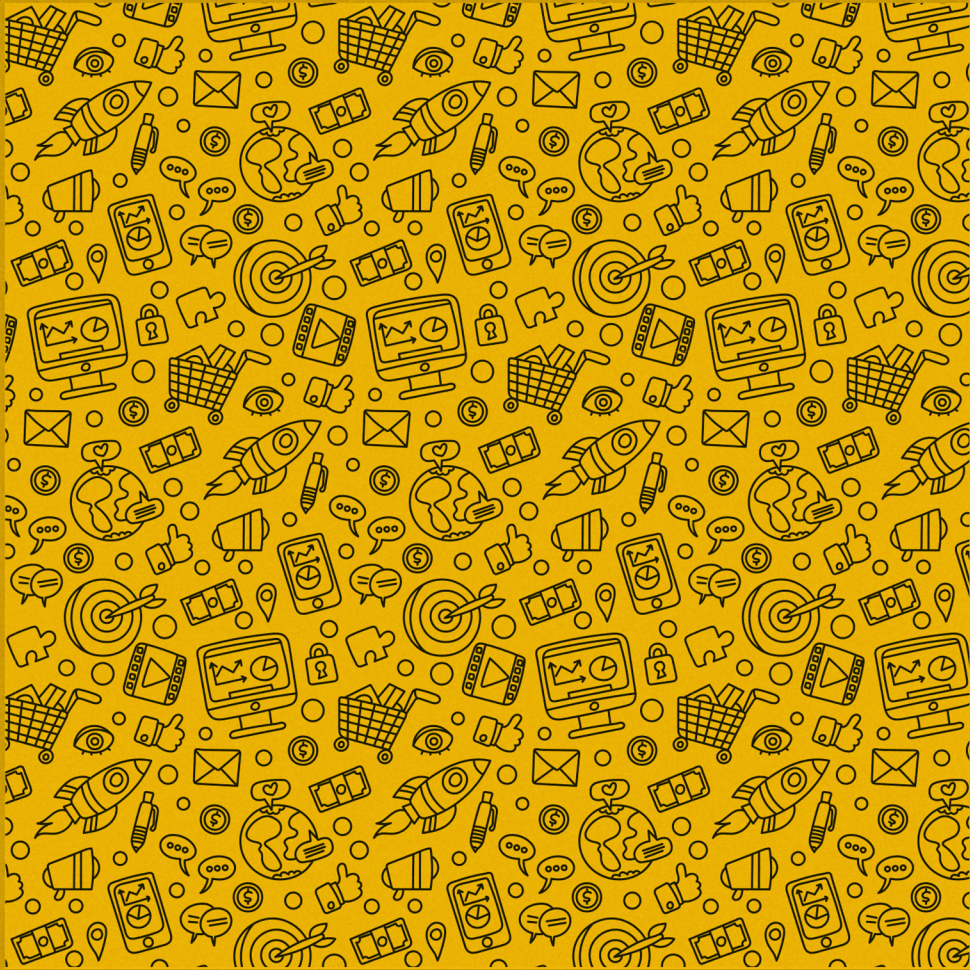


# kritik

iletişim çalışmaları dergisi

e-ISSN: 2667-6850



**3**

cilt  
volume

**2**

sayı  
issue

**2021**

aralık  
december

*Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi /*  
*Critical Communication Studies*  
*Journal*

*Yayıncı / Publisher*

*Doç. Dr. Nuri Paşa ÖZER*

*Editörler / Editors*

*Doç. Dr. Ali Erkam YARAR*

*Doç. Dr. Nuri Paşa ÖZER*

*Arş. Gör. Mehmet Emin SATIR*

*Tasarım Editörü / Design Editor*

*Mücahit KARCI*

*Yayın Kurulu / Publishing Board*

*Prof. Dr. Muhacir Murat YEŞİL*

*Doç. Dr. Ali Erkam YARAR*

*Doç. Dr. Enes BAL*

*Doç. Dr. Nuri Paşa ÖZER*

*Doç. Dr. Uğur ÇAĞLAK*

*Doç. Dr. Yasin BULDUKLU*

*Dr. Öğr. Üyesi Abdülcelil Mücahid ZENGİN*

*Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Tarık TÜRKMENOĞLU*

### Danışma Kurulu / Advisory Board

- Prof. Dr. Abdullah KOÇAK (Selçuk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ahmet KALENDER (Selçuk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ahmet Yalçın KAYA (Selçuk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ahmet KOYUNCU (Necmettin Erbakan Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ahmet TARHAN (Selçuk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Aytekin CAN (Selçuk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Belkıs Ulusoy NALÇIOĞLU (İstanbul Üniversitesi)  
Prof. Dr. Caner ARABACI (Necmettin Erbakan Üniversitesi)  
Prof. Dr. Enderhan KARAKOÇ (Selçuk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Erdal DAĞTAŞ (Anadolu Üniversitesi)  
Prof. Dr. Erkan YÜKSEL (Anadolu Üniversitesi)  
Prof. Dr. Halil İbrahim GÜRCAN (Anadolu Üniversitesi)  
Prof. Dr. Hakan AYDIN (Erciyes Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mahmut Hakkı AKIN Necmettin Erbakan Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mehmet BİREKUL (Necmettin Erbakan Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mehmet FİDAN (Selçuk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Muhacir Murat YEŞİL (Necmettin Erbakan Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mustafa ŞEKER (Akdeniz Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ömer BAKAN (Selçuk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Suat GEZGİN (İstanbul Üniversitesi)  
Prof. Dr. Süleyman İRVAN (Üsküdar Üniversitesi)  
Prof. Dr. Süleyman KARAÇOR (Selçuk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Şükrü BALCI (Selçuk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Tülay ŞEKER (Akdeniz Üniversitesi)  
Prof. Dr. Zülfikar DAMLAPINAR (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)  
Doç. Dr. Ali Murat KIRIK (Marmara Üniversitesi)  
Doç. Dr. Cem ÇETİN (Marmara Üniversitesi)  
Doç. Dr. Erhan TECİM (Selçuk Üniversitesi)  
Doç. Dr. Ferhat TEKİN (Necmettin Erbakan Üniversitesi)  
Doç. Dr. Makbule Evrim GÜLSÜNLER (Selçuk Üniversitesi)  
Doç. Dr. Mete KAZAZ (Selçuk Üniversitesi)  
Doç. Dr. Onur BEKİROĞLU (Ondokuz Mayıs Üniversitesi)  
Doç. Dr. Yasin BULDUKLU (İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi)

## İletişim Bilgileri

**Adres:** Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal ve Beşerî Bilimler Fakültesi,  
Meram /KONYA

**İletişim Numarası:** 0332 325 20 57 (Dahili: 4314)

**Mail:** kritikiletisim@gmail.com

**Web:** <http://dergipark.gov.tr/kritik>

**Yayın Türü:** Yılda iki kez yayımlanan ulusal hakemli, süreli yayın.

**Dili:** Türkçe ve İngilizce

**Yayın Tarihleri:** İlkbahar / Sonbahar

**E-ISSN:** 2667- 6850

**asos**  
akademi sosyal bilimler indeksi



**ESJI**  
Eurasian Ecientific Journal Index

**CiteFactor**  
Academic Scientific Journals

## İÇİNDEKİLER / CONTENTS

### **Representation of Turkey in The News on The Cyprus Problem: An Analysis on the British Press (2000)**

### **Kıbrıs Sorununa İlişkin Haberlerde Türkiye'nin Temsili: İngiliz Basını Üzerine Bir İnceleme (2000)**

*Arş. Gör. Hanife ERİŞEN, Dr. Öğr. Üyesi Nilüfer TÜRKSOY*.....1

### **Toplumsal Eşitsizlik ve Dijital Okuryazarlık: Lise Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması**

### **Social Inequality and Digital Literacy: A Field Research on High School Students**

*Arş. Gör. Elif KAYA* .....32

### **Öfke Çağında Göçmenin Yolculuğu: Baran, Daha ve Amerika Square Filmlerinde Göçmene Yansıtılan Öfke**

### ***Immigrant's Journey in the Age of Anger: Anger Reflected on Immigrants in Baran, Daha and America Square***

*Müberra MIZIKACI* .....70

### **Toplumsal Hafıza Bağlamında Anlatıcılar ve Müzik**

### **Narrators And Music in The Context of Social Memory**

*Beril ÖZER* .....100

### **Reklam Metninde Gerçe(Kli)ğin İnşa Süreci: Göstergibilim, İletişim, Sosyoloji ve Felsefe Kuramlarının Düşüncü Ekseninde Kavramsal ve Kuramsal Bir Eleştiri**

### **The Construction Process of Reality in Ad Text: A Conceptual and Theoretical Criticism on the Axis of Thinking of Semiotics, Communication, Sociology and Philosophy Theories**

*Dr. Öğretim Üyesi Esra Saniye TUNCER*.....121

Erişen Hanife, Türksoy Nilüfer. (2021). Representation of Turkey in The News on the Cyprus Problem: An Analysis on the British Press (2000), **Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi**, 2021 güz -02-(1-31)

## REPRESENTATION OF TURKEY IN THE NEWS ON THE CYPRUS PROBLEM: AN ANALYSIS ON THE BRITISH PRESS (2000)

### KIBRIS SORUNUNA İLİŞKİN HABERLERDE TÜRKİYE’NİN TEMSİLİ: İNGİLİZ BASINI ÜZERİNE BİR İNCELEME (2000)

Hanife ERİŞEN<sup>a</sup>

Nilüfer TÜRKSOY<sup>b</sup>

Doi: 10.53281/kritik.988133

<sup>a</sup> Araştırma Görevlisi, Doğu Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi, 0000-0001-8830-8664, <sup>b</sup> Doktor Öğretim Üyesi, Doğu Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi, 0000-0002-1075-5031

#### MAKALE BİLGİLERİ

##### Makale:

Gönderim Tarihi: 28.08.2021

Ön Değerlendirme: 11.09.2021

Kabul Tarihi: 14.12.2021

##### Anahtar Kelimeler:

İngiliz basını; Kıbrıs sorunu, medya temsili; Türkiye, ötekileştirme; oryantalizm, Said.

##### Key Words:

British press; Cyprus problem; media representation; Turkey; othering; orientalism; Said.

#### ÖZET

Bu çalışma, 2000’li yıllarda Kıbrıs sorununu ele alan İngiliz haber metinlerinde Türkiye’nin temsilini araştırmayı amaçlamaktadır. Makale, Kıbrıs’ın kaderinde rol oynayan devletlerden biri olarak İngiltere basınına Türkiye’yi nasıl temsil ettiğini sorgulamaktadır. Değerlendirme için Said’in Oryantalizm ve Young’ın Beyaz Mitoloji kuramlarından yararlanılarak, 45 haber metni üzerinden nitel içerik analizi yapılmıştır. Bulgular, bu dönemde Türklerin ötekileştirildiğini ortaya koymaktadır. İngiliz basını Kıbrıs sorununa karışan Türkleri "koyu tenli", "az gelişmiş Doğu Anadolu’lu", "İslami kıyafet giyen ve geniş aileleri olan", ve Kıbrıs adasında "yerleşikler" veya "işgalciler" olarak tasvir etmektedir. Kıbrıs sorununa ilişkin diğer rol oyuncularının (Yunanistan, Kıbrıslı Rumlar ve Kıbrıslı Türkler) ise nispeten daha az sıklıkta ötekileştirildikleri gözlemlenmiştir.

#### ABSTRACT

This study aims to explore the representation of Turkey in the British news texts covering the Cyprus problem in the 2000s. The article goes on to question how the British broadsheet press represents Turkey, as one of the role-playing states in the fate of Cyprus. Using Said’s Orientalism and Young’s White Mythology as a theoretical basis for evaluation, a qualitative content analysis was utilized upon 45 news texts. Findings established that the othering of Turks was alive during this period. The British press portrayed Turkish people involved in the Cyprus problem as ‘dark-skinned Turks’, ‘from underdeveloped eastern Anatolia’ that ‘wear Islamic dress and have large families’ and are ‘settlers’ invaders or occupiers on the Cyprus island. Comparatively, the other role-players in the Cyprus problem (Greece, Greek Cypriots, and Turkish Cypriots) were less frequently Orientalized and not in the traditional sense, as presented by Said, their level of being orientalized relating to their relations with the British.

© 2021- e-ISSN 2667-6850

---

## INTRODUCTION

Jacques Derrida presented to the world that words/concepts contain positive and negative meanings. This relationship that is known as binary oppositions maintains an infinite privileged status to one of the terms. In history, the western way of thinking is established upon this logic (Pinkus 1996). Westerners utilize this relationship to define their identity as the “self”, always privileged in this hierarchal positioning, while appropriating their opposite as the “other” (Paksoy 2012; Kösebalaban 2007). Burr (1995: 73), for example, emphasizes “To give anything an identity, to say what it is, is necessarily also to say what it is not. In this sense, presence contains absence. That is, to say that a quality is present depends upon implying what is also absent”. Based on this notion, Edward Said (2003) founded orientalism, which at the most general level, is a style of thought based upon the basic distinction made between the Orient and the Occident, or the East and the West. Orientalism asserts the existence of the Eurocentric or, in this case, the Anglocentric ideology, taking the white western male as central, and subjecting all else as the Other. As highlighted by Said (2003: 3), the West essentialized Eastern societies as static and under-developed: “Implicit in this idea is that Western society is developed, rational, flexible and superior”. Western societies were able to achieve such an understanding by actively teaching, describing, or making statements about the Orient, and by authorizing views over it, by settling and ruling over it (Said 2003). Here, Said indicates that discourse is power, and in this ever-changing world; it appears to be an ideology the westerners have invested and re-invested in for decades, as for the self to exist, it requires the other (see also Lévi-Strauss 1963). “Historically, a combination of (mis)information has worked to construct an enemy image in the popular imagination that has an important function in the maintenance of political power, or hegemony, through ideology” (Merskin 2004: 158).

Similar to orientalism, white mythology is a theory based on the self-other binary relationship, and another method utilized by the western world to infiltrate their ideologies to the rest of the world. According to Young (1990), white mythology is the implementation of the western ideology, for the production of white-washed versions of developments in history, essentially putting a Eurocentric spin on history, to produce a version that centres around the white-Western-male. A sister theory of orientalism, Young (1990), quotes Said in his description of white mythology, presenting the objective as “to develop an epistemological critique of the West’s greatest myth – History” (Young 1990: 2). Such work has made a significant contribution to our understanding of the contested relationship between the

“self” and the “other”.

Inspired by these remarks, this article will provide insights into how foreign others are represented in British daily newspapers, made more significant when the Cyprus problem is concerned. The Cyprus problem is a long-standing conflict between two ethnic communities: the Turkish and Greek Cypriots, and as the literature has previously indicated and crucial to this study, a conflict between the self and the other, upon a small Mediterranean Island. In particular, the study aims to understand the complexity of the representation of the Turkish identity among and in comparison, to the other role-playing identities within the Cyprus problem. Given Turkey is one of the role-playing states in the fate of Cyprus and has required political control over the northern part of Cyprus, to ensure the safety of the Turkish Cypriot population (Bartlett 2013), as it is claimed, or as another land to conquer and rule over, as some may argue, it's a case par excellence to evaluate how the British press represents Turkey as a second signatory to the Treaty of Guarantee; a treaty between Cyprus, Turkey, Greece, and the United Kingdom. The representation of the Turkish identity has additionally been taken to hand with relation to the Cyprus problem, as there is very little prior data in relation to the representation of the Turkish Cypriots in western media and thus, a unique handling can be grasped with relation to understanding whether an identity that is known to be orientalised, maintains this form of orientalisation in relation to such a sensitive political issue and whether there is any form of orientalising present within discussions surrounding the Cyprus problem. This study is further interested in deciphering the representation of Turkey in relation to the Cyprus issue, to evaluate the representation of the Turkish identity in connection to other matters or issues, external to any immediate issues concerning Turkey, where they play a side role. A majority of previous literature takes on board the representation of the other directly and rarely have studies engaged in exploring whether such representations continue on issues that are not directly related to that identity. As such in this case, do the journalists continue the same representations in matters where Turkey and its people are not the main focus? Further, this study is also an opportunity to grasp how a known representation of such an identity stands in comparison to other identities regarded within the realms of the self in this binary relationship, where such representations in relation to such a sensitive political situation may affect the political direction of this matter. Taking to hand the period from the 2004 Kofi Annan Peace Plan Referendum (the Basis for Agreement on a Comprehensive Settlement of the Cyprus Problem) and five years prior (2004 -1999), the present study aims to uncover the prevailing discourses and use of language in the British press concerning Turkey and its people. The study also sheds some light on the representation of the other role-playing identities, providing an understanding of how the British press evaluated and thus represented all those involved in the Cyprus problem. This



period was selected because the efforts to solve the Cyprus problem intensified and media coverage of the problem increased simultaneously at that time, hence the increased amount of directly related news articles within a certain period, providing the ideal opportunity for analysis. The representation of Turkey is taken into the hand with the focus of the self and other lens and additionally compared with the other identities involved.

The academic literature provides sufficient evidence suggesting that Turkish people have often been subjected to orientalist ideology and narratives and are widely represented as the Other in western writings (see Birce 2015; Wimmel 2009; Negrine et al. 2008; Bryce 2007; Devran 2007; Aissaoui 2007; Spyrou 2002). Their Islamic faith, for instance, is already known to be subjected to negative coverage in the western news media (Douai and Lauricella 2014). Neumann (1999), as well as Kylstad (2010: 7), argues that “Turkey has historically been Europe’s significant Other due to its military might, physical proximity and a strong religious, rivalling tradition”. Devran (2007), also documented that history plays a pivotal role in the othering of this nationality, as their Ottoman heritage and the negative feelings towards this former empire are inherited in today’s western media’s representations of the Turks. Aissaoui (2007: 7), similarly, argues that “Turkey has a poor image in the unconscious of Europeans, including in countries that did not suffer under the Ottoman past of the Turks”. Gangloff (2008), highlighted that Turkey is often presented and perceived as an oriental and backward country, beyond the borders of Europe, and is foreign in many aspects to the European spirit. This often-derogatory perception of Turkey and its people helps the western readers to easily grasp the difference between the East and the West, or the difference of Turkey from the west. Today, these mainstream political discourses about Turkey find substantial coverage in the western news media. The current study is an attempt to evaluate whether this form of discourse was present between 1999 and 2004 in the British news texts covering the Cyprus problem, a political matter not directly related to Turkey. Given the Cyprus problem additionally concerns Greece, the Greek Cypriots, and Turkish Cypriots, this case equally provides an opportunity to compare the way Turkey and other role-players are represented.

Turkey, Greece, and the United Kingdom, which have been present and dominant within the Mediterranean for some centuries, have also been active in the Cypriot strife, where it can be posed that their presence with relation to this Mediterranean Island is in light of their conflicting agendas, (Bartlett 2013) where Turkey and Greece historically have wanted to maintain rule over the island, and the United Kingdom has just wanted to maintain their presence. These three powers have played integral roles in the plight of Cyprus and the Cypriots. Following the colonization by the British Empire in 1914, life on

the island began to change (French 2016; Varnava 2009; Kliot and Mansfield 1997) due to the increasingly souring relations between the Greek and Turkish Cypriots, mirroring the centuries old difficult relations between Greece and Turkey, the ancestors of the Cypriots. The difficult relations between the once harmonious communities resulted in furthering segregation by the establishment of EOKA (Ethniki Organosis Kibrion Agonisdon, translated as National Organisation of Cypriot Struggle) a movement fighting for Enosis (connecting Cyprus to Greece), retaliated by the Turkish Cypriots calling for TAKSIM (partition). A long period of unrest was experienced on the island, with a civil war in 1952-1954 (Kliot and Mansfield, 1997), Greek Cypriot Lieutenant Colonel and leader of EOKA; Georgios Grivas, struck out during the early hours on the 1st of April 1955 with attacks against the Turkish Cypriots, beginning a concerted effort for enosis, affecting both the Greek and Turkish communities, as well as the British authorities present (French, 2016). This was the initial introduction of EOKA on the island (Göktürk, 2018). While peace talks ensued on the island, so did the unrest: in 1958, March witnessed EOKA attacks upon British targets, and in June, attacks by Turkish Cypriots on Greek Cypriots, with Greek Cypriot retaliation soon following. October witnessed a major campaign of force by EOKA, against the British authorities on the island (Xydis, 1973: 10), with all of these developments forcing Turkish Cypriots into enclaves. There was to be no respite when the Republic of Cyprus was established between the two communities in 1960. The post-colonization political and socio-economic difficulties support the claims of Young (1990) and his coining of the word; in-dependence, describing the economic and political dependence of countries from their previous colonizers, following their gaining of independence. This terminology has proved appropriate in describing and understanding the backstory to Cyprus' conundrums. Following many years of unrest, with both communities involved in performing atrocities, one of the final blows to the island was a Greek military junta in July 1974, which saw the bloodshed of Greek and Turkish Cypriots alike. Guarantor Turkey, following consultation with the United Kingdom, intervened for some and invaded for others, and subsequently divided the island (Göktürk 2018). Greek Cypriots fled to the South of Cyprus in forced migration, and all the Turkish Cypriots moved to the north of the island, the forced migration resulted in leaving property and belongings, and even loved ones. In 1983, the Turkish Cypriot leadership declared the de facto Turkish Republic of Northern Cyprus (TRNC), established on the territory accepted as part of the internationally recognized Republic of Cyprus (RoC), administered by Greek Cypriots since 1963. "The RoC considers the territories controlled by the TRNC under occupation and claims a full sovereignty over all the island" (Akçalı 2011: 1730), a sentiment shared by the international community and law. The actions of Turkey are deemed as illegal occupation of the internationally recognized RoC, which has led to the continued plight of the Greek Cypriots being unable to return to their lands and properties and the Turkish Cypriots existing unrecognized by the world but Turkey, residing illegally on what is accepted as occupied

territory. For many Turkish Cypriots however, it is home, and Turkey saved them from genocide when the rest of the world turned their backs. In North Cyprus, many Turkish Cypriots stand politically divided, weary from the international isolation history has bestowed upon them. While a large section of the society blames Turkey for their current standing, viewing it as another form of colonisation, the other half view that the only other solution; peace with the Greek Cypriots, ultimately means submittance to the enemy, calling that the Greek Cypriots have done it once, they will do it again. Such narratives are prevalent within the Turkish Cypriot media discourses, establishing imagined communities of Turkishness as Cypriotness (Ciraki, 2018), essentially creating a divide within a divide.

Today, some 46 years later and separated by a buffer zone, Cyprus exists with two distinct and separate communities remaining segregated: the Turkish Cypriots (TC) to the north and the Greek Cypriots (GC) to the south, with the political status upon the island remaining as in ceasefire. Not all are equal, however, with the Greek Cypriots maintaining an internationally recognized status and joined the European Union (EU) in 2004. The Turkish Cypriots to the north exist with an internationally unrecognized government with political, economic, and at times, socio-cultural embargoes, and sanctions by the world. “Turkey is the only state in the world that recognizes the TRNC and that does not recognize the RoC” (Akçalı, 2011: 1730). This situation has increased the TC’s military and economic dependence on Turkey, giving Turkey control over North Cyprus’s internal affairs. As a result of the tumultuous history, while Turkey claims an intervention in 1974 to save the Turkish Cypriots when no one else was, a recount echoed by many Turkish Cypriots, the Greek Cypriots alongside the world view this development as an illegal invasion that forced migration of the Greek Cypriots, leading to unimaginable material losses and sentimental connections to home. As it is clear, narratives continue on each side of the Green Line, not helped by the ‘motherland nationalism’ deriving from primary loyalty to Greece and Turkey “mainlands” and identifying as Greek and Turkish (Psaltis and Chakal, 2016).

This study is limited by several factors. First, the study focuses on the representation of the British press only about the Turkish identity, and in connection to the Cyprus problem. Therefore, generalisations cannot be made beyond this area of study in connection to other subjects or the press of other nations. As the study focused upon the representation of the Turkish identity on the subject of the Cyprus problem, only 45 articles were produced that were directly related to the Cyprus problem and not the many other developments during this time. Another limitation is in relation to the time period, between 1999-2004. Assumptions about the representation of the Turkish identity cannot be made beyond this point.

Primarily relying on the theoretical work of Said's Orientalism (2003) and Young's (1990) White Mythology, and by applying a qualitative content analysis (Schreier 2012) upon 45 news articles that take the Cyprus problem to hand as the core subject, and are published across five British broadsheet newspapers (The Guardian, The Times, The Sunday Times, The Independent, and The Daily Telegraph), this study aims to uncover the following two questions:

RQ1: How is Turkey represented in the news content of British daily newspapers covering the Cyprus problem from 1999-2004?

RQ2: What kind of language is dominant in portraying the Turkish people politically, economically, and culturally, in the selected period?

Before explaining the method and data used, we will devote some time to reviewing the literature that is relevant to theories of the media representation of Others, with a particular emphasis on the orientalism discourse in foreign affairs reporting.

## **1. Orientalism and Othering in the Western Media**

Binary oppositions are a logic settled into the minds of language users, instantly placing the self and the other in their places, and immediately making connections with the framed images and connotations they maintain (Fourie 2001; Saussure 2011). Like a norm, unquestioned by its communicators, this relationship between the words we utter and the thoughts and realities they form continue, invested in every time the words are spoken by an individual, written in a schoolbook or newspaper, mentioned on the television, and suggested in art forms. It is at this point that ideology connects with communication and thus, language, and it is in this way that the west was able to interweave their ideologies into the words we speak and disseminate it, in every form of communication.

Journalistic efforts play a large role in the formation of dominant opinions within a society and the understanding and mediation of reality (Fowler, 1991). A recent study looking at journalism in Cyprus acknowledges that journalists and editors "make decisions about what to report and how to report it" (Şahin and Karayianni 2020: 1361). Besides shaping the news, journalists' "judgments, decisions and

actions are the key elements in the news production process” (Şahin and Karayianni 2020: 1362). In Northern Cyprus, it has been observed that Turkish Cypriot Media output reflects mainstream narratives (Cirakli, 2018). Moreover, “the closer the reporters/editors are to a given news event in terms of national interest, the further they are from applying professional news values” (Nossek 2004: 343). The language they use can affect how the readership reacts to news (McNair, 2009). Journalists have the power to select certain events or information and to leave out others and publish them in the form of stories known as editorials or leading articles, that the public recognizes as news (Manoff and Schudson 1986; Gans 1979). Of course, it can be argued that there are a plethora of ways to tell a story, but in the case of journalists, they are not accidental, with Schudson (2003) fundamentally reminding us that journalists create reality and make waves. Schudson (2003: 33) highlights that “News is not a mirror of reality. It is a representation of the world, and all representations are selective”. “Media are mobile spotlights, not passive mirrors of society; selectivity is the instrument of their action. A news story adopts a certain frame and rejects or downplays discrepant material. A story is a choice, a way of seeing an event that also amounts to a way of screening from sight” (Gitlin 1980: 49-51). Once the realities imparted to the readership are taken on board by society, and the journalists’ narratives become that of the readers’ narratives, through the consent of those readers, spoken language can create boundaries, form hierarchies, shape realities, and support power relations all in context of the political, economic, power institutions and elites present within a society (Van Dijk 1991). With such power bestowed upon the press, it is no wonder that the wording, visuals, content, setup, and ideologies of newspapers are frequently scrutinized and evaluated (Schudson 2003; Van Dijk, 1991). Chomsky and Edward (1988), for instance, claim that in the case of foreign reporting, press objectivity weakened. In a similar vein, Herman and Chomsky (2002) claim that journalists are willing to give up professional norms to national interests. Journalists’ behaviour, thus, is context-dependent (Nossek 2004).

Orientalism has continually been woven into news texts (Jackson 1996; Merskin 2004; Birce 2015; Paksoy 2012; Devran 2007). It involves stereotyping the concept of the “Orient” as “other”, which has remained more or less unchanged till today (see Spyrou 2002; Merskin 2001; Hall 1997). The study of Merskin (2004), for instance, has shown that despite cultural and visual differences, geography, background, and levels of education, all Muslims, Arabs, and those residing particularly in the Middle East have been stereotyped; they are Orientalized and characterized as the Other. Such stereotypes that “tend to lump Arabs, Muslim, Middle East into one highly negative image of violence and danger” (Jackson 1996: 65) tend to be the creation of collective memory, as opposed to real experience. These orientalist efforts, stereotyping the Other, simultaneously have reinforced the structures of the western

identity. The study of Bakić-Hayden which looks at how eastern Europe in general, and Former Yugoslavia in particular, has been represented by the westerners, outlines that eastern Europe is perceived as less European. It “has been commonly associated with "backwardness," the Balkans with "violence," India with "idealism" or "mysticism," while the west has identified itself consistently with the "civilized world” (1995: 917).

Bordering Eastern Europe, Turkey has been awarded no exceptions. Persistency of othering was observed in the case of the British press. Devran (2007) analysed that whenever Turkey is mentioned within British news texts, space is often given to highlight their Islamic identity. Devran (2007: 103) concludes that “whoever reads the British newspapers will face various descriptions of Turkey as a poor, predominantly Muslim, culturally alien, over-crowded country, with a population of 72 million; a country with a shaky democracy and economy that lies geographically outside the boundaries of Europe”. Paksoy (2012), similarly, acknowledges that any adjectives, words, reductionist terms, and phrases utilized by the British press in the description of Turkey, generally associated with a religious difference, a Muslim label. One fact of such representations is that “British cultural tradition contains elements of derogatory to foreigners” (Schudson, 2003: 173).

Especially, after September 11, 2001, the World Trade Centre attacks in New York, studies confirmed that the western media’s othering of the Islamic faith had dramatically increased, with the most common adjectives used when referring to Muslims being radical, fanatical, fundamentalist, and extremist, or militant (Poole 2002). This stereotypical language dominates the British media, resulting in the audience having a limited understanding of the faith and its followers, and the preferred reading or meaning of this discourse only inferring the otherness of the Muslims (Birce 2015). Poole’s (2002) book exploring the media representation of British Muslims and reporting of Islam, acknowledges that the orientalist discourse and constructions of the other continue to be manifested similarly. Comparable findings drawing on the negativity of Islam and Muslims are found in Poole and Richardson’s (2006) book too. From a critical appraisal, the authors acknowledge that the binary oppositions of us and them are repacked in news discourse and conclude that mainstream western media tend to represent Islam with a limited repertoire characterizing negativity. Muslims are stereotyped as being misogynistic, intolerant, and violent/cruel, or strange/different (Poole and Richardson 2006). Saeed’s (2007) review of the literature equally acknowledges that western media is overtly biased and xenophobic, and the tone of the rhetoric is often alarmist. Islam, which the majority of the Turkish people identify as, is regarded as a mediievally backward religion, symbolizing terror, and discourse has been produced that links Muslims

with support for terrorism, fundamentalism, or illegal immigration. Bail's (2015) study concluded that any negative messages about Muslims received a higher level of media attention than their positive opposite in the western world.

Another ideology noted to be laced within discourse and media, is Young's (1990) white mythology. With white mythology, Young (1990) has directly challenged the European Marxist claim to a totalizing knowledge, a knowledge that is acknowledged as being eternal, presented in an objective nature, forming the grounding of a dialectical theory of history in perspective, but essentially an effort that functions fully in the realms that are fundamentally a European only perspective (cf. Spivak 2009; Said 2003). Like orientalism, it is accepted that white mythology has been made possible by utilizing language as a vehicle to deliver this ideology, enhancing the superior idea of the west. As modernist notions of development, progress, and history are a portrayal of the first world, this in turn has reserved them the right to theorize about history and humanity. The words history and humanity indicate that this right is for men only, and not for women and the third world. This is because "History with a capital "H" cannot tolerate otherness or leave it outside its economy of inclusion. The appropriation of the other as a form of knowledge within a totalizing system can thus be set alongside the history of the European imperialism" (Young 1990: 35). As recounted by Cixous, a commonplace presentation of history is that there must always be two races in existence, the masters, and the slaves (in Spivak 2009). Thus, white mythology outlines that this European ideology has dominated historical output, by omitting true events, to present the European perspective only. In the western version of history, the others, the colonized, the subalterns' existence is not ignored for sure, as they play a pivotal role in propping and enhancing the identity of the west, in a binary relationship they find themselves within the self with their other, the masters with their slaves (Spivak 2009). The perspective of the other can rarely be stumbled upon, their existence within history is a mere convenience for the western need of self- definition. The colonizer's version told us that they took modernity, technology, democracy, development, and education to the colonized lands and people, what little versions of the colonised recounts have seeped through vastly differs from that of the colonised and speaks of pain and trauma. While historically white mythology would have been laced within artwork depicting preferred visualizations of events, novels outlining ideal narratives, and history books indicating tainted versions of reality, in the recent past and present time, such ideologies would be stumbled upon in modern media, television reports, websites, and news texts.

What is suggested is that foreign news coverage involves special national characteristics and symbols (Schudson 2003), which the journalists working for the British press maintain, in this case in relation to Turkey. Additionally, readers of that section are presumed to know little about that country.

Our purpose, therefore, is to explore how the British foreign news texts produce meaning regarding Turkey when reporting on the Cyprus problem. In search of answers, we examine Turkey's portrayal in recent history. Before discussing the findings more comprehensively, we shall provide some information about the method and data.

## 2. Materials and Methods

For this empirical research, texts in the foreign or international news sections taking the Cyprus problem to hand as the core subject and published across five British newspapers were selected for analysis. Only broadsheet newspapers with different editorial profiles in the British media landscape were considered: The Guardian, the Independent, the Daily Telegraph, the Times, and its sister paper the Sunday Times.

The ProQuest Central search engine was utilized for this study. We apply three filters during the search to narrow down the results to deliver the desired field of study. The first filter applied was the 5 years' time frame; beginning from 24 April 1999 till 24 April 2004, the latter being the official date of the Kofi Annan Peace Plan referendum. The referendum is a significant development in the Cyprus issue timeline, as it is regarded as the day that the two communities officially confirmed their political stance. By delivering a "yes" vote for peace and reconciliation by 65 percent, the Turkish Cypriots officially proved their pro-reconciliation positions, while a "no" response was placed by the Greek Cypriots at a rate of 75 percent, proving their positions also (Sözen and Özersay 2007). These 5 years are chosen for two reasons: (1) it was a politically active time for all involved in the Cyprus problem, and (2) the Kofi Annan Peace Plan Referendum marked a pivotal moment in history for the Cyprus problem. The second filter applied was the selection of broadsheet newspapers, as they produce more serious reporting on politics, economic and foreign affairs, as opposed to tabloids or regional newspapers. The last filter applied was to search a specified subject, the "Cyprus issue", including the specific keywords; "Cyprus Problem", "Turkey", and "Cyprus". This search delivered 304 articles in total. However, to locate the articles directly related to the Cyprus problem only, the abstracts of each of the 304 qualifying articles (format in which they are delivered from ProQuest), were carefully read to establish their true qualification. Due to the political activity at the time, the Cyprus issue was frequently referred to in passing in other articles relating to other subjects, such as Turkey's EU bid or the Greek Cypriot general elections. Such articles were not considered. It was found that out of the 304 articles, 45 were directly related to the Cyprus problem and Turkey (see Appendix I: List of news items used for analysis).



The study employs a qualitative content analysis, a research method that helps us to focus specifically on language characteristics, contextual meaning of text data, and content (Schreier 2012). Qualitative content analysis is applied to subjectively interpret text data, by enabling the researcher to reliably and systematically analyse data of a qualitative nature, whereby generalizations can then be produced (Schreier 2012). Based on these assumptions, we examine the news texts by using two analytical tools: (1) the presence of orientalism, and (2) the investment in white mythology. We, first, focus on the main ideas and looked at the level of orientalism in terms of the information international news carry; then we analysed the content of each body of text with respect to popular adjectives used by British journalists to ascribe meaning to Turkey. In that same section, we looked at the forms of linguistic implementation, of language differences or similarities used by British journalists to represent the Turkish people; we also looked if Turkey is presented as part of the Orient and, if, or to what extent Turkish people are presented as Others? An additional focus was in relation to how the representation of Turkey compared to the other role players in the Cyprus problem. Secondly, we study the contents and look at what issues and ideas are stressed in terms of white mythology. This means that we looked at the texts to see if white mythology is circulated between the lines of the international news. In this section, we looked at how the texts are constructed, and what narratives are embedded within the articles, and crucially, what information is missing and whether equal space is given to each side of the story, factors that may impact the general understanding of events.

### **3. Results**

#### **3.1 The Presence of Orientalism**

The results suggest that the British broadsheet newspapers' representation of each of the role holders coincided with their level of inconveniencing the British agenda in Cyprus, a situation which becomes more apparent with the forms of representations upon the other identities and the timing/subject at hand. In this sense, the most highly Orientalized or "other" within the representations was Turkey, accepted as most challenging the British agenda upon the island, with traditional forms of orientalism observed. The Daily Telegraph, for example, speculated in one article: "in their place, dark-skinned Turks from Anatolia and Kurds from South-eastern Turkey are moving in. At the far end of Niazi's street, a woman in an embroidered headscarf chases chickens back into her garden" (7 September 2002). Common derogatory adjectives, seen previously across literature and suggested by Said (2003), (e.g., "dark-skinned", "headscarf") were used to Orientalize the Turkish people living in the north of Cyprus. Such descriptive references referring to the colour of skin, for example, were not seen to be made in relation to the residents of the south of Cyprus. It is additionally questionable from an ethical perspective

what the relevance of skin colour has in this matter. Nevertheless, it is already known that dark skin has negative connotations connected to it, with the Arabian descent of the Turks unforgotten which positioned them as a ‘complicated’ other, but still an ‘other’ (Birce, 2015). This representation has painted a picture that all the Turks that have come to Cyprus from Anatolia and the Kurds from South-eastern Turkey are dark-skinned, that they wear Islamic headscarves and are all Muslim, and they are likely to be raising animals, a more primitive form of people (chasing chickens), thus insinuating an education level. The picture, it can be argued, becomes direr when teamed up with occasional reference to the number of settlers who have come from Turkey to live in North Cyprus, presented as being half the 200,000 population. Here is another example of such traditional forms of othering, this time presented by the Sunday Times: “Denktash has encouraged mainland Turks to settle there [in Cyprus], most of them from underdeveloped eastern Anatolia. The women wear Islamic dress and have large families. Turkish Cypriots, who are mostly secular, have become a minority within their own ‘republic’” (17 November 2002). This excerpt indicates that settlers from Anatolia dress in Islamic attire, have large families and that this is not secular. They are from an underdeveloped location of the world, and that this location is in eastern Anatolia. It additionally defines fundamental differences between the Turk and the Turkish Cypriot, although in other examples we have seen them lumped together (Jackson, 1996) against the identity of the European self.

In another way of Orientalizing the Turks, those that had emigrated from mainland Turkey to live in the north of Cyprus were critically referred to as “settlers” by the British journalist covering the unrest. Take this example: “Lack of opportunities in the north has caused increased migration of young Turkish-Cypriots, who have been replaced, to some extent, by settlers from Turkey. They now account for nearly half the population, which is thought to be about 200,000. There are also 35,000 Turkish troops” (Times, 1 October 2002). By using the term “settlers”, which already has negative connotations (Barthes 1961, Cirakli, 2018) associated with it, the British journalists have applied such negative connotations to the Turks from mainland Turkey. This finding harmonizes, with academic literature that also put forth that the Turks living in the north were “settlers” (cf. Navaro-Yashin, 2006). In terms of identity politics, and as outlined by Cirakli (2018: 199), “the presence of individuals of Turkish origin who have moved to Cyprus from Turkey since 1974” is seen as an important dimension of the Cyprus problem. This terminology used in the British broadsheet press, it can be put forth, mirrors the mainstream discourses and narratives that dominate the political field; in other words, to a certain degree, it reflects the way politicians and political parties think in the United Kingdom, and which narratives in North Cyprus they have selected to represent and take on as their own, reminding us of Schudsons (2003), that all

representations are selective.

The actions of the Turks in the 1974 developments were presented as almost barbaric. The reason for this representation of the Turks and Turkey maybe because they have continually prevented the British agenda (Bartlett, 2013) in relation to Cyprus, which would have been especially apparent during this notably active political period. As asserted by White Mythology, developments are evaluated from the white western male perspective, however, what can be said is that Turkey's position in the Cyprus problem is uninvited, possibly due to the obstruction and difficulties they have displayed towards the three European countries involved: Greece, South Cyprus, and the United Kingdom, all part of the occident, all part of the Self. This form of representation is more notable and relevant in contrast with the forms of representations of the other identities involved.

A further method of orientalising the Turk, this time the identity of the Turk being grouped (Jackson, 1996), both the Turkish Cypriots and the Turks into one representation in a totalizing dialectic typical of othering, the 'Turk' was represented by highlighting what they are not. In an article in relation to the attempts for resolution before the South of Cyprus was set to join the EU, The Guardian journalist Michael Theodoulou stated "culturally and historically the Greek Cypriots feel European. But their motivation in joining the EU is overwhelmingly political: being part of the bloc would remove the fear of further Turkish expansionism" (1 October 2001). The referral to the Eurocentric "bloc" in which the Turkish Cypriot identity was not associated with at the time, is a showcase of the position of the Turkish Cypriot and the Greek Cypriots on the self-other axis, years prior to this ideology becoming reality when the Greek Cypriots were admitted to the EU on 1 May 2004. This method of implementing orientalism is typical in defining the 'self' while simultaneously defining the 'other' in a display as to what they are not. As mentioned by Pickering (2001): "The Other is always constructed as an object for the benefit of the subject who stands in need of an Objectified Other in order to achieve a masterly self-definition" (p.71).

In terms of the level of challenging the British agenda, next in line in the hierarchal form of othering were the Turkish Cypriots, who were not evaluated as being orientalized in the classic notion as presented by Said (2003) but were othered throughout the articles. Previously seen and documented orientalist words used in the representation of Turkey and the Turks, such as "Islamic", "Muslim", and "exotic", were not generally found to be used in the case of the Turkish Cypriots. Orientalism, however,

was not all together non-existent in the case of the Turkish Cypriots. Offensive words such as “kebab posting” (The Times, 25 February 2003) or referral to the sound of a minaret to the north of the island, when no religious affiliations were mentioned to the south, reminding us of Devran’s (2007) assertion that whenever Turkey (or the Turk is mentioned in this case), space is given to highlight their Islamic identity, and as the Islamic faith already has negative connotations connected to it (Douai and Lauricella 2014), such unnecessary mentions immediately frame negative images in the mind of the reader; “on the Greek side, we can hear the Muslim call to prayer in strange exchange” (The Guardian, 1 March 2002). Othering was established instead with frequent comparisons with the Greek Cypriots, with the Turkish Cypriots projected as lesser than the Greek Cypriots often, by referring to their underdeveloped and static nature in every sense possible within a society, their inferior economy, and their problematic political status emphasized frequently. Take these excerpts from the Guardian: “[After 1974] while most Greek Cypriots had to make do with humble refugee homes, their Turkish compatriots were invariably housed in vacated villas” (20 November 2003). Or this one: “The Turkish Cypriots – whose income is roughly seven times lower than the Greek Cypriots – have historically opposed the right of return, on the grounds that they would be outbought and outnumbered” (Guardian, 12 November 2002). Some extracts treat Turkish Cypriots as if they are “mainland Turks”: “Greek to the south, Turkish to the north; the one cosmopolitan, the other underdeveloped” (17 July 1999), or this one: “The Greeks need the workers the Turks can provide. The Turks need that work, access for their goods in southern Cyprus, and, above all, access to the EU, which Greek Cyprus will join next May” (Guardian, 9 May 2003). Such examples were observed in the Guardian, an influential daily British newspaper where its readership is generally on the mainstream left of the British political spectrum: “So Northern Cyprus continues to forge its path. Economic embargoes mean it is far less wealthy than the Greek Cypriot South, and desperately dependent on financial aid from the Turkish mainland” (Guardian, 1 July 2000). In further examples from the Guardian, “[In the North of Cyprus] there are no body-piercing parlours or Body Shops here, just piles of cheap Chinese products and fake Calvin Klein jeans” (17 July 1999). In a comparative paragraph between Lellos Demetriades and Semi Bora, the mayors of Nicosia to the south and the north at that period of time, it was speculated: “Demetriades was expecting visits from the president of the Belgian parliament and the ambassador from Greece, and due to attend a reception for a new Bulgarian professor at the University of Cyprus (south). When I met Bora, he was gnawing his nails at an empty desk in front of an empty diary, with just my name on it” (The Guardian, 17 July 1999). In the above derogatory manner in which the two mayors are compared and positioned, the mayor in the south is portrayed as an important person, dealing with important issues and people (e.g., “president”, “ambassador” or “professor”), while the mayor to the north is portrayed as unimportant, “gnawing his nails” “at an empty desk”, and an “empty diary”. Such content may frame images that the Greek Cypriot politicians are better

positioned in comparison to their compatriots while establishing a view in the reader that the Turkish Cypriots are less in IQ, primitive, and under-established. The same example went on to compare each side of the divided city of Nicosia, “To the north, the buildings were older, shabbier, shorter. The Saray towered above them all. To the south, the walled city was ringed by buildings that were even higher than the Saray. There was a clear financial district. There were signs of wealth in the scale of the buildings. The cars shone brighter, newer, and there were more of them moving along the wider streets (The Guardian, 17 July 1999). These examples incorporate derogatory content concerning the Turkish Cypriot community, projecting them as economically poorer than the Greek Cypriots, questioning how pertinent such descriptions are in relation to such an important ethical issue, and how ethical it is to give space to them.

The Turkish Cypriot orientalism was also interpreted as less than that of Turkey, due to the fact that often they were projected as victims to Turkey’s interventions and presence, and subordinate to this nation: “Turks dismiss Cyprus talks” (Guardian, 25 November 2000). The same Sunday Times article mentioned previously, also exposes evidence of both traditional forms of orientalism in the representation of the Turks and the projection of the Turkish Cypriots as victims at the hands of Turkey’s agenda, it was speculated: “Denktash [former representative of the Turkish Cypriots] has encouraged mainland Turks to settle there [in Cyprus], most of them from underdeveloped eastern Anatolia. The women wear Islamic dress and have large families. Turkish Cypriots, who are mostly secular, have become a minority within their own ‘republic’” (17 November 2002). Not only is this another example of the orientalist ideology being applied to Turks, as noted earlier, but it is being suggested that by enabling Turkish citizens to emigrate to Cyprus, from particular parts of Turkey (e.g., “Anatolia”) where the society is a better fit of the orientalist description, this content indicates that Turkey does not care for the autonomy of the Turkish Cypriot state or their welfare and is only concerned with their particular agenda on the island. Another example of such is the excerpt from the Guardian, 1 July 2000, presented earlier, “[Northern Cyprus are] desperately dependent on financial aid from the Turkish mainland”. With the word ‘isolation’ being mentioned in total 37 times across the 45 articles, this excerpt is another example, “it would bring to an end the international isolation of Northern Cyprus, which is recognised only by Turkey” (The Times, 1 October 2002).

It was analysed that the Greek Cypriots were rarely othered or represented with a derogatory tone. The interesting finding observed in connection to this nation of people, who are generally known to be part of the Self, is that any form of negative content with relation to the Greek Cypriots was made within articles reporting on Greek Cypriot challenges upon the British authorities on the island. Such defensive

in tone articles was accusatory towards the Greek Cypriots while defending the British presence: “It really hurts to have a divided island, and it’s easier to blame the British more than anybody else” (Independent, 5 July 2001). At any other time, the Greek Cypriots were hardly referred to in a derogatory manner. While this finding is not othering in the same sense of the Turks, with no orientalism observed in the traditional sense, as presented by Said (2003), the article is highlighting the unideal political situation the Greek Cypriots are experiencing, displaying it as a weakness, while attributing a child-like manner and tone to the actions of the Greek Cypriots. The tone suggested in the article is that the Greek Cypriots are acting irrationally and their actions unjustified, using the Cyprus problem against the Greek Cypriots in this sense, while defending the British problem upon the island. The use of such a sentence is questionable in objective journalism, and from an ethical perspective. It cannot be ignored that an identity attributed to that of the ‘self’ has been subjected to a derogatory representation, and it also cannot be ignored that this form of representation only existed with articles where the Greek Cypriots were challenging the British. Such a finding indicates a different level of significance when evaluated with the rest of the findings, in the sense that there is a theme with relation to the level of inconveniencing the British agenda with relation to the island of Cyprus.

Finally, and interestingly, often the British identity had their role and positions glorified, with any misdemeanours imposed by the British presence and their army downplayed, trivialized, and even joked about. An example of this was seen in the Guardian; “The two sovereign bases have provoked little controversy since they were negotiated at the time of Cypriot independence in 1960 – barring embarrassing incidents involving drunken troops” (5 July 2001). The Independent also engaged in downplaying and trivializing the negative actions of the British presence; “But middle England transplanted to the Med is not quite so ideal for single soldiers, whose need for the company of the opposite sex can run counter to the similar needs of local youth. Competition for the favours of female tourists, fuelled by duty-free alcohol, can erupt into violence” (5 July 2001).

#### **4.2 Investment in White Mythology**

Across the 45 articles analysed, 39 can be deemed as investing in white mythology. In terms of news texts, it is possible to engage in white mythology not only with what is stated and shared in information but also with what is not. In this case, as well as the further findings stated below, it was found that across the 45 articles, 6 were feature articles. Of these 6 feature articles, 5 were in-depth and lengthy pieces that told the Greek Cypriot perspective only, while the one remaining article provided a more balanced view.

The white mythology ideology was assessed as being applied in two distinct ways by the British press. The first way in which white mythology was observed was concerning the subject of the actions taken by Turkey in 1974. Of the 45 articles, 27 (13 of which in the Guardian and six in the Independent) articles referred to this intervention as an “invasion” or “occupation”, with these words (and variations of them) being used a total of 54 times. Take this example from the Independent: “Turkey is the only country that recognizes the self-declared Turkish Republic of Northern Cyprus. It has kept some 30,000 troops on the island since it invaded in 1974 in response to a Greek Cypriot coup backed by Athens” (13 November 2002). And this one from the Daily Telegraph: “Since the Turkish army invaded Northern Cyprus in 1974...” (3 January 2003). Or this one from the Guardian: “The Turkish invasion of the island in 1974 rescued Turkish Cypriots from their often-embattled enclaves but only to concentrate them in a larger territory that was physically more secure but, because unrecognized and entirely dependent on mainland Turkey, almost as isolated” (9 May 2003), and this one; “Ultra-nationalists bent on union with Greece toppled Archbishop Makarios, the Greek Cypriot president. This gave Turkey every excuse to invade in the name of the Turkish Cypriot minority it was pledged to protect” (The Guardian, 13 February 2002). Across these examples and the last one especially, while the events and atrocities regarding the Greek Military Junta Coup d’état in 1974 have been missed detrimentally and fundamentally to the understanding of the reader, the actions of Turkey which ultimately saved the Turkish Cypriots from genocide, as well as atrocities against the Greek Cypriots who were also seen to suffer at the hands of the guarantor country Greece, all but ignored by guarantor country the United Kingdom, were reduced to an excuse to invade by the British press. Kauffman (2007), however, argued, “The partition occurred so quickly after the July 1974 coup by Greek Cypriot ultra-nationalists that was the main source of the fear of very large-scale ethnic cleansing that we cannot know what the new government might have done. What we can confidently say is that absent partition, deadly communal violence in Cyprus would have continued to recur and that there are grounds, including the behaviour of the July coup regime, for guessing that the ultimate cost would more likely have been higher rather than lower than that of partition (p.1). With the frequent use of the word “invasion” and a constant reference to the Turkish military stationed on the island, an image of Turkish soldiers lining the streets is established by the British press. Enhancing this imagery is the constant referral to the number of Turkish soldiers present in Cyprus, numbers they fail to present about any British, UN, or Greek military presence. As with the above interpretation of the finding has asserted, the frequent description of Turkey’s intervention in 1974 as being an “invasion”, is asserting the illegal actions of this country, thus presenting a notion of them being barbaric and primitive nation. To appropriate such a label to this event with no background information to accompany it represents the actions of Turkey in relation to this development as irrational, extreme, and unlawful; all labels that Turkey has previously been seen to be Orientalized with. Of the 27 articles,

14 articles, did not provide any background information, which might mean that there has been little attempt to understand the ‘other’s’ perspectives in the British press. This can also be particularly noted in the fact that of the 45 articles analysed, 6 were in-depth feature articles, with 5 of them in relation to the Greek Cypriot perspective of the Cyprus problem, and one of them providing a more balanced outlook on the issue. While the international community, including the UN, has accepted the actions of Turkey as invasion, there is, another perspective to this story held by the Turkish community, and it is not for the journalist to take the side of the dominant view but to ethically present the facts to the reader, allowing them to decide. Such an ethical issue can be found in the following article from the Independent, which presented the actions of 1974 as unnecessary, extreme, unprovoked, and potentially barbaric, a word likened to the Turks previously: “When I served there [Cyprus] in 1974 during the Turkish invasion, the Greek Cypriots were chucked out of the northern half of the island” (The Independent, 5 July 2001). The result of this standalone comment with no background information to accompany would lead a reader who does not know the developments in Cyprus some 27 years prior, that there was not Greek Military Junta Coup d’état, that the elected government in the RoC had not been toppled, with an assassination attempt on the Greek Cypriot President, and that British, Greek Cypriot and Turkish Cypriot lives alike were not in danger, with plans of genocide upon the Turkish Cypriot community. The result of this white mythology, as the rest of the world seems to understand the events to have developed, may have led to the idea that the current plight of the Turkish Cypriots is justified. This notion has already been used against Turkey in international politics, and specifically in their bid to join the EU since 1987.

As a second effort of the White Mythology ideology, and to eradicate any notion of wrongdoings on behalf of the British presence on the island, no background information was provided noting the previous harmonious living between the two communities present on the island (Varnava 2009), before the British colonization. This lack of information aside, the British role of peacemaker has been given mention when possible; “Britain offers to scale down bases for Cyprus peace” (Times, 25 February 2003) and The Daily Telegraph’s article “Army land may be lost in Cyprus peace plan” (25 February 2003), outlining the offer made by Britain to return 45 square miles of sovereign base land, which is not required by the British military, to aid reconciliation. Such content can also be viewed in two other articles “Why a corner of the island remains forever Britain (The Guardian, 5 July 2001) and “Defence: A divided island where the living seems to be easy” (The Independent, 5 July 2001) where the sole subject was to justify the sovereign bases about the Cyprus issue, following violence from Greek Cypriots in reaction to an antenna to be erected at the Akrotiri RAF station. As a result, in the few articles that handle their presence on the island and to justify the British military soil in Cyprus, emphasising their strategic importance,



narratives can be located that will refer to being placed in a “crisis-ridden part of the world” (The Guardian, 5 July 2001) and “in a part of Europe that is frighteningly close to unravelling” (The Independent, 5 July 2001). Such narratives raise sympathy in the reader for the sacrificial position the British military play in dealing with world security matters. What is missing throughout is without compunction, the pivotal role played by the British in the establishment of the Cyprus issue. This finding of white mythology is typical in Robert C. Young’s (1990) understanding of what white mythology is. Britain’s representation of the events and their role appears to be Eurocentric, presenting themselves as more modern and in control, thus more powerful in relation to the Turkish Cypriots, and even in some aspects above the Greek Cypriots also. What else this finding can be interpreted as is ignoring how the presence of a British base has received much negative response, from mainly the Greek Cypriots, their presence in Cyprus often questioned as no necessity in relation to the Cyprus problem. This is part of the very definition of white mythology, another tool to set themselves above the rest in their Eurocentric ideology. This is something that has been viewed and noted throughout western colonial history, and it seems to be no different in this case either.

## CONCLUSIONS

---

This article offers important insights into how Turkey is represented in the British news texts covering the Cyprus problem. The study asked, how were Turkish people portrayed by the British press in news about the Cyprus problem? It lays down that Said’s (2003) orientalism was present within the news texts produced by the British press during the 2000s and in relation to the Turks in particular. Turkish people from Turkey were represented with words referring to Islam, headscarf, skin colour, and as being settlers and land invaders, while derogatory narratives were formed in relation to their socio-economic standings. By constructing Turks as backward, an axis is established placing them in the category of the “other”. The study did not find any significant differences in coverage between different newspapers; their reporting was almost uniform. What is a defining moment, untypical from the traditional notions of orientalism, is that a community or nation that would normally be accepted within the “self” with no exception, due to their upholding of the qualities and characteristics of the self (white, Western and non-Muslim), was othered, not because of their location as further south and east in Europe; as per Milica Bakić-Hayden’s nesting orientalism (1995), but because of their role in obstructing and inconveniencing a former imperial nations ideals and agenda. As far as we are concerned, this type of representation has never been observed, in the form of hierarchal orientalism or changeable hierarchy of representations, based on the ethnic, religious, and cultural characteristics of those being othered, but

also their position with regards to their current position or actions affecting the ideals or agenda of the United Kingdom, in this case. This finding echoes Gitlin's (1980: 28) notion that "an opposition movement is ordinarily, routinely and unthinkably treated as a sort of crime". Creating such an enemy image is typical and beneficial, which is a reinforcement of "ancient ideological dichotomies of good versus evil and us versus them" (Merskin 2004: 158), which solidifies consensual stereotypes, beneficial for the orientalist ideology. The image of this enemy culturally influences "very negative and stereotyped evaluation of the 'other'" (Fiebig-Von Hase 1997: 2). Reinvestment of this ideology is characteristic of classic orientalism (Said 2003), in the reinforcement of political power, and the definition of the applicator's identity, and particularly in defence of the power in the question of political and economic interests. Such an interpretation is supported by Schudson (2003), who states that journalists often feel the obligation of representing news in light of the security and preservation of their country.

The orientalism interlaced within the texts of the British news articles evaluated displayed a hierarchy among those identities referenced, with the conditions of this hierarchy depending on two factors; firstly, those typically identified and accepted as the "self", by maintaining the characteristics of such a privileged status, and secondly, concerning their position with regards to the British position and agenda, upon the island of Cyprus. While the Greek Cypriots were predominantly treated and represented as part of the "self" within the news articles, their status altered, and their hierarchal position decreased when the Greek Cypriots imposed difficulties upon and challenged the British agenda.

With relation to the difference in the orientalism applied upon the Turks and Turkish Cypriots, from an orientalist perspective, it can be concluded that the characteristics and qualities carried by these two nations of people are not that different. In other words, they both identify as Muslim, and as part of the East and are not classed as white as Europeans. The difference, in this case, can be interpreted as their positions in relation to the British agenda, which was understood by the narrative present within some of the news texts. Turkey was displayed and projected as inconveniencing the Turkish Cypriots, hindering the political development of the Turkish Cypriots and Northern Cyprus, while the Turkish Cypriots were positioned as victims of the Turkish agenda. In comparison to the other role-holders present within the Cyprus problem, Turkey was seen to be traditionally Orientalized, presented as barbaric, unsecular, underdeveloped, and defiant in the face of the western powers, their inferior representation displaying them as audacious for such actions. By so doing, and as Cirakli (2018) has found out, Turkish migrants were constructed as a threat to the political will of the Turkish Cypriot community. Where no descriptive content was necessary and not applied to the other role holders in this conundrum, the Islamic faith of

the Turks received frequent mention, their skin colour, their clothing, number of children, and even the fact that they kept chickens.

The White Mythology present within the articles was established in two different areas. Firstly, in a manner where it painted the Turks and Turkish Cypriots in a negative light, and secondly, where it glorified the British presence upon the island, interpreted as in favour of the British agenda in Cyprus, and beneficial to the Greeks and Greek Cypriots. By omitting background information concerning the Cyprus problem, the British press, it could be argued, was successful in othering the Turks and Turkish Cypriots in two ways. Firstly, the lack of information represented the actions of Turkey in a negative light. Secondly, the news articles are arguably successful in othering the Turks and the Turkish Cypriots by establishing a version of events in the minds of the readership that were not the full version of events, and an understanding that was not favourable for either of these states. We know from the literature that, “The U.K. press is highly partisan” (Walter 2019: 211). Especially national newspapers “are highly opinionated, pick sides and push agendas; they are powerful and overt political players, willing and at times apparently able to shape the agendas” (Scammell and Semetko 2008: 74). News outlets that vilify Turks are likely to have devoted more coverage to this aspect, while background information is kept minimal or not given space at all. Such negative stories about the others can catch and keep the readers’ attention.

Finally, the British were established as highest in this self-other hierarchy, with the trivializing and downplaying of any British misdemeanours, by the defensive and judgmental tones against the Greek Cypriots, orientalisizing them with accusations of irrational behaviour when they were inconveniencing the British agenda, and by the peacemaker role they were presented with. Our results provide empirical confirmation about how the British press represents Turkey in the news covering the Cyprus problem. But a true understanding of othering can be achieved by exploring further how other role players, Greece, Greek Cypriots, and Turkish Cypriots are represented in western media.

## REFERENCES

---

Aissaoui, Rabah. 2007. History, Cultural identity and difference: The issue of Turkey’s accession to the European Union in the French national press. *Journal of Southern Europe and the Balkans* 9(1): 1-14.

Akçalı, Emel. 2011. Getting real on fluctuating national identities: Insights from Northern Cyprus. *Antipode* 43(5): 1725–1747.

- Bail, Chris A. 2015. *Terrified: How Anti-Islam Fringe Organisations Became Mainstream*. New Jersey: Princeton University Press.
- Barthes, Roland. 1961. The photographic message. In: Barthes, R. (Ed.), *A Barthes Reader*, 1st ed., pp. 196 - 199.
- Bartlett, Margaret W. 2013. *Cyprus 1960-1970: An Intellectual History of the Cold War Toll, the United Nations and Decolonisation*, Ph.D. dissertation, New Jersey, Drew University.
- Bakić-Hayden, Milica. 1995. Nesting orientalisms: The case of Former Yugoslavia. *Slavic Review* 54(4): 917-931.
- Birce, Bora. 2015. *Representation of Turkey in the British Print Media: To Be or Not To Be European*. Ph.D. dissertation, London, City University London.
- Bryce, Derek. 2007. Repackaging orientalism: Discourse on Egypt and Turkey in British outbound tourism. *Tourist Studies* 7(2): 165–191.
- Burr, Vivien. 1995. *An Introduction to Social Constructionism*. London: Routledge.
- Chomsky, Noam, Herman, Edward, S., 1988. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books.
- Cirakli, Mustafa (2018). Turkish migration into the north of Cyprus and the (re)construction of Turkish Cypriot identity in the Turkish Cypriot press (1995–2013). In Kyritsi, Thekla and Christofis, Nikos (Eds.), *Cypriot Nationalisms in Context: History, Identity and Politics*. Palgrave Macmillan, pp. 199-219.
- Devran, Yusuf. 2007. The portrayal of Turkey in the British media: Orientalism resurfaced. *Insight Turkey* 9(4), 100-115.
- Douai, Aziz, and Lauricella, Sharon. 2014. The ‘terrorism’ frame in ‘neo-orientalism’: Western news and the Sunni–Shia Muslim sectarian relations after 9/11’. *International Journal of Media & Cultural Politics* 10(1): 7-24.
- Fiebig-von Hase, Ragnhild. 1997. Introduction. In: Fiebig-von Has, R., Lehmkuhl, U. (Eds), *Enemy Images in American History*. Berghahn Books, pp. 1-42.
- Fourie, Pieter J. 2001. *Media Studies: Content, Audiences and Production*. South Africa: Juta and Company Ltd.
- Fowler, Roger. 1991. *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*. London: Routledge.
- French, David. 2016. *Fighting EOKA: The British Counter-Insurgency Campaign on Cyprus, 1955-1959*. Oxford:

Oxford University Press.

Gangloff, Sylvie. 2008. Turkey's accession to the EU: The flexible reality underlining the debate. In: Timmerman, C., Rochtus, D., Mels, S. (Eds.), *European and Turkish Voices in Favour and Against Turkish Accession to the EU*. PIE Peter Lang, pp. 33-44.

Gans, Herbert J. 1979. Deciding what's news: Story suitability. *Society* 16: 65-77.

Gitlin, Todd. 1980. *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. Berkeley: University of California Press.

Göktürk, Turgay B. 2018. *Türkiye'nin 1974 öncesi Kıbrıs Politikası, vizyonu ve uygulamaları*. Okman Printing Ltd.

Hall, Stuart. 1997. The spectacle of the "Other". In: Hall, S. (Ed.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage, pp. 223-279.

Herman, Edward S., and Chomsky, Noam. 2002. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books.

Jackson, Nancy B. 2003. Arab Americans: Middle East conflicts hit home. In: Lester, P.M., Ross, S.D. (Eds), *Images That Injure: Pictorial Stereotypes in the Media*. Westport, CT: Praeger, pp. 75-83.

Kauffman, Chaim. 2007. An assessment of the partition of Cyprus. *International Studies Perspectives*, 8(2): 206-223.

Kliot, Nurit, and Mansfield, Yoel. 1997. The political landscape of partition: The case of Cyprus. *Political Geography* 16(6): 495-521.

Kösebalaban, Hasan. 2007. The permanent "Other"? Turkey and the question of European identity. *Mediterranean Quarterly* 18(4): 87-111.

Kylstad, Ingrid. 2010. Turkey and the EU: A 'new' European identity in the making?'. LEQS Paper No: 27. Available at <https://ssrn.com/abstract=1708025>

Lévi-Strauss, Claude. 1963. *Structural Anthropology*. New York: Basic Books. Van Dijk, T., 1991. *Racism and the Press*. Routledge.

Van Dijk, Teun. 1993. Principles of critical discourse analysis. *Discourse & Society* 4(2): 249-283.

Manoff, Robert K, and Schudson, Michael. 1986. Reading the news. In: Manoff, R.K., Schudson, M. (Eds.), *Reading the News: A Pantheon Guide to Popular Culture*. New York: Pantheon Books, pp. 1-8.

Merskin, Debra. 2001. Winnebagos, Cherokees, Apaches, and Dakotas: The persistence of stereotyping of American Indians in American advertising brands. *Howard Journal of Communication* 12(3): 159–169.

Merskin, Debra. 2004. The construction of Arabs as enemies: Post-September 11 discourse of George W. Bush. *Mass Communication & Society* 7(2): 157-175.

McNair, Brian. 2009. *News and Journalism in the UK*. London: Routledge.

Navaro-Yashin, Yael. 2006. De-ethnicizing the ethnography of Cyprus: Political and social conflict between Turkish-Cypriots and settlers from Turkey. In: Papadakis, Y., Peristianis, N., Welz, G. (Eds.), *Divided Cyprus: Modernity and an Island in Conflict*. Bloomington: Indiana University Press, pp. 84–99.

Negrine, Ralph., Kejanlioglu, Beybin., Aissaoui, Rabah, and Sylianos Papathanassopoulos. 2008. Turkey and the European Union: An analysis of how the press in four countries covered Turkey's bid for accession in 2004. *European Journal of Communication* 23(1): 47-68.

Neumann, Iver B. 1999. *Uses of the Other: "The East" in European Identity Formation*. University of Minnesota Press.

Nossek, Hillel. 2004. Our news and their news: The role of national identity in the coverage of foreign news. *Journalism* 5(3): 343–368.

Paksoy, Alaaddin. F. 2012. *Representation of Turkey's EU Bid in the British media*. PhD dissertation, Sheffield, University of Sheffield.

Pinkus, Jenny. 1996. Subjects Positions and Positioning. Available at <http://www.massey.ac.nz/~alock/theory/subpos.html>

Poole, Elizabeth. 2002. *Reporting Islam: Media Representations of British Muslims*. London: I.B. Tauris.

Poole, Elizabeth., Richardson, John E. 2006. *Muslims and the News Media*. I.B. Tauris.

Psaltis, Charis., Cakal, Huseyin. 2016. Social identity in divided Cyprus. In McKeown, S. et al. (Eds), *Understanding Peace and Conflict Through Social Identity Theory*. New York: Springer, pp.229-244.

- Saeed, Amir. 2007. Media, racism and Islamophobia: The representation of Islam and Muslims in the media. *Sociology Compass* 1(2): 443-462.
- Said, Edward. 2003. *Orientalism: Western Conceptions of the Orient*. Routledge.
- Saussure, Ferdinand.de. 2011. *Course in General Linguistics*. Translated by W. Baskin. Edited by P. Meisel and H. Saussy. New York: Columbia University Press.
- Scammell, Margaret., Semetko, Holli A. 2008. Election news coverage in the U.K. In: Strömbäck J. and Kaid L.L. (Eds.) *The Handbook of Election News Coverage Around the World*. London: Routledge, pp. 73-89.
- Schreier, Margrit. 2012. *Qualitative Content Analysis in Practice*. London: Sage.
- Schudson, Michael, 2003. *The Sociology of News*. New York: W.W. Norton.
- Sözen, Ahmet., Özersay, Kudret. 2007. The Annan plan: State succession or continuity. *Middle Eastern Studies* 43(1): 125-141.
- Spivak, Gayatri, C., 2009. Can the subaltern speak? In Sharp, J.P., (Ed.), *Geographies of Postcolonialism: Spaces of Power and Representation*. Sage, pp. 109-130.
- Spyrou, Spyros. 2002. Images of the “Other”: “The Turk” in Greek Cypriot children’s imaginations. *Race Ethnicity and Education* 5(3): 255–272.
- Şahin, Sanem., Karayianni, Christiana 2020. Journalism matters: Reporting peace in Cyprus. *Media, Culture & Society* 42(7-8): 1360-1376.
- Varnava, Andrekos. 2009. *British Imperialism in Cyprus, 1878-1915: The Inconsequential Possession*. Manchester University Press.
- Walter, S. 2019. Better off without you? How the British media portrayed EU citizens in Brexit news. *The International Journal of Press/Politics* 24(2): 210-232.
- Wimmel, Andreas. 2009. Beyond the Bosphorus? Comparing public discourses on Turkey’s EU application in the German, French and British quality press. *Journal of Language and Politics* 8(2): 223-243.
- Xydis, Stephen, G. 1973. *Cyprus: Reluctant Republic*. Berlin: De Gruyter Mouton.
- Young, Robert. J.C. 1990. *White Mythologies: Writing History and the West*. Routledge.

**APPENDIX 1: List of news items used for analysis**

1. The Guardian. 1999. "Passing years harden island rift." July 07, p.15.
2. The Guardian. 1999. "Split for infinity?" July 17, p.20.
3. The Guardian. 2000. "Divided Village damps hope for Cyprus unity." July 01, p.1 and 17.
4. The Guardian. 2000. "Turks dismiss Cyprus Talks." November 25, p.1 and 18.
5. The Guardian. 2001. "Why a corner of the island remains forever Britain." July 05, p.1 and 3
6. The Independent. 2001. "Defense: A divided island where the living seems to be easy." July 05, p.3
7. The Times. 2001. "Just a whisker away from unity." October 01, p.18.
8. The Independent. 2001. "Cypriots will meet for talks on unification." December 05, p.16.
9. The Times. 2001. "Cypriot leaders meet in Turkish north." December 05, p.2.
10. The Daily Telegraph. "Dinner diplomacy on divided island Leaders' meeting lifts hopes of Cyprus deal." December 05, p.19.
11. The Guardian. 2002. Island of division: Time to get it together over Cyprus. January 16, p.1 and 19.
12. The Daily Telegraph. 2002. "Fresh hope as Cypriot leaders begin talks." January 17, p.13.



13. The Guardian. 2002. "Turks and Greeks break ice." February 13, p.1 and 17.
14. The Guardian. 2002. "Cypriots dare to dream of a united future: Talks between island leaders raise hopes of reconciliation." February 13, p1 and 17.
15. The Guardian. 2002. "Divided they stand." March 01, p.2.
16. The Daily Telegraph. "Turkish Cypriots leave island as 'settlers' move in." September 07, p.24.
17. The Times. 2002. "Unity lies in their hands." October 01, p.34.
18. The Guardian. 2002. "UN sets deadline for Cyprus deal." November 12, p.1 and 15.
19. The Independent. 2002. "Winner of Turkish elections backs efforts to reunify Cyprus." November 13, p.12.
20. Sunday Times. 2002. "Greeks who lost homes fight Cyprus deal." November 17, p.26.
21. The Independent. 2002. "Letter: Cyprus Refugees." November 26, p.21.
22. The Independent. 2002. "Minister predicts Cyprus solution by February." December 1, p.10.
23. The Times. 2003. "Erdogan presses for deal over Cyprus." January 03, p. 14.
24. The Daily Telegraph. 2003. "Turkey warns its hardline Cypriot allies." January 03, p.15.
25. The Independent. 2003. "Turkey must negotiate on Cyprus, says news leader." January 03, p.10.
26. The Independent. 2003. "Athens accepts UN invitation to Cyprus talks." February 07, p.11.

27. The Guardian. 2003. "Election holds key to peace in Cyprus." February 15, p.1 and 18.
28. The Daily Telegraph. 2003. "Defeat for Clerides clouds Cyprus deal." February 17, p.12.
29. The Independent. 2003. "Time is short for the divided people of Cyprus." February 18, p.14.
30. The Daily Telegraph. 2003. "Army land may be lost in Cyprus peace plan." February 25. p.13.
31. The Times. 2003. "Britain offers to scale down bases for Cyprus peace." February 25, p.15.
32. The Independent. 2003. "UN hands choice on unity to Cypriots." March 11, p.11.
33. The Guardian. 2003. "Jubilant Cypriots cross divide." April 23, p.1 and 16.
34. The Guardian. 2003. "Free movement may still heal the division of Cyprus." May 09, p.1 and 24.
35. The Guardian. 2003. "Turkey and Greece talk peace." October 22, p.18.
36. The Independent. 2003. "Mehmet Ali Akpınar; Turkish Cypriot journalist who sustained his objectivity." October 31, p.22.
37. The Times. 2003. "Cyprus impasse thwarts entry to European club." November 06, p.18.
38. The Guardian. 2003. "Property holds key to progress on divided island." November 20, p.1 and 17.
39. The Guardian. 2003. "Turkey agrees to pay Greek Cypriot compensation for house seized in 1974." November 20, p.1 and 17.

40. The Guardian. 2004. "Cyprus: Turkey's pivotal role." January 12. p.17.
41. The Guardian. 2004. "Denktas puts Cypriot deal back into play." January 13, p.14.
42. The Guardian. 2004. "Turkish generals back talks on Cyprus." January 24, p.12.
43. The Guardian. 2004. "Bomb aimed at Turkish leader as Cypriot talks begin." February 20, p.13.
44. The Guardian. 2004. "Cyprus hopes look dim." March 26, p.15.
45. The Times. 2004. "Last chance for Cyprus." March 29, p.19

---

#### **EXTENDED ABSTRACT**

---

This paper presents the presence of othering in relation to Turkey and its people in the 2000s. This article will provide insights into how foreign others are represented in British daily newspapers, made more significant when the Cyprus problem is concerned. The Cyprus problem is a long-standing conflict between two ethnic communities: the Turkish and Greek Cypriots, and as the literature has previously indicated and crucial to this study, a conflict between the self and the other, upon a small Mediterranean Island. In particular, the study aims to understand the complexity of the representation of the Turkish identity among and in comparison, to the other role-playing identities within the Cyprus problem. Given Turkey is one of the role-playing states in the fate of Cyprus and has required political control over the northern part of Cyprus, to ensure the safety of the Turkish Cypriot population (Bartlett 2013), as it is claimed, or as another land to conquer and rule over, as some may argue, it's a case par excellence to evaluate how the British press represents Turkey as a second signatory to the Treaty of Guarantee; a treaty between Cyprus, Turkey, Greece, and the United Kingdom. Primarily relying on the theoretical work of Said's Orientalism (2003) and Young's (1990) White Mythology, and by applying a qualitative content analysis (Schreier 2012) upon 45 news articles that take the Cyprus problem to hand as the core subject, and are published across five British broadsheet newspapers (The Guardian, The Times, The Sunday Times, The Independent, and The Daily Telegraph), this study aims to uncover the following two questions: How is Turkey represented in the news content of British daily newspapers covering the

Cyprus problem from 1999-2004? What kind of language is dominant in portraying the Turkish people politically, economically, and culturally, in the selected period?

The findings establish that the British press portrayed Turkish people involved in the Cyprus problem as “dark-skinned Turks”, “from underdeveloped eastern Anatolia” that “wear Islamic dress” and are “settlers” or occupiers on the Cyprus island. The Turkish Cypriots were held differently from the Turkish nationals, who were orientalised in the traditional sense. Turkish Cypriots were othered mostly in relation to the economic and political situation of Northern Cyprus. The Greek Cypriots, who uphold all the characteristics to be part of the self, were othered in the news texts only when they inconvenienced the British agenda in Cyprus. The most striking conclusion of this paper is that the level of othering runs parallel to the level of inconveniencing the British agenda with relation to Cyprus. The most derogatory content in relation to any of the role players in the Cyprus issue was attributed to Turkey, deemed as challenging the British agenda the most, followed by the Turkish Cypriots. Any derogatory content in relation to the Greek Cypriots was only noted when they were protesting British related decisions. The British, on the other hand, were glorified, and any of their misdemeanours downplayed and trivialised. Finally, the British were established as highest in this self-other hierarchy, with the trivializing and downplaying of any British misdemeanours, by the defensive and judgmental tones against the Greek Cypriots, orientalising them with accusations of irrational behaviour when they were inconveniencing the British agenda, and by the peacemaker role they were presented with.

Kaya Elif (2021). Toplumsal Eşitsizlik ve Dijital Okuryazarlık: Lise Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması, *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 2021 Sonbahar -02-(32-69)

## TOPLUMSAL EŞİTSİZLİK VE DİJİTAL OKURYAZARLIK: LİSE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI

### SOCIAL INEQUALITY AND DIGITAL LITERACY: A FIELD RESEARCH ON HIGH SCHOOL STUDENTS

Elif KAYA<sup>a</sup>

Doi: 10.53281/kritik.984041

<sup>a</sup> Araştırma Görevlisi, Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, 0000-0003-4629-6647

#### MAKALE BİLGİLERİ

##### Makale:

Gönderim Tarihi: 17.08.2021

Ön Değerlendirme: 11.09.2021

Kabul Tarihi: 17.12.2021

##### Anahtar Kelimeler:

Toplumsal Eşitsizlik, Dijitalleşme, Dijital Bölünme, Dijital Okuryazarlık.

##### Key Words:

Social Inequality, Digitalization, Digital Divide, Digital Literacy.

#### ÖZET

Toplumsal eşitsizlik, insanlık tarihi kadar eski bir konu olmakla birlikte toplumsal yapının temel özelliği olarak bütün toplumlarda görülmektedir. Toplumsal eşitsizlik olgusu, kaynaklar, sahiplik ve otorite başta olmak üzere statü ve rolleri belirleyen bir duruma işaret etmektedir. Eşitsizliğin önemli parçalarından biri de eğitim ve okuryazarlıktır. Sosyal tabakalaşmanın önemli ölçütlerinden olan okuryazarlık, bireyin hangi toplumsal grup ve sınıfın içerisinde yer alacağını belirleyen unsurlardandır. Dijitalleşme, bilginin dijital formata yani ses, görüntü, simge ve sembollerin sayısala dönüştürülmesidir. Dijitalleşme bununla birlikte kendi okuryazarlık dönüşümünü de meydana getirmektedir. Dijital okuryazarlık olarak adlandırılan yeni okuryazarlık türü, etkileşim kaynaklı olarak bireyin dijital dünyada var olmasını sağlamaktadır. Dijitalleşme, mevcut yapıların üzerine inşa edildiği için toplumsal alanda birçok olumsuz olguyu da beraberinde taşımıştır. Bu olgulardan biri de eşitsizliğin dijital alanda devam etmesidir. Dijital bölünme, bilgi ve iletişim teknolojilerine erişim, kullanım ve bunları analiz etme noktasında yaşanan eşitsizlikler olarak tanımlanır. Eşitsizliğin kökeninde demografik özelliklerin yanı sıra sosyo- ekonomik ve kültürel değişkenler yer almaktadır. Toplumsal eşitsizlik ve dijital okuryazarlık ilişkisini ortaya koyan bu çalışmada, dijital okuryazarlık olgusu sosyo- ekonomik değişkenler göz önünde bulundurularak dijital yerli olarak adlandırılan sekiz yüz lise öğrencisi üzerinden analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucuna göre; sosyo-demografik ve ekonomik özelliklerin teknolojik araç sahipliği ve kullanım amacı açısından farklılaşmalara neden olduğu, katılımcıların teknoloji kullanım amaçları ile dijital okuryazarlık alt boyutları arasında ilişki olduğu bulgulanmıştır. Aynı zamanda öğrencilerin okul türlerinin dijital okuryazarlık alt boyutları ile bağlantılı olduğu ve sosyo-ekonomik yapıların dijital okuryazarlık alt boyutlarında farklılaşmalar oluşturduğu gözlemlenmiştir. Diğer taraftan bireyin yer aldığı tabakanın dijital okuryazarlıkta önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

\* Bu makale, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Tezli Yüksek Lisans programında hazırlanan "Toplumsal Eşitsizlik ve Dijital Okuryazarlık: Lise Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması" isimli yüksek lisans tez özettir.

Elif KAYA

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4629-6647>

E-mail : [elif.kaya@selcuk.edu.tr](mailto:elif.kaya@selcuk.edu.tr)

**ABSTRACT**

Social inequality is an issue as old as humanity, yet it exists in every culture as the foundation of the social structure. The concept of inequality refers to a phenomenon that defines status and roles including resources, ownership and primarily the authority. Education and literacy are among the most important elements of inequality. Literacy, as one of the most important indicators of social stratification, is among the factors that define the social groups and classes the individuals belong to.

Digitalization is the transformation of knowledge into a digital format, in other words it is the transformation of audio, images, signs, and symbols into digits. Digital literacy enables individuals to exist in the digital world through interaction. Since digitalization was built on existing structures, it came along with many negative phenomena in the social area. One of these is that inequality continues in the digital field. Digital divide refers to the inequalities in accessing, using and analysing information and communication technologies. Socio-economic and cultural variables along with demographic features underlies the inequality.

The present study on the relationship between social inequality and digital literacy, analyses digital literacy taking socio-economic variables into consideration on digital native eight hundred high school students. The variations in technological device ownership and purpose of use by socio-demographic and economic features, and the relationships between the purposes of using technology and digital literacy were analysed using the collected data. It was found that student's types of schools had significant effect on the sub-dimensions of digital literacy and socio-economic structures caused in variations in the sub-dimensions of digital literacy. Additionally, the social class the individuals are in is significant digital literacy.

## GİRİŞ

Toplumlar, tarihsel süreçte bazı temel özelliklerine göre tanımlanmakta ve özellikler değiştikçe tanımlamalar da değişmektedir. Bugüne kadar tarım, sanayi, bilgi toplumu üzerinden şekillenen tanımlama, günümüzde ağ temelli bir tanımlama ile kendini ortaya koymaktadır. Bilgi, teknolojik araçlarla zaman ve mekândan bağımsız olarak dolaşıma ve ulaşımına açık hale gelmiş ve toplumdaki belirleyici unsur olarak yerini almıştır. Bilgisayar ve internet teknolojisi, kendi alanı olan dijitalleşmeyi de meydana getirmiştir. Dijitalleşme sonucu teknolojinin işlevselliği artmış, bilgi ve verilere erişim kolaylaşmış böylece iletişim alanında yeni bir dönüşüm başlamıştır. Bu doğrultuda bilgi toplumunda öne çıkan bireyselleşme, teknoloji kullanımı ve bilgiye erişimi zorunlu kılmıştır. Fakat tarım ve sanayi toplumlarında olduğu gibi bilgi üzerine şekillenen toplumsal yapıda bazı sorunlar sürdürülerek devam etmiştir. Sosyo- ekonomik ve kültürel değişkenlerin teknolojik araçların sahipliğindeki etkisi insanlar arasındaki eşitsizlikleri arttırmıştır. Bu sosyal eşitsizliğin dijital alana aktarılması ‘dijital bölünme’ kavramı ile tanımlanmakta ve bireylerin teknolojiye erişim ve sahiplik konusunda yaşadığı farklılaşmaları kapsamaktadır (Parsons ve Hick, 2008).

Dijital bölünme kavramı, bilgi ve iletişim teknolojilerine erişim sorununun yanı sıra bireyin dijitalleşme ile üretilen olguları nasıl okuyacağını da etkilemektedir. Dijitalleşen dünyada bireyin gündelik hayatı başta olmak üzere her alanın yeni okuryazarlıklar üzerinden yeniden okunmasını zorunluluk olarak görülmektedir. Bu nokta sosyal eşitsizlik ve dijital bölünme okuryazarlık olgusu üzerinde etkili olmaya devam etmektedir. Toplumsal tabakalaşma, toplumda yer alan gruplar arasında belirli kazanımlar elde etmek açısından kaynaklanan yapısal eşitsizliklerin ortaya çıkış süreci olarak açıklanmaktadır. Tabakalaşmanın nedeni, sosyal kurumların değerli görülen kaynakları, ayrıcalıklı bireylere dağıtması ile birlikte kaynaklar üzerinde eşitsiz bir kontrol oluşturulmasıdır. Diğer yandan sosyal yapı içerisinde önemli görülen statü, rol, saygınlık ve otorite gibi ayrıcalıklar eşitsizliklerin sürdürülmesine neden olmaktadır.

Toplumsal tabakalaşma günümüzde halen ciddi bir sorun oluşturmaktadır. Bireyin içinde bulunduğu sosyal tabaka, eğitim başta olmak üzere sosyo-ekonomik ve kültürel hayatı doğrudan etkilemektedir. Her alanda olduğu gibi sosyo- ekonomik durum, ailenin gelir ve eğitim düzeyi çocukların eğitim koşullarını belirlemektedir. Bu durum bireyin teknoloji sahipliği konusunda da kendini göstermektedir. Toplumun her alanında görülen eşitsizlik özellikle eğitim ve sosyo-ekonomik boyutları ile birlikte bireyleri doğrudan etkilemektedir.

Dijital okuryazarlık internet teknolojisi başta olmak üzere dijital alanın okunması, tartışılması ve

yeniden üretilmesi ile ilgilidir. Dijital alanı oluşturan platformlar aynı zamanda kendi okuryazar kitlesini de oluşturmaktadır. Diğer yandan ise kullanım açısından sürekli gelişim gösteren dijital platformlarda kullanıcı tabanlı üretim düşük düzeyde kalmaktadır. Özellikle öğrencilerin dijital okuryazarlığı kullanma biçimi; işlevsel ve eleştirel boyutuyla hem üretim hem de tüketim anlamında dikkat çekmektedir. Dijital okuryazarlık, iletişim teknolojilerinin hızla geliştiği ve bilgi akışının sürekli değiştiği bilgi çağında, insanlara kaliteli ve değeri yüksek içeriklere ulaşacak beceriyi kazandırmayı hedeflemektedir. Dijital dünyada bireyler içerik tüketmenin yanı sıra tasarım, görüntü ve sestem oluşan içerik üretme kullanımlarını öğrenerek dijital kültüre katılım sağlamaktadır.

## 1. Toplumsal Eşitsizlik ve Dijital Bölünme

Eşitsizlikler her daim toplumlarda var olmuş ve sosyal hayatı doğrudan etkilemiştir. Toplumlar her zaman benzer özellikleri taşıyan sosyo-ekonomik ve kültürel yapılarda yer alan bireyleri bir grup içerisinde kategorize etmiş, bunlara verilen hak ve ödevler ile diğer grupları ayırmıştır. Bu ayrıştırma insanların farklı konumlarda yer almasına neden olmuştur (Erdendoğdu, 2014: 4). Toplumsal eşitsizlikle doğrudan bağlantılı olan tabakalaşma, eşit olmayan yaşam koşullarına ve sosyal durumlara sahip insanların toplumda ayrışması ile oluşan eşitsizlik olarak tanımlanmaktadır (Berber, 2003: 223). Eşitsizliklerin sürekliliğini sağlayan unsurlar her dönem yeniden inşa edilmiştir. Toplum aynı zamanda kendi işleyişini sağlayabilmek için ötekine muhtaç olmuş ve ötekinin üretilişini zorunlu kılmıştır (Gasset 2007: 35-54). Sosyal kurumların değerli görülen kaynakları ayrıcalıklı bireylere dağıtması ile birlikte kaynaklar üzerinde eşitsiz bir kontrol oluşturulması tabakalaşmayı tanımlamaktadır (Grusky, 2019: 3). Toplumsal tabakalaşma, toplumda yer alan gruplar arasında belirli kazanımlar elde etmek açısından kaynaklanan yapısal eşitsizliklerin ortaya çıkış süreci olarak açıklanmaktadır (İnce, 2017: 296). Toplumdaki kişilerin fiziksel, ruhsal ve biyolojik gibi özellikleri de dâhil olmak üzere belirli etkenler üzerinden birbirlerinden farklılık göstermeleri tabakalaşma kavramını ortaya çıkarmaktadır (Kalaycıoğlu, 2002: 298).

Toplumsal sınıf kavramı denildiğinde ise akla gelen ilk isim Karl Marx'tır. Marx, eserlerinde yoğunlukla sınıf olgusunu tartışmasına rağmen özel bir sınıf kavramı tanımlamamıştır. Hatta sınıf olgusunun içeriğini ve sınırlarının çizilmesi ile ilgili sorunlar yaşamıştır. Fakat kapitalist sistemi iki sınıflı bir yapıya ayırmıştır. Bunlar burjuvazi ve proletaryadır. Her sınıf kendi ekonomik süreçleri üzerine şekillenmiştir. Hatta bu sınıfların ortaya çıkışı ve sürdürülmesi üretim araçlarının sahipliği üzerine kuruludur. Değişimin yönü de bu sahiplikle ilgilidir (Ritzer ve Stepnisky, 2014: 62-64). Sınıf, toplumda benzer zenginlik, statü ve güce sahip grupların oluşturdukları katmana karşılık gelmektedir. Toplumsal sınıflar toplumda bireyin nasıl algılanacağını ve ona nasıl davranılması gerektiği açısından



önemli bulunmaktadır (İnce, 2017: 302).

Toplumda otorite ve statü farklılıklarına dayalı eşitsizlik kaynaklı birçok hiyerarşik sınıf mevcuttur. Kişinin içine doğduğu ve bütün ilişkilerinin bu doğrultuda belirlendiği sosyal sınıflar, tabakalaşma sisteminin ortaya koyduğu bir olgudur. Örgütlenmemiş gruplardan oluşan sosyal sınıflardaki bireyler birbirine uzak olmakla birlikte bu grupların üyeleri belirli faaliyetler için zorlama güçleri yoktur. Tabakalaşmanın ürünü olan sosyal sınıflar insanları eğitim derecesi, sahip olduğu sosyal statüler ile diğerlerinden ayırmakta ve bu şekilde statü gruplarını oluşturmaktadır (Dönmezer, 1994: 299-301). Bu noktada Marksist bakış açısı farklı olgular üzerinden sınıf kavramını tartışmaktadır. Özellikle örgütlenmiş toplumsal sınıf kavramı öne çıkmakta, sınıf tabakalaşmanın ötesinde siyasal bir anlam kazanmaktadır. Bu açıdan Weber'in tabakalaşma ile ilgili tezleri daha çok öne çıkmaktadır. Statü üzerinden şekillenen bu durum, tarihsel dönüşüm ve değişimlerden hangi olguların öne çıktığı, toplumsal çatışma alanlarının nasıl düzenleneceği ve toplumun yeniden inşa edileceği ile ilgilidir (Turner, 2000: 23).

Weber, ekonomi temelli eşitsizliklerin sosyal sınıfları ortaya çıkardığını ifade eder. Ancak diğer yandan kişinin sahip olduğu vasıfların yanı sıra bilgi becerisindeki farklılıklar da tabakalaşmanın ortaya çıkmasında etkin faktörler arasında yer almaktadır. Weber, toplumsal tabakalaşma kavramını sosyal sınıf, statü ve parti üzerinden tanımlamaktadır (Turner, 1997: 62; Kalaycıoğlu, 2002: 307). Statü, kapitalist toplumlarda insanların toplumda nasıl değerlendirildiğini belirleyen önemli bir unsurdur. Birey veya grupların toplumda edindikleri ve kazandıkları konumlar statü kavramı ile açıklanmaktadır. Statü, toplumun kendi üyelerini ne şekilde anlamlandırdığını göstermektedir (Ceylan, 2011: 93). Linton (1936: 113), statü kavramını aynı zamanda bireyin toplumda işgal ettiği konum olarak tanımlamaktadır.

Birey, sahip olduğu özellik ve ayrıcalıklara göre toplumda belirli bir konumda yer almakta ve statü bu konumu doğrudan belirlemektedir. Statü gruplarını sosyal topluluk olarak adlandıran Weber (2006: 277), statü gruplarının ekonomi tarafından belirlenen gruplardan farklı olduğunu vurgulamaktadır. Weber'in ifadesine göre sosyal sınıflar ekonomik eşitsizliklerden oluşurken statü grupları bireylerin hayat tarzları tarafından belirlenmektedir. Statü grupları kişilerin güçlerini temsil eden hiyerarşi olarak kabul edilmektedir. Sınıf ve statü gruplarını birbirinden farklı şekilde konumlandıran Weber, mülkiyet gibi ekonomik etkenlerin sınıf için önemli bir belirleyici olduğunu ifade eder. Bu doğrultuda sosyal sınıf ekonomik güç ile statü grupları ise sosyal onurla ilgilidir. Ekonomi kaynaklı olmayan sosyal onur ve statü, toplumsal tabakalaşmanın oluşumunda önemli görülen kavramlardır (Aydın, 2018: 255). Weber, statü gruplarının toplum içerisinde saygınlık ve onura dayalı bir birlik oluşturduklarını belirtmektedir. Bu doğrultuda statü grupları, toplumu oluşturma noktasında

ekonomik sınıflardan daha etkili görünmektedir (Kemerlioğlu, 1996: 11).

Statü konumu, bireylerin toplum içindeki hayat ve konumlarının toplumsal saygınlık çerçevesinde nasıl değerlendirildiğini göstermektedir. Ekonomi temelli olmayan statü gruplarında mülk sahibi olan ve olmayanlar aynı grupta yer alabilmektedir. Bu sebeple statü grubunda ekonomik faktörler tek belirleyici etken olarak görülmemektedir. Belirli bir hayat tarzına sahip olmak statü saygınlığını en iyi ifade eden gösterge olarak kabul edilmektedir. Aynı zamanda maddi ve manevi değerler statü saygınlığını belirleyen unsurlardır. Weber, statü kavramını bireylerin tüketimi üzerinden açıklamaktadır. Özel kıyafetlerin giyilmesi, özel yemeklerin yenmesi ve belirli sanat etkinliklerine katılma hakkına sahip olma, statü gruplarında yer almanın ayrıcalıkları arasındadır. Kısaca toplumdaki statü tabakalaşması, statü gruplarının hayat tarzlarına göre şekil almaktadır (Weber, 2006: 282). Aynı zamanda hayat tarzı, sosyal tabaka içinde bulunan bireylerin yaşam biçimlerini belirleyen değerlerden oluşmaktadır. Tüketim alışkanlıkları, ikamet edilen bölge ve yaşanan konut, toplumsal etkileşim biçimleri, boş zaman etkinlikleri, tutum ve eğilimlerin yanı sıra giyinme ve konuşma tarzları gibi olgular yaşam biçimini belirlemektedir (Kemerlioğlu, 1996: 111).

Teknolojinin gelişmesi, bilginin değerinin artması ve hizmet temelli üretimin ön plana çıkması, hayat tarzı ile bağlantılı tüketim olgusunu da farklılaştırmıştır. Üretim sürecinin parçalanarak değışmesi ile birlikte tüketim kavramı sosyo-ekonomik belirleyici hale gelmiştir. Günümüzde tüketim, bireylerin kimlik ve hayat tarzlarını inşa etmeleri için bir araç olarak kullanılmaya başlanmıştır (Tekin, 2014: 74). Bireylerin davranış kalıpları ve tutumlarının yanı sıra zaman geçirdiği mekân ve insanlar da hayat tarzını belirlemektedir. Yaşam tarzı bir bakıma sosyal tabakalaşmayı ölçen bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Toplumdaki sosyal sınıflar ekonomik farklılıkların yanı sıra hayat tarzı ve kültürel farklar üzerinden de değışmektedir (Chaney, 1996: 5).

Weber (2006: 286), üretim ve mülkiyet ilişkilerinin sınıf tabakalaşmasını oluşturduğunu, yaşam tarzına uygun tüketimlere dayalı biçimlerin ise statü tabakalaşmasını belirlediğini ifade etmektedir. Teknolojinin ilerlemesi ile yaşanan teknolojik gelişmeler ve ekonomik dönüşümler statü tabakalaşmasını tehdit ederek sınıf tabakalaşmasının önünü açmaktadır. Modern toplumların eşitsizlikler üzerine kurulduğunu belirten Sunar (2016: 20- 21), tabakalaşmanın toplumda eğitim, sağlık, spor, cinsiyet ve meslek gibi alanlarda kendini gösterdiğini ifade etmektedir. Özellikle özel okul sayısının artması ile eğitim alanında ekonomik temelli eşitsizlikler yaygınlaşmıştır. Aynı zamanda okullaşma oranlarının bölgelere göre farklılık göstermesi eğitimde yaşanan eşitsizliklere örnek oluşturmaktadır. Eğitim var olan eşitsizliklerden etkilenirken diğer yandan eşitsizliklerin sürdürülmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Kısaca sosyal eşitsizlikler eğitimdeki farklılaşmalara

sebepler olurken ilerleyen zamanla birlikte bu farklılaşma eşitsizliklerin katlanarak büyümesine neden olur.

Sınıf kavramını sahip olunan ayrıcalıklar ve bireylerin tüketimleri doğrultusunda değerlendiren Weber, eğitimin sınıf içerisinde yükselme ve statü sahibi olma imkânı sağladığını belirtmektedir (Şengönül, 2008: 173). Eğitimden kazanılan diploma ve sertifikalar, ekonomik yarara dönüşmekte ve bu şekilde bireyin toplumdaki saygınlığı artmaktadır. Kişinin kazandığı diploma ona güvence sağlamakta aynı zamanda sosyal ve ekonomik anlamda avantajları da beraberinde getirmektedir (Weber, 2006: 321). Diğer yandan gelir dağılımında yaşanan eşitsizlikler eğitimden yararlanma fırsatını doğrudan etkilemektedir. Eğitim sisteminin sınıf ilişkilerine bağımlı olduğunu belirten Bourdieu ve Passeron (1990: 199), geleneksel eğitim sisteminin sınıf ilişkilerinin yapısını yeniden ürettiğini ifade etmektedir. Eğitim kurumları kültürel sermayeyi aktarırken diğer yandan sınıf ilişkilerini yeniden üretmekte ve eşitsizlikler üzerine kurulan düzeni meşurlaştırmaktadır.

## 2. Dijital Bölünme

Dijital bölünme kavramı ilk olarak 1990'lı yıllarda bilgi teknolojilerine erişim ve kullanım eşitsizliğine dikkat çekmek için kullanılmıştır. Dijital bölünme teriminin kökeni belli değildir ancak Gunkel, terimin ilk kez ABD Ticaret Bakanlığı'nın Ulusal Telekomünikasyon ve Bilgi İdaresi (US Department of Commerce's National Telecommunications and Information Administration, NTIA, 1999) tarafından resmi bir yayında kullanıldığını belirtmektedir. Dijital bölünmede eşitsizliklerin temelinde yatan ırk, cinsiyet ve coğrafya gibi sosyo-kültürel belirleyicilerin yanı sıra sosyo-ekonomik faktörler de önemli görülmüştür. Dijital bölünme erişim konusunda bir metafor olarak kullanılmaya başlanarak belirli koşullarda teknolojiye erişimin sınırlandırıldığını ifade eden bir kavram olarak küresel bir soruna dikkat çekmektedir (Gunkel, 2003: 500- 501). Monroe (2004: 10), NTIA'nın dijital bölünme kavramı ile ilgili yayınladığı raporda, iletişim teknolojilerinin ekonomik başarı ve kişisel gelişim açısından zorunlu hale geldiğini; dijitalleşmenin ekonomik, eğitim ve sosyal ilerleme için kritik olduğu konularına değindiğini belirtmektedir. NTIA (US Department of Commerce's National Telecommunications and Information Administration) raporları, dijital bölünmeyi 'sahiplik', 'erişim' ve 'bilgi' kavramları üzerinden açıklamakta ve toplumdaki sosyal gruplar arasında ciddi ölçüde dijital anlamda eşitsizlik yaşandığını vurgulamaktadır.

Gelişen ağ toplumunda 'dijital bölünme' sosyal ve toplumsal yaşam kalitesi açısından tartışılan bir kavramdır. Dijital bölünme, bilgi ve iletişim teknolojilerine erişimi olan ve olmayanlar arasındaki ayrımı ifade etmektedir. Aynı zamanda bu kavram mevcut sosyal tabakalar ile yakından ilgilidir. Teknoloji yeni bir toplumsal bölünme yaratmamakla beraber mevcut toplumsal tabakaları korumakta ve

tekrarlamaktadır (Steyaert, 2002: 200). Van Dijk (2006: 221), dijital bölünmeyi 1990'lı yılların sonu ile bilgisayar ve internet erişimi olan ve olmayanlar arasında beliren boşluk olarak tanımlamaktadır. 1990'lı yıllarda 'dijital bölünme' başlangıçta bilgi ve iletişim teknolojilerine fiziksel erişim engellerinin sonucu olarak tanımlanırken sonraki yıllarda beceri ve kullanıma dayalı yeni boyutlar da bu tanıma dâhil edilmiştir. Araştırmacılar tarafından dijital bölünmenin 'teknolojiye fiziksel erişim sağlanamaması' tanımının yüzeysel bulunması 'beceri' ve 'kullanım' boyutlarını ön plana çıkarmıştır (Van Deursen ve Van Dijk, 2015: 788).

Dijital bölünme sosyo- ekonomik ve teknolojiye erişim farklılıklarını tanımlamakla beraber özünde ikili bir yapıyı barındırmaktadır (Gunkel, 2003: 516). Dijital bölünme, insanlar arasında bilgi ve iletişim teknolojilerinin yanı sıra bilgi açısından 'sahip olanlar' ve 'olmayanlar' üzerinden bir farklılık yaratmaktadır. Özellikle belirli sosyal gruplar arasında teknoloji sahipliği ve kullanım oranları farklılık göstermektedir. Sahiplik ve erişim önünde engel oluşturan sosyo- ekonomik durum, eğitim, aile ve cinsiyet gibi değişkenler, düşük gelirli grupların 'dijital dışlanmaya' maruz kalmalarına neden olmaktadır (Selwyn, 2006: 274).

Dijital bölünme veya uçurum kavramı, bilişim ve enformasyon teknolojilerine erişim ve kullanım konusunda sahiplik, toplumsal cinsiyet, statü, ikamet edilen yer ve sahip olunan dijital becerilerin belirleyici olduğu eşitsizlik olarak tanımlanmaktadır (Binark, 2015: 11). Dijital uçurum temelde gelir ve eğitim olmak üzere iki farklı değişkene bağlıdır (OECD, 2001: 5). Irk, sosyo-ekonomik durum, eğitim düzeyi, yaş ve ikamet yeri gibi çeşitli faktörler bireylerin bilgisayar ve internete erişememesini etkileyen nedenler arasında yer almaktadır (Dewan ve Riggins, 2005: 303). Dijital bölünme olgusu sahiplik üzerinden tartışılmakta ve bilgi iletişim teknolojilerinin topluma ulaşma süreci toplumsal sınıflar bağlamında açıklanmaktadır. İnternet, radyo ve televizyonda olduğu gibi öncelik olarak üst sınıflar tarafından kullanılmaya başlanmış daha sonra zamanla eğitimsiz, yaşlı, alt tabakada yer alan ve kırsal kesimlerde yaşayan bireylere de ulaşmıştır (DiMaggio ve Hargittai, 2001: 4).

Cho ve arkadaşları (2003: 47), dijital bölünmenin erişim meselesinden çok daha ciddi bir sorun olduğunu belirtmektedir. Geniş anlamda sosyal, ekonomik ve kültürel eşitsizlikleri yansıtan bir olgu olan 'dijital bölünme' birçok farklılıktan meydana gelmektedir. Dijital bölünmeye neden olan cinsiyet, yaş, eğitim ve gelir düzeyi, yaşanılan coğrafya gibi faktörler tek başına bu kavramı açıklamak için yeterli görünmemektedir. Bu faktörler sosyo- ekonomik bağlamda elde edilen 'statü' kalıpları üzerinden değerlendirilmekte ve erişim boşlukları incelenmektedir. Bilgi toplumunda dijital bölünme kavramı genel anlamda, ekonomik olarak kazanan ve kaybeden sınıfları üreten toplumsal tabakalaşma sürecinin neden olduğu, bilgi ve iletişim teknolojilerine eşit olmayan erişim, kullanım becerileri ve katılımdan

bahsetmektedir (Fuchs ve Horak, 2008: 101). Dijital bölünme, bilgi ve iletişim teknolojilerine erişimin ve sahipliğin yanı sıra gelişmekte olan ülke ve ekonomilerde yaşam standartlarındaki boşlukları da göstermektedir. Bu doğrultuda bilgi toplumunda dijital bölünme, toplumun ekonomik ve sosyal yönleri arasındaki örtüşme alanını temsil etmektedir (Sciadas, 2005: 1).

Pippa Norris, dijital bölünmenin küresel düzeyde bir sorun olduğunu belirtmekte ve bu olgunun ülkelerin ekonomisi ile yakından ilgili olduğunu ifade etmektedir. Ekonomik kalkınma ve internet erişimi arasındaki uyumsuzluk, dijital bölünmenin giderek derinleşmesine neden olmaktadır. Ekonomik belirleyicilerin yanı sıra gelişmiş ve demokrasinin yerleştiği ülkelerde teknolojinin yayılma hızı çok daha yüksektir (Luyt, 2003: 120). Norris (2001: 3), dijital bölünmenin ekonomik temelli bölünmenin bir boyutu olduğunu belirtmektedir. Ekonomik anlamda zengin ve yoksul ülkeler arasındaki bilgi ve iletişim teknolojilerine erişimde yaşanan farklar bu durumu açıklamaktadır. Dijital ağlar, alt tabakadaki bireylerin bilgiye erişme, iletişim kurma imkânlarını genişletmekte ve bu şekilde gelişmekte olan ülkelerdeki yoksulluk sorunlarını iyileştirmektedir. Ancak yoksul ve gelişmekte olan ülkelerde insanlar büyük oranda teknolojiye hem erişim sağlayamamakta hem de teknoloji kullanımı açısından eksiklik göstermektedir. Norris, yoksul ülkelerin sadece ekonomik anlamda dışlanmadıklarını aynı zamanda bilgi toplumuna aktif bir katılımı sağlayacak kültürel ve siyasal becerilerden yoksun bırakıldıklarını belirterek, dijital bölünmenin küresel anlamda bir sorun olduğuna dikkat çekmektedir.

Bu nedenle bireyler arasında dijital bölünme oranlarının en az seviyeye düşürülerek zamanla ortadan kaldırılması bir ülkenin gelişmesi için de ön ayak olacaktır. Bilgi teknolojilerine erişimdeki eşitsizlikler toplumsal anlamdaki eşitsizlikleri arttırmaktadır. Ancak birçok araştırmacı, bilgi çağının getirdiği zenginliklerin erişimdeki boşluğu kapatarak ekonomik ve sosyal eşitsizlikleri ortadan kaldıracığını düşünmüştür (Rodino- Colocino, 2006: 499). “Dijital bölünme temelde bilgi çağına katılacak kaynaklara sahip olan birey ve toplumlar arasındaki boşluk anlamına gelmektedir.” Sosyo-ekonomik, teknolojik ve dilsel farklılıkların kesişim noktasında oluşan dijital bölünme ülkelerin büyümesi açısından engel oluşturmaktadır. Telekomünikasyon altyapısının yetersiz olması, eğitimde geri planda kalınması ve teknoloji desteği eksikliği dijital bölünmeye yol açmaktadır (Chen ve Wellman, 2003: 21).

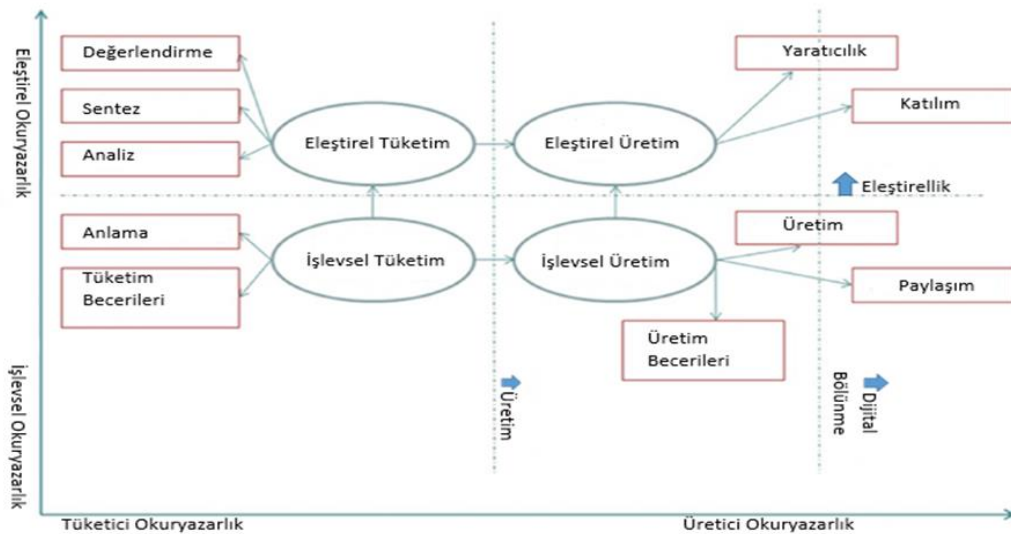
Witte ve Mannon (2010: 57), internetin kullanıcıları birçok yönden eşitleme potansiyelini kullanırken diğer yandan toplumdaki sosyal bölünmeleri yeniden ürettiğini belirtmektedir. Sınıf ayrıcalıklarının yeniden üretilmesi bireyin yaşam standartlarını belirlemekle kalmaz ayrıcalıkların aynı zamanda bütün sosyal sistemlerde devam etmesine neden olmaktadır. OECD'nin (2001: 18), yayınladığı

rapor hanehalkı ve bireysel gelirin, bilgi ve iletişim teknolojilerine erişimde önemli bir belirleyici olduğunu göstermektedir. Gelir dağılımı teknolojinin yaygınlaşmasında önemli bir faktördür. Ancak yüksek gelire sahip grupların bilgi iletişim teknolojilerine alt gruplardan önce sahip olması ve kullanması dijital bölünmeyi arttırmaktadır.

### 3. Dijital Bölünme ve Dijital Okuryazarlık

Lee ve arkadaşları (2015: 85), dijital medyanın gelişmesi ile birlikte medya içeriğinin üretim ve dağıtımının yaygınlaştığını belirtmektedir. Erişimin kolaylaşması ile dijital medya, popüler kültür tüketimini aktif üretime dönüştürme potansiyeli taşımakta ve böylece medya okuryazarlığı dijital dönüşüme uyum sağlamaktadır. Bu doğrultuda dijital medya okuryazarlığı erişim ve katılım sağlama, analiz ve değerlendirme yeteneği gibi eleştirel bakış açısına da sahip olma becerilerini içermektedir. Tabloda belirtildiği gibi dijital okuryazarlık kavramı ‘tüketim’ ve ‘üretim’ olmak üzere iki kategoriye ayrılarak ‘işlevsel’ ve ‘eleştirel’ okuryazarlık üzerinden değerlendirilmektedir. İşlevsel okuryazarlık, teknoloji ile ilgili beceri ve bilgiyi, eleştirel okuryazarlık ise medya içeriğinin güvenilirliğini ve kullanılabilirliğini değerlendirmenin yanı sıra anlam verme yeteneğini içermektedir. Bu beceriler ‘işlevsel tüketim ve üretim’ ve ‘eleştirel tüketim ve üretim’ çerçevesinde değerlendirilerek dijital okuryazarlık ölçülmektedir. Eleştirel tüketim ve üretim, medya tüketicilerinin medya içeriğinin sosyo-ekonomik, politik ve kültürel bağlamlarını inceleme ve bireylerin medya katılım faaliyetleri sırasında içeriği farklı bağlamlarda değerlendirme yeteneğini ifade etmektedir. İşlevsel tüketim ve üretim, dijital medyaya erişim sağlayabilme ve içerik oluşturabilme becerisini tanımlamaktadır.

Şekil 1: Dijital Medya Okuryazarlığını Açıklayan Kuramsal Çerçeve



Kaynak: Lee Ling, Chen Der-Thang, Li Jen-Yi ve Lin Tzu-Bin (2015). Understanding new media literacy: The development of a measuring instrument, sayfa: 85.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi, gündelik hayatın çevrimiçi hale gelmesi dijital okuryazarlığı önemli kılmaktadır. İnternetin sunduğu bilgi kaynağı ve olanaklar bireyin hayatını kolaylaştırmaktadır. Bu nedenle internet ve sosyal ağlar özellikle dijital yerliler tarafından etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Bu durum dijital okuryazarlık dersinin önemini ve gerekliliğini ortaya koymaktadır. Buckingham (2015: 21- 24), özellikle çocukların boş zamanlarının büyük bir kısmını dijital teknolojiler ile geçirdiği için dijital okuryazarlığın önemini arttırdığını ifade etmektedir. İnternet teknolojileri iletişim kurmak, bireyi temsil etmek gibi yollar sunmakta ve bireyler dijital dünyaya bu şekilde katılım sağlamaktadır.

Livingstone ve Helsper (2007: 675), bilgi toplumunda çocukların iletişim teknolojilerini çok kullanmalarına rağmen internet erişimindeki eşitsizliklerin göz ardı edildiğini belirtmektedir. Önceki kuşaklara oranla çocukların internet ve teknoloji konusunda yetenekli olması teknoloji kullanımında zorluk yaşadıkları gerçeğini gölgelemektedir. Araştırmacılar bu doğrultuda 9- 19 yaş arası 1.511 kişi ile gerçekleştirdikleri anket çalışmasında çocuklar arasındaki dijital bölünmenin yaş, cinsiyet ve sosyo-ekonomik gibi değişkenlerin etkisini ölçmüştür. Araştırmanın sonucu çocuk ve gençlerin büyük çoğunluğunun internete erişebildiğini göstermektedir. Katılımcılar %74 oranında evde erişim sağlarken %92 oranında okuldan internete erişim sağlanmaktadır. Elde edilen sonuç fiziksel erişim açısından bireyler arasında dijital bölünmenin yaşanmadığını göstermektedir. Ancak farklılıklar erişim şartları ve kalitesinde yaşanmaktadır. Ekonomik geliri düşük olan ailedeki çocuk ve gençlerin erişim sağladıkları teknolojik aygıtlar daha azdır. Teknolojinin gelişmesi ile birlikte piyasaya çıkan ürünler ilk olarak ekonomik düzeyi yüksek kişiler tarafından edinilmektedir. Bu şekilde bu grup erişim kalitesini arttırarak ayrıcalıklı konumunu korumaktadır. Bu durum teknolojinin toplumsal tabakalarla ilgili olduğunu ve erişim, sahiplik konusunda üst tabakaların öncelikli bir konumda yer aldığını göstermektedir.

#### **4. Çalışmanın Yöntemi**

Bilgi toplumunda, bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanım becerilerinin yanı sıra okuryazarlık faaliyetleri de ön plana çıkmaktadır. Bu doğrultuda bilgi toplumunda teknolojiye erişim, sahiplik ve kullanım becerileri belirleyici etkenler haline gelmiştir. Ancak sahiplik ve erişim olguları toplumsal tabakalaşma çerçevesinde değerlendirildiğinde, gruplar arasında ciddi farklılıklara rastlanmaktadır. Toplumsal tabakalaşmanın temelini oluşturan eşitsizlikler bilgi ve iletişim teknolojileri sahipliği noktasında da farklılaşmalara neden olmaktadır. Sosyo- ekonomik, eğitim ve kültürel boyutlarda yaşanan eşitsizlikler bireyin toplumsallaşma sürecini olumsuz etkilemektedir. Yapılan çalışmada

toplumsal eşitsizlikler temelli dijital bölünme kavramı incelenmiş ve dijital bölünmenin dijital okuryazarlığı etkileyen boyutlarına değinilmiştir. Çalışmada toplumsal eşitsizlik olgusu ve eşitsizlik sonucunda bilgi ve iletişim teknolojilerine olan erişim boyutunun dijital okuryazarlık düzeyini nasıl şekillendirdiği incelenmektedir. Çalışmada yöntem olarak saha araştırması ve örneklem tipi olarak amaçlı örneklem kullanılmıştır.

Toplumsal eşitsizlik ve dijital okuryazarlık arasındaki ilişkiyi ortaya koymayı amaçlayan çalışma aynı zamanda hangi olguların dijital bölünme ve dijital okuryazarlıkta farklılaşmalara neden olduğunu da belirlemektedir. Dijital bölünme kavramı, bilgi toplumu çerçevesinde tartışılarak teknoloji kullanım becerilerinin ve dijital okuryazarlığın önemi açıklanmaktadır. Bu doğrultuda saha araştırması, sosyo-ekonomik farklılaşmalara bağlı olarak seçilen katılımcılardan oluşmakta ve ölçülmesi hedeflenen ilişkiler bu bağlamda değerlendirilmektedir.

## 5. Araştırmanın Evren ve Örnekleme

Araştırmanın evrenini Konya’da yaşayan ve lisede eğitim alan 105.091 öğrenci oluşturmaktadır. Örneklem ise Konya’nın Selçuklu ilçesinde bulunan liselerden amaçlı örneklem yöntemiyle seçilen lise öğrencilerini kapsamaktadır. Aynı zamanda zaman, mekân ve araştırmanın bütçesi de göz önünde bulundurularak amaçlı örneklem yöntemine karar verilmiştir. Araştırma kapsamında toplanan veriler, katılımcılarla yüz yüze görüşmeye dayalı anket tekniği ile toplanmıştır. Anket çalışması için kamuoyu araştırma şirketinden faydalanılmıştır. İnceleme sonucunda 800 anketin analiz için uygun olduğu tespit edilmiş ve analize tabi tutulmuştur.

Araştırmanın örnekleme sosyo- ekonomik değerler dikkate alınarak belirlenmiştir. Örneklem belirlenirken toplumsal alanda yaşanan eşitsizlikler dikkate alınmış ve eğitim kurumları bu doğrultuda seçilmiştir. Örneklem alınan çıraklık eğitim merkezi, çıraklık eğitimi alan öğrencilerin okuduğu bir okuldur. Bununla birlikte bir teknik lise ve bir Anadolu meslek lisesi seçilmiştir. Bu iki okulda mesleğe yönelik ve öğrenci profilleri de buna göre şekillenmektedir. Bu okullarla birlikte Konya’da yaygın şekilde yer alan imam hatip okullarına da yer verilmiştir. Toplumsal tabaka açısından da bir özel okul seçilerek amaçlı örneklem tamamlanmıştır.

## 6. Veri Toplama Araçları

Çalışmanın uygulama bölümü için elde edilen veriler, katılımcıların cevaplandığı 69 soruluk ankettten oluşmaktadır. Anket formu lise öğrencileri tarafından kolay anlaşılacak şekilde, sosyo-demografik, sosyal tabakalaşma ve dijital okuryazarlık ile ilgili önceden yapılmış çalışmalar da dikkate



alınarak hazırlanmıştır. Bu doğrultuda anket formu, 9 tane demografik sorunun yanı sıra sosyal tabakalaşma ve dijital okuryazarlık ölçeği ile bilgi ve iletişim teknolojileri kullanım amaçları ve sıklığını da içeren sorulardan oluşmaktadır. Soru tipleri olarak kapalı, açık uçlu ve yarı kapalı uçlu sorulardan oluşmaktadır.

Çalışmada bireylerin içinde bulunduğu sosyo- ekonomik statü ve tabakalaşma durumunun belirlenmesi için Kalaycıoğlu ve arkadaşları (2010) tarafından geliştirilen ölçek soru formu çalışmaya uyarlanarak kullanılmıştır. Araştırmacılar, sosyo- ekonomik statü endeksini geliştirmek için demografi, eğitim, iş, gelir ve mülkiyet gibi belirleyici faktörleri dikkate almıştır. Sorulardan elde edilen bulgular bu faktörler üzerinden değerlendirilerek sosyo-ekonomik statü puanı belirlenmiştir.

Katılımcıların dijital okuryazarlık seviyesini ölçmek için Lee ve arkadaşlarının (2015) yeni medya okuryazarlığı becerilerini geliştirmek amacıyla geliştirdikleri ölçek ve Koç ve Barut'un (2016) geliştirdiği 'Yeni Medya Okuryazarlık Ölçeği', üzerinden veri toplanmıştır. Her iki ölçekte de 'İşlevsel Tüketim', 'Eleştirel Tüketim', 'İşlevsel Üretim' ve 'Eleştirel Üretim' olmak üzere 4 alt boyuttan oluşmaktadır. İşlevsel tüketim boyutu, medya mesajlarının gerçek anlamını kavrama yeteneğini ve medya içeriğine erişim becerisini ifade etmektedir. Eleştirel tüketim, bireyin medya mesajlarını biçim ve amaç açısından öznel bir şekilde değerlendirme ve tanımlama yeteneğine karşılık gelmektedir. Üretim alt boyutları ise medyaya katılım ve içerik sağlama açısından bireyin sahip olduğu becerileri tanımlamaktadır. 35 soruluk ölçeğin yanıtları 5'li likert tipine göre; 1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum şeklinde oluşturulmuştur.

## **7. Güvenirlilik ve Geçerlilik**

Yapılan araştırma da kullanılan soru formu alanında uzman kişilerle görüşülüp değerlendirilmiş ve ön test aşaması gerçekleştirilmiştir. Soruların uygulanabilirliği test edildikten sonra uygulamaya konmuş ve katılımcılara verilmiştir. Anket sonucunda dijital okuryazarlık ölçeğinin Cronbach's Alpha değeri, 946 olarak bulunmuştur. Ulaşılan bu sonuç ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik ile ilgili olan sorunlarını ortadan kaldırmaktadır. Anketler ön elemeden geçtikten sonra veri analizinde 800 anket değerlendirilmeye alınmıştır.

## **8. Verilerin Analizi ve Kullanılan Testler**

Bu çalışmadaki kullanılan veriler, 9- 13 Mart 2020 tarihleri arasında Konya'nın Selçuklu ilçesinde önceden belirlenmiş olan liselerde katılımcı öğrencilerle gerçekleştirilen anket tekniği ile yüz yüze görüşme sonucunda elde edilmiştir. Elde edilen verilerin frekans analizi, faktör analizi, korelasyon analizi, bağımsız örneklem t testi, tek yönlü anova, regresyon ve çapraz tablo (ki-kare) olmak üzere değişkenlerin durumuna göre seçilen istatistikî tekniklerle analiz edilmiştir.

## 9. Bulgular ve Yorum

### 9.1 Katılımcıların Sosyo- Demografik Özellikleri

**Tablo 1:** Katılımcıların Cinsiyeti

Cinsiyet	Katılımcı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Kız	353	44,1	44,1
Erkek	447	55,9	55,9
<b>Toplam</b>	800	100,0	100,0

Katılımcıların yüzde 44,1'i kız, yüzde 55,9'u erkektir. Ulaşılan oran, ankete katılanların cinsiyet dağılımının uygun olduğunu göstermektedir.

**Tablo 2:** Katılımcıların Ailelerinin Aylık Geliri

<b>Aylık Aile Geliri</b>	<b>Katılımcı</b>	<b>Yüzde</b>	<b>Geçerli Yüzde</b>
0-2500	142	17,8	20,8
2501-3500	166	20,8	24,3
3501-4500	91	11,4	13,3
4501-5500	103	12,9	15,1
5501-6500	46	5,8	6,7
6501-7500	30	3,8	4,4
7501-8500	21	2,6	3,1
8501 ve üstü	83	10,4	12,2
Toplam	682	85,3	100,0
Cevapsız	118	14,8	
Toplam	800	100,0	

Katılımcıların aylık aile gelirine bakıldığında en büyük kategoride yüzde 20,8 ile 2501-3600 olarak ortalama asgari ücret ve altı grubunun yer aldığı görülmektedir. Bu sırayı yüzde 17,8 ile 2500 TL altı gelir grubu takip etmektedir. En düşük yüzdeyi 2,6 ile 7501- 8500 TL kategorisi oluşturmaktadır. Katılımcıların yüzde 14,8'i ailelerinin aylık gelir sorusunu cevapsız bırakmıştır.

## 9.2. Sosyo- Ekonomik Statü (Sosyal Tabakalar)

Çalışmada katılımcıların ailelerinin sahiplik yapısı ve buldukları konum itibari ile hangi sosyal tabaka da yer aldığı, Kalaycıoğlu ve arkadaşlarının (2010) yapmış olduğu çalışmadan hareketle, sosyo-ekonomik statü ile ilgili veriler, kategorilendirilerek bir veri seti haline getirilmiştir. Bu şekilde sosyo-ekonomik verilerine göre bir kategorilendirme yapılmıştır. Puan hesaplanırken ortalaması 50, standart sapması 10 olan T puanlarına dönüştürülmüştür. 800 katılımcıdan elde edilen puanlara göre betimsel istatistikler ortaya konulmuştur. Ortalama ve standart sapmalar alındıktan sonra değişkenlerin ne kadar puan aldığını ortaya koymak amacıyla regresyon analizi yapılmıştır. Daha sonra alınan puana göre bireyin hangi kategoride yer aldığı ortalama uzaklıklar dikkate alınarak oluşturulmuştur. Bu noktada örnek alınan çalışmanın beş kategorisi harflendirme yerine tabakalaşma ölçütlerine göre alt, orta ve üst olarak nitelendirilmiştir. Diğer bir nokta, puanlamada farklı rakamlar üzerinden gidilerek yine aynı sonuçlara ulaşılmıştır.

**Tablo 3:** Katılımcıların Sosyo- Ekonomik Özellikleri

Model	Unst. C.		St. C.	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-50,181	,000		-348757453,611	,000
Ailenizin Aylık Geliriniz nedir	3,458E-15	,000	,000	,000	1,000
Ailenizde herhangi biri sosyal yardım alıyor mu?	9,330	,000	,203	207085197,270	,000
Ailenizin kira, faiz gibi ek gelirleri var mı?	4,600	,000	,203	196048966,325	,000
Aileniz dulluk, gazilik, emeklilik gelirlerinden faydalıyor mu?	5,950	,000	,209	219986985,694	,000
Oturduğunuz ev sizin mi?	4,411	,000	,204	198337215,062	,000

Oturduğunuz ev dışında başka eviniz var mı?	4,324	,000	,203	183366527,196	,000
Ailenizin otomobili var mı?	5,048	,000	,200	190390216,251	,000
Eviniz kaloriferli mi? (kombi, merkezi sistem, kat kaloriferi)	5,998	,000	,205	195242322,130	,000
Evinizde bulaşık makinesi var mı?	7,105	,000	,199	201057441,411	,000
Evinizde birden fazla televizyon var mı?	4,070	,000	,203	205993120,498	,000
Evinizde internet bağlantısı var mı?	5,237	,000	,203	202076069,496	,000
Ailenizle daha önce yurt dışına çıktınız mı?	5,755	,000	,206	202801053,607	,000
Ailenizle birlikte düzenli olarak tatile gider misiniz?	4,102	,000	,202	187821702,632	,000

**Tablo 4:** Sosyal Tabakalaşma Durumu

Sosyal Tabakalar	Katılımcı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Alt	36	4,5	4,5
Ortanın Altı	190	23,8	23,8
Orta	361	45,1	45,1
Ortanın Üstü	146	18,3	18,3
Üst	67	8,4	8,4
<b>Toplam</b>	<b>800</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Katılımcıların % 4,5'i alt tabakada, % 23,8'i ortanın altı ve % 45,1'i ise orta tabakada yer almaktadır. % 18,3'ü ortanın üstü ve % 8,4'ü ise üst tabakada yer almaktadır.

### 9.3. Katılımcıların Teknolojik Araçları Kullanım Amaçları

**Tablo 5:** Teknoloji Kullanım Araçları Çoklu Seçenek Tablosu

Teknoloji Kullanım Amacı	Cevaplar		Geçerli Yüzde
	Katılımcı	Yüzde	
Bilgi Edinme- Araştırma	896	22,4%	112,0%
İletişim Kurma ve Sosyalleşme	873	21,8%	109,1%
Eğlenme- Oyun- Boş Zaman	1489	37,2%	186,1%
Kendini İfade Etme	76	1,9%	9,5%
Bilgi ve Eğlenme	175	4,4%	21,9%
İletişim ve Eğlenme	85	2,1%	10,6%
Bilgi, İletişim ve Eğlenme	289	7,2%	36,1%
Hepsi	117	2,9%	14,6%
Toplam	4000	100,0%	500,0%

Katılımcıların yüzde 37,2'si akıllı telefon gibi teknolojik aygıtları 'Eğlenme, boş zaman değerlendirme, oyun oynama' amacı ile kullanmaktadır. Teknolojiyi 'Bilgi edinme ve araştırma' amacı için kullanan katılımcıların oranı ise yüzde 22,4'tür. Katılımcıların yüzde 21,8'i 'İletişim kurma ve sosyalleşme' amacıyla teknolojiyi kullandığını ifade etmek

#### 9.4. Dijital Okuryazarlık Ölçeği Faktör Analizi ve Faktör Alt Boyutları

**Tablo 6:** Dijital Okuryazarlık Ölçeğinin Alt Boyutları

Dijital Okuryazarlık Alt Boyutları	İ T	E Ü	E T	İ Ü	S. D	Mean
Yenilikleri ve değişiklikleri medyadan takip edebilme noktasında iyiyim.	<b>,710</b>				1,21451	2,1813
Medyadaki farklı fikir ve düşünceleri tespit edebilirim.	<b>,679</b>				1,14548	2,0396
Bilgiye ulaşmada farklı medya ortamlarını kullanmak benim için kolaydır.	<b>,679</b>				1,18603	2,0590
Medya içeriklerinin politik, ekonomik ve sosyal boyutlarını anlayabilirim.	<b>,627</b>				1,16159	2,0427
İhtiyaç duyduğum bilgiye ulaşmak için arama motorları ve veri tabanlarını nasıl kullanacağımı bilirim.	<b>,623</b>				1,20055	2,3127
Medyada sunulan açık ve gizli mesajların farkına varabilirim.	<b>,605</b>				1,19952	2,2971
Medyada şiddet ve baskı unsuru içeren mesajları tespit edebilirim.	<b>,581</b>				1,02653	1,7463
Medya içeriklerinin bilgilenme, iletişim, eğlenme vb. amaç ve işlevlerini ayırt edebilirim.	<b>,580</b>				1,19704	2,0870
Medya içeriklerinin reklam amaçlı olup olmadığını anlayabilirim.	<b>,490</b>				1,24286	2,2286
Medya içeriklerini tür, amaç vb. özelliklerine göre sınıflayabilirim.	<b>,448</b>				1,05925	1,8786
Belli konular hakkında eleştirel düşünmeyi yansıtan medya içerikleri tasarlayabilmede yetenekliyim.		<b>,768</b>			1,08893	1,9474

Medya ortamlarında insanları bilgilendirme ve yönlendirme amaçlı yorum yapabilirim.		<b>,762</b>			1,02399	1,7363
Medyada farklı kullanıcılarla ortak bir amaç doğrultusunda etkileşim ve işbirliği kurabilirim.		<b>,742</b>			1,03436	1,8121
Medya içeriklerini eleştirerek alternatif içerikler geliştirebilmede iyiyim.		<b>,727</b>			1,15560	2,1252
Görsel ve yazılı orijinal medya içerikleri (afiş, video klipi, web sayfası, vb.) geliştirebilirim.		<b>,632</b>			1,02485	1,9149
Gündemdeki olayları farklı bakış açılarıyla (siyasal, kültürel.) değerlendirip medya ortamlarına katkıda bulunabilirim.		<b>,594</b>			,94127	1,8671
Sosyal medya ortamlarına katılarak başkalarının fikir ve düşüncelerini etkileyebilirim.		<b>,584</b>			,95496	1,9321
Gerçek kişilik özelliklerime uygun sanal kimlik oluşturmak benim için kolaydır.		<b>,512</b>			1,02384	1,6720
Dijital medya içeriklerini internette paylaşabilirim.			<b>,628</b>		1,04775	1,8677
Medya içerikleri (resim, video, metin vb.) oluşturmak için gerekli donanım araçlarını kullanabilirim.			<b>,617</b>		1,14522	2,0710
Medya ortamlarındaki temel kullanma araçlarını (butonlar, linkler, dosya aktarımı vb.) kullanabilirim.			<b>,615</b>		,80061	1,4942
Medya içeriklerini güvenilirlik, geçerlik, tarafsızlık ve güncellik bakımından değerlendirebilirim.			<b>,572</b>		,96687	1,7980
Başkalarının gönderdiği/paylaştığı medya içeriklerine ekleme ve yorum yapabilirim.			<b>,568</b>		1,00237	1,8699
Medya ortamlarında kullanıcı hesap ve profiller oluşturabilirim.			<b>,557</b>		1,05788	2,0420



Medyanın bireyler üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerini belirleyebilirim.			,545	1,09049	1,9726
Medya içeriklerine kendi ilgi ve beğenilerime göre puan ve derece verebilirim.			,515	1,03972	2,0317
Medya içeriklerini (resim, video, metin) oluşturmak için gerekli yazılım programlarını kullanabilirim.			,512	,94871	1,8499
Medyadaki mesajların doğruluk ve yanlışlıkları hakkında karar vermek benim için kolaydır.			,510	,87450	1,5568
Medya içeriği üretirken insanların farklı düşüncelerine ve özel hayatlarına saygı duyarım.			,686	,82691	1,5051
Yasal ve etik kurallara uygun medya içeriği üretmek benim için önemlidir.			,650	,90388	1,7879
Medyadan elde ettiğim bilgiler ile kendi görüşlerimi ilişkilendirebilirim.			,554	,97189	1,8006
Medya içeriklerini kullanıp kullanmayacağıma akıllı işaretleri dikkate alarak karar verebilirim.			,495	,99149	1,7792
Medya içeriklerini yasal ve etiksel açılarından (lisanssız programlar, yasak siteler, kişisel haklara saygı vb.) değerlendirebilirim.			,477	1,02433	1,9262
Medya içeriklerinin doğuracağı sonuç ve risklere karşı kendimi koruyabilirim.			,435	1,02828	1,9596
Bilgi ve haberleri farklı medya ortamlarından araştırarak karşılaştırabilirim.			,424	,99749	1,8084
Toplam Vairence Explained % 51.242	35.905	6.972	4.559	3.806	

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy ,946						
Bartlett's Test of Sphericity 13546,545						
df: 595 Sig. 000						
Cronbach's Alpha ,946	,898	,881	,860	,867		

### İT İşlevsel Tüketim; EÜ Eleştirel Üretim; ET Eleştirel Tüketim; İÜ İşlevsel Üretim

Dijital okuryazarlık ölçeği üzerine yapılan faktör analizinde Toplam variance explained'e göre (Ek: 1) Eigenvalues'ı 1'in üzerinde olan ve varyansın %5'lik limitinde ise son iki faktör daha düşük olmasına rağmen scree plot (Ek:2) göre değerlendirilmesi, ölçeğin daha önceki uygulaması da dikkate alınması ile faktör analizi, dört alt boyut üzerinden veri düzenlenmesine gidilmiştir. Burada ölçeğin daha önceki uygulamasından farklı olarak bazı değişkenlerin farkı alt boyutlarda yer aldığı gözlenmiştir. Faktörün genel güvenilirlik analizi (Cronbach's Alpha= ,946) oldukça yüksek çıkmış, KMO değeri, Bartlett's değeri ve Sig. değeri anlamlı bulunmuştur.

Faktör alt boyutlarına bakıldığında; bu boyutlar İT İşlevsel Tüketim; EÜ Eleştirel Üretim; ET Eleştirel Tüketim; İÜ İşlevsel Üretimdir. Bu alt boyutlardan işlevsel tüketim % 35.905, eleştirel üretim 6.972, eleştirel tüketim 4.559 ve işlevsel üretim 3.806'dır. Aynı zamanda ölçek alt boyutlarının güvenilirlik analizi de oldukça yüksektir. (İşlevsel Tüketim ,898; Eleştirel Üretim ,881; Eleştirel Tüketim; , 860, İşlevsel Üretim ,867).

**Tablo 7:** Dijital Okuryazarlık Ölçeği Alt Boyutları Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon Analizi

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Not: \*\*p< .01

Dijital Okuryazarlık Alt Boyutları	1	2	3	4
İşlevsel Tüketim	1			
Eleştirel Üretim	,571**	1		
Eleştirel Tüketim	,693**	,672**	1	
İşlevsel Üretim	,666**	,597**	,706**	1

Dijital okuryazarlık ölçeğinin alt boyutlarında öne çıkan değişkenlere baktığımızda, ‘İşlevsel Tüketim’ alt boyutunda ‘yenilikleri ve değişiklikleri medyadan takip edebilme noktasında iyiyim’ değişkeninde ,710 değeri gözlemlenirken ,679 değeriyle ‘Medyadaki farklı fikir ve düşünceleri tespit edebilirim’ ve ‘Bilgiye ulaşmada farklı medya ortamlarını kullanmak benim için kolaydır’ değişkenleri ön plana çıkmaktadır. İşlevsel tüketim alt boyutunda en düşük değere (,448) sahip olan ‘Medya içeriklerini tür, amaç vb. özelliklerine göre sınıflayabilirim’ değişkenini ,490 değeri ile ‘Medya içeriklerinin reklam amaçlı olup olmadığını anlayabilirim’ değişkeni takip etmektedir.

İkinci alt boyut olan ‘Eleştirel Üretimde’ ,768 değeri ile ‘Belli konular hakkında eleştirel düşünmeyi yansıtan medya içerikleri tasarlayabilmede yetenekliyim’ değişkeni ve ,762 değeri ile ‘Medya ortamlarında insanları bilgilendirme ve yönlendirme amaçlı yorum yapabilirim’ değişkeni ön plana çıkmaktadır. ‘Gerçek kişilik özelliklerime uygun sanal kimlik oluşturmak benim için kolaydır’ değişkeni ,512 değerine; ‘Sosyal medya ortamlarına katılarak başkalarının fikir ve düşüncelerini etkileyebilirim’ ise ,584 değeri ile en düşük değere sahip çıkmıştır.

‘Eleştirel Tüketim’ alt boyutunda en yüksek değerlere sahip değişkenler ,628 değeri ile ‘Dijital medya içeriklerini internette paylaşabilirim’ ve ,617 değeri ile ‘Medya içerikleri (resim, video, metin vb.) oluşturmak için gerekli donanım araçlarını kullanabilirim’ seçenekleridir. En düşük değerlere sahip olan değişkenler ise ,510 değerine sahip ‘Medyadaki mesajların doğruluk ve yanlışlıkları hakkında karar

vermek benim için kolaydır' ve ,512 değeri ile 'Medya içeriklerini (resim, video, metin) oluşturmak için gerekli yazılım programlarını kullanabilirim' seçenekleri olmuştur.

Son alt boyut olan 'İşlevsel Tüketim 'de 'Medya içeriği üretirken insanların farklı düşüncelerine ve özel hayatlarına saygı duyarım', 686 değerine; 'Yasal ve etik kurallara uygun medya içeriği üretmek benim için önemlidir' ,650 değerine sahiptir. İşlevsel tüketim al boyutunda en düşük değere sahip olan değişkenler ,424 değerine sahip 'Bilgi ve haberleri farklı medya ortamlarından araştırarak karşılaştırabilirim' ve ,435 değerine sahip 'Medya içeriklerinin doğuracağı sonuç ve risklere karşı kendimi koruyabilirim' seçeneğidir.

Dijital medya ölçeğinin bütün alt boyutları arasında pozitif yönde (olumlu) oldukça güçlü bir ilişki bulunmaktadır. Bir alt boyutun kullanılması ve kullanımının artması diğer alt boyutların da olumlu yönde artacağını göstermektedir. Örneğin alt boyutlar arasındaki en güçlü ilişki, işlevsel üretim ve eleştirel tüketim alt boyutları arasında görülmektedir ( $r=.706$ ,  $p<.01$ ). Bireylerin dijital ortamlardaki içerikleri değerlendirme ve gözden geçirme noktasındaki eleştirel tüketim boyutu arttıkça, işlevsel olarak içerik paylaşma anlamındaki üretim boyutu da artış göstermektedir. Amaca yönelik üretim aynı zamanda eleştirel tüketim boyutunu da geliştirmektedir.

## 9.5. Sosyo-Ekonomik ve Demografik Özellikler ve Dijital Okuryazarlık Arasındaki İlişki

**Tablo 8:** Hanehalkı Sayısı ve Dijital Okuryazarlık Alt Boyutları Arasındaki İlişki

ANOVA						
Dijital Okuryazarlık Alt boyutları		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
<b>İŞLEVSEL TÜKETİM</b>	Gruplar arası	3,556	6	,593	1,395	,214
	Gruplar İçinde	335,231	789	,425		
	Toplam	338,787	795			
<b>ELEŞTİREL ÜRETİM</b>	Gruplar arası	10,138	6	1,690	2,455	,023
	Gruplar İçinde	542,991	789	,688		
	Toplam	553,129	795			
<b>ELEŞTİREL TÜKETİM</b>	Gruplar arası	5,190	6	,865	1,649	,131
	Gruplar İçinde	413,970	789	,525		
	Toplam	419,160	795			
<b>İŞLEVSEL ÜRETİM</b>	Gruplar arası	2,578	6	,430	,956	,454
	Gruplar İçinde	354,509	789	,449		
	Toplam	357,086	795			

Hanehalkı sayısı ile dijital okuryazarlık ölçeği alt boyutlarına bakıldığında işlevsel tüketim açısından farklılaşma olmadığı, eleştirel üretim açısından 3 ile 7 kişi arasında farklılaşma olduğu, eleştirel tüketim açısından ise 2, 4, 6 ve 7 ve üstü kişiden oluşan hanehalkı arasında farklılaşma olduğu, işlevsel üretim açısından ise farklılaşmanın olmadığı gözlenmiştir. Bu doğrultuda hanehalkı sayısının katılımcının dijital okuryazarlık alt boyutlarını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

**Tablo 9:** İnternet Bağlantısı ve Ölçek Alt Boyutları Arasındaki İlişki T Testi Tablosu

Dijital Okuryazarlık Alt boyutları	Evinizde internet bağlantısı var mı?	N	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
İşlevsel Tüketim	Evet	652	1,7142	,61701	-5,458	196,536	<b>,00</b>
	Hayır	148	2,0325	,73584			
Eleştirel Üretim	Evet	652	2,1042	,81597	-4,067	210,432	<b>,00</b>
	Hayır	148	2,4212	,86508			
Eleştirel Tüketim	Evet	652	1,7912	,71075	-2.895	208,098	<b>,004</b>
	Hayır	148	1,9908	,76709			
İşlevsel Üretim	Evet	652	1,8302	,65403	-2,154	204,879	<b>,032</b>
	Hayır	148	1,9698	,72422			

Evde internet bağlantısı ve dijital okuryazarlık ölçeği alt boyutlarına bakıldığında anlamlı farklılaşma olduğu gözlenmiştir. Bütün alt boyutlarda ortalama standart sapma açısından farklılaşma bulunmuştur. Böylece bütün alt boyutlarda üretme ve tüketme olgusunda farklılaşma olduğu, internet bağlantısının dijital okuryazarlıkta önemli bir olgu olduğu ortaya çıkmıştır. Bu doğrultuda evde internet bağlantısının katılımcıların dijital okuryazarlık düzeyini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

## 9.6. Sosyal Tabakalaşma ile Teknoloji Kullanım Sıklığı, Amacı ve Dijital Okuryazarlık Arasındaki İlişki

**Tablo 10:** Sosyal Tabaka ve Dijital Okuryazarlık

ANOVA					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
İŞLEVSEL TÜKETİM	13,197	4	3,299	8,035	,000
	326,459	795	,411		
	339,657	799			
ELEŞTİREL ÜRETİM	15,183	4	3,796	5,584	,000
	540,389	795	,680		
	555,572	799			
ELEŞTİREL TÜKETİM	11,610	4	2,902	5,648	,000
	408,551	795	,514		
	420,161	799			
İŞLEVSEL ÜRETİM	3,832	4	,958	2,151	,073
	354,092	795	,445		
	357,924	799			

Anova testi sonuçlarına bakıldığında işlevsel üretim hariç diğer alt boyutlarla tabakalaşma arasında anlamlı farklılaşma gözlenmiştir. Sosyal tabakalaşma ve dijital okuryazarlık arasındaki ilişkinin boyutlar arasındaki karşılaştırmanın nasıl farklılaştığına post hoc testi üzerinden bakıldığında ise; işlevsel tüketim açısından üst grubun kendine en yakın tabaka olan ortanın üstü hariç diğer tabakalardan

farklılaştığı, diğer taraftan ise alt ile ortanın üstü ve üst grup açısından da işlevsel tüketim alt boyutunun fazlalığı dikkat çekmektedir.

Eleştirel üretim açısından alt grubun ortanın altı hariç diğer tabakalar ile farklılaştığı, ortanın altı grubunun farklılaşma göstermediği, üst grubun da yalnızca alt tabaka ile anlamlı şekilde farklılaştığı, alt grubun ise ortalamasının yüksek olduğu ve katılma derecesinin düştüğü ifade edilebilir. Eleştirel tüketim açısından ise; alt grubun diğer tabakalarla negatif yönlü olarak farklılaştığı, diğer tabakaların alt tabakaya göre daha fazla eleştirel bir tüketime sahip olduğu, üst tabakanın yalnızca alt ve ortanın altı ile farklılaştığı diğer tabakalarla farklılaşmadığı gözlenmiştir. İşlevsel üretim açısından bütün tabakaların aynı özellikler taşıdığı ve anlamlı farklılaşma sergilemediği yanı bütün katılımcıların işlevsel anlamda üretme konusunda aynı durumda olduğu ifade edilebilir.

**Tablo 11:** Sosyo- Ekonomik Kategori ve Teknoloji Kullanım Amaçları Arasındaki İlişki

Teknoloji Kullanım Amaçları	SES KATEGORİ					Toplam
	Alt	Ortanın Altı	Orta	Ortanın Üstü	Üst	
Bilgi Edinme- Araştırma	31	195	390	184	96	896
	3,5%	21,8%	43,5%	20,5%	10,7%	
İletişim Kurma ve Sosyalleşme	38	185	393	184	73	873
	4,4%	21,2%	45,0%	21,1%	8,4%	
Eğlenme- Oyun- Boş Zaman	68	402	667	227	125	1489
	4,6%	27,0%	44,8%	15,2%	8,4%	
Kendini İfade Etme	5	10	28	27	6	76
	6,6%	13,2%	36,8%	35,5%	7,9%	
Bilgi ve Eğlenme	6	37	94	28	10	175



	3,4%	21,1%	53,7%	16,0%	5,7%	
İletişim ve Eğlenme	4	19	44	12	6	85
	4,7%	22,4%	51,8%	14,1%	7,1%	
Bilgi, İletişim ve Eğlenme	16	69	140	47	17	289
	5,5%	23,9%	48,4%	16,3%	5,9%	
Hepsi	12	33	49	21	2	117
	10,3%	28,2%	41,9%	17,9%	1,7%	
Toplam	36	190	361	146	67	800

Ortanın altı grubunda yer alan katılımcıların %27'si teknolojiyi 'Eğlenme- Oyun Oynama ve Boş Zaman Değerlendirme', üst grupta yer alan katılımcıların %10,7'si ise 'Bilgi Edinme ve Araştırma' için kullandığını belirtmektedir. Orta grupta yer alan katılımcıların %53,7'si teknolojiyi 'Bilgi ve Eğlenme' amacı ile kullanmaktadır. Bu doğrultuda farklı sosyal sınıflara ait bireylerin teknoloji kullanım amaçları noktasında farklılaştığı ve sosyal sınıfların bu amacı belirlediği söylenebilir.

Sosyal tabakalaşma ile teknoloji kullanım sıklığı arasında ilişkiye bakıldığında; akıllı telefon ( $x^2=43,550$ ,  $df=12$ ,  $p<0.05$ ) (Ek: 17), dizüstü bilgisayar ( $x^2=98,759$ ,  $df=12$ ,  $p<0.05$ ) (Ek: 18), masaüstü bilgisayar ( $x^2=65,891$ ,  $df=12$ ,  $p<0.05$ ) (Ek: 19), oyun konsolu ( $x^2=56,572$ ,  $df=12$ ,  $p<0.05$ ) (Ek: 20) ve smart tv ( $x^2=4139,172$ ,  $df=12$ ,  $p<0.05$ ) (Ek: 21) arasında farklılaşma bulunmaktadır.

## SONUÇ

Eşitsizlik kavramı, toplumlar ve insanlar arasında servet, mülkiyet ve gelir dağılımında yaşanan farklılıklar üzerine temellenmiştir. Bu doğrultuda eşitsizliğin, ilkel insan topluluklarından modern topluma kadar her toplumda var olduğunu söylenebilir. Eşitsizlik sorunları, toplumsal tabakalara ve sınıflara neden olmakta, toplumsal yapı bu doğrultuda şekillenmektedir. Bireyler arasındaki gelir ve servet eşitsizliğinden kaynaklanan toplumsal sınıflar, mevcut eşitsizlikleri yeniden üreterek toplumsallığın devam etmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

Toplumsal bir kurum olarak eğitim, kişinin statü kazanmasına ve bulunduğu sosyal sınıfı değiştirmesine imkân sağlamaktadır. Bu nedenle eğitim ve eşitsizlik arasında yakın bir ilişki söz konusudur. Her ne kadar modern topluma uygun olarak eğitim fırsatlarının arttığı yönünde hâkim bir görüş olsa da, sosyo- ekonomik ve demografik değişkenlerden dolayı kişilerin eğitim fırsatlarından yararlanma düzeyleri farklılık göstermektedir. Ancak bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve internetin bulunması birçok alandaki dönüşümü de beraberinde getirmiştir. İnternetin zaman ve mekândan bağımsız olarak bireye hız ve erişim imkânı sunması ‘bilgi’ kavramını ön plana çıkarmış ve birçok alan bilgi etrafında şekillenmeye başlamıştır. Teknolojinin yaygın kullanılmaya başlanması ile gündelik hayatın bir parçası haline gelmesi hızlanarak bilgiye erişim imkânı artmıştır. Bu doğrultuda bilgi olgusu ayrıcalıklı bir sınıfın tekelinden çıkarak bütün bireylerin erişebileceği bir konuma geçmiştir.

Her alanda olduğu gibi bilgi ve iletişim teknolojileri konusunda da toplumsal eşitsizlik varlığını sürdürmektedir. Teknolojideki eşitsizlik, erişim sağlayanlar ve sağlayamayanlar üzerinden tanımlanarak ‘dijital bölünme’ kavramı ile somutlaşmaktadır. Cinsiyet, yaş, gelir düzeyi, eğitim durumu ve yaşanan bölge gibi demografik ve sosyo- ekonomik değişkenler, bireylerin teknolojiye erişim sağlaması ve kullanması noktasında farklılaşmalara neden olmaktadır. Dijital bölünme, internete ve teknolojiye erişim engellerinin yanı sıra teknoloji kullanım ve okuryazarlık becerilerini de kapsamaktadır. Dijital teknolojinin her geçen gün ilerleme kaydederek gündelik hayatın merkezinde yer alması teknolojiyi kullanım beceri ve yeteneklerini ön plana çıkarmaktadır. Bu doğrultuda okuryazarlık kavramı dijitalleşme üzerinden şekillenmiş ve dijital okuryazarlık tartışılmaya başlanmıştır. Dijital okuryazarlık, bireyin dijital ortamdan edindiği bilgileri ve verileri eleştirel bir bakış açısı ile değerlendirerek analiz etmesini kapsamaktadır. Dijital okuryazarlık aynı zamanda bireyin medya içeriklerini eleştirel ve işlevsel anlamda tüketmesinin yanı sıra içerik üretme noktasında da önemli görülmektedir. Dijital okuryazarlık bireylere, bilgiye erişim sağlama, bilgiyi verimli bir şekilde kullanma ve bilgi üreterek paylaşıma sunma anlamında yeterlilik kazandırmayı hedeflemektedir. Sorgulama, eleştirel bir bakış açısına sahip olma ve teknolojiyi etkin bir şekilde kullanma becerileri dijital okuryazarlık kapsamında bireylere öğretilmektedir.

Bu anlamda bilgi akışının hızla değiştiği dijital dünyada, dijital teknolojileri verimli ve bilinçli bir şekilde kullanan bireyler, teknoloji ile birlikte gündelik işlerini gerçekleştirirken iletişim kurma, bilgi edinme, kendini geliştirme ve boş zaman değerlendirme gibi faaliyetleri de gerçekleştirmektedirler. Dijital teknolojilerinin insan hayatındaki önemi göz önünde bulundurulduğunda, dijital okuryazarlık becerilerinin birey ve toplum açısından önemi açıkça görülmektedir.

Çalışmanın yöntem kısmında evren ve örneklem dâhilinde alınan farklı okul türlerine ait

liselerden katılımcılara elde edilen veriler analiz edilmiştir.

Katılımcıların yüzde 44.1'ı kız, yüzde 55.9'u erkek ve yüzde 82.6'sı 15- 17 yaş aralığındandır. Sınıf dağılımına bakıldığında 10. sınıflar (Lise 2) çoğunluğu oluşturmaktadır. Okul açısından ise; İmam Hatip Liseleri, Teknik Liseler, Anadolu Lisesi, özel okul ve çıraklık eğitimi veren Eğitim Merkezi (örgün eğitim dışında çırak ve kalfa sisteminde yer alan öğrenciler) seçilmiş ve bu okulların dengeli bir şekilde dağılımı yapılmıştır.

Katılımcıların ailelerinin aylık gelirinde dikkat çeken nokta % 58,4'ünün 4500 TL altında geliri sahip olmasıdır. Bu durum katılımcı öğrencilerin çoğunluğunun aylık harcama gelirinin alt ve ortanın altı olarak tanımlanacak durumda olduğunu göstermektedir. Katılımcıların bir başka özelliği hanehalkı sayısı açısından ele alındığında tek ebeveyn olgusunun oldukça az (% 1,6) olduğu ve bu durumun bölgesel sosyo- kültürel özelliklerle açıklanabileceğini göstermektedir. Bu doğrultuda, katılımcılar arasında geniş ailenin değil çekirdek aile modelinin geçerli olduğu gözlenmektedir. Katılımcıların % 78.8'i anne mesleğini ev hanımı, % 34.4'ü baba mesleği özel sektör ve % 21,8'i işçi olarak belirtmiştir. Anne okuryazarlık düzeyinde en yüksek oran % 54,4 ile ilköğretim, baba okuryazarlık düzeyinde ise % 36,6 ile yine ilköğretimdir. Bu durum özellikle okuryazarlık süreci ve sürecin yönetilmesi ile ilgili süreçlerde karar verilmesi anlamında dikkat çekici bir durum oluşturmaktadır.

Sosyal eşitsizlikle ilgili verilere bakıldığında ise ailelerin % 5'i sosyal yardım alırken kalan kısmı destek almamakta ve % 26,6'sının ek geliri bulunmakta, % 13.5'i emeklilik vb. gelirlerden faydalanmaktadır. Katılımcıların % 30,6'sı oturduğu evin kendilerine ait olmadığını, diğer taraftan % 33'ü ise başka evlere de sahip olduğunu belirtmiştir. Aynı zamanda katılımcıların ailesinin % 76,6'sının otomobili bulunmaktadır. Ailenin beraber zaman geçirme ve boş zaman değerlendirme açısından tatil olgusuna bakıldığında katılımcıların % 56,6'sının ailesi ile düzenli bir tatile gitmediği ve % 85,4'ünün ailesi birlikte yurtdışına çıkmadığı gözlenmiştir.

Çalışma açısından önemli olan bulgulardan biri olan, evde internet bağlantısı sorusuna ise katılımcıların %18,5'i hayır cevabını vermiştir. Bu durum sahiplik, bilgiye erişim ve dijitalleşme ile ilgili birçok noktada doğal bir farklılaştırma ortaya koymaktadır. Erişim sorunu ve dijital eşitsizliğin erişim noktasında başlaması, dijitalleşme olgusu üzerinden tanımlanan dijital okuryazarlıkta, üretim ve tüketim ile ilgili durumların belirli bir kategoriye ait olmasına neden olmaktadır.

Katılımcıların sosyo- ekonomik ve kültürel yapıya göre hangi kategoride yer aldığına bakıldığında; % 4,5'lik kısmının alt grupta, %28,2'sinin ortanın altı grubunda yer aldığı gözlenmiştir. Orta grupta yer alanların oranı ise % 45,1'dir. Ortanın üstü % 18,3 ve üst grup ise 8.4'dür. Katılımcıların

yaklaşık yarısı orta tabakada yer almaktadır. Bu açıdan katılımcıların dağılımı normallik göstermekte ve toplumda yer alan tabakalar temsil edilmektedir. Özellikle % 32,7'lik kısmın ortanın altında yer alması ve bu tabakanın zorunlu şartlarının ortaya koyduğu durumlar ve sahiplik yapısını etkileyen kültürel kodlar, doğal olarak okuryazarlık ve diğer olguların da şekillenmesine neden olmaktadır.

Aile bireylerinin internet kullanıma bakıldığında annelerin %13'ünün, babaların % 9.6'sının ve kardeşlerin ise %11.3'ünün internet kullanmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum aile için internetin vazgeçilmez bir araç olduğunu ve neredeyse her aile bireyin bu olgunun içinde yer aldığını göstermektedir. Dijital yerli olarak nitelendirilen katılımcıların % 2.5'lik kesimi hariç hepsinin akıllı telefon ile internete bağlandığı, bu açıdan akıllı telefonun dijitalleşme olgusunun merkezinde yer aldığı gözlenmiştir. Katılımcıların % 29,1'inin dizüstü bilgisayardan hiç internete girmediği, bu durumun en önemli unsurlarından birinin sahiplik yapısı ile bağlantılı olabileceği, masaüstü bilgisayarda ise bu oranın % 54,6 ile oldukça yüksek olduğu ve teknolojik araç değişiminin bu konuda öne çıkabileceğini göstermektedir. Aynı zamanda oyun konsolunda da bu oran artarak % 71,5'e ulaşırken, Smart TV' de ise oran % 45 olarak ortaya çıkmıştır. Bu doğrultuda katılımcıların internet ile ilişkisinin akıllı telefon üzerinden okunması gerektiği ön plana çıkmaktadır. Diğer yandan katılımcıların oyun konsolu ve Smart TV sahiplik oranlarının az olması her alanda teknoloji sahipliğinin yaygınlaşmadığını ve lüks tüketim kategorisinde değerlendirilebilecek teknolojik cihazların çoğunluk olarak her hanede kullanılmadığını göstermektedir.

Katılımcıların teknolojik araçları kullanım amacına bakıldığında ise; bilgisayar kullanımında 'Bilgi Edinme ve Araştırma' ile 'Oyun, Eğlence- Boş Zaman Değerlendirme' öne çıkarken, akıllı telefonda ise 'İletişim ve Sosyalleşme' ile 'Eğlence ve Boş Zaman Değerlendirme' öne çıkmaktadır. İnternet ve videoda 'Eğlence' olgusu öne çıkarken, sosyal medyada 'İletişim ve Sosyalleşme' öne çıkmaktadır. Diğer taraftan teknolojik araçların genel değerlendirmesi yapıldığında 'Eğlenme- Oyun- Boş Zaman Değerlendirme' olgusu önemli görülmektedir. Bu durum tekil araçlarda aracın çıkış amacında belirleyici olan unsurun amaç olarak da öne çıktığı fakat teknolojik unsurlarda genel tutum ve davranış olarak amacının dışında bir kullanım söz konusu olduğunu belirtmektedir. Ulaşılan sonuçlar, katılımcıların farklı sosyal tabakalarda yer almasına rağmen genel anlamda teknolojiyi 'Eğlenme ve boş zaman değerlendirme' amacıyla kullandığını ve bu noktada sosyo- ekonomik ve demografik değişkenlere bağlı olarak sosyal tabakaların etkisi olmadığı gözlemlenmektedir.

Katılımcıların dijital okuryazarlık tutumlarını ölçmeye yönelik ölçek sonucunda dört alt boyut ortaya konmuş ve bunlardan 'İşlevsel Tüketim' alt boyutu öne çıkmıştır. Bu alt boyutta da 'Yenilikleri ve değişiklikleri medyadan takip edebilme noktasında iyi olma' itemi en yüksek değeri almıştır. Ölçek

alt boyutlarında ‘İşlevsel Üretim’ ve ‘Tüketim’ arasında pozitif yönde güçlü bir ilişki ortaya çıkmıştır. İşlevsel üretim arttıkça tüketim de arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların sosyo- ekonomik ve demografik özellikleri ile dijital okuryazarlık alt boyutları arasındaki ilişki incelendiğinde, katılımcılarda cinsiyet açısından ‘Eleştirel Tüketim’ alt boyutu hariç diğer alt boyutlarda farklılaşmaya ulaşılmıştır. Erkek katılımcıların işlevsel üretim ve tüketimde ortalamaları yüksek iken eleştirel üretimde kızların ortalamalarının yüksek çıkması, cinsiyetin dijital okuryazarlık düzeyi üzerindeki etkisini ortaya koymaktadır. Elde edilen ortalamalar, erkeklerin eleştirel üretimden ziyade işlevsel üretim alanında daha yetkin olduğunu göstermektedir. Kız katılımcılar ise eleştirel üretim anlamında erkeklere göre daha iyi durumdadır.

Hane halkı sayısı ile dijital okuryazarlık ölçeği alt boyutlarına bakıldığında ‘İşlevsel Tüketim’ açısından farklılaşma olmadığı ancak diğer alt boyutlarda farklılaşmalar olduğu gözlenmiştir. Diğer yandan, internet bağlantısı sahipliğinin dijital okuryazarlığın bütün alt boyutlarında farklılaşmalara neden olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Okul türü, dijital okuryazarlığın bütün alt boyutlarında farklılaşmalara neden olmaktadır. Okulların kuruluş amacı ve öğrenci profillerine göre dijital okuryazarlık bütün alt boyutlarda farklılaşma göstermektedir. Özellikle çıraklık eğitimi veren okul ve teknik lise (100. Yıl Mesleki Eğitim Merkezi ve Fatih Mesleki ve Teknik Lisesi) diğer okul türlerinden alt boyutlar açısından farklılaşmaktadır. Alt tabakada yer alan katılımcıların eğitim gördüğü okulların, dijital okuryazarlık alt faktörlerinde düşük değerlere sahip olması sosyal tabakaların dijital okuryazarlık beceri düzeyindeki farklılaşmalarını açıklamaktadır. Bu okulların örneklem dâhilinde seçilme durumu ve öğrenim gören öğrenci profili diğer okullardan farklı bir çizgi oluşturmaktadır.

Teknoloji kullanım amacı ile dijital okuryazarlık alt boyutlarına bakıldığında; bütün alt boyutlarda ‘Oyun, Eğlence ve Boş Zaman Değerlendirme’ itemi öne çıkmaktadır. Bu durum teknolojik araçların asıl fonksiyonlarından öte toplumsal alanda üretilemeyen boş zaman değerlendirme olgusunun teknolojik unsurlarla tamamlanması olarak değerlendirilmektedir. Evinde internet bağlantısı olan katılımcılar %81,5 iken, internet bağlantısı olmayan katılımcılar %18,5’tir. Evde internet bağlantısı sahipliği ve teknoloji kullanım amaçlarına bakıldığında ise ‘Oyun- Eğlence ve Boş Zaman Değerlendirme’ olgusu internet bağlantısı olanlardan % 83,5 ile öne çıkarken internet bağlantısı olmayanlarda ise bununla birlikte ‘Bilgi Edinme ve Araştırma’ itemi de öne çıkmıştır. Sosyal yardım olgusunda da aynı değişkenler gözlenmiştir. Elde edilen sonuçlar, katılımcıların yer aldığı sosyal tabakalar fark etmeksizin teknolojiyi eğlenme ve boş zamanı değerlendirme üzerinden diğer yandan internet bağlantısına sahip olan katılımcıların neredeyse tamamının teknolojiyi eğlence amacıyla kullandığını ortaya koymaktadır.

Çalışmanın vurgulamak istediği sosyal tabaka ve dijital okuryazarlık ilişkisi doğrultusunda alt boyutlara bakıldığında ‘İşlevsel Üretim’ hariç diğer alt boyutlarda farklılaşmaya rastlanmıştır. ‘İşlevsel Tüketim’ alt boyutu açısından alt ve ortanın üstü ve üst kategoriler arasında farklılaşma gözlenmiştir. Alt grubun ortalaması daha düşük ve homojen bir yapı oluşturmakta, tabakalaşmada üst kısma çıkıldıkça ortalama artmakta, okuryazarlık olgusuna katılma oranları düşmektedir. ‘Eleştirel Üretim’ ve ‘Tüketim’ alt boyutlarında da aynı özellik görülmekte üst tabakalarda katılma oranı düşmektedir. Buna göre sosyal tabakalaşmanın aynı zamanda dijital okuryazarlık olgusunu etkilediği ve belirlediği sonucuna ulaşılmaktadır.

Diğer yandan öne çıkan ve bütün sosyal tabakalarda ortalamanın eşit olduğu, farklılaşmaya rastlanmayan ‘İşlevsel Üretim’ alt boyutu, bütün katılımcıların bu noktada yetersiz olduğunu ortaya koymaktadır. Sosyo- ekonomik özellikler ve sosyal tabaka fark etmeksizin katılımcıların dijital platformların sağladığı içerik üretme ve paylaşma imkânının değerlendirilememesi ve dijital okuryazarlık düzeyinin bu anlamda yetersiz olması, dijital okuryazarlığın gerekliliğini göstermektedir. Katılımcıların içinde bulunduğu ve sosyal ilişkilerini, gündelik hayatlarını ve kimliklerini belirleyip düzenledikleri ağ toplumunda, dijitalleşmenin getirmiş olduğu fırsatların değerlendirilemiyor olması dijital yerliler açısından büyük sorun oluşturmaktadır. Geleneksel medyadan itibaren tüketici konumunda iken dijitalleşme ile birlikte interaktif bir ortamda üretici ve içerik sağlayıcı konuma geçen bireyin, özellikle teknolojiyi yakından tanıyan ve teknolojinin diline hâkim olduğu düşünülen dijital yerlilerin dijital okuryazarlık anlamında yetkin olması beklenmektedir. Eleştirel üretim ve tüketimin yanı sıra işlevsel tüketimde sosyal tabakalar farklılaşmalara neden olurken, işlevsel üretim boyutunda farklılaşmanın gözlenmemesi bütün katılımcıların bu konuda yetersiz olduğunu ve işlevsel üretim anlamında dijital okuryazarlığın eğitim kurumlarında ön plana çıkarılması gerektiğini göstermektedir.

#### **EXTENDED ABSTRACT**

In the information society dominated by technology, the use of technology and access to information have become important. On the other hand, the effect of socio-economic and cultural variables on the ownership of technological tools has increased inequalities between people. The transfer of social inequality to the digital field is defined with the concept of 'digital divide' and includes the differentiations individuals experience in accessing and owning technology. The concept of digital divide affects not only the problem of access to information and communication technologies, but also how the individual will read the facts produced by digitalization. In the digitalization world, the concepts of social inequality and digital divide continue to be influential on the phenomenon of literacy. Digital literacy, on the other hand, is about reading, discussing, and reproducing the digital field, especially

internet technology. In particular, the way students use digital literacy draws attention in terms of both production and consumption with its functional and critical dimensions. Digital literacy aims to provide people with the skills to access quality and high-value content in the information age where communication technologies are developing.

In this study, within the framework of digital divide and digital literacy concepts, the relationship between high school students' access to technology and digital literacy in different socio-economic classes was examined. The study, which aims to reveal the relationship between social inequality and digital literacy, also determines which factors cause digital divide and differentiation in digital literacy.

As a result of the scale used to measure the digital literacy attitudes of the participants, four sub-dimensions were revealed, and the 'Functional Consumption' sub-dimension is in the foreground. In this sub-dimension, the item 'Being good at following innovations and changes from the media' received the highest value. School type causes differentiation in all sub-dimensions of digital literacy. It differs from other types of apprenticeship training and technical schools in terms of sub-dimensions. The fact that the schools where the participants in the sub class are educated have low values in digital literacy sub-factors explains the differences in the digital literacy skill level of the social classes.

Considering the sub-dimensions obtained in line with the relationship between social class and digital literacy, which the study focuses on, it is concluded that socio-economic classes affect and determine the phenomenon of digital literacy. Regardless of their socio-economic characteristics and social class, the inability of the participants to use the opportunity to produce and share content provided by digital platforms and the insufficient level of digital literacy in this sense shows the necessity of digital literacy. The fact that the opportunities brought by digitalization cannot be used in the network society in which the participants determine and organize their social relations, daily lives and identities poses a great problem for digital natives. It is expected that digital natives, who have become producers and content providers in an interactive environment with digitalization, are especially familiar with technology and are thought to have a command of the language of technology, will be sufficient in terms of digital literacy. While social classes cause differentiations in functional consumption as well as critical production and consumption, the absence of differentiation in functional production shows that all participants are inadequate in this regard. In this direction, it can be said that the result of the study shows that digital literacy in terms of functional production should be brought to the fore in educational institutions.

**KAYNAKÇA**

- Aydın, K. (2018). Max Weber, Eşitsizlik ve Toplumsal Tabakalaşma. *Journal of Economy Culture and Society*. 57, 245-267.
- Bawden, D. (2001). Information and Digital Literacies: A Review of Concepts. *Journal of Documentation*. 57(2). 218- 259.
- Berber, Ş. (2003). Modern Bir Olgu Olarak Sosyal Sınıflar. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 9, 223-232.
- Binark, M. (2015). Yeni Medya Çalışmaları Özel Sayısı Hakkında: Neden? *folklor/edebiyat*. 21(83). 9-18.
- Bourdieu, P. & Passeron, J. C. (1990). *Reproduction in Education*. (2. Baskı). *Society and Culture*. Sage Publications: London.
- Buckingham, D. (2015). Defining digital literacy, Ed. Morten Søby *Nordic Journal of Digital Literacy Special*, Norwegian Centre for ICT in Education. *Scandinavian University Press*, 21-34
- Ceylan, T. (2011). Toplumsal Sistem Analizinde Toplumsal Statü ve Rol. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 15(1), 89-104.
- Chaney D. (1996). *LifeStyles*. Routledge: Londra.
- Chen, W. & Wellman, B. (2003). Charting Digital Divides: Comparing Socioeconomic, Gender, Life Stage, and Rural-Urban Internet Access and Use in Eight Countries. Ed. William Dutton, Brian Kahin, Ramon O'Callaghan ve Andrew Wyckoff, Cambridge MA: MIT Press.
- Cho, J., De Zúñiga H., Rojas H. & Shah V. D. (2003). Beyond Access: The Digital Divide and Internet Uses And Gratifications. *It&Society*. 1(4). 46- 72.
- Dewan, S. & Riggins J. F. (2005). The Digital Divide: Current and Future Research Directions. *Journal of the Association for Information Systems*. 6(12), 298-337.
- DiMaggio, P. & Hargitta, E. (2001). From the 'Digital Divide' to 'Digital Inequality': Studying Internet Use As Penetration Increases. Working Paper #15, Center for Arts and Cultural Policy Studies, Woodrow Wilson School. Princeton University, 1-21.
- Dönmezer, S. (1994). *Toplumbilim*. (11. Baskı). Beta Basım Yayım Dağıtım: İstanbul.
- Duran, E. & Özen, N. (2018). Türkçe Derslerinde Dijital Okuryazarlık. *Türkiye Eğitim Dergisi*. 3(2), 31- 46.
- Erdendoğdu, F. (2014). Sosyal Tabakalaşma ve Eşitsizlik. Pamukkale Üniversitesi Sosyoloji Bölümü. (Erişim Tarihi: 14.11.2019). [https://www.academia.edu/7259472/Sosyal\\_Tabakala%C5%9Fma\\_ve\\_E%C5%9F](https://www.academia.edu/7259472/Sosyal_Tabakala%C5%9Fma_ve_E%C5%9F)
- Fuchs, C. & Horak, E. (2008). Africa And The Digital Divide. *Telematics and Informatics*. 25, 99-116.
- Gasset, O. J. (2007). *İnsan ve Herkes*. (Çev.: Neyyire Gül Işık). Metis Yayınları: İstanbul.



- Grusky, B. D. (2019). *Social Stratification: Class, Race, and Gender in Sociological Perspective* (2. Baskı). Routledge: New York.
- Gunkel, J. D. (2003). Second thoughts: toward a critique of the digital divide. *New media & Society*. 5(4). 499-522.
- Hobbs, R. (2010). *Digital and Media Literacy: A Plan of Action, A White Paper on the Digital and Media Literacy Recommendations of the Knight Commission 135 on the Information Needs of Communities in a Democracy*. The Aspen Institute: Washington.
- İnal, K. (2009). *Medya Okuryazarlığı El Kitabı*. Ütopya Yayınevi: Ankara.
- İnce, M. (2017). Toplumsal Tabakalaşma ve Eşitsizlik. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 19(1). 294-319.
- Kalaycıoğlu, S. (2002). Toplumsal Tabakalaşma. (Ed.: İhsan Sezal). *Sosyolojiye Giriş*. Martı Kitap ve Yayınevi: Ankara. 295-316.
- Kalaycıoğlu, S., Çelik, K., Çelen, Ü. & Türkyılmaz, S. (2010). Temsili Bir Örneklemde Sosyo-Ekonomik Statü (SES) Ölçüm Aracı Geliştirilmesi: Ankara Kent Merkezi Örneği, *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*. 13(1). 183- 220.
- Kemerlioğlu, E. (1996). *Toplumsal Tabakalaşma ve Hareketlilik*. Saray Kitabevleri: İzmir.
- Koç, M. ve Barut, E. (2016). Development and Validation of New Media Literacy Scale (NMLS) for University Students. *Computers in Human Behavior*, 63, 834-843.
- Lee, L., Chen, D., Li J. & Lin, T, (2015). Understanding new media literacy: The development of a measuring instrument, *Computers & Education*. 84- 93.
- Linton, R. (1936). *The Study of Man*. Appleton Century Crofts Inc.: New York.
- Livingstone, S. (2004). What is media literacy? *Intermedia*. 32(3).
- Livingstone, S. & Helsper, E. J. (2007). Gradations in digital inclusion: children, young people and the digital divide. *New media & society*. 9(4), 671-696.
- Luyt, B. (2003). *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty and the Internet Worldwide*. Pippa Norris. Cambridge, UK: Cambridge University Press, *Social Science Computer Review*. 21(1). 120-123.
- Marshall, G. (2014). *Sosyoloji Sözlüğü*. Bilim ve Sanat Yayınları: Ankara.
- Monroe, B. (2004). *Crossing the Digital Divide Race, Writing and Technology In The Classroom*. Teachers College Press: New York.
- Nelson, K., Courier, M. & Joseph, W. G. (2011). Teaching Tip an Investigation of Digital Literacy Needs of Students. *Journal of Information Systems Education*. 22(2). 95-109.

- Norris, P. (2001). *The Global Divide: Information Poverty and Internet Access Worldwide*. Cambridge University Press.
- OECD, (2001). *Understanding The Digital Divide*. OECD Publications: France.
- Park, S. (2012). Dimensions of Digital Media Literacy and the Relationship with Social Exclusion. *Media International Australia*, 142(1). 87-100.
- Parsons, C. & Hick, S. (2008). Moving from Digital Divide to Digital Inclusion. *New Scholarship in the Human Services*. 7(2). 1-16.
- Ritzer, G. & Stepnisky, J. (2014). *Sosyoloji Kuramları*. (Çev. Himmət Hülür). De Ki Basım Yayım: Ankara.
- Sciadas, G. (2005). From the Digital Divide To Digital Opportunities Measuring Infostates for Development. (Ed. George Sciadas), Claude-Yves Charron: Quebec.
- Selwyn, N. (2006). Digital division or digital decision? A study of non-users and lowusers of computers. *Poetics*, 34, 273-292.
- Steyaert, J. (2002). Inequality and the digital divide: myths and realities, *Advocacy, Activism, and the Internet*. *Community Organization and Social Policy*, Ed. Steven Hick ve John McNutt, Lyceum. 199-211. Press: Chicago.
- Sunar, L. (2016). Türkiye’de Tabakalaşma ve Eşitsizliği Tartışmak. (Ed. Lütfi Sunar). *Türkiye’de Toplumsal Tabakalaşma ve Eşitsizlik*. 1-29, Matbu Kitap: İstanbul.
- Şengönül, T. (2008). Toplumumuzda Eğitimin Dikey Sosyal Hareketliliğe Etkisi, İzmir’de Profesyonel Meslek Sahibi Bireyler Üzerine Bir Araştırma. *Sosyoloji Dergisi*. 19, 171-208.
- Tekin, N. (2014). Tüketim Temelli Hayat Tarzları ve Gösteri Mekânı Olarak Kentler. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*. 68 -84.
- Turner, S. B. (1997). *Eşitlik*. (Çev. Bahadır Sina Şener). Dost Kitabevi: Ankara.
- Turner, S. B. (2000). *Statü*. (Çev. Kemal İnal). Doruk Yayınları: Ankara.
- Van Deursen, A. & Van Dijk, J. (2015). *New Media and the Digital Divide*. 2nd ed., *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*. 16, 787-792.
- Van Dijk, J. (2006). Digital divide research, achievements and shortcomings. *Poetics*. 34, 221-235.
- Weber, M. (2006). *Sosyoloji Yazıları*. 8. Baskı. (Çev. Taha Parla). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Witte, C. J. & Mannon, E. S. (2010). *The Internet and Social Inequalities*. Routledge: New York.
- Wu, C. J.& Wang, Y. (2011). Unpacking New Media Literacy. *Journal of Systemics, Cybernetics and Informatics*. 9(2). 84-88.

Mızıkacı, Müberra. (2021). Öfke Çağında Göçmenin Yolculuğu: Baran, Daha ve Amerika Square Filmlerinde Göçmene Yansıtılan Öfke, **Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi**, 2021 Sonbahar -02-(70-99)

## ÖFKE ÇAĞINDA GÖÇMENİN YOLCULUĞU: BARAN, DAHA ve AMERİKA SQUARE FİMLERİNDE GÖÇMENE YANSITILAN ÖFKE

IMMIGRANT'S JOURNEY IN THE AGE OF ANGER: ANGER REFLECTED ON IMMIGRANTS IN BARAN, DAHA AND AMERICA SQUARE

Müberra MIZIKACI<sup>a</sup>

Doi: 10.53281/kritik.991460

a Araştırmacı, Maltepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, 0000-0003-3433-7309

### MAKALE BİLGİLERİ

#### Makale:

Gönderim Tarihi: 05.09.2021

Ön Değerlendirme: 12.09.2021

Kabul Tarihi: 16.12.2021

#### Anahtar Kelimeler:

Öfke Çağı, Göçmen, Baran (film), Daha (film), Amerika Square (film)

#### Key Words:

Age of Anger, Immigrant, Baran (film), The More (film), Amerika Square (film)

### ÖZET

Göç hareketlerinin 2000'li yıllardan bu yana kitleselleşmesi, göç alan tüm toplumlar için göçmene karşı duyulan öfke hissini artmasına neden olmuştur. Bu çalışmanın amacı, göçmene karşı duyulan öfkeyi İran sinemasından Baran (Majid Majidi, 2001), Türk sinemasından Daha (Onur Saylak, 2017) ve Yunan sinemasından Amerika Square (Yannis Sakaridis, 2016) adlı filmler aracılığı ile incelemek ve siyasal yapıdaki söylemin bireyler üzerinden göçmene nasıl yansıtıldığını araştırmaktır. Öfke Çağı terimi kullanılırken Pankaj Mishra'nın Age of Anger: A History of the Present adlı kitabında vurguladığı; kapitalizmin yarattığı düzensizlik ve şiddetin öfkenin kaynağı olduğu varsayımı kabul edilmiş, seçilen filmlerin alt metinlerinde de bu ekonomik düzensizlik gerçeği aranmıştır. Araştırmanın yöntemi iki boyutlu olarak tasarlanmıştır. Öncelikle göç ile ilgili istatistikler, ilgili ülkelere ait dönemsel göç ve siyasi haberleri taranarak doküman incelemesi yapılmıştır. İkinci aşamada ise film analizi yöntemi kullanılmıştır. Analizler sonucunda göç alan toplumlarda öfke duygusunun göçün kitleselleşmesine paralel olarak arttığı ortaya çıkmıştır. İncelenen üç filmde de öznelere, ait oldukları kültürel, ekonomik ve siyasal ortamın bakış açısı ile göçmeni bir öfke nesnesi olarak kullandıkları sonucuna varılmıştır.

### ABSTRACT

The massification of migration movements since the 2000s has led to an increased feeling of anger against immigrants for all immigrant-receiving societies. The aim of this study is to examine the anger against immigrants through the films of Iranian cinema Baran (Majid Majidi, 2001), Turkish cinema Daha (Onur Saylak, 2017) and Greek cinema America Square (Yannis Sakaridis, 2016) and to examine the political discourse on immigrants through individuals is to explore how it is reflected. While using the term Age of Anger, Pankaj Mishra emphasized in his book Age of Anger: A History of the Present; the assumption that the disorder and violence created by capitalism is the source of anger was accepted, and the fact of this economic disorder was sought in the sub-texts of the selected films. The method of the research was designed as two-dimensional. First of all, statistics related to migration, periodic migration and political news of the relevant countries were scanned and document analysis was made. In the second stage, the film analysis method was used. As a result of the analysis, it has been revealed that the feeling of anger increases in parallel with the massiveization of immigration in the communities receiving immigration. In all three films examined, it was concluded that the subjects used the immigrant as an object of anger with the point of view of the cultural, economic and political environment to which they belong.

© 2021- e-ISSN 2667-6850

## GİRİŞ

Öfke duygusu; engellenme, incinme veya gözdağı karşısında gösterilen saldırganlık tepkisi, kızgınlık, hışım, hiddet, gazap (sozluk.gov.tr) gibi tutumlarla kendini açığa çıkarır. Öfke aynı zamanda güçlü bir sıkıntı, hoşnutsuzluk veya düşmanlık hissidir. Fiili ya da algısal hakaret, adaletsizlik, aşağılanma, eşitsizlik, ihanet, başkasından beklentinin karşılanmaması, sözlü veya fiziksel saldırganlığın hedefi olmak öfkeyi yaratır (Van Wyk, 2017). Devletler de tıpkı bireyler gibi duyguları bilinçli olarak ve stratejik amaçlarla sergiler ve kullanırlar. Vatanseverlik, milliyetçilik, dindaşlık, ırkçılık, politik dostluk ya da politik nefret siyasetçilerin kullanabileceği elverişli duygulardır ve bu duygular öfke yolu ile gösterilen hedefe yönlenebilirler. Dolayısı ile kişisel olarak algılayabileceğimiz duygular bir devletin kimliğinin ve statüsünün belirlenmesinde aktif rol oynayabilir. Öfke ve hınç, sömürgeleştirilmiş halkların emperyal rejimler altındaki tutumunu tanımlayacağı gibi emperyal toplumların da sömürülenlere karşı güvensizliğini kapsayabilir. Böylece bu çifte öfke birbiri içinden yansıyarak katlanarak büyür. Öfke çağı kavramı da mevcut jeopolitik belirsizlik duygusunun ve hoşnutsuzluğun her türlü duyarlılık, mantık ve rasyonalizm üzerindeki yoğun odaklanmasını çağırıştır (McAuliffe ve Khadria, 2019). Öfke Çağı terimi, Pankaj Mishra<sup>\*</sup>'nın 2017 yılında yayınlanan *Age of Anger – A History of the Present* adlı tarihsel araştırma kitabından sonra siyasi öfke çözümlemelerinde bir referans noktası olmuştur. Mishra, kitabında Fransız Devrimi ve endüstriyel devrimlerin ortaya çıkardığı küresel bilincin tarihsel süreklilikte keskin bir kırılmaya işaret ettiğini ve yeni bir çağın başladığını belirtir (2017: 44). Mishra bu dönemi modernitenin başlangıcı olarak kabul eder ve kitle siyasetinin tarihi şekillendirebilen gücünü moderniteye bağlar (2017: 44). “Eski hiyerarşik sistem ve dini düzenin irrasyonel eşitsizlikleri, Fransız aydınlanmasının rasyonalizmi sonucunda yerini eğitilmiş ve hırslı emperyalist sınıfa fayda sağlamak üzere hizmet eden bir düzene bırakmıştır” (2017: 52). Mishra’ya göre; “Bu yeni düzen, tüm toplumlar için çıkarları uyumlu hale getirmek yerine, giderek artan bir şekilde sanayileşmiş ekonomi ile birlikte sınıf karşıtlıkları ve büyük eşitsizlikler yarattı... Modernitenin öngörülemez sonuçları beklentileri hayal kırıklığına uğrattı ve giderek daha fazla insanı radikalleştirdi” (2017: 54). “Endüstriyel kapitalist ekonominin yükselişine eşlik eden düzensizlik; 19. Yüzyıl Avrupa’sından, dünya savaşlarına, totaliter rejimlerden 20. Yüzyılın ilk yarısında yaşanan soykırımlara kadar pek çok şeyi etkilemiş ve günümüzde de etkisini sürdürmektedir.” (2017, 13). Öfke Çağı Mishra’nın tezine göre her türlü sosyal

<sup>1</sup> 1969 doğumlu Hintli deneme yazarı ve romancıdır (wikipedia.org/wiki/Pankaj\_Mishra, 2021).

medya araçlarıyla ve despotik söylemle beslenir:

Öfke çağında ürkütücü görüntüler ve sesler sürekli olarak bize saldırır...Tükenmez ve doyumsuz duygusal patlamalar, yaygın bir panik havasına neden oluyor. Bu, merkezi bir korkuya benzemiyor. Daha ziyade despotik gücün yarattığı duygu ile herhangi bir zamanda herhangi birine eşi görülmemiş siyasi, ekonomik ve sosyal saldırıdır bu (2017, 13).

Kitapta öfkenin kaynağı olarak ortaya konulan bir başka konu da servetin dağılımıdır:

Küreselleşme ve yüksek gelişme normları ilerlemenin ne kadar eşitsiz olduğunu gizler...Örneğin 1988 ile 2011 arasındaki büyüme, dünyanın en zengin onda biri tarafından sahiplenildi (2017: 240). Küreselleşmiş bir dünyada kaçınılmaz olarak ulusötesi bir şey vardı: Servetin yeniden dağıtımı, işçi hakları, kitle eğitimi ve daha geniş sosyal adalet sorunu (2017: 213).

Kitaba adını veren ‘Öfke Çağı’ terimi Mishra’ya göre, 19. Yüzyıldan bu yana kapitalist düzensizliklerin toplumların duygusal dönüşümünü temsil eder. “Hınc, dünya çapındaki hırs arayışının doğal bir sonucu gibi görülebilir. Zenginlik, güç ve statü küresel kapitalizm tarafından zorunlu kılınmıştır. Kapitalizm bazı insanları zengin ederken, gelir ve fırsatlardan yoksun diğerleri için ciddi eşitsizlikleri ortaya çıkardı” (2017: 249). “Ekonomik bozulmalar beraberinde eski değerlerin yıkımını ve toplumsal uyumsuzlukları da getirdi. Yıkımlar, insanların ruhlarından geçen küresel fay hatlarıydı” (2017: 62). “Toplumsal uyumsuzluklar, iktidarlara ve sermaye gruplarına karşı çözümleri ortaya çıkardı”. Özellikle “Avrupa ve Amerika’da çözülmekte olan ulusal anlatılara ve meşruiyet kaybına karşı egemen seçkinler tarafından halka verilen yanıt; azınlıklara ve göçmenlere karşı korku tellallığıdır. Sürekli olarak yabancı düşmanlığından beslenen sinsi ve kışkırtıcı bir düşmanlık yaratılmaktadır” (2017: 253).

Kapitalizmin yarattığı bu istikrarsızlık öfkeyi ötekine yöneltir. Öteki artık göçmendir. Mishra, sanayileşme ve emperyalizmin ortaya çıkışı yoluyla Avrupa Aydınlanmasından popüler öfkenin ortaya çıkışına ve 20. yüzyıl boyunca Avrupa merkezli bir küresel düzen içinde Batılı olmayanın dünyanın Batılı siyasilerince hizalanmalarına dair eleştirel bir yaklaşımdadır (Weiss, 2017). Göçmene duyulan öfke, ağırlıklı olarak ekonomik olmakla birlikte milliyetçilik, ırkçılık, dinsel-dilsel farklılıklar, bölgesel korumacılık ve uyum süreçlerindeki gerilim ile yakından ilgilidir. Göçmenlik politikaları ulusal ve uluslararası iktidar mücadelelerinde öteki’ne karşı öfkeyi kullanıp yeni dinamikler yaratmak için elverişli bir alandır. Çünkü göç yönetişimi, çoğunlukla, devlet egemenliği ile yakından ilişkilidir. Dünya Göç Raporu’nda belirtildiğine göre devletler giriş ve kalış konusunda karar verme yetkisine sahiptir (publications.iom.int 2020). Siyasetin yeniden yapılandırıcı bu üst bakış açısı alıcı toplumların

göçmenler aleyhine tutum değişikliklerine neden olabilir. İnsani olana bakış açısındaki dengenin kırılması, sağduyunun azalması ve hatta şiddetin her türlü boyutunun göçmen üzerinde uygulanabilir hale gelmesi öfke çağının belirtileridir. Sosyal ve ekonomik sorunların suçunun göçmen ve etnik azınlıklara doğru yöneltilmesi Ulus-Devlet tarafından yaratılan ortak ve güçlü kimlik algısının hasarlarına da kılıf oluşturabilir.

Çalışma için seçilen *Baran*, *Daha* ve *Amerika Square* filmlerinin ortak noktalarından biri Afganistan savaşı ve Arap Baharı olarak adlandırılan dönemin göçler üzerindeki sayısal artışları ve bu sayıların toplumlar üzerindeki baskı mekanizmasıdır. Bu bağlamda, “Orta Doğu'daki zorunlu göçü tartışırken bölgeselciliğin biçimleri ve güçleri için analitik ilgiyi sürdürmenin ve aynı zamanda küresel değişimler ışığında bunları yeniden düşünmenin önemi” tartışılmaktadır (Tunalı ve Demirarslan, 2021). Araştırmada, seçilen farklı siyasal yapıdaki ülke filmlerinin öznelerinin, dil ve eylemleriyle kendi baskı mekanizmalarını, nesneleştirilen göçmene karşı öfke yoluyla nasıl yansıttığının gözlenmesi amaçlanmıştır.

### **Göç ve Göçmenlik Üzerine Değişen Kavramlar**

Göç ve göçmenlik üzerine tanımlamalar döneme, bağlama ve toplumlara göre çeşitlilik gösterebilmektedir. Ancak uluslararası örgütlerin tanımlamaları kavramlar üzerinde bir uzlaşa sağlanmasında yardımcı olabilir. Uluslararası Göç Örgütü (IOM) göç’ü şöyle tanımlar: Bir kişinin veya bir grup insanın uluslararası bir sınırı geçerek veya bir devlet içinde yer değiştirmesi. Süresi, yapısı ve nedeni ne olursa olsun insanların yer değiştirdiği nüfus hareketleridir (2013). Göç eylemi içinde olan göçmen ise Birleşmiş Milletler Ekonomik ve Sosyal İşler Dairesi’ne göre; İkâmet ettiği ülkeyi değiştiren herhangi bir kişi’dir (publications.iom.int.2020). Mültecilik kavramı ise göçmenlikten farklı olarak gerçek insan iradesinin dışında bir zorunluluk durumunu anlatmaktadır: “İrkı, dini, tabiiyeti, belirli bir sosyal gruba mensubiyeti ve siyasi görüşleri yüzünden haklı bir zulüm korkusu nedeniyle vatandaşı olduğu ülkenin dışında bulunan ve söz konusu korku yüzünden, ilgili ülkenin korumasından yararlanmak istemeyen kişi” (1967 Protokolü ile değişik Mültecilerin Hukuki Statüsüne İlişkin 1951 Sözleşmesi, 1A(2) Maddesi).1951 Mülteci Sözleşmesi, Madde 1(2)’deki mülteci tanımına ilaveten, 1969 Afrika Birliği Örgütü (OAU) Sözleşmesi bir mülteciyi ‘kendi menşe ülkesi ya da vatandaşı olduğu ülkenin bir bölümünde ya da tümünde dış saldırı, işgal, yabancı egemenliği ya da kamu düzenini ciddi biçimde bozan olaylar nedeniyle ülkesini terk etmeye zorlanan kişiler’ olarak tanımlar (IOM, 2013). Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği (United Nations High Commissioner for Refugees [UNHCR] ) tanımlamasıyla mülteci: İrk, din, milliyet, belirli bir sosyal gruba mensubiyet veya siyasi görüş

nedeniyle zulme uğrama korkusu nedeniyle menşee ülkesine geri dönemeyen veya geri dönmek istemeyen biri'dir (unhcr.org, 2021). İki binli yıllardan sonra göçmenlik kavramına bir yeni ekleme daha yapılmıştır: Düzensiz ya da Yasadışı Göçmen. Düzensiz göç çeşitli yasa dışılıklar içerdiği için şu veya bu şekilde göçmenlerin belge ve kayıtlarının tam olmaması demektir, dolayısıyla düzensiz göçmenler devlet tarafından tam olarak bilinemezler, bir alacakaranlıkta görünmezdirler (Topcuoğlu, 2016).

Farklı coğrafyalarda ve dönemlerde göç ile ilgili tanımlamalar değişse de göçmen ve mülteci kavramları arasındaki yaklaşım farkı günümüzde ortak bir anlamda birleşmiş ve bu hareket eylemi içinde olan herkes göçmen olarak isimlendirilmeye başlanmıştır. Can güvenliği, sağlık, tehditlerden ve savaş ortamından kaçış, eğitime ulaşma, iş arama, siyasi erkin dışsallaştırıcı baskısından uzaklaşma, istem dışı sürülme, yeterli temiz su ve gıdaya erişim ihtiyacı, iklim krizinin yaşam alanlarını daraltması, gelecek nesillere daha yaşanılabilir ortamlar arayışı... Sebep her ne olursa olsun göç olgusu; yola çıkılan, yol üzerinde olan ve varılan noktalardaki kültürlerin göçmene ya da mülteciye bakış açıları ile şekillenir, onlarla kurulan zoraki ya da gönüllü iletişim ile yeni toplumsal dinamikler oluşturulur. Bu süreç karşılıklı etkileşim içinde gelişiyor gibi görünse de her zaman göçmen bir öteki olarak algılanmaya yatkındır. Öteki'lik, yabancı olmanın ve yok sayılmanın dışında paylaşılan yaşam alanlarına ve ekonomik kaynakların dağıtımına tehdit unsuru barındırır.

### **Göçmen Sayıları Neyi Anlatır?**

Tunus'ta 2011 yılında başlayan iktidar karşıtı gösteriler zamanla bütün Kuzey Afrika ve Yemen'e kadar etkisini göstermiş ve bu hareket Arap Baharı olarak kabul görmüştür. Kuzey Afrika ve Ortadoğu'daki siyasi karışıklık, Akdeniz'in güneyindeki milyonlarca insanı yerinden etmiştir. Göçler etkisini ölçülebilir olarak bir yıl sonra göstermiş ve UNHCR verilerine göre hâlihazırda dünyadaki insanların %1'inin yerinden edilmiş olduğu ve her dakika bu orana 30 yeni kişinin eklendiği kabul edilmektedir (unhcr.org/tr, 2020). Ülkelerini terk etmek zorunda kalanların sayısı olayların başladığı 2011 yılından sonraki ilk bir yılda yani 2012 yılı sonunda 10,5 milyona ulaşmıştır (unhcr.org, 2021). UNHCR, 2020 yılı sonu itibariyle 82,4 milyon insanın çeşitli nedenlerle göç ettiğini kaydetmiştir (unhcr.org, 2021). Özellikle Suriye'deki savaştan kaçan büyük kitleler hem güney Akdeniz yolunu kullanarak hem de kara yolu ile Türkiye üzerinden Avrupa'ya ulaşmaya çalışmışlardır ve Türkiye'yi bir geçiş yolu olarak kullananlara da Transit Göçmen kavramı uygun bulunmuştur.

Göçmen sayılarının yüksekliği bu insanlar üzerinden bir ticaret yapıldığını ve göç yollarının pazarlandığı gerçeğini hatırlatmaktadır. Bu gerçek, Göçmen Kaçakçıları olarak adlandırılan bir iş kolunun varlığını gösterir. T.C. İç İşleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü'ne göre; Göçmen

kaçakçıları, doğrudan doğruya veya dolaylı olarak maddî menfaat elde etmek maksadıyla, yasal olmayan yollardan; bir yabancıyı ülkeye sokan, ülkede kalmasına imkân sağlayan veya ülkeden çıkararak kişilerdir (goc.gov.tr, 2021). Göçmen kaçakçıları, düzensiz göç kapsamında değerlendirilmektedir.

**Tablo1:** Göçmenlerin 2020 Yılı Sonu Hareket Eğilimleri

Göçmenlerin % 68'i Beş Ülkeden Geldi		Göçmenlerin % 39'u Beş Ülkeye Gitti	
Suriye Arap Cumhuriyeti	6,7 milyon	Türkiye	3,7 milyon
Venezuela	4,0 milyon	Kolombiya	1,7 milyon
Afganistan	2,6 milyon	Pakistan	1,4 milyon
Güney Sudan	2,2 milyon	Uganda	1,4 milyon
Myanmar	1,1milyon	Almanya	1,2 milyon

Kaynak: unhcr.org/tr/ kuresel-egilimler-raporu 2021

Tablo 1’de verilen rakamları gerçeğe en yakın olarak kabul ettiğimizde, Suriye’nin paylaşılma savaşında ülke nüfusunun yaklaşık yarısının göç ettiğini görebilmekteyiz. Savaş öncesi 23 milyon olan nüfusun geçen on yılda 11 milyonu evinden ayrılmak zorunda kalmıştır (dw.com/tr, 2021).

### **Politik Bir Malzeme Olarak Göç**

Göç artık tüm insanlarla bağlantılı üst düzey siyasi- politik bir meseledir. Ulusal, bölgesel ve uluslararası düzeylerde haklar, kalkınma politikaları ve jeopolitik konular göç ile ilişkilenebilir (publications.iom.int, 2021). Elçi’nin ifadesi ile “Bazı göç teorisyenleri, kapitalist sistemin yarattığı eşitsiz ve hiyerarşik durumun göçü zorunlu kıldığını ileri sürüp; küreselleşmenin bu zorunluluğun derecesini arttırıp, göçü hızlandırarak yoğunluğunu arttırdığını iddia etmişlerdir. Yani kapitalizm ve küreselleşme, sırasıyla göçün sebebi ve arttırıcısı olarak ele alınmıştır” (Elçi, 2021). Milyonlarca insanın çatışma nedeniyle yerinden edilmesi, aşırı şiddet veya şiddetli ekonomik ve siyasi istikrarsızlık uluslararası politika mekanizmalarının bir parçası olarak kabul edilebilir (publications.iom.int, 2021).

Günümüzde Ortadoğu’daki zorunlu göç, bölgenin kendi otokratik siyasi biçimleri ve hedeflenen rotanın siyasi güçleri ile de yeniden biçimlenmektedir. Göçmen, ucuz bir işgücü kaynağı olarak görüleceği gibi yeni siyasal oluşumların kaynakları olarak da değerlendirilebilir. Uluslararası göçmenlerin sayısının yaklaşık üçte ikisi işçi olmak üzere dünya çapındaki sayılarının yaklaşık 272 milyon olduğu tahmin edilmektedir (publications.iom.int, 2021).

Her ülke, toplum ve topluluk, göçmene kendi konumunun ait olduğu politik söyleminin yarattığı



alandan bakmaktadır. Göç alan toplumların vatandaşlarının bu politik anlayıştan bağımsız tavır alması çok zordur, çünkü siyasi söylem bireylerin düşünce sistemlerine etki edebilecek güçtedir. Göçmenler ve ikamet ettikleri topluluklar arasındaki ilişki, ayrılmaz ve önemli bir göç döngüsünün parçasıdır. Bu ilişki psikolojik ve sosyolojik uyum süreçleri içinde gelişir. Günümüzde bu uyum süreçleri giderek artan bir şekilde kamuoyuna açık tartışmalarda sürmekte ve daha fazla kutuplaşma riski taşımaktadır. Siyasi söylemler kendi vatandaşları ve göçmenler arasında kışkırtıcı (ve bazen yanlış) mesajlar verebilmektedir.

Bütün bu siyasal ve ekonomik yeniden yapılandırmalar çerçevesinde değerlendirilecek filmlerin coğrafi çizgisinde, İran- Türkiye- Yunanistan hattında karşımıza Afganistan işgali ve Arap Baharı sonucu kaosa sürüklenen Suriye büyük bir aktör olarak çıkmaktadır. Afganistan savaşı kronolojik olarak daha eski bir tarih olsa da etkileri halen bölge ülkeleri üzerinde devam etmektedir. Bu duruma ek olarak ABD ve NATO'nun 2021 yılında ülkeden çekilmesi ile yeni siyasi değişiklikler bölge ülkelerini beklemektedir. Suriye'den göçler devam ederken başta Afganistan olmak üzere Arap ülkelerinden Avrupa'ya geçişin ana hattı ise önce İran, ardından Türkiye ve Yunanistan'dır.

Bu çalışmada, öfke çağı kavramı temel alınarak öfkenin siyasi erkin söyleminden nasıl bireysel eyleme dönüştüğü seçilen filmler aracılığı ile analiz edilecektir. Film analizleri öncesinde dönemin medya yayınları ve kuramsal analizleri aracılığı ile ilgili ülkelerin siyasal ve ekonomik ortamlarının göç ve göçmene ilişkin politikaları incelenecektir. Kronolojik olarak Arap Baharı'ndan önce Afganistan'dan gelen kitlesel göçlerle tanışan İran, ardından Suriye'nin paylaşılma savaşında gönüllü olarak Ortadoğu'dan gelen kitlelere kapılarını açan Türkiye ve son olarak göçmenlerin nihai hedefi olan Kuzey Avrupa'ya bir geçiş koridoru olarak kullanılan Yunanistan bu kapsamda yer alacaktır. Ardından seçilen filmlerin öznelerinin göçmene yansıtılan öfkeyi kendi kültürel, ekonomik ve siyasal yapıları gerçeğinde nasıl ürettikleri analiz edilecektir.

## **Yöntem**

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kullanılmıştır. Film analizlerinden önce filmlerin çekildiği ülkelerdeki politika, toplum, ekonomi, kültür, tarih ve birey göç olgusu bağlamında incelenmiştir. Daha sonra filmler içerik analizi kullanılarak incelenmiştir.

Araştırmanın sınırlılıkları; sadece öfke temasının işlenmiş olması ve benzer temaları işleyen diğer filmler olmasına rağmen kapsam sınırlılığı nedeniyle çalışmaya dâhil edilmemesidir.

## **Baran Filminin Arka Planında İran**

İran'da ikamet eden Afgan mülteci ve göçmenlerin hikâyesi uzun ve çelişkili bir tarihe sahiptir. Sovyetlerin 1979'da Afganistan'ı işgali ile başlayan göçler, aynı tarihlere denk gelen İran'daki siyasi rejim değişikliği ve İran İslam Cumhuriyetinin kurulması ile bu göçmenlere dini bir kapsayıcılıkla yaklaşılmasına neden olmuştur. İran'da 1980'lerde yaklaşık 3-4 milyon Afgan mülteciye Mavi Kart adı verilen sınırsız oturma, eğitim, sağlık ve çalışma iznini kapsayan kimlikler verildi. Mülteciler kamplarda barınmak zorunda değildi, ülkenin her yerinde serbestçe yaşayabiliyorlardı. İran için bu durum İslam dininin garantörlüğünü yapmaktı. Ancak, 2000'li yılların başından itibaren artan ekonomik güvensizlik ortamı ve sosyal yapıdaki değişiklikler Afgan mültecilere karşı sınırlamalar getirilmesine başlangıç oldu. İran vizesi, kısa çalışma ve kısa ikâmet izinleri, geçici göçmen kimlikleri, kesilen devlet yardımları, ülke içi seyahat kısıtlamaları, mülk edinme engeli gibi uygulamalar pek çok Afganlıyı yasa dışı göçmen statüsüne dâhil etti. Yüksek Milli Güvenlik Kurulu 2007'de İran'ın ulusal güvenliği, kamu yararı, kamu güvenliği ve sağlık riskleri nedeni ile yabancılar için bazı illeri girilmez alanlar olarak ilan etti. Bu bölgelerde ikâmet eden Afganların belirlenen diğer alanlara taşınması emredildi. Yapmazlarsa tutuklandılar ve Afganistan'a sürüldüler. Afganların girişine izin verilmeyen alanların olduğu 28 il ve bir ilçeden diğerine seyahat etmesi için yazılı izin zorunlu olduğu (kısmen veya tamamen) 31 ilin olduğu bölgeler 2016 yılında oluşturuldu (Christensen, 2016). Yasadışı göçmenler kategorisini üreten ve genişleten bu süreç; beraberinde ucuz ve sağlık güvencesiz işçi çalıştırma, insan kaçakçılığı, yasadışı belge düzenleme, rüşvet gibi mekanizmaları da beraberinde getirdi. Afganlar artık yasa dışıydı ve İran onların özgürlüğünün garantörü değildi. İran'da hâlen yasal ve yasadışı 2 ila 2,5 milyon Afgan göçmen yaşamaktadır. Afganlar İran'da uzun süredir var olmalarına rağmen, ülkedeki sosyal, politik ve ekonomik yaşamın kilit yönlerinden dışlanmış durumdadır. İran'daki Afganlar, yapısal engeller ve düşük insan sermayesi nedeniyle çoğunlukla çok az beceri gerektiren veya hiç beceri gerektirmeyen işlerde çalışıyorlar ve çoğunlukla düşük sosyoekonomik ortamlarda yoğunlaşıyorlar (Omidvar vd., 2013).

### ***Baran***

Yönetmen: Majid Majidi

Yapım Yılı: 2001

Ülke: İran

Latif, Tahran'da bir inşaatta çalışmaktadır. İnşaatta 50 kiloluk çimento torbalarını taşımak gibi hemen bütün zor ve tehlikeli işleri kaçak olarak çalışan Afgan işçiler yapmaktadır. Latif İranlıdır ve

düşük maaşlı Afgan mülteciler zor işlerin çoğunu yaptıkları için aslında pek de fazla çalışmaz. Yalnızca işçilere çay yapar, ustabaşı Memar için alışveriş yapar. Alışverişlerde Latif'in İran kimlik kartı işleri kolaylaştıran ayrıcalıklı ve değerli bir belgedir. İnşaata sıklıkla kaçak göçmen peşindeki devlet deneticileri gelir. Çünkü kanunlar gereği Afgan mültecileri işe almak yasaktır. Bu gibi anlarda kaçaklar ustalıkla saklanır, denetimler atlatılır. İnşaat alanı hem İran'ın şehirleşen ve değişen çehresinin bir metaforu hem de yalnızca erkek kural koyucuların olduğu bir eril yönetim yeridir. Kurallar acımasızdır, güçsüze yaşam şansı yoktur. Bir gün yaşlı Afgan işçilerden Necef iş kazası geçirir ve çalışamaz duruma gelir. Kazayı haber alan Latif "Paraşütsüz mü atlamış?" diyebilecek kadar göçmenleri, belki de kendisinden başka herkesi değersiz gören birisidir. Kazazede Necef'in bakmak zorunda olduğu, göçmenlerin barındığı gecekondularda yaşayan, kayıt altına alınamayan beş çocuğu vardır. Afgan işçilerden Sultan'ın önerisi ile Necef'in yerine oğlu Rahmat işe alınır. Rahmat çelimsiz, hiç konuşmayan bir gençtir. Rahmat'ın küçük bedeninin ağır çimento çuvallarının altında sendelediğini gören ustabaşı ona çay ocağı işini verir. Latif artık egemenliğini kurduğu çay ocağında değildir, gerçek bir inşaat işçisi olarak ağır işlerde çalışmak zorundadır. Bu durumdan sorumlu tuttuğu Rahmat'a karşı kin ve öfke ile doludur. Tembel ve olgunlaşmamış Latif, Rahmat'ın işlerini zorlaştırmak için her yolu dener. Hatta bir denetim sırasında kaçmak zorunda olan Rahmat'ın peşine bir İranlı vatanperver olarak düşer ve müfettişlerden önce onu yakalar, bir tokat atar. Haneke'nin kendi filmlerindeki şiddetin kökenini ifade ederken tanımladığı gibi "Tokat atmak, aşağılama hissi yaratmanın en sade yoludur. Fiziksel şiddetin kendisinden öte, asıl önemlisi jestin manasıdır [...] Dolayısı ile şiddet, toplumsal ve enternasyonal boyutlara varmadan önce, gayet doğal bir şekilde basit bir tokatla başlar" (Cieutat ve Rouyer, 2014: 100-101). Tokat, Latif'in kendi egemenlik dünyasına bir tehdit ve saldırı olarak gördüğü göçmene karşı öfkesinin yansımasıdır. Rahat ve ayrıcalıklı işini bir Afgan'a kaptırdığından beri öfkesini eyleme geçirebileceği bir an kovalamaktadır. Filmdeki şiddet unsurları aslında hiyerarşik bir düzenin görünmez tokatları gibidir. Devletin her türlü yasa dışılıktan haberdar olup bunu kamusal alan içerisinde bir baskı unsuruna dönüştürmesi, buna rağmen kaçak göçmenlerin çalıştırılması, devletten aldığı yetki ile özel sektörün yasa dışılıktan beslenmesi, yasa dışı aktörlerin kendi içlerinde oluşturdukları liyakat düzeni bir inşaat alanı içinde sembolize edilen İran'ın inşa edilen yeni sisteminin tuğlalarıdır. Müfettişlerden mühendislere, ustabaşı Memar'dan Latif'e ve piramitte en aşağıda yer alan kaçak Afgan göçmenlere kadar herkes bu yeniden inşanın aktörleridir. İran, Sovyet sosyalist rejimine karşı dinsel himayecilikle kucak açtığı Afganları kendi kuralları içinde yaratmaya çalıştığı antikapitalist sistem içinde eritememiştir. Küresel kapitalizm İran'ın kapalı ekonomik sistemini boykotlar, ambargolar ve bölgesel savaşlar ile kırmış, İslami kapitalizm adı altında sisteme ayak uydurmaya zorlamıştır. İnşaat alanındaki tuğlalardan sonuçta nasıl bir bina çıkacağı henüz belirsizdir ve kaçak göçmenler bu alandan çekilirse

sistem zarar görebilir. Kaçak göçmen denetimine çıkan müfettişler bu gerçeğin gölgesinde küçük avlar peşindedirler. Rahmat, denetimlerin zayıf bedeni ile en kolay hedefidir. Ancak yakalanmaktan canı pahasına koşarak kurtulmayı başarır. Rahmat, devletin cezalandırıcı elinden kurtulmayı başarır ancak Latif'in tehditkâr ve gözetleyici bakışları her an üzerindedir. Gözetleyici bakış onu en mahrem anında, saçlarını açıp tararken görür. İran sinemasında kadın saçının gösterilmemesine ilişkin yasak, yönetmenin bu gizemli anı bir gölge oyunu ile anlatmasına ve hem bize hem de Latif'e şok yaratmasına aracılık etmiştir. Beden ile kültür arasındaki bu yasaklı gerilim, inşaat gibi eril bir alandaki mekanik düzene meydan okuyan zarif bir tezat oluşturabilmiştir. Rahmat, çalışmak zorunda olan kaçak bir Afgan göçmen olmanın yüküne bir de kaçak Afgan kadın göçmen olmayı sığdırabilmiştir. Bu eril kaotik inşaat alanında ancak kılığını ve adını değiştirip, sesini duyurmadan var olabilmektedir. Latif gölgeler içinde gördüğü bu kadın imgesine ilk andan itibaren âşık olur. Âşık olunan kadın, adeta tanrısal bir duygunun yansımasıdır. O'nun sesini duymaya, yüzünü görmeye ve adını bilmeye ihtiyaç yoktur; yalnızca var olduğunu bilmek Latif'in kendini bulmasına vesile olabilir. Latif, Rahmat'ın sakladığı sırrını görmüştür. Ancak, görmek artık bilmek değildir. Gördüğünün arkasındaki hakikati bilme yolculuğu Latif'in kişiliğinin olgunlaşmaya ve dönüşmeye başlamasına yarayacaktır. Latif bu yolculukta gerçek ismini bile bilmediği aşkı için kendinden vazgeçme pahasına bir mücadeleye girer.

Bitmek bilmeyen baskınlar sonucu Rahmat inşaattan ayrılır, peşindeki Latif ise ona yardım edebilmek için her yolu dener. Latif ilk olarak işyerinde birikmiş bir yıllık ücretini alır ve Afgan işçilerden Sultan aracılığı ile parayı Rahmat'ın ailesine yollar. Ancak Sultan'nın da bu paraya çok ihtiyacı vardır, emanet doğru ellere ulaşamaz. Sırada Latif'in tek ve en değerli şeyi vardır: Kimliği. İran'da güven içinde korkusuzca var olabilmenin anahtarı olan kimlik satılır. Bu alışverişler kentin işlek pazaryerlerinde usulsüzce yapılabilmektedir. Latif de artık kimliksizdir ve sevdiği kadının kimliksizliğinde ona daha yakın olabilmeye çalışmaktadır. Fars şiirinde sıkça kullanılan kimlik ya da benlik kaybı teması, filmde ayrımcılığı ve adaletsizliği sürdüren keyfi bir ulusal kimliğin terk edilmesi olarak kendini gösterir (Zargar, 2016). Kimlik, yasa dışı olarak el değiştirdiği andan itibaren artık hiçbir yeri olmayanları temsil eder. Latif içinse aynı zamanda egoizmin ve kendini beğenmişliğin reddidir. Latif, aşkına ulaşmaya çalıştıkça göçmenlere ait bir dünyanın da içine girer. Bu dünya hayatla ölüm arasında bir çizgidedir. Rahmat orada artık gerçek adı ile *Baran*'dır. Merhamet anlamındaki Rahmat bir kadın olarak ortaya çıktığında artık yağmur anlamındaki *Baran* olur. *Baran* azgın nehirlerde kaya kırmakta ve taşımaktadır. Fiziksel ve onur kırıcı şiddet bu kez olgunlaşmamış bir bireyin eylemlerinden değil, sistemin her yere sirayet eden kurallarından gelmektedir. *Baran*, aç kalmamak ve İran'da yaşayabilmek için ölümüne çalışmalıdır. Gecekondu mahallesindeki evinde de tüm ailenin sorumluluğu ona aittir. Bu zorlu hayat bile İran'da var olabilmeleri için yeterli değildir ve sistem tarafından geldikleri

yere gitmeye zorlanırlar. Gidilecek yer Afganistan artık bir yuva değil, yeni bir kaçış noktası bulununcaya değin konaklanacak geçici mekân olacaktır. Latif yola çıkmak üzere olan aileye kimliğinin bedeli olan parayı verir ve hatta bunu ustabaşı Memar'ın yolladığını söyler. O artık maddi dünya ile bağlarını koparmış, kendisinden vazgeçmiştir. *Baran* ayrılmadan geçecek kısa sürede Latif göçmenleri gönülden görebilen gözü ile izlemeye başlar. Göçmenler hayatta kalmak için mezarlıkların arasında yaşamaktadırlar. Bu anlamda mezarlıklar içinde yaşamak İran'ın kültürel, siyasi ve ekonomik dönüşümlerinin göçmenler üzerinden bir metaforik okuması olarak da değerlendirilebilir. Shayegan, sığınmacıları *berzah* (ara dünya, çile yeri) sakinleri olarak tanımlar. Teozofi kökenli bu terim mekân dışılık ve tıkanmışlık durumunu ifade eder (Shayegan, 1997: 97). Mezarlıklar içinde yaşamak, göçmenler ve onlar gibi yoksullar için İran'ın düzensiz kentleşmesi sonucu yeni yaşam alanları yaratmak olarak görülebileceği gibi yine onların bu dünyadaki mevcudiyetinin mekân dışılığının vurgusudur. *Baran* ve ailesinin ayrılma vakti geldiğinde yağmur da yağmaya başlar. *Baran*, Latif'in görebileceği alandan uzaklaşıyordur ancak arındırıcı su damlaları olarak geride kalan tüm boşlukları da doldurmaktadır. Latif'in *Baran*'ın varlığını keşfetmesi ile başlayan yolculuğu pek çok *Baran* film analizinde Mevlana'nın şiirlerindeki yoksunluk ve rüya temaları ile örtüştürülür. Bu yoksunluk, manevi yoksulluğun yarattığı boşluk hissini bir rüyada imişçesine yarattığı boşluktur. *Baran* ayrılırken Latif başka bir gerçekle yüzleşir: Maddi dünyanın ardındaki insan suretinde görünen güzellik. Latif bu deneyim ile özgürleşir (Pittman, 2011). Majidi, çağının sömürü ve adaletsizlik gerçeğini görünür hale getirirken, bireyin ötekine karşı beslediği öfkeyi nasıl aşka dönüştürebildiğini de sergilemektedir. İran şiirinden beslenen İran sineması öfkeyi ve şiddeti insana ait olmaktan uzak tutar. Hissedilen öfke ancak kişinin kendini keşfetmesi ile yatıştır ve yerini sonsuz bir sevgiye bırakır. Dabaşi, "İran sineması, nativizm (Doğuşancılık) mantığına karşı koyan ve küreselleşme sorunlarına meydan okuyan bir kültürel akımın başlıca anlatım formu olarak ön plana çıkmış durumdadır" demektedir (2013: xviii). Küreselleşmenin getirdiği savaş, modernleşme, ekonomik eşitsizlik ve milliyetçilikle değişen dünyada modern bir tema olarak karşımıza çıkan kaçak göçmenlik olgusunu *Baran* filmi eski bir doğu masalı havasında sunabilmektedir. İran kültürüne hâkim şiirsel mistik-alegorik anlatı günümüz sosyal ortamının ifşasına engel değildir. Dabaşi'nin ifadesi ile çağdaş İran'da sinema, "tarihsel olanı görmenin görsel olasılığını sunar" (Zargar, 2016).

### **Daha Filminin Arka Planında Türkiye**

1990'lardan beri, Avrupa Birliği'nin (AB) dış sınırlarından düzensiz göçmen girişlerini durdurma çabasının bir sonucu olarak, AB kendisiyle sınırı olan, Türkiye gibi üçüncü ülkelere yönelik çeşitli politikalar izlemiştir (Üstübcü, 2017). Türkiye'nin AB ile ilişkileri 1959 yılına dayanmaktadır. Çeşitli

aşamalardan geçen süreçler sonucunda “Aralık 2002'deki Kopenhag Zirvesi'nde Türkiye söz konusu siyasi kriterleri uygularsa müzakerelere hemen başlanır koşulu sonuçlandırıldı” (Babaoğlu, 2005)

Müzakerelerin sonuçlandırıldığı aynı yıl ürettiği; tam demokrasi, AB üyeliği ve İslami söylemleri ile toplumda ilgi gören Adalet ve Kalkınma Partisi tek başına iktidara geldi (dw.com/tr, 2021). Parti, İslami söylemine karşın Hıristiyan batı dünyasında kabul görebilmek adına AB'nin göç politikalarını destekleyici kararlar almıştır. Avrupa'ya yönelen göçün tampon bölgesi haline gelen Türkiye'nin göç politikası, Avrupa Birliği'ne tam üyelik sürecinde, değişime uğramaktadır. Türkiye, özellikle de Avrupa'ya yönelen düzensiz göçün transit ülkesi konumunda olduğundan, AB göç tartışmalarının merkezindedir (Somuncu, 2006). Yıllar içinde yeni göç dalgalarına karşı yeni anlaşmalar yürürlüğe girmiştir, örneğin “2016 Mart ayında imzalanan Türkiye-AB anlaşması yasadışı sınır geçişlerinin durdurulmasını ve Yunan adalarına giden mülteci ve göçmenlerin Türkiye'ye geri gönderilmelerini öngörmektedir. Aynı zamanda, Aralık 2013'te imzalanan Türkiye-AB Geri Kabul Anlaşması, AB'ye olan düzensiz göçün önlenmesinde Türkiye'ye kilit bir rol atfetmektedir” (Üstübeci, 2017).

2000-2011 yılları arasındaki göç ve mülteci politikalarının amacı, AB standartlarına uyum sağlamak için motive olmak iken, daha sonraki dönemde, 2011-2017 yılları arasında Türkiye Avrupa'daki manevra gücünü artırmak için göç/mülteci politikalarını araçsal olarak kullanmış ve Ortadoğu'daki liderlik iddialarını güçlendirmiştir...Daha sonraki dönemde, Ahmet Davutoğlu'nun<sup>2</sup> Türk Dış Politikasında artan etkisi ile Avrupa'dan uzaklaşma, Türkiye'nin göç politikası söyleminin evrimini etkilemiştir (Lloyd, 2019).

Tüm bu tarihsel süreç boyunca dikkat çekici olan, Türkiye'nin her zaman yurtdışına ucuz iş gücü olarak göç veren bir ülke konumunda olduğuydu. AB'ye uyum süreci, Suriye savaşı ve AK partinin orta doğuda liderlik politikaları gereği kapılarını yasal ya da yasa dışı biçimde bu coğrafyadan gelen insanlara açması ile Türkiye artık göç alan ülke konumuna gelmiştir. Yasa dışılık, göçmen kaçakçılığı gibi yeni iş kollarının türemesine neden olmuştur. 2016 yılında Türkiye'de göçmen kaçakçısı olarak yakalanan kişi sayısı 3.314 olarak tespit edilmiştir. 2010 yılından 2016 yılı sonuna kadar yakalanan göçmen kaçakçısı sayısı ise 15.247'dir (goc.gov.tr, 2021). Deutsche Welle (Dw) Türkçenin 15.01.2020 tarihli haberine göre göçmen kaçakçılığı fiyatları şöyledir: Afganistan'dan Türkiye'ye arabayla bin dolar, uçakla 5 bin dolar; Türkiye'den Yunanistan ise 2 bin Euro (dw.com/tr, 2021). On Temmuz 2021 tarihli bir haberde Suriye'den gelen göçmenlere ek olarak ABD'nin Afganistan politikalarını değiştirmesi ile bu hat üzerinden de günde 500 ile 1000 arasında Afgan'ın yasadışı yollardan Türkiye'ye geçiş yaptığı

belirtilmektedir (t24.com.tr, 2021). Yukarıdaki tabloya ek olarak, T.C. İç İşleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü verilerine göre 2021 yılında, 12.08.2021 tarihine kadar toplam 82.946 düzensiz göçmen yakalanmıştır. Yakalananlar arasında Afgan göçmenler 53.510 kişi ile birinci sırayı almakta, onları 11.886 kişi ile Suriyeliler takip etmektedir (goc.gov.tr, 2021). Göçmenlik, ucuz işçiliği de beraberinde getirmiştir. Bu durum karşısında iktidar partisinin Genel Başkan Danışmanı ise “İşverenler, yatırımcılar, sanayiciler Suriyelilerden çok memnun. Çok önemli bazı yerlerde Suriyelileri çekin, bu ülke ekonomisi çöker<sup>3</sup>” demektedir (birgun.net/haber, 2021). Birleşmiş Milletlere bağlı Ekonomik ve Sosyal İşler Organizasyonu’nun raporuna göre Türkiye’de toplam mülteci ve göçmen sayısının 2019 yılına gelindiğinde 5 milyon 678 bin 800 kişiye ulaştığı kaydedilmiştir (amerikaninsesi.com, 2021). Bu rakam ülke nüfusunun yaklaşık %7,5’ine eşittir. Bir iç politika malzemesi olarak kullanılmaya açık bu büyük kitle, olası bir vatandaşlık hakkı ile seçimlerde dengeleri ve demografik yapıyı değiştirebilecek güçtedir. Haziran 2021 tarihli bir haberde AB’nin bu sayıyı daha da artıracak bir plan ile destek fonu adı altında Türkiye’den bazı talepleri dile getirilmektedir. Anlaşmaya göre; üç milyar Euro karşılığında Türkiye’den Avrupa’ya göçmen akışı engellenecek hatta Yunan adalarına ulaşan göçmenler geri Türkiye’ye yollanacaktır (bbc.com, 2021). Türkiye, 2018 yılında anayasasında yapılan köklü değişikliklerle hükümet sistemini değiştirdi. “Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi” adıyla yeni bir sistem uygulamaya konuldu (amerikaninsesi.com, 2021). Bu süreçte kamuoyundan gelen tepkilere göre düzensiz göçmenlere karşı eylem ve söylem değişiklikleri dikkat çekmektedir. Hükümetin önümüzdeki günlerde, başta Suriyeliler olmak üzere düzensiz göçmenlere dönük yeni bir eylem planını yaşama geçireceği, bu kapsamda bir "Göç Bakanlığı" kurulabileceği de siyasi kulislerde konuşuluyor (bbc.com, 2021). Ekonomik ve siyasal olarak dengeye oturmamış toplumlarda artan göç dalgalarının devlet tarafından desteklenmesi öfke duygusunun göçmene yönelmesine zemin hazırlamaktadır. Türkiye, ekonomik ve siyasal belirsizliğinin yanı sıra öfke çağının yarattığı şiddetin yönlendiği göçmen kaosunun da tam ortasındadır.

### ***Daha***

Yönetmen: Onur Saylak

Yapım Yılı: 2017

Ülke: Türkiye

Hakan Günday’ın *Daha* adlı romanından (Günday, 2013) beyazperdeye aktarılan film, araştırma konusu olan *Baran* ve *Amerika Square*’den bu yönü ile ayrılır. Bir Anadolu kasabası olan Kandali’da

yaşayan Gaza, insan ticareti yapan babası Ahad'ın engellemeleri ile okuma idealinden zorla vazgeçirilmektedir. Şiddetin ve acımasızlığın çevrelediği ortamda yetişen 14 yaşındaki gencin kişiliğinin dönüşümü bu atmosferden beslenmektedir. Yazar Günday kasabanın adından itibaren bir kelime oyunu ile şiddet ortamının ipuçlarını verir: Kan-dalı. Ahad'ın evinin manzarası göçmenler için umut, Gaza içinse aşılamayan engelleri ifade eden denizdir. Gaza, babasının temsilinde aile içi baskı ve şiddet, insan kaçakçılığını yöneten devlet memuru Jandarma komutanı Yedigâr temsilinde ise iktidar tarafından uygulanan büyük gözetimin kıskacındadır. Onun görevi kaçak göçmenleri evde yaratılan yer altı deposunda buldukları süre boyunca gözlemektir. Bu görevden kurtulup büyük kentte okumak hayali babası tarafından şiddet uygulanarak engellenir. Dabaşı, Rahşan Beni-İtimad filmleri analizinde acımasız aile kıskacından bahsederken “En acımasız güç kurumları arasında kendilerini geleneksel aile değerleri olarak başarıyla gizleyen acımasız ekonomik güçleri açığa çıkarmaktadır” demektedir (2013: 251).

Gaza kendi yolunu çizmeye kararlıdır ve büyük kentte (İstanbul'da) sınavını kazandığı okulda okuyabilmek için evden-kasabadan kaçır. Ancak çok fazla uzaklaşmadan Jandarma komutanı tarafından yakalanıp önce hapisaneye sonra da babası tarafından eve hapsedilir. Ekonomik bir baskı unsuru olarak babanın temsil ettiği aile olgusuna filmde büyük iktidar ailesi olarak Jandarma komutanı Yedigâr da katılmakta ve Gaza'nın hayatı üzerinde söz sahibi olmaktadır. Kurulan sisteme karşı çıkmak ya da bu sistem içerisinde yer almamak Gaza'nın gücünün dışındadır. Babası göçmenler üzerinden örnek verirken “Evini terk edip giden ne oluyor, görüyorsun” demektedir. Gaza'ya uygulanan baskı unsuru fiziksel şiddet, aşağılama, tehdit ve özgürlüklerin kısıtlanması olarak karşımıza çıkmaktadır. Filmin akışı içinde bu baskı Gaza'nın öfkesine dönüşecek ve yansıyacağı başka nesnelere bulacaktır. Ev, güvenli bir alan olması beklenirken göçmenler için ölüm tehdidinin olduğu, Gaza içinse umutların yok olduğu yeri temsil etmektedir. Her iki durumda da ancak evden kaçılırsa var olmak mümkündür ancak Gaza bunu başaramayacaktır. Ev, kutsal yuva algısının ötesinde şiddetin üretildiği ve barındığı bir mekândır. Özcan, filmin senaryosunun temel alındığı *Daha* romanı analizinde;

Daha'da yirmi birinci yüzyıl insanının yaşadığı 'kaotik durum' gözler önüne serilir. Bireyin, gelenekleşmiş çarpık toplum düzeni karşısındaki 'çaresizliği' eseri modern dönemlerin hâkim zihniyetine yaklaştıran tarafıdır. Romanda 'sorgusuz sualsiz itaat' tavrıyla bireye; linç kültüründen beslenmesi ve bunu yaşam biçimi hâline getirmesi yönüyle topluma bütün bunların yanında çürümenin önlenmesine değil hızlandırılmasına çanak tutan devlet idaresine yönelik yoğun bir eleştiri vardır [...] Deponun sembolik anlamlarından biri de onun siyasi sınırlara sahip küçük bir ülke olmasıdır [...] 'İnsan ticareti' bir kısım devlet memuru tarafından yönetilir. Bunlar arasında İlçe Jandarma Komutanı Yedigâr da vardır demektedir (Özcan, 2017).



Baba Ahad'ın kamyonu belirlenen alanlarda gizlenmiş yasadışı göçmenleri toplayıp evin bahçesinde yaratılan yer altı deposuna taşımaktadır. Bu göçmenlerin nasıl ve hangi yollarla Kandali'ya kadar geldikleri devlet erki temsilindeki Yadigâr karakterinin kaçakçılığa göz yuman hatta bundan nemalanan tutumlarından anlaşılabilir. Göçmenler adeta bir mezarı andıran yer altındaki yaşam alanında- depoda Ahad'ın kurduğu düzene mahkûmdur. Bu düzende tek kural koyucu Ahad'dır. Ahad, para kazanma sebebi olsa da göçmenlere öfkeli. Onları Türkçe anlamamakla suçlar, ekmeklerini tuvalet olarak kullandıkları aynı kovularla verir. Güzel göçmen kadınlar Ahad'ın cinsel tatmin aracıdır. Tecavüz (ler) Gaza'nın ve bizlerin çaresiz gözleri önünde gerçekleşir. Yönetmenin kamerası Gaza'yı ve seyirciyi bir odaya kapatarak tecavüze engel olamamamızın çaresizliğini sesler yolu ile yaşatır. Bu cinsel şiddete tanık olmaması için havasız kamyon kasasına hapsedilen göçmen bir çocuk ölür. Çocuk için kelle parası ödenir ve konu kapanır. Baba figürü fiziksel gücünün yanı sıra düzen içindeki konumu ile de her şeyin sahibidir. Uyguladığı şiddet için cezalandırılmaz. Baba'nın dikkatle dinlediği televizyon haberlerinde Cumhurbaşkanı Erdoğan "Suriyelileri misafir ediyoruz, neden geldin demiyoruz" demektedir. Gaza çaresizlik anlarında göçmenlerin aşmaya çalıştıkları denizi izler. Ancak yerin altına hapsettikleri göçmenler kadar cesur davranıp denizi aşmayı göze alamaz. "Zamanın hareketini her şeyin yerli yerinde olduğu donmuş bir mekâna döndürdüğünde, kendini ancak evinde hisseder. Bu mekânda, örneğin kötüler solda, iyiler sağdadır; geçmişin bitmiş biçimleri arkada, ütopya yollarını süsleyen değişmez işaretlerine kadar görünür ve şeffaf olan bir gelecek ileridedir" (Shayegan, 1997: 157). Gaza başlangıçta, önünde uzanan geleceğin biraz da göçmenlerin kaderi ile benzeştiği kabulüyle ve babadan kaynaklı şiddetin belki de en büyük mağduru olarak onlarla empati kurabilmektedir. Çocuklara yukarıdan bakan delikten kâğıttan uçaklar atmakta, onlara gülümsemekte hatta genç bir göçmen kıza hayranlık hissedebilmektedir. Gaza'nın hayranlıkla izlediği Ahra karakteri kaçak göçmen bir kadın olarak bu şiddet ortamında nasıl var olunabileceğine de örnektir. "Ahra'nın güzel bir kadın oluşu ve bir mal gibi kullanılışı filmde diğer bir çarpıcı noktadır. Ahad, illegal yolla işlettiği sermayesi sekteye uğramasın diye Jandarma Komutanı olan Yadigâr'a işlerini halletmenin karşılığı olarak Ahra'yı cinsel birlikteliğe zorlamıştır" (Altındal, 2019). Gaza, Ahra'yı Jandarma komutanı ile birlikte olurken görür ve öfke duygusu hayranlığının önüne geçer.

Göçmen kaçakçılığının paydaşlarından birileri de tekne sahipleridir. Kimi zaman bu ortaklar çıkar çatışmasına girer. Ahad'ın göçmenleri karşıya geçiren teknecilerden Harmin tarafından böyle bir çatışma anında öldürülmesi ile Gaza artık babasının yerini almak zorunda kalır. Bir göçmen kaçakçısı olarak babanın yerine geçme eylemi şiddeti uygulayan olarak da görevi devralmak anlamına gelmektedir. Gaza hızla babasına dönüşmektedir. Aslında Gaza hayatı boyunca psikolojik ve fiziksel şiddet dışında başka bir iletişim yolu ile tanışmamıştır. Şimdi babadan devralınan otorite bunu başkasına

yansıtmak için iyi bir fırsattır. İktidarın baskı ve şiddet yolu ile sürdürdüğü evdeki hakim ve kural koyucu artık Gaza'dır. Sistemden kaçış yolu yoksa onun uygulayıcısı olmak tek çıkar yoldur. Filmdeki şiddetin ve öfkenin aktarımı konusunda yönetmen Saylak şöyle demektedir: “İki konu üzerine çok kafa patlattık. Birincisi erkin, iktidarın bireye neler yaptığı. İkincisi de, şiddetin nesilden nesile aktarıldığı. Sonuçta o göçmenler bir iktidarın yaptıkları sonucu topraklarından ayrılıyorlar. Diğer yanda Gaza'da babasının iktidarından, onun yaptıklarından kaçmaya çalışırken acımasızlaşıyor” (evrensel.net, 2021). Gaza, babasının ölümünden sonra göçmenlerle olan fiziksel temasını en aza indirir. Onlarla konuşmak, onları dinlemek, göz teması kurmak gereksizdir. Yer altı deposuna kurduğu kamera sistemi ile göçmenlerin her anını yukarıdan izlemektedir. Onların ekmeklerini, oksijenlerini azaltıp hatta karşıya geçmek için beslediklerini ümitlerini yok ettikçe oluşan çaresizliği izlemekten keyif almaya başlar. Babası hayattayken üstlenmek zorunda olduğu gözetleme işi şimdi boyut değiştirmiş, tanrısal bir bakışa dönüşmüştür. Göçmenlerin hayatı onun gözlerinin önünde şekil alabilmektedir. Bu bakış adeta bir deneyi andırmaktadır.

İnsanın güç arzusunun ne kadar hayati olduğunu Gaza depo aracılığıyla anlamaya çalışır. Küçük bir ülke olarak depo, insanlığın güç için hangi değerleri görmezden geldiğini, hangi zulümleri uyguladığını gösterir. Gaza'nın 'proje' olarak adlandırdığı depo simülasyonu, çocuğun oyun oynayarak gerçek dünyayı kavrama çabasıdır ve bununla birlikte deponun kötülüklerin toplandığı yer olarak görülmesi çocuk zihninin dünyaya verdiği olumsuz anlamın bir göstergesidir (Özcan, 2017).

Gaza için gelecek, aşılamayan bir deniz olarak evin önünde uzanmaktadır. Göçmen grupları ise vakit geldiğinde denize açılıp Avrupa'ya doğru yol almaktadır. Gaza ise kendi egemenliğindeki depoda geçirilen süre boyunca öfkesini yansıttığı göçmenlerle adeta yeni deneyler yapmaktadır. Onlara hapsoldükleri mekân içinde, bir yer altı ülkesi simülasyonunda birbirleri arasına aşamayacakları yeni sınırlar çizmek de bunlardan biridir. Göçmenler, Kandalı'daki yer altı deposuna varıncaya kadar pek çok sınır aşabilmiştir. Buradaki bekleyiş sona erdiğinde de teknelerle denizi aşabilseler de, Gaza'nın deponun zeminine boya ile çizdiği sınırları aşamazlar. Gaza, kendisinden esirgenen bu hakkı göçmenlere de tanımaz, en azından onları elinde tutabiliyorken.

Daha, mültecileri sömürüye açık hale getiren ve insan kaçakçılarını var eden iktidar ilişkilerini mikro yapılar üzerinden sorunsallaştırmaktadır [...] Göçmenler sınırlar arasındaki geçişlilik nedeniyle ulusal sınırları bozguna uğratma potansiyeli taşıyan failer olmak yerine, keyfi bir otoriteye tabi, özne konumuna sahip olamayan nesnelere sunulmaktadır (Yüksel, 2019).

## Amerika Square Filminin Arka Planında Yunanistan

Antik Yunan'ın demokrasinin beşiği olarak kabulüne rağmen çağdaş Yunanistan uzun yıllar faşizm ve darbelerle mücadele etti. Tüm Avrupa gibi 2. Dünya savaşına neden olan faşizan ortamların yarattığı hasar, Yunanistan da ancak 1974'te demokrasiye yeniden dönüş ile onarılmaya başlandı. Kırılgan ve zayıf politik yapısı ve ekonomisine rağmen Yunanistan 1981'de AB'ye kabul edildi. Bu karar Avrupa'nın doğuya açılan kapısının güçlendirilmesi anlamını da taşıyordu. Yunanistan için 2000'li yıllar çoğunlukla yoğun bir ekonomik büyüme dönemiydi. Büyüme politikalarının sancularına 2004'deki Olimpiyat oyunları için kullanılan borçlar eklendi. Aşırı faizli borç ödemeleri sürerken ABD kaynaklı 2008 mali krizi ülkeyi etkiledi ve sonrasında görüldü ki Yunanistan'ın kamu maliyesi kargaşa içindeydi, mali borcu sürdürülemezdi ve iflas olasılığı çok yakındı. Özellikle genç kesimin etkilendiği işsizlik sorununa 2014 ortalarına kadar maaşları düşürme kararı ve vergileri artırma gibi radikal önlemler eklendi. Tüm toplumda kaygı ve moralsizlik arttı (Papadimitriou, 2014). Tüm bu ekonomik savaşın ortasındaki Yunanistan, Arap Baharı ile kitleleşen göçlere hazırlıksız yakalandı. Özellikle 2015'den sonra Büyük Mülteci Akışı olarak adlandırılan dönemde Afganistan, Suriye Arap Cumhuriyeti ve Irak başta olmak üzere pek çok doğu ülkesinden göçmen grupları deniz yolunu aşarak Yunanistan'a geldi. Balkan Hattı denilen bu güzergâhın nihai hedefi Yunan topraklarını geçerek Kuzey Avrupa'ya

ulaşmaktı. Avrupa'nın ortalarına doğru hareket eden göçmenler için Yunanistan bir transit ülke idi. Ancak bekleme dönemleri çoğunlukla uzuyor ve Yunanistan bu talebe cevap veremiyordu. Büyük Mülteci Akışı Yunanistan içindeki Neo-Nazi ve aşırı sağ hareketlerin siyasal alanda güçlenmesine neden oldu. Yunan aşırı sağ her zaman yabancı düşmanı ve islamafobikti. Aşırı sağ hareketlerin mülteciler üzerinden yaratılan güvensizlik ortamından siyasi avantaj elde ettikleri görüldü. Siyasi avantajın yanı sıra aşırı sağın yarattığı söylemler sonucu 2011 ve 2013 yılları arasında organize ırkçı saldırılarda büyük bir artış olduğu kaydedildi. DW'nin 19.02.2016 tarihli haberine göre; Altın Şafak<sup>4</sup> destekçileri "Yunanistan Yunanlılarıdır" ve "Yunanistan'ı satıyorlar ve yabancılara boyun eğiyorlar" pankartları ile gösteriler düzenlediler. Gösterilerin yanı sıra Selanik yakınlarındaki Diavata'daki ve Kos adasındaki mülteci kabul merkezlerine karşı şiddetli protestolar yapıldı. Gazeteci ve siyasi yorumcu Pavlos Tsimas, eylemlerde "Artık ana itici güç çok yüksek genç işsizliğidir. Bu yüzden Altın Şafak'a başvuran insanlar genç ve işsiz olma eğilimindedir" yorumunu yaptı (dw.com/en, 2021). İlginçtir ki mültecilerin sayısı hiçbir zaman Yunanistan'ın demografik yapısını ya da ekonomisini tehdit eder boyuta gelmedi. İki bin on dokuz yılı verilerine göre ülkede yasal olarak kayıtlı göçmen nüfusu yalnızca 630.000'dir (rosalux.gr, 2021). Ancak Altın Şafak gibi kasıtlı olarak bu verileri abartan aşırı sağ oluşumlar ekonomik kriz altında girilen 2012'deki genel seçimlerde parlamentoda sandalye kazandılar, kemer sıkma ve göçmen karşıtı

politikaları ile ülkenin üçüncü en popüler partisi oldular. Atina’da göçmenlerin çok yaşadığı bölgelerde partiye verilen oylar %20’ye kadar çıktı (wikipedia.org, 2021). Altın Şafak üyelerinin adları anti-faşist insanlara yönelik cinayetlerle anıldı. Yunanistan’da, İkinci Dünya Savaşı’ndan beri ilk kez parlamentoda grubu bulunan bir siyasi parti, suç örgütü oluşturmaktan yargılandı<sup>5</sup>.

### *Amerika Square*

Yönetmen: Yannis Sakaridis

Yapım Yılı: 2016

Ülke: Yunanistan

*Amerika Square*, Türkiye’den Yunanistan’a göçmen akışının en yoğun olduğu dönemde çekilmiştir. Filmde bu hikâye anlatılırken kaçak göçmen taşıyan botlar, sahillerde karaya vurmuş göçmen cesetleri, ülkede kurulan kamplar ya da savaşın sürdüğü Suriye’de bombalanan kentler gösterilmez. Onun yerine, Atina’nın *Amerika Square* adlı bir meydanında Yunanlılar, Suriyeliler ve Afrikalılar arasında geçen bir hikâye anlatılmaktadır. Meydanlar, tüm kapitalist kentler gibi Atina’da da zenginliğin ifade alanlarıdır. Buna tezat olarak yoksulluğun gözden uzak tutulmasının da istendiği yerlerdir. “Bu çelişkili mekânlar kentsel alanların sosyal yaşamın kaynağı olmasına rağmen birçok siyasi-ekonomik eşitsizlik ve adaletsizliğin barındığı yer olarak da karşımıza çıkmaktadır” (Tunalı ve Demirarslan, 2021). Atina’daki bu meydanda da herkese gezmek, dinlenmek için yer vardır. Ancak son zamanlarda doğudan gelen göçmen grupları meydandaki bankları ve çimleri doldurmuştur. Kalabalık grup, kentin bu kamusal alanında sessizce Avrupa’nın içlerine dağılmak üzere beklemekte ve uyumaktadır.

Meydana bakan evlerden birinde yaşayan Nakos 38 yaşındadır, işsizdir ve hâlâ ailesiyle birlikte yaşamaktadır. İşsizliği sonucu babasından harçlık almaktadır ve bu durum aile içinde gittikçe artan gerilimlere neden olmaktadır. “Alt ve orta sınıf aile her zaman ekonomik endişelerin baskısı altındadır. Ekonomik büyüme eğilimi aile içinde yeniden üretilir. Alt-orta sınıf bireyinin emperyalist ideoloji tarafından bu kadar erişilebilir olmasının nedeni budur” (Reich, 1970). Aile olgusu *Daha* filminden sonra bir kez daha karşımıza çatışmaların merkezi olarak çıkmaktadır. “Kutsal aile kapitalizmin felaketlerine dair maddi kanıtları ödünç alarak, ailenin kültürel bileşiminin yapısökümünü yapar ve ailenin bu engellenemez sonun toplumsal çekirdeği olduğunu gösterir” (Dabaşı, 2013: 249). Ailenin sorunlu bireyi Nakos, aslında iş aramak gibi bir çaba içinde de değildir, vaktinin çoğunu dövme sanatçısı arkadaşı Billy ile geçirir. Sohbet konuları da Atina sokaklarını ve parklarını dolduran göçmenlerden

duydıkları rahatsızlıktır. Göçmenlerin kamplara gönderilmeden önce bekledikleri *Amerika Square*, Nakos'un evi, dövme dükkânı, alışveriş merkezleri ve Atinalıların vakit geçirdikleri parklarla çevrilidir. Nakos ailesiyle yaşadığı binadaki Arnavutlar, Polonyalılar ve Ruslardan da pek memnun değildir ancak son zamanlarda gelen Pakistanlılar, Afganlar, Afrikalılar ve Suriyelilere özellikle öfkeli. Aylak dolaşmaları sırasında banklarda uzanarak bekleşen göçmenleri gördükçe Nakos arkadaşı Billy'e "Bize ne olduğuna bak" demekte ve Yunanistan'ın bir zamanlar olduğu kadar Yunan olmadığından yakınmaktadır. İşsizliği dert etmediği halde zaman zaman kurduğu hayallerde göçmenlere kahve satarak onlardan para kazanma planları vardır. Ancak Nakos doğuluların kahveden anlamadığını, yalnızca çay içtiklerini söyleyerek onları kendi kültürel öğrenmeleri ile aşağılar. Göçmenlere kahve satılamazsa yapılacak başka iş de yoktur. Böylece çalışma hayali de başlamadan biter. Oysaki orta halli geliri olan evlerinde iş ve para konusundaki tartışmalar hiç eksik olmaz. Baba artık oğluna bakmak istememektedir ve psikolojik şiddet ev içinde artarak sürmektedir. Nakos, içinde bulunduğu durumdan göçmenlere duyduğu öfkeyi sorumlu tutar: "Beyazlar Amerika'ya geldiklerinde ne yaptılar" (Amerikan Yerlilerine hastalıklı battaniyeler verdiler) ve "Japonlar II. Dünya Savaşı'nda Çinlilere ne yaptı" (uçaklardan zehirli pirinç attılar). Nakos'un dünyanın içinde bulunduğu durum hakkındaki yorumu ve bunun karşısındaki çözüm önerileri bu örneklerdir. Babadan oğula yansıtılan öfke, oğul tarafından da güç hiyerarşisinde en aşağıda bulunan göçmene aktarılır.

Göçmenlerin doldurduğu meydanda Suriyeli orta sınıf bir göçmen olan Tarek kendisini ve kızını Maya'yı Berlin'e güvenli bir şekilde götürmek için uğraşmaktadır. İnsan kaçakçısı Hasan ile sahte İtalyan pasaportları konusunda anlaşır. Uçakta kendilerine eşlik edecek iki de Avrupalı olacaktır. Ancak işler umdukları gibi gitmez ve polis pasaport kontrolünde Tarek'i alıkoyar. Maya hiç tanımadığı iki insan ile Avrupa'ya yol alır. Maya'nın babasından ayrı olarak Avrupa'nın içlerine yol alması göçün yönünün işaretlerini verir izleyiciye. Çocuk Maya temsilindeki Doğu, Avrupa'nın geleceğidir. Bu yolculukta geleneksel doğuyu temsil eden bir babaya da ihtiyaç yoktur. Politik olarak desteklenen göçmenliğin, ucuz iş gücü olarak kullanılmasının yanı sıra yaşlanan Avrupa'nın genç ve dinamik bir yapılanmaya olan ihtiyacını gidermeye yönelik kullanıldığını da varsayabiliriz. DW'nin 10.08.2021 tarihli haberine göre "Federal İstatistik Kurumu'nun açıkladığı veriler, Almanya'da Z kuşağını oluşturan genç nüfusun payının son yıllarda giderek daha fazla azalma eğiliminde olduğunu gösterdi. Ülkedeki 2020 verilerinin, gençlerin oranının nüfus istatistiklerinin tutulmaya başlandığı 1950 yılından bu yana en düşük seviyesinde olduğuna dikkat çekildi" (dw.com/tr, 2021). Maya, Almanya'nın ihtiyacı olan genç kuşaktır. Avrupa'nın çizdiği gelecek planına göre ihtiyaç dışı olan babadan ayrılmak zorundadır. Baba Tarek, yasa dışı göçmen olmanın getirdiği çaresizlik ile duruma itiraz edemez.

Bu sırada Nakos'un en yakın arkadaşı olan Billy vatansız bir Afrikalı şarkıcı Tereza'ya âşık olur. Nakos, göçmenlere karşı beslediği öfkelerini arkadaşına bulaştıramamıştır. Bir saplantı haline getirdiği Yunanistan'ı yabancılardan kurtarma hayali onu korkunç bir eyleme sürükler. Belki de son parasıyla bol miktarda un ve zehir satın alır. Evde yalnız olduğunda zehirli ekmekler hazırlar ve onları açlıkla mücadele ettiklerini düşündüğü göçmenlerin bulunduğu meydandaki çöp kutularına asmaya başlar. Nakos'un algısında göçmenler çöpten beslenen böceklerden farksızdır. Bir köşede, onların hazırladığı tuzağa düşmesini beklemektedir. Göçmenlerden biri ekmeğin poşetini alır ve meydana yönelir. Nakos soğukkanlılıkla onu uzaktan izlemektedir. Göçmen, yediği ilk zehirli ekmeğin lokmasından sonra kıvrılmaya başlar. Bankadaki diğer göçmen bağırarak yardım ister ama etrafta onları duyabilecek Nakos'dan başka kimse yoktur. Nakos göçmenleri kendi hallerine bırakarak soğukkanlılıkla meydandan ayrılır. Eve döndüğünde yorgundur ve uykuya dalar. Bu arada eve erken gelen annesinin mutfakta kalan zehirli ekmeği yediğini göremez. Zehirlenen annesinin sesine uyanır ve yardım bulmaya çalışır. Apartman bodrumunda sahte pasaport peşinde olan Suriyeli göçmen sesleri duyar ve Nakos'un annesini ölümden kurtarır. Tüm aile ve Billy zehirli ekmekleri kimin yaptığını bildikleri halde olay polise haber verilmeden kapatılır. Nakos'un öfke dolu eylemi hayatında anlamı olan şeylere zarar vermeye başlamıştır. Nakos yine başarısızdır. Göçmenlerse hâlâ *Amerika Square*'de beklemeye devam etmektedirler. Göçmenler meydanda yalnızca amaçsızca oturmamaktadırlar. Onların kuzeye doğru gidip yeni bir hayat kurma hedefleri ve bu doğrultuda eylemleri olmasına rağmen Nakos hedefsiz ve gelecekte ümitsizdir.

*Amerika Square*, sadece göçmenlik dramının acısını değil, aynı zamanda dolandırıcıların ve amaçsızların ortasında Yunanistan'ın içinde bulunduğu çaresizliği de sergiler. Filmde, göçmenlerden kurtulmak için onları zehirlemekten başka çözüm üretemeyen öfkeli, kendi yolunu çizememiş bir ırkçının temsilinde Avrupa'nın şaşkınlığı ve tedirginliği yansıtılmaktadır.

'Göç' ve 'İrkçılık' görünüşte birbirinden bağımsız iki kavram olarak kabul edilse de, 'göç' ekonomik ve demografik dünyaya ait gerçekler olarak 'ırkçılık' ise sosyal davranış ve ideolojiler bağlamındaki anlamları ile birbirlerine itici güç olabilmektedir. Mevcut göç hareketleri muhafazakâr söylemlerin sıklıkla iddia ettiği gibi ırkçılığı üretmez, çağdaş ırkçılığa bir odak noktası verir (Balibar, 1991).

Nakos, kendi gerçekliği olan işsizliği ve ekonomik çıkmazı politik söylemin ürettiği ırkçılık üzerinden göç ile ilişkilendirmekte ve öfkesinin nesnesi olarak yok edilmesi gereken göçmeni hedefine almaktadır.

Yunan sinemasını 2000’li yıllardan itibaren Dünya sinemaları arasında ayrıcalıklı bir yere taşıyan Genç Yunan Sineması, Yunan Garip Dalgası ya da Yunan Yeni Dalgası olarak adlandırılan yeni sinema anlayışı Yunanistan’ın içinde bulunduğu ciddi mali ve sosyal krizlerden beslenir. Bu filmlerin ortak noktaları; klasik anlatıda olmayan ve bariz bir kırılma noktası oluşturan yeni bir bakış ve yeni bir ahlaklıdır. Yunan Garip Dalgası ile birlikte tema olarak tarihsel bakış açısından uzaklaşmış, Yunan sanatında her zaman hâkim olan antik drama öğelerinin yerini karşı karşıya olunan mevcut gerçeklik öğeleri almıştır. Yunanlılık sorunları artık kahramanlık ve tanrısallık değil, ironi, gizemleri açığa serme, soğuk eleştiriler, aile ve tekrarlayan endişeler olarak kimlik kaygılarıdır (Chalkou, 2012). *Amerika Square*, anlatım tarzı ve seçtiği konu ile Genç Yunan Sinemasının bir örneğidir. Nakos karakteri, ait olduğu kültürün antik kodlarının dışarıdan gelenlerce bozulduğu yanılığındadır. Bozulan, mevcut gerçeklik algısıdır. Nakos’un temsilindeki genç Yunanın kişisel endişeleri, kimlik bunalımları aile temsilinde şekillenen siyasal yapılanmada kabul görmemektedir. O artık, yeni kurulan dünya düzeninde mitolojik kahraman Zeus<sup>†</sup> değil, öfkeli, saldırgan, işsiz, ekonomik çıkmazdaki bir Yunandır. Geleneksel siyasetin bir tezahürü olan aile yapılanması da, dönüşen kapitalist sistem kuralları içinde bir başka yükü kaldıramaz durumdadır. Nakos, siyaset ve aile kıskacında yönünü bulmaya çalışan bir garip öznedir. Yunan Garip Dalgası da onun bu arayışını hayranlıkla değil, her denemedeki başarısızlıklarını ironik bir bakış açısı ile izler.

## SONUÇ

Politik bir malzeme olarak her dönemde kullanıma uygun olan göç ve göçmenlik kavramları 2000’li yıllardan itibaren toplumların her kesimince tartışılmaya ve yeniden tanımlanmaya açık hale gelmiştir. Arap Baharı olarak adlandırılan dönemle birlikte Doğu’dan Batı’ya sayıları milyonlarla ifade edilen kitlesel göçler başlamış, göç güzergâhında yer alan ya da göçün nihai hedefi olan ülkeler için durum kaotik bir hâl almıştır. Doğu’dan Batı’ya akan insan seli, Mishra’nın tanımladığı Öfke Çağı’nın yönünü de işaret eder. Mishra, Batı dünyasında endüstriyel kapitalizmin gelişine doğal olarak düzensizlik ve şiddetin eşlik ettiğini belirtir. Siyasi ve ekonomik seçkinler ile bunlara sahip olamayan daha geniş kitleler arasında büyük bir bölünme vardır (2017: 249). Kaynakların adaletsiz dağılımı ve

<sup>†</sup> Pek çok iyi sifata ve özelliğe sahip olan Zeus, Yunan mitlerinde en büyük Tanrılardan biri olarak kabul edilir. Mekânı gök ve yüksek yerlerdir. İyi özellikleri onu erdemli bir Tanrı olarak gökyüzünde yaşatır. Bununla beraber Zeus’un pek çok insani zayıflığı olduğu yaşam biçiminden anlaşılacaktır. Zeus, güçlü ve cesur bir Tanrı olmakla birlikte sabırsız ve acelecidir. Bu durum ise sahip olduklarını kimi zaman basit bir şekilde kaybetmesine neden olur (Dursun, 2018).

sömürü sistemlerinin endüstrinin nimetlerinden belirli toplumları bilinçli olarak mahrum bırakması kitlesel göçlerin neden Doğu'dan Batı'ya doğru yönlendiğinin de cevabıdır. Öfke, hem bu mahrumiyeti yaşayan toplumlar için kaynakları elinde tutan toplumlara karşı, hem de kısıtlı kaynakları paylaşmak istemeyen toplumlar için öteki olarak algılanan göçmene karşı beslenir ve sözel ya da fiziki şiddete dönüştürülür. Öteki'ne karşı beslenen öfke, siyasal bir söylem olarak ideolojiye de dönüştürülebilir. "İdeoloji, bizim kendiliğinden inancımıza bir tür artı değer ekler, bu sayede inanç otoritenin isteklerini karşılar" (Ricoeur, 2020: 103). Öfke Çağı'nda pek çok sorunun kaynağını göçe bağlamak mümkündür, o halde ekonomik çıkmazdaki siyasetin bir bastırma enstrümanı olarak kullandığı ideolojik dil de öfkenin dilidir. Öfke gibi duygular, bir devletin dünya görüşünü, normlarını, eylemlerini ve davranışlarını belirleyen uyarıcılardır. *Baran*, *Daha* ve *Amerika Square* filmlerinin 2000'li yıllardan sonra üç farklı coğrafyada gerçekleştirilmiş olması ve göçmene yönelik öfke ve şiddeti işliyor olmaları göçmenlik üzerinden yürütülen söylemin zorlayıcı ve baskıcı bir ideolojiye dönüşmüş olmasındandır. Bu söylem dünyanın hemen her yerinde kamusal alanlarda kendine ifade imkânı bulabilmektedir. Göçmene karşı öfke besleyen özne olarak her üç filmin kahramanları olan Latif, Gaza ve Nakos da içinde buldukları kültürel ortam ve siyasal söylemin birey üzerinden ifade bulmuş halidir.

Öfke, toplumsal hiyerarşide kendinden daha zayıf bir nesneye yansıtıldığında rahatlık hissine dönüşebilir. Bu zayıf nesne hemen tüm toplumlar için göçmendir. İncelenen filmler içinde özellikle *Amerika Square*'de Yunanistan'da siyasal aşırı sağın göçmen akışları ile birlikte güçlenmesi ve bu grubu temsilen Altın Şafak partisine kullanılan dilin bireyler üzerindeki kontrolsüz etkisi görülebilmektedir. Nakos karakteri, otoriteye karşı özlem duyan ama otorite temsilindeki babaya karşı da isyan etmek isteyen aciz birey zihniyetindedir. Bu isyanı eyleme geçiremediğinde ise ülkede zaten var olan ekonomik krizin öfkesinin sorumlusu olarak gördüğü Doğu'dan gelen farklı dine ait göçmen, hem siyasetçi hem de onun için elverişli bir hedeftir. *Baran* ve *Daha*'da ortak bir dine inanan göçmen de bu öfke ve şiddetten kurtulamaz. *Baran*'da ekonomik tehdit, yok sayma, sömürü ile ifade edilen ve bir tokat ile eyleme dönüşen bireysel öfke, *Daha*'da hapsedme, tecavüz, açlıkla tehdit, aşağılama, gözetleme, ölüme sebebiyet verme gibi yöntemlerle ifade bulmaktadır. *Amerika Square*'de ise öfke artık bilinçli öldürme eylemi ile somutlaşmaktadır. Öldürme eyleminin başarısızlığı ya da sonuca ermemesi, göçmene karşı duyulan öfkenin şiddetinin niceliği ile orantılı değildir. Sonuç yalnızca, acz içindeki öfkeli öznenin eyleminin başarısızlığıdır.

Şiirsel bir dil olarak her zaman farkını ortaya koyan İran sinemasının bir örneği olan *Baran*, kullandığı göçmenlik malzemesini gündemin çağdaş şiiri olarak politik bir bakışa yönlendirebilmektedir. Abbas Kiyarüstemi'nin sözleri ile "Politik gerçeklere, bariz bir şekilde politik



olmayan, politik olduğunu iddia etmeyen filmlerde rastlanabilir. İnsan sorunlarıyla ilgilenen şiirsel filmler politik olabilir. Yalnızca parmakla gösterip itham etmezler” (Cronin, 2017: 50). İran’da siyasi erkin dinsel bir hamilik söylemi ile kucak açtığı Afganlar, değişen politik ve ekonomik dengeler sonucu istenmeyen ve hatta kovulan kesim haline gelmiştir. Devlet artık Afgan’a ve onları himaye edenlere karşı öfkeli ve cezalandırıcıdır. İran vatandaşı Latif, Mishra’nın işaret ettiği seçkindir. Ona bu güç devlet eliyle verilir. O halde öteki’ni cezalandırma eylemi alınan bu güçle birey tarafından yerine getirilebilir. Güncel siyasetin sıradan bireyler üzerinden kullandığı ortak bir dil olarak göçmene yöneltilen öfke ve şiddetin boyutu *Daha ve Amerika Square* filmlerinden farklı olarak *Baran*’da karşı cinse duyulan âşk’ın gücünün karşısında erir gider. *Baran*’ın temasının politik gerçekler mi yoksa âşk’a methiye mi olduğu Kıyarüstemi’nin yukarıda alıntıladığımız sözlerinde açıklığa kavuşur. *Baran*’ın *Daha ve Amerika Square* filmlerinden bir diğer farkı; öfke dolu özne Latif’in, göçmen *Baran*’ı anlamaya çalışması ve âşkla dönüştürdüğü ruhsal yolculuğunun sonunda kendisini nesneleştirmeyi başarmasıdır. *Daha*’daki özne Gaza, göçmenle ortak yaşadığı hapsolme duygusu ile kimi zaman onları anlamaya ve sevmeye çalışsa da, öznenin üzerindeki iktidarın baskısı arttıkça nesnelere uzaklaştığı gözlemlenir. *Daha*’da yolculuğuna Türkiye üzerinden devam eden göçmen, artık âşk’ın ya da politikanın genel kabulünün ötesinde, bu değerleri alt üst eden sorunlu bireylerin, Gaza’nın ve babasının insafındadır. Bireylerin sorunlu psikolojik durumu da tepeden yansıyan otokratik iktidarın yerleşik kuralları alt üst edişi karşısında duyduğu öfkenin yansımasıdır. Devlet- Baba- Oğul sıralamasında gücün aktarımı kontrolsüzdür ve baskı içerir. Gaza’nın göçmene uyguladığı şiddet tıpkı *Amerika Square*’de Nakos’un yaptığı gibi siyaset yoluyla oluşturulmuş öfkenin toplumda yaratılan nesnelere yansıtılmasıdır. “Yansıtmaya işlevi Freud tarafından bir savunma olarak tanımlanır: Kendi içimizde tehlikeli ve tehdit edici bir şey hissettiğimizde, kendi istikrarımızı korumak için onu dışarı atar ve nesnelleştiririz” (Chow, 1995). Siyasi bir söylem olarak oluşturulmuş ve yaygınlaştırılmış öfkenin kaynağı olarak görebileceğimiz iktidar ise Yıldız’ın aktarımı ile şöyle ifade bulur: “İktidar hem özneye dışsaldır hem de tam anlamıyla öznenin mekânıdır” (2021: 45). Öznenin mekânı olarak iktidar, her üç filmde de kendi ekonomik ve siyasal çıkmazını kendi yarattığı kurallarla aşmaya çalışır, yasa dışı olarak tanımladığı alanlardan beslenir. *Baran*, *Daha* ve *Amerika Square*’de öznenin aciziyeti, iktidarın milliyetçilik, vatandaşlık gibi kırılğan kavramlarla oluşturduğu alan içinde kendi var oluş amacının değersizliğini anlaması ile ortaya çıkar. Değersizlik, daha alttakine duyulan öfke ile aşılmaya çalışılır. Gazeteci İrfan Aktan’ın Abraham X adlı Suriyeli mülteci ile olan röportajında bu kavramlar öfke nesnesi göçmenin dilinden aktarılır:

Milliyetçilik mesela. Bu ideolojinin ne kadar değersiz olduğunu anladım. Vatanın toprak parçası değil, sevdiklerinin bulunduğu yer olduğunu gördüm [...] İnsanların kendilerine değer

katmak için ayrımcılık yaptığını artık biliyoruz. Ayrımcılık yaptığımızı kabul etmesek de kendimizi iyi hissetmek, ezikliğimizi gidermek için bunu yapıyoruz. Başkalarını ezerek kendini iyi hissedince, ezdiklerinin sesini duymuyorlar bile. Mültecilik yeni bir şey değil. İnsanlar ezelden beri bir yerden başka bir yere göç etmiş. Fakat dünyada sınırlar çizildiği için bu göç kriminalize edilmiş (gazeteduvar.com, 2021).

Göç'ün bir suç unsuru olarak kabulü için oluşturulan yasa dışı göç ya da düzensiz göç gibi kavramlar, bu göçlerle ekonomik varlığını güçlendirerek sürdürmeye çalışan kapitalist sistemler için bir dayanak noktasıdır. "Mevcut siyasetin zamanımızın hızlanan değişimi ve artan belirsizliği karşısında kullandığı bir argüman olarak uluslararası göç toplumlar için giderek daha fazla silah haline geliyor. Siyaset bunu yaparken de demokrasiyi ve kapsayıcı yurttaş katılımını baltalıyor." (McAuliffe & Khadria, 2019). Özne konumundaki Latif, Gaza ve Nakos nesneleştirdikleri göçmenleri izlerken, siyasetin kendilerini dışsallaştırıcı kararlarını izlemektedirler aynı zamanda. Göç mekanizmaları onların onayı ve katılımı olmadan işlemekte, onlardan bu belirsizlik ortamında kendi pozisyonlarını yeniden kurmaları beklenmektedir. Göçmen temsilindeki öteki ile ilişki aslında bilinçsiz bir şekilde devlet ile çatışmadır. Devletler tarafından yaratılan kaynak eşitsizliği, yoksulluk, körüklenen dinsel ayrımlar, iklim krizleri gibi nedenlerle oluşturulan savaşlar sürdükçe insanlar göç etmeye devam edecek. Ancak, yaratılan bu belirsizlik ortamındaki göçün çıkış noktaları ve algılanması, ırk ayrımcılığının doğası, sosyal gerilimlerin seviyesi, siyasi söylemlerin içeriği ve özellikle örgütlü ırkçı ve ırkçılık karşıtı hareketler - bunların hiçbirisi hiçbir şekilde her ülkede aynı değildir. İncelenen filmlerdeki özneler de ait oldukları kültürel ve siyasal yapılardaki farklılıklara göre öfkeyi göçmen üzerinden yansıtırılar. "Yapısal farklılıklar siyasal söylemle her zaman yeniden harekete geçirilebilir ve yeniden biçimlendirilebilir (...) Güvensizliğe dayanan bir güvenlik aygıtı olarak adlandırılabilir şeyi çelişkili bir şekilde geliştiren devlettir" (Balibar, 1991).

#### EXTENDED ABSTRACT

The aim of this study is to examine the anger against immigrants through the films of Iranian cinema *Baran* (Majid Majidi, 2001), Turkish cinema *The More* (Onur Saylak, 2017) and Greek cinema *America Square* (Yannis Sakaridis, 2016) and to examine the political discourse on immigrants through individuals and to explore how it is reflected. While using the term Age of Anger, Pankaj Mishra emphasized in his book *Age of Anger – a History of the Present*; the assumption that the disorder and violence created by capitalism is the source of anger was accepted, and the fact of this economic disorder was sought in the sub-texts of the selected films. According to Mishra, there is a great divide between the political and economic elites and the wider masses that do not have them. This division has led

societies to cultural supremacism, populism and vindictive brutality. Being deprived of the promised advantages of modernity is also a cause of anger. The films that are examined in this study also use the objectified immigrant through the eyes of the subject of a society in transformation and display the connection of migration with the global disorder dimension as a subtext. Because migration often happens simultaneously with economic restructuring and far-reaching social change. This instability created by capitalism turns the anger towards the other. The other is now an immigrant. It is possible to attribute the source of many problems to immigration in the Age of Anger, and then the ideological language used as a suppression instrument by politics in an economic deadlock is also the language of anger. The fact that the films *Baran*, *The More*, and *America Square* were made in three different geographies after the 2000s and they deal with anger and violence against immigrants is because the discourse on immigration has turned into a coercive and oppressive ideology. In *America Square*, it can be seen that the political extreme right in Greece has strengthened with the immigrant flows and the uncontrolled effect of the language used by the Golden Dawn party to represent this group on individuals. The character of Nakos is in the mentality of a helpless individual who yearns for authority but also wants to rebel against his father, who is the representative of authority. When he fails to put this revolt into action, the immigrant from the East, who he sees as responsible for the anger of the already existing economic crisis in the country, is a convenient target for both the politician and him. Immigrants who believe in a common religion in *Baran* and *The More* cannot escape this anger and violence. Individual anger expressed by economic threat, ignorance, exploitation and turned into action with a slap in *Baran* finds expression through methods such as imprisonment, rape, threat of hunger, humiliation, surveillance, and death in *The More*. In *America Square*, however, anger is now embodied by the act of deliberate killing. Although Gaza, the subject in *The More*, sometimes tries to understand and love them with the sense of being trapped in common with the immigrant, it is observed that he moves away from the objects as the pressure of the power on the subject increases. The problematic psychological state of individuals is also a reflection of the anger he feels at the way the autocratic power, which is reflected from above, overturns the established rules. As the subject's space, power tries to overcome its own economic and political stalemate with the rules it creates in all three films, and is fed by the areas it defines as illegal. In these films, the weakness of the subject emerges when the government realizes the worthlessness of its own purpose of existence within the area created by fragile concepts such as nationalism and citizenship. Unworthiness is tried to be overcome with anger towards the lower one. While watching the immigrants they objectify, Latif, Gaza and Nakos, who are the subjects, are also watching the decisions of politics that externalize them. Migration mechanisms operate without their approval and participation, and they are expected to re-establish their positions in this environment of

uncertainty. The origins and perceptions of migration in this environment of uncertainty, the nature of racial discrimination, the level of social tensions, the content of political discourse and especially organized racist and anti-racist movements - none of these are the same in every country. Subjects in the films examined also reflect anger through immigrants according to the differences in the cultural and political structures they belong to.

## KAYNAKÇA

---

Altındal, Y. (2019). Damgalanmanın Mültecilik Yüzü: Daha (The More) Filminin Sosyolojik Okuması. *İmgelem Dergisi*, 3(5), 161-192.

Babaoğlu, Ö. Ş. (2005). Türkiye-AB İlişkilerinde Kritik Bir Aşama: Tam Üyelik Müzakereleri ve Türkiye'nin AB'ye Tam Üyeliği. *Güvenlik Stratejileri Dergisi*, 1(01), 70-81.

Balibar, E. (1991). Es gibt keinen Staat in Europa: Racism and politics in Europe today. *New Left Review*, 186(1), 5-19.

Chalkou, M. (2012). A New Cinema of 'Emancipation': Tendencies of Independence in Greek Cinema of the 2000s. *Interactions: Studies in Communication & Culture*, 3(2), 243-261.

Christensen, J. B. (2016). Guests or Trash: Iran's Precarious Policies Towards the Afghan Refugees in the Wake of Sanctions and Regional Wars. *DIIS Report*, No. 2016: 11.

Chow, R. (1995). The Fascist Longings in Our Midst. *ARIEL: A Review of International English Literature*, 26(1).

Cieutat, M. ve Rouyer, P. (2014). *Haneke Haneke'yi Anlatıyor*. (Çev. S. İdemen ). İstanbul: Everest Yayınları.

Cronin, P. ( 2017). *Abbas Kiyarüstemi ile Sinema Dersleri* (Çev. P. Arda). İstanbul: Redingot Kitap.

Çiftçi, S. (2017). Balkanlar'da Ekonomik Krizin Gölgesinde Yükselen Radikal Sağ Partiler: Altın Şafak Ve Ataka. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4 (2) , 97-120. DOI: 10.30803/adusobed.337230.

Dabaşı, H. (2013). *İran Sineması*. (Çev. B. Aladağ ve B. Kovulmaz). İstanbul: Agora Kitaplığı.

Dursun, A. (2018). Mit, Destan ve Halk Hikâyelerinde Birinci Dereceden Kahramanların Statüleri Üzerine Bir İnceleme. *Söylem Filoloji Dergisi*, 3(1), 19-38.

Elçi, İ. H. (2021). Türkiye'nin Düzensiz Göç Sorununda İran'ın Rolü. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 129-137.

Günday, H. (2013). *Daha*. İstanbul: Doğan Kitap.

Lloyd, F. A. T. (2019). Türkiye Göç ve Mülteci Politikasının Dış Politika Ekseninde Değerlendirilmesi: 2000-2017. *Alternatif Politika Dergisi*, 11(3), 502-526.

Majidi, M. (Yönetmen). (2001). *Baran* (Sinema Filmi). İran: Fouad Nahas.

McAuliffe, M., & Khadria, B. (2019). Report Overview: Providing Perspective on Migration and Mobility in Increasingly Uncertain Times. *World Migration Report 2020*, 1-14.

Mishra, P. (2017). *Age of Anger: A History of the Present*. USA: Macmillan.

Omidvar, N., Ghazi-Tabatabaie, M., Sadeghi, R., Mohammadi, F., & Abbasi-Shavazi, M. J. (2013). Food Insecurity and its Sociodemographic Correlates Among Afghan Immigrants in Iran. *Journal of health, population, and nutrition*, 31(3), 356.

Özcan, R. (2017). Hakan Günday'ın "Daha" Adlı Romanı Üzerine "Zihniyet" Bağlamında Bir Okuma. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 39-56.

Papadimitriou, L. (2014). Locating Contemporary Greek Film Cultures: Past, Present, Future and the Crisis. *Filmicon: Journal of Greek film studies*, 2(4), 24.

Pittman, M. (2011). Majid Majidi and Baran: Iranian Cinematic Poetics and the Spiritual Poverty of Rumi. *Journal of Religion & Film*, 15(2), 4.

Ricoeur, P. (2020). *Hafıza. Tarih, Unutuş*. (Çev. M.E. Özcan) İstanbul: Metis Yayınları.

Sakaridis, Y. (Yönetmen). (2016). *Amerika Square* (Sinema Filmi). Yunanistan: Arktos, Athens Filmmakers'Coop, Hellenic Radio-Television (ERT).

Shayegan, D. (1997). *Yaralı Bilinç- Geleneksel Toplumlarda Kültürel Şizofreni*. (Çev. H. Bayrı) İstanbul: Metis Yayınları.

Saylak, O. (Yönetmen). (2017). *Daha* (Sinema Filmi). Türkiye: Ay Yapım, b.i.t arts.

Somuncu, B. (2006). *Türkiye'nin Avrupa Birliğine Tam Üyelik Sürecinde Uluslararası Göç Politikası*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

Tarcan, B. H. , Akgüller, H. & Işık, K. (2018). Ahmet Davutoğlu Dönemi Türk Dış Politikası. *Econder International Academic Journal*, 2 (2) , 250-271 . DOI: 10.35342/econder.451590.

Topcuoğlu, R. A. (2016). Göç Yazınındaki Düzenli ve Düzensiz Göç Kavramları: İnsan Hakları Temelinde Bir Kavramsal Sorgulama. *İnsan Hakları Yıllığı*, 34, 1-20.

Tunali, S. K., & Demirarslan, D. (2021). The Importance of Haydarpaşa Railway Station on the Axis of Place, Belonging and Migration: An Evaluation on Turkish Movies. *Online Journal of Art and Design*, 9(2).

Uluslararası Göç Örgütü (IOM). (2013). Göç Terimleri Sözlüğü, 2. Baskı.

Üstübcü, A. (2017). Türkiye’de Göç Politikaların Dönüşümü: Yasadışılığın Uluslararası Üretiminden Makbul Yabancıya??. *Toplum ve Bilim Dergisi*, 140, 106-122

Yıldız, P. (2021). *Kayıp Hafızanın İzinde- Sinemada Geçmişle Yüzleşme Yas ve İnkâr*. İstanbul: Metis Yayınları.

Yüksel, E. (2019). Daha ve Misafir Filmlerinde Mültecilere Yönelik Dışlama Pratikleri ve Yok-Yerler. *Ankara Üniversitesi İlel Dergisi*, 6(2), 227-250.

Zargar, C. A. (2016). Allegory and Ambiguity in the Films of Majid Majidi: a theodicy of meaning. *Journal of Religion & Film*, 20(1), 3.

## İnternet Kaynakları

Reich, W. (1970). *The Mass Psychology of Fascism*. <http://hellish2050.com/books/MassPsychologyOfFascism>, Erişim Tarihi: 08.03.2021.

Van Wyk, J. A. (2017). *The Age of Anger: Angry States and Emotions in Contemporary International Relations*. <https://uir.unisa.ac.za/handle/10500/23079>, Erişim Tarihi: 22.02.2021.

Weiss, B. (2017). *Age of Anger: A History of the Present, by Pankaj Mishra*. <https://repositories.lib.utexas.edu/bitstream/handle>, Erişim Tarihi: 15.02.2021.

<https://sozluk.gov.tr>, Erişim Tarihi: 02.02.2021.

[https://en.wikipedia.org/wiki/Pankaj\\_Mishra](https://en.wikipedia.org/wiki/Pankaj_Mishra), Erişim Tarihi: 09.04.2021.

[https://publications.iom.int/system/files/pdf/wmr\\_2020.pdf](https://publications.iom.int/system/files/pdf/wmr_2020.pdf), Erişim Tarihi: 15.04.2021.

<https://www.unhcr.org/what-is-a-refugee.html>, Erişim Tarihi: 10.04.2021.

<https://www.unhcr.org/tr/wp-content/uploads/sites/14/2020/09/SB2019-ENG-04092020.pdf>, Erişim Tarihi: 17.04.2021.

<https://www.unhcr.org/tr/24189-dunyadaki-insanlarin-li-yerinden-edilmis-durumda-unhcr-kuresel-egilimler-raporu>, Erişim Tarihi: 04.04.2021.

[https://www.goc.gov.tr/kurumlar/goc.gov.tr/YillikGocRaporlari/2016\\_yiik\\_goc\\_raporu\\_haziran.pdf](https://www.goc.gov.tr/kurumlar/goc.gov.tr/YillikGocRaporlari/2016_yiik_goc_raporu_haziran.pdf), Erişim Tarihi: 11.05.2021.

<https://dw.com/tr/göçmen-kaçakçılığı-sektör-oldu-yüzde-yüz-garantili-risk-yok/a-52015073>, Erişim Tarihi: 15.05.2021.

<https://www.unhcr.org/refugee-statistics>, Erişim Tarihi: 23.05.2021.

<https://www.dw.com/tr/yedi-yılda-bir-ülkenin-çöküşü-suriye/a-42979799>, Erişim Tarihi: 11.05.2021.

<https://t24.com.tr/haber/taliban-dan-kacan-afganistan-vatandaslari-turkiye-ye-geliyor-her-gun-1000-kisi-giris-yapiyor,964942>, Erişim Tarihi: 15.07.2021.

<https://www.goc.gov.tr/duzensiz-goc-istatistikler>, Erişim Tarihi: 16.08.2021.

<https://www.birgun.net/haber/1-milyon-gocmen-kayitdisi-calisiyor-353640>, Erişim Tarihi: 07.08.2021.

<https://www.amerikaninsesi.com/a/bm-desa-raporu-turkiyedeki-gocmen-sayisi/5088989.html>, Erişim Tarihi: 01.06.2021.

<https://www.amerikaninsesi.com/a/turkiye-2018-de-baskanlik-sistemi-ne-gecti/4720316.html>, Erişim Tarihi: 17.07.2021.

<https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-57589636>, Erişim Tarihi: 30.06.2021.

<https://tr.euronews.com/2021.07.26/prof-dr-yasin-aktay-k-l-cdaroglu-iktidar-degisse-de-suriyelileri-geri-gonderemez>, Erişim Tarihi: 30.07.2021.

<https://www.evrensel.net/haber/343092/daha-gazanın-ahadlasma-oykusu>, Erişim Tarihi: 01.04.2021.

<https://www.dw.com/en/golden-dawn-seeks-to-exploit-greek-refugee-crisis/a-19059975>, Erişim Tarihi: 12.06.2021.

[https://rosalux.gr/sites/default/files/publications/mythoi\\_en\\_24.5\\_web\\_3.pdf](https://rosalux.gr/sites/default/files/publications/mythoi_en_24.5_web_3.pdf), Erişim Tarihi: 09.06.2021.

[https://tr.wikipedia.org/wiki/Altın\\_Şafak\\_\(Yunanistan\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Altın_Şafak_(Yunanistan)), Erişim Tarihi: 11.06.2021.

<https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-54448863>, Erişim Tarihi: 23.05.2021.

<https://www.bbc.com/turkce/58554007>, Erişim Tarihi: 14.09.2021.

<https://www.dw.com/tr/almanyada-genç-nüfus-en-düşük-seviyesinde/a-58816405>, Erişim Tarihi: 11.08.2021.

<https://www.dw.com/tr/akp/t-19049772>, Erişim Tarihi: 08.06.2021.

<https://www.gazeteduvar.com.tr/abraham-x-multeci-karsitligi-herkesin-isine-geliyor-makale-1530236>, Erişim Tarihi: 03.08.2021.



Özer, Beril. (2021). *Toplumsal Hafıza Bağlamında Anlatıcılar ve Müzik*, *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 2021 güz -02-(100-120)

# TOPLUMSAL HAFIZA BAĞLAMINDA ANLATICILAR VE MÜZİK

## NARRATORS AND MUSIC IN THE CONTEXT OF SOCIAL MEMORY

Beril ÖZER<sup>a</sup>

Doi: 10.53281/kritik.1006609

<sup>a</sup>Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Doktora Öğrencisi, bOrcid No: 0000-0001-5638-2181

### MAKALE BİLGİLERİ

#### Makale:

Gönderim Tarihi: 08.10.2021

Ön Değerlendirme: 11.10.2021

Kabul Tarihi: 08.11.2021

#### Anahtar Kelimeler:

Toplumsal hafıza, müzik, anlatı, toplumsal anlatıcılar, sözlü iletişim.

#### Key Words:

Social memory, music, narrative, social narrators, oral communication.

### ÖZET

Çalışmanın temel amacı, toplumsal hafıza bağlamında sözlü anlatıların ve anlatıcıların rolünü ve önemini betimlemek ve devamında sözlü anlatım ile girift olan müziksel ses dilinin toplumsal hafızadaki rolünün anlatılardaki önemini açıklamaktır. Öncelikle toplumsal hafıza kavramı çerçevesinde sözlü anlatılardan, sözlü iletişim ve müziksel anlatılardan bahsedilmiştir. Devamında ise toplumsal anlatıcılar olan şaman, kam, masal ve destan anlatıcıları, âşıkler ve abdallardan kısaca bahsedilmiştir. Bu doğrultuda anlatıcıların, toplumsal hafızanın aktarımında müzik dilini de kullanarak nasıl aktif bir şekilde kültürel aktarıcılar olarak rol aldıkları görülmüştür.

### ABSTRACT

The main purpose of the study is to describe the role and importance of oral narratives and narrators in the context of social memory, and then to explain the importance of the role of musical sound language, which is intricate with verbal expression, in social memory in narratives. First of all verbal narratives, verbal communication and musical narratives are mentioned within the framework of the concept of social memory. After that the social narrators such as shaman, kam, tale and epic narrators, minstrels and abdals are briefly mentioned. In this direction, it has been seen how the narrators actively play a role as cultural transmitters by using the language of music in the transmission of social memory.

© 2021- e-ISSN 2667-6850

\*Derleme Makale (Review Article)

Sorumlu yazar: Beril ÖZER

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5638-2181>

E-mail : ozerozerberil@gmail.com

## GİRİŞ

“Tarihsel gelişme içinde, aynı toprak parçası üzerinde birlikte yaşayan ve ortak bir uygarlığı olan, yaşamlarını sürdürmek ve birçok temel çıkarlarını gerçekleştirmek için işbirliği yapan insanların tümü” (Oxford Languages, 2021) olarak tanımlanabilen toplum kavramı, ‘birey’ kelimesinin zıddıdır. Bir örgütlenme içeren kavram, işlevsel olarak farklılık gösteren temel gruplardan ve kültürel olarak benzeşen gruplardan oluşur. Çok önceleri “hayvan ve bitkilerden ürün sağlanması” ve “insan yeteneklerinin geliştirilmesi” anlamlarını karşılayan kültür kelimesi, zaman içinde “bir arada yaşayan insanların gündelik yaşam içinde ürettiği değerleri, gelenek ve göreneklere ile davranışları anlamına karşılık gelmeye başlamıştır (Güngör, 2011: 280). Gökalp’e göre ise kültür; “Bir milletin dinî, ahlaki, akli, estetik, lisani, iktisadi ve fennî hayatlarının ahenkli bir bütünüdür” (1975: 27). Bir toplumdaki üyelerin davranış, tutum, alışkanlık ve değer yargıları gibi toplumsal hayata dair birçok boyuta sahip olan kültür kavramı, ulusal ve evrensel öğeleri aynı zamanda içinde barındırabilen ve tek bir anlama indirgenemeyecek kadar derin anlamları olan bir kavramdır. Gündelik yaşam içinde ihtiyaç duyulan maddi ve manevi değerler bütünden oluşan kültürün maddi değerleri yeme, içme, barınma gibi temel ihtiyaçlar iken; manevi değerleri ise dil, din, edebiyat, folklor, sanat ile örf adetlerdir. Kültürü oluşturan bu öğelerin günlük yaşamdaki işleyişi ise toplumun benimseyip kabul ettiği “ortak bir dil” sayesinde gerçekleştirilir. Kısaca dil ortaklığı, ortak bir dünya tablosuna sahip olmaktır (Akarsu, 1998: 63).

Duygu ve düşüncelerimizi diğerlerine aktarmamızı ve diğerleriyle iletişim kurmamızı sağlayan dil, yalnızca bireyle değil toplum ile de sıkı sıkıya bağları olan bir ortam ve süreçtir. İçinde yaşadığımız dünyayı, içinde yaşadığımız toplumun bize kazandırdığı dil ile tanırız. Bir topluma ait bilgi birikimini yansıtan dil, toplumun değer ve inançlarını da yansıtan bir araç olması nedeniyle toplumsal bilginin anahtarıdır ve dil ile kültür ayrı(a)lmaz bir bütündür (Odabaşı, 2006: 241). Dilin toplumsal bir iletişim aracı olması nedeniyle, dil ve toplum ilişkisini çözümlenmeye çalışan çeşitli disiplinler ortaya çıkmıştır. Dilbilim ve toplumdilbilim, bu disiplinlerden bazılarıdır. Dilin gelişimi, kültür ve tarih bağlamında yani sosyolojik bir bağlamda incelenmeli ve yorumlanmalıdır çünkü dil ile kültür arasında karşılıklı bir ilişki vardır. Sosyolojik bağlamda düşünüldüğünde yalnızca; mantık, bilim, düşünce ve felsefenin toplumu şekillendirdiğini söylemek doğru olmaz. Toplumun şekillenmesinde duyguların da önemli bir yeri vardır. Toplumların duygudaşlığı, dilin ortak bir anlaşma aracı olmasından kaynaklanır. Dil, millet

kavramını etkilediği gibi medeniyet kavramının da şekillenmesini sağlar; gelişmiş ve ilerlemiş bir toplumun temeli gelişmiş ve zengin bir dile dayanır (Odabaşı, 2006: 246). Bir milletin asırlar boyunca oluşturarak günümüze ulaştırdığı yaşam tarzı kodlarının hafızası konumundaki kültür, nesilden nesile aktarılan bir mirastır. Yaşam tarzının göstergesi olan sanat, tarih, edebiyat, düğünler, şiirler, bayramlar, şarkılar, türküler, ninniler, ağıtlar ise kültürün unsurlarıdır ve bir milletin yaşanmışlıklarının toplamıdır (Göçer, 2012: 50).

### 1. Toplumsal Hafıza ve Anlatılar

Bellek; anıları, bilgileri saklama gücüdür. Bellek bir nevi geçmişimizdir, geçmiş ile olan bağımızı sürdürmemizi sağlar. Bu yetisiyle sadece saklayıcı değil aynı zamanda anımsayıcıdır (Timuçin, 2004: 53). Çok küçük farklar da olsa, toplumsal bellek kavramının hem Türkçe hem de İngilizce literatürdeki anlamları ortaktır. Kavramı Türkçe bağlamında incelediğimizde; toplumsal hafıza, toplumsal bellek, sosyal hafıza, kolektif bellek gibi kullanımların olduğunu görürüz (Atabaş, 2018: 15). Toplumsal hafıza kavramını iki boyutta incelediğimizde, Türk Dil Kurumu, kavramın ilk boyutunu oluşturan toplum sözcüğünü; “Aynı toprak parçası üzerinde bir arada yaşayan ve temel çıkarlarını sağlamak için iş birliği yapan insanların tümü, cemiyet.” olarak tanımlar. İkinci boyut olan hafıza sözcüğü ise TDK (2021) tarafından; “Yaşananları, öğrenilen konuları, bunların geçmişle ilişkisini bilinçli olarak zihinde saklama gücü, dağarcık, akıl, hafıza, zihin.” şeklinde tanımlanır.

Belleğin toplumsallaşmış hali ise kültürel bellektir. Kültürel bellek ile insanoğlunun kendisi dışındaki dünyayı algılama şekli kastedilir. Belleğin mekânı insanın beynidir; bu boyutuyla belleğin insan fizyolojisiyle, nöroloji ve psikolojiyle ilgili olduğu düşünülür. Oysaki belleğin neler içerdiği, bilgilerin nasıl sınıflandırıldığı, ne kadar süre hafızada tutulduğu bireyin zihinsel kapasitesinden ziyade bireyin içerisinde bulunduğu dış koşullar yani toplumsal ve kültürel koşullar ile ilintilidir (Assman, 2015: 26).

Bireyin sürekli olarak bağlantılı olduğu toplumsal hafıza, toplumsal kurumlar ve kültürel kodlar aracılığıyla benimsenir ve yayılır (Schudson, 2007: 180). Toplumsal hafıza kavramını ilk olarak zihin içindeki “kültür” kavramı ile bağdaştırırız. Çünkü bir toplumu toplum yapan öğeler; gelenek ve görenekler, yazılı ve yazısız hukuk kuralları, yaşam biçimleri, konuşma biçimleri, yerleşim yerleri ve

daha nicesidir. Kısaca kültür ile toplum ayrılmaz bir bütündür. İnsanoğlunun ve oluşturduğu toplumun kasıtlı ya da kasıtsız olarak pratik ettiği olaylar, onlara ait tarihi oluşturur. Kültür kavramının diğer bir tanımı da “bireylerce deneyimlenmemiş fakat kültürel araçlar sayesinde bireylerce öğrenilen geçmişe dair bilgiler-deneyimler bütünü” dür (Atık ve Erdoğan-Bilginer, 2014: 3).

Toplumsal hafıza kültürde hayat bulur. Kültür bir yaşama desenidir, bununla birlikte kültürde bireysel ya da toplumsal belleğe ilişkin kodlar bulunur. Kültür, toplumsal belleğe ilişkin temsilleri içerir ve toplumun kendini ve geçmişini tanımlama şeklini gözler önüne serer. Toplumun ve bireyin varoluşsal kimliği kültürel bellek içerisinde hayat bulur. Kültür, birey için hem güven alanıdır hem de onu belirli kalıplar içerisine sıkıştıran bir kuşatma alanıdır. Bu şekliyle toplumsal hafızada kültür hem bütünleştirici hem de ayırt edici bir özelliğe sahiptir. Toplumlar, hafızaları ile kendilerini “biz” ve diğerlerini “ötekiler” olarak sınıflandırabilir ve kültürel benliklerini bunun üzerine inşa edebilir (Subaşı, 2003: 137).

Sosyolojik bağlamda “toplumsal hafıza” teriminin aklımıza getirdiği ilk isim Fransız sosyolog Maurice Halbwachs’dır. Toplumsal hafıza kavramını kullanan ilk isim olmasa da (ilk kullanan Hugo von Hofmannsthal olarak bilinir), kavramı geliştiren ilk sosyal bilimci Halbwachs’dır (Atabaş, 2018: 27). “Collective memory” kavramını ortaya atan Halbwachs, kendisinden sonra kullanılan “social memory ve cultural memory” kavramlarının ve bu kavramlar arasındaki farklılıkların tartışılmasının önünü açmıştır. Olick’e göre, Halbwachs’ın kolektif bellek çalışmalarında, bireysel ve toplumsal arasında bir gerilim mevcuttur çünkü Halbwachs belleğin, Henri Bergson tarafından iddia edildiği gibi öznel akıl yerine, zihinlerin hep bir arada, toplumla beraber nasıl işlediği ve işleyişin toplumsal düzenlemelerle birlikte nasıl şekillendiği ile ilgilidir. Halbwachs’a (1999) göre bireyler içinde yer aldıkları grupların belirlediği bağlamlar dışında sürekli ve tutarlı bir şekilde hatırlama eylemini gerçekleştiremezler. Bu duruma Halbwachs’ın en sık verdiği örnek ise çocukluk anılarımız ile ilgili kesin bilgiler olmaması ve hatırladığımız şeylerin bağımsız ve bireysel bir şekilde mi gerçekleştiğini ya da çocukluk anılarımızı ailemiz tarafından bize verilen ipuçları sayesinde mi hatırladığımızı asla bilemeyecek olmamızdır.

İlk olarak kolektif bellek, bireysel belleğin toplumsal biçimde düzenlenmesi veya toplumsal koşullar aracılığıyla edinilmesi gerçeğine gönderme yapıyor olabilir. İkincisi, kolektif bellek, geçmişte o dönemde yaşamış olan bireylerin toplumsal ivmeyle oluşmuş anlamına değil, bu anlamın deposu

işlevini gören toplumsal olarak üretilmiş yapıntılara gönderme yapıyor olabilir; kütüphaneler, müzeler, anıtlar, klişeleri ve sözcük oyunları ile dil, yer adları, tarih kitapları vb.. Üçüncüsü, kolektif bellek geçmişini kendileri yaşamamış fakat onu kültürel yapıtlar aracılığıyla öğrenmiş olan bireylerin geçmişine dair imgesi olabilir. Bu noktadaki yorumlar kültürel belleğin her üç alanını da ilgilendirmektedir; toplumsal koşullar aracılığıyla edinilmiş bireysel anılar, toplumsal arabuluculuk için kültürel biçimler ve kültürel biçimlerden edinilmiş bireysel anılar (Schudson, 2007: 181).

Freud, bireyin tüm geçmiş deneyimlerinin toplandığı yeri bilinçaltı olarak tanımlar ve hatırlanan şeylerle değil unutulmuş şeylerle ilgilenir. Fakat Halbwachs, Freud gibi düşünmez ve belleğin asla tüm geçmiş deneyimleri depolayamayacağını söyler. Bellek, zaman geçtikçe belli bir kişiye alt bilişsiz olarak geliştirilen, bilişsiz kalan ve belli özelliklerle donatılan bir içsel tablo olan “imago” ya dönüşür ve “imago”nun korunabilmesi için toplumsal bir çerçeveye oturtulması gerekir. Bu nedenle bellek, kamusal anlamda erişilebilir olan hikâye ve simgeler ile sosyal aktarma ve depolama araçlarının bir ürünüdür ve bireylere de aittir. Bireylerin hatırladığı şeyler gruptaki üyeler tarafından belirlense de hatırlamanın temelinde kişilerin zihninde gerçekleşmesi yatar. Halbwachs, bazı eserlerinde kamusal bağlamda ulaşılması kolay olan ritüeller, semboller ve hatırlamayı mümkün kılacak diğer araçlarla ilgilenmiş ve tarih ile kolektif bellek arasındaki ayrımın özel ve kamusal arasındaki farktan değil geçmiş ile bugün arasındaki farktan doğduğunu savunmuştur (Olick’den akt: Güneşdoğmuş, 2014: 180).

Halbwachs’a göre insan hafızası bütünüyle sosyal bir hafızadır çünkü birey bir toplumun içinde yaşar ve bireyin anıları toplumla karşılıklı ilişkisinden kaynaklı ortaya çıkar. Bir olayda ve durumda nihai hatırlayıcı birey olsa da, hafızanın inşa sürecini toplumsal bağlamda ele almak ve hafızanın kolektifliğini değerlendirmek gerekir. Bunun nedeni, bir topluluk içindeki her bireyin bir olayı hatırlama durumu ve biçiminin birbirinden çok farklı olmasıdır (İnce-Başaran, 2010: 36).

Milletler tarihi akış içindeki varlıklarını, toplumsal hafızanın önemli bir parçasını oluşturan kültürel değerlerin sonraki nesillere aktarılması üzerine ikame ederler. Toplumların kolektif bir hafızası olduğu gibi, bu hafızanın o toplumu oluşturan bireylere akseden ve bireylerin içinde biçimlendikleri topluma aidiyet duygularını pekiştiren bir yönü de vardır. Tarih içinde farklı biçimlerde değişen, dönüşen ve yeni değerler ile birlikte sürekli bir yenilenme içinde olan toplumsal hafıza, her ne kadar farklı biçimlere bürünse de o milleti yapan asli değerler bütününe korur. Toplumu ve onu oluşturan

bireyleri bir arada tutan kültürel değerler, yaşama biçimleri, hayata ve eşyaya bakış tarzı yalnızca toplumsal hafızanın muhtevasını oluşturmakla kalmaz, aynı zamanda sonraki nesilleri önekilere bağlayan bir köprü işlevini de görür (Kurt, 2008).

İnsan, toplumu oluşturan en önemli yapı taşıdır ve toplumu ayakta tutar. İnsanın çeşitli alanlarda yaşaması sonucunda ortaya koyduğu ürünler ve bunların çıktısı olan gelenek-görenekler, kültürel oluşumlar ve çeşitli keşifler, insanlar arasında bir “geçmiş” kavramı oluşmasına zemin hazırlar ve gerçekleşen göç, savaş, afet gibi toplumsal olaylar ile de geçmiş dediğimiz kavram gelişerek güçlenir. Toplumu oluşturan bireylerin sahip oldukları geçmişi canlı tutabilmek için toplumsal belleğe ihtiyaçları vardır (Atik ve Erdoğan-Bilginer, 2014: 4).

Halbwachs'ın toplumsal bellek kuramına göre, belleğimizdeki anılarımızı tekrar hatırlamamıza yardım eden “işaret noktaları” vardır ve bu işaret noktaları, hayatımızın belirli bir dönemine ait anılardır (Yenici, 2020: 560). Jan Assmann ise Halbwachs'ın toplumsal bellek kuramından hareketle “kültürel bellek” kavramını geliştirmiş ve bir gruba ait yaşantıların bu kavram ile gelecek nesillere aktarılabilceğini savunmuştur. Assmann'ın kültürel bellek ile vurguladığı, insan belleğinin dış boyuttur ve bu boyutlar ise; mimetik bellek, nesnel belleği, iletişimsel bellek ve kültürel bellektir. Mimetik bellek; taklit etme ile kazanılan davranışlardır ve gündelik yaşamdaki davranışlarımız taklit sonucunda oluşan alışkanlık ve kurallardan oluşur. Nesnel belleği; insanın tüm yaşamı boyunca farklı nesnelere ile kuşatıldığını ve bu nesnelere de insana sahip olduğu geçmişini ve atalarını hatırlattığı boyuttur. İletişimsel bellek; insanın dil ile diğerleriyle anlaştığı ve sosyal bir varlığa dönüştüğü boyuttur. İnsan, anlaşma ve dilsel yeteneğini tek başına geliştiremez; dış dünya ile etkileşim gereklidir. Kültürel bellek, diğer üç boyutun birlikte işlev kazandığı bir boyuttur (Assmann, 2015: 26-28). Gelenek ve iletişimden beslenen kültürel bellek, kişisel belleğin değil de toplumsal belleğin sınırları içerisindedir. Bunun nedeni; kişisel belleğin bir bireye ait olması nedeniyle kişinin ölümüyle yok olup gitmesi, kültürel belleğin ise bir geleneksellik kazanması sonucu nesilden nesile aktararak canlı tutulmasıdır (Ergöz ve Doğan, 2020: 34). Assmann, kendilerine kültürel belleği taşımaları için bir yetki verildiğini düşündüğü; şamanlar, yazarlar, filozoflar, öğretmenler, din insanları, ozanlar gibi özel taşıyıcılar olduğunu söyler (2015: 62).

Anlatılar toplumsal hafızanın temel yapı taşıdır ve tarihsel süreç içerisinde toplumsal hafızanın en güçlü taşıyıcıları konumundadır. Anlatılar, kendi güncel biçimleri içinde ancak hikâye anlatıcılarının, şarkıcıların, yazmanların, yorumcuların, bilgin din adamlarının ve ilahiyatçıların kurguladığı ve yeniden yorumladığı şekilde günümüze ulaşır (Malinowski, 1998: 103). İnsan topluluğunun toplumsal hafızasını oluşturan öyküler, toplumsal yaşamının kültürel bağlamından ayrılamaz ve bu anlatılar kesinlikle basit sözdeyişler değildir; bunun aksine o anki yaşantıdan ortaya çıkmış hayaller, gerçekler, olgular ve yaşam dünyasına ait tüm inanışlardır (Malinowski, 1998: 103).

Anlatılar, tarihsel süreç içerisinde toplumsal hafızanın somutlaşmış halleridir. Belirli sanat çalışmaları ya da öyküleme çabalarını bellekte yaşatmak için; geçmişi daha az dramatik, daha az anlaşılır, daha az özetlenmiş, daha az öyküleştirelmiş biçimde sunan anlatıları da aşan yöntemler kullanmak gerekebilir (Schudson, 2007: 92).

## 2. Sözlü İletişim ve Müziksel Anlatım

Sözlü iletişim günün her anında başvurduğumuz, çok sık bir şekilde kullandığımız iletişim şeklidir. Sözlü iletişim gündelik hayatta birçok durumda kullanılır ve bireyin özellikle anlık olarak kendini ifade etmesi için kullandığı yegâne yöntemdir. Sözlü iletişimin temelinde dil vardır, toplumsal hafızada biriken bilgiler dil aracılığıyla sese dönüştürülür. Duygu aktarımı en iyi şekilde sözlü iletişimle gerçekleştirilir ve aktarılan mesajların eş zamanlı geri bildirim elde edilebilir. Sözlü iletişimin olumlu yönlerinin yanı sıra bazı olumsuz yönleri de vardır; sözlü iletişimde yanlış anlaşılma ya da polisemi gerçekleşebilir, sözlü iletişimde mesajı içeriği kadar mesajı aktaran da önemlidir ve aynı zamanda yan anlamların kastedilmesi ve yanlış anlaşılması olabilir (Fidan, 2011: 83). Sözlü iletişim var olan bellek ile uyumludur ve herhangi bir etkileşim sırasında bu belleğin bilgilerinden yararlanır (Chomsky, 2001: 227).

İnsanı diğer canlılardan ayıran en belirgin özelliklerden birisi olan konuşma yeteneği, dilbilim çalışmalarında dilin nereden ve ne şekilde ortaya çıktığı ile ilgili çalışmaları gerekli kılmıştır. Rasyonalistler, dilin insan aklının ürünü olduğunu savunurken; pozitivistler ise dilin doğadaki seslerin taklidi sonucu doğduğunu savunurlar. Ampiristler, dilin duyulardan kaynaklı ortaya çıktığını savunurken, teolojik görüşler ise dilin Tanrı tarafından insanlara doğrudan verildiğini savunur (Akarsu,

1998: 18). Bütün bu görüşlere karşı çıkararak dilin insanlığın bir iç gereksiniminden doğduğunu savunan Wilhelm von Humboldt ise, dilin insanın doğasında bulunduğunu ve dilin bulunmadığı yerde insanın bulunmadığını-insanın bulunmadığı yerde dilin bulunmadığını savunur. Dil, her zaman bir önceki kuşağın duygularını aktarır; bu sebeple de dili tarihsel bağlamda tanımlamak gerekir (Akarsu: 1998: 20). William Burroughs, “Dil, uzaydan gelen bir virüstür.” demiştir (Aoki, 1999: 961). Bütün sosyal ve beşerî bilimcilerin dili varlığın temeli ve anlamı olarak görmelerinin nedeni, dilin sahip olduğu sembollerdir. “Dil, insanın evidir.” diyerek insan ile dil arasındaki yakın bir ilişki bulunduğunu belirten Heidegger’den yola çıkarak, sosyoloji-kültür-toplum üçlüsünde yer alan dil ile milliyet arasındaki bağı da anlamış oluruz (Odabaşı, 2006: 244).

Birçok dilbilimci, dilin kültürden mi ortaya çıktığını yoksa kültürün mü dilden ortaya çıktığını araştırmıştır. Kültürün bir göstergesi konumunda olan dil, kavramsal bağlamda biyokültürel tabanlı bir olgudur. Yapılan etnografik çalışmalar, dil ile kültür arasında hem bir ortaklık hem de farklılıklar olduğunu ortaya koymuştur (Mengü, 2002: 73).

Dili toplumdan ayıramayacağımız gibi; sanat, bilim, teknik gibi alanlardan da dili ayrı düşünmemiz imkansızdır. Bu doğrultuda, müzik gibi kadim bir olguyu evrensel boyutta yorumlamamız gerekmektedir. Müzik, bütün toplumsal alanlara yayılmış ve dini ritüeller, ayinler, cenazeler, düğünler, şenlikler, festivaller gibi insana ve duyguya dair bütün insan yaşamının ortak dili haline gelmiştir. Geçmiş çağlardan günümüze kadar, müziğin insan hayatının hemen her evresinde etkili olduğunu ve nesiller arasındaki önemli bir köprü görevi gördüğünü söyleyebiliriz (İmik ve Haşhaş, 2020: 201).

Müzik, bir tarihsel algılama şeklidir. Müziğin algılanması aynı zamanda kültürel tarih ve bellek ile ilintilidir. Kökeninde, geçmişten günümüze kadar yaşamış insanların deneyimlerinin bütünü bulunduran müziğin kültür ile olan ilişkisini inceleyen bilim dalı ise “etnomüzikoloji” dir. Diğer disiplinler arasında önemli bir yeri olan etnomüzikoloji; tarih, sosyoloji, antropoloji, semiyotik, etimoloji, matematik gibi birçok bilim dalı ile ilişkilidir (Bayburtlu, 2017: 82). Müziği dil ve kültür bağlamında incelediğimizde ise, dilbilim disiplininin çeşitli sanat ve bilim dallarına etkisini de görürüz. Müziğin bir ses dili olması ve konuşma dilinde de olduğu gibi duyguların ve yaşantıların göstergesi olması, müziği bir estetik nesne olarak da düşünmemizin nedenidir (Turinay, 1996: 158). Müziğin sosyokültürel kimliğine bürünürken sahip olduğu ardışıklık, biçimsellik ve tekrarlanabilirlik gibi



özellikler, müziği evrendeki insana atfedilen diğer sanatsal yapılardan farklı kılan özelliklerdir.

Böylesine soyut bir dil olan ses dilini insan duygularını aktarmada en etkili araçlardan birisi haline getiren; müziğin insanoğlunun yaşadığı dönemi ve şartlarını aktarırken, dinleyiciye bir düşünme ve duygular aracılığıyla ortak değerleri paylaşma alanı yaratmasıdır (Clark, 2000: 64). Ortak değerlerin paylaşılması ve kültürel bir miras oluşturulması sürecinde, tarih ile kültür bir araya getirilir ve bugün ile gelecek “varoluşsal ve tarihsel” bağlamda bütünleşir. Hatırlama dediğimiz bu eylem; masallar, anlatılar, türküler, danslar, ağıtlar gibi halkın oluşturduğu ürünler ile kuşaktan kuşağa aktarılır ve bu sayede ölümlü insanoğlu ile birlikte yok olup gitmez.

Herhangi bir yazılı kültüre sahip olmayan toplumlarda bile gündelik yaşam anlarına karşılık gelecek simgeler mevcuttur. Assmann, bir hatırlatma tekniğine sahip olduğunu vurguladığı ve “memoria” kavramı altında bir araya getirdiği simgeleri danslar, giysiler, anlatılar, anma törenleri, desenler, dövmeler, resimler, mekanlar, takılar gibi ögeler şeklinde kökenselel hatırlama olarak tanımlar. Assmann’ın biyografik hatırlaması ise yazılı bir kültüre sahip olan ya da olmayan toplumlardaki sosyal alışverişe vurgu yapar. Kökenselel hatırlamada doğal bir ilerleme akışı görülmezken biyografik hatırlamada tam tersi görülür (Assmann, 2015: 60).

Afrika’da pratikte yazının olmadığı zamanda geçmiş hatırlama ve aktarmanın işlevi topluluk içinde özel bir gruba verilir. Geçmişin başarılı bir şekilde aktarılması için ayrıca müziğin etkili olduğuna inanılırdı. Bu nedenle sözel geçmiş anlatımı görevi “griot” olarak adlandırılan irticalen müzik yapan müzisyenler sınıfına verildi. Bu kişiler Afrika halklarının ortak anılarının koruyucusu oldular. Griot’lar aynı zamanda temsillerinde sahne sanatlarının tümünü kullanan şair ve dansçı idiler (akt. Assman, 2015: 62).

Kültürün en canlı izlerini görebileceğimiz sözlü anlatılarda, gündelik yaşamın izlerini, vatan, dil, gelenek ve göreneğin izlerini kısaca kültürel belleğin oluşturulmasındaki bütün kilit ögeleri bulmak mümkündür (Malinowski, 1998: 171).

### **3. Toplumsal Anlatıcılar**

Polonyalı şair ve deneme yazarı Czesław Miłosz, “Anayurt dediğin dildir aslında.” der. Çeşitli

doğa olayları ya da savaşlar sebebiyle bir coğrafyadan diğerine göç etmek zorunda kalan toplulukların beraberinde götürdükleri dil, yaşanmışlıkların aktarılmasını sağlayan bir araç halini alır ve geçmiş anlatılıp canlı tutuldukça dil de güçlenir. Asla yok edilemeyecek en somut hazine dildir; toplumsal belleğin özü paylaşılan dildir (Yakıcı ve Sarıtunç, 2019: 1013). Sözel iletişimin kökeni dildir. Sözü dille bağımlı olan bu yapısı ise, dilin toplumsal oluşu ve belirli değerlere ve kültüre sahip oluşundan kaynaklanır (Erdönmez-Çobanlı, 2019: 92). İnsanoğlunun var olduğu ilk günden beri paralel olarak süregelen dil ve ses yapılanması, sebebiyle sözlü iletişimin sahip olduğu doğal bir süreç oluşmuştur. Sözü ve sözsel anlatıların gücünü bütün iletişim alanlarında görürüz. Yazıdan önce var olan söz, toplumların sahip olduğu sözlü kültür hazinesinin canlı bir kitap olan insan zihni sayesinde oluştuğunun ve nesilden nesile aktarıldığının kanıtıdır.

İletişim bilimi ile halk bilimi arasında bir bağlantı vardır. Bu bağlantının nedeni; iletişim bağlamında düşünüldüğünde, seslenen kitlelerin daha iyi tanınmasında halk biliminin yadsınamaz bir rolünün olması; halk bilimi bağlamında düşünüldüğünde ise sözlü iletişim ürünlerinin nasıl ortaya çıktığının iletişim bilimi sayesinde araştırılmasının daha kolay olmasıdır (Güzel, 2016: 154). Dünyada hangi coğrafyayı ele alırsak alalım; sözü üretim, iletim ve tüketim aracının sözlü, yazılı ve elektronik kültür ortamları olduğunu görürüz. Söz, daima kültürün odak noktası olmuştur ve geçmiş yüzyıllar boyunca kültür mirasının aktarıcılara ozan, şaman, bahşi, kam, âşık, abdal gibi isimler verilmiştir.

Ruhlar ile dolu bir dünya tasvirine inanan ve göller, ırmaklar, dağlar yani doğadaki her şeyin kendi erkini taşıyan canlı nesnelere olduğu temeline dayanan Şamanizm, her insanın bu canlı kabul edilen nesnelere ile iletişim kurabileceğini söyler (İnan, 2012: 252). Bu ruhani varlıkların bahsinin geçtiği efsanelerde hisseden, konuşan, çoğalan varlıklar olduğu ve yere-göğe hâkim olan bu varlıkların çok çeşitli yetenekleri ve etkilerinin olduğuna inanılır (Alp, 2017: 12). Sibiryaya Tunguzları'ndan türediği bilinen Şaman kavramı, yerleşik hayata geçmemiş avcı-toplayıcı toplulukların bilgilerini karşılıklı olarak paylaştığı sosyal bir paylaşım ortamından doğmuştur (Ingold, 1999: 402). Bu sosyal paylaşımın gerekliliği olarak ruh dünyaları ve insanlar arasındaki aracılık rolünü üstlenen şamanlar, doğa ile iç içe yaşayan ilkel toplulukların ihtiyaçlarına göre şekil almış ritüellerden oluşan kendinden geçiş (trans durumu) anlarının rehberi ve hastalık anlarında tedavi edici olma rolünü de üstlenmeleri ile, insanlar ile ruhlar arasındaki arabuluculuk rolünü üstlenmişlerdir (Bayat, 2006: 22). Tedavi edici rolleri ile de tedavi

ritüellerinde çeşitli teknikler kullanan şamanlar; bitkiler, müzik, dans, ritmik ve tekrarlı hareketler gibi teknikler ile trans durumuna geçmektedirler (Yuluğ, 2018: 22). Tüm dünya dinlerindeki toplumsal ritüellerin temelinde bulunan müzik, çeşitli enstrümanlar özellikle de ruhların dikkatini çekeceğine inanılan davullar ile ritüellerin en önemli parçası halindedir.

Şamanın duyulan ve görülen dünyanın dışına çıkararak trans haline geçtiği anlarda söylediği sözlerin büyük kısmı dua-alkıştan oluşur. Davul eşliğinde icra edilen bu müziksel tören, şamanın tiyatral yeteneği ve şairlik becerisi ile de birleşerek alkışlar şeklindeki güç ve niyet dışavurumlarına dönüşür. Şamanın ritüelindeki müziğin dinsel törenlerde çok güçlü bir etkiye sahip olması ve duyguları dönüştürücü-yaratıcı etkisinin olmasının nedeni, müziğin dindeki üzüntü, mutluluk, korku, ümit gibi duyguların ifadesini sağlayan semboller sistemine sahip olmasıdır (Eurich, 2003: 60). Şamanın rehberliğindeki ritüelde Tanrı ve ruhların sesleri haline bürünen şarkılar, Şamanın Tanrı'dan getirdiği mesajlar ve belirli amaçlar için okunan dua-alkışlar şeklindeki iletilerin vücut bulmasıdır (Drury, 1989: 77). Şamanın dua şarkısına eşlik eden yalnızca davul değildir; boynuzlu davul ve flüt de kullanılan ritüel törenleri çalgılarından. Görülmeyen varlıklar ile iletişim kurarak gizli bilgilere ulaşan şaman, diğerlerinin anlayamadığı fakat sistemli bir dil kullanır. Ruhların sözcüsü olan Şamanlar seçilmiş kişilerdir; tıpkı ozanlar, kayçılar (destan anlatıcısı), falcılar, büyücüler, aşıklar, bahşiler gibi gizli bilginin söze bürünmüş halinin aktarıcılarıdır. İnsan ile doğa arasındaki dengeyi korumaya çalışan Şaman, sembolik bir dille ve herkesin anlayacağı şekilde dünyanın nasıl var olduğunu ve canlı-cansız dünyanın temellerini anlatarak “söz” ün en bilinen anlatıcı ve aktarıcılarından olmuştur (Özçubukcu, 2017: 60).

Eski Türklerdeki yer ile gök arasında bir uyum olduğu inancı, beraberinde bu ahengin bozulması korkusunu da getirmiş ve ruhani varlıklar ile doğa arasındaki iletişimi sağlayacak ve olumlu dengeleri koruyacak bir elçiye gereksinim duyulmuştur. Kökleri çok eskiye dayanan büyücülük görevi ile sağaltma (iyileştirip sağlığına kavuşturma), kötü ruhları uzaklaştırma, dini ritüelleri yönetme görevini üstlenen “kam” (Sibirya Tunguzlarındaki Şaman), o dönemlerde kağandan sonraki en önemli kişi olmuştur (Dağı, 2020: 1030). İslamiyet'in Türk boyları arasında yaygınlaşmasından sonra, kamların toplumdaki öneminin azaldığı ve kamlığa benzer yeni yeni tarikatların oluşmaya başladığı söylenebilir (Elçin, 2004: 7). Kam-Şamanın ritüellerde ve diğer törenlerde müzik ve dansa yer vermesi, dramatik öğeleri kullanması ve doğadaki sesleri taklit etmesi (And, 1985: 13), kamın doğa ile toplum arasındaki

elçilik görevinin bir yansıtıcısıdır. Kam, görünmeyen ruhani varlıklar ile iletişim kurar ve bu varlıklardan aldıkları bilgileri halka aktarırlar.

Çeşitli ritüellerde ve toplulukların bir araya geldiği ortamlarda müzik aletlerinin eşliğinde alkışlar, dualar, mitler, şiirler aracılığıyla ve çeşitli doğa seslerinin taklit edilmesiyle hem tiyatral bir aktarıcı hem de dini bir rehber olan Şamanlar (farklı kültür ve coğrafyalarda kam, baksı adını alırlar), belirli bir dinleyici gruba anlatıcılık yapmışlardır. Yine aynı şekilde, halk hikâyelerini anlatan, şiirler söyleyen, dinleyicinin duygularını etkileme gücüne sahip olan masalcılar, icralarını gerçekleştirirken sözlü ve yazılı kaynaklardan yola çıkarlar (Sarpkaya, 2019: 380).

Tıva, Hakas, Şor ve Altay Türklerinin oldukça köklü bir masal ve destan anlatıcılığı vardır. Haycı, kayçı, toolçu gibi isimler alan anlatıcılar çeşitli ortamlarda anlattıkları masal ve destanlarını av törenlerinde, eğlencelerde, mevsimlik törenlerde, cenaze törenlerinde anlatmışlardır (Aça, 2007: 8). Diğer anlatıcılarda da görüleceği üzere, masal ve destan anlatıcılarının özel ve seçilmiş kişiler olduğuna inanılır. Topluluk içinde kutsallık ile özdeşleşen ve taşıdıkları Şamanik öğeler ile evrendeki her türden olayda ve ortamda bilgeliklerine başvurulanan masal ve destan anlatıcılarının anlattıkları sözlü anlatı öğelerinin, doğumu kolaylaştırmadan ölümden sonraki hayatın huzura kavuşması gibi birçok işlevi olduğuna inanılırdı (Aça, 2007: 12).

Sözü ve kültürü aktarmada “seçilmiş” aktarıcılar olduklarına inanılan bir diğer aracı ise “âşık” adı verilen kültürel araçlardır. 16. yüzyıla değin “ozan” olarak isimlendirdiğimiz bu kültürel aktarıcı ve icracı âşıkların, yakın bir zamana denk geldiği düşünülen köklerinin aslında çok daha eskiye dayandığı ve zengin Türk kültürünün kadim zamanlarına denk geldiği ortaya koyulmuştur (Güzel, 2016: 154). 17. yüzyılda son şekillerini almaya başlayan âşıklık geleneği, önceleri dini içerikli iken sonraları din dışı güncel konuları da içerisine dahil etmiştir. Aslan, günümüzde halk şairi, saz şairi ya da âşık adını verdiğimiz sanatçıların Şaman, ozan ve bahşi kültürünü devam ettiren icracılar olduğunu söyler. Hatta belki âşıklık, Şamanizm’den çok daha eski bir kökene sahip bile olabilir (Aslan, 2011: 2000). Âşıklığın özünde topluma ait duygu ve düşünceler ile toplumsal konular da vardır; bu sebeple âşıklara toplum tarafından büyük bir önem ve görev atfedilmiştir.

Toplumsal ve duygusal konulara eğilen ve bu bağlamda icrasını gerçekleştiren âşıklardan; müzik ile beraber icra etme, icra anında diyalog kurabilme, icra anında nazım öğeleri kullanabilme, doğaçlama yapabilme ve içinde bulunulan toplumun dilini doğru kullanabilme gibi yetenekler sergilemesi beklenir (Günay, 1986: 7). Söz ve müzik kültürü ile tarihsel bilgilerin toplumsal bellekte aktarılmasını sağlayan hafıza, evren ile insanoğlu arasındaki en eski bağlantı sağlayıcı olan müziğin âşıklar bağlamında değerlendirilmesini mümkün kılmıştır. Âşıklık geleneğinin temelini oluşturan, destanlar aracılığıyla tarihin aktarılıp öğretilmesi ve geçmiş ile gelecek arasında bir köprü kurarak söz sanatı ile geçmişin gelecek nesillere öğretilmesi kaygısıdır (Artun, 2005: 5). Tarihi birer sosyal anlatı kabul edilen destanları ve paylaşılan ortak kültürel belleği aktaran âşıklar, aslında mitolojik temele sıkı sıkıya bağlıdır (Güray ve Karadeniz, 2019: 81). Âşıkların bir diğer özelliği ise, gezginlik yaparak çeşitli muhabbet ortamlarında, düğünlerde, âşık toplantılarında ve buna benzer farklı kültürel ortamlarda bulunarak hem kendi kültürlerini gittikleri yerlere götürmeleri hem de buldukları coğrafyanın kültüründen etkilenip bunları yeni gidecekleri yerlere taşımalarıdır.

İşte bu noktada, icrayı başlatan ve sürdüren bir iletişim ortamının öneminden de bahsetmemiz gereklidir. Sosyal bir iletişim ortamında gerçekleşen kültürel aktarım, bu aktarım ortamındaki karşılıklı etkileşim ve diyalog ile sürdürülür (Öztürk, 2006: 47). Kültürel aktarım sürecinde birbiri ile iletişimde olan anlatıcı, icracı, seyirci, kaynak kişi ve dinleyici, iletişim anının aktörleridir. Yalnızca müzikal anlamda değil, icra anındaki sosyal pratikler de icrası sağlanan aktarıma eşlik eder; yani aktarılan ögenin anlamı ve önemi sosyal ortama ve dinleyenlerin konum ve koşullarına göre çeşitlenir (Regelski, 2006: 293). Dikey ya da çizgisel iletişim olarak bilinen Lasswell'in "iletişim zinciri" modelinde, sözlü ya da sözsüz olsun her iletişim belli öğelere sahiptir. Bu öğeler; iletişimci, ileti, araç, alıcı ve etkidir. Aslında bir kitle iletişim aracı olan âşık, iletişimin öznesi konumundadır (Güzel, 2016: 158). Bugün "profesyonel" müzik adamları olarak bilinen Abdallar, müziği insan ile evren arasındaki en eski bağlantı kurma yolu olarak görürler. Türkmen âşıklığı geleneğinin en temel unsurlarından olan "tarihi, destan anlatıları üzerinden kavrama" ve "geçmiş geleceğe, irfan temelli bir söz ustalığı ile aktarabilme" yapısı Abdal âşıklarda da göze çarpmaktadır.

Göçebe-gezgin yaşam tarzını benimseyerek kültürel aktarıcılığı müzik icrası ile birleştiren bir diğer anlatıcı ise abdallardır. Müziğin Abdallık için merkezde yer almasının en önemli nedeni, kültürel

ve tarihsel bir ortaklığa sahip olan Anadolu abdallarının “paylaşılan ortak bir hafıza” ya sahip olmaları ve bu sayede de müzikal bir ortaklığa sahip olmalarıdır (Arıcı-Tekin ve Güray, 2018: 23). Abdallık geleneği, müzik temelinde sürdürülmekte, inanç ve dini ritüeller ile beslenmektedir. Türk kam-ozan gibi karakterlerin İslâm’daki şekli olan Türkmen babalarına “Abdal” ismi verilmiştir (İnalçık, 2009: 5). Gezgin ve yoksul bir yaşam tarzını benimseyen ve dünya ile bağlantı kurmak yerine yersiz-yurtsuzluğu tercih eden abdallar (Ocak, 2011: 112), halk arasında öğüt veren, bilge, topluma sanatı ile yön veren aktarıcılar olarak bilinirler (Arıcı-Tekin ve Güray, 2018: 29). Allah’a bağlılıkları, inanılır ve güvenilir olmaları ile bilinen Abdalların, içinde yaşadıkları toplumlara inanç ve kültürel bağlamda büyük katkıları olmuş; Abdalların çeşitli coğrafyalarda bulunması ve tasavvufi yönlerinin baskın olması müzik ile birleşerek, Abdal geleneğindeki müziksel anlatı ve icranın günümüze kadar ulaşmasını sağlamıştır (Aydın ve Ergün, 2020: 208). Abdallar için müzik yaşam şeklinin ve kimliğin dışavurumudur, hatta müzik Abdallar için bir ibadettir. Müzik ile bağları böylesine güçlü olan Abdallar, günümüzde de müzik ile olan bağlarını koparmamışlardır. Abdallar, kendi var oluşlarını “Haktan geleni halka vermek” inanışlarına bağlarlar ve Abdallar insana ve insanlığa hizmet etme işini günümüzde de gönüllü olarak yapmaya devam etmektedirler. Arıcı-Tekin ve Güray, farklı coğrafyalarda yaşayan günümüz Abdallarının müzik repertuarının çeşitli olabildiğini, fakat “ortak bir hafıza”nın birleştirici gücünün ezgisel ve makamsal bağlantılarla hala devam ettiğini söylemişlerdir (2018: 35).

## SONUÇ

Ortak çıkarlar doğrultusunda ve iş birliği içinde yaşayan insanların oluşturduğu toplum, beraberinde ortaklık bulunan bir kültürü de doğurmuştur. Günlük yaşam içinde gereksinim duyulan maddi ve manevi değerlerin aktarımı ise, “dil” denilen ve bireysellikten uzak bir ortaklığı vurgulayan araç ile sağlanır. Dil, milletlerin asırlar boyu oluşturup koruduğu kültür mirasını gelecek kuşaklara aktaran yegâne araçtır. Zihnin dil aracılığıyla kültür aktarımını gerçekleştiren güç ise bellektir. Günümüz ile geçmiş arasında bir köprü görevi gören bellek; toplumsal hafıza, toplumsal bellek, sosyal hafıza, kolektif bellek gibi şekillerde kullanılabilir. İnsan belleğini bireysellikten çıkararak toplumsal bir bağlamda ele alan kültürel bellek ile anlatılmak istenen; insan beyninin bir bireysellikten uzak olduğu, toplumsal ve kültürel koşullar içinde geliştiğidir. Kültürel kodlar ve toplumsal kurumlar, toplumsal hafızayı benimsememizi sağlar. Toplumsal hafıza kavramını geliştiren ilk sosyal bilimci olan

Halbwachs, insan hafızasının bütünüyle bir sosyal hafıza olduğunu söyler. Bunun nedeni ise bireyin toplum içinde yaşaması ve bireyin anılarının toplum ile olan ilişkilerinin toplamı olmasıdır. Bu nedenle insan hafızasını kolektif bağlamda değerlendirmek gerekir. Toplumun temeli insandır ve insanın yaşamı boyunca ortaya koyduğu ürünler ise onun geçmişini oluşturan gelenek-görenekler ve kültürel oluşumlardır. Geçmişin canlı tutulabilmesi için toplumsal belleğe ihtiyaç vardır. Halbwachs'ın "işaret noktaları" adını verdiği kilit anılar, belleğimizdeki anıları tekrar hatırlamamızı sağlar. Jan Assmann'ın Halbwachs'ın toplumsal bellek kuramından yola çıkarak geliştirdiği kültürel bellek kuramı ile, bir gruba ait yaşantıların gelecek nesillere aktarımını anlatır. Toplumsal hafızanın temelini oluşturan anlatılar, süreç içinde somutlaşarak nesilden nesile aktarılır.

İnsanın en belirgin özelliği olan konuşma yeteneği, onu diğer canlılardan ayırır. Yazıdan önce sözlü iletişimin olması, sözlü iletişimin ne kadar eski bir iletişim aracı olduğunun en canlı örneğidir. Sözlü iletişimdeki diğer bir canlılık özelliği ise, müzik gibi kadim ve evrensel bir olgunun sözlü gelenekteki yeridir. Çok etkili bir ses dili olan müzik, ortak bir yaşanmışlık ve kültürel hafızanın en güçlü ve en bilinen temsilcisidir. İnsanoğlunun en ilkel zamanlarında bile müzik vardır; düğünlerde, şenliklerde, cenaze törenlerinde hep bir müziksel ögeye rastlarız. İletişim bilimi ile halk bilimi arasında güçlü bir bağlantı vardır. Lasswell' dikey iletişim modeline göre, iletişimin öznesi olan anlatıcılarıdır. Dünyadaki her coğrafyada, söz daima kültürlerin odak noktasıdır. Bu kültür aktarıcıları ise isim değişiklikleri olsa da her toplumda görebileceğimiz ozanlar, şamanlar, bahşiler, kamlar, âşıklar, abdallardır. Adları ne olursa olsun, her kültürün sözlü bir aktarıcısı vardır. Bu aktarıcıların genel özelliği, bilinen ile bilinmeyen arasında kurdukları bağlantıdır. İnsanoğlu bilinmeyenden korkar. Tanrı-görünmeyen ruhlar- doğa üçlüsü arasındaki araçlar insanın yol göstericisi olmuş; bu araçlar aynı zamanda ortak kültürün gelecek nesillere aktarıcısı olmuştur. Bu kültürel aktarıcılara günümüzde halk aşığı, halk ozanı gibi isimler ile hala rastlamaktayız.

## KAYNAKÇA

AÇA, M. (2007). Güney Sibiry Türklerinde Ava Destancı ve Masalcı Götürme Geleneği, *Türklük Bilimi Araştırmaları*, 21, 7-16.

AKARSU, B. (1998). *Wilhelm Von Humboldt'da Dil-Kültür Bağlantısı*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.

ALP, R. Y. (2017). Eski Türklerde Din Anlayışı ve Şamanizm, *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul.

AND, M. (1985). *Geleneksel Türk Tiyatrosu Köylü ve Halk Tiyatrosu Gelenekleri*. İstanbul: İnkılâp Kitabevi.

AOKI, K. (1999). Introduction: Language Is a Virus, *University of Miami Law Review*, 53 (4), 960-971.

ARICI-TEKİN, E. ve GÜRAY, C. (2018). Ege Ve Orta Anadolu'da Abdallık Geleneğinin Tarihsel Ve Kültürel Özelliklerinin Müzik Gelenekleri Ve Müzikal Analiz Üzerinden Değerlendirilmesi, *Akdeniz Üniversitesi Uluslararası Müzik Ve Sahne Sanatları Dergisi*, 2, 21-39.

ARTUN, E. (2005). *Âşıklık Geleneği ve Âşık Edebiyatı*. (2. Baskı). İstanbul: Kitabevi Yayınları.

ASLAN, E. (2011). *Türk Halk Edebiyatı*. Ankara: Maya Akademi Yayınları.

ASSMAN, J. (2015). *Kültürel Bellek: Eski Yüksek Kültürlerde Yazı, Hatırlama ve Politik Kimlik*. (Çev: Ayşe Tekin). (2. Baskı). İstanbul: Aynıtı Yayınları.

ATABAŞ, A. (2018). Geleneksel Mahallede Toplumsal Hafıza: Bursa Emirsultan Mahallesi, *Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Ankara.

ATİK, A. ve ERDOĞAN-BİLGİNER, Ş. (2014). "Toplumsal Bellek Ve Medya", *Atatürk İletişim Dergisi*, 6, 1-16.

AYDIN, N. ve ERGÜN, E. (2020). Tarihsel Süreç İçerisinde Abdallık Geleneği ve Günümüzden Bir Temsilci: Emre Yanıkçalan, *Akademik Araştırma ve Dayanışma Derneği Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 18 (36), 205-226.

BARASH, A. J. (2007). *Belleğin Kaynakları*. Cogito, 50, 11-23.

BAYAT, F. (2006). *Ana Hatlarıyla Türk Şamanlığı*. İstanbul: Ötüken Neşriyat.



BAYBURTLU, A. S. (2017). Kültür, Etnomüzikoloji ve Müzikoloji İlişkisi, *International Journal of Cultural and Social Studies*, 3 (1), 77-87.

BURKE, P. (2008). *Kültür Tarihi*. (2. Baskı). (Çev: Mete Tunçay). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

CHOMSKY, N. (2001). *Dil ve Zihin*. (Çev: Ahmet Kocaman). Ankara: Ayraç Yayınevi.

CLARKE, L. G. (2000). Mysticism and Music, *Folklor/Edebiyat*, 21, 59-74.

ÇAĞLA, C. (2007). Bellek Üstüne Düşünmek. *Cogito*, 50, 217-232.

DAĞI, Fahri (2020). Türkistan Kam/Şamanlarından Anadolu Halay Başlarına, *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10 (4), 1027-1045.

DRURY, N. (1989). *Şamanizm: Şamanlığın Ögeleri*. (Çev: Erkan Şimşek), İstanbul: Okyanus Yayıncılık.

ELÇİN, Ş. (2004). *Halk Edebiyatına Giriş*. Ankara: Akçağ Yayınları.

ERDÖNMEZ-ÇOBANLI, I. (2019). İletişimin Döngüsel Süreci Bağlamında Sözlü İletişim, *Near East University International Journal of Art, Culture & Communication*, 2 (1), 81-98.

ERGÖZ, R. ve Doğan, O. (2020). Kültürel Bellek Mekânı ve Milli Kimlik Yaratmada Pınarbaşı Ağaçlarının İşlevi, *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 47, 29-43.

EURICH, J. (2003). Sociological Aspects and Ritual Similarities in the Relationship between Pop Music and Religion, *International Review of the Aesthetics and Sociology of Music*, 34 (1), 57-70.

FİDAN, M. (2011). *İletişim Kurmak İstiyorum*. (3. Baskı). Konya: Tablet Kitabevi.

GÖÇER, A. (2012). *Dil-Kültür İlişkisi ve Etkileşimi Üzerine*, *Türk Dili Dil ve Edebiyat Dergisi*, 50-57.

GÖKALP, Z. (1975). *Türkçülüğün Esasları*. İstanbul: Sebil Matbaacılık.

GÜNAY, U. (1986). *Âşık Tarzı Şiir Geleneği ve Rüya Motifi*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.

GÜNGÖR, N. (2011). *İletişim-Kuramlar ve Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

GÜRAY, C. ve KARADENİZ, İ. (2019). Horasan'dan Keskin'e Bir Çılgılık: Muharrem Ertaş Kırat Bozlağı'nın Çok Katmanlı Analizi Üzerinden Orta Asya'dan Anadolu'ya Âşıklık Geleneğinin İzini Sürmek, *Millî Folklor*, 122, 76-93.

GÜZEL, C. (2016). Çizgisel İletişim Modeli Bağlamında Âşık Tarzı Kültür Geleneği, *Littera Turca Journal of Turkish Language and Literature*, 2 (1), 153-166.

INGOLD, T. (1999). On the Social Relations of the Hunter-Gatherer Band, *The Cambridge Encyclopedia of Hunters and Gatherers*, 399-410.

İMİK, Ü. ve HAŞHAŞ, S. (2020). Müzik Nedir ve Hayatımızın Neresindedir, *İnönü Üniversitesi Kültür ve Sanat Dergisi*, 6 (2), 196-202.

İNALCIK, H. (2009). *Devlet-i Aliyye*. İstanbul: İş Bankası Yayınları.

İNAN, A. (2012). *Tarihte ve Bugün Şamanizm*. İstanbul: Örgün Yayınları.

İNCE-BAŞARAN, G. (2010). Toplumsal Hatırlama/Unutma Sürecinde Basın: Kolektif Siyasi Belleğimizdeki Cumhuriyet Tasavvuru, *Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Yayımlanmamış Doktora Tezi*, İzmir.

KURT, M. (2008). Toplumsal Kimliğin Yeniden İnşası: Aytmatov'da "Unutma" ve "Hatırlama", *Türk Yurdu*, 253, Eylül.

MALINOWSKI, B. (1998). *İkel Toplum*. (Çev: Hüseyin Portakal). Ankara: Öteki Yayınevi.

MENGÜ, G. (2002). Dil, Kültür ve Düşünce İlişisine Antropolojik Bir Bakış, *Antropoloji*, 14, 67-80.

OCAK, Y. A. (2011). *Osmanlı Sufiliğine Bakışlar*. İstanbul: Timaş Yayınları.

ODABAŞI, F. (2006). Dil-Kültür Bağlamında Müzik Dili ve Bunun Sosyal Bütünleşmedeki Yeri, *İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 14, 237-258.

OLICK, K. J. (1999). Kolektif Bellek: İki Farklı Kültür, (Çev: Meral Güneşdoğmuş), *Moment Dergi-Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 2014, 1(2), 175-211.

*Oxford Languages*, Erişim tarihi: 16.05.2021, <https://languages.oup.com/google-dictionary-tr/>.

ÖZÇUBUKCU, O. (2017). Kuzey ve Orta Asya Şamanizm’inde Ruh Fenomeni, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Isparta.

ÖZTÜRK, S. (2006). İletişim Bilimi İle Halkbilimini Buluşturan Bir Bilim İnsanı: İlhan Başgöz, *Folklor Edebiyat*, 48, 97-106.

REGELSKI, A. T. (2006), Music Appreciation’ as Praxis, *Music Education Research*, 8 (2), 281-310.

SARPKAYA, S. (2019). Kam, Meddah, Oyun Yöneticisi: Yeni Bir Anlatıcı Olarak Rol Yapma Oyunlarındaki Oyun Yöneticileri, *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 14 (1), 379-387.

SCHUDSON, M. (2007). *Kültürel Bellekte Çarpıtma Dinamikler*. İstanbul: Cogito-Bellek: Öncesiz-Sonrasız. 50. 179-199.

SUBAŞI, N. (2003). *Kültürel Mirasın Çeşitliliği ve Seçicilik Sorunu*. Ankara: Doğu-Batı Düşünce Dergisi. 7-25. 135-144.

TİMUÇİN, A. (2004). *Felsefe Sözlüğü*. 5. Baskı. İstanbul: Bulut Yayınları.

TURİNAY, N. (1996). *Kültür, Dil ve Sanata Dair*. Ankara: Akçağ Yayınları.

*Türk Dil Kurumu Sözlükleri* (TDK), Erişim Tarihi: 18.05.2021, <https://sozluk.gov.tr>.

YAKICI, A. ve SARITUNÇ, B. (2019). Sözlü Türk Kültürünün Yaşaması ve Aktarımında Hataylı Ozanların Rolü, *Folklor/Edebiyat*, 25 (100), 1011-1022.

YENİCİ, M. (2020). Toplumsal Bellek Kaydı Olarak Ara Güler'in Meyhane Fotoğrafları, *Art-Sanat*, 14, 557-577.

YULUĞ, E. (2018). Çatalhöyük'te Şamanizm İzleri, *Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Ankara.

### EXTENDED ABSTRACT

The society, which is formed by people living in cooperation and in line with common interests, has also given birth to a culture with partnership. The transfer of material and spiritual values needed in daily life is provided by a tool called "language", which emphasizes a partnership that is far from individuality. Language is the only tool that transfers the cultural heritage that nations have created and preserved for centuries to future generations. The power that carries out the transfer of culture to the mind through language is memory. Memory that acts as a bridge between the present and the past; it can be used in forms such as collective memory and social memory. What is meant by cultural memory, which deals with human memory in a social context by removing it from individuality, is that the human brain is far from individuality and develops in social and cultural conditions. Cultural codes and social institutions enable us to adopt social memory. Halbwachs, who was the first social scientist to develop the concept of collective memory, says that human memory is a purely social memory; The reason for this is that the individual lives in the society and the memories of the individual are formed by the relationship with the society. Therefore, it is necessary to evaluate human memory in a collective context. The basis of society is human, and the products that human beings reveal throughout their life are the traditions and cultural formations that make up their past. Social memory is needed to keep the past alive. Key memories, which Halbwachs calls "cue points," enable us to recall memories in our memory. With the cultural memory theory developed by Jan Assmann based on Halbwachs' theory of social memory, it describes the transfer of experiences belonging to a group to future generations. The narratives that form the basis of social memory are embodied in the process and transferred from generation to generation.

Man's most distinctive feature, his ability to speak, distinguishes him from other living things. The existence of verbal communication before writing is the most vivid example of how old verbal communication is. Another vitality feature in oral communication is the place of an ancient and universal phenomenon such as music in oral tradition. Music, which is a very effective sound language, is the

---

strongest and most known representative of a common experience and cultural memory. Even in the most primitive times of mankind, there is music; We always come across a musical element in weddings, festivals and funerals. There is a strong connection between communication science and folklore. According to Lasswell's vertical communication model, the subject of communication is the narrator. In every geography in the world, the word is always the focus of cultures. These cultural transmitters, on the other hand, are ozan-bard, şaman-shaman, bahşi, kam, aşık-minstrel, abdal which we can see in every society, even with name changes. Whatever their names, every culture has an oral transmitter. The general feature of these transmitters; It is the link between the known and the unknown. Humans are afraid of the unknown. The intermediaries between the God-unseen spirits-nature triad became the guide of man; These intermediaries have also been the transmitters of the common culture to future generations. We still come across these cultural transmitters with names such as bard and minstrel today.

TUNCER Esra Saniye. (2021). Reklam Metninde Gerçe(kli)ğin İnşa Süreci: Göstergebilim, İletişim, Sosyoloji Ve Felsefe Kuramlarının Düşüncü Ekseninde Kavramsal Ve Kuramsal Bir Eleştiri, *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 2021 güz -02-(121-149)

# REKLAM METNİNDE GERÇE(KLİ)ĞİN İNŞA SÜRECİ: GÖSTERGEBİLİM, İLETİŞİM, SOSYOLOJİ VE FELSEFE KURAMLARININ DÜŞÜNGÜ EKSENİNDE KAVRAMSAL VE KURAMSAL BİR ELEŞTİRİ

*THE CONSTRUCTION PROCESS OF REALITY IN AD TEXT: A CONCEPTUAL AND THEORETICAL CRITICISM ON THE AXIS OF THINKING OF SEMIOTICS, COMMUNICATION, SOCIOLOGY AND PHILOSOPHY THEORIES*

*Esra Saniye TUNCER<sup>a</sup>*

*Doi: 10.53281/kritik.829854*

*<sup>a</sup>Dr. Öğr. Üyesi, Dicle Üniversitesi, İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, 0000-0002-7927-1852*

## MAKALE BİLGİLERİ

### Makale:

Gönderim Tarihi: 23.11.2020

Ön Değerlendirme: 30.11.2021

Kabul Tarihi: 16.12.2021

### Anahtar Kelimeler:

Göstergebilim, Reklam, Reklam Söylemi, Kurgusal, Gerçeğin İnşası.

### Key Words:

Semiology/Semiotic, Advertisement, Advertising Discourse, Fiction, Construction.

## ÖZET

Reklamlarda “gerçeğin inşa ideolojisi”nin farklı konumlandırılmalarına şahit olmaktayız. Reklam, kurgusal söylemiyle gerçek yaşamı dönüştürmekte, gerçeği yeniden inşa etmektedir. Bu çalışmada temelde, bir iletişim olgusu olan reklam iletilerinin ve metinlerinin kurgusal gerçeklik bağlamında kuramsal bir değerlendirmesi yapılmaktadır. Çalışmada göstergebilim, iletişim, felsefe, sosyoloji kuramları ve reklam söylemi ışığında / üzerinden reklam metinlerinde gerçeğin inşa ediliş sürecinin görünümüne dair bazı bulgu ve sonuçlar elde edilmiştir. Bu bulgu ve sonuçların, reklam ve göstergebilim alanında gerçekleştirilecek çalışma ve araştırmalara faydalı olacağı umut edilmektedir / amaçlanmaktadır. Çağın sosyo-kültürel yapısında / sisteminde var olan mitler ile sosyal yaşama yansıyan reklam mitleri arasındaki ilişki, gerçekliğin inşa ediminde biçimlenmektedir. Bu bakış açısı, “reklam göstergebilimi” dalında yapılacak çalışmalara ışık tutacağı umulan çalışmanın önemine işaret etmektedir.

Çalışmada, reklam metinlerinin “gerçekliğin ideolojisi” üzerine geleneksel ve toplumsal mitlere uygun (s)imgeler barındırdığı ve bu (s)imgelerin reklamlarda gerçeği ürettiği / inşa ettiği ve yeniden ürettiği / inşa ettiği saptanmıştır. Reklamın kurgusal gerçekliği, birer tüketici olan insanları ve ilişkilerini manipülasyona uğratmakta ve aynı zamanda onları kendi gerçeğine yabancılaştırmaktadır. Bir başka deyişle, reklamın kurguya dayanan gerçe(kli)ğinde saklı olan ideoloji, insanların hem birbirleri hem de dünya ile olan ilişkilerini manipüle ederek yeniden inşa etmektedir.

Reklam, parçası olduğu sosyo-kültürel yapıdan / sistemden doğan mitleri ve ideolojileri topluma geri yansıtırken, diğer yandan söz konusu mitleri ve gerçe(kli)ğe dair ideolojiyi inşa etmekte ve yeniden üretmektedir.

**ABSTRACT**

In advertisements, we witness different positions of the “ideology of the construction of reality”. Advertising transforms real life with its fictional discourse and reconstructs reality. In this study, a theoretical evaluation of advertising messages and texts, which are a communication phenomenon, is made in the context of fictional reality. In the study, some findings and results were obtained about the appearance of the construction process of reality in advertising texts in the light of semiotics, communication, philosophy, sociology theories and advertising discourse. It is hoped/intended that these findings and results will be useful for studies and researches in the field of advertising and semiotics. The relationship between the myths existing in the socio-cultural structure / system of the age and the myths of advertising reflected in social life is shaped in the construction of reality. This point of view points out the importance of the study, which is hoped to shed light on the studies to be done in the field of "advertising semiotics".

In the study, it has been determined that advertising texts contain (s)images on the "ideology of reality" in accordance with traditional and social myths and that these (s)images produce / construct and reproduce / construct reality in advertisements. The fictional reality of the advertisement manipulates people and their relationships as consumers and at the same time alienates them from their own reality. In other words, the ideology hidden in the fictional reality of the advertisement reconstructs people's relations with each other and with the world by manipulating them.

While advertising reflects back to the society the myths and ideologies arising from the socio-cultural structure / system of which it is a part, on the other hand, it constructs and reproduces the said myths and ideology about reality.

© 2021- e-ISSN 2667-6850

---

**GİRİŞ**

Göstergebilim, insan ve evren ile ilişkili anlamlı dizgeleri inceler. Söz konusu anlamlı dizgelerden biri de reklamdır. Çağın fenomeni olan reklam, içerisinde gösterge ve kodların, ideolojilerin işlediği ve bu bakımdan göstergebilimsel incelemeye uygun kendine mahsus bir dil'e ve anlamlama dizgesine sahip olan bir iletişim olgusu / fenomeni özelliğindedir.

Bu çalışmada, metinsel özelliğe sahip reklamların gerçeklik olgusunu inşası rolünü, göstergebilim terimcesi yardımıyla tartışma ve yorumlama girişiminde bulunmaktadır. Çalışmada, gerçeklik ideolojisinin reklam metinlerindeki görünümünü ortaya çıkarmak / gözler önüne sermek amaçlanmaktadır. Bu amaçla, araştırmada göstergebilim, iletişim, sosyoloji ve felsefe kuramlarının ve

kuramcılarının düşüngü ekseninde kavramsal ve kuramsal bir eleştiri yapılmaktadır. Çalışmada, söz konusu kuramlar ve reklam söylemi ışığında / üzerinden reklam metinlerinde gerçeğin inşa edilmiş sürecinin görünümüne dair birtakım verilere ve tespitlere varılmak istenmektedir. Çalışmada, reklamın dili ve söylemi, gerçekliği ve kurgusallığı konuları üzerinden, reklam metinlerinde saklı olan gösterge, kod ve ideolojik iletilerin içerdiği anlamların kavramsal ve kuramsal bir çözümlemesi gerçekleştirilmektedir.

Reklam metinlerinin “gerçekliğin ideolojisi”<sup>1</sup> üzerine geleneksel ve toplumsal mitlere uygun (s)imgeler barındırdığı ve bu (s)imgelerin reklamlarda gerçeği ürettiği / inşa ettiği ve yeniden ürettiği / inşa ettiği saptanmıştır. Reklamın kurgusal gerçekliği, birer tüketici olan insanları ve ilişkilerini manipülasyona uğratmakta ve aynı zamanda onları kendi gerçeğine yabancılaştırmaktadır. Bir başka deyişle, reklamın kurguya dayanan gerçe(kli)ğinde saklı olan ideoloji, insanların hem birbirleri hem de dünya ile olan ilişkilerini manipüle ederek yeniden inşa etmektedir. Ayrıca, reklam manipüle edilen yaşama / dünyaya ait gerçekleri kullanarak işlemektedir.

Bu çalışmada, temelde bir iletişim olgusu olan reklamın yapısal olarak gerçeklik ideolojisi bağlamında kuramsal bir değerlendirmesi yapılmaktadır. Çalışmada göstergebilimin metodolojisi, reklamın dili ve söylemi ile kurgusallığı konuları tartışılmaktadır.

## 1. Göstergebilimsel Metodoloji Üzerine

Göstergebilim, kısaca, “gösterge dizgelerini inceleyen bilim dalı”dır (Güz, 2002: 155). Sözlük anlamı itibarıyla de “gösterge dizgelerini inceleyen dal; imbilim” (Vardar, 1980: 87) veya “göstergeler kuramı ya da öğretisi” (Rifat, 2013: 99) şeklinde açıklanan göstergebilim (İng. Semiotics, Semiology; Fr. Sémiotique, Sémiologie; İt. Semiotica, Semiologia Rifat ve Rifat, 2010: 82/42/115; Rifat, 2013: 99),

“göstergeleri inceleyen bilim dalı” veya “göstergelerin bilimsel incelemesi” olarak tanımlanır.

Göstergebilim, genel olarak insan ve evren ile ilgili her şeyi inceleme konusu yapar / sayar.

Yücel (2008: 166), ‘göstergebilimin sorununun, insan için insanın ve dünyanın anlamı sorunu’ olduğunu söyler. Göstergebilimin alanı, dünyadaki göstergelerin anlamlama biçimlerini kapsar.

Toplumsal ve kültürel sistemin içinde işleyen kodlarla şekillenen metinsel ve anlatsal yapıları



konu edinir. Sonsuz anlam katmanlarına sahip kültürel dizgeleri inceleyen göstergebilim, soyut somut her şeyi “gösterge” gözüyle değerlendirir ve göstergelerin “nasıl” ve “niçin” kullanıldığına dikkat çeker. “Kim, hangi göstergeleri, hangi koşullarda, nerede ve hangi amaçla kullanıyor?” (Çiçek, 2014: 218) sorusu göstergebilim çözümlemelerinin yegane sorunsalıdır. Bu da demektir ki, en yalın ifadesiyle göstergebilimin mutfağı; evren, dünya ve insan’dır. Greimas’ın yaklaşımıyla göstergebilim, geliştirmiş olduğu inceleme örneklerini ve yöntemleri bilimlerin hizmetine sunan yöntembilimsel bir yaklaşım (Rifat, 1998: 301) olarak bilinir. Reklam da, içinde ideoloji ve kodların işlediği başlı başına bir “gösterge” olarak göstergebilimin konusudur.

Göstergebilimsel araştırmalar, “göstergebilim” ve “anlambilim” ayrımı üzerine dayanır. Göstergebilim, gösterge yasaları ile alakadar olurken, anlambilim ise göstergelerarası ilişkilerden türeyen anlam üzerine eğilir; bir başka deyişle “Anlamlama göstergebilimi, konudilin anlamsal üretim özelliklerini ve katmanlarını, kendi yarattığı tutarlı ve tümükapsayıcı üstdilil ilke ve kavramlarıyla yeniden yapılandırmaya çalışır” (Rifat, 2013: 148).<sup>2</sup> Göstergebilim ile anlambilim birbirine bağlı alanlar olsa da aynı zamanda birbirinden farklıdır. Bu nedenle göstergebilim, iki ayrı alana ayrılabilir, iki ayrı başlık altında incelenebilir. Bu bölümde anlambilim ve göstergebilime ilişkin temel kavram ve terimlere de genel hatlarıyla yer vermek istedik.

Kaplan (1992: 152), her ilmin kendine özgü işaret ve terimlerden oluşan bir dile sahip olduğunu söyler. Her b(ilim) dalı, kendi birikimine has farklı terimleri, kavramları ve özel bir dili kapsayan bir terimler dizgesi, bir terminolojidir (TDK *Çevrimiçi Sözlüğü*). Göstergebilim de kendine has özel bir terminolojiye sahiptir. Çağımızda anlatı biçimlerini inceleyen, açıklayan, anlamları değerlendiren çok sayıda “yorumlama”, “eleştiri” ve “okuma” yöntemlerine “göstergebilimsel yöntem” de eklenebilir (Rifat, 2014; 1992: 14). “Eleştiri” ve “yorum” ilmi olarak bu iletişim alanının da kendine özgü bir terminolojisi vardır: gösterilen - gösteren - gösterge, görüntüsel – belirtisel - simgesel gösterge, düzanlam - yananlam, anlamlandırma, gönderge, eklemle(n)me, metafor (eğretileme) - metanomi (düzdeğişmece), ikon terimlerini içeren bir dizi.(Barthes, 1999)

<sup>2</sup> Göstergebilim, kimi kullanımlarda, (anamlı bütünlükler olarak ele aldığı) gösterge dizgelerindeki anlamsal katmanları yapılaştırmayı amaçlayan anlambiliminin bir başka adıdır (Rifat, 1986: 9).

## 2. Reklamın Söylemi ve Reklam Kodları

Classer(1972), reklamın bir iletişimsel süreç olduğunu söyler ve reklamı şöyle tanımlar: ‘Bir hizmete veya mala dair bir mesajı (iletiyi) görüntülü veya sözlü olarak pazarlamak amacıyla yapılan edimlere “reklam” denir’ (aktaran Kocabaş, Elden ve Yurdakul, 1999: 63). Bir iletişim ve ikna süreci olan reklam, kişilerarası iletişimi biçimlendiren, göstergeler ve kodlarla örülü, başlı başına bir kitle iletişim aracıdır. Reklam iletisi işaret ve sembollerden oluşur. Bu işaret ve semboller “bir kelime olabileceği gibi, yazı türü, renk, hareket veya ses etkisi gibi herhangi bir şey de olabilir” (Tokol, 1985: 53). Reklamda bu işaret, şekil ve sembollerin içiçe geçtiği, eklemlendiği resimler ya da görüntülerle insanların zihinlerinde çeşitli çağrışımlar oluşturulur. Bu bakımdan reklam anlatımında işaret ve semboller önemli bir yer tutmaktadır.

“Reklam gerçekten işaret ve sembollerin bir koleksiyonudur. İşaretler okuyucuyu veya izleyiciyi harekete geçirirken, semboller de daha çok iletişimin sağlanmasına yardımcı olurlar.” (Tokol, 1985: 60).

İçinde gösterge ve kodlarla örülü yasaların işlediği reklam, kendine özgü bir dil ve söylem kullanır. Barthes (2000: 104), dilin doğasında kurgusal olduğunu söyler. Reklamın da kurgusal bir dili vardır. Bu dil, görüntü ve söz birlikteliğinde yansımaları bulur. Günümüzde çeşitli görüntü ve söz efektleriyle, gelişmiş teknolojinin yardımıyla sanatsal bir biçim kazanan reklam dili, hedef kitlesini etkilemeye çalışır. “Reklam sanatsal bir ürün olarak sunduğu güzelliğe sahip olunmasını ister.” (Çamdereli, 2004: 59-61). Bu sahipliği gerçekleştirebilmek için de kendine özgü yöntemler kullanır.



### Görsel 1: Reklam Metinleri

İnsanoğlu, reklam aracılığıyla ürünle ilişki kurar ve onu anlamlandırır. Görsel bir dil geliştiren reklam, fantastik ve büyülü bir evren kurarak seyirciyi bu bambaşka dünyanın / evrenin içine çekmeye çalışır. Çeşitli dilbilimsel özellikler içeren reklam dili; alıcısının ilgisini çekebilmek ve hatırlanır olmak için gündelik dil kullanımlarından yararlanır. Şiirsel bir dile sahip olan reklam, genellikle düzdeğişmecesel özelliklere ve eğretilmelere dayanır, çeşitli söz sanatlarından yararlanır.

“Günümüzde tüm sanal/güçül dışavurum yöntemleri reklamcılık tarafından emilerek yutulmuştur. Bir derinlikten yoksun, anlık ve ânında unutulma özelliğine sahip olan reklamlar, tüm özgün kültürel biçimlerle tüm özgün dil yetilerini yutmaktadırlar. Buna yüzeysel bir biçimin zaferi, tüm anlamlandırma biçimleri arasındaki en küçük ortak payda, anlamın sıfır derecesi, antropinin tüm olası söz (mecazlar) oyunlarına karşı kazandığı zafer de diyebilirsiniz.” (Baudrillard, 2011b: 128)

Reklam, izleyicisini satınalma konusunda cezbetmek için duygusal ve estetik işlevlerden oluşan bir söylemden / dilden faydalanır. Reklam bu yönüyle (Baudrillard’ın ifadesiyle) “kendi kendinin mesajına dönüşen bir iletişim aracıdır” (2011b: 132). Reklam, gizil anlamlar ve karşıtlıklar içeren kavramları (farklılık / ayrıcalık, özgürlük vs.) çoğu zaman örtülü şekilde kullanmaktadır.

Reklamın ana söylemi; ürün’dür, yani “tüketim edimi”dir. Reklam metinleri tüketim kültürünün temel dayanakları olan hedonizm ve materyalizm anlayışlarını içermekte, materyalist ve hedonist değerleri üretmektedir. “Günümüzde reklam bu toplumsalı biçimlendirmeye, bin bir kılığa sokarak övmeye, eksikliği her geçen gün daha derinden hissedilen bir toplumsalı inatla ve kışkırtıcı bir şekilde

anımsatmaya çalışma biçimidir.” (Baudrillard, 2011b: 133)

Reklam, abartı bir dile sahiptir; ürün ve markalara abartı özellikler yükler. İllüzyonist ve hipnotik unsurlardan yararlanan reklam, insanlara ürünü satın almalarını empoze eder. İnsanları satın alma yönünde adeta hipnotize eden reklamlar, ürüne “sihirli değnek” özelliği yükler ve bu yolla izleyicide duygusal etki yaratmayı amaçlar. Topçuoğlu, (1996: 204) illüzyonun, ürüne gerçek vasıflarını abartarak veya yeni birtakım vasıflar ekleyerek, “olağanüstülük” niteliği kazandırmak olduğunu söyler. Böylece ürünün / malın / markanın satın alınma şansı artırılmaktadır.<sup>3</sup>

Barthes (1999: 245-246), her reklamın ürünü söylediğini (yananlam) fakat başka şey anlattığını (düzanlam) söyler. Reklam dili ve söylemi, düzanlam ve yananlam bildirilerini eklemeyerek “anlatı”yı oluşturur. Reklam, söylemini ürün üzerine kurar; insanı ve ürünü çeşitli yollar / teknikler / araçlar ile ilişkilendirir. Kendine ait bambaşka bir dünya, gerçeküstü bir yaşam tasarlayan reklam, insanı da bu gerçektışı evrenin içine çekmeye uğraşır. İnsanları sunduğu hayatın gerçek olduğuna inandırır ve bunu son derece doğal bir şey-miş gibi sunarak normalize eder, doğallaştırır, toplumun gözünde meşru kılar. Sunduğu yaşam, tamamen ürüne koşullanmış bir yaşamdır. Söyleminin doğasında ve temelinde hep ürün vardır, her şey ürünle vücut bulur. Reklamın sihirli değneğidir ürün. Mübalağalı diliyle, olağandışı, sıradışı, fantastik olaylarla örülü dünyasında, insanüstü özelliklere ve yeteneklere sahip (kadın, erkek ve çizgi) süper kahramanların bulunduğu bir kurgusal evrende / yaşamda, “abartı” sorunlara “abartı” çözümler getirir ve dolayısıyla ürünün gücü abartılmış olur: Ürüne sahip olunmakla aynı zamanda onun vadettiği yaşama, sahip olduğu imgeye, prestije sahip olunacaktır; bir başka deyişle ürünü satın almakla o yaşam / imge satın alınacaktır. Barthes’ın ifade ettiği gibi, reklam başka şey anlatarak söylediği hep üründür. Üstün özelliklerle donatılan ürün, günümüz tüketim toplumunda adeta putlaştırılmaktadır. Çağdaş söylenlerin (reklamların) miti olan ürün, alışveriş merkezlerini adeta tavaf eden çağdaş tüketicilerin taptığı bir “put” haline gelmiştir. Çağımızda gündelik alışverişlerden lüks tüketime, reklamdan popüler sanata, beden olgusundan cinselliğe ve insanların dinlenme biçimlerine kadar tüm yönleriyle tüketim toplumunu çözümleyen Jean Baudrillard’a (2021) göre, “gerçek ihtiyaçlar ile sahte ihtiyaçlar arasındaki ayrımın ortadan kalktığı tüketim toplumunda birey tüketim mallarını satın almanın ve bunları sergilemenin toplumsal bir ayrıcalık ve prestij getirdiğine inanır. Böylece genel bir toplumsal

<sup>3</sup> Nitekim, yapılan araştırmalar, marka reklamcılığının satışı güçlendirdiğini ortaya koymaktadır. Söz konusu araştırmalardan birini gerçekleştiren Ehrenberg (2000), genel olarak reklamcılık ve tüketimi incelediği çalışmada reklamcılığın rolünü, markalar arasındaki rekabeti ve özellikle sıklıkla satın alınan malların yerleşik markaları için marka seçimini etkileyen faktörleri tartışır ve araştırma sonucunda reklamcılığın temel rolünün satın alınan markalardan elde edilen memnuniyet duygularını pekiştirmek olduğuna karar verir.

farklılaşma mantığı ortaya çıkar. İhtiyaç artık bir nesneye duyulan ihtiyaçtan çok, bir farklılaşma ihtiyacıdır. Tüketici tek tek nesnelere değil, mal ve hizmetler sistemini bütünüyle satın almaya yönlendirilir; bu süreçte bir yandan kendini toplumsal olarak diğerlerinden ayırt ettiğine inanırken, bir yandan da tüketim toplumuyla bütünleşir. Dolayısıyla tüketmek birey için bir zorunluluğa dönüşür. Bu anlamda tüketim bireyin özgür bir etkinliği değildir. Tersine hem ihtiyaçlar sistemini üreten ve yönlendiren üretim düzeninin hem de birer gösterge olarak tüketim mallarının kazandırdığı görece toplumsal prestij ve değeri belirleyen anlamlandırma düzeninin zorlaması altındadır. Sonunda bu yabancılaşma o kadar kapsayıcı olur ki, tüketim toplumunun yapısı haline gelir.”



**Görsel 2: Reklam Metinleri**

Günümüzde, tüketim toplumunun moda ve medya (reklam) aracılığıyla pompaladığı imajlar, gösterişçi ve sembolik tüketim<sup>4</sup> olgusunun ortaya çıkmasına yol açmıştır. İnsanların çevrelerindeki kişilere prestijini, statüsünü ve/ya ait olduğu sınıfı gösterme amaçlı yaptıkları alış-verişler olarak tanımlanmakta olan gösterişçi tüketim olgusu / kavramı, insanlar tarafından ürünlerin bir “prestij, statü ve sınıf göstergesi” olarak algılanmasına dayanmaktadır. Nitekim “Veblen, gösterişçi tüketim olgusunun üst sosyal sınıflar ile üst sosyal sınıflara benzemeye çabalayan diğer sınıfların gösteriş amacıyla yaptıkları alışverişler olduğunu ifade etmiştir” (Güleç, 2015: 63). Çağımızda global iletişim teknolojileri, medya ve pazar çeşitliliğinin etkisiyle insanlar, ürünlerden çok markalara ilgi göstermekte ve ürünlerin imgelerini (imajlarını) ve simgeleri göstermelik olarak tüketmektedirler. Küresel dünyada yaşanan tüketim krizi / çılgınlığı, sosyal statünün, sınıf atlamının bir göstergesine dönüşmüş, bireyler tükettikçe kendilerini güçlü, başarılı, mutlu, özgür hissettiğini sanarak bu düşünceyle daha fazla gösterişçi tüketime yönelmektedir. Guy Debord (1996: 29/87), “Gösteri Toplumu” adlı eserinde

<sup>4</sup> Veblen, gösteriş amaçlı tüketim (conspicuous consumption) kavramını ilk kullanan kişidir (Açıkalın ve Erdoğan, 2004: 6).

günümüzde gerçek tüketicilerin yanılsamaların tüketicisi haline geldiğini ifade ederek, metanın gerçek yanılsama, gösterinin ise onun genel tezahürü olduğunu söyler ve “zamanın gerçekliğinin yerini *zamanın reklamı* alır” der.

Baudrillard (2011b: 133), reklamın, kamusal alana ait her şeye karşı duyarsız kalındığını gösteren, paradoksal bir aşağılama aynası olduğunu söylemektedir:

“Reklam her zaman boyun eğmeden fazlasını yapmış ve ekonomi politikle ticarî eşyayı yansıtan bir ayna işlevine sahip olmuştur. Paramparça olsa da yüzeysel gelişmesini sürdüren bir dünyada, bir ara görkemli bir düşselliğin temsilciliğini yapmıştır. Ticarî mal günümüzde doyuma ulaştığı (tıkandığı) için artık yeni bir şey üretmeyen bu dünyaya değil, kendi üstüne kapanmış bir dünyaya aittir. Bu yüzden bir anda o görkemli düşselliğini yitirmiş ve bir anlamda ayna evresinden, yas tutma evresine geçmiştir. Artık bir ticarî eşya sahnesi yoktur. Yalnızca anlamsız ve müstehcen biçimlere sahip ticarî eşya vardır. Reklam da zaten bu tıkanmış ve boş biçimi görüntülemekten başka bir şey yapmamaktadır. İşte bu yüzden reklama özgü bir alan yoktur. Reklam biçimiyle görüntülerinin bir anlamı kalmamıştır.” (s. 136)

Ona göre (s.135) her şey reklam tarafından emilmekte, anlamsızlaştırılmakta, göstergeleri ne olursa olsun, insanları şaşırtıcı olan bir hipergerçeklik durumunun içerisine sokarak rahatlatmaktadır ve ayartma denilen bu içi boş ve karşı konulamayan biçimi başka hiçbir şeyle değiş tokuş edemeyecek hale gelmemize neden olmaktadır.

#### 4. Reklamda Gerçeklik İdeolojisi / Olgusu ve Kurgusalılık



Görsel 3: Reklam Metinleri

İnsanoğlu evreni kendince okuyup anlamlandırırken sürekli anlatılar üretir. Evrende sayılamayacak kadar çok değişik tözlere dağılmış anlatı türünün var olduğunu söyler Barthes (1988:7).

Medya metinleri anlatılar içerir ve iletilerle yüklü bir medya çıktısı olan reklam metinleri de anlatılarla donatılmıştır. Reklam metni, göstergeler ve anlamlarla yüklü birer “göstergebilimsel dizge”dir ve belli bir anlatı’yla donatılmıştır. Reklam söylemi ve anlatısı, diğer tüm anlatılarda olduğu gibi “gösterge biliminin” kavramsal / kuramsal evrenine dahildir. Kurgusal gerçeklik evreni olaylar, olgular ve psiko-sosyolojik, cinsiyetçi ve ideolojik örüntüler gibi farklı anlatı süreçlerini kapsar. Anlatılar, göstergebilim kuramında “anlatı izlencesi” adı altında çözümlenir.

Reklamın söylemi kurgusal bir söylemdir, çoğu zaman gerçekdışı sözcelerden oluşur ve kurguya yatkındır. Reklam, söylemi gereği kurgusaldır; bir nevi kurgulanmış gerçektir. Diğer metinsel türlerde olduğu gibi reklamda da ‘anlatı türü, genel olarak gerçek veya kurmaca olayların öykülenmesini ifade eder’ (Mutlu, 2012: 27). Birbiri ardına eklenen bütünleşik, çelişik ve karşıt yapılar / sistemler halinde şekillenen anlatılar; görsel, dilsel, sessel ve edimsel biçimlerde oluşabilir ve düşünce, duygu ve değer yargılarıyla biçimlenirler. Reklam da bir metin olarak içerdiği dil, söz, görüntü ve müzik öğeleri ile bir çeşit anlatıdır, sanatsal ve söylensel düzeydeki anlatı çeşitlerinden yararlanır. Reklam, temelinde karşıt, çelişik, bütünleşik yapıların eklenmesinden ve belli bir anlamla donatılmış ilişkiler ağından meydana gelir.

Medya olay(lar)dan hareket ederek bir nevi anlatı meydana getirir; bu anlatı ise genellikle çarpıtılmış bir imge olmaktadır (Sığırcı, 2014: 155). Bir medya türü olan reklam, kurguya dayalı anlatısı ve söylemiyle gerçeğe ilişkin yanılsamalar yaratır. Reklamın sözceleri, yalın anlatılardan oluşsa da bilişsel bir koşullandırım (satın almayı) empoze etmektedir. Bu koşullandırımalar, metnin temel kurgusunu oluşturur. Erkman Akerson (aktaran Sayın, 2014: 83), metinsel anlatıların gelişigüzel kurulmadığını, genellikle türüne uyan kurgulu yapılanmalara uygun olduğunu söyler ve metinsel anlatıyı çepeçevreleyen bir yaşam, bir ortam ve bir kültürel yapının varlığından söz eder.

Yazınsal göstergebilimin temel unsuru olan anlatı ve süreci, reklam anlatısında / söyleminde “görüntü anlatısı” olarak kendini gösterir. Bu “görsel anlatı”, göstergebilimsel terimceyle okunan kodlama biçimlerinden (gösterge/leme/lerden) örülüdür. Görsel anlatılar, imgesel öğelerden meydana

gelir. Reklam metinlerinde imge ve simülakrlar aracılığıyla gerçeklik olgusu üzerine bir çeşit yanılsama ve gerçeğimsi (gerçeğin benzeri) bir ambiyans sunulur; gerçek yaşam bir nevi kurgusallaştırılır. Reklam, etkisi gerçeklere yaslansa da gerçeğin bir çeşit “ertelenmiş imgesini” aktarmaktadır bize (Parkin’den aktaran Büker ve Kıran, 1999: 50). Reklam metinlerinde kurgulanan gerçek yaşam bu suretle yeniden üretilir. Bir başka deyişle, reklamda, gerçeklik kurgulanarak yeniden üretilir ve sunulur. Baudrillard (2011a: 97), gerçek ya da “gerçekliğin yeniden-üretimi” konusunda şunları söylemektedir:

“Walter Benjamin *Teknik Yeniden Üretilirlik Çağında Sanat Yapıtı* başlıklı çalışmasında bu yeniden-üretim ilkesinin temel içermelerini ortaya koyan ilk kişi olmuştur. Yeniden-üretim, üretim sürecini emip yuttuğunu, ereklerini değiştirdiğini, üretim ve ürünün statüsünde değişikliğe yol açtığını göstermiştir. Bu olguyu sanat, sinema ve fotoğraf alanlarında ortaya koymuştur; çünkü bunlar “klasik” üretkenlik geleneğiyle ilişkisi olmayan ve XX. yüzyılda yeniden üretilirlik adı altında aniden ortaya çıkan yeni alanlardır. Ancak bugün tüm maddi üretimin bu evrene ait olduğunu biliyoruz. Bugün kapitale özgü bütüncül sürecin gelip düğümlendiği nokta – moda, medya, reklam, haber ve iletişim ağları – yeniden-üretim ya da Marx’ın pek de önemsemeyen yan ödemeler (bu sayede tarihin ironi düzeyini ölçebilmek mümkün olmaktadır) dediği düzey, yani simülakrlar ve koda ait evrendir.”







**Görsel 4: Reklam Metinleri**

Medya ve bir medya biçimi olan reklamlarda söz ve görüntüden oluşan söylemsel anlatı ya da anlatsal söylem süreci, gerçekliğin kurgusal biçimlenişiyle anlamlama süreçlerine eklenir ve Roland Barthes'ın (1999: 28) ifadesiyle gerçeğin yanında başka bir gerçek meydana getirir.<sup>5</sup> Gerçeklik, iletişim araçları (medya) eliyle biçimlendirilip, manipüle edilip bir bakıma yeniden üretilir.<sup>6</sup> Bu noktada, gerçeklik olgusu ve gerçeğin manipülasyonu konusunda Jean Baudrillard'ın "Simülasyon" kuramı çarpıcı tespitler içermektedir. 20. yüzyılın en önemli kuramlarından biri Baudrillard'ın "Simülasyon" kuramı olmuştur. İçinde bulunduğu çağın tarihsel, toplumsal, kültürel, politik ve ekonomik süreçlerine yönelik yapılanmaları irdeleyen ve buna uygun çözümlemelerde bulunan Fransız düşünür, bireylerin ve toplumun gerçeklik algısını ve gerçeği kavrayış biçimini sorgula(t)maktadır. "Baudrillard'ın günümüz dünyası ve sanatına getirdiği eleştiri, medya ve diğer iletişim araçlarını elinde bulduran sistemin, insanları çeşitli yöntemlerle yönlendirdiği ve onları her türlü konuya ya da olaya karşı duyarsız, tepkisiz ve zararsız hale getirdiği yönündedir. Kapitalist iktidarlar yaptıkları güdülemelerle sisteme kurban seçtikleri dönemin toplumlarını ve onların yaşantılarını kontrol altına almak isterler. Postmodern dünyada "gerçek" in kaderiyle oyun oynamaktan kaçınmayan bu tür iktidarlar, çeşitli imgelerle yeni sahte gerçekler üretme çabası içerisine girerler. Böylesi toplumlarda gerçek ile sanal, hakikat ile illüzyon birbiri ile kaynaşır, ayrılmaz bir hal alır." (Kaya, 2018: 316).

Düşünür, Batı sistemine dair yaptığı eleştirilerinde savaşlar, bilim, tıp, politika, sanat, iletişim, medya, reklam, ordu gibi çok ve çeşitli alanlardan örnekler sunarak, "gerçeklik ilkesi"nin yaşadığı dönüşümü çeşitli benzetimlerle ortaya koyar (Kaya, 2018: 315). Postmodern çağda en önemli ve büyük filozoflardan biri kabul edilen Baudrillard, gerçe(kli)ğin fiziksel ve kavramsal anlamda ortadan kalkarak,

<sup>5</sup> Burada, dilin ikinci anlatı düzeyinde kurulan simülasyonun kültür ve tüketim endüstrisi tarafından manipüle edilen "gerçeklikler" olduğu vurgulanabilir. Baudrillard (2011b: 14-15), bu konuda şöyle söyler: "Günümüzde gerçek artık minyatürleştirilmiş hücreler, matrisler, bellekler ve komut modelleri tarafından üretilmektedir. Bu sayede gerçeğin sonsuz sayıda yeniden üretimi mümkün olmaktadır. ... Artık işlemsel bir gerçek vardır. Aslında gerçek bu değildir çünkü onu sarıp sarmalayan bir düşsellikten yoksundur. Bu atmosferden yoksun bir hiperuzamda kombinatuvar modellere benzeyen, sentetik bir şekilde üretilmiş gerçek, diğer adıyla hipergerçektir."

<sup>6</sup> Baudrillard, gerçekliğin iletişim araçları, medya ve reklamlar yoluyla yeniden üretilmesini / üretimini "simülasyon / hipergerçek" olarak adlandırır: "Bir köken ya da bir gerçeklikten yoksun gerçeğin modeller aracılığıyla türetilmesine hipergerçek yani simülasyon denilmektedir." (2011b: 14) Ona göre, günümüzde gerçeğin yerini simülasyon ve simülakrlar almıştır, yani aslı yerine göstergeleri konulmuş bir gerçekten söz edilmektedir.

yerine sanalın geçtiğini içeren “simülasyon kuramı”nı ortaya atmıştır (Okuyan ve Taslamam, 2018: 29). “Simülakrlar ve Simülasyon” adlı yapıtında (2014) bilimkurgu, sinema, medya, iletişim, reklam alanlarında 'hakikat' ve 'gerçek' olgularının nasıl birbiriyle yer değiştirdiğini çarpıcı bir dille anlatan (url-4) Baudrillard’a göre (url-5), “bugünkü sistemi kavramak için dolaşıma sürülen tezler “hiçlik” duvarında birer birer erimeye mahkûmdurlar. İşlenen bu kusursuz cinayeti araştırmaya başladığımızda iletişim, sinema, reklam veya mimarlık alanlarında “gerçek” ve “hakikat” düzeneklerinin birbirleriyle nasıl yer değiştirdiğine göz atmamız yeterlidir. Bir resmin taklidi, bir eserin yorumu veya tarihî bir yapının kopyası tüm aurasını yitirerek aslının yerine geçebilmektedir. Artık her türden sanatsal kaygı, hakikat arayışı ve iletişim tarzı tüketilmek için vardır, iletişim araçları iletişimsizliğin mükemmel bir örneğini sergilerler. Sözelimi, belgeseller anımsamaktan çok unutturmak için vardır, “için için kaynayan” her bir anlam parçacığı içeriğinden boşaltılıp medya adlı devasa boşlukta simüle edilir. Tüm olup bitenlerin yansıdığı ekranlarda her şey gizlenir, üzeri kapatılır. Ve kitleler, iletişim araçlarına sarılarak modern bir kurban töreninin ritüellerini söz birliği etmişçesine mükemmelen yerine getirirler.”

Postmodernite çağının önde gelen düşünürlerinden biri olan Baudrillard, yapaylığın hâkim olduğu bir dünyada yaşadığımızı ve içinde bulunduğumuz milenyum çağının gerçekliğini kaybettiğini söyler. Onun “simülasyon kuramı” şeklinde temellendirdiği bu olgusal durum, gerçekliğin simülakrlar yoluyla imaj, gösterge ve kodlara dönüşmesiyle açıklanır. (Okuyan ve Taslamam, 2018: 29) Toplum, gerçeklik ve simgeler ilişkisini irdeleyen kitabında medya ve kültürün toplumsal inşasındaki rolünü ele alan Fransız düşünürün yapıtının temel öğelerini simülakr ve benzetim oluşturur. Buna göre, benzetim gerçek olayların yapay biçimde yinelenmesi, simülakr ise gerçekte var olmayan nesnelere yerine geçen kavramlar olarak ifade edilmektedir. (URL-1) Baudrillard (Gültekin, 2017), gerçeklik ilkesinin yitimi üzerinden yaptığı çözümlenelerde, gerçek bütün bağlamlarıyla paramparça olduğundan aslında evrenin bir hiçlikten ibaret hale geldiğine, bunun *hipergerçeklik* evreninde yaşadığımız anlamına geldiğine ve hipergerçek evreni kuran ve sürdüren olgunun ise *simülasyon* olduğuna dikkat çeker: “Baudrillard’a göre, bütünüyle asıllarını yitirdiğimiz ve yerlerini simülakrlarına bırakan inanılmaz sayıda olguyla yaşıyoruz ve bunun bilincinde değiliz. Devlet, otorite, politika, din, ordu, eğitim, sanat, sağlık, iletişim, hukuk gibi bütün kapsamlı olgu ve kurumlar asılları ile bağlarını kopararak gerçek olma özelliklerini yitirmişler, dolayısıyla mantık yasalarının ötesine geçerek hiperuzamda simülasyon yasalarıyla uyumlu bir doğaya sahip hale gelmişlerdir.”

“Baudrillard, bugüne medya aracılığıyla geldiğini teknolojik determinist yaklaşımıyla ifade ederken, gerçek ile medyanın bize sunduğu modeller arasındaki ayrımın bulanıklaştığına ve bir simülasyon dünyasında yaşandığına dikkat çeker (Taslaman, 2016: 188). Ona göre, sanalın iktidarına zemin hazırlayan gerçekliğin yitimi olmuştur.” (Okuyan ve Taslaman, 2018: 29) Medya ve reklamlardaki düşsellik (düşsel evren ya da simülasyon evreni, Baudrillard’ın (2011b: 30) Disneyland için söylediği gibi) ne gerçektir ne de sahte. Bu evren, simülakrlarla dolu, gerçeği dönüştürerek yeniden üreten bir biçime sahiptir: Burası gerçeğe has olan düşselliği, gerçeğe simetrik bir biçimde yeniden dönüştürebilme amaçlı tasarlanmış bir nevi (ikna) caydırma makinesi olup, bu evrene çocuksu görünüm vermek için, yetişkinlere has "gerçek" ve bir başka evren olduğu fikrini onaylatma isteğidir (url-3). Baudrillard’a göre (Gültekin, 2017), imge her bir aşamada simülakrları yaratmakta ve bir sonraki aşamaya taşımaktadır; son aşamada artık imgenin gerçekliğin hiçbir çeşidiyle ilgisi kalmamış, yalnızca kendi kendisinin simülakrı haline gelmiştir.

Medya ve reklamlarda insanlar simüle imgeler, imajlar, gösterge ve simgeler ile yapay ve sanal hazlar ve tüketim nesnelere dönüşen simülakrlar ile ayartılmaktadır. “Baudrillard’da ayartma; imaj ve göstergeler aracılığıyla sunulan ve bu unsurlardan faydalanan itici gücün ismidir” (Dağ, 2014: 187’den aktaran Okuyan ve Taslaman, 2018: 40). Günümüzün sembolik düzeninde modern bireyin yaşamına hâkim olan ayartma, simüle imgeler, imajlar, göstergeler, simgeler ve kodlardan faydalanarak hipergerçeklik olgusunu yaratmaktadır. Bu hipergerçek evrende medya, reklam ve moda sanal göstergeler ve simgeler üreterek insanlara yapay hazlar sunmaktadır. Simgesel düzenin gösterge üreticileri medya, reklam ve moda aracılığıyla güçlenen ayartma, insanları kendi evrenine çekerek kolayca manipüle etmektedir. Bu hipergerçeklik evreninde nesnelere ve şey’ler ile birlikte insan da değişim ve dönüşüm geçirmektedir. “Bu anlamda tüketim nesnesi eşyanın kendisi değil, iletişim biçimidir.” (Okuyan ve Taslaman, 2018: 40)

Medya ve reklamların yarattığı simülasyon evreninde kitleler içi boşal(tıl)mış anlamlar dünyasında yüzmektedir. “Anlam ve iletişim hipergerçekleşmiştir” (Baudrillard, 2011b: 120). Herşeyin sanallaştığı, yapaylaştığı, sahteleştiği, yanılzamaya dönüştüğü, gerçeğinden kopmuş kopya ve taklit göstergelerle dolu bu simülasyon evreninde şeyler ardındaki anlamını yitirmiştir; “anlamın yitimi ise

fikir ve düşünceyi yok etmekte, gerçeği sanala, insanları metaya, toplumları kitleye dönüştüren bir döngüsel düzenin içine sürüklenmemize neden olmuştur.” (Okuyan ve Taslaman, 2018: 43) Günümüzde sanat, bilim, politika / siyaset, popüler kültür, moda, sinema ve diziler, reality şovlar, sosyal medya, hipermarketler ve alışveriş merkezleri gibi medya ve reklam mecrası da bu sayılanlar arasındaki yerini çoktan almıştır ve kendine has çeşitli oyunları ve stratejileriyle kitleleri “ayartarak” peşinden sürüklemektedir. Dünyamızda gündelik yaşamdan sanata, modadan siyasete, medyaya, reklama, pop/üler kültüre dek her şeyde ayartmanın izleri görülür. Göstergeler ve imajlar (imgeler) simülasyon unsurları olarak giderek hayatımızı kuşatmakta, hayatımıza tahakküm etmektedirler.

Baudrillard, artık günümüzde gerçeği imgesinden ayırma becerisinden yoksun olduğumuzu, reklamların bize 'şey'leri değil şey'lerin imgelerini sattığını söyler. Medya ve özelde reklamlar; imgeler, altüst oluşlar ve yeniden yapılandırılmalarla gerçeği yapısöküme uğratar. “Yapısöküm yöntemi, yıkarken tekrar yapmaya çalışmayı kapsar.” (Yanık, 2016.) Reklam da, gerçeği (gerçeklik yasalarını) yıkıp yeniden yaparak kendi gerçeğini oluşturur, bir bakıma kendi kendini belirtir. Gerçeğe yaslanan reklam imgelerle dolu kurgusal ve yapısökücü yasanın işlediği bir evren oluşturur kendine ve imgelerle dolu kendi kurgusal evreninde gerçeklik yasalarını çiğneyen çelişkiler, altüst oluşlar, olağanüstü / doğaüstü unsurlar ile tamamen yapay ve sahte bir gerçeklik oluşturur kendi içinde. Reklam, gerçek olaylara benzeyen imgesel koşullar ve durumlar kurgular; gerçekliği taklit eder ve “imgeyi oluştururken de sembolik, indeksikal ve ikonik göstergelerden yararlanarak bu göstergelerin olanaklarını kullanır” (Yazıcı, 1997: 114). Öte yandan reklam, etkisi gerçekliğe yaslansa da, gerçeğin ve geleceğin ertelenmiş imgelerini sunar bize bir bakıma (Büker ve Kıran'dan aktaran Çamdereli, 2004: 60). Dolayısıyla reklamdaki gerçeklik sahte ve yapay bir gerçekliktir ki; reklamlardaki yaşam ile gerçek yaşam arasında çelişkinlik bulunur, yaratılan bu yapay ve sahte evrenle ise bir nevi ideolojik yanılsama üretilir.



Görsel 5: Reklam Metinleri

Reklam metinlerinde “düzdeğişmece” ve “eğretileme” gibi göstergebilimsel oyunlardan yararlanır. Gündelik pratiklerden doğan durumlara göndermeler yapılarak gerçekliğin benzeri bir durum yaratılır. Reklamlar bir nevi gerçeklere öykünür. Gerçeklere öykünen “reklam sözceleri, gerçeklere benzeyen durumların yeniden sunulmasıdır bir bağlamda, o nedenle de gerçek olmaktan çok “gerçeksiz”dir” (Kıran ve Kıran, 2000: 12). Reklamda gerçek yaşamın kesitleri yeniden sunulmak üzere kurgulanmaktadır.

Berger (1996: 18), popüler ve yaygın bir kültür ürünü olarak macera ve cinayet romanlarında olduğu gibi reklamın da kitleleri gerçekten kopararak “yanlış bilinç edinmeye” yönlendirdiğini söyler. Kitleler, medyanın ve medyatik bir ürün olarak reklamın yarattığı evrenin sahte hazları, yapay arzuları ve sahte gereksinimleriyle donanmış model kimliklerle özdeşim kurmaya ve birer tüketici olarak insanlar, “yabancılaşma”<sup>7</sup> sorununa eklenmeye itilmektedir. İnsanlar kendilerine ait gerçeklere yabancılaştıkça<sup>8</sup>, reklamların yapay dünyasına biraz daha yakınlaşır ve manipüle olmaya uygun hale gelir ve getirilir. Bu noktada Gerbner'in ünlü “ekme kuramı” yaklaşımından söz edilebilir: Buna göre (url-2), televizyon ekranlarında devamlı olarak seyirciye sunulan iletiler, seyircilerin gerçek ve gerçeklik konusundaki tutum ve fikirlerini etkilemektedir. Gerbner ile arkadaşları, televizyonun devamlı surette toplumun egemen fikirlerini ektiğini söylemiş, bu sebeple de çok fazla televizyon seyreden insanların gerçeklik konusundaki algısının doğrudan doğruya televizyon iletileriyle oluştuğunu ifade etmiştir. Gerbner, ekranlardaki aşırı derecede şiddet içeren mesajların ve içeriklerin insanların dış dünyadan korkmalarına yol açtığını belirtmiş, bu insanların dünyanın gerçekte olduğundan daha da güvensiz bir yer olduğunu düşündüğünü ve algıladığını söylemiştir. Gerbner bu durumu “Acımasız Dünya

Sendromu” olarak açıklamıştır.

Diğer kitle iletişim araçlarında olduğu gibi reklamın da, ünlü iletişim kuramcısı Marshall McLuhan'ın dediği gibi “aracın mesajın kendisi olduğuna” dair ve “teknolojik belirleyicilik” savlarından yola çıkılarak, simule edilen yaşam dünyasındaki işleyişi farklı bakış açıları eklenerek

zenginleştirilebilir. McLuhan, “medium is message”<sup>9</sup> (araç mesajdır / ortam mesajdır) savı ile

<sup>7</sup> Bu noktada Jean Baudrillard'ın simülakr düzeninden söz edilebilir. Baudrillard'ın tanımladığı Sanayi Devrimi ile başlayan simülakr düzeninde bireyin imajlarla ilişki zeminini üretim teşkil eder, bunun sonucu olarak da imaj ve göstergeler artık bir şeye benzemeyi hedeflemez. Seri üretimle birbirinin aynısı pek çok nesnenin ortaya çıkması ‘özgün’ olanın yokluğuna işaret eder. Baudrillard'a göre bu dönem ‘yabancılaşmanın altın çağı’dır (Okuyan ve Taslamam, 2018: 31).

<sup>8</sup> Nitekim Marx'a göre yabancılaşma, “bireyin ürettiği şeye ters düşüp giderek kendini şeylerin kölesi gibi duymasıdır” (Timuçin, 2005: 29'dan aktaran Topakkaya, 2009: 67).

<sup>9</sup>Yeni bir araştırma geleneğinin ve Toronto Okulu'nun kurucusu bu ünlü Kanadalı üniversite hocasının tanınmasını sağlayan yapıtı olan Medyayı Anlamak'da (1964) geçen bu “araç iletidir” ünlü sözü, sezgisel ancak karıştırıcı niteliği özellikle vurgulanan bir düşünencenin kesin yönünü anımsatmaktadır (Maigret, 2003).

“klasik iletişim sistemi” yaklaşımına hâkim olan “içeriği” sorgulamıştır (URL-7): McLuhan teorisinde “biçim” “içeriğin” yerini almıştır, bir diğer deyişle McLuhan’a göre ne söylediğimizden çok hangi mecra da bunu söylediğimiz önemlidir. Buna göre, esas etkiyi “içerik”ten çok içeriğin “biçimi” yaratmaktadır. McLuhan, bir iletiden çok o iletinin iletildiği mecranın önemli olduğunu, yani önemli olanın “araç” olduğunu savunmaktadır. Ona göre, bir iletinin “ne” olduğundan çok “ne tür bir araç” ile iletildiği önemlidir. McLuhan, iletinin hiç öneme sahip olmadığını değil, mesajın aktarıldığı aracın daha önemli olduğunun altını çizmiştir çalışmalarında, yani mesaj önemsizdir, dememektedir. McLuhan’a göre içeriğin ve iletişim sürecinin tamamını biçim etkilemektedir, zira araç taşıdığı mesajdan daha önemli bir mesajdır. McLuhan, bireylerin dünyayı anlamaları ve algılamalarında iletişim teknolojilerinin yönlendirici etkiye sahip olduğunu söyler. Ona göre, salt bireylerin kullandığı icatlar olmayan teknolojiler, aynı zamanda bireyleri yeniden icat eden araçlar olarak görülmelidir. Bir başka deyişle, geliştirilen teknolojiler de insanların hayatını değiştirmekte ve geliştirmektedir. (url-7)

KİA’lar fiziksel duyumlarımızı kullanma şeklimizi, birbirimizle olan etkileşimimizi ve dünyayı algılamamızı da değiştirmektedir (Atalay, 2018: 40). Bir kitle iletişim aracı olan reklamın teknolojisi / dünyası da, insanların dünyayı algılaması, anlaması ve anlamlandırmasında yönlendirici, değiştirici ve geliştirici etkiye sahiptir. Bu da bizi McLuhan’ın “teknolojik belirleyicilik” görüşüne götürmektedir. McLuhan’ın “teknolojik belirleyicilik görüşü medya teknolojilerinin toplumda bireylerin nasıl düşüneceğini, hissedeceğini ve hareket edeceğini veya toplumun biçimini ve çalışmasını şekillendirdiğini belirtir. McLuhan iletişim teknolojisinin kişilerin duyumlarını dönüştürücü belirleyiciliği üzerinde durur. Teknolojinin toplum üzerindeki etkisini de, araç kullanımının niceliksel çokluğuna odaklanan bir yaklaşımla dünyayı “global köye” çevirdiğiyle açıklar.” (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 145) Reklamlar tam da bunu yapmaktadır: insanların nasıl hissedeceğini, düşüneceğini ve davranacağını, dolayısıyla toplumu biçimlendirmektedir. Aynı giysiler, aynı ürünler, aynı davranış ve düşünce biçimleriyle dünyayı McLuhan’ın deyimiyle “global köye” çevirmektedirler. McLuhan, medyanın insan algısına yeni bir biçim verdiğini söyler ve “araç, mesajdır” derken bu biçimlendirmeye vurgu yapar. Başka deyişle iletiyi aktaran aracın, aktardığı iletinin içeriğinden çok daha etkili bir olgu olduğunu öne sürer. İnsanları iletinin içeriğinden daha çok iletiyi ileten, taşıyan medya etkiler, değiştirir, dönüştürür. Reklam medyası da bir ‘araç’ ve ‘ortam’ olarak içerdiği mesajlardan çok bizatihi kendisi insanları ve dolayısıyla toplumu etkilemekte, değiştirmekte ve dönüştürmektedir. Nitekim “McLuhan, mesajın ortam

olduğuna ek olarak, ortamın “içeriğinin” daima başka bir ortam olduğunu savunmaktadır” (Çelik Varol ve Varol, 2019: 150). Aynı şekilde reklam evreninin yarattığı ortam, bir başka gerçeklik ortamı yaratmaktadır.

McLuhan, günümüzde imgelere dayalı görsel kültürün yazılı kültürün yerine tercih edildiğini vurgulamaktadır. İnsanların düşünsel ve algısal yapısındaki değişimler ve gelişimler, toplumların sosyokültürel yapılarında da köklü ve ciddi değişimlere sebep olmaktadır. (Çelik Varol ve Varol, 2019: 150) Bir medya aracı olan reklamlar da imgeye dayalı bir görsel kültüre sahiptir ve yazılı kültürden daha çok tercih edilmekte hatırı sayılır bir etki gücüne sahiptir.

McLuhan'a göre (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 145-146; Yalçınkaya, 2014: 256) araç insanın uzantısıdır; bu uzantı her şeyi kapsamaktadır. Medyanın tamamı, insanların bazı fiziksel ve ruhsal yetilerinin uzantısıdır. Bu uzantılar, dünyayı algılama biçimini değiştirir ve algılar değiştiğinde dolayısıyla insanlar ve toplum da değişmektedir. Ona göre "araç iletidir". Bu durumda reklam (aracı) iletinin kendisidir ve insanların düşüncelerini, davranışlarını ve hayatlarını (dolayısıyla toplumu ve kültürü) doğrudan değiştirmekte, şekillendirmekte / biçimlendirmektedir. McLuhan'a göre (Erdoğan ve Alemdar, 2010:147), eğer hırsız reklamı yapan reklamcı ise, bekçi köpeğine verilen et de reklam aracılığıyla sunulan şeydir; zira reklamcının yegane amacı malını satabilmek için sahte umutlar ve imajlar yaratmak ve bu umut ve imajlardan reklamını yaptığı malının satın alınması ve kullanılması için yararlanmaktır.

(Reklamlar gibi), iletişim teknolojileri insanların ne düşüneceğinden çok nasıl düşüneceğini belirlemektedir (Erdoğan ve Alemdar, 2010:147/148): McLuhan'a göre medya, gerçekliği; nedenselliği olan, farklı ilişkiler içinde, uyumlu ve tekdüze olarak düzenlemektedir. Teknolojik araçlar toplumsal

programlamaya veya ideolojiye konu edilir; toplumdan çok daha güçlüdürler; tek başlarına insanları ve dünyayı değiştirirler.

Köse (2004: 98-99), McLuhan'ın ünlü araç/mesaj diyalektiği üzerine şunları söyler:

“Ünlü “araç/mesaj” diyalektiği de, medya içeriklerinin, temsi ettikleri toplumsal dünya gerçekliğinin dışına çıkarak, kişi-dışı, bağımsız bir ses düzeni biçiminde dile gelişlerini; ya da

Baudrillard'ın deyimiyle, yine aynı yoğun enformasyon akışlarının yarattığı kapalı sistemlerin doğal bir sonucu olarak, gitgide medyaların birbirlerinin içeriği haline gelişlerini simgeliyordu. Günümüzde ise, buna ek olarak, yitirilen hakikat duygusunun yerini, artık merkeziyetçi güçler tarafından kodlanmış ölümsüz imgelerin dolaşımı almış bulunmakta. Ayrıca, bu simgesel ölümsüzlük çağrısına kulak tıkayan ve irrasyonel eğilimleriyle öne çıkan bir insan türünün varlığı, Gutenberg çağındaki öneminden hiçbir şey kaybetmemiş olarak ve tüm karşı koyuşlarını dayandırdığı bu eşsiz çağın geç dönem bir artığı olarak hala dimdik ayakta.”

Bir gösteri<sup>10</sup> biçimi olarak reklamlarda “gerçeğin inşa ideolojisi”nin farklı konumlandırılmalarına şahit olmaktayız. Reklam dilinin kurgusalılığı gerçek yaşamın reklama yansımalarında kendini göstermektedir. Reklam, kurgusal söylemiyle gerçek yaşamı dönüştürmekte (inşa etmekte), bu dönüştürme sürecinde gerçeklikle olan bağını ise tamamen koparmamaktadır, bir diğer deyişle gerçeği yeniden inşa etmektedir. Reklam, bir yandan içinde üretildiği sosyo-kültürel sistemin / yapının değerlerini, düşünce ve kavramlarını yansıtırken, diğer yandan söz konusu değerleri (toplumsal ve ideolojik gerçekliği) inşa etmekte ve de yeniden inşa etmektedir. Burada iki yönlü diyalektiksel bir dönüşüm sürecinden söz edilebilir.<sup>11</sup> Materyalist felsefe, canlı-cansız her nesnenin bir değişim-dönüşüm, bir hareket içinde olduğunu öngörür (Ural, 1991: 5). “Diyalektik kavramı Hegel’in yazınlarında yaşamın döngüsünü ve hareketini anlamak ve kavramak olarak görülür. “Diyalektik (...) kavramları kesintiye uğratmak veya önlemek, yerlerinden etmek veya yapı-bozuma uğratmak, fakat aynı zamanda tekrardan hareketlendirmek için vardır” (Jameson, 2016, s. 10). ... (Hegelyen anlayışta) diyalektik, arzunun doyumu ve yeniden doyumudur. ... “Hegel felsefesine göre, doğa kendiyile özdeşlik içindedir; insan ise verili olanı, doğuştan özelliklerle doğasını değiştirme, olumsuzlama ve yeniden kurmadır” (Bumin,

2001, s. 55).” (Güloğlu, 2019: 33-35). Diyalektik, yöntem olarak oluşun, siyasal hareketlerin ve tarihin nasıl gelişme gösterdiğini göstermektedir bize (Topakkaya, 2009: 65).

Reklam tasarımları ya da “tasarım alanında kullanılacak diyalektik kavrayış, bize var oluş, düşünüş ve iletişim alışkanlıklarımızı şekillendiren tasarım çıktılarının son yılların en dönüştürücü araçları olduğu gerçeğinin dile getirilebilme şansını tanıyacaktır” (Baran, 2016: 93)

<sup>10</sup>Debord (1996: 113), “Gösteri Toplumu”nda gösterinin ideoloji olduğunu söyler ve şunları kaydeder: “Gösteri öncelikle ideolojidir, çünkü kendi bütünlüğü içinde, bütün ideolojik sistemlerin özünü sergiler ve gösterir: yoksullaşma, köleleşme ve gerçek yaşamın yadsınması.”

<sup>11</sup>Değişimin ve hareketin sürekliliğini ifade eden diyalektiksel süreç, Hegelci anlayışta “tez-antitez-sentez” üçlü hareketiyle gerçekleşir (URL-8; Ural, 1991; Palabıyık ve Dağ, 2013). Bütün gerçeklik temelini diyalektik süreç oluşturur; bu süreci Hegel, olgusal gerçeklik ve düşüncede karşılık bulan diyalektiğin üçlü gelişim evresi yoluyla ifade eder (Özçınar, 2014: 91). Durkheim’cı anlayışta da kavram ve gerçeklik arasındaki ilişki diyalektik deneyim ile bütünleştirilir (Güloğlu, 2019: 28). Diyalektiksel düşüncenin bir çeşit keşif yöntemi oluşu, onun aynı zamanda bir çeşit süreç işaret edici demektir; zira diyalektik, aynı zamanda bilgilerimizdeki devamlı gelişmeyi temsil eder ve bu süreç, sentezin, sonrasında tez görevi üstlenerek, antitezle birlikte ilk etapkinden farklı bir başka senteze ortam hazırlamasıdır. (Ural, 1991: 17)



Reklam metinlerinde gerçe(kli)ğin inşası ve imgenin anlamlandırılması çerçevesinde karşıt, çelişik ve bütünlük eklemeler temel söylem olarak kurgulanır.<sup>12</sup> Reklam metinlerinde gerçe(kli)ğin inşası ve imgenin anlamlandırılması çerçevesinde güçsüz / güçlü, yaşlılık / gençlik, mutsuzluk / mutluluk, yaşam / ölüm = ve kültür / doğa karşıtıllıkları, doğru / yalan / giz üçgeni, sahte / gerçek ikilemi, ana söylem şeklinde kurgulanmaktadır. Bu noktada Descartes'in düalizminden<sup>13</sup> ve Saussure'un<sup>14</sup> ikili gösterge anlayışından sözedilebilir. Düalizmin en ünlü temsilcisi olan René Descartes, zihin (ruh) ve bedeni birbirine karşıt tözler olarak ele alır ve felsefesinde buna bağlı olarak ikili karşıtlıklar öngörür. Ferdinand de Saussure ise, "ikili karşıtlık" yöntemi geliştirir ve bunu ünlü "kağıt metaforu"yla (Saussure, 1998; Altınörs, 2018: 32) açıklar: Göstergiyi bir kağıdın iki yüzüne

benzetir / ayırıştırır; buna göre düşünce (gösterilen), sayfanın ön yüzünü, ses (gösteren) ise arka yüzünü oluşturur (Tuncer, 2003). Stoacılar gibi Saussure'un da, "gösterge kavramını dil ve mantık alanında gösterilen (semainomenon) ile gösteren (semainon) arasındaki karşıtlık bağıntısı içinde ele alır (Rifat, 2009: 27). ... Yapısalcılık, söz ve dil karşıtlığı üzerine kuruludur. Saussure'un sözünü ettiği bir başka karşıtlık da gösterilen ve gösteren karşıtlığıdır." (Ünal, 2016: 380/384). Burada dizgesel karşıtlık bağıntıları söz konusudur ve ("dilsel işaretler, ancak negatif farklılıklarıyla anlaşılır şeyler olduğundan" (Altınörs, 2018: 30)) Saussure'cü anlayışta her sözcük ve/ya kavram karşıtıyla (karşıtlıkla), dizgede yer alan farklı sözcüklerle (farklılıklarla / ayrımlarla) ve bağlamla anlam ve değer kazanmaktadır.

Saussure'un (1998; Parladr, 2006: 85) ünlü "sıraç analojisi"nde olduğu gibi. Zira, "gösterenin bütün içinde kazandığı anlam, bağlamsal anlamdır." (Onan, 2012: 241; ) Bir diğer deyişle

<sup>12</sup>Keza "diyalaktik temel özelliklerinden birisi, tez ve antiteze sahip olmasıdır. Tez ve antitez, birbirine göre karşıt veya çelişik durumda bulunabilir." (Ural, 1991: 1-2). Hegel'de "diyalaktik hem öz ile görünüm arasındaki farkı, hem de öz ile gerçeğin sürekli bir gelişim süreci içinde bulunduğunu gerçeğini içinde barındırır. Bu hareket zıtlık ve çelişikliklerle ilerleyen bir harekettir. Gerçeklik çelişiklidir ve her olumlu tez, karşısında olumsuzunu yani antitezini ortaya koyar. Bu karşıt olma, olumsuzlanmanın olumsuzlanmasıyla ortaya çıkan yeni bir nitelik ve çözüme bulur ki bu da sentezin kendisidir." (Palabiyik ve Dağ, 2013: 191; Topakkaya, 2009: 72). Hareket halinde dinamik bir süreç olan gerçeklik; karşıtlıklarla, çelişiklerle ve olumsuzlanmalarla doludur (Palabiyik ve Dağ, 2013: 192). Doğanın Diyalaktik'ine dair Engels'in 1878'de tasarladığı Plan'da geçen diyalaktik tanımları ise şu şekilde detaylandırılır (Engels, 1985: 293'den akt. Kangal, 2015: 43): "Genel yasalar: niceliğin niteliğe dönüşümü – kutupsal karşıtların karşılıklı içiçe geçişi ve birbirine dönüşümü [...] – çelişik veya yadsımanın yadsınması aracılığıyla gelişim – gelişimin sarmal biçimi."

<sup>13</sup>Düalizm, Türkçe'ye "ikicilik" şeklinde çevrilen ve "iki" anlamında olan Latince "duo" kelimesinden türetilmiştir (URL-9): "Birbirine indirgemeyen iki çeşit tezin olduğunu savunan bir felsefi yaklaşımdır. Herhangi bir yerde birbirlerine indirgenemeyen iki adet karşıt ilkenin varlığını düşünen felsefi akıma "düalizm" denilmektedir." Düalizm, insanın birbirine indirgenemeyen iki temel bileşenden (zihin-beden) oluştuğunu kabul eder (Büyük, 2013: 133/138): "Descartes'i düalizme gerçeklik olgusu, biri bilinç diğeri madde (veya düşünce) olan iki cevher veya boyuttan oluşur." Düalizmin en ünlü temsilcisi olan Descartes, zihin (ruh) ve bedeni birbirine karşıt tözler olarak ele alır ve felsefesinde buna bağlı olarak ikili karşıtlıklar öngörür. "Kartezyen düalizm denince, zihnin bedeninden ayrılığı ve zihinsel tözün maddi tözden özgür olduğu anlaşılmalıdır. ... Kartezyen gelenekte zihin-beden ve öznesne ikileminden yola çıkılarak ontolojik açıdan realist ve natüralist bir tavır benimsenir." (Altun, 2013: 58)

<sup>14</sup>20. yüzyıl dilbiliminin "babası" olan Saussure'de dil göstergesinin ses bilimsel ve zihinsel yönü gösteren (signifiant) ve gösterilen (signifié) olarak sınıflandırılmaktadır. Saussure'un kuramsal yaklaşımında gösterge kavramı önceden mevcuttur. Saussure, genç dilbilimci ve dilbilimsel araştırmacıları gibi yaygın olan "ikili gösterge" anlayışını devralmıştır. İkili gösterge kavramı, ses bilimsel ve düşünsel yanını özgür, bağımsız düşünülebilir gösterge sınıfları olarak birleştirmektedir (url-10). Bilindiği gibi, "Saussure, dili tanımlarken dilde mevcut olan karşıtlıklardan yola çıkar. Bu karşıtlıkların en başında da dil (langue) ile söz (parole) gelir. ... (Saussure'e göre) dilin birimleri yalnız başına yapıdan yoksundur; bu birimler sadece birbiriyle olan karşılıklı ilişkileriyle tanımlanabilir; tıpkı bir sıraç oyununda olduğu gibi. Oyunda bir taşın değeri ancak diğer taşlar ile olan bağıntısı içinde ve oyunun kuralları çerçevesinde belirlenebilmektedir (Saussure, 1998: 119-155). Aynı şekilde dilbilimsel çözümleme de ana öğelerin arasındaki bağıntıların saptanması manasına gelir" (Ünal, 2016: 383/384) Saussure'e (2011: 196) göre, "dizgedeki bütün kelimeler birbirleriyle ilişkileri çerçevesinde anlamlı olurlar ve dilin sistem oluşunun bir anlamı da budur. Dizge, kelimelerin bir toplama olmaktan çok; söz konusu kelimeler arasındaki bağıntı olmaktadır." (Oruç, 2018: 132)

"Bilimsel bir dilbilimin açıklama çalışması gereken olgu, dilin insanlar arasında bildirimi aktüel olarak mümkün kılan işleyişi olmalıdır. Bu bildirimi mümkün kılan aslında dilsel sistemdeki bilinç dışı çağrışım, karşıtlaşma ve yer değiştirme ilişkileridir. ... Saussure'ü izleyen birçok sosyal bilimci bütünlük bir bilinç dışı bilimi olarak sosyal bilim yöntemi şemsiyesi altında bu alt yapı düzeylerinin temelinde aynı anlam yaratma ve iletme biçimleri olduğunu ortaya koymuşlardır. Claude Lévi-Strauss, mitler, akrabalık sistemleri ve sofra adabını temel bileşenlerine ayırarak bu temel bileşenlerin - öğelerin karmaşık ilişkilerini (birleşim-ayrılma ve yer değiştirme) çözümlenerek - her birinin temelinde ortak karşıtlık biçimleri ya da kapalı sistemler/yapılar olduğunu iddia etmiştir. Benzer şekilde Roland Barthes da görsel imgeler, giyim kuşam pratiklerini (moda) tıpkı bir dil gibi analiz ederek bilinç düzeyinde birbirinden farklı gibi algılanan kendiliklerin aslında ortak bir yöntemle birbirine indirgenebilir biçimler olduğunu ortaya koymuştur. Yine benzer bir biçimde Rus Halk masallarını öğelerine ayırarak (bilinç düzeyindeki yapıları bozarak) inceleyen Vladimir Propp, tüm masalların sınırlı sayıda öğenin farklı birleşimlerinden türemiş olduğunu bulmuştur. Tüm bu çalışmalarda yöntemsel yaklaşım bir dizge hakkında analiz yapılırken, analize dışsal (dizge dışında) öğelerin katılmaması, mevcut öğelerin de tümünün ilişkiselliğinin göz önünde bulundurulmasıdır. Ve yine tüm bu çözümleme biçimleri göstermektedir ki, "gösterenin olduğu her yerde bir dizge vardır" (Altug, 2001: 178) ve bu dizge, bilince görüldüğünden çok daha basit (tıpkı yapsal dilbilimdeki sentagma paradigması karşıtlığında olduğu gibi) ama bir o kadar görünmez karşıtlık düzeylerine dayanır ve bu öğelerin anlam ve değerleri de (kendisi başlarına değil) bir arada dizgeyi oluşturdıkları diğer öğelerle girdikleri ilişkinin sonucu oluşur (yine tıpkı dilsel dizgedeki birimler olduğu gibi). ... Masalın mitosa, ideolojinin modaya, akrabalık ilişkilerinden ekonomiyeye, dinden mimariye kadar tüm alanlarda dizge dışındaki öğeleri paranteze alma eğiliminde kendini gösteren bu yaklaşım, insan kültürünü kodlama sistemleri (gösteren - gösterilen ilişkisinde olduğu gibi) yani iletişimsellik üzerine inşa etmiştir. Bu prensibin sosyal bilimlere için kesin olan metodolojik sonucu, toplumun semgeleri bir evren olarak anlaşılması ve bu semgeleri evrende nesnenin ya da ampirinin zannedildiğinden çok daha az belirleyici olduğunun anlaşılmasıdır. Diğer bir deyişle, "toplum, onu oluşturan bireylerin zihinlerindedir" (Durkheim'dan aktaran Rossi; 1983: 99). ... İnsan zihninin ikili karşıtlıklar ve bu temel karşıtlıkların dolaylanılması aracılığı ile işlediği temel savına dayanan yapısalcılık, tüm bu kavramların, Saussure'un artzamanlı - eşzamanlı dilbilim ve sentagma - paradigma temel karşıtlıklarından türemiştir. Saussure'un, dili bir sistem olarak ortaya koyması, sosyal bilimlerde yapı kavramının bilinçli ilk kullanımıdır ve özellikle ikili karşıtlıklar üzerinden işleyen yapısalcı bir literatürün mümkün kıldığı gibi, yapısalcılığın ardından post yapısalcı bir yapıbozum çıkışını da dolaylı olarak etkilemiştir. Metin analizi, söylem analizi, vb. göstergesel çözümleme biçimleri de, varlıkların Saussure'un dilsel yapı kavramına bağlıdır." (Parladr, 2006: 86-91)

Saussure, dilin diyalektiğini öngörür. Bu diyalektiksel perspektif reklam dilinde de kendini gösterir, reklam söylemine de içkindir.

Reklamın temelinde var olan ve ana söylemini oluşturan çirkinlik / güzellik, yaşlılık / gençlik, yoksunluk / varıllık, mutsuzluk / mutluluk, ölümsüzlük / ölümlülük, güvenlik / tehlike, yaşam / ölüm, zaman, para, aşk vs. olgu ve kavramları, nihayetinde ekin / doğa ikilemine ve karşıtlığına bağlanmakta ve “tüketilen ve göstergeleştirilen bir nesne” olan “insan bedeni”nde konumlan(dırıl)maktadır.

## SONUÇ

Bu çalışmada göstergebilim, iletişim, felsefe, sosyoloji kuramları (kuramcıları) ve reklam söylemi ışığında reklam metinlerinde gerçeğin / gerçeklik olgusunun inşasına (gerçeğin inşa edilmiş sürecinin görünümüne) ilişkin birtakım verilere ulaşılmaya çalışıldı.

Çalışma sonucunda, reklam metinlerinin “gerçekliğin ideolojisi” üzerine geleneksel ve toplumsal mitlere<sup>15</sup> uygun (s)imgeler barındırdığı ve bu (s)imgelerin reklamlarda gerçeği ürettiği / inşa ettiği ve yeniden ürettiği / inşa ettiği saptanmıştır. Reklamın kurgusal gerçekliği (simülasyonu), birer tüketici olan insanları ve ilişkilerini manipülasyona uğratmakta ve aynı zamanda onları kendi gerçeğine yabancılaştırmaktadır. Bir başka deyişle, reklamın kurguya dayanan gerçe(kli)ğinde saklı olan ideoloji, insanların hem birbirleri hem de dünya ile olan ilişkilerini manipüle ederek yeniden inşa etmektedir. “Simülasyon, kitlenin ve toplumsal kimliğin yeniden yapılandırılmasında ya da inşasında yanılısama aracılığıyla kullanılan, postmodernizmin en etkili adımlarından biridir. Söz konusu girişimin bir tarafında, simülakrlar ile üretilmiş olan yapay gerçeklik (sanal realite), diğer yanında ise yanılısamalara kapılan insan bulunmaktadır” (Kaya, 2018: 322) ve sonuç olarak reklamların yaptığı şey de tam da budur denilebilir.

Reklamlarda “gerçeğin inşa ideolojisi”nin farklı konumlandırmalarına şahit olmaktayız. Reklam dilinin kurgusallığı gerçek yaşamın reklama yansımalarında kendini göstermektedir. Reklam, kurgusal söylemiyle gerçek yaşamı dönüştürmekte (inşa etmekte), bu dönüştürme sürecinde gerçeklikle olan bağını ise tamamen koparmamaktadır, bir diğer deyişle gerçeği yeniden inşa etmektedir. Reklam, parçası olduğu sosyo-kültürel yapıdan / sistemden doğan mitleri ve ideolojileri topluma geri yansıtırken, diğer yandan söz konusu mitleri ve gerçe(kli)ğe dair ideolojiyi inşa etmekte

<sup>15</sup>Söz konusu “geleneksel mitler”, reklamlarda sürekli olarak insanlara empoze edilmeye çalışılan ideolojik kavramlar, duygular ve (s)imgelerdir. Bu mitler, toplumsal beklentilere göre şekillenen kavramlar ile cesaret, güç, haz gibi duyguların körüklenmesi ve geleneksel (toplumsal cinsiyet söylemlerine uygun) kadın ve erkek imgeleri şeklinde örneklendirilebilir.

ve yeniden üretmektedir.

Reklamlarda gerçe(kli)ğin inşası ve imgenin anlamlandırılması çerçevesinde karşıt, çelişik ve bütünüleşik eklemlemeler temel söylem olarak kurgulanır. Reklamın, (gerçeğe dair) ideolojiyi insanların zihnine açık ve/ya örtülü kültürel ve toplumsal göstergeler ve kodlar aracılığıyla iletmekte ve döşemekte olduğu ise son bir not olarak düşülebilir.

## KAYNAKÇA

Açıkalın, S. ve Erdoğan, L. (2004). Veblen'ci Gösteriş Amaçlı Tüketim. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi sosyal ve ekonomik araştırmalar dergisi*. Cilt: 4, Sayı: 7. 1-18.

Altınörs, S. A. (2018). Dil Felsefesindeki Klasik Anlayışa Karşı Saussure'ün Örtük İtirazları. *Kilikya felsefe dergisi*. (1). 27-38.

Altuner, İ. (2013). Kartezyen Düalizm ve Ruhun Kavramsal Değişimi. *Iğdır Üniversitesi sosyal bilimler dergisi*. Sayı: 4. 55-67.

Atalay, G. E. (2018). Dijital Çağda Marshall McLuhan'ı Yeniden Düşünmek: Bir Uzantı ve Ampütasyon olarak Yeni Medya Teknolojileri. *Sosyal araştırmalar ve davranış bilimleri dergisi*. Cilt 4, Sayı 6. 27-48.

Baran, D. (2016). Tasarımın Diyalektiği: Diyalektik Kavrayışla Tasarım Kavramına Dokunma Denemesi. *Üsküdar Üniversitesi sosyal bilimler dergisi*. Cilt: 0, Sayı: 3. 93-125.

Barthes, R. (1988). Anlatıların Yapısal Çözümlemesine Giriş. (Çev.: Mehmet Rifat ve Sema Rifat). Gerçek Yayıncılık: İstanbul.

Barthes, R. (1999). Göstergebilimsel Serüven. (Çev.: Mehmet Rifat ve Sema Rifat). Kaf Yayınları: İstanbul.

Barthes, R. (2000). Camera Lucida. (Çev.: Reha Akçakaya). Altıkırkbeş Yayınları: İstanbul.

Baudrillard, J. (2011a). Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm. (Çev.: Oğuz Adanır). Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi: İstanbul.

Baudrillard, J. (2011b). Simülakrlar ve Simülasyon. (Çev.: Oğuz Adanır). Doğu Batı Yayınları: Ankara.

Baudrillard, J. (2021). Tüketim Toplumu. (Çev.: Nilgün Tatal ve Ferda Keskin). Ayrıntı Yayınları: İstanbul.

Berger, A. A. (1996). Göstergebilimsel Çözümleme. (Çev.: Nazlı Bayram). *Kitle iletişiminde çözümleme yöntemleri*. Anadolu Üniversitesi E.S.B.A.Ç. Vakfı Yayınları: Eskişehir.

Büker, S., ve Kıran, A. (1999). Reklamlarda Kadına Yönelik Şiddet. Alan Yayınları: İstanbul.

Büyük, C. (2013). Düalizm, Bilinç ve Tanrı. *Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi dergisi*. Sayı: 39. 133-158.

Çamdereli, M. (2004). Yönetişim ve Reklam İletişimi. Nobel Yayınları: Ankara.

Çelik Varol, M. ve Varol, E. (2019). Kavram ve Kuramlarıyla Marshall McLuhan'a Bakış: Günümüzün Egemen Medya Araçları Ekseninde Bir Değerlendirme. *International journal of cultural and social studies (IntJCSS)*. 5(1): 137-158.

Çiçek, M. (2014). Dilbilim/Göstergebilim Ayrımında Gösterge Türleri Üzerine. *İletişim araştırmalarında göstergebilim/yazınsaldan görsele anlam arayışı*. Literatürk Academia: Konya.

Debord, G. (1996). Gösteri Toplumu. (Çev.: Ayşen Ekmekçi ve Okşan Taşkent). Ayrıntı Yayınları: İstanbul.

Ehrenberg, A. S. C. (2000). Repetitive Advertising and the Consumer. *Journal of advertising research*. New York.

Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2010). Öteki Kuram, Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi. Erk Yayınları: Ankara.

Güleç, C. (2015). Thorstern Veblen ve Gösterişçi Tüketim Kavramı. *Sosyal bilimler enstitüsü dergisi*. Sayı:38 Yıl: 2015/1. 62-82.

Güloğlu, M. F. (2019). Durkheim'in Metodolojisinde Hegelyen Diyalektiğin Etkisi. *SDÜ Fen-Edebiyat Fakültesi sosyal bilimler dergisi*. Sayı: 47/2. 18-39.

Gültekin, Ö. (2017). Simülakrlar ve Simülasyon,

[https://www.academia.edu/36248596/S%C4%B0M%C3%9CLAKRLAR\\_VE\\_S%C4%B0M%C3%9CLASYON](https://www.academia.edu/36248596/S%C4%B0M%C3%9CLAKRLAR_VE_S%C4%B0M%C3%9CLASYON)

Güz, N. vd. (2002). Etkili İletişim Terimleri. İnkılâp Yayınları: İstanbul.

Kangal, K. (2015). Doğanın Diyalektiği Nedir? Friedrich Engels'in Diyalektik Tanımı Üzerine Bazı Düşünceler. *Felsefe ve sosyal bilimler dergisi*. Sayı: 20. 39-54.

Kaplan, M. (1992). Kültür ve Dil. Dergâh Yayınları: İstanbul.

Kaya, Y. (2018). Jean Baudrillard'ın Simülasyon Kuramı ve Tansel Türkdoğan'ın Sanat Uygulamaları. *Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi sanat yazıları*. (39). 313-323.

Kılıç, S. (2006). Saussure'ü Niçin Yeniden Okumalı?. *Dilbilim dergisi*. Sayı: 16. 113-128.

Kıran, Z. ve Kıran, A. (2000). *Yazınsal Okuma Süreçleri*. Seçkin Yayınları: Ankara.

Kocabaş, F., Elden, M. ve Yurdakul, N. (1999). *Reklam ve Halkla İlişkilerde Hedef Kitle*. İletişim Yayınları: İstanbul.

Köse, H. (2004). Medya Galaksisi Hipnoz ve Kamusal Vicdan (McLuhan'ı Yeniden Düşünmek). *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi dergisi*, Sayı: 20, 89-99.

Maigret, E. (2003). *Sociologie de la Communication et Des Médias*, Armand Colin. Paris: 101-109. McLuhan ve Teknolojik Gereklilik (McLuhan et le Déterminisme Technologique). (Çev.: Aslı Yapar Gönenç). *İletişim fakültesi dergisi*, 25-31.

Mannheim, K. (2016). İdeoloji ve Ütopya. (Çev.: Mehmet Okyayuz). Nika Yayınları: Ankara.

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

Okuyan, H. ve Taslaman, C. (2018). Jean Baudrillard'ın Simülasyon Kuramında Ayartma Kavramı. *Uluslararası din & felsefe araştırmaları dergisi*. Cilt: 1, Sayı: 1. 29-45.

Onan, B. (2012). Dil Eğitiminin Dil Bilimsel Temelleri: Ferdinand De Saussure'ün Genel Dilbilim Kuramında Dil Eğitimiyle İlgili Bulgular. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü dergisi*. Cilt: 9, Sayı: 17. 219-243.

Oruç, M. S. (2018). Bir Düşünce Biçimi Olarak Yapısalcılık ve Dil Felsefesi. *AKSOS (Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü) dergisi*. Sayı: 4. 125-140.

Özçınar, Ş. (2014). Düşüncenin Tarihsel Sürecinde Hegel'in Varlık, Yokluk ve Oluş Diyalektiği. *Kayı Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi felsefe dergisi*. Sayı: 22. 91-111.

Palabıyık, A. ve Dağ, U. (2013). Karl Popper Söyleminde "Diyalektik Nedir" Sorunsalı Üzerine Bir Deneme. *HAK-İŞ uluslararası emek ve toplum dergisi*. Cilt: 2, Yıl: 2, Sayı: 4.176-201.

Parladır, H. S. (2006). Saussure'ün Yapısal Dilbilim Kuramının Sosyal Bilimler Metodolojisine Katkısı. *Sosyoloji dergisi*. Sayı: 16. 77-92.

Rifat, M. (1986). Genel Göstergebilim Sorunları. Sözce Yayınları: İstanbul.

Rifat, M. (1992 / 2014). Göstergebilimin ABC'si. Simavi Yayınları: İstanbul.

Rifat, M. (1998). XX. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilimin Kuramları, I ve II. Yapı Kredi Yayınları: İstanbul.

Rifat, M. ve Rifat, S. vd. (2010). Göstergebilim, Dilbilim ve Çeviribilim Terimleri Sözlüğü. Sel Yayınları: İstanbul.

Rifat, M. (2013). Açıklamalı Göstergebilim Sözlüğü. İş Bankası Kültür Yayınları: İstanbul.

Saussure, F. D. (1998). Genel Dilbilim Dersleri. (Çev.: Berke Vardar). MULTILINGUAL: İstanbul.

Sayın, Ö. (2014). Göstergebilim ve Sosyoloji. Anı Yayıncılık: Ankara.

Tokol, T. (1985). Reklam Mesajında Kullanılan İşaret, Sembol, Başlık, Slogan ve Marka, *Reklamcılık ve Satış Yöntemi*. Anadolu Üniversitesi Yayınları: Ankara.

Topakkaya, A. (2009). Tarihsel Materyalizm ve Diyalektik. *Sosyal Bilimler Enstitüsü dergisi*. Sayı: 27. 65-77.

Topçuoğlu, N. N. (1996). Basında Reklam ve Tüketim Olgusu. Vadi Yayınları: Ankara.

Tuncer, S. (2003). Gazete ve Dergilerde Yeralan Mobil Telefon Reklamlarının Göstergebilimsel Açından Çözümlemesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi SBE: Ankara.

Ural, Ş. (1991). Diyalektik Düşünce ve Mantık. *Felsefe arkivi*. Sayı: 28. 1-26.

Ünal, M. F. (2016). Göstergebilimin Serüveni. *Mütefekkir (Aksaray Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi) dergisi*. Cilt: 3, Sayı: 6. 379-398.

Yalçınkaya, Y. (2014). McLuhan, M. ve Fiore, Q. (2012). Medya Mesajı, Medya Masajıdır: McLuhan'ın İzinde Medyayı Anlama Kılavuzu. (Çev.: İ. Haydaroğlu). MediaCat: İstanbul. *Türk kütüphaneciliği*. 28, 2, 255-258.

Yanık, H. (2016). Yapısöküm Üzerine Birkaç Not. *Abant kültürel araştırmalar dergisi*. Cilt 1, Sayı 2.

Yazıcı, İ. (1997). Kitle İletişiminde İmaj. Bilim Yayınları: İstanbul.

Yetiş, M. (2002). Kitap İncelemesi: Karl Mannheim, İdeoloji ve Ütopya. *Ankara Üniversitesi SBF dergisi*. Cilt: 57, Sayı: 3, 191-196.

<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/38153>

Yücel, T. (2008). Yapısalcılık. Can Yayınları: İstanbul.

Vardar, B. vd. (1980). Dilbilim ve Dilbilgisi Terimleri Sözlüğü. TDK: Ankara.

URL-1: [https://tr.wikipedia.org/wiki/Sim%C3%BClakrlar\\_ve\\_Sim%C3%BClasyon](https://tr.wikipedia.org/wiki/Sim%C3%BClakrlar_ve_Sim%C3%BClasyon)

URL-2: [https://tr.wikipedia.org/wiki/George\\_Gerbner](https://tr.wikipedia.org/wiki/George_Gerbner)

URL-3: <https://www.idefix.com/Kitap/Simulakrlar-Ve-Simulasyon/Felsefe/Felsefe-Bilimi/>

URL-4: <https://www.kitapberlin.com/simulakrlar-ve-simulasyon>

URL-5: <https://www.dogubati.com/simulasyon>

URL-6: [https://tr.wikipedia.org/wiki/Karl\\_Mannheim](https://tr.wikipedia.org/wiki/Karl_Mannheim)

URL-7: <https://medyaakademi.com.tr/2020/01/18/marshall-mcluhan-ve-iletisim-teorileri/>

URL-8: <https://tr.wikipedia.org/wiki/Diyalektik>

URL-9: <https://www.hurriyet.com.tr/egitim/dualizm-nedir-dualizm-hakkinda-bilgi-41652687>

URL-10: [https://tr.wikipedia.org/wiki/Ferdinand\\_de\\_Saussure](https://tr.wikipedia.org/wiki/Ferdinand_de_Saussure)

## **EXTENDED ABSTRACT**

---

Semiotics examines meaningful systems related to man and the universe. One of these meaningful strings is advertisement. Advertising, which is the phenomenon of the age, is a communication phenomenon/phenomenon in which signs, codes and ideologies operate, and in this respect, it has its own language and signification system suitable for semiotic analysis.

In advertisements, we witness different positions of the “ideology of the construction of reality”. Advertising transforms real life with its fictional discourse and reconstructs reality.

In this study, an attempt is made to discuss and interpret the role of textual advertisements in constructing the reality phenomenon with the help of semiotic terms. In the study, it is aimed to reveal / reveal the appearances of reality ideology in advertising texts. For this purpose, a conceptual and theoretical criticism is made in the research on the axis of semiotics, communication, sociology and philosophy theories and theorists. In the study, it is desired to reach some data and determinations about the appearance of the construction process of reality in advertising texts in the light of / through the aforementioned theories and advertising discourse. In the study, a conceptual and theoretical analysis of



the meanings of the indicators, codes and ideological messages hidden in the advertisement texts is carried out through the issues of the language and discourse, reality and fictionality of the advertisement.

As a result of the study; It has been determined that advertising texts contain (s)images on the "ideology of reality" in accordance with traditional and social myths and that these (s)images produce / construct and reproduce / construct reality in advertisements. The fictional reality of the advertisement manipulates people and their relationships as consumers and at the same time alienates them from their own reality. In other words, the ideology hidden in the fictional reality of the advertisement reconstructs people's relations with each other and with the world by manipulating them. Advertising operates using manipulated realities of life / world. In other words, the ideology hidden in the fictional reality of the advertisement reconstructs people's relations with each other and with the world by manipulating them. "Simulation is one of the most effective steps of postmodernism, which is used through illusion in the restructuring or construction of mass and social identity. On one side of this initiative, there is artificial reality (virtual reality) produced with simulacra, and on the other side, there is a person who is caught in illusions" (Kaya, 2018: 322) and as a result, it can be said that this is exactly what advertisements do.

The fictionality of the advertising language manifests itself in the reflections of real life on the advertisement. Advertising transforms (constructs) real life with its fictional discourse, but does not completely break its connection with reality in this transformation process, in other words, it reconstructs reality. While advertising reflects back to the society the myths and ideologies arising from the socio-cultural structure / system of which it is a part, on the other hand, it constructs and reproduces the said myths and ideology about reality.

Contrasting, contradictory and integrated articulations are constructed as the basic discourse within the framework of the construction of reality (reality) and the interpretation of the image in advertisements. As a final note, it can be noted that the advertisement conveys and furnishes the (real) ideology to people's minds through explicit and/or implicit cultural and social signs and codes.

In summary, it can be said in the study that; While advertising reflects back to the society the myths and ideologies arising from the socio-cultural structure / system of which it is a part, on the other hand, it constructs and reproduces the said myths and ideology about reality.

---

It is hoped/intended that the findings and results obtained in the study will be useful for studies and researches in the field of advertising and semiotics. The relationship between the myths existing in the socio-cultural structure / system of the age and the myths of advertising reflected in social life is shaped in the construction of reality. This point of view points out the importance of the study, which is hoped to shed light on the studies to be done in the field of "advertising semiotic".

