu yapılmasının öğrencilerin yararına olabileceği düşünülmektedir.

Kanada'daki halkla ilişkiler lisans müfredatlarında Türkiye müfredatlarına göre Kurumsal İletişim dersinin az sayıda verildiği tespit edilmiştir. Kurum ve kuruluşların halkla ilişkiler departmanlarında çalışacak öğrenciler için bu dersin daha

fazla üniversitede verilmesinin yararlı olacağı ön görülmektedir. Az sayıda tespit edilen bir diğer ders ise Kurumsal Kimlik ve İmaj Yönetimi dersidir. Bu ders de Kurumsal İletişim dersi gibi sektörde öğrencilerin bilgi edinmesi ve deneyim kazanması gereken derslerden biridir.

Halkla ilişkilerin sıkça uygulandığı önemli bir alanın ise Sağlık iletişimi olduğu bilinmektedir. Kanada müfredatlarında sağlık iletişimine yönelik dersler yeterli sayıda bulunmamaktadır. Sağlık sektöründe çalışmayı tercih edecek öğrenciler için bu dersin müfredatlarda olması gerektiği düşünülmektedir. Siyasal İletişim dersi de Kanada müfredatlarında nadir olarak bulunmaktadır. Lobcilik, Propaganda gibi derslere müfredatlarda yer verilmesi siyasal alanda halkla ilişkiler çalışmalarında rol alacak öğrenciler açısından önemli bir etkidir. Uluslararası Halkla İlişkiler dersinin Kanada müfredatlarında yeterli ölçüde verildiği tespit edilmiştir. Bunun yanında turizm ve tanıtım faaliyetleri içerikli derslerin eklenmesiyle müfredatların daha güçlü olacağı kanısına varılmaktadır.

Eğitimler konusunda sektörün ihtiyaçlarının belirlenmesi ve bunlara uygun derslerin verilmesi hususunda Üniversitelerin yeterli çalışmaları yaptıkları açıkça görülmektedir. Üniversite mezuniyetinden sonra bu alınan eğitim ve kazandırılan yeteneklerin iş hayatında aktif olarak kullanılması açısından üniversite ve sektör iş birlikleri sağlanmalı, istihdama özen gösterilmelidir. Üniversitelerde mezun birlikleri oluşturulmalı ve üniversite hayatına yeni başlayan öğrencilere uzmanlar tarafından tavsiyeler verilmeli gerekli yönlendirmeler yapılmalıdır.

ÇALIŞMANIN ETİK İZİN BELGELERİ

Söz konusu bu çalışma, 2020 yılı öncesi araştırma verileri kullanılmış bir yüksek lisans çalışmasından üretildiğinden dolayı etik kurul izni gerekmemektedir.

KAYNAKÇA

- Arık, M. B., & Bayram, F. (2011). "İletişim Eğitimi ve İletişim Akademisyenleri: Veriler Işığında Genel Bir Değerlendirme." *Akdeniz İletişim*, 15, 81-98.
- Balcı, A. (2009). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntem, teknik ve ilkeler* (7. baskı). Tübitak Bitav-Ceren Yayınları. İstanbul.
- Coombs, W. T., Rybacki, K. (1999). Public relations education: Where is pedagogy? *Public Relations Review*, 25(1), 55-63.
- Çakmak, O. (2003). *Bilgi Çağında Eğitim ve Üniversite*, İstanbul: Nesil Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2006). *Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler*, Ankara: Erk Yayınları.
- Fidan, N. & Erden, M. (2001). *Eğitime Giriş*, İstanbul: Alkım Yayınları.
- Grunig, J. E. (2005). "İletişim, Halkla İlişkiler ve Etkin Örgütler: Kitaba Genel Bir Bakış" (ed.) James, E. Grunig, *Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik* (s. 11-39). (Çev: Elif Özsayar). İstanbul: Rota Yayınları.
- Gülsünler, M. E. (2008). "Türkiye ve Almanya'daki Halkla İlişkiler Eğitiminin Karşılaştırılması Ve Türkiye için Yeni Bir Model Önerisi", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Konya.
- Gür, M. T. (2003). "Araştırma ve Eğitimde Disiplinler Arasılık", (ed.) Oğuz N. Babüroğlu. *Eğitimin Geleceği* (s. 181-209). İstanbul: Sabancı Üniversitesi Yayınları.
- Güz, H. (2006). "Halkla İlişkiler Eğitimi: Halkla İlişkiler Eğitiminin Algılanması Üzerine Bir Araştırma ve Model Önerisi" (s. 293-304) *II. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu*, Kocaeli.
- Jugo, D., Ciboci, L., Alavanja, M. (2017). Trends in education of communication professionals: The perspective of educators and employers in Croatia. *Public Relations Review*, 43(5), 998-1006.
- Kazancı, M. (2003). "Halkla İlişkiler Eğitimi Üzerine Bazı Düşünceler ve Yeni Eğitim Programı", *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, sayı: 2003/1, s.131-151.

- Lowe, G. I. (2002). Outcomes-based Guidelines for the Curriculation of Technikon Level Public Relations Education in South Africa. (Doctoral dissertation). Retrieved from Retrieved from: <http://ujcontent.uj.ac.za8080/10210/381348>
- Ludwig, B. (1997). *Werbung & Public Relations Berufe mit Zukunft. Einstieg - Praxis - Perspektiven*, Eichborn Verlag, Frankfurt am Main.
- Peltekoğlu, F. (2007). *Halkla İlişkiler Nedir?*, İstanbul: Beta Yayım Dağıtım.
- Solmaz, B., Arslan, A., Aydın, B. Oğuz, Duğan, Ö. (2012). "Türkiye'de Halkla İlişkiler Lisans Eğitimi Üzerine Bir Değerlendirme" *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 27, 253-269.
- Solmaz, B., Taştekin, H., Yüksek, Ö., Akpınar, K., Bakmaz, Y. E. (2017). "Halkla İlişkiler Eğitiminde Uluslararasılaşmanın Önemi: İngiltere ve Türkiye Üzerine Karşılaştırmalı Bir Çalışma" *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 37, 271-288.
- Tokgöz, O. (2003). "Türkiye'de İletişim Eğitimi: Elli Yıllık Bir Geçmişin Değerlendirilmesi", *Kültür ve İletişim*, 6 (2), 7-32.
- Toth, L. E. (1999). "Models for Instruction and Curriculum". *Public Relations Review*. 25 (1), 45-53
- Uzun, R. (2007). "İstihdam Sorunu Bağlamında Türkiye'de İletişim Eğitimi ve Öğrenci Yerleştirme", *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 25, 117-134.
- Varol, A. & Alemdar, K. (2007). "İletişim Fakültelerine Öğrenci Yerleştirmede Karşılaşılan Çelişkiler ve Çözüm Önerileri", *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 24, 1-12.
- Vural, B. A & Yurdakul, N. B. (2004). "Halkla İlişkiler Eğitiminde Müfredat ve Uygulamalar: Türk ve Amerikan Üniversitelerine Yönelik Kıyaslamalı Bir Çalışma" (s.253-267) *2nd International Symposium Communication in the Millennium: A Dialogue Between Turkish and American Scholars*. İstanbul.
- White, J. (1991). *How to Understand and Manage Public Relation*, London : Business Books.

- Wright K. D. & Flynn, T. (2017). North American Perspectives on the Development of Public Relations. National Perspectives on the Development of Public Relations. Watson T. (eds) "Public Relations Education and the Development of Professionalization in Canada and the USA." (pp 51-64) London: Palgrave Macmillan.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık. Ankara.

İnternet Kaynakları

- Basen, I. (2013). "How different is PR in Canada Versus the U.S. Marketing Magazine". <http://www.marketingmag.ca/advertising/columnhow-different-is-pr-in-canada-versus-the-u-s-93395>, [Erişim Tarihi: 06.03.2018]
- CPRE (2006). "The Professional Bond – Public Relations Education and The Practice", The Commission on Public Relations Education". <http://www.commissionpred.org/wp-content/uploads/2018/03/report2-full.pdf> [Erişim Tarihi: 25.03.2018]
- CPRS (2018). "College, University Programs & Academia". https://cprs.ca/education/education_listings.aspx, [Erişim Tarihi: 01.06.2018]
- CPRS (2010). "Pathways to the profession: An outcomes based approach towards excellence in Canadian public relations and communications management education". <https://cprs.ca/education/pathways.aspx>, [Erişim Tarihi: 10.03.2018]
- YÖK (2018). Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi. <https://istatistik.yok.gov.tr/>, [Erişim Tarihi: 01.06.2018]

Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No plagiarism detected.

Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed.