



İLETİŞİM FAKÜLTESİ
Faculty of Communication

ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ / ATATÜRK UNIVERSITY

ATATÜRK İLETİŞİM DERGİSİ

JOURNAL OF ATATÜRK COMMUNICATION

e-ISSN: 2717 - 8765

Yıl/Year 2021 Sayı/Issue 22



Atatürk İletişim Dergisi
Journal of Atatürk Communication



Atatürk Üniversitesi
İletişim Fakültesi

Sayı 22 / Number 22
2021



Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi

Atatürk İletişim Dergisi
Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Adına

Sahibi

Prof. Dr. Adem YILMAZ

Yayın Kurulu

Prof. Dr. Adem YILMAZ
Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Zakir AVŞAR
Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Ömer ÖZER
Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Naci İSPİR
Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Raci TAŞCIOĞLU
Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Hakan TEMİZTÜRK
Atatürk Üniversitesi
Doç. Dr. Deniz SEZGİN
Ankara Üniversitesi
Doç. Dr. Besim YILDIRIM
Atatürk Üniversitesi
Doç. Dr. Abdulkadir ATİK
Atatürk Üniversitesi
Doç. Dr. Ahmet TAYLAN
Mersin Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Fatih DEĞİRMENCI
Atatürk Üniversitesi

Danışma Kurulu

Prof. Dr. Adem YILMAZ
Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Abdulrezak ALTUN
Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet KALENDER
Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Cengiz ANIK
Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Ergün YOLCU
İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Filiz BALTA PELTEKOĞLU
Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa AKDAĞ
Yozgat Bozok Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa ŞEKER
Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Ömer ÖZER
Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Suat GEZGİN
Yeditepe Üniversitesi
Prof. Dr. Ümit ARKLAN
Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof. Dr. Zakir AVŞAR
Gazi Üniversitesi

Editör

Prof. Dr. Raci TAŞCIOĞLU

Editör Yardımcısı & Sekreteryası

Dr. Öğr. Üyesi Zeynep BİRİCİK

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü

Doç. Dr. Abdulkadir ATİK

Kapak Tasarım

Kurumsal İletişim Direktörlüğü Marka Yönetim Müdürlüğü

Yirmi ikinci Sayının Hakemleri

Prof. Dr. Ali M. Bayraktaroğlu
Trakya Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi
Prof. Dr. Hakan Temiztürk
Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Hasan GÜLLÜPUNAR
Süleyman Demirel Üniversitesi İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Naci İspir
Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Selami Özsoy
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi
Doç. Dr. Abdulkadir Atik
Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi
Doç. Dr. Haldun Narmanhoğlu
Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi
Doç. Dr. İrfan Hidiroğlu
Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi
Doç. Dr. Onur Bekiroğlu
19 Mayıs Üniversitesi İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Bahar Öztürk
İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Hakan Aşkan
İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Nazan Kahraman
Amasya Üniversitesi Eğitim Fakültesi

Yazışma Adresi

Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Merkez Kampus Erzurum-TÜRKİYE

Tel: 0442 231 7317 / 231 7350

<https://dergipark.org.tr/pub/atauniiletisim>

ataifder@gmail.com

e-ISSN: 2717 - 8765

Atatürk İletişim Dergisi hakemli bir dergidir.

Dergi yılda iki defa yayınlanır.

Yayınlanan yazıların sorumluluğu yazarlarına aittir.

İÇİNDEKİLER

Makaleler/Articles

COVID- 19 PANDEMİSİNDE KULLANILAN SAVUNMA MEKANİZMALARININ TELEVİZYON DİZİLERİNE YANSIMALARI: JET SOSYETE ÖRNEĞİ

5

REFLECTIONS OF DEFENSE MECHANISMS USED IN COVID-19 PANDEMIC ON TELEVISION SERIES: THE CASE OF JET SOCIETY

Mustafa ÖZTUNÇ, Ayşegül Zeren KOSAL

COVID-19 PANDEMİSİNDE KARANTİNA SÜRECİNE GİRMIŞ KİŞİLERİN İNTERNET HABER SİTELERİ VE SOSYAL MEDYADAKİ İNFODEMIYE İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ

33

ATTITUDES OF PEOPLE HAVING THE QUARANTINE PROCESS AT THE COVID-19 PANDEMIC REGARDING INFODEMIA IN INTERNET NEWS SITES AND SOCIAL MEDIA

Besim YILDIRIM, Elif KELEBEK

TELEVİZYONUN İZLEYİCİNİN ALGILAMALARI ÜZERİNDE YETİŞTİRME ROLÜ: BİNGÖL DEVLET HASTANESİNDE YAPILAN ARAŞTIRMA

65

THE CULTIVATIONAL ROLE OF TELEVISION ON VIEWERS' PERCEPTION: A STUDY CONDUCTED AT BİNGÖL STATE HOSPİTAL

Beyza SARGIN, Ömer ÖZER

ATOM BOMBASINDAN FUKUSHIMA'YA GODZILLA (GOJIRA)

83

FROM THE ATOM BOMB TO FUKUSHIMA GODZILLA (GOJIRA)

Volkan ÇELİK

Kitap Eleştirileri/Book Reviews

CUMHURİYETİN BÜLÜĞ ÇAĞI: GÜNDELİK YAŞAMA DAİR
TARTIŞMALAR (1945-1950)

109

Muhammed KALENDEROĞLU

113 YAYIN POLİTİKASI VE YAZIM KURALLARI

COVID- 19 PANDEMİSİNDE KULLANILAN SAVUNMA MEKANİZMALARININ TELEVİZYON DİZİLERİNE YANSIMALARI: JET SOSYETE ÖRNEĞİ

Mustafa ÖZTUNÇ*

Ayşegül Zeren KOSAL**

ÖZ

Çin'in Hubei eyaletine bağlı Wuhan şehrinde, 2019 yılının son aylarında ortaya çıkan ve covid-19 olarak adlandırılan virüs dünyayı etkisi altına almıştır. İnsandan insana bulaşıcılığı yüksek olan virüs nedeniyle, tüm dünyada sosyal aktiviteler azalmış insanlar evlerine kapandığı yeni bir yaşam düzenine girmiştir. Bu yeni düzenle birlikte, insan yaşamının bir gereği olarak var olan sosyalleşme isteğini doyurabilmek için teknoloji kullanımı devreye girmiştir. Pandemi döneminde sosyal izolasyonun yarattığı yalnızlıktan ve tekdüzelikten kurtulmak amacıyla görüntülü aramalara daha çok başvurulduğu, sosyal medya araçlarının kullanımının ve yeni medya platformlarında ya da televizyonlarda film/dizi izleme sürelerinin arttığı gözlemlenmiştir. Yaşanan bu büyük sosyal yaşam değişiminin popüler kültüre de etkileri kaçınılmaz olmuştur. Türkiye’de popüler kültürün en önemli yayılma aracı olan televizyonda yer alan diziler, set çalışmalarının durdurulmasına rağmen cep telefonu kameralarıyla çekilmeye devam edilmiştir. Bu tür dizilerin Türkiye’deki ilk örneği, yarım kalan çekimlerin tamamlanması amacıyla senaryoda bazı değişiklikler yapılarak yayına hazırlanan “Jet Sosyete” isimli dizi olmuştur. Ancak pandeminin sebep olduğu izolasyon sürecinin uzayacağına anlaşılmasıyla birlikte bir sonraki bölüm, oyuncuların kendi cep telefonu kameralarıyla çektiği ilk dizi bölümü olarak tarihe geçmiştir.

Bu araştırmanın temel amacı, popüler kültür ürünleri üreten medyanın, pandemi gibi öngörülemeyen durumlarda ortaya çıkan savunma mekanizmaları aracılığıyla bilgi aktarma işlevini nasıl yerine getirdiğini ortaya koymaktır. Bu araştırma, bir yandan sağlıkla ilgili bir kriz sırasında ortaya çıkan savunma mekanizmalarını, diğer yandan medyanın bu krizin popüler kültüre yansımalarını nasıl yansıttığını betimlemesi açısından literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte önemli sonuçları olan bir pandemi sürecinde kitle iletişim araçlarının bilgi sağlama işlevinin araştırılmasının uygun olacağı düşünülmektedir. Bu çalışmada “Jet Sosyete” dizisi, yeni tip koronavirüsün sebep olduğu covid-19 pandemisinin popüler kültüre yansımaları, savunma mekanizmaları çerçevesinde göstergebilimsel yöntemle incelenmiştir. Dizide diyaloglar aracılığıyla bilgilendirme ve uyarılar yapılmış, izleyicilerin karakterlerle özdeşleşerek bu süreçte yalnız olmadıkları mesajı verilmek istenmiştir. Dizide her bir karakterin salgınla birlikte ortaya çıkan krizi atlatmak için farklı ya da benzer savunma mekanizmasına başvurduğu görülmüştür. Bu savunma mekanizmaları bağlamında da karakterler izleyiciye covid-19’la ilgili bilgiler aktarmış, yapılan hataları dile getirmiş, daha umutlu ve sakin olabilmeleri adına mesajlar vermiştir. Bunu yaparken de popüler kültür ürünlerinin basit ve anlaşılır olması avantajından yararlanmış olduğu görülmektedir. Dizi karakterlerinin savunma mekanizmaları Türkiye’de ilk dönemde gelişen insan davranışlarının temsilleri bağlamında özellikler gösterdiği gözlemlenmiştir.

* Dr. Öğr. Üyesi, Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İletişim Tasarımı ve Medya Bölümü, oztunc@sakarya.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3125-1120.

** Yüksek Lisans Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ayseegulz@hotmail.com, ORCID: 0000-0001-8610-3438.

Makale Geliş Tarihi: 08.06.2021

Makale Kabul Tarihi: 12.12.2021

Araştırma Makalesi

Anahtar Kelimeler: Covid-19, Pandemi, Savunma Mekanizmaları, Popüler Kültür, Jet Sosyete, Göstergebilim.

REFLECTIONS OF DEFENSE MECHANISMS USED IN COVID-19 PANDEMIC ON TELEVISION SERIES: THE CASE OF JET SOCIETY

ABSTRACT

The virus called covid-19, which emerged in the last months of 2019 in Wuhan, China's Hubei province, has affected the world. Due to the virus, which has a high human-to-human contagion, people with decreased social activities all over the world have entered a new life order in which they are forced to stay at their homes. With this new order, the use of technology has expanded in order to satisfy the desire to socialize, which is a necessity of human life. During the pandemic period, it was observed that video calls were used more to get rid of the loneliness and the monotony created by social isolation; the use of social media tool sand the duration of watching movies/ series on new media platforms or televisions increased. The effects of this great social life change on popular culture have been in evitable. Television series, the most important tool in spreading popular culture in Turkey, continued to be shot with mobile phone cameras although the work on the film sets was stopped. The first example of this kind of series was the series named "Jet Sosyete (Jet Society)", which was prepared to be broadcast by making some changes in the script in order to complete the unfinished shots. However, with the realization that the isolation process caused by the pandemic will be prolonged, the succeeding episode of the serials was recorded in history as the first episode of the series that the actors shot with their own cellphone cameras.

The main purpose of this research is to reveal how the media, which produces popular culture products, performs the function of transmitting information through defense mechanisms that arise in unpredictable situations such as pandemics. This research will contribute to the literature in terms of describing the defense mechanisms that emerge during a health-related crisis, on the one hand, and how the media reflects the reflections of this crisis on popular culture, on the other. However, it is thought that it would be appropriate to investigate the information-providing function of the mass media during a pandemic with important consequences. In this study, there flections of the covid-19 pandemic caused by the new type of coronavirus on popular culture were examined using the semiotic method in the "Jet Society" series, within the frame work of defense mechanisms. In the series, information was given and warnings were made through dialogues, and the audience was asked to identify themselves with the characters in order to convey the message that they were not alone in that process. In the series, it is seen that each character uses a different or similar defense mechanism to overcome the crisis that occurs with the epidemic. In the context of these defense mechanisms, the characters conveyed information about covid-19 to the audience, expressed the mistakes made, and gave messages were to be more hopeful and calm. In doing so, it is seen that the popular culture products have the advantage of being simple and comprehensible. The defense mechanisms of the characters of the series were observed to have similar properties with the people in real life by representing the evolving human behavior during the first period of isolation in Turkey.

Keywords: Covid-19, Pandemic, Defense Mechanisms, Popular Culture, Jet Set, Semiotics.

GİRİŞ

21. yüzyılda toplumlar covid-19 virüsünün tehdidi ile karşı karşıya bulunmaktadır. İnsanlık tarihine bakıldığında tüm dünyayı etkilen mikrobiyolojik etkenlere dayalı hastalıkların varlığı görülmektedir (Dizer ve Demirpek, 2008: 29-30). Nitekim Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), 2020 yılının ilk günleriyle birlikte, dünyanın pandemiye yol açabilecek olan yeni bir koronavirüs türü tehdidi altında olduğunu duyurmuştur (Buruk ve Özlü, 2020: 1). Bu duyurunun ve Avrupa ülkelerinde covid-19 hastalığına bağlı ölüm sayılarının artmasının ardından ülkeler hızla sınırlarını kapatarak ülkeleri içinde sosyal izolasyonu sağlayıcı bir dizi önlem almaya başlamıştır (Çobanoğlu, 2020: 37).

Türkiye’de de önce örgün ve yaygın eğitim veren okullar kapatılmıştır ardından 65 yaş üstü ve 20 yaş altı vatandaşların sokağa çıkması sınırlandırılmıştır (Çobanoğlu, 2020: 37). Bu süreçte birçok iş kolunun çalışmaları durmuş ya da durdurulmuştur. Dizi çekimleri birçok insanın bir araya geldiği ortamlar olması sebebiyle çalışmalarına ara vermiştir. Alınan bu önlemler evlerine kapanan büyük bir kitlenin oluşmasına ve kriz durumlarında insan davranışlarında gözlemlenen bir dizi savunma mekanizmalarının devreye girmesine, Türk toplumunda kendine has arketipler ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Aynı zamanda bu kitlenin her zamankinden çok daha fazla medya içeriği tüketmesi durumu söz konusu olmuştur (Kırık ve Özkoçak, 2020: 135).

Toplumun tümüne etki eden pandemi ve izolasyon süreci devam ederken popüler kültür üreticisi olan medyanın da bu süreçten, medya ürünlerinin ve içeriklerinin üretilmesi açısından etkilendiği açıktır. Toplumsal yaşamın bu denli değişmesi ile kriz durumlarında popüler kültür üreticileri penceresinden insan davranışlarının ve kullandıkları savunma mekanizmalarının medyaya yansımalarını irdelemek, kitle iletişim araçlarının daha iyi anlaşılabilmesi açısından önem arz etmektedir.

Dünya tarihinde birçok salgın yaşanmasına rağmen covid-19’un etkileri ve yayılımı göz önüne alındığında bu pandemi modern dünya insanları için büyük bir kriz yaratmıştır. Kriz zamanlarında iletişimde dikkat edilmesi gereken nokta “bilginin en hızlı ve doğru biçimde hedef kitlelere ulaştırılması” olacağı açıktır (Genç, 2008: 162). Gündemi belirleyen medyanın da covid-19 pandemisiyle ortaya çıkan kriz döneminde bu etkili iletişim hedefini gerçekleştirebilmek için popüler kültürü kullanması beklenen bir durumdur.

Bu çalışmada, “bir kitle iletişim aracı olarak televizyonda, covid-19 pandemisi hakkında bilgi aktarımı popüler kültür ürününe dönüştürülürken dizi karakterlerinin kullandığı savunma mekanizmalarının nasıl işlendiği” sorunundan yola çıkılarak nitel bir araştırma yapılmıştır.

Bu araştırmanın temel amacı, pandemi gibi öngörülemez durumlarda ortaya çıkan savunma mekanizmaları aracılığıyla popüler kültür ürünü üreten medyanın bilgi aktarma işlevini nasıl gerçekleştirdiğini ortaya koymaktır. Bu temel amaç çerçevesinde Jet Sosyete dizisinin 58. bölümü incelenerek, covid-19 pandemisinde ortaya çıkan davranış ve durumların nasıl bir popüler kültür ürünü haline geldiği incelenerek, dizide yer alan kahramanların davranışlarıyla savunma mekanizmaları arasındaki ilişki ortaya konacak ve dizi karakterleri aracılığıyla pandemi hakkında izleyiciye sağlanan bilgiler tespit edilecektir. Bu dizinin seçilmesinde rol oynayan faktörler, bir kitle iletişim aracı ve popüler kültürün en önemli üreticisi olarak televizyonda yayınlanması sebebiyle daha geniş kitlelere ulaştırılabilmesi, bundan hareketle covid-19 pandemisiyle ilgili bilgilendirici mesajların topluma kolay anlaşılır biçimde iletilmiş olması ve dünya çapında yeni bir çekim yönteminin denenmiş olmasıdır.

Bu araştırma, bir yandan sağlıkla ilgili bir kriz döneminde ortaya çıkan savunma mekanizmalarını betimlerken bir yandan da medyanın bu krizin yansımalarını popüler kültüre nasıl yansıttığını ortaya koyması açısından literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca, önemli sonuçları olan bir pandemilerde kitle iletişim araçlarının bilgi sağlama işlevine dair araştırma yapmanın yerinde olacağı düşünülmektedir.

1. POPÜLER KÜLTÜR VE KİTLE İLETİŞİM ARACI OLARAK TELEVİZYON

Kültür, “insanoğlunun ihtiyaçlarını gidermek amacıyla meydana getirdiği maddi ve manevi unsurların hepsidir” (Güney, 2015). Kültür, bir araya gelmiş insanların oluşturdukları, öğrendikleri ya da paylaştıkları tüm her şeyi kapsayan bir kavramdır. Toplum içerisinde bireyler etkileşimde buldukları sürece gelişir, değişir ve dönüşür. Adorno ve Horkheimer’a (2014) göre sanayileşme ve modernleşme, 19. yüzyılın ortalarında kırsal bölgeden kentlere doğru büyük bir göçü başlatırken beraberinde bu büyük üretime karşılık tüketime, tüketiciye adaptasyonu ifade eden bir “kitle kültürü”nün ortaya çıkmasına sebep oldu. Yapısal işlevselci yaklaşımların Amerikan sosyolojisinde yükselişe geçmesiyle kitle kültürü kavramı “popüler kültür” kavramı ile birlikte anılmaya başlamıştır (Zorlu, 2016: 86). Kökeni İngilizce olan popüler kavramı orta çağda “halk” anlamıyla kullanılsa da günümüzde “yaygın olarak beğenilen, seçilen” anlamını kazanmıştır (Güngör, 1999: 18). Popüler kültür, kültürel sistemlerin tüm parçalarını taşıyan, gündelik yaşamdan sanata, toplumsal yaşamın her alanını kapsayan bir tüketimi teşvik eden kavram olarak karşımıza çıkmakta olan popüler kültür (Erdoğan ve Korkmaz, 2010: 349- 350), sanayileşmeyle birlikte yaşantısının çoğunu işyerinde geçiren insanların çalışma zamanları dışında eğlendirilmesine yönelik etkinlikleri kapsayan bir ifadedir. Popüler kültür, halkın üretmediği fakat halk tarafından tüketilen, temelinde eğlencenin yer aldığı, günlük olarak tüketilen dedikodular, şakalar, şarkılar, danslar ve kıyafetlerle yaşamın her an içinde aktif olarak var olan, ucuza satın alınabilen olma özellikleriyle yeniden üretilebilen bir nitelik kazanmaktadır (Zorlu, 2016: 87). Buradan yola çıkarak medyanın, popüler kültür üreticisi olarak insanların yaşamında sürekli var olan bir konumda olduğunu söylemek mümkündür. Popüler kültür, “kapitalizmin, kitle iletişim araçlarıyla yaydığı ve toplumu oluşturan kitlelerin beğenisi haline getirdiği yapay bir ticari ve tüketim kültürü”nü ifade etmektedir (Yaylagül, 2019: 90). Bu sebeple, ürünlerini görsel olan her türlü malzemeyi yansıtarak oluşturan medyanın, imgeler ve imgesel bellek yoluyla popüler kültürden küresel kitle kültüre geçişi sağladığını ve birbirinden beslenen görsel kültür ile küresel kitle kültürün, toplumların tüketim ve yaşam biçimlerini daha çok görsel nesnelere tanımlamalarına sebep olduğunu söylemek mümkün olacaktır. Postman’a (1997) göre popüler kültür içinde yetişen toplum bireylerinin, medyanın, özellikle de televizyonun, kitlelere sunduğu haberler, diziler, reklamlar, yarışmalar, filmler gibi çeşitli programlar aracılığıyla popüler kültürü özümsemesi ve yaşamlarının önemli bir noktasına yerleşirmesi kaçınılmaz bir durum haline gelmektedir. Giderek çok daha fazla hanede yer almasıyla kitlelere hızlı ulaşım sağlanması ve görsel malzemenin bilgi gerektirmeyen kolay, akılda kalıcı aktarımına sahip olmasıyla televizyonun en önemli popüler kültür üreticisi olduğu söylenebilir. Yapılan araştırmalar, prime time denen yayınların en çok izlendiği saatlerde eğlence programlarına ağırlık verildiğini ve böylece düşündürücülüğü olmayan, izleyiciye hoşça vakit geçirme imkanı sağlayan, dizi, magazin ve spor türü programların tüketilmesini beraberinde getirdiğini ortaya koymuştur (Güllüoğlu, 2012). Bu özelliğiyle popüler kültür ürünleri ve bu ürünlerin üreticisi olan televizyon bir kaçış kutusu olarak izleyicilerine haz,

eğlence ve özdeşleşme gibi ödülleri sunarken bu izleyicilerin kendini gönül rızasıyla teslim etmelerine sebep olmaktadır (Erdoğan ve Korkmaz, 2010: 408- 447).

Bir kitle iletişim aracı olarak televizyon verdiği bilgiler aracılığıyla izleyici kitlesini bilgilenmekte ve medyanın belirlemiş olduğu önem dereceleri doğrultusunda izleyici kitlesi bu önem derecelerini kabul etme eğilimi göstermektedirler (Yaylagül, 2019: 78). Bu doğrultuda, en yaygın kitle iletişim aracı olan televizyonun, kriz iletişimin gerçekleşmekte olduğu süreçlerde etkili bir bilgilendirme aracı olarak bilgi akışının sağlanabileceği ortamı barındırdığı söylenebilir. Bilgi denildiğinde akla ilk gelen haberler olsa da eğlence unsurları barındıran bir dizi ile de bilgiye ulaşmak mümkün olabilmektedir. Televizyon yapısı gereği olayları görselleştirerek bilgi yayılımını sağlarken, özel bir durumlarda bireylerin kılavuz olarak kullanabilecekleri bilgiyi üretmeyi denemekte ve bireylerin tercihlerinin kesinleşmesine katkıda bulunmaktadır (Lazar, 2009: 67- 68). Buradan yola çıkarak, kriz durumlarında eğlence amacıyla üretilen bir televizyon dizisinin bir medya ürünü olarak, bilgiyi yaymak ya da bilgiye ulaşmak gibi özel amaçlara yönelik üretilebilir tüketilebileceği şeklinde okunabilir. Nitekim literatür tarandığında covid-19 salgını sırasında dünya genelinde televizyonun kolay ulaşılabilen, en sık başvuru alan ve etkili iletişim kaynağı haline geldiği görülmektedir (Afridi vd., 2021; Melki vd., 2020; Bonales Daimiel vd., 2020; Purohit ve Mehta, 2020).

2. PANDEMİ SÜRECİNDE SAVUNMA MEKANİZMALARI VE İNSAN DAVRANIŞLARI

2.1. Pandemi ve Covid- 19

Pandemi; bir kıta üzerinde ya da dünya çapında çok geniş alanlarda yayılım ve etki gösteren salgın hastalıkları tanımlamak için kullanılan bir kavramdır (Dizer ve Demirpek, 2008: 29). Can vd. (2009: 2) göre “pandemik virüs olarak tanımlanan virüsün en önemli özelliği toplumun bu yeni virüs ile daha önce karşılaşmamış olması ve bu virüs ile oluşacak enfeksiyona duyarlı olmasıdır”.

Koronaviruslar (CoV), hayvanlarda veya insanlarda çeşitli hastalıklara sebep olan büyük bir virüs ailesidir ve insanlarda Orta Doğu Solunum Sendromu (MERS) ve Şiddetli Akut Solunum Sendromu (SARS) gibi ağır hastalıklar yapan türleri olduğu bilinmektedir (T.C Sağlık Bakanlığı, 2020). Çin’de 2019 yılının son aylarında ortaya çıkan SAR-CoV-2 virüsünün ise covid-19 hastalığına sebep olduğu saptanmıştır (Buruk ve Özlü, 2020: 1). Hastalığa sahip olan kişilerde “ateş, kuru öksürük, halsizlik gibi nonspesifik yakınma ve bulgular öne çıkmıştır” (Karcıoğlu, 2020: 66). Bazı kişilerde virüsün hastalık belirtisi göstermemesi sebebiyle insandan insana salgının yayılmasında bulaştırıcı etki tam olarak bilinmemektedir (Aslan, 2020: 39). Bu nedenle şuan için bilinen en etkili korunma yöntemi Buruk ve Özlü’ye (2020) göre, kişisel hijyen kurallarının önemsenerek doğru uygulanması ve bazı sosyalleşme etkinliklerinin ertelenmesi görülmektedir.

2.2. Savunma Mekanizmaları ve İnsan Davranışları

Savunma mekanizmaları ilk olarak Freud’un 1914 yılında yaptığı “Savunmaların Nöropsikozu” adlı araştırmasında “ben’in acı veren ya da katlanılamayan fantezi ve duygulanımlara karşı direnmesi” (Freud, 2011: 33) anlamında kullanılmıştır. Freud’un bastırma, gerileme, tepki oluşturma, yapıp bozma, yansıtma, özdeşleşme, yalıtma, kendine yöneltme, karşıtına çevirme olarak tanımladığı savunma mekanizmalarının dokuz alt boyutuna kıza A. Freud (2011) özgecilik, saldırgan ile özdeşim ve yüceltme boyutlarını da eklemiştir. Savunma mekanizmaları bilişsel çatışmaları azaltırlar, iç ve dış gerçeklikteki

beklenmedik değişiklikleri en aza indiren süreçleri düzenler (Zeinalizadeta vd., 2014). Savunma mekanizmalarının beş temel özelliği şu şekilde özetlenebilir (Vaillant, 1994, aktaran: Callak, 2019: 13):

- a. Savunma mekanizmaları, çatışma ve duygulanımı yönetmenin temel yollarından biridir.
- b. Savunma mekanizmaları, görece bilinçdışı gerçekleşir.
- c. Savunma mekanizmaları, birbirinden bağımsız mekanizmalardır.
- d. Savunma mekanizmaları, birçok psikolojik belirtinin öncülleri olsa da, geri çevrilebilir yapıdadır.
- e. Savunma mekanizmaları, patolojik olduğu kadar uyumsaldırlar.

Günümüzde insanların pandeminin sebep olduğu krizi durumlarında nasıl tepki vereceklerine karşı çok fazla bir araştırma bulunmamaktadır. Krizlerin kritik, geniş boyutlu bir tehdit içermesi ve yüksek seviyede belirsizlik özelliklerine sahip olduğu (Genç, 2008: 162) düşünüldüğünde, covid-19 pandemisinin de toplumdaki bireyler için ani ve beklenmedik olmaları bakımından kriz yarattığı söylenebilir. Sağlıkla ilgili bir kriz durumunda, insan tepkilerinin davranışsal boyutlarının toplumsal sonuçları da etkilemesi kaçınılmazdır. Bu davranışlar, hijyen davranışları (el yıkama, dirsek içine öksürme veya hapşırma, yüzeyleri dezenfekte etme vb.), maske takma, aşı olma gibi önleyici, kalabalık ortamlardan kaçınma, toplu taşıma kullanmama ve karantina kısıtlamalarına uyum gibi kaçınılmaz, ilaç tedavilerine uyum, profesyonellerden yardım alma gibi hastalık davranışlarının yönetimi olarak üç tiptedir (Özkan vd., 2020: 107). Bu davranışların bazıları kişisel inisiyatif gerektirirken bazıları da kanun ile çerçevelenmiş olmaktadır. Bu davranışlara uymada bireylerin riski ve durumun ciddiyetini algılama biçimleri ve kullandıkları savunma mekanizmaları devreye girmektedir.

Daha önceki salgınlarda tutulan kayıtlara bakıldığında, toplumsal ilişkilerle beraber aile ve akrabalık ilişkilerinin de zarar gördüğü, bu sebeple insanların daha bencil ve katı yürekli olma eğiliminde oldukları, salgından en iyi koruma yönteminin hastalıktan kaçmak olduğunu fark eden zengin ve soyluların daha sakin bölgelere taşındıkları, kimi insanların hastalık olmadığını düşündükleri evlere kapanıp tüm eğlencelerden uzak durarak hastalıkla ilgili her şeye kulak tıkadıkları, kimi insanların da canlarının istediği her şeyi yaparak olup bitenleri alaya aldıkları görülüyor (Akın, 2018: 272, 273). Bu noktada insanların bazı savunma mekanizmalarına başvurduklarını söylemek mümkündür. Bunlar; bastırma, düşünselleştirme, akılcılaştırma, yansıtma, yüceltme, yadsıma, şakaya vurma, gerileme, yön değiştirme, denetleme, özdeşleşme, eyleme koyma, cinselleştirme, otistik fantezidir.

- a. Bastırma, “bir imge ya da duygulanımın bilinçli benin dışında tutulması ya da bilinçli benden atılmasıdır” (Freud, 2011: 42).
- b. Düşünselleştirme: Duygu ve düşünceleri yaşamaksızın onların üzerinde düşünerek duygusal içeriği olmayan düşünceler üretmesiyle kaygıyı denetime alma şeklinde işleyen savunma mekanizmasıdır (Tuzcuoğlu, 1995: 278).
- c. Akılcılaştırma: Koşulların benliğe acı ve bunaltı verici olduğu koşullarda akla yatkın görünen ancak sıkıntı duygusuna sebep olmayacak bir neden, açıklama bulma durumu olarak tanımlanır (Öztürk ve Uluşahin, 2011).
- d. Yansıtma: Bireyin yasak itkileri sebebiyle ortaya çıkan davranışına karşı duyduğu suçluluk duygusundan kurtulabilmek amacıyla o davranışı başkasına atfetme ya da yansıtma yoluyla kurtulma çabasını ifade eder (Freud, 2011: 39).

- e. Yüceltme: Varlığı istenmeyen libidinal, kaygı gibi bir dürtünün ya da öfke, kaygı gibi bir duygunun toplumsal açıdan kabul edilebilecek, üretken bir biçime dönüştürülmesidir (Callak, 2019: 22). Bu savunma mekanizması olumlu ve işlevsel olarak hizmet etmektedir.
- f. Yadsıma (inkâr): Bilinç düzeyinde travmatik veya toplumda kabul edilemez olan bir gerçeğin varlığını reddetme durumudur (Cervone ve Pervin, 2016).
- g. Şakaya Vurma: Bireyin kendini tedirgin etmeden ve diğer bireyler üzerinde olumsuz bir tepki yaratmadan duygularını açıkça ortaya dökemediği savunma mekanizmasıdır (Tuzcuoğlu, 1995: 279).
- h. Gerileme: Bireyin başa çıkmadığı problemle çocuksu ya da ilkel davranış biçimleriyle hareket ederek sorunu çözmeye çalışması olarak ifade edilebilir (Bayram, 2018: 20).
- i. Yön Değiştirme: Bireyin yönetmekte güçlük çektiği dürtülerini ya da duygularını yönelmesi beklenen gerçek nesneye değil başka bir nesneye yöneltmesi ile kaygıdan kurtulmaya çalışılmasıdır (Bayram, 2018: 13).
- j. Denetleme: Bireyin içsel çatışmaları dindirmek ya da kaygıyı azaltmak amacıyla çevresindeki insanları, nesnelere ve olayları üzerinde yönetmeye çalışmasıyla üzerlerinde hakimiyet kurması şeklinde işleyen nevrotik düzeydeki bir savunma mekanizmasıdır (Tuzcuoğlu, 1995: 277).
- k. Özdeşleşme: Kendisi için model oluşturan bir kişinin diğerinin kişiliğinin bir parçasını kendi kişiliğinin bir parçası yapma sürecidir (Freud, 2011: 45).
- l. Eyleme Koyma: Bireyin yasak olan arzulara ve içsel olarak rahatsızlık duyduğu korkulara karşı geliştirdiği kaygıyla başa çıkabilmek için bilinçdışı olarak yaptığı davranışlarıdır (Freud, 2011: 25).
- m. Cinselleştirme: Daha önceden cinsel bir nitelik içermeyen ya da kısmen içeren, kişi, nesne ya da durumların, kaygıdan uzaklaşabilmek amacıyla cinsel tatmin aracı haline getirilmesidir (Tuzcuoğlu, 1995: 278).
- n. Otistik Fantezi: “İstenmeyen durumun yarattığı kaygıdan kısa bir süreliğine uzaklaşmak için kurulan gerçekdışı fantezilerdir” (Callak, 2019: 19).

3. YÖNTEM

Çalışmada nitel araştırma yöntem ve tekniklerinden yararlanılmıştır. Nitel veri analizinde veriler, sosyal olguların kendine özgü bir yöntemle incelenmesi gerektiğini savunan anlamacı-yorumlayıcı paradigmaya dayanır (Aziz, 2003).

Bu araştırmanın evrenini, covid-19 döneminde televizyonda diziler aracılığıyla üretilen popüler kültür ürünü olan medya içerikleri oluşturmaktadır. Bu medya içerikleri arasında, hem yeni medya platformlarından Puhu Tv’de hem de televizyonda Star TV’de yayımlanan, pandemi sebebiyle insanların evlerine kapandığı bir dönemde tüm setlerin çalışmalarını durdurmasına rağmen dünyada ilk kez denenen bir yöntemle çekimleri oyuncuların evlerinden görüntülü konuşma ile gerçekleştirilen “Jet Sosyete” dizisinin 58. bölümü “#evdekal Özel Bölüm” seçilmiştir.

Diziler senaryosu olan kurgusal bir görsel anlatı türü olduğundan bu makalede “Jet Sosyete” dizisi, senaryosunda yer alan kişi, uzam ve zaman öğeleri açısından incelenecektir. Veri analizi Barthes’in göstergebilimsel çözümleme yöntemi kullanılarak yapılmıştır. Göstergebilimin en temel özelliği, yapısal dilbilim yaklaşımlarından yola çıkarak dilbilimsel kavramları gözlenebilen diğer olgu ve olaylara uygulama olanağı sağlamasıdır (Uluyağcı, 2007: 223). Barthes, göstergebilim ilkelerini dil ve söz, gösterilen

ve gösteren, dizim ve dizge, düzanlam ve yananlam olarak 4 ana başlık altında sınıflandırmıştır (2020: 23-25). Barthes'ın görüntüleri anlamlandırma kuramının temelinde yatan düşünce, anlamın düzanlam, yananlam boyutunda yayılımın nasıl gerçekleştiğiyle ilgilidir (aktaran: Tanyıldız ve Acar, 2019: 153). Düzanlam, yananlamın sonucu olarak vardır ve yananlamdaki en önemli öge ilk düzeyde yer alan “gösterge”dir, ilk düzey gösteren ise yananlamın “gösterileni”dir (Yağlıcı, 2019: 5).

Nitel araştırma yöntemi kullanılan bu araştırmada, covid-19 pandemisiyle meydana gelen kriz ile ortaya çıkan insan davranışlarının popüler kültüre yansımalarını ortaya koyma hedeflenmiş olduğundan ilişkisel tarama modelinde açıklayıcı bir çalışma yapılmıştır. İlişkisel (associational) araştırmalar olası ilişkileri ve bağlantıları inceleyerek olguları daha iyi anlayabilmeye olanak sağladığından ilişkilerin belirlenmesi araştırmacının tahminlerde bulunması için gerekli zemini hazırlar (Büyüköztürk vd., 2008: 22). Bu tür araştırmalarda, araştırmanın temel olguları aynı zamanda değişken olduğundan olgular arası ilişkiler de araştırılır, ortaya çıkarılmaya çalışılır (Aziz, 2003: 26).

4. BULGULAR VE YORUM

Bu bölümde Jet Sosyete dizisinin genel betimlemesi yapıldıktan sonra Barthes'ın modeliyle gösterge çözümlenmesine yer verilecektir.

4.1. Jet Sosyete Dizisi #evdekal Özel Bölüm Genel Betimlemesi

Türk durum komedisi olan Jet Sosyete'nin senaristi Gülse Birsal, yönetmeni Hakan Algül'dür. Üç sezon yayınlanan dizinin ilk sezonunu Star TV, ikinci sezonunu TV8, üçüncü sezonunu Puhutv ve Star TV yayımlamıştır ve 6 Mayıs 2020 tarihinde yayınlanan final bölümü ile dizi sona ermiştir.

Bu bölümde covid- 19 sebebiyle karantina altında olan dizi karakterleri birbirleriyle çoklu görüntülü konuşma yapmaktadır. Sahnelerde kişilerin aynı görüntüde yer alabilmesi için ekran bölmelere ayrılmıştır ve beyaz zemin üzerine görüntüler yerleştirilmiştir. Bazı sahnelerde geçmiş bölümlere gönderme yapılarak flashback sahneler kullanılmıştır (Bkz. Resim 1).



Görüntülü Telefon bağlantısı



geçiş sahnesi



Flashback geçiş sahnesi

Resim 1. Sahneler

Dizinin bu bölümü 58 sahneden oluşmaktadır. Bunlardan 19'u İstanbul Boğazı ve site görüntülerinden oluşan ve zaman geçişlerini belirtmek için kullanılan geçiş sahneleri, 7'si daha önceki bölümlerde yer alan konuyla alakalı olan flashback sahneleri ve 32'si de görüntülü telefon görüşmesi sahnesidir. Bu sahneler; 2., 3., 4.,5., 6., 7., 10., 12., 13., 15., 17., 18., 21., 23., 27., 30., 32., 33., 34., 37., 38., 39., 40., 42., 44., 45., 46., 49., 52., 55. ve 58. sahnelerdir. Bu çalışmada görüntülü konuşmaların yer aldığı 32 sahne karakterlerin savunma mekanizmaları açısından incelenecektir. Ayrıca sahnelerde karakterler üzerinden covid-19 pandemisiyle, pandemide yaşananlarla ilgili izleyiciye yapılan bilgilendirmeler ve uyarılar incelenmektedir.

Bölümün konusu, covid-19 pandemisi sonucu karantinaya girilmesiyle karakterlerin evlerine kapanması, bu süreçte yapılanlar, yapılması gerekenler, karakterlerin durumla ilgili yaşadığı kaygılardır. Dizide yer alan karakterler, dizi boyunca bir birlerini arayarak görüntülü konuşma yapmakta ve covid-19 hakkında deneyimlerini paylaşmaktadır. Dizide karakterler üzerinden karantina süreciyle ilgili bilgilendirme yapılmakta, Türkiye'de pandemiyle ortaya çıkan tipik insan davranışları gösterilmekte, ana karakter aracılığıyla evde kalmak zorunda olan izleyicilere moral verici mesajlar iletilmektedir.

4.2. Anlatı Çözümlemesi

4.2.1. Karakterler

Dizideki karakterler şunlardır; Gizem, Cengiz, Ozan, Zahide, İlayda, Alara, Safiye, Yıldız, Şennur, Talip, Tonny ve Tekin. Gizem ve Cengiz Özpamuk evlidir ancak Gizem İzmir'deki annesinin yanına gitmiştir. Ozan, Cengiz'in oğludur ve Cengiz'in annesi olan Zahide ile üçü aynı evde karantinada olmalarına rağmen ayrı yerlerde vakit geçirmektedirler. İlayda ve Alara kardeştir ve Bodrum'daki yazlıklarında karantinadadırlar. Safiye Yıldız'ın, Şennur da Talip'in annesidir ve dördü aynı evde karantinadadır. Safiye tüm aile bireylerini ayrı odalarda bulunması konusunda denetim altında tutmaktadır. Şennur ara ara dışarıya çıkmakta kurallara uymamaktadır. Tonny, Özpamuk şirketinde çalışan bir moda tasarımcısıdır ve evinde yalnız başına karantinadadır. Tekin, Gizem'in sürekli gittiği avmdeki bir mağazada ayakkabı satıcısıdır ve evinde yalnız başına karantinadadır. Diziler öyküsel anlatım içerdiğinden dizi boyunca karakterlerin birçok devinimde bulunduğu görülür. Bu devinimler karakter davranışları olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu davranışlar ve söylemler kullanılan savunma mekanizmaları hakkında bilgi vermektedir.

4.2.2. Zaman

Dizinin bu bölümü karakterlerin covid-19 pandemisi sebebiyle girdikleri karantinalarının 10. gününden başlayarak 32. gününe kadar olan süreyi kapsamaktadır. Açılış sahnesinde karakterlerin karantinalarının 10. gününde oldukları sahnenin sol alt köşesinde yazı ile belirtilmiştir (Bkz. Resim 2).



Resim 2. Açılış Sahnesi

Geçiş sahnelerinde kaçınıcı günde olunduğu da ekranın sol alt köşesine yazılarak belirtilmiştir. En son olarak ekranda 30. gün görünmesine rağmen yine bu geçiş sahnelerinde gece ve gündüz görüntüleri kullanılarak iki günün daha geçtiği izleyiciye verilmiştir (Bkz. Resim3). Ayrıca görüntülü konuşma yapan karakterlerin bulunduğu ortamlarda doğal ışık kaynakları da bu konuda bilgi vermektedir.



Resim 3. Gün Geçişleri

4.2.3. Uzam

Dizi yeni bir yöntemin kullanılması sebebiyle uzam açısından incelenirken klasik değerlendirmelerden farklı olarak göz önünde bulundurulması gereken bir nokta vardır. Dizinin bu bölümünde karakterler bir yandan kendi uzamları içerisindeyken bir yandan da görüntülü konuşmanın yarattığı sanal bir uzam içerisinde yer almaktadırlar. Ekran bölümlere ayrıldığından bir sahnede hem iç hem de dış uzam bulunabilmektedir (Bkz. Tablo 1.). Dış uzam ve iç uzam arasında kullanılma sıklığı açısından denge vardır.




İç uzam		Dış uzam	
Gösterge	Uzam	Gösterge	Uzam
	Salon		Görüntülü konuşma bağlantısı
			Jetset Konakları Sitesi
	Banyo		İstanbul Boğazı
	Mutfak		Bahçe
	Yatak odası		Sahil


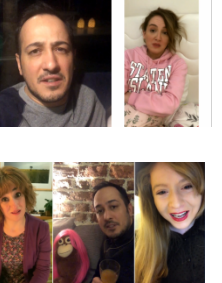

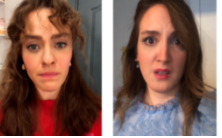
Tablo 1. Dizide Kullanılan Uzamlar

Jet sosyete dizisi bir sitcom olması sebebiyle setlerde çekilmekte iken karantina koşullarında gerçek mekanlar uzam olarak kullanılmıştır. Dizide uzamlar kişilerin covid-19'a verdikleri tepkileri ortaya koymak açısından da bilgi verici özellik taşımaktadır.

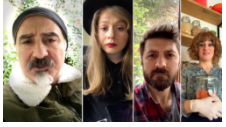

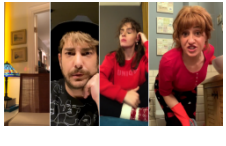
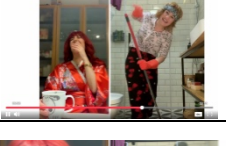
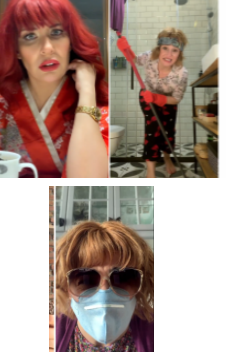

4.3. Gösterge Çözümlemesi

Dizi öyküsünün devinimini sağlayan 32 görüntülü konuşma sahnesi bir yandan covid-19 pandemisinde Türkiye’de ortaya çıkan insan davranışlarını ortaya koyarken bir yandan da karakterlerin kullandığı savunma mekanizmaları hakkında bilgi vermektedir. Ayrıca dizi, covid-19’dan korunmak için yapılabilecekler ve yapılmaması gerekenler hakkında diyaloglar içermesiyle bilgilendirici bir işlev de görmektedir. Bölümde yer alan görüntülü konuşmalar göstergeleri oluştururken, mekan kullanımı, objeler, yüz ifadeleri ve diyaloglar gösterenleri oluşturmaktadır. Bu çerçevede sahneler incelendiğinde karakterlerin covid-19 pandemisine karşı kullandıkları savunma mekanizmaları açığa çıkmaktadır (Bkz. Tablo 2).

Karakter	Gösterge	Gösteren	Gösterilen	Savunma Mekanizmaları
Gizem		<p>“Çok yakın bir gelecekte bu yaşadıklarımıza çok güleceğiz.”</p> <p>“Ama bir yerde hayat hep öyle be Cengiz. Biz hep endişeyle yaşıyoruz ki şuan sadece dozu biraz fazla.”</p> <p>“Bak tünelin ucunda ışık var ve bizi bekliyor.”</p>	Eğlenceli, daha bilinçli, moral sağlayıcı, umut verici insan	Akılcılaştırma
		<p>“İstinye’de ikamet eden 20-25 yaş arası genç kızları hastanelere çalışmak için alıyorlarmış.”</p>		Şakaya vurma
		Şarkı söylemesi		Yüceltme

Cengiz		<p>“Yürüyüşe çıktım.”</p> <p>“Ben koronadan korkmuyorum. Sigara içmiyorsan niye korkacaksın ki...”</p>	Karantinayı ve hastalığın varlığını kabullenme yen, gerçeklerde n kaçan insan	Yadsıma
		<p>“Evde değilim, uzak bir yerde kamp yapıyorum.”</p> <p>“Çıktım Tahiti'ye geldim.”</p>		Hayal Kurma
Ozan		<p>“Üzerinde ne var?”</p> <p>“Kızla muhabbet diyorum ne var? O benle konuşmaya başlarsa o zaman delilik kabul ediyorum.”</p>	Karantınad a cinselliğe düşkün olan insan	Cinselleştirme
Zahide		<p>“Azıcık süsleneyim de moralim düzelsin dedim.”</p>	Zengin ve diğerlerini düşünmeyeyen insan	Bastırma
		<p>Kürk, makyaj, inci kolyeler</p>		-
İlayda		<p>“Alara'yla Bodruma geldik.”</p> <p>“Komşunun evinde öyle ikimiz bir şeyler yiyoruz.”</p>	Şehir değiştiren, komşuya giden yazlıkçı zengin insan	Yadsıma

		Spor yapma		Yüceltme
Alara	 	<p>“Bütün bunlar olurken hastalığa yakalanmış insanlarda antikor oluştuğu bulunursa bir aşının hazırlanması sadece zaman meselesi”</p> <p>“24 saat bahçede soğukta oturuyor, hapaşınca panik oluyor. Bu ne bilimsizliktir ya!”</p>	Bilimsel gerçekleri dikkate alan, akıllı, mantıklı insan	Düşünselleştirme
		“Uykusuzluk ve stres dönemlerinde mide asidi fazlaşır. Bir tür reflü bile olabilir.”		Akılcılaştırma
Safiye		<p>“Ailede kimseyi birbirine yaklaştırmıyorum”</p> <p>“Güzel şeyler söyledi, azıcık iyi geldi. Ama şuan gidip fasulyeleri kolonyalamam lazım.”</p>	Sürekli temizlik yapan, aşırı tedbir alan, başkalarına da uygulatan insan	Denetleme

	 	<p>“Ben her şeyi dezenfekte ediyorum ve ailede kimseyi birbirine yaklaştırmıyorum. Onun için hiçbir korkum yok.”</p> <p>“El bakımı yapıyorum.”</p>		Yadsıma
		<p>“Virüs sensin virüs...”</p>		Yön değiştirme
		<p>“Yemeği Yıldız yapmış.”</p>		Şakaya vurma
		<p>“Koku tat alamama koronanın bir belirtisi dediler, ben bir tırstım...”</p> <p>“Ben hiç gülemiyorum hep ağlayasım var.”</p> <p>Temizlik bezi, paspas, maske, eldiven, gözlük, mutfak, banyo</p>		-
Yıldız		<p>“Çamaşır yıkıyorum Talip.”</p> <p>“Annemin talimatı, temizlik için.”</p> <p>“İnsan kendine bakmalı.”</p> <p>“Sıkıntıdan patladım, evin içinde şiştim.”</p>	<p>Öz bakımını ihmal etmeyen, annesinin dediklerini yapan, evde sıkılan genç insan</p>	<p>Özdeşleşme</p> <p>-</p>

Şennur		<p>“Ağzımı, yüzümü hep koruyor, yıka yıka kullan.”</p> <p>“Yalnız kaldım diye ağlıyor misafir gelince de memnun kalmıyor.”</p>	Karantina kurallarına uymayan, misafirlğe giden insan	Şakaya vurma
		<p>“Ben bunların hepsinden daha sağlıklıyım. Sırf işkence olsun diye beni buraya kilitlediler.”</p>		Yansıtma ve Yadsıma
Talip		<p>“Kuluçka süresi 15 gün.”</p>	Talepkar, iş yapmadan hizmet bekleyen insan	Akılılaştırma
		<p>“Mahalle kızı, saçaklı!”</p>		Yön Değiştirme
		<p>“Aa ama yeter ama İlayda hanım. İtalyan kankam var, İngiliz kankam var. Şuan kankanız benim, kankanız Talip, Ayazağlı Talip!”</p>		Eyleme koyma
		<p>“Yıldız, bana bu meyve tabağından bir tane daha.”</p> <p>“Bana da elin değmişken çok şekerli bir kahve kap gel bakayım.”</p>		-

Tonny		“Oyala beni Gizem çok korkuyorum.”	Yalnızlıkla ve hastalıkla baş edemeyen, başkalarına ihtiyaç duyan insan	Gerileme
Tekin		“Aç aç oturuyorum evde. Onun için adam gibi bir şeyler yollayın.”	İşini kaybetmiş, parasız kalmış insan	Eyleme koyma

Tablo 2. Dizide Karakterlerin Başvurduğu Savunma Mekanizmalarına İlişkin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Tabloda 12 dizi karakterinin covid-19 pandemisine karşı başvurdukları savunma mekanizmaları, gösterge- gösteren- gösterilen ilişkisi çerçevesinde analiz edilmiştir. Bu tabloya göre karakterlerin savunma mekanizmalarını kullandığının gösterenleri olarak diyaloglar ve ilgili sahnede yer alan dekorlar listelenmiştir. Dizinin bu bölümünde karakterlerin kullandığı cümlelerin karşılık geldiği savunma mekanizmaları ve karakterlerin dizideki temsilleri tabloya göre şu şekilde okunmaktadır;

Gizem karakteri; “Çok yakın bir gelecekte bu yaşadıklarımıza çok güleceğiz.”, “Ama bir yerde hayat hep öyle be Cengiz. Biz hep endişeyle yaşıyoruz ki şuan sadece dozu biraz fazla.”, “Bak tünelin ucunda ışık var ve bizi bekliyor.” ile akılcılaştırma, “İstinye’de ikamet eden 20-25 yaş arası genç kızları hastanelere çalışmak için alıyorlarmış.” cümlesi ile şakaya vurma savunma mekanizmasına başvurduğu görülmektedir. Bölümün son sahnesinde ise pandemiye karşı duygularını arkadaşlarına söylediği şarkı ile aktarması yüceltme savunma mekanizmasına karşılık gelmektedir. Tüm bu savunma mekanizmalarını kullanması ise Gizem karakterinin “eğlenceli, daha bilinçli, moral sağlayıcı, umut verici insan” olduğunu göstermektedir.

Cengiz karakteri “Yürüyüşe çıktım.”, “Ben koronadan korkmuyorum. Sigara içmiyorsan niye korkacaksın ki...” cümleleri ile yadsıma savunma mekanizmasını, “Evde değilim, uzak bir yerde kamp yapıyorum.”, “Çıktım Tahiti’ye geldim.” cümleleriyle ise hayal kurma savunma mekanizmasını kullandığı sonucuna varılmaktadır. Bu savunma mekanizmalarını kullanarak “karantinayı ve hastalığın varlığını kabullenmeyen, gerçeklerden kaçan insan” temsili olmaktadır.

Ozan karakteri farklı sahnelerde, “Üzerinde ne var?”, “Kızla muhabbet diyorum ne var? O benle konuşmaya başlarsa o zaman delilik kabul ediyorum.” cümlelerini kullandığından “karantınada cinselliğe düşkün olan insan” temsiliyle cinselleştirme savunma mekanizmasını kullanmaktadır.

Zahide karakteri, “Azıcık süsleneyim de moralim düzelsin dedim.” cümlesiyle pandeminin varlığına karşı bastırma savunma mekanizmasını kullanırken dizide “zengin ve diğerlerini düşünmeyen insan” temsili olduğu sonucuna varılmaktadır.

İlayda karakterinin, “Alara’yla Bodruma geldik.”, “Komşunun evinde öyle ikimiz bir şeyler yiyoruz.” cümleleriyle pandemiye karşı kullandığı savunma mekanizmasının yadsıma olduğu anlaşılmaktadır. Bu cümlelerden yola çıkarak kardeşiyle yaşadığı kalabalık bir şehirden daha az insanın yaşadığı ve daha az insanın erişebildiği olanaklarla

“şehir değiştiren, komşuya giden yazlıkçı zengin insan” temsili olduğu görülmektedir. Getirilen tüm yasaklara rağmen komşuya giderek yemek yiyecek olması yadsıma savunma mekanizmasının varlığına işaret olmaktadır. Başka bir sahnede ise karantinada olduğu süreçte spor yaptığı görülmekte böylece yüceltme savunma mekanizmasını kullanmaktadır.

Alara karakteri, “Bütün bunlar olurken hastalığa yakalanmış insanlarda antikör oluştuğu bulunursa bir aşının hazırlanması sadece zaman meselesi”, “24 saat bahçede soğukta oturuyor, hapsirince panik oluyor. Bu ne bilimsizliktir ya!” cümleleriyle düşünselleştirme, “Uykusuzluk ve stres dönemlerinde mide asidi fazlalır. Bir tür reflü bile olabilir.” cümleleriyle ise akılcılaştırma savunma mekanizmalarına başvurmaktadır. Olumlu savunma mekanizmalarına başvurduğu görülen Alara karakteri dizideki “bilimsel gerçekleri dikkate alan, akıllı, mantıklı insan” temsilidir.

Safiye karakteri, “Ailede kimseyi birbirine yaklaştırmıyorum.”, “Güzel şeyler söyledi, azıcık iyi geldi. Ama şuan gidip fasulyeleri kolonyalamam lazım.” cümlelerini söylediğinden denetleme savunma mekanizmasına başvurduğu anlaşılmaktadır. Yine yaptığı bir görüşmede Safiye, çamaşır suyu kullanmaktan tahriş olan ellerini gizlerken neden eldiven olduğu sorusuna “El bakımı yapıyorum.” diyerek, başka bir sahnede ise “Ben her şeyi dezenfekte ediyorum ve ailede kimseyi birbirine yaklaştırmıyorum. Onun için hiçbir korkum yok.” cümlesinden sonra Cengiz’in hapsirilmesiyle telefonu kapatarak yadsıma savunma mekanizmasını kullandığı görülmektedir. Ayrıca kızı Yıldız’a “Virüs sensin virüs...” cümlesiyle yön değiştirme savunma mekanizmasını ve yemekten tat alamadığı üzerine Gizem ile konuşurken “Yemeği Yıldız yapmış.” cümlesi ile şakaya vurma savunma mekanizmasını kullandığı görülmektedir. Dizinin bu bölümünde Safiye, beş farklı savunma mekanizmasını kullanarak en fazla savunma mekanizması kullanan karakter olduğu anlaşılmaktadır. Bölüm boyunca Safiye karakterinin bulunduğu sahnelerdeki dekor ve kostümlerden (temizlik bezi, paspas, maske, eldiven, gözlük, mutfak, banyo) ve kullandığı “Koku tat alamama koronanın bir belirtisi dediler, ben bir tırtım...”, “Ben hiç gülemiyorum hep ağlayasım var.” cümlelerinden anlaşılıyor ki dizide, “sürekli temizlik yapan, aşırı tedbir alan, başkalarına da uygulatan insan” temsilidir.

Yıldız karakterinin kullandığı, “Çamaşır yıkıyorum Talip.”, “Annemin talimatı, temizlik için.” cümlelerinden pandemiye karşı alınacak tedbirlerde özdeşleşme savunma mekanizmasına başvurmaktadır. “İnsan kendine bakmalı.” ve “Sıkıttıdan patladım, evin içinde şiştim.” cümleleriyle, pandemi sürecinde daha az sorumluluk alan “öz bakımını ihmal etmeyen, annesinin dediklerini yapan, evde sıkılan genç insan” temsili olduğu anlaşılmaktadır.

Şennur karakteri misafirliğe gittiği Tonny’nin maske takması konusundaki uyarıya karşılık yüzündeki şaka maskesi için “Ağzımı, yüzümü hep koruyor, yıka yıka kullan.”, “Yalnız kaldım diye ağlıyor misafir gelince de memnun kalmıyor.” diyerek şakaya vurma savunma mekanizmasına başvurduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca, “Ben bunların hepsinden daha sağlıklıyım. Sırf işkence olsun diye beni buraya kilitlediler.” Cümlesiyle hem yansıtma hem de yadsıma savunma mekanizmasını kullanmakta olduğu görülmektedir. misafirliğe giden Şennur karakterinin “Karantina kurallarına uymayan, misafirliğe giden insan” temsili olduğu sonucuna varılmaktadır.

Talip karakteri, annesi Şennur’un karantinaya alınması üzerine kendine bulaşmış olma ihtimaliyle ilgili olarak “Kuluçka süresi 15 gün.” cümlesiyle akılcılaştırma savunma mekanizmasına başvurmaktadır. Tüm sahnelerde aynı evde karantinada olduğu nişanlısından bir şeyler talep ettiği görülen Talip nişanlısının bu duruma tepki vermesiyle “Mahalle kızı, saçaklı!” diyerek yön değiştirme savunma mekanizmasını kullandığı görülmektedir. Dizide zengin kesimin temsili olan İlayda karakterine “Aa ama yeter ama

İlayda hanım. İtalyan kankam var, İngiliz kankam var. Şuan kankanız benim, kankanız Talip, Ayazağlı Talip!” diyerek eyleme koyma savunma mekanizmasına başvurduğu anlaşılmaktadır. “Yıldız, bana bu meyve tabağından bir tane daha.” ve “Bana da elin değmişken çok şekerli bir kahve kap gel bakayım.” cümlelerinden anlaşılmaktadır ki Talip karakteri “Talepkar, iş yapmadan hizmet bekleyen insan” temsili olarak dizinin bu bölümünde yer almaktadır.

Tonny karakteri Gizemle yaptığı bir görüşmede, “Oyala beni Gizem çok korkuyorum.” cümlesini söylediğinden gerileme savunma mekanizmasını kullandığı sonucuna varılmaktadır. Bu sebeple dizideki temsili “yalnızlıkla ve hastalıkla baş edemeyen, başkalarına ihtiyaç duyan insan”dır.

Tekin karakteri, dert yakınan diğer karakterlere “Aç aç oturuyorum evde. Onun için adam gibi bir şeyler yollayın.” cümlesiyle pandemide “işini kaybetmiş, parasız kalmış insan” temsili olarak eyleme koyma savunma mekanizmasını kullanmaktadır.

4.4. Sahnelerin Analizi

Dizide diyaloglar, mekan kullanımı ve aksesuarlar ile karakterlerin covid-19 pandemisine karşı geliştirdikleri savunma mekanizmaları hakkında bilgi sağlayıcı verilere ulaşılmıştır. Aynı zamanda dizide yer alan diyaloglarla, karakterler aracılanarak izleyicilere covid-19 pandemisi hakkında bilgilendirici ve uyarıcı mesajlar iletilmiş saptanmıştır. Görüntülü konuşmaların yer aldığı sahnelerin analizi şu şekildedir:

2. sahnede Gizem, Şennur, Ozan ve Cengiz görüntülü konuşma yapmaktadır. Gizem’in İzmir’e, annesinin yanına gittiği, Cengiz, Ozan ve Zahide’nin aynı evde karantinede olduğu bilgisi verilmiştir.

3. sahnede görüntülü konuşma yapan Talip, Yıldız, Alara ve İlayda, virüsün nereden çıktığı konusunda fikirlerini birbirlerine aktarmaktadırlar. Bu fikirler aynı zamanda koronavirüsle ilgili olarak Türkiye ve dünyada da dile getirilen fikirlerdir. Talip Çin’i, İlayda Amerika’yı, Yıldız ise gizli bir örgüt olduğu söylenen İllimünati’yi suçlamaktadır. Virüsün doğal yollarla bulaşmış olabileceğini söyleyen Alara’ya herkes tepki göstererek tek tek görüntülü konuşmayı sonlandırırlar. Bunun üzerine Alara’nın “Bilim insanı hep yalnız.” monoloğuyla dünya genelinde de dile getirilen bu eleştirilere bir tepki verilmiş ve bilimin önemine dikkat çekilmiştir.

4. sahnede, 2. sahnedeki görüntülü konuşma devam etmektedir. Aileleriyle evlerine kapanan dizi karakterleri bu durumdan yakınmaktadırlar. Onları arayan Şennur ise bir yandan çayını içerken bir yandan da zevk alarak çekişmelerini seyretmektedir. Şennur Ozan’a, “Sende tam genç taşıyıcı tipi var.” demesi üzerine Ozan’ın “Nerede taşıyacağım acaba?” 10 gündür evden çıkmadım ya.” diye cevap vermesi pandemi sürecinde bu konuda bazı yaş aralıklarına karşı geliştirilen önyargıya vurgu yapmakta bunun gerçek olmadığı mesajı verilmektedir.

5. sahnede Yıldız ile görüntülü konuşma yapan Alara, ablası İlayda’yla Bodrum’a gittiğini aktarırken bir yandan da bu durumu covid-19’un yayılmasını hızlandırması konusunda eleştirmektedir. Böylece pandemi sürecinin başlangıcında İstanbul’dan Bodrum’a olan büyük hareketliliği de eleştirmiş olmaktadır. Yıldız’ın sıkılıyor musun sorusuna verdiği “Yo..kitap, sanal müze gezme falan...” diye cevap vererek izleyicilere evde kaldıkları dönemde yapabilecekleri konusunda alternatif sunmaktadır. Yıldız ise aynı evde nişanlısı ile kalmaktan mutluluğunu dile getirmiştir.

6. sahnede Ozan, Talip ve Tekin görüntülü konuşma yapmaktadır. Talip nişanlısıyla aynı evde kalmayı bir rüya olarak yorumlamaktadır ve sevincini aktarmaktadır. Tekin ise evde kalmanın değil parasız kalmanın zor olduğundan bahsederek bu süreçte işsiz kalan kesime

vurgu yapılmaktadır. Ayrıca Talip, Safiye'nin herkesin arasına 2 metre mesafe koyduğunu bilgisini vermektedir.

7. sahnede Safiye, İlayda ve Zahide görüntülü konuşma yapmaktadır. Safiye herkesin arasına 2 metre mesafe koyduğunu söyleyerek bir önceki sahnede belirtilen sosyal mesafe kurallarını izleyiciye altını çizerek bir kez daha aktarmaktadır. Ayrıca bu söylem ile Safiye'nin denetleme savunma mekanizmasını kullandığı anlaşılmaktadır. Bu sırada İlayda spor yapmaktadır. Bu durumda karantinada olan İlayda'nın dışarı çıkmak yerine evde spor yaparak yüceltme savunma mekanizmasına başvurmakta olduğu söylenebilir. Evde kapanmış olan izleyicileri harekete geçirmek için de bir mesaj niteliği taşımaktadır. Sahne dışından duyulan Yıldız'ın şarkı söyleyerek el yıkaması ile Safiye'nin "İki kez iyi ki doğdun söylemek 20 saniye ediyor" bilgisini aktarmasıyla, kolayca akılda tutulabilecek bir bilgi üzerinden 20 saniye el yıkamanın altı çizilmektedir. Böylece covid-19 hastalığına karşı alınan önlemlerin başında gelen el yıkama ve süresi izleyicilere aktarılmaktadır.

10. sahnede Gizem ile Tonny görüntülü konuşma yapmaktadır. Yalnız olmaktan korktuğunu söyleyen Tonny Gizem'den onu oyalamasını istemektedir. Tonny'nin irkilerek bağırması ve baş edemediği konular için başkalarına ihtiyaç duyması onun gerileme savunma mekanizmasını kullandığını göstermektedir. İçeriden seslerle ilgili mantıklı açıklamalar yapan Gizem ise akılcılaştırma savunma mekanizması kullanabilmesi için Tonny'e destek olmaktadır.

12. sahnede Ozan, Cengiz ve İlayda görüntülü konuşma yapmaktadır. Ozan sarımsağın, İlayda tarhana çorbasının, Cengiz ise lahanaya turşusunun coronavirüsü öldürdüğünü söylemektedir fakat her birinin yalan olduğu bilgisi karakterler tarafından verilir. İlayda'nın "Galiba tek gerçek şu; evde kalmak virüsü önlüyor." diyaloguyla izleyiciye evde kalmanın gerekliliği hatırlatılmaktadır. Bu sırada Cengiz sahildedir, fondan siren sesi duyulur ve Cengiz polislerin geldiğini söyleyerek eve doğru koşmaya başlar. Bu sahne ile Türkiye'de 20 yaş altına ve 65 yaş üstüne getirilen sokağa çıkma yasağı ve kanunlar çerçevesinde bu konudaki yaptırımlar izleyiciye hatırlatılmıştır.

13. sahnede Zahide, Gizem, Safiye ve Yıldız görüntülü konuşma yapmaktadır. Zahide kürk giyip üst üste inci kolyeler takmıştır. Burada karakter bastırma mekanizmasını kullanarak covid-19 pandemisi hiç yokmuş gibi davranmaktadır. Sahnenin devamında yüzünde güzellik maskesi bulunan Yıldız ve Gizem karakterleri üzerinden karantina sürecinde kadınların bakımlı olması üzerine tavsiyeler verilmiştir.

15. sahne, 13. sahnedeki görüntülü konuşmanın devamıdır. Bu sahnede Safiye'nin, neden ellerinde eldiven olduğunu soran Gizem'e "El bakımı yapıyorum." diyerek cevap vermesi yadsıma savunma mekanizması kullandığını göstermektedir. Çünkü kızı Yıldız annesinin ellerini çamaşır suyu ile yıkamasından dolayı alerji olduğu bilgisini verir. Safiye'nin bu konuyu inkar ettiği sonucu çıkmaktadır. Böylece Türkiye'de de görülen çamaşır suyu ile el yıkama davranışının alerjik reaksiyonlara sebep olabileceği hakkında izleyici uyarılmıştır.

17. sahnede Cengiz, Alara, Talip ve Safiye görüntülü konuşma yapmaktadır. Cengiz sigara içmediği için, Talip genç olduğu için, Safiye de her şeyi dezenfekte ettiği için koronavirüsten korkmadıklarını söylemektedir. Konuşma esnasında Cengiz'in hapsirmasıyla koronavirüsten korkmadığını söyleyen Talip ve Safiye'nin konuşmayı sonlandırması ikisinin de savunma mekanizmalarından yadsımayı kullandığını göstermektedir. Aynı şekilde Cengiz'de hapsirir hapsirmaz doktoru arayacağını söylediğinden yadsıma savunma mekanizmasına başvurduğunu söylemek mümkündür. Alara ise herkes konuşmayı sonlandırdıktan sonra düşünceleştirme savunma mekanizmasını kullanarak Cengiz'in bahçede kalmasından dolayı hapsirmiş olduğunu aktarmaktadır.

18. sahnede İlayda ile görüntülü konuşma yapan Yıldız banyoda annesinin talimatıyla temizlik yapmakta olduğunu söylemektedir. Bu da annesiyle özdeşleşme yaşadığını göstermektedir. Bu sahnede İlayda “Komşunun evinde öyle ikimiz bir şeyler yiyoruz.” diyerek koronaya ve alınması gereken önlemlere karşı yadsıma savunma mekanizmasını kullanmaktadır. İlayda’nın akşam yemeği için komşuda olduğunu öğrenen Yıldız, “Bir kişi öksürse artı 10 vaka.” diyaloguyla izleyiciyi birden fazla kişinin bir araya gelmemesi konusunda uyarılmaktadır. İlayda’da bu tavsiyeye uyararak evine dönmektedir. Bu da izleyiciyi önlemlere karşı uyuma teşvik etmektedir.

21. sahnede Gizem, Tonny, Yıldız ve Safiye görüntülü ev oturması yapmaktadırlar. Safiye kızı Yıldız’a, “Virüs sensin virüs...” diyerek yön değiştirme savunma mekanizmasını kullanmaktadır. Bu süreçte bunalan Gizem sıkıldığını söyleyen Yıldız’a onun yaş aralığındaki gençlerin hastanelerde çalışacağını söyleyerek evde sıkılan gençlere yakınmalarını konusunda mesaj verilirken sağlık çalışanlarının zor koşullarına da dikkat çekilmektedir.

23. sahnede İlayda ile görüntülü konuşma yapan Ozan’ın, “Yalnız mısın?”, “Üzerinde ne var?” gibi söylemleriyle cinselleştirme savunma mekanizmasına başvurduğu anlaşılmaktadır.

27. sahnede Talip, Cengiz ve Ozan görüntülü konuşma yapmaktadır. Sahne Talip’in Yıldız’dan bir tane daha meyve tabağı istemesiyle başlamaktadır, bu da onun talepkar özelliğinin bir göstergesidir. 17. sahnede hapşırığı için doktoru arayan Cengiz, covid-19 teşhisiyle ilgili olarak sadece hapşırmanın yeterli olmadığı, yüksek ateşi ve öksürüğün de olması gerektiği bilgisini izleyiciye aktarmaktadır. Bu sırada arkasında bulunan ekranda sahil manzarası yer alan Cengiz, İstanbul’da havanın soğuk olması sebebiyle Tahiti’ye gittiğini söyleyerek otistik fantezi savunma mekanizmasına başvurmaktadır. Evde kapalı kalma durumunu kabullenemediği ve kendini farklı yerlerde hayal ettiği görülmektedir.

30. sahnede, 21. sahnede görüntülü konuşma devam etmektedir. Tonny’nin kapısı çalar ve yüzünde korkunç bir maske olan Şennur misafirlige gelmiştir. Tonny, “Yaklaşmayın ya, sosyal mesafe! Maskeniz de yok zaten!” diyerek bir kez daha önlemlerin altını çizmektedir. Taktığı şaka maskesi için de “Ağzımı, yüzümü hep koruyor, yıka yıka kullan.” diyerek şakaya vurma savunma mekanizmasına başvurmaktadır. Ayrıca Safiye’nin maske taktığını iddia etmesi ile takılan farklı maskelerin koruma sağlamadığının da altı çizilmektedir. Saç jölesi ve içkiden el dezenfektanı yaptığını söyleyen Şennur’a Gizem alkol derecesinin 80 derece olması gerektiğini söyleyerek izleyiciye bu konuda bilgilendirme yapmaktadır. Ayrıca, koronavirüsü öldürmek için alkol kullanımı arttığından dizideki bu diyalog ile içilen alkollerin 30- 40 derece olduğunu ve koruma sağlamadığı konusunda hatırlatma yapılmaktadır.

33. sahnede Talip ile Yıldız görüntülü konuşma yapmaktadır. Talip çamaşır yıkamakta olan Yıldız’dan kahve ister ancak tepkiyle karşılaşır. Bundan önceki sahnelerde Talip’in her istediğini yapan Yıldız bu durumdan rahatsızlığını dile getirerek eyleme dökme savunma mekanizmasıyla hareket etmektedir. Buna karşı Talip de Yıldız’ın dırdır yapan şirret biri olduğunu söyleyerek yön değiştirme savunma mekanizması ile cevap verir. Burada Talip korona sürecinin kendinde oluşturduğu stresi Yıldız’a yansıtmaktadır.

37. sahnede Gizem, Safiye ve Tonny görüntülü konuşma yapmaktadır. Tonny’nin öksürmesiyle Safiye Gizem’e “Kapat Gizem bulaşacak!” diyerek ekrana kolonya sıkması ile denetleme savunma mekanizmasını kullanmaya devam etmekte olduğu görülmektedir. Bu sahne ile koronavirüse karşı gösterilen aşırı tepkiye dikkat çekilmektedir. 38. sahnede İlayda, Yıldız, Şennur ve Cengiz görüntülü konuşma yapmaktadır. İlayda, Yıldız ve Şennur, Gizem’in kendilerine yolladığı callangelarla ilgili dert yanmaktadırlar. Karantina

sürecinde callangelar gönderen insanlara aynalama yapılmış ve diğer insanların rahatsız olabileceği konusunda farkındalık yaratılmak istenmiştir.

39. sahnede Yıldız ve Talip görüntülü konuşma yapmaktadır. Yıldız'ın, Safiye'nin Şennur'u odaya kilitletiğini söylemesi üzerine Talip akılcılaştırma yaparak kuluçka süresinin 15 gün olduğunu söyler. Buna karşılık Yıldız eyleme koyma savunma mekanizmasıyla Talip'in bir şey yapmaması konusunda düşüncelerini dile getirdiği görülmektedir. Talip ise akılcılaştırma yapmaya devam ederek evde hastalık varsa odada kalması gerektiğini söyler. Bu sahne ile karantina sürecinde evde sürekli birlikte vakit geçiren çiftlerin birbirlerine karşı tahammülsüzlük geliştirdiklerine dikkat çekilmiştir.

40. sahnede Ozan, Gizem ve Cengiz görüntülü konuşma yapmaktadır. Cengiz evde olmadığını, uzakta kamp yaptığını söyleyerek otistik fantezi savunma mekanizmasını kullanmaya devam etmektedir.

42. sahnede Gizem ve Safiye görüntülü konuşma yapmaktadır. Safiye banyoda hırsıyla temizlik yapmaktadır Gizem ise kahve içip ekranda kendi görüntüsünü incelemektedir. Safiye iyi olmadığını söylediğinde Gizem çamaşır suyu zehirlenmesi yaşamasından korktuğunu söyleyerek izleyicilere de bu konuda uyarı yapıldığı görülmektedir. Safiye koku ve tat alamadığını söylemekte ve bu durumun covid-19'un ender bir belirtisi olduğu bilgisini izleyiciye aktarmaktadır. Safiye yemeklerden tat alamamasıyla ilgili "Yemeği Yıldız yapmış." diyerek şakaya vurma savunma mekanizmasını kullanmaktadır. Gizem ise akılcılaştırma ile "Çok yakın bir gelecekte bu yaşadıklarımıza çok güleceğiz." diyerek hem Safiye'ye hem de izleyiciye moral vermektedir. Safiye ise "Ben hiç gülemiyorum hep ağlayasım var." diyerek pandemi sürecinde hissedilen üzüntü ve umutsuzlukları dile getirmektedir. Safiye'nin sokak hayvanlarını eskisi gibi besleyemediğini söylemesi üzerine Gizem "Her şeyin bir çaresi var." mesajıyla izleyiciye tekrar olumlu mesaj gönderildiği görülmektedir. Gizem sokak hayvanların beslenmesiyle ilgili gerçek hayatta başlatılan Twitter'daki bir kampanyayı duyurarak izleyiciyi de bu konuda teşvik etmektedir. Safiye'nin "Kapat tweet atıyorum." demesi de bu teşviki pekiştirmektedir.

44. sahnede Yıldız ve Alara görüntülü konuşma yapmaktadır. Yıldız, Talip'le ilgili düşüncelerini anlatırken Alara, "Bütün bunlar olurken hastalığa yakalanmış insanlarda antikör oluştuğu bulunursa bir aşının hazırlanması sadece zaman meselesi." diyerek düşüncelerini savunma mekanizmasına başvurmaktadır. Bu cümleyi kurarken Yıldız'ın söylediklerine karşı herhangi bir duygu geliştirmeden tamamen covid-19 hastalığına karşı düşüncelerini dile getirmesi söz konusudur. Ayrıca izleyici geliştirilebilecek bir aş konusunda umutlandırılmaktadır.

45. sahnede Ozan, Talip ve Tamer görüntülü konuşma yapmaktadır. Ozan kız arkadaşı olmamasından, Talip Yıldız'la aynı evde olmaktan yakınmaktadır. Tamer ise eyleme dökme savunma mekanizması kullanarak "Biri kız yokluğundan öteki her dakika kızı görmekten şikâyet ediyor. Bu mu lan derdiniz?! Aç aç oturuyorum burada!" diyaloguyla karantinada işsiz kalan insanlara yardım edilmesi konusuna dikkatleri çekmektedir. Talip ve Ozan'ın yardım edeceklerini söylemesi izleyiciye gerçek hayatta da yardım yapılması konusunda teşvik sağlamaktadır.

46. sahnede Zahide, Şennur ve Safiye görüntülü konuşma yapmaktadır. Tonny'ye gittiği için Safiye Şennur'u karantina altına alarak bir odaya kilitlemesi denetleme savunma mekanizmasını bir kez daha kullandığını göstermektedir. Şennur ise "Ben bunların hepsinden daha sağlıklıyım, sırf işkence olsun diye beni buraya kilitlediler." Diyerek yadsıma savunma mekanizmasına başvurduğu görülmektedir. Kendi yaptığı davranışların sonucu olarak bu durumda olduğunu inkar etmekte ve başkalarına saldırgan ve suçlayıcı tavırlar göstermektedir. Bu sahnede ayrıca Safiye ve Şennur'un diyaloglarıyla,

“asemptomatik hasta” terimi açıklanarak izleyici, belirti göstermeyen ancak hastalığı yayabilme potansiyeli olan taşıyıcı kişilerin varlığı hakkında bilgilendirilmektedir.

49. sahnede Talip, İlayda, Alara ve Tonny görüntülü konuşma yapmaktadır. Sahnede Tonny'nin boğazının ağrması sebebiyle hasta olup olmayacağı konusu konuşulurken İlayda yabancı kökenli arkadaşlarının tavsiyelerini ve bilgilerini aktarmaktadır. Bu duruma Talip, “Aa ama yeter ama İlayda hanım! İtalyan kankam var, İngiliz kankam var... Yarım saatir benimle konuşuyorsunuz, şuan kankanız benim, kankanız Talip, Ayazağlı Talip!” şeklinde cevap verdiği için Talip'in eyleme koyma savunma mekanizması kullandığı anlaşılmaktadır. Tonny “Vay be! Bu hastalık bütün sosyal sınıfları yıkıyormuş gerçekten.” diyerek dünyada da çokça konuşulan koronavirüsün sosyal sınıfları yıktığı düşüncesini dile getirdiği görülmektedir. Ancak Talip'in bahanelerle İlayda'dan özür dilemesi üzerine, aslında dünyada da bu konudaki algının yanlış olduğu, Tonny tarafından da “Yıkılmıyormuş.” diyaloguyla sesli olarak dile getirildiği görülmektedir.

52. sahnede Ozan, Safiye ve Alara görüntülü konuşma yapmaktadır. Tonny'nin dolayısıyla ona misafirlğe giden ve Safiye ile birlikte yaşayan Şennur'un hasta olmayabileceği konusunda konuşulmaktadır. Alara “Uykusuzluk ve stres dönemlerinde mide asidi fazlalaşır. Bir tür reflü bile olabilir.” diyerek yine akılcılaştırma savunma mekanizmasını kullandığı görülmektedir. Safiye bakliyat kolilerini çamaşır suyuyla yıkarken hepsinin çöp olduğunu söyleyerek bu konuda Türkiye'de de gerçekleşen bir davranış ekrana getirildiği görülmektedir. Ozan ise kadrajda görünmeyen bir kişiyle konuşunca sosyal mesafe kuralları tekrar izleyiciye hatırlatılır. Ozan'ın konuştuğu bu kişinin pembe peruk taktığı ve Melisa adını verdiği bir maymun olduğu görülmektedir. Ozan bu maymunu kişileştirerek iletişim ve flört etme ihtiyacını gidermeye çalışmaktadır. Bunu da “Kızla muhabbet diyorum ne var? O benimle konuşmaya başlarsa o zaman delilik kabul ediyorum.” diyalogu ile dışa vurmaktadır.

55. sahnede Gizem, Safiye ve Cengiz görüntülü konuşma yapmaktadır. Cengiz ve Safiye pandeminin yarattığı endişe, panik ve gelecek korkusu hakkında yakınırken Gizem akılcılaştırma savunma mekanizmasını kullanarak hem onlara hem de izleyicilere umut vermektedir. Bunun göstergeleri olan diyaloglar şunlardır: “Ama hayat bir yerde hep öyle be Cengiz. Biz hep endişeyle yaşıyoruz ki, şuan sadece dozu biraz daha fazla.”, “Eskiden de korkuyorduk hep korkuyorduk. Uçak düşmesinden korkuyorduk, trafik kazasından korkuyorduk. Bırak uçak düşmesini kayıp düşmekten korkuyorduk.”, “Bunların hepsi geçecek, anı olacak hepsi. İleride konuşacağız ay neydi o korana diye.”, “Tünelin ucunda ışık var ve bizi bekliyor.”. Gizem konuşmayı akşam parti vereceğini söyleyerek sonlandırır. Safiye ve Cengiz görüntülü konuşmayı sürdürmektedir. Gizem'in bu konuşmaları üzerine Safiye “Güzel şeyler söyledi, azıcık iyi geldi. Ama şuan gidip fasulyeleri kolonyalamam lazım.” diyerek rahatlamasına rağmen denetleme savunma mekanizmasını kullanmaya devam ettiği anlaşılmaktadır.

58. sahne dizinin final sahnesidir. Bu sahnede dizinin ana karakteri olan Gizem, Cengiz, Tonny ve Safiye ile birlikte online bir parti vermektedir. Sahne açılışında Tonny, dizi boyunca boğazının ağrmasına sebep olan şeyin, virüslerin ölmesi için boğazına fön makinesi tutması olduğunu açıklar. Bu davranış gerçek hayatta da koronavirüsün ölmesi için bazı kişiler tarafından gerçekleştirilmiş olduğundan, bunun yanlış bir davranış olduğu mesajı izleyiciye iletilmektedir. Diyaloglardan sonra, renkli ışıklar altında Gizem “Ağlama değmez Hayat” şarkısını söylemektedir. Bu durumda içinde yaşadığı korkuyu sanata dökerek, şarkı söyleyerek, savunma mekanizmalarından yüceltmeyi kullandığı söylenebilir. Bu şarkının seçilme sebebinin, sözleri açısından umut verici ve rahatlatıcı olması ile hareketli bir müzik içermesi olduğu söylenebilir. Gizem şarkısını söylerken bir yandan da görüntülü konuşmadaki karakterlere ve izleyicilere moral verici mesajlar

iletmektedir. Bu mesajlar; “Hadi biraz mutlu olalım, eğlenelim. Bunlar da geçecek Türkiye!”, “Haydi bakalım hep birlikte evdeyiz.”, “Umutsuzluk yok, her şey güzel olacak.”, “Panik yok, önlem var!”, “Daha güzel günler gelecek.” ve ana mesaj olan “Teşekkürler Türkiye! Evde kal!” olarak izleyiciye aktarılır. Bu mesajlarla bir yandan covid-19’a karşı en önemli önlem olan evde kalınması mesajının altı çizilirken bir yandan da evde kalarak bunalan, umutsuzluğa düşen izleyicinin olumlu duygular yönünde motive edildiği söylenebilir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Dizi savunma mekanizmalarının işlenmesi açısından incelendiğinde, dizinin ana karakteri olan Gizem’in olumlu savunma mekanizmalarını kullandığı, motive edici, eğlendirici ve bilgilendirici bir görev üstlendiği, “Evde kal” mesajını bir slogan haline getirilerek izleyiciye aktardığı görülmektedir. Cengiz karakteri ise en çok kullandığı savunma mekanizması yadsıma (inkar) ile pandemiyi kabullenemeyen insanları temsil etmektedir. Dizi boyunca hem kendini hem de etrafındakileri bu konuda kandırmaya çalıştığı görülmektedir. Safiye karakteri, nevrotik savunma mekanizmalarından olan denetlemeyi sıkça kullanarak hem etrafındaki insanlar hem de sürekli temizlik yaptığı nesnelere üzerinde kontrol sağlamaya çalışan insanları temsil ettiği söylenebilir. Bu durumun hem kendisinin hem de etrafındakilerin yıpranmasına sebep olduğu mesajı aktarılmıştır. Talip ve Yıldız kapalı alanda sürekli vakit geçirmek zorunda kalan çiftleri temsil etmektedir. Burada ilişkilerin nasıl bozulduğuna dair ipuçları da görülmektedir. Talip’in aşırı talepkarlığının Yıldız’ın sert tepki vermesine sebep olduğu görülmektedir. Şennur karakteri önlemleri ve uyarıları dikkate almayan kesimi temsil etmektedir. Bu dizide sorumluluk almamasının sonuçlarına yer verilerek bu durumun önemsenmesi mesajı izleyiciye iletilmiştir. Ozan karakteri sürekli iletişimde bulunan günümüz insanların sosyalleşmekten uzaklaştıklarında bu konuda açığa çıkan boşluk hissini gözler önüne sermektedir. İlayda sosyal sınıfta üst sıralarda yer alan insanların temsilidir. Pandemiye yazlık bir bölgeye gitmiş olması, iş değil spor yapıyor görünmesi bunun göstergeleridir. Alara bilimsel düşünceyi temsil etmektedir. Pandemiye ve insanların yaşadığı durumlara akılcılaştırma ve düşünceleştirme savunma mekanizmaları ile yaklaşıyor olması bunun göstergesidir. Tonny, yalnızlıktan korkan, pandemi süreciyle baş etmekte zorlanan insanların temsilidir. Gerileme savunma mekanizmasını kullanıyor olması bu durumu ortaya koymaktadır. Tekin karakteri ise toplumda işini kaybetmiş, parası bitmiş kesimi temsil etmektedir. Eyleme dökme savunma mekanizmasıyla bunu dile getirerek izleyicilere bu konuda farkındalık yaratmakta ve harekete geçirmektedir. Zahide karakteri 65 yaş üstü üst seviye gelire sahip insanları temsil ettiği görülmektedir. Giydiği kürk, taktığı birden fazla değerli kolye bunun göstergelerini oluşturmaktadır. Dizi karakterlerine yansıyan bu savunma mekanizmalarının pandemi döneminde Türkiye’de yaşananlarla uyum gösterdiği görülmektedir.

Pandeminin çıkış noktasından, covid-19 hastalığına iyi geleceği düşünülen uygulamalara kadar dizide işlenen konular gerçek hayatta Türkiye’de de yaşanan olaylardır. Tabi ki bir popüler kültür ürünü olan dizide bu konuların abartılarak işlenmesi durumu söz konusudur. Yine, bir kriz durumunda pandemi önlemleri sebebiyle evlerine kapanan izleyicilerde olumlu duyguları uyandıracak umut verici mesajlar dizinin başkarakterleri olan Gizem tarafından iletilmiştir. Covid-19 hastalığına karşı geliştirilen olumsuz savunma mekanizmaları ise daha çok diğer dizi karakterleri ile yansıtılmıştır. Ancak Gizem karakterinin bu olumsuzlukları olumluya çevirmeye çalışırken akılcılaştırma,

düşünceleştirme, şakaya vurma ve yüceltme savunma mekanizmalarını kullanarak pozitif bir algı yarattığı görülmektedir.

Dizinin tüm sahnelerinde kitle iletişim aracı olan televizyonun eğlence aracılığıyla bilgilendirme işlevini yerine getirdiğini görmek mümkündür. Bunu yaparken Türkiye’de pandemi sürecinde karşılaşılan durumlar karakterler aracılığıyla izleyicilere gösterilmiştir. Karakterlerin yanlış olan düşünce ve davranış kalıpları üzerine dikkat çekilerek olması gereken davranışlar aktarılmaya çalışılmıştır. Ayrıca pandemi sürecinde yapılması gerekenler, alınması gereken önlemler, Türkiye’de alınan sokağa çıkma yasağına ilişkin açıklayıcı bilgi karakterlerin diyalogları ile sunulmuştur. Bu durum da kriz durumlarında televizyon dizilerinin bir popüler kültür ürünü olarak kolay anlaşılır olması ve geniş kitlelere ulaşma özellikleri ile bilgi aktarma aracı olarak kullanıldığını ve kullanılabileceğini göstermektedir.

Beklenmedik bir şekilde ortaya çıkan covid-19 salgını ile dünya evlerine kapanmışken, teknik olanaklar çerçevesinde medya kuruluşları popüler kültür ürünü üretmeye devam etmiştir. Bir öykü anlatım aracı olan diziler kitlelere kolay ulaşımı sağlayarak bilgi yayılımını artırmaktadır. Bu dizide de diyaloglar aracılığıyla bilgilendirme ve uyarılar yapılmış, izleyicilerin karakterlerle özdeşleşerek bu süreçte yalnız olmadıkları mesajı verilmek istenmiştir. Dizi incelendiğinde her bir karakterin salgınla birlikte ortaya çıkan krizi atlatmak için farkı ya da benzer savunma mekanizmasına başvurduğu görülmektedir. Bu savunma mekanizmaları bağlamında da karakterler izleyiciye covid-19’la ilgili bilgiler aktarmış, yapılan hataları dile getirmiş, daha umutlu ve sakin olabilmeleri adına mesajlar verilmiştir. Bunu yaparken de popüler kültür ürünlerinin basit ve anlaşılır olması avantajından yararlanmış olduğu görülmektedir. Böylesi dünyayı etkileyen, bilinmez bir hastalık sonucu ortaya çıkan kriz döneminin başında, pandemiye ve hastalığa dair henüz sağlıklı ve net bilgi edinilememişken hızlıca alınan karantina kararıyla insanların evlere kapanmış olması sonucu dizi çekimlerinin de bu duruma ayak uydurarak varlıklarını devam ettirdikleri görülmektedir. Covid-19 pandemisi ile karantina süreçleri devam ederken Türkiye’de bu türde farklı diziler çekilmesine rağmen hiç birinin kalıcı ve etkili olmadığı görülmektedir. Jet sosyete dizisi de bu bölümün ardından final bölümü ile yayımına son vermiştir. Bu durumun yaşanmasında, böylesi bir yöntemle gerçekleştirilen çekimlerin zorluklar barındırmasının ve izleyicinin alışık olmadığı bir teknik olmasının etkisi olduğu düşünülmektedir. Ayrıca bilinmezliklerin var olduğu kriz döneminde ancak geçici bir çözüm olarak başvurulduğu da düşünülebilir. Ancak her şeye rağmen popüler kültür ürünlerinin devam edebilmesi için teknolojinin devreye girdiği, mesaj üretmeye devam ettiği de bir gerçektir.

KAYNAKÇA

- ADORNO, T.W ve HORKHEIMER, M. (2014). Aydınlanmanın diyalektiği. (Çev. N. Ülner ve E. Öztarhan Karadogan). İstanbul: Kabcacı.
- AFRIDI, A. W., HUSSAIN, T., HASHMI, A. ve ASGHAR, R. (2021). The role of mass media in tackling COVID-19 in Pakistan. Media Education (Mediaobrazovanie). 17 (2), 169-176.
- AKIN, H. (2018). Felaket geliyor demmişti: Ortaçağ’da yaşanan büyük veba salgını ve toplumsal yaşamdaki sonuçları üzerine bir değerlendirme. Kebikeç. 46, 248-296.
- ASLAN, R. (2020). Tarihten günümüze epidemiler, pandemiler ve Covid-19. Ayrıntı Dergisi, 8 (25), 35-41.

- AZİZ, A. (2003). Araştırma yöntemleri- teknikleri ve iletişim. Ankara: Turhan.
- BARTHES, R. (2018). Göstergibilimsel serüven. (Çev. M. Rıfat ve S. Rıfat). İstanbul: Yapı Kredi.
- BAYRAM, E. (2018). Kuranda psikolojik savunma mekanizmaları. Gaziosmanpaşa Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi. 6 (2), 1-28.
- BURUK, K. ve ÖZLÜ, T. (2020). New Coronavirus: SARS-CoV-2. Mucosa, 3 (1), 1-4.
- BÜYÜKÖZTÜRK, Ş., KILIÇ ÇAKMAK, E., AKGÜN, Ö. E., KARADENİZ, Ş. ve DEMİREL, F. (2008). Bilimsel araştırma yöntemleri. Ankara: Pegem.
- CALLAK, Y. (2019). Psikolojik belirtiler ile savunma mekanizmaları arasındaki ilişkide şemaların rolü. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- CERVONE, D. ve PERVIN, L. A. (2016). Kişilik psikolojisi. (Çev. M. Baloğlu). Ankara: Nobel.
- ÇOBANOĞLU, N. (2020). Bireysel, profesyonel, toplumsal, bilimsel ve siyasal etiği yeniden sorgulatan covid-19 pandemisi. Anatolian Clinic the Journal of Medical Sciences, 25 (Supplement 1), 36-42.
- BONALES DAIMIEL, G., JIMÉNEZ GÓMEZ, I., ve LÓPEZ DIEZ, J. (2020). La representación gráfica del virión del SARS-CoV-2 en España: comparación entre la prensa impresa y los informativos televisivos. Revista Española De Comunicación En Salud, 158-170. <https://doi.org/10.20318/recs.2020.5457>.
- DİZER, U. ve DEMİRPEK, U. (2009). Pandemilerde kan hizmetleri. İnfeksiyon Dergisi; 23 (1), 29-34.
- ERDOĞAN, İ. ve KORKMAZ, A. (2010). Öteki kuram. Ankara: Erk.
- FREUD, A. (2011). Ben ve savunma mekanizmaları. (Çev. Y. Erim). İstanbul: Metis.
- GENÇ, F. (2013). Kriz iletişimi: Marmara depremi örneği. Selçuk İletişim, 5 (3), 161-175.
- GÜLLÜOĞLU, Ö. (2012). Bir kitle iletişim aracı olarak televizyonun popüler kültür ürünlerini benimsetme ve yayma işlevi üzerine bir değerlendirme. Global Media Journal Turkish Edition, II (4), 64-86.
- GÜNEY, S. (2015). Davranış bilimleri. Ankara: Nobel.
- GÜNGÖR, N. (1999). Popüler kültür ve iktidar. Ankara: Vadi.
- HATİPLER, M. (2017). Postmodernizm, tüketim, popüler kültür ve medya. Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi, 1, 32-50.
- İMİK TANYILDIZI, N. ve ACAR, H. (2019). Sigara bağımlılığıyla mücadelede kamu spotlarının kullanımı: Sigarayı bırak hayatı bırakma kamu spotlarının göstergibilimsel çözümlemesi. Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 7 (2), 151-162.
- KARCIOĞLU, Ö. (2020). Coronavirüs nedir, nasıl korunabiliriz?. Phoenix Medical Journal., 2 (1), 66-71.

- KIRIK, M. A. ve ÖZKOÇAK, V. (2020). Yenedünya düzeni bağlamında sosyal medya ve yeni koronavirüs (Covid-19) pandemisi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (45), 133-154, <http://dx.doi.org/10.29228/SOBIDER.43146>.
- MELKİ, J., TAMİM, H., HADİD, D., FARHAT, S., MAKKİ, M., GHANDOUR, L. ve HİTTİ, E. (2020). Media exposure and health behavior during pandemics: The mediating effect of perceived knowledge and fear on compliance with covid-19 prevention measures, *Health Communication*, 1- 11. DOI: 10.1080/10410236.2020.1858564.
- ÖZKAN, S., TÜZÜN, H., UĞRAŞ DİKMEN, A. ve İLHAN, M. (2020). Salgınlarda toplum davranışı ve sağlık okuryazarlığı. *Journal of Biotechnology and Strategic Health Research*, 4, 105-110.
- ÖZTÜRK, O. ve ULUŞAHİN, A. (2011). Ruh sağlığı bozuklukları. Ankara: Nobel.
- POSTMAN, N. (1994). *Televizyon öldüren eğlence.* (Çev. O. Akinhay). İstanbul: Ayrıntı.
- PUROHIT, N. ve MEHTA, S. (2020). Risk Communication Initiatives amid COVID-19 in India: Analyzing Message Effectiveness of Videos on National Television. *Journal of Health Management*, 22 (2), 262–280. <https://doi.org/10.1177/0972063420935659>.
- SELVİ CAN, Ö., ÜNAL, N., MEMİKOĞLU, O. ve TULUNAY, M. (2010). Pandemik influenza a (H1N1) 2009 virüsü ve klinik tecrübemiz. *Yoğun Bakım Dergisi*, 9 (1), 1-12.
- TUZCUOĞLU, N. (1995). Psikanaliz kuramı ve özellikleri. M. Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi, 7, 275-285.
- ULUYAĞCI, C. (2007). Simge kavramı ve bir film çözümlemesi: Karşılaşma. *Selçuk İletişim*, 5 (1), 217- 224.
- YAĞLICI, M. (2009). Tüketim kültürü ve ramazan ayı televizyon reklamları. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kayseri: Erciyes Üniversitesi.
- YAYLAGÜL, L. (2019). Kitle iletişim kuramları: Egemen ve eleştirel yaklaşımlar. Ankara: Dipnot Yayınları.
- ZEINALIZADETARI, A., GHARAMALEKI, S. N., HOJJATI, A. ve ALIAN, B. (2014). Relationship between religious orientation and defense mechanisms in adolescents. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 114, 287-290.
- ZORLU, Y. (2016). Türkiye’de bir popüler kültür aracı olarak televizyon. *Akademia*, 4 (3), 84-98.

COVID-19 PANDEMİSİNDE KARANTİNA SÜRECİNE GİRMİŞ KİŞİLERİN İNTERNET HABER SİTELERİ VE SOSYAL MEDYADAKİ İNFODEMİYE İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ

Besim YILDIRIM*

Elif KEBELEK**

ÖZ

Bu çalışmada, Covid-19 pandemi döneminde karantina sürecine girmiş kişilerin, pandemi ile ilgili olarak internet haber siteleri ve özellikle sosyal medya platformlarında yayımlanan bilgilerin doğru ve güvenilirliğine ilişkin görüşleri incelenmiştir. Bir yılı aşkın süredir küresel çapta etkili olan Covid-19 pandemisi sürecinde, internet haber sitelerinde ve sosyal medya kanallarında yoğun ve kesintisiz bilgi paylaşımları yapılmakta; bu paylaşımların bazılarının doğruluğu kanıtlanabilirken, bazıları ise anonim kalmakta ve güvenilir bir kaynağa dayandırılmamaktadır. Salgının kendisi kadar önemli ve müdahale edilmesi gereken bir kavram olan infodemi (yanlış bilgi ve dezenformasyon salgını), özellikle internetin sağladığı kolaylıklar neticesinde küresel düzeyde bir halk sağlığı sorunu olarak ortaya çıkmıştır. İlgili literatürde, pandemiye ilişkin yayımlanan haberler ve sosyal medya paylaşımları üzerine analizler yapıldığı ve insanlarla pandemi sürecine ilişkin anket uygulamalarının gerçekleştirildiği tespit edilmiştir. Fakat karantina sürecine girmiş kişilerle gerçekleştirilen çalışmaların eksik oluşu, bu araştırmanın önemini oluşturmaktadır. Covid-19 pandemisi döneminde karantina sürecine giren insanların, internet haber siteleri ve özellikle sosyal medya üzerinden yayımlanan bilgilerin doğru ve güvenilirliğine ilişkin görüşlerini incelemeyi amaçlayan bu çalışmada, veri toplamak amacıyla yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmelere katılan kişiler, birbirinden farklı demografik özelliklere sahip, 5 kadın ve 5 erkek olmak üzere toplam 10 katılımcıdan oluşmaktadır. Görüşmeler sonucunda katılımcıların, karantina süreçlerinde internet kullanım oranlarının arttığını ve pandemiye ilişkin ‘felaket senaryolarının’ ise insanları korkutmak amaçlı çıkartıldığını düşündüğünü belirtmiştir. Katılımcılar ayrıca internet ve sosyal medyadan edindikleri bilgiler çerçevesinde Covid-19 aşısına çok güvenmediklerini ve aşı hakkında çıkan olumsuz söylentiler nedeniyle aşı olmak istemediklerini ifade etmiştir.

Anahtar Kelimeler: Covid-19 Pandemisi, Karantina Süreci, İnfodemi, İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı, Etik.

* Doç. Dr., Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Basın Ekonomisi ve İşletmeciliği Anabilim Dalı, besim@atauni.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9977-705X.

** Doktora Öğrencisi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Ana Bilim Dalı, elfklb13@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7550-0497.

Makale Geliş Tarihi: 07.07.2021

Makale Kabul Tarihi: 01.11.2021

Araştırma Makalesi

ATTITUDES OF PEOPLE HAVING THE QUARANTINE PROCESS AT THE COVID-19 PANDEMIC REGARDING INFODEMIA IN INTERNET NEWS SITES AND SOCIAL MEDIA

ABSTRACT

In this study, the opinions of people who entered the quarantine period during the Covid-19 pandemic period regarding the accuracy and reliability of the information published on internet news sites and especially social media platforms regarding the pandemic were examined. In the process of the Covid-19 pandemic, which has been effective globally for more than a year, intense and uninterrupted information sharing is made on internet news sites and social media channels; While some of these shares can be proven to be correct, others remain anonymous and cannot be based on a reliable source. Infodemi (an epidemic of misinformation and disinformation), which is as important as the epidemic itself and needs to be intervened, has emerged as a public health problem at the global level, especially as a result of the convenience provided by the internet. In the relevant literature, it has been determined that analyzes were made on the news and social media posts regarding the pandemic, and surveys were conducted with people regarding the pandemic process. However, the lack of studies carried out with people who have entered the quarantine process constitutes the importance of this research. Semi-structured interviews were conducted to collect data in this study, which aims to examine the opinions of people who entered the quarantine process during the Covid-19 pandemic period regarding the accuracy and reliability of the information published on internet news sites and especially on social media. The people participating in the interviews consisted of 10 participants, 5 women and 5 men, with different demographic characteristics. As a result of the interviews, the majority of the participants stated that they thought that the internet usage rates increased during the quarantine processes and that the 'disaster scenarios' related to the pandemic were created to scare people. Again, a significant majority of the participants stated that they do not trust the Covid-19 vaccine very much and do not want to be vaccinated due to negative rumors about the vaccine, based on the information they obtained from the internet and social media.

Keywords: Covid-19 Pandemic, Quarantine Process, Infodemi, Using of Internet and Social Media, Ethics.

GİRİŞ

İnternet teknolojisinde yaşanan gelişmeler neticesinde 2004 yılında, kullanıcıların aktif olmadığı Web 1.0'dan, artık kullanıcıların da aktif hale geldiği Web 2.0'a geçilmiştir. İnternet kullanıcıları içerik üretip, paylaşım yapma imkânına sahip olmuştur. Youtube, Twitter gibi önemli Web sitelerinin ortaya çıkışı ile sosyal medya kanalları üzerinden yoğun bir bilgi akışı yaşanmaya başlamıştır (Ersöz, 2020: 60). Her geçen yıl internet teknolojisindeki baş döndürücü gelişmeler devam etmiş ve 2010 yılından bu yana Web 3.0 kullanılmaya başlanmıştır. Web 3.0 veya Semantik Web olarak da bilinen Web'in üçüncü versiyonunda ise kullanıcıların geçmiş aramaları, ilgi alanları ve istekleri üzerinden çevrimiçi aramayı özelleştirmek ve optimize etmek amaçlanmıştır. Günümüzde birçok kurumsal işyeri, müşteri memnuniyetini artırmak ve beklentileri karşılayabilmek amacıyla bireyler hakkında verilerin depolandığı, Web 3.0 teknolojisinden büyük ölçüde faydalanmaktadır. Web 4.0'ın ise literatürde tam olarak bir tanımı olmamakla birlikte, insan ve makine arasında etkileşimin olduğu, birçok modelle etkileşim kurabilen nesnelerin interneti olarak düşünülmektedir. Makineler arası iletişim (M2M), Büyük veri (Big data), Yapay zeka (AL), Artırılmış gerçeklik (VR), Bulut bilişim (Cloud Computing), Akıllı

ajanlar ve Nesnelerin interneti (IoT) teknolojilerinin entegrasyonundan ortaya çıkarılan bir teknoloji devrimi olarak kabul edilmektedir (Ersöz, 2020: 58-61).

İnternetin insan yaşamına giderek daha fazla girmesi ‘dijitalleşme’ kavramını da beraberinde getirmiştir. Artık günümüzde dijitalleşme süreci hayatın birçok alanına etki etmektedir. E-ticaret, e-sağlık, e-egitim gibi birçok farklı mecrada hissedilen dijitalleşme olgusu, insanların günlük yaşayışını da etkilemektedir. İnsanlar oturduğu yerden alışveriş yapabilmekte, gerekli eğitim veya sınavlara katılabilmektedir. Böylece giderek artan bir ‘ağ toplumu’ oluşmuştur. Oluşan bu ağ toplumunda herkes herkesi takip edebilmekte, beğeni ve yorum gibi paylaşımlarda bulunabilmektedir. Buna olanak sağlayan da özellikle sosyal medyadır. Artık neredeyse herkesin dijital bir kimliğe sahip olduğu bu dijital dünyada, insanlar sosyal medya kanallarından düşüncelerini rahat ve özgürce paylaşabilmektedir. Bu durum da, dijitalleşmenin kolayca benimsenebilmesine olanak tanımaktadır (Güney, 2017: 208).

Kitle iletişim araçlarının yeni bir türü olan internet, radyo, televizyon, gazete ve dergi gibi birçok farklı kitle iletişim aracını da içerisinde barındırmaktadır. İstedikleri her an her mekanda insanların ulaşabileceği bir konumda olan internet teknolojisi, gittikçe güçlenerek insanların cebine kadar girmiş ve hatta giyilebilir hale gelmiştir. İnternet teknolojisi insanların haber alma ve gündemi takip etme ihtiyacını da karşılamaktadır. Bireyler internet haber siteleri, bloglar, sosyal medya kanalları, e-gazete vb. kanallar aracılığıyla yerel, ulusal ve uluslararası gündemi kolaylıkla takip edebilmekte ve belirli kanallar vasıtasıyla içerik üretip, paylaşım yapabilmektedir. Fakat zaman zaman internette ve özellikle sosyal medya kanallarında yayımlanan bilgiler ve içerikler, doğruluğu ve güvenilirliğinden emin olunamayan, yanlış ve tutarsız bilgi ve içerikler olabilmektedir. Kasıtlı, kasıtsız, ekonomik, ideolojik vb. birçok farklı amaç ile paylaşılan bu tür içerikler, insanların dezenformasyon ile karşı karşıya kalmasına, yanlış bilgilendirilmesine neden olmaktadır. Bu tür içerikler, çeşitli haber kurumları veya bizzat internet ve sosyal medya kullanıcıları bireyler tarafından da üretilmekte ve paylaşılmaktadır.

Özellikle bir yılı aşkın süredir dünyayı küresel ölçekte etkileyen Covid-19 salgını, insanları artık eskisi gibi olmayan bir sürecin içerisine sokmuştur. İnsanlar arasına sosyal mesafeler girmiş, eğitim, sağlık, ekonomi, hizmet vb. alanlarda farklı işleyişler ortaya konulmaya başlanmıştır. Gerek sağlık çalışanları ve politika uygulayıcılar ve gerekse de toplum tarafından zor ve yıpratıcı bir sürecin yaşandığı bu salgın döneminde, medyada da yoğun bir bilgi akışı meydana gelmiştir. Doğru ve güvenilir kaynaklar tarafından yapılan bilgi ve belge paylaşımlarının yanı sıra insanları manipüle etmek, çok tıklanmak veya farklı amaçlarla birçok yanlış, tutarsız ve kaynağı belli olmayan paylaşımlar da yapılmaktadır. İnsan ve toplum sağlığının son derece önemsendiği böylesine zor bir süreçte, insanları manipüle etmek, galeyana getirmek veya farklı amaçlar için yapılan ve asıllı belli olmayan bilgi paylaşımları, bu sürecin atlatılmasını daha da zorlaştırmaktadır.

Covid-19 salgını, dünya genelinde küresel ölçekte ortaya çıkmış ilk salgın değildir. Tarih boyunca birçok bölgesel ve küresel çapta salgınlar yaşanmış ve çok sayıda insanın ölmesine neden olmuştur.¹ Günümüzdeki Covid-19 salgını, öncekilerden ayıran önemli bir özellik,

¹ Özellikle Milattan sonra 6. yy’da başlayıp, dalga dalga 8. yy’a kadar devam eden Jüstinyen Vebası, 14. yy’ın ortalarından başlayarak 19. yy’ın yarısına kadar zaman zaman baş gösteren Kara Veba salgını ve bilhassa Birinci Dünya Savaşının son yılında ortaya çıkan ve dünyayı küresel çapta etkileyen İspanyol Gribi, milyonlarca insanın ölümüne neden olmuştur. Salgın durumu sadece sağlık alanını değil, ekonomik, toplumsal ve siyasal alanı da etkilemiştir. Ülke yönetimlerini birçok tedbir almaya

salgının yayılma hızı olmuştur. Bilindiği üzere küreselleşmenin getirdiği yüksek düzeydeki hareketlilik, salgının ortaya çıktığı ülke olarak kabul edilen Çin'den, kısa sürede tüm dünyaya yayılmasına neden olmuştur. Salgın ile ilgili olarak farklı ülkelerde yönetsel düzeyde düzenlemeler yapılmış ve salgına ilişkin bütün gelişmelere medya kanallarında yer verilmiştir. Kamu spotları, billboard reklamları, internet sitelerinin salgına özel açtığı Covid-19 başlıkları, sosyal medya kanallarının, uygulama içeriklerine ekledikleri Covid-19 Bilgi Merkezi adındaki sekmeler vb. birçok farklı uygulamalarla virüs sürekli gündemimizde olmuştur.

Covid-19 salgını ile mücadele etmek için farklı ülkelerde yönetsel düzeyde yapılan düzenlemelere, Türkiye'den örnek verilecek olursa; salgının henüz ortaya çıkmadığı 2019 yılında, Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü tarafından Pandemi İnfluenza Ulusal Hazırlık Planı hazırlanmıştır. Olası bir salgın durumunda alınacak tedbirler, uygulanacak kurallar ve mücadele biçimleri açıklanmıştır. Türkiye'de ilk Covid-19 vakasının yaşandığı 11 Mart 2020 tarihi itibarıyla, virüse karşı izlenecek kamu politikalarının ana hatları belirlenmeye başlanmıştır. “Hiçbir virüs, alınacak tedbirlerden daha güçlü değildir” fikri, Türkiye'deki izlenecek kamu politikalarının ana fikri olmuştur (Turan ve Hamza-Çelikyay, 2020: 10-12). Tedbir ve hijyen kuralları medya kanalları aracılığıyla sürekli olarak kamuya hatırlatılmıştır. Ayrıca vaka tespiti için filyasyon ekipleri kurulmuş, HES (Hayat Eve Sığar) uygulaması oluşturulmuş, işçi ve işverenler için ‘Kısa Çalışma Ödeneği ve Nakdi Ücret Desteği’ gibi çeşitli düzenlemeler yapılmış, zaman zaman sokağa çıkma kısıtlamaları getirilmiş, toplu taşıma ve seyahate ilişkin yeni kurallar koyulmuş ve eğitim sürecinde genel olarak online eğitime geçilmiştir. Aynı zamanda aşı planlaması yapılmış ve belirli kurallar dahilinde aşılama süreci başlatılmıştır.

Salgın konusu, sadece günlük yaşamda alınacak tedbirler ve uyulacak kurallar içerisinde de kalmamıştır. Akademik olarak da Covid-19 salgınına ilişkin birçok farklı alanda çalışmalar yapılmıştır. Gerçekleştirilen bilimsel çalışmalar ile salgının ekonomiye, sağlık sektörüne, eğlence anlayışına, medya sektörüne vb. birçok farklı alana etkisi incelenmiştir.

Covid-19 pandemisine ilişkin gerçekleştirilen bilimsel çalışmaların sayısını tam olarak belirlemek mümkün olmamakla birlikte, Dergipark Akademik resmi internet sitesinde “Covid-19” kelimesi aratılmış, tıp konusu ile ilgili olarak 1704 adet olmakla birlikte, toplam

iten salgın hastalıklar, Osmanlı'da ve Cumhuriyet yıllarında da yaşanmış ve o dönemki koşullar altında salgınlar yönetilmeye çalışılmıştır: Bkz. Pamuk, Şevket (2020), *Tarihte Küresel Salgınlar ve İktisadi Sonuçları*. <https://sarkac.org/2020/04/tarihte-kuresel-salgınlar-ve-iktisadi-sonuclari/>. (Erişim Tarihi: 09.04.2021).

13.055 adet makaleye ulaşılmıştır. İletişim alanında ise 55 adet makale olduğu tespit edilmiştir.² Aynı sitede ‘infodemi’ kavramı aratılmış ve 12 adet makaleye ulaşılmıştır.³

Dünya Sağlık Örgütü’nün (WHO) resmi internet sitesinde Covid-19 veritabanında ‘Covid-19’ kavramı aratıldığında 190.467 adet, ‘infodemi’ kavramı aratıldığında ise 32 adet bilimsel çalışmaya ulaşılmıştır. ‘Covid-19 and social media’ kavramı aratıldığında ise 3631 adet çalışmanın yer aldığı tespit edilmiştir.⁴

Çalışmanın konusu ile ilgili olarak yerli literatür incelendiğinde; Türkiye Cumhuriyeti ve Amerika Birleşik Devletleri Sağlık Bakanlıklarının resmi Twitter hesaplarından salgına ilişkin yapılan paylaşımlar (Ateş ve Baran, 2020), salgın ile ilgili dolaşıma giren sahte haberler (Akyüz, 2020), insanların pandemi döneminde dijital mecralardaki tüketim davranışları (Becan, 2021), vaka tespitinde kullanılan dijital teknolojilerin mahremiyet

² Bu makaleler genel itibarıyla Covid-19 ile ilişkili olarak; 9’u virüse ilişkin haberlerin içerik analizi (Akyüz, 2020, Kazaz vd., 2021, Tan, 2021, Turgut, 2021, Ulaş ve Yeşil, 2020, Topsakal, 2021, Vatandaş, 2021, Öztunç, 2021, Ayaz, 2021), 4’ü salgın sürecinde internet ve sosyal medya kullanımı (Ateş ve Baran, 2020, Yıldırım ve İpek, 2020, Tufan-Yeniçikti, 2020, Elciyar, 2021), 4’ü tüketim (Çerçi ve Seyfi, 2021, Zülfiyar ve Özmen, 2020, Becan, 2021, Öymen, 2020), 3’ü pazarlama ve reklam kampanyası (Alankuş, 2021, Coşkun ve Çepni-Şener, 2020, Baştürk ve Eken, 2020), 3’ü Sağlık Bakanı Fahrettin Koca’nın ve Sağlık Bakanlığı’nın Twitter paylaşımlarının içerik analizi (Bilgiç ve Akyüz, 2020, Sarı ve Öztunç, 2021, Arslan, 2021), 2’si mülteci ve yaşlılara yönelik nefret söylemi (Kuş, 2021, Akgül, 2020), 2’si pandemi döneminde homeoffice çalışmanın günlük yaşamdaki etkisi (Koparan ve Bekalp, 2020, Kılıç, 2020), 1’i pandeminin gündemdeki payı (Yıldırım, 2020), 1’i koronavirüs salgınında medya kullanımı (Bozkanat, 2021), 1’i konumsal gözetim (Tokgöz, 2020), 1’i dijital Covid-19 takip uygulamaları ve mahremiyet (Altuncu ve Altuncu, 2021), 1’i karikatürler üzerinden yeni düzen okuması (Tuncer, 2020), 1’i Covid-19 capslerinin göstergebilimsel analizi (Kutlu, 2021), 1’i büyük veri (Demir, 2021), 1’i Youtube reklam analizi (Yetkin-Cılzoğlu, vd., 2020), 1’i salgın yayıncılığı (Akademik, 2020), 1’i sağlık haberciliği (Maden, 2020), 1’i pandeminin sinema salonlarına etkisi (Mezda, 2021), 1’i üniversite öğrencilerinin pandemi döneminde değişen film izleme alışkanlığı (Sunal ve Bağdatlı-Kalkan, 2020), 1’i üniversite öğrencilerinin uzaktan eğitime ilişkin algı düzeyleri (Yılmaz-Altuntaş vd., 2020), 1’i pandemi döneminde eğitim aracı olarak televizyon (Öztürk ve Çetinkaya, 2021), 1’i markaların dijital marka iletişimi uygulamalarının içerik analizi (Akım ve Boztepe-Taşkıran, 2021), 1’i dönüşüm ve dijital çağ (Sucu, 2020), 1’i kriz iletişimde sosyal medyanın etkin kullanımı (Ateş ve Baran, 2020), 1’i kriz iletişimde infografik kullanımı (Baygül-Özpinar ve Aydın, 2020), 1’i pandemi sırasında ve sonrasında kültür sanat (Ece, 2020), 1’i film yapıcılığı (Ağın, 2021), 1’i kamu diplomasisinde halkla ilişkilerin rolü ve önemi (Sırt ve Ergenç, 2021), 1’i TRT World’ün pandemi döneminde sosyal medya kullanımı (Avşar, 2021), 1’i dijital okuryazarlık, dijital sağlık haberleri tüketimi ve koronavirüs korkusu arasındaki ilişki (Gorgulu, 2020), 1’i pandemi döneminde geleneksel-yeni medya karşılaştırması (Bozkurt vd., 2021), 1’i internet haberciliğinde pandeminin sunuluş biçimi (Öztunç, 2020), 1’i sağlık çalışanlarının iletişim beklenti düzeyleri ve duygu düzeylerinin tespiti (Guler, 2020), 1’i pandemi feminist öz-düşünümselliği uygulamak (Karababa, 2020) ve 1’i salgın sürecinde, Türkiye’deki internet ve sosyal medya kullanıcılarının iletişim pratikleri ve siyasi fikirleri ile aşya yönelik tutumları ve karar alıcı kişilerin şeffaflığına ilişkin algısı arasındaki ilişki (Akyüz, 2021) üzerine gerçekleştirilmiştir. Bkz. Dergipark Resmi İnternet Sitesi. <https://dergipark.org.tr/tr/search?q=%27covid-19%27§ion=articles&aggs%5Bsubjects.id+%5D%5B0%5D=363&aggs%5Bsubjects.id%5D%5B0%5D=363>. (Erişim tarihi: 09.05.2021).

³ Bkz. Dergipark Resmi İnternet Sitesi. <https://dergipark.org.tr/tr/search?q=infodemi§ion=articles>. (Erişim tarihi: 05.05.2021).

⁴ Bkz. WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). <https://search.bvsalud.org/global-literature-on-novel-coronavirus-2019-ncov/>. (Erişim Tarihi: 05.05.2021).

üzerindeki etkileri (Altuncu ve Altuncu, 2021) ve pandemi döneminde konumsal gözetim pratikleri (Tokgöz, 2020) gibi birçok farklı alanda çalışmalar yapıldığı tespit edilmiştir.⁵

Yabancı literatür incelendiğinde ise; Covid-19 pandemisinin ruh sağlığı üzerindeki etkisi (Mousoulidou vd., 2021), sağlık personellerinin evde izolasyon döneminde sosyal medyaya maruz kalması ve bunun depresyon ve anksiyete ile ilişkisi (Cordoş ve Bolboacă, 2020), farklı medya platformlarına maruz kalma ile maske ve mesafe gibi önlemlere bağlılık arasındaki ilişki (Bekalu vd., 2021), aşı kararsızlığını belirlemeye yönelik Twitter içerik analizi (Griffith vd., 2021), pandemi döneminde çevrimiçi ilaç satın alma alışkanlığı (Jairoun vd., 2021) ve yine pandemi döneminde olumsuz ortam yaratan infodemi kavramını açıklamaya yönelik (Garcia ve Duarte, 2020) gibi farklı konular üzerine bilimsel çalışmalar yapıldığı anlaşılmıştır.⁶

Yerli ve yabancı literatürde, yukarıda örnek verilenlerden daha fazla sayıda ve çeşitte bilimsel çalışma bulunmakla birlikte, özellikle yabancı literatürde konu ve kapsam bakımından daha fazla çalışma bulunduğu sonucuna varılmıştır.

İnfodemi ile ilgili Türkiye’deki çalışmalardan ilki Sarıoğlu ve Turan’ın (2020), 366 kişi ile anket uygulaması gerçekleştirdiği araştırmadır. Araştırmacılar katılımcıların infodemi kavramına ilişkin farkındalığı, Covid-19 döneminde infodemik bilgi akışının katılımcılar üzerindeki etkisi ve infodemik bilginin yayılımında haber paylaşım alışkanlıklarının rolünü incelemişlerdir. Çalışmada infodemi kavramının bilinirliğinin sınırlı düzeyde kaldığını tespit edilmiş, yalan haberlerin sosyal medya yardımıyla yayılım hızının arttığı ve normalleştirildiği gözlemlenmiştir.

Diğer bir çalışmada ise, Covid-19 pandemisi döneminde sosyal medyada yer alan ve Teyit.org tarafından açıklanan pandemiye ilişkin yalan/yanlış bilgileri içerik analizi yöntemi ile değerlendirmiştir (Soğukdere ve Öztunç, 2020). Çalışmada Türkiye’de ilk Coronavirüs vakasının ortaya çıktığı 11 Mart 2020 tarihi dikkate alınmış ve sadece mart ayına ilişkin içerikler incelenmiştir. Virüsün Türkiye’ye gelmeden ve geldikten sonraki yalan/yanlış içerik paylaşım seyirinin tespit edilmeye çalışıldığı araştırmada, virüsün Türkiye’ye geldikten sonraki dönemde yapılan yalan haber paylaşımlarında iki kat artış yaşandığını tespit edilmiştir. Çalışmada ayrıca yalan haber paylaşımının en fazla Twitter’da görüldüğü ve haber kuruluşlarının da, sosyal medyayı birer haber kaynağı olarak kullanıp, sosyal medya platformlarında paylaşılan yalan haberleri teyit etmeden yayımladıkları sonucuna varılmıştır.

Türkiye’de ilk Coronavirüs vakasının ortaya çıktığı 11 Mart 2020 tarihinin dikkate alınarak, Teyit.org platformu üzerinden 11-18 Mart 2020 tarihleri arasında sosyal medyada paylaşılan iddiaların doğruluğuna ilişkin yapılan başka bir çalışmada ise (Aydın, 2020) sosyal medya platformlarında ortaya çıkan ve gündem oluşturan haberlerin nerdeyse tamamının yanlış olduğunu belirtilmiştir. Bu haberlerin çoğunun, bilhassa yanlış haber türlerinin bir örneği olan ‘uydurma’ kategorisinde bulunduğunu ifade edilmiştir.

Covid-19 salgını döneminde, risk iletişimi ve infodemi kavramlarının irdelendiği başka bir araştırmada da infodemi ile nasıl başa çıkılacağına dair önerilerde bulunulmuş ve toplumun,

⁵ Bkz. Dergipark Resmi İnternet Sitesi. <https://dergipark.org.tr/tr/search?q=%27covid-19%27§ion=articles&aggs%5Bsubjects.id%5D%5B0%5D=363>. (Erişim Tarihi: 05.05.2021).

⁶ Bkz. WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). <https://search.bvsalud.org/global-literature-on-novel-coronavirus-2019-ncov/>. (Erişim Tarihi: 05.05.2021).

bu tip salgın durumlarına karşı sağlık okuryazarlığının arttırılması ve olumlu sağlık davranışlarının kazandırılması önerilmiştir (Tüzün vd., 2020). Covid-19 sürecinde infodeminin ne olduğunu ele diğer bir çalışmada, infodemiyle nasıl başa çıkılması gerektiği araştırmıştır (El-Gilany, 2020).

Konuyla ilgili tespit edilen başka bir çalışmada ise pandemi döneminde yetişkin kişilerin yaşadığı güçlükler, zorluklar ve tepkilerin neler olduğu açıklanmaya çalışılmıştır. Yapılan değerlendirmede yetişkinlerin özellikle ruhsal bakımından olumsuz etkilendikleri ve pandemiye ilişkin farklı tepkilerde bulduklarını tespit edilmiştir (Sargın ve Kutluca, 2020).

Karantina sürecine giren insanların, internet haber siteleri ve özellikle sosyal medya üzerinden yayımlanan bilgilerin doğru ve güvenilirliğine ilişkin görüşlerini incelemeyi amaçlayan bu çalışma, üç bölümden oluşmaktadır. İlk kısımda dijitalleşen dünyada internet haber siteleri ve sosyal medya kanalları etik açıdan incelenmiştir. İkinci kısımda Covid-19 süreci ve infodemi kavramı ele alınmıştır. İnternet haber siteleri ve sosyal medyada yer alan infodemik içeriklere ve bu içeriklerin toplumsal hayat üzerindeki etkisini incelemeye yönelik olarak, örnek haber ve sosyal medya paylaşımlarına yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise karantina sürecine girmiş kişiler ile gerçekleştirilen yarı-yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen bulgular sunulmuştur.

1. DİJİTAL DÜNYANIN DİJİTAL ÇOCUKLARI VE ETİK

Teknolojide yaşanan gelişmeler, sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişe olanak sağlamıştır. Bilginin daha hızlı üretilebildiği ve paylaşılabilirdiği bir dönem başlamıştır. Özellikle son dönemde sıkça kullanılmaya başlanan ‘küreselleşme’ kavramı ile insanlar arası sınırlar belirsizleşmiş ve dünya McLuhan’ın da ifade ettiği gibi ‘küresel bir köy’ halini almıştır. Oluşan bu ‘küresel köy’ içerisinde mesafeler arası uzaklık sanal olarak ortadan kaldırılmış, tek tıkla her şey ulaşılabilir hale gelmiştir.

Sürekli bir gelişim ve dönüşüm içerisinde olan teknoloji, küreselleşme kavramını yaratmanın yanı sıra bir dijitalleşme kavramını da ortaya çıkarmıştır. Bloomberg (2018) dijitalleşmeyi⁷, analog bilgilerin alınıp, sınırlara ve birlere kodlanması olarak tanımlamıştır. Böylece bilgisayarlar kodlanan bu bilgileri depolayabilmekte, işleyebilmekte ve iletebilmektedir. Tanımdan da anlaşılacağı üzere dijitalleşme kavramı özünde, bilgi ve belgelerin analog formdan, bilgisayarlarda kodlanıp, depolanabilen ve işlenebilen bir yapıya getirilmesi halidir.

İnsanlar internet ve sosyal medya platformlarını bilgi almak, eğlenmek, ticaret vb. birçok farklı amaç için kullanmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu’nun 2020 yılındaki Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması’nın sonucuna göre 2019’da, 16-74 yaş arası kişilerde %75,3 oranında olan internet kullanım oranı, 2020’de %79,0’a yükselmiştir (TÜİK, 2020).

Kemp (2021), We Are Social ve Hootsuite ortaklığıyla yayınlanan ‘Dijital 2021’ raporundan hareketle, Ocak 2021 yılında dünya genelinde 4,66 milyar insanın internet

⁷ Dijitalleşme kavramının Cambridge Sözlük’teki tanımı ise, “belge gibi bir şeyi dijital forma dönüştürmek için (= bilgisayarlar tarafından saklanabilen ve okunabilen bir form)” olarak yer almaktadır (Cambridge Dictionary).

kullandığını ve geçen yılın bu döneminden bu yana 316 milyon (% 7,3) arttığını ifade etmiştir. Ayrıca Covid-19 sürecinin, bu internet kullanım miktarını artırdığını vurgulamıştır (Kemp, 2021). Şu anda dünya genelinde 4,20 milyar sosyal medya kullanıcısı olduğunu belirten Kemp, bu oranın, toplam dünya nüfusunun yüzde 53'ünden fazlasına denk geldiğini ifade etmiştir. Aynı zamanda dünya genelinde android cep telefonu kullanımının da giderek arttığına ve artık android cep telefonlarında günlük 4 saatten fazla zaman geçirildiğine dikkat çekmiştir (2021).

Türkiye'de pandemi sürecinde sosyal medya ve internet kullanım oranı, dünya ortalamasını geçmiştir. Dünya genelinde 16-64 yaş arası kişilerde günlük internet kullanım miktarı 6 saat 54 dakikayken, Türkiye'de ise bu oran, günlük 7 saat 57 dakikaya ulaşmıştır. Sosyal medya kullanım oranına bakıldığında ise Türkiye, genel ortalamayı 32 dakika geçerek 2 saat 57 dakikaya ulaşmıştır (Toprak, 2021).

Yıldırım ve İpek (2020: 69-90) sosyal izolasyon ve gönüllü karantina sürecine girmiş 6 erkek ve 6 kadın olmak üzere toplam 12 kişi ile çevrimiçi yarı-yapılandırılmış görüşme gerçekleştirmiştir. Görüşmeler ile katılımcıların sosyal izolasyon ve gönüllü karantina sürecinde internet ve sosyal medya platformlarını kullanım amaçları ve eskiye kıyasla kullanım süreleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Çevrimiçi olarak gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda, katılımcıların hepsinin gündemi takip etmek amacıyla pandemi döneminde internet ve sosyal medyayı daha fazla kullandığı tespit edilmiştir. Bu artışın önemli bir nedeni olarak da, pandemi döneminde sağlık bakanı ve diğer yetkili kişilerin sosyal medya ve özellikle Twitter'ı bilgi paylaşımı için çok sık kullanmaları gösterilmiştir. Katılımcılar, gündemi hızlı bir şekilde takip etmenin yanı sıra keyifli vakit geçirmek, dijital içerik üretip paylaşmak, iletişim kurmak vb. farklı amaçlarla da internet ve sosyal medyayı kullandıklarını ifade etmiştir.

Teknolojik gelişmelerin ve dijitalleşmenin üst düzeylerde seyrettiği günümüz dünyasında, insanların haber ve bilgi alma yöntemleri de değişmiştir. Eskiden çoğunlukla basılı gazete, radyo veya televizyon aracılığıyla haber alma ihtiyacı karşılanabilirken, artık bu ihtiyaç çoğunlukla internet üzerinden karşılanmaktadır. İnternet teknolojisi sayesinde bilgiye ulaşım hızı artmış ve bilgiyi depolamak ve paylaşmak daha kolay ve neredeyse masrafsız hale gelmiştir. İnsanlar için gidip basılı bir gazeteyi almak veya akşam haber saatini beklemek yerine, internet haber sitelerinden gelişmeleri anlık takip etmek daha kolay ve tercih edilir hale gelmiştir. Medya kuruluşları da gelişen bu teknolojiye ayak uydurmaya çalışmıştır. E-gazete, e-dergi, internet haber siteleri vb. uygulamalar aracılığı ile yeniliklere uyum sağlamaya çalışan medya kuruluşları ve özellikle haber medyası, kendine internet ortamında bir yer edinme çabası içerisine girmiştir. (Özçağlayan, 2014: 156).

Görüldüğü üzere insanların internet ve dolayısıyla sosyal medyada geçirdikleri süre ve kullanıcı sayısı her geçen yıl giderek artmaktadır. İnternet teknolojisinin 'küresel köy'de bir araya topladığı insan toplulukları, sanal ağlar üzerinden gündemi takip edebilmekte ve sanal bağlar kurup, sanal ortamlar oluşturabilmektedir. Dijital ortamlarda kendilerine yeni kimlikler oluşturmaya başlayan bireyler, internet ve sosyal medya platformlarında içerik üretebilmekte ve paylaşım yapabilmektedir. İnternet teknolojisi ve sosyal medya platformları ile giderek daha fazla haşır neşir olan bireyler, bir yandan internet ortamından etkilenmekte bir yandan da internet ortamını etkilemektedir (İrge, 2012: 77).

İnternet teknolojisinin sağladığı avantajlar neticesinde insanlar, üretilen içerikleri tüketen pasif konumdan, içerik üretebilen aktif konumuna geçmiştir. İnsanlar attıkları tweetler,

yaptıkları paylaşımlar veya yayımladıkları içerikler üzerinden belli bir kitle üzerinde gündem oluşturabilmektedir. Özellikle savaş, doğal afet, özel günler veya günümüzde de yaşandığı üzere salgın hastalık dönemlerinde insanlar, internet ve sosyal medya platformları aracılığı ile yaptıkları paylaşımlar ve yayımladıkları içerikler üzerinden kamuoyunu etkileyebilmektedir (Kırık, 2013: 66-67).

Sadece bireyler değil, medya kuruluşlarının da bu tür dönemlerde yaptıkları paylaşım ve yayınlar da gündem oluşturabilmekte ve kamuoyunu etkileyebilmektedir. Burada son derece mühim olan ve dikkat edilmesi gereken nokta; dezenformasyona ve yanlış anlaşılmalara mahal vermemektedir. Özellikle haberler, toplum içerisinde büyük etki yaratabilmektedir. Giderek çeşitlenen medya ortamı içerisinde haber kavramı da daha fazla önemli hale gelmektedir. Uzak coğrafyalarla kurulan canlı bağlantılar, Whatsapp ihbar hatları vb. çeşitli gelişmeler ve olanaklar, habercilik sektörüne yeni bir soluk getirmiştir. Habercilik sektöründe hız ve haberi ilk veren olabilme yarışı giderek önem kazanmaktadır.

Haber kuruluşları her ne kadar tarafsız, doğru ve güvenilir habercilik yaptıklarını söyleseler de, yukarıda da belirtilen kriterler zaman zaman habercilik sürecini etkileyebilmektedir. Özellikle dijitalleşme süreci ile ‘tık odaklı habercilik’ anlayışı yaygınlaşmıştır. İnternet ve sosyal medya platformları da birer haber kaynağına dönüşmüştür. Dijitalleşmeyle birlikte tık tuzağı, yanıltıcı başlıklar, sayfa görüntülenme vb. yeni kavramlar ortaya çıkmış ve bu yeni kavramlar, etik sorunları da beraberinde getirmiştir (Korap-Özel ve Deniz, 2019: 445-463).

Daha fazla okunma/satma/izlenme arzusu, haberi ilk veren olabilme yarışı vb. birçok etkenden dolayı, haberlerde bazen dezenformasyona⁸ rastlamak mümkündür.. Olanı olmadığı gibi gösterme veya olmayan bir şeyi olmuş/varmış gibi göstermek, medyada dezenformasyona neden olmaktadır. Özellikle teknolojinin gelişmesi ve habercilik sektörüne sosyal medya kanallarının dahil olmasıyla yoğun bir bilgi akışı ortaya çıkmıştır. Medyadaki bu enformasyon bombardımanı, bilgi kirliliğine de neden olmuştur (Soğukdere ve Öztunç, 2020: 62-63). Bilhassa sosyal medyanın gazetecilik alanına girmesi, gazetecilik sektörü için bazı dezavantajları da doğurmuştur. Herkesin sosyal medya kanalları üzerinden denetimsiz bir şekilde paylaşım yapabilmesi, zaman zaman yanlış ve güvenilir olmayan bilgilerin yayılmasına da olanak sağlamaktadır. Bu noktada gazetecilik sektörü, bu gibi durumlardan dolayı olumsuz bir imaj içerisine sokulabilmektedir. Ayrıca bu tip durumlar, medya markalarının önemini de belirlemektedir. Bilgi karmaşasının yaşandığı durumlarda, güvenilir marka etiketini kazanan medya kuruluşları, insanlar için vazgeçilmez enformasyon kaynağına dönüşebilmektedir (Kurt, 2014: 824).

Ünal ve Taylan (2017: 82) çalışmalarında, yeni medya ortamında ‘katılımcı kültür’ ve ‘kullanıcı türevli içerik’ kavramları ile artık kullanıcının belirsizleştiği ve denetiminin sınırlarının açıkça ortaya koyulamadığı bir döneme girildiğini ifade etmektedirler. Artık yeni medya döneminde hem meslek profesyonelleri hem de kullanıcı türevli içerik ile yeni medya ortamında içerik üretilip paylaşım yapabilen bireyler boy göstermektedir. Geline bu noktada yeni medya ortamı, haber akışının hızlandığı ve çeşitlendiği ama aynı zamanda yanlış bilgi veya asılsız söylentilerin de paylaşıldığı bir ortam haline dönüşmüştür.

Değişen bu yeni medya ortamında kaynak ve alıcının değişmesi ve çeşitlenmesi, alıcının, bir anda kaynak rolüne geçebilmesi ve içerik üretebilmesi gibi durumlar, gerçeklik kavramının

⁸ Dezenformasyonun TDK’daki tanımı ‘bilgi çarpıtma’dır.

da sorgulanır hale gelmesine neden olmuştur. Özellikle sosyal ağlarda denetim mekanizmasının eksikliği, bunu ortaya çıkarmaktadır (Soğukdere ve Öztunç, 2020: 65). Bu durum, aynı zamanda etik kavramı ile de yakından ilgilidir. Gazetecilik mesleğinin uyması gereken bazı etik kurallar varken, alıcıların da kaynak durumuna geçebildiği bu yeni medya ortamında, etik kurallar yeniden tartışılır hale gelmiştir. Sosyal medya kullanıcılarının paylaştığı haberlerde/bilgilerde güvenilirlik, doğruluk, haber kaynağının kimliği vb. kavramlara ilişkin akıllarda soru işaretleri oluşmaktadır. Gazeteciler ile içerik paylaşan normal kullanıcıların aynı statüde mi olduğu veya etik kuralların her ikisi için de geçerli mi olduğu tartışma konusudur (Aydoğan ve Geray, 2010: 317). Bu tartışmayı kısa sürede sonuçlandırabilmek mümkün değildir.

Yeni medya ortamındaki dezenformasyon kavramı sadece alıcı konumundan kaynak konumuna geçen kişiler tarafından oluşturulmamaktadır. Aynı zamanda haber kuruluşları da zaman zaman dezenformasyona neden olabilmektedir. Örneğin yeni medya ortamının zorunlu kıldığı hız kavramı içerisinde çalışan medya profesyonellerinin, habere konu olacak olayın/durumun doğruluğunu kontrol etmemesi dezenformasyona neden olabilmektedir. Yine aynı şekilde haber sitelerinde haber-reklam ayrımının yapılamaması ve kaynağı belli olmayan ve sırf tıklanmak için siteye eklenen bilgilerin varlığı da etik açıdan sorunludur (Aydoğan ve Geray, 2010: 312-317).

Korap-Özel ve Deniz (2019:463) çalışmalarında, dijitalleşme süreci ile birlikte gazetecilik sektöründeki değişimleri ve bu doğrultuda yeni etik sorunları ortaya koymuştur. İnternet editörleri ile gerçekleştirdikleri görüşmeler sonucunda, dijitalleşmenin okur üzerinde bazı etik sorunlara yol açtığını tespit etmiştir. Bu etik sorunlara; yanıltıcı başlık kullanımı ve tık tuzağı, yalan haberlerin hızla yayılması, okurun tıpkı bir tüketici olarak görülmesi ve aynı zamanda bir bilgi çöplüğüne maruz bırakılması ve internetteki haberin ve gazetecinin güvenilirliğinin azalmasını örnek vermişlerdir.

2. COVID-19 PANDEMİSİ VE İNFODEMİ

İnsanların haber alma ihtiyacının en üst seviyelerde olduğu dönemler, kriz dönemleridir. Bu dönemlerde haber kuruluşları büyük bir sorumluluğu üzerlerine alarak yayın yapmak durumundadır. Örneğin savaş, doğal afet veya salgın hastalık gibi kriz dönemlerinde insanlar yaşanan gelişmelerden her an haberdar olmak istemektedir. Haber kuruluşlarından beklenen ise kriz dönemlerinde görev bilinci ve mesleki etik kurallarını unutmadan, kendinden beklenenleri yerine getirmesidir (Balcı ve Demir, 2019: 48).

Kriz dönemlerinde yayımlanacak haberler ekstra önem taşıdığı için doğru, güvenilir ve kaynağı belli olan haberler iletmek son derece önemlidir. Bu dönemlerde yayımlanan her bilgi, paylaşılan her içerik çok fazla sayıda kişiyi ilgilendirmektedir ve dolayısıyla yanlış bilgilendirme yapılmamalıdır. Cook ve arkadaşları (2017: 355) misenformasyon (yanlış bilgi) kavramını; insanlar ve toplumlar üzerinde olumsuz etkilere sebep olabilecek yanlış bilgiler şeklinde tanımlamıştır. Ayrıca yanlış bilgilerin varlığının, insanların gerçeklere inanmayı tamamen bırakmasına neden olabileceğini de vurgulamışlardır.

Özellikle kriz dönemlerinde bilinçli veya bilinçsiz olarak yanlış bilgi paylaşımlarına sıkça rastlanmaktadır. Her iki durumda da etik olarak sorunlu bir durumu işaret eden yanlış bilgi paylaşımları, kamuoyunu da olumsuz etkilemektedir.

2019 yılının aralık ayında Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan bir dizi zatüre vakaları analiz edilmiş ve yapılan incelemeler sonucunda, 2019 yeni koronavirüs (2019-nCoV) olarak adlandırılan yeni bir koronavirüsü tespit edilmiştir (Fan vd., 2020: 497). Bu virüs, kısa sürede tüm dünyaya yayılmış ve yaklaşık bir yılı aşkın bir süredir dünyayı küresel ölçekte etkilemiştir. Başta sağlık sektörü olmak üzere birçok alanda etkisini hissettirmiştir. Ekonomi, eğitim, turizm vb. eşitli alanlarda etkili olan salgın, dünyayı yeni bir sürecin başına getirmiştir. Yaşam alışkanlıkları değişmiş, her ülkede pandemi sürecinde toplumsal yaşayışa ilişkin yönetsel düzenlemeler yapılmıştır. Değişen yaşam tarzları, yeni gelişmeler ve salgına ilişkin düzenlemeler, özellikle medya araçları ile topluma iletmeye çalışılmıştır.

Covid-19 salgınının tüm dünyada hızla yayılmasından sonra, Türkiye'de de salgına ilişkin çeşitli politikalar uygulanmıştır. 'Hayat Eve Sığar' ve 'Evde Hayat Var' gibi sloganlar ile insanlar evde kalmaya davet edilmiş, gerekmedikçe evden çıkmamaları söylenmiştir. Dışarı çıkacak insanların ise maske, mesafe ve hijyen kurallarına riayet etmesi sık sık dile getirilmiş ve hâlâ daha bu uyarılar devam etmektedir. Hatta zaman zaman getirilen sokağa çıkma kısıtlamaları ile insanların evde kaldığı süreler uzamış, bu durum da insanların tüketim alışkanlıklarını önemli ölçüde etkilemiştir. Virüsün temas yoluyla bulaştığına ve insanların zorunlu olmadıkça evlerinden çıkmamaları gerektiğine ilişkin uyarılar, yetkili kişi ve kurumlarca sık sık dile getirildiği için insanlar yoğun bir şekilde e-ticarete yönelmiştir.

İnsanlar salgının ilk açıklandığı dönemde bir anda paniğe kapılmış ve "panik satın alma" (panic buying) durumu ortaya çıkmıştır. Gıdasız kalmak, salgın döneminde çok sık kullanılacak olan temizlik ürünlerine ulaşamamak vb. korkular ile insanlarda 'stoklama' anlayışı doğmuştur (Pantano vd., 2020: 210). Almanya'nın Potsdam kentindeki İleri Sürdürülebilirlik Çalışmaları Enstitüsü'nün (IASS) bilim direktörü Ortwin Renn, insanların kriz durumunda üç farklı şekilde tepki gösterdiğini belirtmiştir. Birinci gruptaki bireylerin tehlikeden kaçtığını, ikinci gruptakilerin top gibi bükülerek kendini korumaya çalıştığını ve üçüncü gruptakilerin ise 'savaştığını' ifade etmiştir. Renn, üçüncü grupta yer alan kişilerin, herhangi bir tehlike karşısında harekete geçtiğini ve tıpkı Covid-19 pandemi sürecinde yaşanan durum gibi, bir çeşit "ikâme eylem" olarak ürün stoklamaya başladığını belirtmiştir.⁹

Papuççıyan (2020), Türkiye'de ilk Covid-19 vakasının 11 Mart 2020 tarihinde açıklanmasının ardından, tüketicilerin online market alışveriş davranışı üzerinde hızlı bir artış olduğunu ve bu artışın büyüyerek devam ettiğini belirtmiştir. Türkiye'de ilk vaka açıklandıktan sonra, genel gıda kategorisine (pirinç, bulgur ve makarna gibi önemli bakliyat ürünlerinin bulunduğu kategori) yönelik siparişler hızla artmış ve yine kağıt-kozmetik kategorisinde de artışlar yaşanmıştır.

İstegelsin Üst Yöneticisi Sedat Yıldırım, Anadolu Ajansı muhabirine verdiği röportajda, Türkiye'de ilk Covid-19 vakasının görülmesinin ardından başlangıçta kuru baklagiller, makarna, un gibi 'panik alışverişi'nin yaşandığı fakat bir hafta sonra normal alışverişe dönüldüğünü belirtmiştir. Normal alışverişe dönülmesine rağmen sepetlerin hacminin büyüdüğünü, normalde 150 TL civarı olan sepetlerin, 250 TL'ye kadar çıktığını ifade etmiştir. Bankalararası Kart Merkezi verilerinden hareketle mart, nisan ve mayıs ayları içerisinde 5,5 milyon kredi kartının, internette ilk kez kullanıldığını belirten Yıldırım,

⁹ Bkz. Koronavirüsün sembolü olarak tuvalet kâğıdı. <https://www.dw.com/tr/koronavir%C3%BCs%C3%BCn-sembol%C3%BC-olarak-tuvalet-k%C3%A2%C4%9F%C4%B1d%C4%B1/a-52901783> (Erişim Tarihi: 02.05.2021).

istegelsin'in, ortalama günlük satışını salgın döneminde 3'e katladığını ifade etmiştir (Yanık, 2020).

Bir e-ticaret sitesi olan Cimri.com, salgın döneminde ciddi bir artışa geçen dijital tüketim verilerini şu şekilde açıklamıştır: Makarna ve şehriyede %710, bakliyalarda %280, sıvı yağ ve margarinde %60, un ve irmikte %905 artış yaşanmıştır. Temizlik ve hijyen kategorisinde ise sabunda %2425, tuvalet kağıdında %115, ıslak mendilde %70, çamaşır deterjanında %65, ağız ve gargara spreyinde %70 oranında artış gerçekleşmiştir. Ayrıca günlük yaşamda genel olarak dışarıdan hazır halde satın aldığımız ürünler, artık evde yapılır hale gelmiştir. Örneğin ekmek yapma makinesinin satışında %1510 oranında artış yaşanmıştır.¹⁰

Türkiye'de özellikle 11 Nisan 2020 tarihinde 31 ilde başlatılacak olan sokağa çıkma yasağı, bir gün öncesinde geç saatlerde duyurulunca, insanlar bir anda marketlere, fırınlara akın etmiş, uzun kuyruklar oluşmuştur. Aşağıda yer alan haber, *Hürriyet* resmi internet sitesinde 10 Nisan 2020 tarihinde yayımlanmıştır ve panik satın alma ve stoklama kavramlarına örnek olabilecek bir durum teşkil etmiştir (Bkz. Resim-1).



Resim 1. 'Sokağa çıkma yasağını duyanlar akın etti! Metrelerce kuyruk oluştu' başlıklı haber

Kaynak: <https://www.hurriyet.com.tr/galeri-sokaga-cikma-yasagini-duyanlar-akin-etti-metrelerce-kuyruk-olustu-41491950/2> (Erişim tarihi: 30.04.2021)

Hürriyet resmi internet sitesinde 10 Nisan 2020 tarihinde yayımlanan haberde, o gecedan itibaren 31 ilde hafta sonu sokağa çıkma yasağı uygulanacağı açıklandıktan sonra, İstanbul'da yaşayan bazı vatandaşların fırın ve market gibi yerlere akın ettiği belirtilmiştir. Ayrıca alışveriş yapma telaşı içinde olan vatandaşların, maske takmadan sokağa çıktığı ve sosyal mesafeye uymadığı ifade edilmiştir.¹¹

Ülke genelinde bu duruma benzer daha birçok örnek yaşanmıştır. Sokağa çıkma yasağının geç bir saatte ve yasağa yaklaşık olarak iki saat kala açıklanması, özellikle sosyal medyada tartışmalara neden olmuştur. Sosyal medyada, aşağıdaki paylaşıma benzer birçok paylaşım yapılmış, yasağın geç bir saatte açıklanması eleştirilmiştir (Bkz. Resim-2).

¹⁰ Bkz. Dijital Tüketim Trendlerine Korona Virüs Etkisi. <https://www.cimri.com/blo g/dijital-tuketim-trendlerine-korona-virus-etkisi/> (Erişim Tarihi: 30.04.2021).

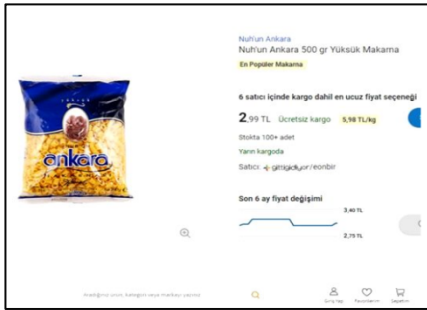
¹¹ Bkz. Sokağa çıkma yasağını duyanlar akın etti! Metrelerce kuyruk oluştu. <https://www.hurriyet.com.tr/galeri-sokaga-cikma-yasagini-duyanlar-akin-etti-metrelerce-kuyruk-olustu-41491950/2> (Erişim Tarihi: 30.04.2021).



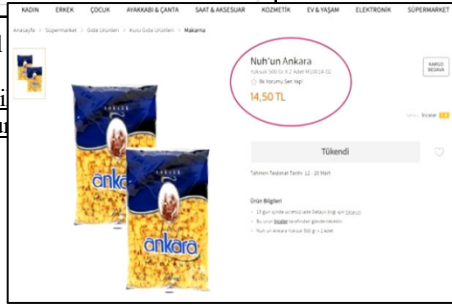
Resim 2. Sosyal

Kaynak: <https://onedio.com/haber/sokaga-ci-onunde-olusan-kuyruk-sosyal-medyanin-gu>

Resim 2'de görüldüğü üzere kısıtlamanın



Resim 3. İnternet haberi



Resim 4. İnternet haberi

Kaynak: <https://www.haberler.com/unlu-e-ticaret-sitesindeki-makarna-ve-kolonya-13003853-haberi/> (Erişim tarihi: 02.05.2021)

Türkiye'de ilk vaka açıklandıktan sonra ünlü bir e-ticaret sitesi, makarna ve kolonya başta olmak üzere temel ihtiyaç ürünlerine fahiş fiyat artışları uygulamış ve vatandaşların tepkisiyle karşılaşmıştır. Resim 3 ve 4'te görüldüğü üzere pandemi öncesinde iki paketi 6 liradan satılan makarna, ilk vakanın açıklanmasının ardından online alışveriş sitelerinde 14,50 liradan satışa sunulmuştur. Ayrıca ürün stoklarda tükenmiş olarak da gösterilmiştir.¹³

¹² Bkz. Sokağa Çıkma Yasağının Ardından Marketler ve Fırınlar Önünde Oluşan Kuyruk Sosyal Medyanın Gündeminde. <https://onedio.com/haber/sokaga-cikma-yasaginin-ardindan-marketler-ve-firinlar-onunde-olusan-kuyruk-sosyal-medyanin-gundeminde-902479> (Erişim Tarihi: 30.04.2021).

¹³ Bkz. Ünlü e-ticaret sitesindeki makarna ve kolonya fiyatları tepki çekti. <https://www.haberler.com/unlu-e-ticaret-sitesindeki-makarna-ve-kolonya-13003853-haberi/> (Erişim Tarihi: 02.05.2021).

Bu tür haksız fiyat artışları tüketiciler tarafından özellikle sosyal medya üzerinden yoğun bir şekilde paylaşılmaya başlanınca, yetkililer durumu el koymuştur. Mali Suçları Araştırma Kurulu (MASAK), pandemi nedeniyle bazı ürünlerde haksız fiyat artışı uygulayan ve stokçuluk yapan firmalara karşı inceleme başlatmıştır. Ayrıca Ticaret Bakanlığı vatandaşların, Haksız Fiyat Artışı (HFA) bildirim uygulaması ile haksız fiyat artışına ilişkin bakanlığa şikâyetinde bulunabileceğini belirtmiştir.¹⁴

Yukarıdaki haber örneklerinden de anlaşılacağı üzere yaşanan panik durumu, insanların alışveriş yapma ve stoklama anlayışlarını büyük ölçüde etkilemiştir.

Burada, salgının ve tüketim alışkanlıklarına etkisinin kendisi kadar dikkat edilmesi gereken diğer bir nokta da 'infodemi' kavramıdır. Birleşmiş Milletler Genel Sekreteri tarafından kullanılan bir kavram olan infodeminin (yanlış bilgi ve dezenformasyon salgını) pandemi döneminde, salgının kendisi kadar tehlikeli olabileceği dikkatle vurgulanmaktadır. Birleşmiş Milletler Genel Sekreteri, Covid-19 virüsü yayıldıkça bir yandan da nefret, yanlış bilgi, günah keçisi arama ve korkutma tsunamisinin ortaya çıktığını belirtmiştir (Fransa'nın Newyork'taki Birleşmiş Milletler Daimi Temsilciliği, 2020). Links (2020: 1) ise çalışmasında dezenformasyonun, daha önce hiç olmadığı kadar küresel düzeyde bir halk sağlığı sorunu olarak büyük ölçüde endişe verici hale geldiğini belirtmektedir.

Dünya Sağlık Örgütü tarafından 11 Mart 2020 tarihinde Covid-19 virüsünün (SARS-Cov-2, COVID-19), pandemi düzeyine ulaştığı ilan edilmiş ve bu virüs, hızla dünyanın gündemine oturmuştur. Salgın ile ilgili olarak medyada sürekli bir bilgi akışı ortaya çıkmıştır. İnsanlar internet üzerinden sık sık virüsün nedenlerini, virüsten nasıl korunabileceğini ve son zamanlarda aşı konusu da dahil olmak üzere çeşitli araştırmalar yapmaktadır. Fakat insanların ulaştığı bilgilerin ne derece doğru ve güvenilir olduğu ise tartışma konusudur (Tüzün vd., 2020: 1).

Türk Tabipleri Birliği Covid-19 Danışma ve İzleme Kurulu (2020), Türkiye'de Covid-19 vakasının görülmeye başlanmasından önce, kanıta dayalı bilimsel verilerin dışında çeşitli yöntemlerle virüsün nasıl yok edileceği ve bağışıklık sisteminin kuvvetlendirilerek virüsün etkisinin nasıl azaltılabileceğine ilişkin çok sayıda habere yer verildiğini belirtmiştir. Aynı şekilde hem geleneksel hem de yeni medyada salgına ilişkin içeriklere sürekli olarak maruz kalan bireylerin kaygı düzeylerinin arttığını ve ikilemde kaldıklarını ifade etmiştir. Ayrıca bu alanda uzman kişilerin yanı sıra farklı uzmanlık alanlarından doktorların görüşlerine yer veren haber ve programların yapılmasının, aynı zamanda toplumun doğru ve sağlıklı bilgiye ulaşmasını zorlaştırdığını vurgulamıştır (Türk Tabipleri Birliği Covid-19 Danışma ve İzleme Kurulu, 2020: 50).

Pandemi ile ilgili gelişmeler kesintisiz olarak medya kanalları üzerinde insanlara sunulmaktadır. Medya araçlarının sunduğu gelişmelerin yanı sıra insanların bizzat kendileri de özellikle sosyal medya üzerinden pandemiye ilişkin içerik üretip, paylaşabilmektedir. Sarioğlu ve Turan (2020: 824) çalışmalarında, insanların genellikle gazeteci veya politikacı olmadıkları için, gündem belirleyen bilgi ve haber paylaşımlarında çok etkili olmadıklarını düşündüğünü belirtmektedir. Yazarlar, bunun yanlış bir düşünce olduğunu ve özellikle 'hashtag'lerden de anlaşıldığı üzere, sosyal medya platformlarında takipçi sayısı az olursa bile, paylaşılan içeriklerin dikkat çekici olabileceğini ve hızla yayılabileceğini

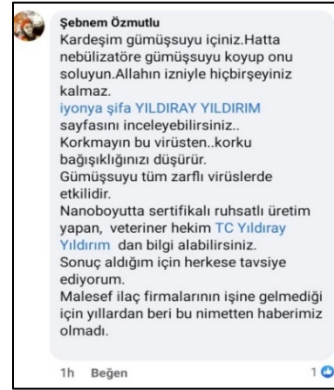
¹⁴ Bkz. Ünlü e-ticaret sitesindeki makarna ve kolonya fiyatları tepki çekti. <https://www.haberler.com/unlu-e-ticaret-sitesindeki-makarna-ve-kolonya-13003853-haberi/> (Erişim Tarihi: 02.05.2021).

belirtmektedir. Asılsız bilgi paylaşımları özellikle Facebook, Instagram, Whatsapp ve Twitter gibi sosyal medya kanallarından yapılabilmektedir.

İnsanlar pandemi sürecinde bir yandan sosyal medya platformları üzerinden virüse ilişkin tedavi ve korunma yöntemleri üzerine paylaşımlarda bulunmuş, hatta pandemi ile ilgili birlik ve beraberlik grupları dahi kurulmuştur. Aşağıda yer alan örnekler, 2020 yılında ‘Covid-19 Bilgi ve Birlik Platformu Türkiye’ adı ile Facebook’ta kurulan ve şuan 3992 üyesi olan bir platformdan alınmıştır.



Resim 5. Facebook paylaşımı



Resim 6. Facebook paylaşımı

Kaynak: <https://www.facebook.com/groups/424243785199249> (Erişim tarihi: 06.05.2021).

Resim 5’te görüldüğü üzere muhtemelen Covid-19 testi pozitif çıkan bir vatandaş, virüsün akciğerlere inmesi ile ilgili bir soru sormuştur. Ardından bir başka vatandaş ise (Resim 6’da) virüsten korunmak için gümüş suyu içmesi gerektiğini, kendisinin fayda gördüğünü, gümüş suyu üreticisinin adını ve hatta ilaç firmalarının işine gelmediği için yıllardır gümüş suyunun faydalarının halka açıklanmadığını yazmıştır.¹⁵

Sözcü resmi internet sitesinde yer alan bir haberde ise Gazi Üniversitesi Tıp Fakültesi Halk Sağlığı Öğretim Üyesi ve Bilim Kurulu üyesi olan Prof. Dr. Seçil Özkan, Covid-19 virüsünden korunmak için meyve ve sebzelerin gümüş suyuyla yıkanması gerektiği iddialarına ilişkin açıklamada bulunmuştur. Özkan, gümüşsuyunun antibakteriyel özelliğe sahip olduğunu ve yiyeceklerle birlikte kesinlikle kullanılmaması gerektiğini belirtmiştir. Ayrıca yiyecek ile birlikte tüketilen gümüşsuyunun sindirim siteme nasıl etki edeceğine dair bilimsel bir kanıt olmadığına da ifade etmiştir.¹⁶

¹⁵ Bkz. ‘Covid-19 Bilgi ve Birlik Platformu Türkiye’ Facebook Grubu. <https://www.facebook.com/groups/424243785199249> (Erişim Tarihi: 06.05.2021).

¹⁶ Bkz. Bilim Kurulu üyesinden ‘gümüş suyu’ iddiasına yanıt geldi. <https://www.sozcu.com.tr/2020/gundem/bilim-kurulu-uyesinden-gumus-suyu-iddiasina-yanit-geldi-5831873/> (Erişim Tarihi: 02.05.2021).



Resim 7. Facebook paylaşımı



Resim 8. Facebook paylaşımı

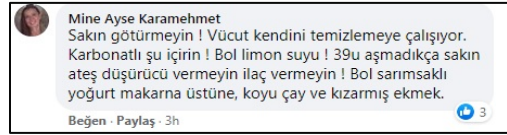
Kaynak: <https://www.facebook.com/groups/424243785199249> (Erişim tarihi: 06.05.2021)

Resim 7’de görüldüğü üzere bir kişi öksürüğe neyin iyi geleceğini sormuştur. Resim 8’de ise bu soruya verilen yanıtların sadece bir kısmı yer almaktadır. Süt, hatmi çiçeği, sarımsak vb. doğal besin maddelerinin yanı sıra, ‘Nac 900 mg’ adında bronşlar ve akciğer tedavisinde kullanılan bir ilacın da önerildiği görülmektedir. Bu ilaç, ciddi yan etkileri olan ve doktor kontrolünde kullanılan bir ilaçtır ve bunu paylaşan kişi ise hiçbir detayına değinmeden bu ilacın adını önermiştir.¹⁷

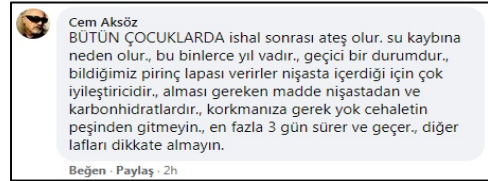
¹⁷ Bkz. ‘Covid-19 Bilgi ve Birlik Platformu Türkiye’ Facebook Grubu. <https://www.facebook.com/groups/424243785199249> (Erişim Tarihi: 06.05.2021).



Resim 9. Facebook paylaşımı



Resim 10. Facebook paylaşımı



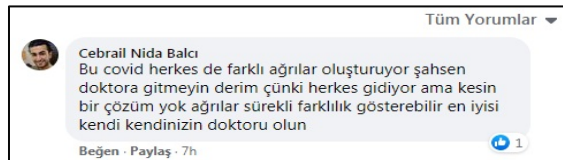
Resim 11. Facebook paylaşımı

Kaynak: <https://www.facebook.com/groups/424243785199249> (Erişim tarihi: 06.05.2021)

Resim 9’da görüldüğü üzere bir kişi yedi yaşındaki çocuğunun ishal olduğunu, ateşinin 38 dereceye çıktığını, çok halsiz olduğunu ve hastaneye götürüp götürmemesi gerektiğini sormuştur. Bu kişiye farklı kişiler tarafından birçok cevap verilmiştir. Resim 10 ve Resim 11’de ise görüldüğü üzere bazı kişiler, çocuğunu hastaneye götürmemesini söylemiş, farklı tedavi yöntemleri önermiş ve hastaneye gitmeyi cehaletin peşinden gitmek olarak adlandırmıştır.¹⁸



Resim 12. Facebook paylaşımı



Resim 13. Facebook paylaşımı

Kaynak: <https://www.facebook.com/groups/424243785199249> (Erişim tarihi: 06.05.2021)

¹⁸ Bkz. ‘Covid-19 Bilgi ve Birlik Platformu Türkiye’ Facebook Grubu. <https://www.facebook.com/groups/424243785199249> (Erişim Tarihi: 06.05.2021).

Resim 12’de görüldüğü üzere bir kişi bazı sağlık problemlerinden bahsetmiş ve doktora gidip gitmemesi gerektiğini sormuştur. Yanıt veren kişilerden birisi (Resim 13’te), bu kişinin doktora gitmemesi gerektiğini, virüsü herkesin farklı geçirdiğini ve kendi kendisinin doktoru olması gerektiğini belirtmiştir.¹⁹

Covid-19 pandemi sürecinde, sosyal medya platformlarında yukarıdaki paylaşımlara benzer daha birçok paylaşım yapılmış, virüsten korunmak için çeşitli tedavi ve korunma yöntemleri paylaşılmıştır. Hatta ciddi yan etkileri olabilecek ilaçlar dahi önerilmiştir. Fakat önerilen bu tedavi ve korunma yöntemlerinin ne kadar doğru ve güvenilir olduğu belli değildir. Her paylaşım yapan, ya kendi deneyimlerinden ya da çevresinden duyduklarından yola çıkarak önerilerde bulunmuştur.

Sosyal medyada paylaşılan bu tarz infodemik içerikler, insan hayatını da önemli ölçüde etkilemektedir. İnsanlar salgının etkisiyle kendilerini doğal olarak sağlık açısından tehdit altında hissettiği için, salgına ilişkin internette daha fazla araştırma yapmaktadır. Virüse dair henüz aydınlatılmayan noktalar, manipülasyon ve söylentilere daha açık bir ortam yaratmaktadır (Sarioğlu ve Turan, 2020: 824). Özellikle sosyal medya kanalları üzerinden paylaşılan virüsten korunma, tedavi yöntemleri vb. şekilde doğruluğu ve güvenilirliği kanıtlanmamış içerikler, insanlar tarafından günlük hayatta uygulanınca, sonucu ağır ciddi vakaların yaşanmasına sebebiyet verebilmektedir.



Resim 14. “İstanbul’da virüsten korunmak için saf alkol içen 20 kişi öldü” başlıklı haber

Kaynak: <https://www.sozcu.com.tr/2020/gundem/istanbulda-sahte-ickiden-olenlerin-sayisi-20ye-yukseldi-5689084/> (Erişim tarihi: 16.03.2021)

Sözcü gazetesindeki habere göre (Resim 14’te), İstanbul’un farklı ilçelerinde, bir hafta içerisinde 20 kişi alkol zehirlenmesi nedeniyle hayatını kaybetmiştir. Yaşanan zehirlenme olaylarında 34 kişi hastaneye kaldırılmıştır. Polis ekipleri, olayla ilgili olarak alkol

¹⁹ Bkz. ‘Covid-19 Bilgi ve Birlik Platformu Türkiye’ Facebook Grubu. <https://www.facebook.com/groups/424243785199249>. (Erişim Tarihi: 06.05.2021).

zehirlenmesi yaşayan bazı hastaların ifadesini almıştır. Başakşehir ilçesinde ifade veren bir Türkmen vatandaşı, virüsten korunmak amacıyla ispir (saf alkol) içtiklerini belirtmiştir.²⁰



Resim 15. “Koronavirüs: Yanlış bilgiler ve sahte haberler, hayatlara mal oluyor” başlıklı haber

Kaynak: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-52828823> (Erişim tarihi: 16.03.2021)

BBC Sosyal Medya Muhabiri Marianna Spring’in haberine göre (Resim 15’te), yanlış bilgiler ve sahte haberler, insanların hayatlarına mal olmaktadır. Haberde yer alan bilgiye göre, Muhabir Spring’e röportaj veren 46 yaşındaki Amerikalı Brian Lee Hitchens, karısının ve kendinin Covid-19 pozitif olduğunu ve şuan Florida’da bir hastanede tedavi gördüklerini ifade etmiştir. Hastanedeki hasta yatağından röportaj veren Hitchens, ilk zamanlar virüsün 5G teknolojisiyle ilgili olduğuna veya hükümetin virüsü, onların dikkatini dağıtmak için kullandığına inandıklarını belirtmiştir. Dolayısıyla ilk başlarda kurallara uymadıklarını ve yardım istemekte geciktiklerini dile getiren Hitchens, karısının durumunun kritik olduğunu ve solunum cihazına bağlanmış halde tedavi gördüğünü ifade etmiştir.²¹

26 Şubat 2020 tarihinde İran’da ilk Covid-19 vakasının görülmesinden sonra, birkaç hasta akut metanol zehirlenmesinden hastaneye yatırılmıştır. 28 Mart 2020 tarihi itibarıyla yaklaşık 2200 kişi, yasadışı alkollü içeceklerin ağızdan alınması nedeniyle zehirlenmiştir. Bir İslam ülkesi olan İran’da alkole ilişkin ciddi kısıtlamalar olmasına rağmen hastalar, sosyal medyada alkolün Covid-19 virüsünü engellediğine dair içeriklerden etkilenerek bu davranışı yaptığını belirtmiştir. 824 kişi yasadışı alkol zehirlenmesi nedeniyle yoğun bakım ünitesine alınmış ve 296 kişi (ölüm oranı %13,5) hayatını kaybetmiştir (Soltaninejad, 2020: 148-149).

²⁰ Bkz. ATAM, Habip (2020). *İstanbul’da virüsten korunmak için saf alkol içen 20 kişi öldü.* <https://www.sozcu.com.tr/2020/gundem/istanbulda-sahte-ickiden-olenlerin-sayisi-20ye-yukseldi-5689084/>. (Erişim Tarihi: 16.03.2021).

²¹ Bkz. SPRING, Marianna (2020). *Koronavirüs: Yanlış bilgiler ve sahte haberler, hayatlara mal oluyor.* (Erişim Tarihi: 16.03.2021).

Yukarıdaki örneklerde de görüldüğü gibi Covid 19 virüsü ile ilgili olarak medyada asılsız iddialar ortaya atılmakta veya yanlış bilgilendirilmeler yapılmaktadır. Bu durum da, insanların canına mâl olabilmektedir. Doğruluğu sağlanmadan yayılan her haber, paylaşılan her içerik insanların yanlış bilgilenebilmesine, endişe duymasına, yanlış eylemlerde bulunmalarına veya panik ortamının oluşmasına sebebiyet vermektedir. Dolayısıyla paylaşılan haberler ve içerikler titizlikle incelenmeli, yanlış anlaşılmalara sebebiyet vermemelidir.

3. YÖNTEM

Bu araştırmada, nitel bir araştırma yöntemi olan yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Katılımcılar, birbirinden farklı demografik özelliklere sahip ve Covid-19 pandemi döneminde karantinaya girmiş, Türkiye'nin farklı illerinde ikamet eden, 5'i erkek 5'i kadın toplam 10 kişiden oluşmaktadır. Önceden hazırlanan yarı-yapılandırılmış görüşme formu ile katılımcıların, geçirdikleri karantina sürecinde internet haber siteleri ve sosyal medya kanallarında karşılaştığı bilgi paylaşımlarının doğru ve güvenilirliğine ilişkin bakış açıları tespit edilmeye çalışılmıştır. Yapılandırılmış görüşme formunda 7 soruya yer verilmiştir. Görüşmelerin seyrine uygun olarak gerek duyulduğu zamanlarda, katılımcılara ek sorular da yöneltilmiştir. İçerisinde bulunduğumuz pandemi süreci nedeniyle görüşmeler online olarak gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların, görüşmelere katılımı gönüllülük esasına dayalı tutulmuştur.

4. BULGULAR

Yarı-yapılandırılmış görüşmelere katılan 10 katılımcının 5'i kadın, 5'i erkek katılımcıdır. 4 kişi 22-27, 6 kişi ise 28-33 yaş aralığında bulunmaktadır. 1 kişi yüksek lisans, 6 kişi lisans ve 3 kişi ise ön lisans mezunudur. Katılımcıların mesleki durumlarına bakıldığında ise 3'ü yolcu hizmetleri memuru, 2'si polis, 2'si sınıf öğretmeni, 1'i muhasebeci, 1'i radyoloji teknikeridir ve 1 kişi ise herhangi bir işte çalışmamaktadır. Tüm katılımcılar içerisinde 9 kişi Covid-19 pozitif olmuş ve 1 kişi ise temaslı sayılarak karantina sürecine girmiştir. Katılımcılara Covid-19 aşısı olma durumları sorulduğunda ise 4 kişi aşı olduğunu, 6 kişi ise aşı olmadığını ve yakın zamanda aşı olmak istemediğini belirtmiştir.

Katılımcıların genel olarak demografik bilgileri yukarıda verilmiştir. Buradan sonraki kısımda, katılımcıların görüşme formunda bulunan sorulara verdikleri yanıtlara yer verilmiştir.

Soru 1) Karantina sürecinde internet ve sosyal medya kullanım oranınızda genel olarak bir değişiklik oldu mu?

Katılımcıların 5'i, karantina sürecinde internet ve sosyal medya kullanım oranlarının normale göre arttığını belirtmiştir. Boş zaman süreleri arttığı için virüse ilişkin haberleri takip ederek veya dizi, film vb. izleyerek vakit geçirdiklerini ifade etmişlerdir. 3 kişi bir değişiklik olmadığını, 1 kişi kullanım oranının azaldığını ve 1 kişi ise dışarı çıkamadığı için paylaşım yapamadığını ve dolayısıyla sosyal medya kullanım oranının düştüğünü fakat karantina sürecinde internet üzerinden sık sık dizi ve film izlediği için internet kullanım oranının arttığını ifade etmiştir.

Soru 2) İnternet haber sitelerinde ve sosyal medya kanallarında Covid-19'a ilişkin karşılaştığınız içeriklerin doğruluğu ve güvenilirliği hakkında ne düşünüyorsunuz?

Katılımcılar içerisinde 4 kişi, internet haber sitelerinde ve sosyal medya kanallarında Covid-19'a ilişkin karşılaştığı içerikleri doğru ve güvenilir bulmadığını belirtmiştir. 2 kişi ise virüs nedeniyle yaşanan vakalar, ölümler ve hastaların yaşadığı zorlu sürece şahit olduğu için karşılaştığı içerikleri, doğru ve güvenilir bulduğunu ifade etmiştir. 1 kişi ise yayımlanan haberlerin bazılarının doğru, bazılarının ise abartılıp yanlış yansıtıldığını düşündüğünü belirtmiştir. 1 katılımcı ise virüse ilişkin her gün açıklanan sayıların çok net bir şekilde gerçeği yansıttığını düşünmediğini fakat internet ve sosyal medyada karşılaştığı içeriklere inandığını ifade etmiştir. 1 kişi, Sağlık Bakanlığı'na bağlı olmayan hiçbir veriyi dikkate almadığı, 1 katılımcı ise internet haber sitelerinde sadece vaka, ölüm vb. sayıları takip ettiğini, onun dışındaki tedavi önerilerine çok itibar etmediğini belirtmiştir.

Soru 3) İnternet haber siteleri ve sosyal medya kanallarında Covid-19'a ilişkin karşılaştığınız içerikleri yakın çevrenizle paylaşıyor musunuz? Eğer paylaşıyorsanız, bu paylaşımı yaparken ne düşünüyorsunuz? Paylaştığımız içeriğin doğru ve güvenilir olduğuna ne kadar inanarak paylaşıyorsunuz?

Katılımcıların 5'i, internet haber siteleri ve sosyal medya kanallarında Covid-19'a ilişkin karşılaştığı içerikleri yakın çevresi ile paylaştığını belirtmiştir. Paylaştıkları içerikler arasında ise virüsten korumanın yolları, yanlış tedavi yöntemi uygulayanların yaşadıkları olumsuz durumlar vb. içeriklerin yer aldığını ifade etmişlerdir. 4 kişi ise internet haber siteleri ve sosyal medya kanallarında Covid-19'a ilişkin karşılaştığı içerikleri yakın çevresi ile paylaşmadığını belirtmiştir. Bunun nedeni olarak da, haber sitelerinde karşılaştıkları her içeriği güvenilir bulmadıklarını ifade etmişlerdir. 1 kişi ise sadece Sağlık Kurulu tarafından paylaşılan ve doğruluk derecesinin yüksek olduğuna inandığı bilgileri paylaştığını ve her duyulan şeyin paylaşılmasının ise insanların korku ve kaygısını arttıracağını belirtmiştir.

Soru 4) Karantina sürecinde Covid-19'a ilişkin, internet haber siteleri veya sosyal medya kanallarında karşılaştığımız virüs tedavisi, virüsten korunma vb. konulara ilişkin içerikleri günlük yaşamınızda uyguladınız mı? Eğer uyguladıysanız; uygulamayı gerçekleştirirken doğru ve güvenilir olduğuna ne kadar inanıyordunuz ve bu size ne hissettirdi?

Katılımcıların 5'i, karantina sürecinde Covid-19'a ilişkin, internet haber siteleri veya sosyal medya kanallarında karşılaştığı virüs tedavisi, virüsten korunma vb. konulara ilişkin içerikleri günlük yaşamında uygulamadığını belirtmiştir. 3 kişi ise dengeli beslenme, maske, mesafe, temizlik, sirke kullanımı vb. içerikleri günlük hayatta uyguladığını ifade etmiştir. 1 kişi virüsten korunma, tedavi yöntemleri gibi içeriklerin çoğuna inanmadığını, sadece enfeksiyon doktorlarının tavsiye ettiği şekilde iyileşmeye çalıştığını belirtmiştir. 1 katılımcı ise karşılaştığı içerikleri günlük yaşantısında kısmen uyguladığını ve karantina sürecinde kullanması için kendisine verilen ilaçları, sağlıkçı tanıdıklarının teyidini aldıktan sonra, kullandığını ifade etmiştir.

Soru 5) Karantina sürecinde 'felaket senaryoları' adı altında yayımlanan içeriklere karşı görüşünüz neydi? Bu içerikleri yakın çevrenizle paylaştınız mı?

Katılımcıların 5'i, karantina sürecinde 'felaket senaryoları' adı altında yayımlanan içerikleri paylaşmadığını, içeriklerin abartıldığını ve insanlara korku verdiğini belirtmiştir. 3 kişi paylaştığını fakat felaket senaryolarının insanları korkutmak amaçlı ortaya atıldığını ve gerçekten bunlara inanmadıklarını belirtmiştir. 1 kişi felaket senaryoları hakkında hiçbir bilgisi olmadığını ifade etmiştir. 1 kişi ise felaket senaryolarının; insanlara korku aşılacak ve tedbirlere uymalarını sağlamak ve insanların, virüsü daha fazla dikkate almaları için çıkartıldığını ifade etmiştir.

Soru 6) Karantina sürecinizde Covid-19' a ilişkin genel olarak gelişmeleri nereden takip ettiniz? Sizin için güvenilir kaynaklar nelerdi?

Katılımcıların 4'ü, Covid-19'a ilişkin genel olarak gelişmeleri Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın yaptığı açıklamalardan ve ek olarak Bilim Kurulu'nun açıklamalarından takip ettiğini belirtmiştir. Bu dört katılımcı, Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın yaptığı açıklamaları daha güvenilir ve doğru bulduklarını da ifade etmiştir. 5 kişi ise gelişmeleri, televizyon haber kanallarından ve sosyal medyadan takip ettiğini belirtmiştir. Bu beş katılımcı, sosyal medyaya kıyasla TV kanallarını daha güvenilir bulduğunu da açıklamıştır. 1 kişi ise güvendiği bir haber sitesi ve bazı sağlık profesörlerinin röportaj ve yazılarını takip ettiğini belirtmiştir.

Soru 7) Covid-19 aşısı oldunuz mu? Eğer olmadıysanız olmayı düşünüyor musunuz?

Katılımcıların 4'ü, Covid-19 aşısı olduğunu ifade etmiştir. Aşı olanların 3'ü yolcu hizmetleri memuru, 1'i ise radyoloji teknikeridir. 6 kişi ise aşı olmadığını, yakın zamanda da aşı olmak istemediğini, çünkü aşuya sosyal medyadan edindiği bilgiler çerçevesinde çok güvenmediğini belirtmiştir.

SONUÇ

Web 2.0'ın gelişimi ile internet kullanıcıları, pasif durumdan aktif duruma geçmiştir. Kullanıcılar Youtube, Facebook, Instagram gibi sosyal medya kanalları üzerinden içerik üretebilmekte ve ürettikleri içerikleri, yine sosyal ağlar üzerinden paylaşabilmektedir. Fakat internet ve sosyal medya kanalları üzerinden paylaşılanlar zaman zaman, doğruluğu ve güvenilirliğinden emin olunamayan, yanlış ve tutarsız bilgi ve içerikler olabilmektedir. Kasıtlı veya kasıtsız olarak paylaşılan ve insanların yanlış bilgilendirilmesine, bir korku ve panik ortamının doğmasına neden olan bu tür paylaşımlar, çeşitli haber kurumları veya bizzat internet ve sosyal medya kullanıcıları bireyler tarafından da üretilip, paylaşılabilir. Toplum içerisinde korku ve paniğe yol açan veya insanların yanlış bilgilendirilmesine sebebiyet veren olumsuz ve yanlış bilgilendirmeler, özellikle insanların haber alma ihtiyaçlarının üst noktalara taşındığı kriz dönemlerinde sık sık ortaya çıkmaktadır.

Tüm dünyayı küresel ölçekte etkisi altına alan Covid-19 pandemisi, insanları artık eskisi gibi olmayan bir sürecin içerisine sokmuştur. Toplumsal yaşamı radikal bir şekilde etkileyen değişimler yaşanmak zorunda kalmış, politika uygulayıcılar tarafından belirlenen ve uyulması istenen kurallar çerçevesinde yeni bir toplumsal hayat başlamıştır. Gerek sağlık çalışanları ve politika uygulayıcılar ve gerekse de toplum tarafından zor ve yıpratıcı bir sürecin yaşandığı bu salgın döneminde, medyada da yoğun bir bilgi akışı meydana gelmiştir. İnsanların haber alma ihtiyacının üst noktalara ulaştığı bu süreçte, doğru ve güvenilir kaynakların yaptığı bilgi ve belge paylaşımlarının yanı sıra kaynağı belli olmayan, tutarsız ve bilimsel dayanaktan yoksun birçok paylaşımın da yapıldığı görülmüştür. İnsanları manipüle etmek, korku ve endişe ortamı yaratmak, çok tıklanmak vb. birçok farklı amaç ile yapılan bu tarz paylaşımlar, uzun süredir mücadele edilen Covid-19 pandemisinin yanına bir de ek olarak, mücadele edilmesi gereken infodemi salgını getirmiştir.

Covid-19 virüsünün giderek yaygınlaşması ve küresel ölçekte bir pandemi halini alması ile internet ve sosyal medya platformları üzerinden; temel ihtiyaç ürünlerinin veya temizlik ve hijyen malzemelerinin tükendiğine dair asılsız bilgi paylaşımları yapılmış, hatta bu söylenti

gerekece gösterilerek bazı marketlerde/mağazalarda fahiş fiyat artışları yaşanmıştır. Virüsün kasıtlı bir şekilde laboratuvar ortamında üretildiğine dair paylaşımlar da yine infodemik içerikler arasında yer almıştır. Kimileri böyle bir virüsün olmadığını iddia ederken kimileri ise kendince virüsten korunma ve virüs tedavisi yöntemlerine ilişkin paylaşımlar yapmıştır. İnsanlar, özellikle Covid-19 testi pozitif çıkmış veya temaslı olarak karantina sürecine girmiş kişiler, sosyal medya platformlarında pandemiye ilişkin birlik ve beraberlik adı altında gruplar kurmuş, geçirdikleri karantina sürecinde virüse ilişkin önerilerde bulunmuş veya tavsiye istemiştir. Verilen tavsiyelerin bazıları günlük yaşamda gerektiğinde uygulanan evi havalandırmak, sirke ve sarımsak kullanımı gibi normal tavsiyelerken, bazıları ise ‘gümüşsuyu için’ veya ‘Nac 900 mg ilaç kullanın’ gibi bilimsel dayanağı olmayan tavsiyeler olmuştur. Bu tarz yanlış tavsiyeler zaman zaman insanların canına mâl olmuş, örneğin virüsten korunmak için saf alkol tüketen birçok insan hayatını kaybetmiştir.

Bir kriz süreci olarak yaşanan ve tüm dünyayı etkileyen bu pandemi döneminde, özellikle karantina sürecine girmiş kişiler, kendilerini sağlık açısından normal olarak daha fazla tehlike altında hissetmektedir. Dolayısıyla bu kişilerin, yaşadıkları karantina sürecine ilişkin görüşlerini ve deneyimlerini tespit etmeye yönelik gerçekleştirilen bu çalışmada, 5’i erkek 5’i kadın toplam 10 kişi ile yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilmiştir. 4 katılımcı, Covid-19’a ilişkin genel olarak gelişmeleri Sağlık Bakanı Fahrettin Koca’nın yaptığı açıklamalardan ve ek olarak Bilim Kurulu’nun açıklamalarından takip ettiğini belirtmiş, 5 katılımcı ise televizyon haber kanallarından ve sosyal medyadan takip ettiğini ifade etmiştir. Fahrettin Koca’nın ve Bilim Kurulu’nun açıklamalarını daha doğru ve güvenilir bulduklarını da dile getirmişlerdir. Aynı zamanda katılımcıların yarısı, sosyal medyaya kıyasla TV kanallarını daha güvenilir bulduğunu da belirtmiştir.

Katılımcıların 6’sı, karantina sürecinde internet kullanım oranının arttığını ifade etmiştir. Yine 9 katılımcı, Covid-19’a ilişkin ‘felaket senaryolarının’ insanları korkutmak amaçlı çıkartıldığını ve abartıldığını belirtmiştir. 5 katılımcı, internet haber siteleri ve sosyal medya kanallarında Covid-19’a ilişkin karşılaştığı içerikleri yakın çevresi ile paylaştığını; paylaştığı içeriklerin ise virüsten korumanın yolları, yanlış tedavi yöntemi uygulayanların yaşadıkları olumsuz durumlar vb. içerikler olduğunu ifade etmiştir. 4 katılımcı ise Covid-19’a ilişkin karşılaştığı içerikleri yakın çevresi ile paylaşmadığını; çünkü haber sitelerinde karşılaştığı her içeriği güvenilir bulmadığını belirtmiştir.

Katılımcılardan 4 kişi aşı olduğunu ifade etmiştir. 6 kişi ise aşı olmadığını, yakın zamanda da aşı olmak istemediğini dile getirmiştir. Aşı olmayan katılımcılar, internet ve sosyal medyadan edindiği bilgiler çerçevesinde aşya çok güvenmediğini ve aşı hakkında çıkan olumsuz söylentiler nedeniyle (örneğin; aşının ileriki yıllarda insan genetiğini olumsuz yönde etkileyecek ve vücudumuzda farklı hastalıkların çıkmasına sebebiyet verecek yan etkilere sahip olduğuna dair internet ve sosyal medyada sıkça yapılan paylaşımlar nedeniyle) aşı olmaktan korktuğunu ifade etmiştir. Yine aşı olmayan bazı katılımcılar, şuan için aşı olmadığını fakat ileriki günlerde aşılama sayısı artarsa veya aşı olmak zorunlu hale getirilirse aşı olacağını belirtmiştir.

Görüldüğü üzere özellikle aşının yan etkilerine ilişkin olarak bilimsel dayanaktan yoksun bir şekilde ortaya çıkan söylentiler, insanları derinden etkileyebilmekte ve insanların, sağlıkları ile ilgili karar verme süreçlerinde etkin rol oynayabilmektedir. Katılımcıların, aşı ve Covid-19 virüsü hakkında düşündüklerine dikkat edildiğinde, resmi kaynakların dışında internet ve sosyal medya kaynaklarını da önemsedikleri ve dikkate aldıkları görülmüştür. Çünkü aşının ileriki yıllarda insan genetiğini değiştireceği veya başka hastalıklara yol

açacağına dair söylentiler, bilimsel dayanaktan yoksun, asılsız iddialardır ve bu iddiaları sağlık çalışanları veya uzman kişiler söylememektedir. Bu iddiaları ortaya atanlar, çoğunlukla sosyal medya platformlarında yorum ve paylaşım yapan, zaman zaman da kaynağı belli olmayan ve sahte profiller kullanan kişilerden oluşmaktadır.

İnternet ve sosyal medya üzerinden bir infodemi salgını yaratarak insanları yanlış bilgilendirmek ve korku ve paniğe sürüklemek, özellikle kriz dönemlerinde sıkça yaşanan durumlardır ve etik olarak da sorunlu bir durumu işaret etmektedir. İnternet ve sosyal medya kullanan bireyler veya çeşitli haber kuruluşları tarafından Covid-19'a ilişkin kasıtlı veya kasıtsız olarak paylaşılan infodemik içerikler, en başta halk sağlığını ilgilendirdiği ve sonrasında da etik olarak sorunlu olduğu için, mücadele edilmesi gereken yeni bir alan olarak ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla bu sorunlu durum ile mücadele mekanizmaları oluşturulmalı ve infodeminin, halk sağlığını etkilemesine izin verilmemelidir. Gerekli eğitim ve bilgilendirme çalışmaları ile halkın sağlık okuryazarlık oranı artırılmalıdır.

KAYNAKÇA

- AĞIN, Besna (2021). "What do We Really Need to Make A Film?: An Interview with Professor Jeremi Szaniawski", *Etkileşim*. Sayı: 7. 242-247.
- AKGÜL, Mahmut (2020). "Çevrimiçi Ortamlarda Nefret Söylemi: Ekşi Sözlük'te 65 Yaş Üstü Sokağa Çıkma Yasağı Tartışmaları", *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*. Sayı: 51. 57-78.
- AKIM, Feride, BOZTEPE-TAŞKIRAN, Hatun (2021). "Covid-19 Pandemisi Sürecinde Markaların Dijital İletişim Faaliyetlerinin Diyalojik Yaklaşımına Dayalı Fayda Odaklı İletişim Ekseninden Değerlendirilmesi", *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*. Sayı: 1. 126-151.
- AKYÜZ, Selman Selim (2020). "Yanlış Bilgi Salgını: Covid-19 Salgını Döneminde Türkiye'de Dolaşıma Giren Sahte Haberler", *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 34. 422-444.
- AKYÜZ, Selma Selim (2021). "Aşı Karşıtlığı ve Şeffaflık Algısında İletişim Pratikleri ve Siyasal Aidiyetlerin Rolü", *Yeni Medya Elektronik Dergisi*. Sayı: 2. 172-185.
- ALANKUŞ, Zeynep (2021). "Covid-19'un Gölgesinde Dijital Pazarlama ve Yeni Yaklaşımlar", *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*. Sayı: 1. 94-125.
- ALTUNCU, Safa Nur, ALTUNCU, Muhammed Tarık (2021). "Mahremiyet, Verileştirme ve Dijital Kovid-19 Takip Uygulamaları", *TRT Akademi*. Sayı: 11. 72-87.
- ARSLAN, Aziz (2021). "Halkla İlişkiler Modelleri Temelinde Sağlık İletişimi: Yeni Medya Üzerinden Sağlık Bakanlığı'nın İncelenmesi", *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*. Sayı: 8. 4-28.
- ATAM, Habip (2020). *İstanbul'da virüsten korunmak için saf alkol içen 20 kişi öldü*. <https://www.sozcu.com.tr/2020/gundem/istanbulda-sahte-ickiden-olenlerin-sayisi-20ye-yukseldi-5689084/>. (Erişim Tarihi: 16.03.2021).

- ATEŞ, Nur Banu, BARAN, Sinan (2020). “Kriz İletişiminde Sosyal Medyanın Etkin Kullanımı: Covid-19 (Koronavirüs) Salgınına Yönelik Twitter Analizi”, *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*. Sayı: 16. 66-99.
- AVŞAR, Bahadır (2021). “Uluslararası Haber Kanalı TRT World’ün Kovid-19 Küresel Pandemi Krizi Döneminde Sosyal Medya Kullanımı”, *TRT Akademi*. Sayı: 11. 132-155.
- AYAZ, Ferihan (2021). “Pandemic Contents Related To Refugees In Turkey: A Content Analysis Of The Online Websites Of The Three Most Circulating Newspapers”, *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)*. Sayı: 1. 239-259.
- AYDIN, Ali Fikret (2020). “Post-Truth Dönemde Sosyal Medyada Dezenformasyon: Covid-19 (Yeni Koronavirüs) Pandemi Süreci”, *Asya Çalışmaları Akademik Sosyal Araştırmalar*. Sayı: 12. 76-90.
- BAŞTÜRK, Elif, EKEN, İhsan (2020). “Covid-19 Sürecinde Telekomünikasyon Şirketlerinin Reklam Kampanyaları: Evde Kal Kampanyasının Göstergibilimsel Analizi”, *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*, Sayı: 2. 24-55.
- BAYGÜL-ÖZPINAR, Şaha, AYDIN, Gülşah (2020). “Kriz İletişiminde İnfografik Kullanımı: Covid-19 Pandemi Sürecinde İnfografikler Üzerine Bir İnceleme”, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. Bahar (Covid19-Özel Ek). 240-261.
- BECAN, Cihan (2021). “Covid-19 Pandemi Döneminde Dijital Tüketim Alanı Olarak Yeni Nesil Alışveriş Platformlarına Yönelik Motivasyon Faktörleri Üzerine Bir Saha Araştırması”, *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)*. Sayı: 1. 53-78.
- BEKALU, Mesfin A, DHAWAN, Dhriti, MCCLOUD, Rachel, PINNAMANENI, Ramya, VISWANATH, Kasisomayajula (2021). “Adherence to Covid-19 mitigation measures among American adults: the need for consistent and unified messaging”, *Health Education Research*. Sayı: 2. 178-191.
- BİLGİÇ, Alican, AKYÜZ, Selman Selim (2020). “Türkiye’de Covid-19 Pandemisi Döneminde Sağlık Bakanı Fahrettin Koca’nın Sosyal Medya Kullanımı: Twitter Paylaşımları İçerik Analizi”, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, Covid-19 Özel Sayısı. 230-243.
- Bilim Kurulu üyesinden ‘gümüş suyu’ iddiasına yanıt geldi. <https://www.sozcu.com.tr/2020/gundem/bilim-kurulu-uyesinden-gumus-suyu-iddiasina-yanit-geldi-5831873/>. (Erişim Tarihi: 02.05.2021).
- BLOOMBERG, Jason (2018). *Digitization, Digitalization, And Digital Transformation: Confuse Them at Your Peril*. <https://www.forbes.com/sites/jasonbloomb/2018/04/29/digitization-digitalization-and-digital-transformation-confuse-them-at-your-peril/?sh=7f28dfad2f2c> (Erişim Tarihi: 06.03.2021).
- BOZKANAT, Esra (2021). “Koronavirüs Salgınında Medya Kullanımı: Küresel Raporlar Üzerinden Bir Derleme”, *Etkileşim*. Sayı: 7. 216-234.

- CAMBRIDGE DICTIONARY. <https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6z%C3%BCk/ingilizce/digitalize?q=digitalization>. (Erişim Tarihi: 16.03.2021).
- ‘COVID-19 BİLGİ VE BİRLİK PLATFORMU TÜRKİYE’ Facebook Grubu. <https://www.facebook.com/groups/424243785199249> (Erişim Tarihi: 06.05.2021).
- CORDOŞ, Ariana Anamaria, BOLBOACĂ, Sorana D. (2020). “Lockdown, Social Media exposure regarding COVID-19 and the relation with self-assessment depression and anxiety. Is the medical staff different?”, *The International Journal Of Clinical Practic*. Sayı: 4. 1-8.
- COŞKUN, Engin, ÇEPNİ-ŞENER, Betül (2020). “Türkiye’de Covid-19 Sürecinde Sosyal Medya Pazarlaması: Pegasus ve Bim Örneği”, *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)*. Sayı: 2. 27-42.
- ÇERÇİ, Merve, SEYFİ, Murat (2021). “Hedonic and Utilitarian Consumption in Covid-19 Process”, *Erciyes İletişim Dergisi*. Sayı: 1. 23-36.
- DEMİR, Demirhan Hanifi, BALCI, Emre Vadi (2019). “Kriz Haberciliği ve Etik Sorunsalı”, *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*. Sayı:11. 48-56.
- DEMİR, Sertaç T. (2021). “Büyüyen Veri Küçülen İnsan: Şimdileşen Geleceği Kara Ayna’da Seyretmek”, *TRT Akademi*. Sayı: 11. 88-105.
- Dergipark Resmi İnternet Sitesi. <https://dergipark.org.tr/tr/search?q=infodemi§ion=articles>. (Erişim tarihi: 05.05.2021).
- Dergipark Resmi İnternet Sitesi. <https://dergipark.org.tr/tr/search?q=%27covid-19%27§ion=articles&aggs%5Bsubjects.id%5D%5B0%5D=363>. (Erişim Tarihi: 05.05.2021).
- Dergipark Resmi İnternet Sitesi. <https://dergipark.org.tr/tr/search?q=%27covid-19%27§ion=articles&aggs%5Bsubjects.id+%5D%5B0%5D=363&aggs%5Bsubjects.id%5D%5B0%5D=363>. (Erişim tarihi: 09.05.2021).
- Dijital Tüketim Trendlerine Korona Virüs Etkisi. <https://www.cimri.com/blog/dijital-tuketim-trendlerine-korona-virus-etkisi/> (Erişim Tarihi: 30.04.2021).
- ECE, Özlem (2020). “Pandemi Sırasında ve Sonrasında Kültür-Sanat”, *TRT Akademi*. Sayı: 10. 882-887.
- ELCİYAR, Kemal (2021). “Overloading In Lockdown: Effects of Social, Information And Communication Overloads In Covid-19 Days”, *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)*. Sayı:1. 329-342.
- EL-GİLANY, Abdel-hady (2020). “Infodemics of Covid-19 Pandemic”, *Turkish Journal of Public Health*. Sayı: COVID-9 Special. 86-95.
- ERSÖZ, Betül (2020). “Yeni Nesil Web Paradigması-Web 4.0”, *Bilgisayar Bilimleri ve Teknolojileri Dergisi*. Sayı: 2. 58-65.
- FRANSA'NIN NEWYORK'TAKİ BİRLEŞMİŞ MİLLETLER DAİMİ TEMSİLCİLİĞİ (2020). *Cross-Regional Statement on “Infodemic” in the Context of Covid-19*.

<https://onu.deleg-france.org/Declaration-interregionale-sur-l-infodemie-dans-le-contexte-du-COVID-19> (Erişim Tarihi: 04.03.2021).

- GARCÍA, Leila Posenato, DUARTE, Elisete (2020). “Infodemic: excess quantity to the detriment of quality of information about Covid-19”, *Epidemiol Servis Sosu*. Sayı: 4. 1-4.
- GERAY, Haluk, AYDOĞAN, Aylin (2010). “Yeni İletişim Teknolojileri ve Etik”, *Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel (der.), Televizyon Haberciliğinde Etik* içinde. Ankara: Fersa Matbaacılık. 305-321.
- GÜZ, Nüket, MERAL, Pınar Seden, BOZKURT, Serap, DURMAZ, Yemliha (2021). “Corona Günlerinde Geleneksel Medya ve Yeni Medya Üzerine Bir Araştırma”, *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*. Sayı: 1. 3-15.
- GORGULU, Vehbi (2020). “Fearing coronavirus: the role of digital health news consumption and competence”, *Journal of Internet Applications and Management*. Sayı: 2. 101-112.
- GRIFFITH, Janessa, MARANI, Hüseyin, MONKMAN, Helen (2021). “Covid-19 vaccine hesitancy in Canada: content analysis of tweets using the theoretical domains framework”, *J Med İnternet Res*. Sayı: 4. 1-10.
- GULER, Sakir (2020). “Exploring The Communication Expectations Of Health Care Workers: Empirical Evidence From Turkey”, *Economics Business and Organization Research, Proceedings of The Third Economics, Business And Organization Research (EBOR) Conference*. 433-442.
- GÜNEY, Büşra (2017). “Dijital Bağımlılığın Dijital Kültüre Dönüşmesi: Netlessfobi”, *Yeni Medya Elektronik Dergi*. Sayı: 2. 207-213.
- HUANG, Chaolin, vd. (2020). “Clinical features of patients infected with 2019 novel coronavirus in Wuhan, China”, *The Lancet*. 497-506.
- İRGE, N. Filiz (2012). “Enformasyon Toplumu ve Toplumsal Değişim Sürecinde Sosyal Medya”, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 17. 63-86.
- JAIROUN, Ammar Abdulrahman, AL-HEMYARİ, Sabaa Saleh, ABDULLA, Naseem Mohammed, EL-DAHİYAT, Faris, JAİROUN, Maimona, AL-Tamimi, Saleh Karamah, BABAR, Zaheer-Ud-Din (2021). “Correction to: Online medication purchasing during the Covid-19 pandemic: a pilot study from the United Arab Emirates”, *Journal of Pharmaceutical Policy and Practice*. Sayı: 1. 1-7.
- KARABABA, Pınar (2020). “Büyük Kapanmada Yeni Yöntemler: Pandemide Feminist Öz-Düşünümselliği Uygulamak”, *Moment Dergi, İletişim Çalışmalarında Yeni Yaklaşımlar*, Sayı: 2. 129-148.
- KAZAZ, Mete, PALA, Saibe, KAZAZ, Arzu (2021). “Covid-19 Aşı Haberlerinde Çerçeveleme: Haber Sitelerinde Aşı Haberlerinin Sunumu”, *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)*. Sayı: 1. 343-361.
- KEMP, Simon (2021). *Dijital 2021: 'Dijitalin Durumuna' Dair En Son Bilgiler*. <https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital#>. (Erişim Tarihi: 06.03.2021).

- KILIÇ, Burhan (2020). “İzolasyon Sürecinin Çalışma ve İletişim Biçimlerinde Meydana Getirdiği Değişimin İletişim Fakültelerinde Çalışan Araştırma Görevlileri Ekseninde İncelenmesi”, *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*. Sayı: 7. 87-106.
- KIRIK, Ali Murat (2013). “Kişisel Bir Dünya Modeli: İnteraktif Televizyon Yayıncılığı”, *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi*, 2 (3). 66-75.
- KOPARAN, Emre, BEKALP, Berman (2020). “İzolasyon Sürecinde İletişim ve Üretim Süreçleri: Kadınların Home Office Dolayımı Mesai ve İş Yükü Dönüşümü”, *Moment Dergi, İletişim Çalışmalarında Yeni Yaklaşımlar*. Sayı:2. 149-172.
- KORAP-ÖZEL, Elif, DENİZ, Şadiye (2019). ““Tık” ve “Etik” Arasında Sıkışan Gazetecilik: İnternet Gazeteciliğinin Ortaya Çıkardığı Yeni Etik Sorunlar ve Gazetecilerin Konuya Bakış Açısı Üzerine Bir Araştırma”, *Erciyes İletişim Dergisi*. Sayı: 1. 443-466.
- Koronavirüsün sembolü olarak tuvalet kâğıdı. <https://www.dw.com/tr/koronavir%C3%BCs%C3%BCn-sembol%C3%BC-olarak-tuvalet-k%C3%A2%C4%9F%C4%B1d%C4%B1/a-52901783>. (Erişim Tarihi: 02.05.2021).
- KURT, Hanifi (2014). “Journalism Practice and Social Media”, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*. Sayı: 4. 821-835.
- KUŞ, Oğuz (2021). “Kovid-19 Salgını ve Mültecilere Yönelik Dijital Nefret Söylemi: Büyük Veri Perspektifinden Metin Madenciliği Tekniği ile Kullanıcı Kaynaklı İçeriklerin Analizi”, *TRT Akademi*. Sayı: 11. 106-131.
- KUTLU, Mahmut (2021). “Covid-19 Capslerinin Henri Bergson’un Gülme Teorisiyle Göstergebilimsel Analizi”, *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*. Sayı: 37. 1-1.
- LEWANDOWSKY, Stephan, ECKER, Ulrich KH., COOK, John, (2017). “Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the “Post-Truth” Era”, *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*. Sayı: 4. 353-369.
- LINKS, Frederiko (2020). “Countering the ‘Disinfodemic’ Namibian Social Media & Covid-19 disinformation”, *Institute for Public Policy Research*. Sayı: 1. 1-5.
- MADEN, Selin (2020). “Covid-19 Salgını ve Sağlık Haberciliği: Prof. Dr. Erkan Yüksel ile Söyleşi”, *Etkileşim*. Sayı: 6. 205-213.
- Marketlerde yeni dönem! Cezalar artacak, fiyatlar karşılaştırılabilecek. <https://www.internethaber.com/marketlerde-yeni-donem-cezalar-artacak-fiyatlar-karsilastirilabilecek-2163614h.htm>. (Erişim Tarihi: 14.05.2021).
- MEZDA, Kenan (2021). “Covid-19 Pandemisi Sürecinin Türkiye’deki Sinema Salonlarına Etkisi Üzerine Bir Analiz”, *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*. Sayı: 8. 72-90.
- MOUSOULIDOU, Marilena, SIAKALLI, Michailina, CHRISTODOULOU, Andri, ARGYRIDES, Marios (2021). “The impact of the Covid-19 pandemic on mental health: evidence from Cyprus”, *International Journal of Environmental Research & Public Health*. Sayı: 8. 1-13.

- ÖYMEN, Gözde (2020). “Lüks Endüstrisinde İntikam Alışverişi Kavramına Genel Bir Bakış”, *Intermedia International E-journal*. Sayı: 12. 150-160.
- ÖZÇAĞLAYAN, Mehmet (2014). “Gazetelerin Gelişimi ve Gazeteciliğin Geleceği (Yeni Teknolojiler ve Medya Ekonomisi Açısından Genel Bir Değerlendirme)”, *Marmara İletişim Dergisi*. Sayı: 13. 131-159.
- ÖZTUNÇ, Mustafa (2020). “İnternet Haberciliğinde Koronavirüs Salgınının Sunum Biçimi”, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*. Sayı: 3. 2825-2840.
- ÖZTUNÇ, Mustafa (2021). “Covid-19 Pandemi Süresince Türkiye’nin Aldığı Ekonomik Tedbirlere Yönelik Haberlerin Söylem Analizi”, *Erciyes İletişim Dergisi*. Sayı: 1. 231-255.
- ÖZTÜRK, Bahar, ÇETİNKAYA, Abuzer (2021). “Pandemi Döneminde Bir Eğitim Aracı Olarak Televizyon: Trt Eba Tv”, *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)*. Sayı: 1. 140-162.
- PAMUK, Şevket (2020), *Tarihte Küresel Salgınlar ve İktisadi Sonuçları*. <https://sarkac.org/2020/04/tarihte-kuresel-salginlar-ve-iktisadi-sonuclari/>. (Erişim Tarihi: 09.04.2021).
- PANTANO, Eleonora, PIZZI, Gabriele, SCARPI, Daniele, DENNIS, Charles (2020). “Competing during a pandemic? Retailers’ ups and downs during the Covid-19 outbreak”, *Journal of Business Research*. 209–213.
- PAPUÇÇIYAN, Arden (2020). *Türkiye’de corona virüs görülmesi ile marketlerde ciro ve sipariş adedi nasıl değişti?*. <https://webrazzi.com/2020/03/25/corona-virus-salginini-online-market-alisverislerimizi-nasil-degistirdi/>. (Erişim Tarihi: 27.04.2021).
- SARGIN, Nurten, KUTLUCA, Volkan (2020). “Covid-19 Salgını Sürecinde Yetişkinlerin Tepkileri”, *Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. Sayı: 2. 64-70.
- SARI, Adem, ÖZTUNÇ, Mustafa (2021). “Kriz İletişiminde Sosyal Medya: Koronavirüs Krizinde Fahrettin Koca’nın Twitter Kullanımı”, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*. Sayı: 1. 801-818.
- SARIOĞLU, Elif Başak, TURAN, Erkan (2020). “Covid-19 ile İlgili Haberlerde Bilginin Yeniden Üretilmesi Sürecinin İnfodemik Açından Analizi”, *Turkish Studies*. Sayı: 6. 819-837.
- SIRT, Erhan, ERGENÇ, Erkut (2021). “Kamu Diplomasisinde Halkla İlişkilerin Rolü ve Önemi: Covid-19 Salgını Sonrasında Türkiye’nin Dış Yardımları Örneği”, *İletişim Çalışmaları Dergisi*. Sayı: 2. 263-290.
- SOĞUKDERE, Şuheda, ÖZTUNÇ, Mustafa (2020). “Sosyal Medyada Koronavirüs Dezenformasyonu”, *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*. Sayı: 5. 59-85.
- Sokağa çıkma yasağını duyanlar akın etti! Metrelerce kuyruk oluştu. <https://www.hurriyet.com.tr/galeri-sokaga-cikma-yasagini-duyanlar-akin-etti-metrelerce-kuyruk-olustu-41491950/2>. (Erişim Tarihi: 30.04.2021).
- Sokağa Çıkma Yasağının Ardından Marketler ve Fırınlar Önünde Oluşan Kuyruk Sosyal Medyanın Gündeminde. <https://onedio.com/haber/sokaga-cikma-yasaginin->

- ardından-marketler-ve-firinlar-onunde-olusan-kuyruk-sosyal-medyanin-gundeminde-902479. (Erişim Tarihi: 30.04.2021).
- SOLTANINEJAD, Kambiz (2020). “Methanol Mass Poisoning Outbreak: A Consequence of Covid-19 Pandemic and Misleading Messages on Social Media”, *The International Journal of Occupational and Environmental Medicine*. Sayı: 3.
- SPRING, Marianna (2020). *Koronavirüs: Yanlış bilgiler ve sahte haberler, hayatlara mal oluyor*. <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-52828823> (Erişim Tarihi: 16.03.2021).
- SUCU, İpek (2020). “Yeni Dünya Düzeninde Dönüşümün İletişim ve Medyadaki İlk Adımları: Covid-19 Sonun Başlangıcında Yeni Bir Dijital Çağ”, *İnsan ve Sosyal Bilimler Dergisi*. Sayı: 2. 556-566.
- SUNAL, Gözde, BAĞDATLI-KALKAN, Seda (2020). “Üniversite Öğrencilerinin Film İzleme Alışkanlıklarının Covid-19 Pandemisi Sürecinde Değişiminin Belirlenmesi”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*. Sayı: 52. 187-200.
- TAN, Ömer Faruk (2021). “The Impact of News about Pandemic on Borsa Istanbul during the COVID-19 Financial Turmoil”, *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*. Sayı: 37. 1-1.
- TOKGÖZ, Cemile (2020). “Covid-19 İle Mücadelede Konumsal Gözetimin Kurumsallaşması”, *Kültür ve İletişim*. Sayı: 46. 310-341.
- TOPRAK, Bahar (2021). *Türkiye’de salgın döneminde internet kullanımı arttı*. <https://www.trthaber.com/haber/turkiye/turkiyede-salgin-doneminde-internet-kullanimi-artti-555072.html>. (Erişim Tarihi: 04.2021).
- TOPSAKAL, Taybe (2021). “Dijital Ortamda Yanlış Bilgi Ve Haberlerin Yayılması: Koronavirüs Salgın Haberlerine Dair Bir İnceleme”, *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)*. Sayı: 1. 383-401.
- TRT AKADEMİ (2020). Salgın Yayıncılığı. TRT Akademi. *Salgın Yayıncılığı*, 1-249.
- TUFAN-YENİÇIKTI, Nagihan (2020). “Sağlık Bakanlığının Instagram Paylaşımları Üzerinden Göstergibilimsel Bir İnceleme #Hayatevesiğar”, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*. Covid-19 Özel Sayısı. 365-385.
- TUNCER, Fatih Fuat (2020). “Öngörülemeyen Bir Küresel Düzen ve Covid-19: Covid-19 Karikatürleri ile Yeni Düzen Okuması”, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*. Covid-19 Özel Sayısı. 42-58.
- TURAN, Abdulmenaf, HAMZA-ÇELİKİYAY, Hicran (2020). “Türkiye’de Kovid-19 ile Mücadele: Politikalar ve Aktörler”, *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*. (Sayı: 1. 1-25).
- TURGUT, Fehmi (2021). “Operasyon Kovid-19: Türkçe yayın yapan yabancı haber platformlarında kovid-19 salgını sürecinde Türkiye konulu haber başlıklarında kullanılan olumsuz etkili dil ve dilbilimsel manipülasyonlar”, *Journal of Awareness*. Sayı: 1. 73-79.
- TÜRK DİL KURUMU (TDK). <https://sozluk.gov.tr/>. (Erişim Tarihi: 10.03.2021).

- TÜRK TABİPLERİ BİRLİĞİ COVID-19 DANIŞMA VE İZLEME KURULU (2020). *Covid-19 Pandemisi İki Aylık Değerlendirme Raporu*. <https://www.ttb.org.tr/userfiles/files/covid19-rapor.pdf>. (Erişim Tarihi: 02.05.2021).
- TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU (TÜİK) (2020). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması*. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalkı-Bilişim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanım-Araştırması-2020-33679](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalkı-Bilişim-Teknolojileri-(BT)-Kullanım-Araştırması-2020-33679). (Erişim Tarihi: 06.03.2021).
- TÜZÜN, Hakan, DEMİRKÖSE, Hacer, ÖZKAN, Seçil, UĞRAŞ-DİKMEN, Asiye, İLHAN, Mustafa Necmi (2020). “Covid-19 Pandemisi ve Risk İletişimi”, *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*. Özel Sayı. 1-8.
- ULAŞ, Mehmet, YEŞİL, Abuzer (2020). “Batı Dijital Medyasının Türkiye’ye Yönelik Algı Manipülasyonu: Koronavirüs Haberleri Üzerine Ampirik Bir Araştırma”, *Erciyes İletişim Dergisi*. Sayı: 2. 939-963.
- ÜNAL, Recep, TAYLAN, Ahmet (2017). “Sağlık İletişiminde Yalan Haber - Yanlış Enformasyon Sorunu ve Doğrulama Platformları”, *Atatürk İletişim Dergisi*. Sayı:14. 81 - 100.
- Ünlü e-ticaret sitesindeki makarna ve kolonya fiyatları tepki çekti. <https://www.haberler.com/unlu-e-ticaret-sitesindeki-makarna-ve-kolonya-13003853-haberi/>. (Erişim Tarihi: 02.05.2021).
- VATANDAŞ, Saniye (2021). “Gazete Haberlerinde Korku Sunumunun Göstergibilimsel Çözümlemesi (Covid-19 Örneğinde)”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. Sayı: 78. 1060-1079.
- WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). <https://search.bvsalud.org/global-literature-on-novel-coronavirus-2019-ncov/>. (Erişim Tarihi: 05.05.2021).
- WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). <https://search.bvsalud.org/global-literature-on-novel-coronavirus-2019-ncov/>. (Erişim Tarihi: 05.05.2021).
- YANIK, Tolga (2020). *Online market alışverişi sektöründe hızlı büyüme sürüyor*. <https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/online-market-alisverişi-sektorunde-hizli-buyume-suruyor/1914526>. (Erişim Tarihi: 27.04.2021).
- YETKİN-CILIZOĞLU, Gamze, DONDURUCU, Zeynep, ÇETİNKAYA, Aysel (2020). “Sosyal Pazarlama Bağlamında Covid-19 Salgını Sürecinde GSM Operatörlerinin Youtube Reklamlarının Analizi”, *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*. Sayı: 1. 280-299.
- YILDIRIM, Arif (2020). “Dijital Çağda Dijital Pandemi: Türkiye’de Covid-19 Gündemi”, *Intermedia International E-journal*. Sayı: 13. 381-401.
- YILDIRIM, Ozan, İPEK, İdil (2020). “Yeni Koronavirüs Salgını Dolayısıyla Gündeme Gelen Sosyal İzolasyon ve Gönüllü Karantina Döneminde İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*. Sayı: 52. 69-94.
- YILMAZ-ALTUNTAŞ, Elgiz, BAŞARAN, Mirey, ÖZEKE, Buket, YILMAZ, Hilal (2020). “Covid-19 Pandemisi Sürecinde Üniversite Öğrencilerinin Yükseköğretim Kurumlarının Uzaktan Eğitime Yönelik Stratejilerine ve Öğrenme Deneyimlerine

İlişkin Algı Düzeyleri”, *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*. Sayı: 2. 8-23.

ZÜLFİKAR, H., ÖZMEN, S. (2020). “Covid 19 Pandemisi Sürecinde Ramazan Bayramı’nın Bireylerde Yarattığı Tüketim Algısı ve Davranışları”, *Intermedia International E-journal*. Sayı: 13. 547-558.

TELEVİZYONUN İZLEYİCİNİN ALGILAMALARI ÜZERİNDE YETİŞTİRME ROLÜ: BİNGÖL DEVLET HASTANESİNDE YAPILAN ARAŞTIRMA¹

Beyza SARGIN*

Ömer ÖZER**

ÖZ

Bu çalışmada, televizyonun insanların sosyal gerçeklik kavramlaştırması ve dünya algılamasına katkısı (yetiştirme rolü) ortaya konmuştur. Çalışma George Gerbner'in geliştirdiği yetiştirme kuramının önermeleri uyarınca gerçekleştirilmiştir. Yetiştirme kuramı kurumsal süreç çözümlemesi, mesaj sistem çözümlemesi ve yetiştirme çözümlemesi bileşenlerinden oluşmaktadır. Mesaj sistem için 16-20 Nisan 2018 tarihlerini kapsayan dönemdeAtv, Fox TV, Kanal D, Show TV, TRT 1 ve TV8'de ana yayın kuşağında çözümleme yapılmıştır. Elde edilen verilerden hareketle yetiştirme çözümlemesi için uygulanan ankette kullanılmak üzere önermeler geliştirilmiş ve sorular hazırlanmıştır. Anket, 26-27 Temmuz 2018tarihlerinde Doğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan Bingöl ilindeki Bingöl Devlet Hastanesinde olasılıklı örneklemeden basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle oluşturulan 112'si kadın, 109'u erkek 221 kişilik bir araştırma grubuna uygulanmıştır. Yapılan yedi test sonucunda televizyon izleme oranıyla *günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız ve günümüzde çoğu insan kendini güvende hissetmiyordur* ifadelerine katılım derecesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu iki teste ilişkin hipotezler dışında kalan hipotezler kabul edilmiştir. Bu sonuçlara dayanarak, televizyonun insanların dünya algılaması ve sosyal gerçeklik kavramlaştırması üzerinde rolü olduğu sonucuna vardık. Çalışmanın genelleme özelliği bulunmamaktadır.

Anahtar Kelimeler: George Gerbner, Yetiştirme Kuramı, Mesaj Sistem Çözümlemesi,Yetiştirme Çözümlemesi.

THE CULTIVATIONAL ROLE OF TELEVISION ON VIEWERS' PERCEPTION: A STUDY CONDUCTED AT BİNGÖL STATE HOSPİTAL

¹ Bu çalışma, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde Prof. Dr. Ömer Özer'in danışmanlığında Beyza Sargin tarafından yapılan "Yetiştirme Kuramı: Televizyonun Yetiştirme Rolüne İlişkin Bingöl Devlet Hastanesi Personeline Yönelik Yapılan Araştırma" başlıklı doktora tez çalışmasından yeniden çözümlemelerle üretilmiştir. Bu anlamda izleme komitesinde bulunan Prof. Dr. Arzu Kihir ve Prof. Dr. Haluk Birsen ile jüri üyeleri olan Prof. Dr. Burak Özçetin ve Doç. Dr. Funda Erzurum'a katkılarından dolayı teşekkür ederiz.

* Dr., Şu anda bir kuruma bağlı çalışmıyor, ORCID: 0000-0002-2229-2652.

** Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi, Basın ve Yayın Bölümü, omerozer@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2649-6182.

Makale Geliş Tarihi: 21.09.2021

Makale Kabul Tarihi: 12.12.2021

Araştırma Makalesi

ABSTRACT

In this study, the contribution of television to people's conceptualization of social reality and perception of the world (cultivation role) is revealed. The study was carried out in accordance with the propositions of the cultivation theory developed by George Gerbner. Cultivation theory consists of components of organizational process analysis, message system analysis and cultivation analysis. For the message system, analysis was carried out in prime time including ATV, Fox TV, Kanal D, Show TV, TRT 1 and TV8 for the period of April 16-20, 2018. Based on the data obtained, we developed the propositions and prepared the questions to be used in the questionnaire designed for cultivation analysis. The questionnaire was applied to a research group of 221 people, consists of 112 females and 109 males, determined by simple random sampling method from the random sample at Bingöl State Hospital in the province of Bingöl, located in the Eastern Anatolia Region, between 26 and 27 of July 2018. We carried out seven tests. Out of these seven tests, we failed to find statistically significant relationship between the rate of watching television and the degree of agreement with the statements that *we live in a dangerous world today* and *most people do not feel safe today*. For the remaining tests, we found statistically significant results. Based on these results, we conclude that television has a role in people's perception of the world and conceptualizations of social reality. The study has no general feature.

Keywords: George Gerbner, Cultivation Theory, Message System Analysis, Cultivation Analysis.

GİRİŞ

Bu çalışmanın temel amacı, televizyonun insanların sosyal gerçeklik kavramlaştırmaları ve dünya algılamaları üzerindeki rolünü ortaya çıkarmaktır. Bu rolü ortaya çıkarmak için George Gerbner'in geliştirdiği yetiştirme kuramının mesaj sistem ve yetiştirme bileşenleri uyarında çözümlenmeler gerçekleştirilmiştir. Buna göre önce Türkiye'de televizyon dünyası tanımlanmıştır. Tanımlama uyarınca elde edilen sonuçlardan hareketle yetiştirme kuramının doğasına uygun olarak önermeler geliştirilmiş, bu önermeler soru biçimine çevrilmiş, anket uygulanmış ve istatistik analizle yetiştirme çözümlenmesi tamamlanmıştır.

1. KURAMSAL TEMEL

George Gerbner tarafından geliştirilen yetiştirme kuramına (cultivation theory) göre, televizyon başında fazla zaman geçirenler televizyonun en ortak ve yinelenen mesaj ve derslerinden yansıyan bir dünya görüşüne sahip olacaklardır. Kuram, televizyonun düşsel dünyasına bağlı kalmanın uzun dönemli toplam rolünü sorgulamaktadır (Morgan ve Shanahan, 1991: 89). Yetiştirme kavramı, "destekleme" ya da "etki" için uygun değildir. Yetiştirme araştırmaları, televizyonun kültürlemedeki uzun dönemli yavaş değiştirme rolünü anlamaya çalışmaktadır. Buna karşılık, bir kaç program izlemenin izleyicinin düşünce ve tutumlarında nasıl "değişiklik" yarattığıyla ilgilenmemektedir (Morgan ve Signorielli, 1990; Signorielli, 1991: 123).

Yetiştirme kuramı, televizyon izlemenin insanların dünya algılamaları ve sosyal gerçeklik kavramlaştırmalarına olan katkısını inceler. Televizyonu çok seyreden izleyicilerin (Heavy Viewer) en ortak ve çok yinelenen mesajlardan oluşan televizyon dünyasının mesajlarını gerçek dünya olarak algıladığını ortaya koymaya çalışır. Nitekim televizyonda sergilenen dünya ile gerçek dünya arasında bazı eleştirel farklılıklar bulunmaktadır. Kuram, televizyonu çok seyredenlerle az seyredenlerin (Light Viewer) yanıtlarını demografik değişkenleri de göz önüne alarak karşılaştırır (Morgan ve Signorielli, 1990: 16).

George Gerbner ve yakın çalışma arkadaşı Larry Gross'a göre televizyon, insanlar arasında ortak öğrenme aracıdır (Gerbner ve Gross, 1980: 150). Gerbner ve arkadaşlarına göre

televizyon önemli bir sosyalleşme aracıdır. Televizyonda bir sosyal hiyerarşi vardır ve bu hiyerarşi, sosyalleşmenin diğer güçlü özneleri tarafından ortaya konanlardan kolayca ayırt edilemez. Televizyon toplumun tüm üyelerine ortak kültürel normları paylaşmaktadır (Gerbner vd., 1986: 18). Televizyon, gerçekliğin sosyal olarak kurulmuş çeşidini, aynı zamanda aynı yönelimde tüm sınıflara, gruplara ve yaşlara göndermektedir (Gerbner ve Gross, 1976: 173, 176).

Hikâye anlatma ve bunun televizyon aracılığıyla yapıldığı düşüncesi yetiştirme kuramının temel önermelerinden biridir. Gerbner'a göre, insanoğluluyla diğer canlılar arasındaki temel farklılık, insanların kendi söyledikleri hikâyelerin yarattığı bir dünyada yaşamalarıdır. Ona göre, yaşayan tüm organizmalar çevreleriyle enerji alışverişini sağlar. Hatta bazı yaratıklar, enformasyon alışverişine de girer ve öğrenmenin bir sonucu olarak davranışlarını değiştirir. Ama yalnızca insanlar, karmaşık sembollerin güdümü altında iletişim kurarlar. Böylece yalnızca insanlar, hikâye anlatmanın bazı formları ve tarzları aracılığıyla oluşturulmuş ve deneyimlenmiş bir dünyada yaşarlar (Gerbner, 1990). Dolayısıyla insanlar, bildikleri ve düşündüklerini ne kişisel ne de doğrudan deneyimle elde etmektedirler. Aksine ne biliyorlarsa bunları, anlattıkları ve duydukları hikâyelerden edinmektedirler (Gerbner, 1996a; Gerbner, 1998a: 135; 1998b: 133; Gerbner ve Gross, 1976: 173; Gerbner vd., 1979: 177, 178; Gerbner vd., 1982: 102; Gerbner vd., 1986: 18, 19; Gerbner vd., 1994: 18; Morgan ve Shanahan, 1997: 5; Morgan ve Signorielli, 1990: 13; Signorielli ve Morgan, 1996: 112, 114). George Gerbner'a göre bizler anlattığımız hikâyeleriz (Gerbner, 1986: 254). Hikâyeler, tarihsel olarak gelişmeyi, orijinal olarak karşılıklı bağlanmayı, kültür olarak adlandırılan dikişsiz sembolik ağa eklerler. Bu anlamda türküler, şarkılar, imgeler vb. insan çevresinin tekdüze düzenlenişinde işlevseldirler. Gerbner, bu aşamada İskoç vatansever Andrew Fletcher'in, yasalardan çok türküler, şarkılar, masallar, jestler ve imgelerin insan çevresinin eşsiz tasarımında etkili olduğuna ilişkin düşüncesine yaslanır (Gerbner, 1988: 220).

Gerbner ve arkadaşlarına göre, günümüzde hikâye anlatma işlevini televizyon yerine getirmektedir. Eskiden bir kültürün hikâyeleri, öğretmenler, anne ve babalar, bir topluluğun üyeleri ya da din adamları tarafından yüz yüze anlatılırken, bu hikâyeleri şimdi televizyon anlatmaktadır. Televizyon öncesinde "eğilimler", ev ve okulda değerlerin öğrenilmesiyle belirlenmektedir. Ayrıca medyaya, seçici bir şekilde ulaşılabilir. Şimdi ise televizyonu erken çocukluktan başlayarak izlemenin rolü olmakta ve yetiştirmeyi sürekli kılmaktadır. Ek olarak, söz konusu önceliklerin oluşumunu sağlamaktadır (Gerbner, 1990: 254). Artık, televizyon en çok zamanda en çok insana en çok hikâyeyi anlatmaktadır. Böylece televizyon, pazar dinamiklerine uyumlu, reklamcı sponsorluğu altında standartlaşmış ve merkezleşmiş bir yapı içinde hikâye anlatmanın kültürel sürecini dönüştürmektedir (Gerbner, 1998c). Daha da önemlisi, hikâye anlatmanın kültürel süreci, satış çabasında olan global ticari çıkarlar tarafından denetlenmektedir (Gerbner, 1990).

Şiddet, Gerbner ve arkadaşlarının çalışmalarında her zaman önemli olmuştur. Onlar, yinelenen şiddet görüntülerini ayrı ayrı saymaya özen göstermişlerdir. Nitekim şiddetin yinelenmesinin anlamı, ticari olmasıdır ve izleyicinin reklamcılara satılmasıdır (Gerbner ve Gross, 1980: 153-154). İlk yetiştirme araştırmasının yayımlandığı çalışmada şiddet şu şekilde tanımlanmıştır: "Fiziksel gücün silahlı ya da silah kullanmadan, kişinin kendisine ya da başkalarına karşı, kurbanın kendi rızası dışında, acı verecek şekilde incitilmesi, öldürülmesi ya da olayın bir parçası olarak kurban olacak derecede tehdit edilmesi unsurlarının açık bir ifadesidir" (Gerbner ve Gross, 1976: 184). Bu tanım, Gerbner ve arkadaşlarının önceki (Gerbner, 1972: 456) ve sonraki (Gerbner, 1993: 3) tüm şiddet araştırmalarında geçerliliğini korumuştur. Boş tehditler, sözlü saldırılar, inandırıcı şiddet sonuçları doğurmayan jestler şiddet olarak kodlanmamaktadır (Gerbner vd., 1980a: 11).

Ancak kaza ve doğal şiddet, sürekli belli karakterleri kurban eden amaçlı dramatik eylemler olarak kabul edildiğinden şiddet kapsamına girmektedir (Gerber vd., 1980a: 12). Gerbner ve Gross'a göre sembolik şiddet, etkili bir şekilde yetiştirilmek için en ucuz yoldur. Buna karşılık ham şiddet, sembolik anlamlarından yararlanma başarısız olduğunda, şiddetin ritüelleştirilmiş olarak yayılması (kitlesele olarak üretilmiş dramalarda olduğu gibi, suçlarda ve doğal afet haberlerinde de), dünyadaki tehlike ve tehditlere yönelik abartılmış varsayımları yetiştirebilir ve koruma için talepleri beraberinde getirebilir (Gerbner ve Gross, 1976: 192).

Yetiştirme kuramı üç bileşenden oluşmaktadır. Bunlar kurumsal süreç çözümlemesi, mesaj sistem çözümlemesi ve yetiştirme çözümlemesidir. Gerbner ve arkadaşları, kurumsal süreç çözümlemesine yönelik bir araştırma yapmamışlardır. Onlar, başlangıçta yetiştirme deliline yönelik bir araştırma da yapmamışlardır. Önce, kitle iletişim süreci aracılığıyla kamuların yaratılması ve kamularca en çok paylaşılan yönelimleri ve önermeleri tanımlamışlardır (Morgan, 1995: 107). Bu işlem, mesaj sistem çözümlemesi olarak bilinen çözümlemelerle gerçekleştirilmiştir. Gerbner'a göre, kitlesele olarak üretilmiş mesaj sistemlerinin çözümlemesi, kurumsal süreç çözümlemesinden sonra gelmektedir. İkinci olarak yapılan bu çözümlemede insan potansiyeli, sosyal ilişkiler ve değerler açıklandığı için kaydedilen görüntüler incelenmelidir (Gerber, 1990: 251). Gerbner'a göre mesaj, somut fiziksel ve sosyal ilişkilerin, sosyal ve tarihsel olarak belirlenmiş bir ifadesidir.

Mesaj sistem çözümlemesi, yetiştirme çözümlemesine temel oluşturmaktadır ve kültürel göstergeler projesinin ikinci aşamasıdır. Bir başka deyişle mesaj sistem çözümlemesi, önemini yetiştirme çözümlemesine temel oluşturan sorulara kaynaklık etmesinden almaktadır. Yetiştirme çözümlemesinde kullanılan sorular, geniş izleyici gruplarına, bebellikten başlayarak uzun zaman boyunca sunulan televizyon mesaj sistemlerine yerleşmiş içerik görünümlelerinden yansımaktadır (Gerbner, 1990: 253). Televizyonu çok seyredenlerin, söz konusu görüntülerden kaçınması mümkün değildir. Bunlar özel program ve türden çok, bir sistem olarak televizyona yerleşmiş toplam mesajlardır (Gerbner vd., 1986: 25; Gerbner vd., 1994).

Gerçek dünyayla, televizyonda sunulan dünya arasında bazı eleştirel farklılıklar bulunmaktadır (Gerbner, 2000: 6). Bu farklılıklara, televizyon dünyasının sistematik bir çözümlemesi sonucunda ulaşılır (Gerbner vd., 1994: 25). Mesaj sistem çözümlemesi, televizyon içeriği hakkında sistematik, güvenilir ve toplam gözlemler için bir aygıttır. Onunla, bireysel ya da bir izleyici grubunun gördükleri tanımlanmaz. Aksine bunun yerine, en çok temsil edilen durağan ve yinelenen toplam mesaj örnekleri kaydedilir. Nitekim tüm topluluklar uzun zaman boyunca bu mesajları izlemektedirler. Televizyonun görece egemen ve ortak içerik örnekleri, çok az anlamsal belirsizliğe sahiptir. Bu örnekler, geniş ve heterojen kitle kamuları arasında varsayımlar, anlamlar ve tanımların paylaşımları ve etkileşimi için bir temel yaratmaktadır (Gerbner vd., 1986: 25).

Mesaj sistem çözümlemesi, kitle iletişim araçları söyleminde sunulan toplam ve bütünsel öncülleri incelemek için tasarımıdır. Onun amacı, sembolik dünyayı tanımlamaktır (Gerbner, 1985: 17). Mesajların sistemi, izleyicilerin televizyondan yaptıkları bireysel seçimi ifade etmemektedir. Yani bir bireyin televizyon içeriğinde yer alan bir programı tercihli ya da seçerek izlemesini kapsamamaktadır. Bunun aksine televizyonun geniş ve temsil edici toplam çıktısı, mesajların sistemidir. Yani mesaj sistemi, televizyonda yer alan bütün ve toplam içeriği kapsamaktadır. Mesaj sistem çözümlemesi; yalnız çalışmalar, öznel algılamalar ya da dramatik kurnazlıklarla ilgili değildir. Bunlar, geniş ve heterojen kitle kamuları arasındaki etkileşim, ortak varsayımlar ve tanımlar için temel sağlamak adına beklenen özelliklerdir (Gerbner vd., 1976: 13).

Mesaj sistem çözümlemesi, 1967'den beri ana yayın kuşağının ve hafta sonu Cumartesi gündüz dramatik programların yıllık bir hafta örnekleri üzerinde yapılır. Eğitimden geçirilmiş çözümlemeciler, televizyon içeriğinin farklı görünümünü kodlar ve ölçerler. Bu tür araştırmaların en güvenilir yöntemi böylece işletilmiş olur. Çözümlemenin amacı, televizyon drama dünyasının uygun görünümünün sistematik, birikimsel ve objektif ölçülebilir temsilini sağlamaktır (Gerbner vd., 1976: 13).

Yetiştirme kavramı, televizyon izlemenin izleyicinin sosyal gerçeklik kavramlaştırmasına katkısını tanımlamak için kullanılmaktadır (Gerbner vd., 1986: 23; Kang ve Morgan, 1988: 431; Morgan, 1984: 500; Morgan ve Shanahan, 1992: 174-175; Morgan ve Shanahan, 1997: 1; Shanahan vd., 1997: 308-309; Signorielli ve Morgan, 1996: 19). Yetiştirme çözümlemesi de izleyicinin sosyal gerçeklik kavramlaştırmasıyla televizyon içeriğindeki en çok yinelenen ve yayılcı imge ve ideolojiler (Morgan ve Shanahan, 1997: 1) arasındaki ilişkiyi incelemektedir (Gerbner vd., 1980a; 1986; Morgan ve Signorielli, 1990). Yetiştirme çözümlemesi, ilk kez 1970'lerin başlarında yani 1972'de yapılmıştır. Araştırma, yetişkinler üzerinde saha araştırmasıyla gerçekleştirilmiştir ve 1976'da yayımlanmıştır (Gerbner ve Gross, 1976; Morgan ve Signorielli, 1990: 15). Yetiştirme kuramı ve çözümlemesinin yöntemleri, ilk olarak Amerika Birleşik Devletleri'nin medya sistemi ve kültürel ve politik bağlamında geliştirilmiştir (Morgan, 1990: 225).

Yetiştirme anlamı şudur: Kültürel üretimin egemen tarzları, mesajları ve temsilleri oluşturmaya eğilimlidir. Bu mesaj ve temsiller, kültürel bağlamlar ve kurumların pratikleri ve yönelimlerini, dünya görüşleri ve ideolojilerini besler. Söz konusu mesaj ve temsiller de zaten bunlardan doğmaktadır (Gerbner vd., 1986; Morgan 1990: 225). Yetiştirme orijinal olarak, televizyon izleyicilerinin bilinçsizce, televizyon dramasının (dünyasının) demografik gerçeklerini edinmesi, rastlantısal ve kasıtlı olmaksızın öğrenmesi olarak tanımlanmaktadır (Gerbner ve Gross, 1976: 170).

Yetiştirme çözümlemesi için katılımcılara, doğrudan televizyon hakkında ne düşündükleri sorulmamaktadır; bunun yerine basitçe onların ne düşündükleri sorulmaktadır. Daha sonra televizyon izleme miktarına bağlı olarak kavramlaştırmalardaki farklılık ortaya konmaktadır (Morgan, 1995: 108). Burada en belirleyici unsur, izleyicilerin "az ve çok" izleyenler olarak ayrılmasıdır. Televizyonu düzenli olarak "çok seyredenler", az seyredenlerden ayrılmaktadır. Her ne kadar bütün sosyal gruplar, hem çok hem de az seyredenlere göre ayrılabilir cinsiyet, gelir, yaş, iş alanı, eğitim, ırk, zamanı kullanma, sosyal etkileşim ya da dışlanma gibi demografik ve sosyal değişkenlere göre çok ve az izleyenler arasında ortalama farklılıklar bulunmaktadır. Az ve çok izleyenler arasındaki en önemli fark, bir başka deyişle televizyonun, insanların sosyal gerçeklik kavramlaştırmaları üzerindeki belirleyiciliği çok seyredenlerin bilinç kaynağı olarak televizyonu kullanmalarından kaynaklanmaktadır (Morgan ve Signorielli, 1990: 21; Signorielli ve Morgan, 1996: 117). Bundan dolayı yetiştirme çözümlemesi televizyonu az seyredenlerin farklılaştığını, medya dolayımı ve kişilerarası farklı kaynaklardan enformasyon sağladıklarını varsaymaktadır. Yani yetiştirme çözümlemesine göre, televizyonu çok seyredenler tanımlamalarında televizyona daha fazla bağlı kalmaktadırlar (Morgan ve Signorielli, 1990: 17, 21; Shanahan vd., 1997: 309; Signorielli ve Morgan, 1996: 119). Bu durum, mesaj sistem çözümlemesinden elde edilen sonuçlardan hareketle hazırlanan sorulara karşılık olarak, katılımcıların çok seyredenlerinden az seyredenlerine oranla daha çok televizyon yanıtı elde edilerek -ikisi arasındaki yüzde farkıyla- saptanmaktadır. Burada, az ve çok izlemenin nasıl belirlendiği önem taşımaktadır. Gerbner ve arkadaşları, katılımcılara günde ortalama ne kadar televizyon izlediklerini sormaktadırlar. Daha sonra bu veriler uygun olan ölçekte az, orta ve çok izleme şeklinde ayrılmaktadır. İzleme şekli, zaman zaman az ve çok izleme olarak da belirlenebilmektedir. Buradaki düşünsel kabul,

“önemli olanın izleme seviyelerindeki farklar olmasıdır; etkin ve özel izleme miktarı çok fazla önem taşımamaktadır; gerçek ya da özel izleme miktarı olup olmaması değildir” şeklindedir. Yani 1 altı, 1-4 arası ve 4 ve üzeri diyorsa 1, 3,5 ya da 9 saat izlemesi önemli değildir; önemlisi var olan kategoriler içinde yer almasıdır (Morgan ve Signorielli, 1990: 20; Signorielli ve Morgan, 1996: 121). Bir önemli nokta da, yöneltilen sorulara televizyonun kaynaklık ettiğini katılımcıların bilmemesi gerektiği ve onların, enformasyon kaynaklarından haberdar edilmesinin uygun olmayacağıdır. Nitekim katılımcılara, “ne düşündüklerinin” sorulmasının nedeni de burada yatmaktadır. Böylelikle katılımcıların televizyonu çok seyredenlerinin televizyon kaynaklı sorulara katılım oranlarının yüksek olması, diğer etkenlerin katkısı saklı tutularak söylendiğinde televizyonun, izleyicinin sosyal gerçeklik kavramlaştırmasına katkısını ortaya koyacaktır (Morgan ve Signorielli, 1990: 20). İlk yetiştirme çözümlemesi sonuçları belirtildiği gibi George Gerbner ve Lary Gross tarafından 1976’da yayımlanmıştır. Yapılan birçok araştırma sonucunda, yetiştirme sürecinin ne basit ne de yeterince açık olduğu anlaşılmıştır. Morgan’a (1995: 103) göre bu sonuçlar, yetiştirme kuramının hem geçerliliğini sağlama almıştır hem de sürmesi gerektiğini ortaya koymuştur.

Yetiştirme çözümlemesi, kültürel medyayı toplam izlemenin genel ve kapsayıcı sonuçlarıyla ilgilenmektedir. Bu yönüyle tipik deneysel paradigmadan ayrılmaktadır (Gerbner vd., 1986; 1994; Morgan ve Shanahan, 1997: 6, 7; Shanahan vd., 1997: 309; Signorielli ve Morgan, 1996: 119). Ayrıca özel televizyon programlarıyla, seçici izlemeyle ve kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının televizyon izlemeyle ilgili kabulleriyle ilgilenmemektedir (Morgan ve Shanahan, 1992: 175; Morgan ve Shanahan, 1997: 6; Morgan ve Signorielli, 1990; Signorielli ve Morgan, 1996: 112).

Yetiştirme çalışmaları, Türkiye’de artmayı sürdürmektedir ve belli bir sayıya ulaşmıştır. Ancak “yeterlidir” demek doğru olmayacaktır. Nitekim bu araştırmaların sürekli yapılması gerekmektedir (Özer, 2004 ve 2020; Shanahan ve Morgan, 1999). Türkiye’de ilk yetiştirme araştırmasından (Batmaz, 1986) bu yana geçen 35 yıllık sürede; 2 adet kitap çalışması, 22 adet yetiştirme çözümlemesi, 12 adet tez çalışması, 2 adet kuramsal çalışma ve 5 adet de mesaj sistem çözümlemesi yapılmıştır (Özer, 2020). Bunlardan 15 adedini Ömer Özer gerçekleştirmiştir. Anılan çalışmalardan yalnızca ikisi (Özer, 2020; 2021) Twitter’ı da kapsamaktadır. Diğerleri televizyon özelinde tamamlanmıştır. Bu arada Türkiye’de İrfan Erdoğan (1998) tarafından yayımlanan bir makalede yetiştirme tezinin geçersizliği veya değersizliği belirtilmemiştir; makalenin ele aldığı belli konulardaki açıklamaların yetersizliğini ve/veya geçersizliğini belirten irdemeler yapılmıştır.

Yetiştirme kuramı, günümüzde televizyondan farklı iletişim araçları bakımından da çalışılmaktadır. Corfield (2017) çalışmasında ana yayın kuşağı televizyonu ve Netflix kaynaklı programların etnik yapıyı, yaşı, işi, suçu, toplumsal cinsiyeti ve cinselliği nasıl temsil ettiği ve sergilediğini ortaya çıkarmıştır. Hermann (2016) çalışmasında Facebook kullanımının marka isimleri ve markalara yönelik tutumlar üzerine olduğu kadar etnik farklılık algılamaları ve tutumları üzerine yetiştirme etkisini incelemektedir. Hey Yeung Lau(2015), çalışmasına Gerbner ve Gross’un (1976) ilk yetiştirme çalışması olan makalelerine atıfta bulunarak başlamakta ve yetiştirme kuramının kitle iletişimi içerisinde önemli olduğunu vurgulamaktadır. Çalışmanın bulgusu, televizyon izlemeyle sosyal gerçeklik kavramlaştırmasının değişmesi arasında güçlü ilişki vermiştir. Hill’in (2015) çalışmasının amacı, kadın ebeveynlerin görsel medyanın kadın yetişkinlerin davranışlarını nasıl belirlediğine ilişkin düşüncelerini ortaya çıkarmaktır. Nicholas M. Njogomir’in (2016) çalışmasının özel amacı, sosyal medya siteleri Facebook, Twitter ve YouTube’un insanların politik görüşü, ideolojisi ve katılımları anlamına gelen y kuşağının politik davranışı üzerindeki tesirlerine odaklanmaktır. Tsay-Vogel vd.’nin (2018) çalışması

yetiştirme bakış açısından, sosyal ağların mahremiyet tutumları ve kendini ifşa etme davranışları üzerindeki etkilerini incelemektedir. Bütün bu çalışmalarda yetiştirme delili bir şekilde ortaya çıkmıştır.

2. YÖNTEM

Mesaj Sistem Çözümlemesi², 16-20 Nisan 2018 tarihleri arasındaki dönemde gerçekleştirilmiştir. Bu tarihler 6 ay önce belirlenmiştir. Çözümlemede TRT 1, Atv, Fox TV, Kanal D, Show TV ve TV8 olmak üzere toplam 6 televizyon kanalının programları kullanılmıştır. Bu kanallardan TRT 1, devlet kanalı olması nedeniyle seçilmiştir. Diğer kanallar ise çözümlemesi gerçekleştirilen tarihler arasında prime time reyting (ana yayın kuşağı en çok izlenme oranı) sıralamasında en üstte yer almıştır. Çözümleme, 18.30-23.00 saatleri arasındaki programlar üzerinde yapılmıştır. Prime time (ana yayın kuşağı) olarak belirtilen sürenin alınmasının nedeni, hem haber hem de diğer programların çözümlenmesidir. Çözümlemesi yapılan haber bültenlerinden en erkeni 18.30'da başlamaktadır. Ayrıca TV8'de haberler olmadığından çözümlemeye katılmamıştır. Bu nedenle çözümlenen programlar ana haber bültenleri, dizi, film, futbol karşılaşması, yarışma ve eğlence programları olmuştur. Program kayıtları, kanalların resmi internet sitelerinden ve Youtube video izleme kanalından sağlanmıştır. Çözümlemeye reklamlar katılmamıştır. Altı kanalda toplam 492 program içeriği yayınlanmıştır. Ana haber bültenlerinde yer alan haberlerin her biri bir program olarak kodlanmıştır. Mesaj sistem çözümlemesi için Gerbner ve arkadaşlarının oluşturduğu mesaj sistem çözümlemesi çizelgesi kullanılmıştır. Toplanan veriler, daha sonra SPSS ortamında çözümlenmiş ve elde edilen sonuçlar yetiştirme çözümlemesine kaynaklık eden anket sorularına dönüştürülmüştür.

Anket uygulaması, 26-27 Temmuz 2018 tarihlerinde Bingöl Devlet Hastanesinde gerçekleştirilmiştir. Anket uygulamasının yapıldığı dönemde Bingöl Devlet Hastanesinde toplam 726 personel çalışmaktadır. Araştırma için 221 kişilik gönüllü katılıma dayalı, olasılıklı örneklemeden basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle bir araştırma grubu oluşturulmuştur. Bu grubun, 112'si kadın, 109'u erkektir. Bingöl Devlet Hastanesinin seçilmesinin nedeni ise anket uygulaması için araştırma grubu oluşturulacak kadar personel sayısına sahip olması ve ulaşılabilirlik bakımından uygun olmasıdır.

Anketler, çalışma saatine denk gelen 09.00-16.00 saatleri arasında doldurtulmuştur. Uygulama sırasında 4 yardımcının desteği alınmıştır. Yardımcılar eğitimden geçirilmiştir. Örneğin, yetiştirme soruları birinci sayfaya yerleştirilmiş ve katılımcıların bunları doldurmadan 2. sayfadaki demografik soruları görmeleri engellenmiştir. Bunun nedeni, sorulara televizyonun kaynaklık ettiğinin bilinmesinin önlenmesidir.

Çözümlemede az izleyenlerle çok izleyenlerin katılıyorum seçeneklerine verdikleri yanıtların yüzdeleri arasındaki farka bakılmaktadır. Bu nedenle, 1 saate kadar az, 1-3 arası orta orta ve 3 saat üzeri de çok izleme olarak kabul edilmiştir. Çözümlemede ki-kare testi gerçekleştirilmiştir. Ki-kare, iki veya daha fazla grup arasındaki ilişkinin anlamlı olup olmadığını gösterir. İlişkinin anlamlılığını belirlemek için p değeri 0.05 olarak belirlenmiştir. Testlerin verdiği ilişkinin gücü konusunda bazı kategoriler geliştirilmiştir.

² Mesaj sistem çözümlemesine ilişkin açıklamalar yukarıda yapıldığından ve tekrara vuracağından burada ikinci kez açıklama yapılamamıştır. Bu, doğru bir yaklaşımdır; nitekim bu türden açıklamaların yöntemde yer alması uygun değildir. Yöntemde araştırmanın nasıl yapıldığı anlatılır.

Buna göre, r: 0.25 altı zayıf, r: 0.26-39 arası orta derecede güçlü, r: 0.40 ve üstü güçlü ilişki olarak tanımlanmıştır.

3. MESAJ SİSTEM ÇÖZÜMLEMESİ BULGULARI VE YETİŞTİRME ÇÖZÜMLEMESİ İÇİN HİPOTEZLER

Yukarıdaki bilgilerden sonra çalışma için yapılan mesaj sistem çözümlemesinin elde edilen sonuçlardan söz etmek yararlı olacaktır. Nitekim yetiştirme çözümlemesi bakımından hipotezlerin açıklanması için bu sonuçlara burada yer vermek zorunludur. Çözümleme sonucunda televizyonlarda yer verilen şiddet sayısının oldukça fazla olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra ciddi şiddet sayısı, kazara olandan çoktur. Şiddet görüntülerine ayrılan süre de uzun ve yoğundur. Yine şiddetin tonunda ciddi oranı diğerlerine göre fazla çıkmıştır. Şiddet devam etmektedir. Son olarak şiddete karışanlardan birbirlerini tanımayanların sayısı tanıyanlara göre daha fazla belirmiştir (Bkz. Tablo 1).

Tablo 1. Şiddete İlişkin Bulgular

Kategoriler				Yorum
Şiddet	2952 adet			Çok sayıda
Önemi	30 kazara	27 belirgin	79 ciddi	Ciddi
Süre	4063 saniye			Uzun
Tonu	122 ciddi	10 ciddi komik	5 komik	Ciddi
Devamlılık	64 devamlı değil	72 devamlı		Devam
Tanıma	30 tek kişi	46 tanımaz	26 tanır	Tanımaz

Buna bağlı olarak aşağıdaki yetiştirme önermeleri hazırlanmıştır: İlk iki önerme Gerbner ve arkadaşları tarafından kullanılmaktadır.

1. Genel olarak söylersek, günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız.
2. Genel olarak söylersek, günümüzde çoğu insan kendini güvende hissetmiyordur.
3. Genel olarak söylersek, günümüzde insanlar tanımadıkları insanların saldırılarına uğramaktadırlar.

Ana olayın geçtiği yerler arasında Ankara ve İstanbul öne çıkmaktadır. Tek tek alındığında bile bu şehirler diğer yerlerden fazla çıkmaktadır. Dolayısıyla yetiştirme sorusu hazırlanması uygundur (Bkz. Tablo 2).

Tablo: 2 Ana Olayın Geçtiği Yer

Yerler	Frekans	Yüzde
Kodlanamaz	12	2,4
İstanbul	147	29,9
Ankara	188	38,2
İzmir	10	2,0
Adana	6	1,2
Güney Doğu Anadolu	5	1,0
Türkiye Diğer	93	18,9
ABD	10	2,0
Avrupa	5	1,0
Dünya Diğer	16	3,3
Toplam	492	100,0

Buna bağlı olarak aşağıdaki soru hazırlanmıştır:

4. Genel olarak söylersek, Türkiye'nin kalbi Ankara ve İstanbul'da atmaktadır.³

Televizyon dünyasında erkekler kadınlardan çok daha fazla görünmektedirler (Bkz. Tablo 3).

Tablo 3: Ana Karakterin Cinsiyeti

Cinsiyet	Frekans	Yüzde
Kodlanamaz	14	2,8
Kadın	73	14,8
Erkek	405	82,3
Toplam	492	100,0

Tek başına yetiştirme soru hazırlanmamıştır ama diğer bulgularla birlikte örneğin siyaset mesleğiyle bir araya getirilerek sorulmuştur. Nitekim ana karakterlerin mesleğine bakıldığında en fazla yüzdeyi siyasetçinin aldığı görülmektedir (Bkz. Tablo 4).

Tablo 4: Ana Karakterlerin Mesleği

Meslek	Frekans	Yüzde
Belirsiz	75	15,2
Eğlence vb.	25	5,1
Tarım	6	1,2
İş İnsanı	11	2,2
Siyasetçi	211	42,9
Diğer	164	33,3
Toplam	492	100,0

Bu bulgu, cinsiyet bulgusuyla bir araya getirildiğinde erkeklerin siyasetle uğraştıkları anlaşılmaktadır. Buna bağlı olarak da aşağıdaki sorular hazırlanmıştır:

5. Genel olarak söylersek, günümüzde siyaset alanında erkekler başarılıdır.

6. Genel olarak söylersek, günümüzde siyaset erkek işidir.

Tablo 5: Ana Karakterlerin Sosyal Yaşı

Ana Karakter Sosyal Yaşı	Adet	Yüzde
Kodlanamaz	20	4.06
Ergenlik dönemi	18	3.66
Genç yetişkin	25	5.08
Yetişkin	407	82.72
Yaşlı	22	4.48
Toplam	492	100

Ana karakterlerin sosyal yaşlarına⁴ bakıldığında yetişkinlerin açık ara önde oldukları görülmektedir (Bkz. Tablo 5). Buna bağlı olarak aşağıdaki soru hazırlanmıştır:

³ Bu ifadeye akademik bir ifade olmadığı yönünde itiraz gelebilir. Ancak önemli olan mesaj sistemi çözümlemesini temsil etmesi ve saha araştırmasına katılanların anlamasıdır.

⁴ Sosyal yaş kavramı Gerbner ve arkadaşları tarafından kullanılmaktadır ve mesaj sistem çözümlemesinde yer almaktadır. Buna göre, çocuk, genç, yetişkin, erişkin, yaşlı gibi kategoriler oluşturulmaktadır.

7. Genel olarak söylersek, günümüzde Türkiye’de yetişkin nüfusu artmaktadır.

Gelinen aşamada hipotezleri açıklamak doğru olacaktır. Bu inceleme için geliştirilen varsayımın göre, günlük yaşamın önemli bir bölümünde değer yargıları hakkında belirgin mesajlar sunan televizyonun, şiddet ve genel içerikli mesaj sisteminin izlenme süresi arttıkça, izleyenlerin değer yargıları, televizyonun bütünsel bir ideolojik kültürel içeriği yönünde olacaktır. Bu varsayımdan hareket edilerek, şu temel hipotez test edilmiştir: Bingöl Devlet Hastanesinde çalışan bazı insanlardan oluşturulan araştırma grubunun, televizyonun şiddet ve genel içerikli mesaj sistemini izleme süreleri arttıkça, değer yargıları televizyonun sunduğu içerikle biçimlenen “televizyon dünyası” yönünde olacaktır. Testler için geliştirilen hipotezler de şu şekildedir:

1.

H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarıyla *günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız* ifadesine katılıp katılmama arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarıyla *günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız* ifadesine katılıp katılmama arasında anlamlı bir ilişki vardır.

2.

H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarıyla *günümüzde çoğu insan kendini güvende hissetmiyordur* ifadesine katılıp katılmama arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarıyla *günümüzde çoğu insan kendini güvende hissetmiyordur* ifadesine katılıp katılmama arasında anlamlı bir ilişki vardır.

3.

H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarıyla *günümüzde insanlar tanımadıkları insanların saldırılarına uğramaktadırlar* ifadesine katılıp katılmama arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarıyla *günümüzde insanlar tanımadıkları insanların saldırılarına uğramaktadırlar* ifadesine katılıp katılmama arasında anlamlı bir ilişki vardır.

4.

H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarıyla *Türkiye’nin kalbi Ankara ve İstanbul’da atmaktadır* ifadesine katılıp katılmama arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarıyla *Türkiye’nin kalbi Ankara ve İstanbul’da atmaktadır* ifadesine katılıp katılmama arasında anlamlı bir ilişki vardır.

5.

H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarıyla *günümüzde siyaset alanında erkekler başarılıdır* ifadesine katılıp katılmama arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarıyla *günümüzde siyaset alanında erkekler başarılıdır* ifadesine katılıp katılmama arasında anlamlı bir ilişki vardır.

6.

H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarıyla *günümüzde siyaset erkek işidir* ifadesine katılıp katılmama arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarıyla *günümüzde siyaset erkek işidir* ifadesine katılıp katılmama arasında anlamlı bir ilişki vardır.

7.

H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarıyla *Türkiye’de yetişkin nüfusu artmaktadır* ifadesine katılıp katılmama arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarıyla *Türkiye’de yetişkin nüfusu artmaktadır* ifadesine katılıp katılmama arasında anlamlı bir ilişki vardır.

YETİŞTİRME ÇÖZÜMLEMESİ BULGULARI

Bulgular, tablolar eşliğinde sunulmuştur.

Tablo 6. Birinci Yetiştirme Testi Sonucu

			Tehlikeli			Toplam
			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	
İzleme	Az	Adet	5	3	79	87
		%	5,7%	3,4%	90,8%	100,0%
	Orta	Adet	10	3	63	76
		%	13,2%	3,9%	82,9%	100,0%
	Çok	Adet	5	7	46	58
		%	8,6%	12,1%	79,3%	100,0%
Toplam	Adet	20	13	188	221	
	%	9,0%	5,9%	85,1%	100,0%	

$\chi^2: 8.216$ sd: 4 p: 0.08 r: -0.27

1. “Genel olarak söylersek *günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız* ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla tehlikeli dünya sendromu test edilmiştir (Bkz. Tablo 6). Elde edilen sonuca göre, izleme yoğunluğu ile dünyayı tehlikeli görme arasında bir ilişki bulunmamaktadır (p: 0.08). Bunda dağılımın önemli bir payı vardır. Katılıyorum diyenlerin oranı, katılmıyorum ve kararsızım diyenlerin toplamının 5 katından çoktur. Elbette az izleyenlerin oranının çok izleyenlerden fazla çıkması da dikkat çekicidir ama bu durum, Gerbner’ın az televizyon izleyenlerin gündeme ilişkin çok televizyon izleyenlerden enformasyon alabileceğine ilişkin öngörüsünü doğrulamış olabilir. Ancak çok televizyon izleyenlerin katılıyorum seçeneği içindeki payının yüzde 24.4 olduğunu unutmamak gerekir. Aynı oran az izleyenler bakımından 42’dir. Bütün bunlar testin anlamsız çıkmasına neden olmuştur.

Tablo 7. İkinci Yetiştirme Testi Sonucu

			Güvensiz			Toplam
			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	
İzleme	Az	Adet	8	8	71	87
		%	9,2%	9,2%	81,6%	100,0%
	Orta	Adet	8	3	65	76
		%	10,5%	3,9%	85,5%	100,0%
	Çok	Adet	5	8	45	58
		%	8,6%	13,8%	77,6%	100,0%
Toplam	Adet	21	19	181	221	
	%	9,5%	8,6%	81,9%	100,0%	

$\chi^2: 4.163$ sd: 4 p: 0.4 r: -0.05

2. “Genel olarak söylersek, *günümüzde çoğu insan kendini güvende hissetmiyordur* ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test de önceki test gibi anlamlı çıkmamıştır (p: 0.4). İzleme gruplarının üçü için de katılıyorum seçeneği fazla çıkmaktadır. Bu, her üçü arasında etkileşim olduğunu işaret edebilir. Bir başka deyişle, az ve orta derecede izleyenler çok izleyenlerden enformasyon alıyor olabilirler. Ancak, çok izleyenlerin katılıyorum seçeneği içindeki payı (24.9) en düşüktür (Bkz. Tablo 7).

Tablo 8. Üçüncü Yetiştirme Testi Sonucu

			Tanımama			Toplam
			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	
İzleme	Az	Adet	45	11	31	87
		%	51,7%	12,6%	35,6%	100,0%
	Orta	Adet	24	14	37	75
		%	32,0%	18,7%	49,3%	100,0%
	Çok	Adet	15	14	29	58
		%	25,9%	24,1%	50,0%	100,0%
Toplam		Adet	84	39	97	220
		%	38,2%	17,7%	44,1%	100,0%

χ^2 : 12.224 sd: 4 p: 0.02 r: 0.26

3. “Genel olarak söylersek, *günümüzde insanlar tanımadıkları insanların saldırılarına uğramaktadırlar* ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusunun testi p: 0.02 seviyesinde anlamlı çıkmıştır. Televizyonu çok izleyenlerin katılıyorum diyenlerinin oranı yüzde 50’dir. Az izleyenlerin katılıyorum diyenlerinin ise 35.6. Aralarında çok izleyenler lehine 14.4’lük fark, yetiştirme delili olarak kabul edilebilir (Bkz. Tablo 8).

Tablo 9. Dördüncü Yetiştirme Testi Sonucu

			Ankara İstanbul			Toplam
			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	
İzleme	Az	Adet	33	4	50	87
		%	37,9%	4,6%	57,5%	100,0%
	Orta	Adet	17	13	46	76
		%	22,4%	17,1%	60,5%	100,0%
	Çok	Adet	13	11	34	58
		%	22,4%	19,0%	58,6%	100,0%
Toplam		Adet	63	28	130	221
		%	28,5%	12,7%	58,8%	100,0%

χ^2 : 12.004 sd: 4 p: 0.02 r: 0.10

4. “Genel olarak söylesek, *günümüzde Türkiye'nin kalbi Ankara ve İstanbul'da atmaktadır* ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusunun testi de $p: 0.02$ seviyesinde anlamlı çıkmıştır. Çok televizyon izleyenlerin katılıyorum diyenlerinin oranı yüzde 58.6'dır. Az izleyenlerinki ise 57.5'tir. Aralarında çok izleyenler lehine 1.1'lik fark, yetiştirme delilidir. Ancak testin verdiği ilişkinin gücü zayıf çıkmıştır. Orta ve çok katılmıyorum diyenlerin sayısı, az katılmıyorum diyenlerden 3 adet daha az çıkmıştır. Çok katılıyorum kategorisinin katılıyorum diyenler içindeki payı ise 26.2'dir (Bkz. Tablo 9).

Tablo 10. Beşinci Yetiştirme Testi Sonucu

			Erkek Siyaset Başarı			Toplam
			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	
İzleme	Az	Adet	41	16	30	87
		%	47,1%	18,4%	34,5%	100,0%
	Orta	Adet	25	24	27	76
		%	32,9%	31,6%	35,5%	100,0%
	Çok	Adet	14	14	30	58
		%	24,1%	24,1%	51,7%	100,0%
Toplam		Adet	80	54	87	221
		%	36,2%	24,4%	39,4%	100,0%

$\chi^2: 11.382$ sd: 4 p: 0.02 r: 0.24

5. “Genel olarak söylesek, *günümüzde siyaset alanında erkekler başarılıdır* ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusunun testi de anlamlıdır ($p: 0.02$). Katılıyorum diyen çok televizyon izleyenlerin yüzdesi, 51.7'dir. Az televizyon izleyip de katılıyorum diyenlerin yüzdesi ise 34.5'tir. Dolayısıyla testte yetiştirme delili, 17.2 olarak belirlemiştir. Bu testte de ilişkinin gücü zayıftır. Az ve çok izleyici grubunun katılıyorum diyenlerinin katılıyorum içindeki payı ise eşittir (34.5) (Bkz. Tablo 10).

Tablo 11. Altıncı Yetiştirme Testi Sonucu

			Siyaset Erkek İşidir			Toplam
			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	
İzleme	Az	Adet	64	10	13	87
		%	73,6%	11,5%	14,9%	100,0%
	Orta	Adet	45	10	21	76
		%	59,2%	13,2%	27,6%	100,0%
	Çok	Adet	26	5	27	58
		%	44,8%	8,6%	46,6%	100,0%
Toplam		Adet	135	25	61	221
		%	61,1%	11,3%	27,6%	100,0%

$\chi^2: 17.971$ sd: 4 p: 0.001 r: 0.39

6. “Genel olarak söylersek, *günümüzde siyaset erkek işidir* ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusunun testi anlamlı çıkmıştır (p: 0.001). Çok televizyon izleyerek katılıyorum diyenlerin yüzdesi ile az televizyon izleyip de katılıyorum diyenlerin yüzdesi arasında 31.7’lik bir yetiştirme delili farkı vardır. Bu testte ilişki de güçlü çıkmıştır r: 0.39. Çok televizyon isleyenlerin katılıyorum seçeneği içindeki payı da, 44.3’tür (Bkz. Tablo 11).

Tablo 12. Yedinci Yetiştirme Testi Sonucu

			Yetişkin Nüfus			Toplam
			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	
İzleme	Az	Adet	13	10	64	87
		%	14,9%	11,5%	73,6%	100,0%
Orta	Adet	Adet	13	11	52	76
		%	17,1%	14,5%	68,4%	100,0%
Çok	Adet	Adet	17	14	27	58
		%	29,3%	24,1%	46,6%	100,0%
Toplam	Adet	Adet	43	35	143	221
		%	19,5%	15,8%	64,7%	100,0%

$\chi^2: 11.841$ sd: 4 p: 0.02 r: -0.31

7. “Genel olarak söylersek, *günümüzde Türkiye’de yetişkin nüfusu artmaktadır* ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusunun testi anlamlı çıkmıştır (p: 0.02). Çok televizyon izleyerek katılıyorum diyenlerle az televizyon izleyerek katılıyorum diyenler arasında az televizyon izleyenler lehine fark olsa da test anlamlı çıkmıştır. Buna da bağlı olarak testin verdiği ilişkinin gücü ters yönlü görülmektedir (r: -0.31) (Bkz. Tablo 12).

SONUÇ

Çalışmada, televizyonun birikimsel ve bütünsel rolünü ortaya koymak için yetiştirme kuramına başvurulmuştur. Bu kuram üç bileşenden oluşmaktadır. Kurumsal süreç çözümlenmesi kuramı geliştiren George Gerbner ve arkadaşları tarafından yapılmamıştır. Türkiye’de ilk olarak Ömer Özer tarafından gerçekleştirilmiştir (Özer, 2004). Mesaj sistem ve yetiştirme çözümlenmeleri ise tamamlanmıştır.

Yetiştirme testleri mesaj sistem çözümlenmesinden elde edilen bulgulardan sonra hazırlanan soruların testleridir. Ki kare dağılımına bakılmış ve yedi testten beşi anlamlı çıkmıştır. Buna göre televizyon izleme süresi arttıkça insanların sosyal gerçeklik kavramlaştırmaları ve dünya algılamaları televizyon dünyasına bağlı olmaktadır. Anlamsız çıkan testler şiddet sorularıyla ilgili ilk iki testtir. Buna göre, “genel olarak söylersek *günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız* ifadesine katılım derecenizi belirtiniz ve genel olarak söylersek, *günümüzde çoğu insan kendini güvende hissetmiyordur* ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorularının testleri anlamsız çıkmıştır. Yani bu iki teste göre, şiddet örneğinde insanların sosyal gerçeklik kavramlaştırmaları ve dünya algılamaları televizyona bağlı olmamıştır. Elbette yetiştirme testlerinin gerçekliği, soru ve test bazında kabul edilmektedir. Bir başka deyişle anılan iki test araştırmada yetiştirme rolünün saptanmasına engel değildir. Buna göre birinci ve ikinci hipotezler dışında kalanlar kabul edilmiştir.

Elde edilen sonuçlar başka bir şekilde de ifade edilebilir. Saha araştırması Bingöl'de yapılmıştır. Bingöl, Türkiye'nin doğusunda yer alan bir şehirdir. Orada terör olayları uzun süredir yaşanmaktadır. Bu nedenle, katılımcıların şiddeti kanıksadığı ve buna bağlı olarak da iki testin sonucunun anlamsız çıktığı düşünülebilir. Öte yandan orada yaşayan insanlar cemaat ilişkilerinden dolayı güvende duyumsayabilirler. Genel yetiştirme testlerinin anlamlı çıkması ise bu çalışma itibarıyla televizyonun insanların dünya algılaması ve sosyal gerçeklik kavramlaştırması üzerinde rolü olduğunu ortaya koymuştur. Araştırma yalnızca araştırma grubuyla sınırlandırılmıştır. Genelleme özelliği bulunmamaktadır. Bu araştırma dolayısıyla Türkiye'de bundan sonra yapılacak çalışmaların yeni medya ya da en azından yeni medyayı da kapsayacak biçimde yapılmasının yararlı olacağına vurgu yapılabilir.

KAYNAKÇA

- BATMAZ, V. (1986). *Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyonun Siyasal ve Toplumsal Etkileri: Ampirik Bir Model Denemesi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- CORFIELD, J. (2017). *Network vs. Netflix: A Comparative Content Analysis of Demographics Across Prime-Time Television and Netflix Original Programming*. (Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements For the Degree of Master of Arts in Journalism College of Information and Communications). South Carolina: University of South Carolina.
- GERBNER, G. (1972). "The Violence Profile: Some Indicators of Trends in and the Symbolic Structure of Network Television Drama 1967-1971", *Surgeon General's Report by the Scientific Advisory Committee on Television and Social Behavior, Appendix A.*, U.S. Government Printing Office. 453-526.
- GERBNER, G. (1985). "Mass Media Discourse: Message System Analysis as a Component of Cultural Indicators", *Discourse and Communication*, Ed. Teun A. van Dijk, Walter de Gruyter Berlin New York. 13-25.
- GERBNER, G. (1986). "The Symbolic Context of Action and Communication", içinde *Contextualism and Understanding in Behavioral Science*, Ed. Ralph L. Rosnow and Marianthi Georgoudi, New York: Praeger Publisher. 251-268.
- GERBNER, G. (1988). "Continuity and Change: Cross Cultural Communications Research in the Age of Telecommunications", içinde *The World Community in Post-Industrial Society*, Ed. Christian Academy, Wooseok Publishing Co. 220-231.
- GERBNER, G. (1990). "Stories That Hurt: Tobacco, Alcohol, and Other Drugs in the Mass Media", içinde *Youth and Drugs: Society's Mixed Messages*, Ed. Hank Resnik, Washington, DC: U.S. Department of Health and Human Services. 53-127.
- GERBNER, G. (1996a). "Foreword: Invasion of the Story Sellers", içinde *Harvesting Minds: How TV Commercials Control Kids*, Ed. Roy F. Fox, Westport, CT: Praeger. ix-xiii.
- GERBNER, G. (1998a). "Stories of Violence and the Public Interest", içinde *The Media in Question*, Ed. Kees Brants vd., Sage Publication. 135-146.

- GERBNER, G. (1998b). "Introduction: Why the Cultural Environment Movement?", *Gazette: The International Journal For Communication Studies*, 60, 133-138.
- GERBNER, G. (1998c). "The Stories We Tell", *Kültür ve İletişim*, 1 (1), 17-30.
- GERBNER, G. (1993). "Miracles' of Communication Technology: Powerful Audiences, Diverce Choices, and Other Fairy Tales", içinde *Illuminating the Blind Spots*, Ed. Janet Wasko, Ablex.
- GERBNER, G. (2000). "Cultivation Analysis: an Overview", *Communication*, October-December, 3-12.
- GERBNER, G. ve GROSS, L. (1976). "Living With Television: The Violence Profile", *Journal of Communication*, 26, 172-194.
- GERBNER, G. ve GROSS, L. (1980). "The Violent Face of Television and Its Lessons" içinde *Children and the Faces of Television: Teaching, Violence, Selling*, Ed. Edward L. Palmer and Aimee Dorr, Academic Press, A Subsidiary of Harcourt Brace Jovanovich, Publishers. 149-162.
- GERBNER, G. vd. (1976). "Violence Profile No. 7: Trends in Network Television Drama and Viewer Conceptions of Social Reality 1967-1975", *Journal of Communication*, April 1976, 1-102.
- GERBNER, G. vd. (1979). "The Demonstration of Power: Violence Profile No: 10", *Journal of Communication*, 29 (3), 177-196.
- GERBNER, G. vd. (1980a). "The "Mainstreaming" of America: Violence Profile No.11", *Journal of Communication*, Summer, 10-29.
- GERBNER, G. vd. (1982). "What Television Teaches About Physicians and Health", *Mobius: A Journal for Continuing Education Professionals in Health Science*, April, 44-49.
- GERBNER, G. vd. (1986). "Living with Television: The Dynamics of the Cultivation Process", içinde *Perspectives on Media Effects*, Ed. Jennings Bryant ve Dolf Zillmann, Lawrence Erlbaum, 17-40.
- GERBNER, G. vd. (1994). "Growing up with Television: The Cultivation Perspective", içinde *Media Effects: Advances in Theory and Research*, Ed. Jennings Bryant ve Dolf Zillmann, Lawrence Erlbaum, 17-41.
- HERMANN, E. (2016). *The Cultivation Effect of Social Network Site Use on Consumers' Brand Attitudes, Ethnic Diversity Perceptions and Attitudes*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Europa-Universität Viadrina in Frankfurt (Oder) am 06.06.2016.
- HILL, L. J. (2015). *Female-Parent Perspectives on the Influence of Sexually Focused Television or Internet Tv Programs and Film on the Attitudes and Behaviors of Adolescent Females:a Qualitative Inquiry*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Capella University.
- KANG, J. G. ve MORGAN, M. (1988). "Culture Clash: Impact of U.S. Television in Korea", *Journalism Quarterly*, 65, 431-438.

- LAU, H. Y. (2015). "Cultivation Effects of Television Broadcasting and Online Media", içinde *New Media, Knowledge Practices and Multiliteracies*, Ed. Ma W.K. Will vd., Springer, 13-21.
- MORGAN, M. (1984). "Heavy Television Viewing and Perceived Quality of Life", *Journalism Quarterly*, 61, 499-504.
- MORGAN, M. (1990). "International Cultivation Analysis", içinde *Cultivation Analysis: New Directions in Media Effects Research*, Ed. Nancy Signorielli ve Michael Morgan, Sage Publication. 225-247.
- MORGAN, M. (1995). "The Critical Contribution of George Gerbner", içinde *A Different Road of Taken*, Ed. John A. Lent, Westview Press. 99-117.
- MORGAN, M. ve SHANAHAN, J. (1991). "Television and the Cultivation of Political Attitudes in Argentina", *Journal of Communication* 41 (1), 88-103.
- MORGAN, M. ve SHANAHAN, J. (1992). "Comparative Cultivation Analysis Television and Adolescents in Argentina and Taiwan", içinde *Mass Media Effects Across Cultures*, Ed. Felipe Korzeny vd., Sage Publication. 173-197.
- MORGAN, M. ve SHANAHAN, J. (1997). "Two Decades of Cultivation Research: An Appraisal and Meta-Analysis", *Communication Yearbook*, 20, 1-45.
- MORGAN, M. ve SİGNORİELLİ, N. (1990). "Cultivation Analysis: Conceptualization and Methodology", içinde *Cultivation Analysis: New Directions in Media Effects Research*, Ed. Nancy Signorielli ve Michael Morgan, Sage Publication. 13-34.
- NJEGOMIR, M. N. (2016). *The Impact of Facebook, Twitter, and Youtube on Millennials' Political Behavior*". (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). A Thesis Presented to the Faculty in Communication and Leadership Studies School of Professional Studies Gonzaga University.
- ÖZER, Ö. (2004). *Yetiştirme Kuramı: Televizyonun Kültürel İşlevlerinin İncelenmesi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- ÖZER, Ö. (2020). *Kamular Türkü Söyleyin George Gerbner'in Yetiştirme Kuramı Bakımından Özgün Araştırmalar*. Konya: Literatürk Academia Yayınları.
- ÖZER, Ö. (2021). "Yetiştirme Kuramı: Televizyon ve Twitter'ın Yetiştirme Rolüne Yönelik Türkiye'de Yapılan Bir Araştırma", *Global Media Journal TR Edition*, 11 (22), 36-63.
- SHANAHAN, J. ve MORGAN, M. (1999). *Television and its Viewers Cultivation Theory and Research*, Cambridge University Press.
- SHANAHAN, J. vd. (1997). "Green or Brown? Television and the Cultivation of Environmental Concern", *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 41, 305-323.
- SİGNORİELLİ, N. (1991). "Adolescents and Ambivalence Toward Marriage A Cultivation Analysis", *Youth and Society*, 23 (1), 121-49.
- SİGNORİELLI, N. ve MORGAN, M. (1996). "Cultivation Analysis: Research and Practice", içinde *An Integrated Approach to Communication Theory and*

Research, Ed. Michael B. Salven ve D.W. Staks, Lawrance Earlbaum Associates Publishers. 111-26.

TSAY-VOGEL, M. vd. (2018). “Social Media Cultivating Perceptions Of Privacy: A 5-Year Analysis Of Privacy Attitudes And Self-Disclosure Behaviors Among Facebook Users”, *NewMedia and Society*, 20 (1), 141-161.

ATOM BOMBASINDAN FUKUSHIMA'YA GODZILLA (GOJIRA)

Volkan ÇELİK*

ÖZ

Japon sinemasının ikonik karakteri Godzilla'nın felaketler ile olan ilişkisinin ve nükleer felaketlerin bu yaratığın doğuşundaki katkısının, yerinin anlaşılması amacıyla ortaya koyulan bu çalışmada, Japonya'nın yaşadığı veya sahip olduğu doğal, mitolojik, kültürel ve insan kaynaklı felaketler göz önünde bulundurularak *Godzilla* (1954) ve *Shin Godzilla* (2016) filmlerinin eleştirel incelenmesi gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, Godzilla adlı dinazor-ejderha melezi devasa yaratık, kökenlerini hem Japon kültüründen hem de nükleer tehditten alan bir varlıktır. O, 1945 yılında atılan atom bombalarının veya 2011'de Fukushima'da patlama tehlikesi geçiren nükleer santralin sinemadaki bir göstereni, sembolize edilmiş halidir. Ancak aynı zamanda Japon mitolojisinden çıkıp gelmiş öfkeli bir ilahdır ve doğayı kirleten insanı cezalandırmak istemektedir.

Anahtar Kelimeler: Godzilla, Atom Bombası, Japonya, Felaket, Kaijuu, Japon Sineması, Nükleer Tehdit, Japon Mitolojisi.

FROM THE ATOM BOMB TO FUKUSHIMA GODZILLA (GOJIRA)

ABSTRACT

In this study, which was put forward to understand the relationship of the iconic character of Japanese cinema, Godzilla, with disasters, and the contribution of nuclear disasters to the birth of this creature, the *Godzilla* (1954) and *Shin Godzilla* (2016) films were critically examined. According to the findings, the giant dinosaur-dragon hybrid creature named Godzilla is a being that takes its origins from both Japanese culture and the nuclear threat. It is a cinematic representation of the atomic bombs dropped in 1945 or the nuclear power plant in Fukushima that was in danger of explosion in 2011. However, it is also an angry deity from Japanese mythology and wants to punish people who pollute nature.

Keywords: Godzilla, Atomic Bomb, Japan, Disaster, Kaijuu, Japanese Cinema, Nuclear Threat, Japanese Mythology.

* Doktora Öğrencisi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, celikvolkan58@gmail.com, ORCID: 0000-0002-9005-5333.

Makale Geliş Tarihi: 17.07.2021

Makale Kabul Tarihi: 12.12.2021

Araştırma Makalesi

GİRİŞ

“Godzilla” adlı devasa canavar, Japonya’nın ve de Japon sinemasının dünya sinema ve popüler kültürüne kattığı çok önemli ikonik bir figürdür. Bu canavarın hem Japon canlı çekim ve anime versiyonları hem de Hollywood yeniden üretimleri olmak üzere onlarca filmi vardır. Ancak bu kadar çok filme ve popülerliğe sahip bir yaratığın sinemada doğuş sebebi nedir? Bu felaket filmleri, sırf bir bilim-kurgu ve fantezi ürünü olarak, dikkat çekici bir hikaye ile seyirciyi salona çekmek için mi üretilmiştir yoksa çok daha önemli bir motivasyon mu barındırmaktadır?

Godzilla’nın doğuş sürecindeki temel motivasyonu ve gerçek felaketler ile ilişkisini anlayabilmek amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada, iki film; *Godzilla* (1954) ve *Shin Godzilla* (2016) adlı filmler odağa alınmaktadır.

Filmlerin daha iyi anlaşılabilmesi için Japonya coğrafyası ve kültürü hakkında bazı bilgiler sunulmasının faydalı olacağı düşüncesi ile bu alanlara da değinilecektir. Öncelikle, bir felaketler ülkesi olarak adlandırılan Japonya’nın coğrafi özelliklerinden bahsedilerek depremler, yanardağ patlamaları, tsunamiler ve fırtınalar ile olan ilişkisi aktarılacaktır. Ardından, felaketlerin Japon kültüründe ne anlama geldiğinin daha iyi anlaşılabilmesi adına coğrafi yapının ve iklimin topluma ve kültüre bir yansıması olan Japon mitolojisinden ve de felaketlerden doğmuş veya felaketlere sebep olduğuna inanılan bazı kamilerden/ilahlardan bahsedilecektir.

Japonya’nın ve Japonların doğal ve mitolojik felaketler ile olan ilişkisinin açıklanmasının ardından ise özellikle geleneksel Japon toplumu ve kültürü açısından başka bir tür felaket olan değişen aile ve toplum yapısına değinilecektir. Japonya’nın binlerce yılda gelişen erkek egemen klasik toplum yapısı, II. Dünya Savaşı sonrası hızla değişime uğramış ve hem kadının ev dışına çıkması, hem de artan bireyselleşme, geleneksel toplum yapısını değiştirmiştir. Yaşanan değişim, özellikle muhafazakar kesim arasında bir felaket olarak değerlendirilmiştir.

Godzilla’yı doğuran ülkenin toplumsal dinamiklerini daha iyi anlamak adına temas edilecek bu durum sonrasında ise insan kaynaklı iki felakete değinilerek filmler ile bağlantı kurulacaktır. Bu felaketlerin ilki, 1945 yılında yaşanan atom bombası saldırıdır. 200 bin insanın ölümüne sebep olan bu saldırılar, *Godzilla* (1954) filminin ortaya çıkmasında önemli etki bırakmışlardır. Ancak doğrudan saldırı günlerine ve yerlerine geçilmeden önce, bu felaketin yaşanma sebebini anlayabilmek için Japonya’nın nasıl o noktaya geldiğine değinilmiş; İmparator Meiji’nin 1868’de tahta çıkışından 1945’de savaşın kaybedilişine kadar geçen modernleşme ve sanayileşme süreci aktarılmıştır.

Atom bombasının yarattığı nükleer felaket, Japon toplumuna büyük bir korku salmış ve 2011 yılında yaşanan “Fukushima Nükleer Santral Felaketi” de bu korkuyu yeni baştan hatırlatmıştır. Çünkü yaşanan deprem ve tsunami sonrasında nükleer santral zarar görmüş, sızıntı sonucunda radyoaktif maddeler havaya ve suya karışmıştır. Bu felaketten sonra ise *Shin Godzilla* (2016) filmi çekilmiştir. Bu sebeple de 2016 yılında Godzilla’yı yeniden Japon sinemasına taşıyan bu felaketin ne olduğuna da değinilmiştir.

Japonya’nın doğal, mitolojik, toplumsal ve nükleer felaketler ile olan ilişkisine değinildikten sonra ve belirtilen 1954 ve 2016 tarihli iki filmin incelenmesine geçilmeden önce ise kısaca Japon sinemasının ve de Japon sineması içerisindeki bir tür olan “kaijuu/canavar” filmlerinin gelişimi ele alınmıştır. Sinemanın özellikle ABD işgaline kadar olan gelişimi sunulmuş ve

sonrasında ise ABD etkisi ve sansürü altında kaijuu filmlerinin nasıl ortaya çıktığı anlatılmıştır. Tüm bu bilgiler sonrasında ise tarihsel sıraya göre iki Godzilla filminin eleştirisi yapılmış ve elde edilen veriler eşliğinde çıkarım yapılarak bir sonuca ulaşılmıştır.

1. FELAKETLER ÜLKESİ JAPONYA

Japonya, coğrafi konum, tarihi olaylar, toplumsal ve de kültürel yapı sebebiyle birçok felaketi yaşamış bir ülkedir. Coğrafi olarak dört tarafı okyanus ile çevrili bir ada ülkesi olan Japonya, deprem kuşağında yer almaktadır. Bu sebeple de tarih boyunca birçok deprem ve de tsunami yaşamıştır. Diğer yandan Japonya, dünyada atom bombası ile vurulmuş tek ülkedir. Bunlar, doğanın ve de savaşların sebep olduğu toplumsal felaketlerdir. Ancak Japonlar, sadece bu tür olayları felaket olarak nitelendirmezler. Japon kültüründe, toplum ve aile bireyin üstünde ve daha önemlidir ancak giderek modernleşen ve bireyselleşen bir ülkede aile ve toplum yapısı da değişime uğramaktadır. Bu değişim, Japon kültürü için başka bir tür felaket olarak görülmektedir.

1.1. Doğal ve Mitolojik Felaketler

Japonya, yaklaşık olarak 4 bin adadan oluşan bir devlettir fakat bu adalardan sadece “Honshu” ve “Kyushu” gibi birkaç tanesi beşeri faaliyetler için yeterli yüz ölçümüne sahiptir. Japonya, coğrafi konumu sebebiyle sürekli yağış alan verimli topraklara da sahiptir. Ancak Japon denizlerinin havası ülkeye her daim bereketli yağışları getirmez. Özellikle yaz sonu ve sonbahar dönemlerinde Güneybatı Çin denizlerinden gelen yaz rüzgarları, Japonya'ya tayfun olarak anılan hortumları getirmektedir. Yine birçok dağlık araziden oluşan ülkede zamanında 60 tanesi faal olmuş 500'ün üzerinde yanardağ bulunmaktadır ki bunların en önemlisi ülkenin sembol noktalarından birisi olan “Fuji Dağı”dır. Japonya, aynı zamanda tam bir deprem ülkesidir. Yıllık olarak, farklı şiddetlerde, yaklaşık 1500 deprem yaşanır (Meyer, 2019: 2-3).

Japonya'da yaşanan depremlerin en ünlüsü, 1923 yılında gerçekleşmiş olan “Büyük Kanto Depremi”dir. “Tokyo” ve “Yokohama” şehirlerinin beşte üçünü yok eden bu deprem, aynı zamanda da bölgenin ulaşım, endüstri ve yangınla mücadele ağlarını da çökertmiştir. Deprem sonucunda 1,9 milyon insan evsiz kalırken 140 bin kişi ise hayatından olmuştur. Aynı zamanda bu deprem ile birlikte ülke ekonomisi de bir karmaşanın içine düşmüştür (Huffman, 2020: 110). “Miyazaki Hayao”nun 2013 tarihli *Rüzgar Yükseliyor/The Wind Rises/Kaze Tachinu* adlı filmi de bu büyük deprem ile başlamaktadır ve depremin yıkıcılığı seyirciye görsel olarak sunulur (www.imdb.com/, 2021).

Depremler, tayfunlar, denizler ve yanardağlar, tarihin erken dönemlerinden itibaren Japon toplumunun hayatlarını şekillendiren önemli doğa olayları olmuş ve Japon mitolojisinin şekillenip gelişmesine de katkı sağlamışlardır. Bu doğa olaylarının hepsine karşılık gelen birçok kami/ilah, Japon mitolojisi içerisinde kendine yer bulmuştur.

Japon mitolojisinin en önemli üç ilahından birisi olan “Kami Susano-o”, fırtınalı denizlerin ilahı ve de aynı zamanda Japon mitolojisinin ölümler diyarı olan “Yomi”nin efendisidir. Susano-o, tıpkı denizler gibi hem iyi hem de kötü bir karaktere sahiptir. Japon toplumu için deniz, hem bereketin hem de ölümün kaynağıdır. Susano-o ise deniz ile olan bu ilişkinin mitleşmiş bir versiyonudur. Bu ilah, kimi mitlerde bir çocuk gibi hırçın davranarak diğer

ilahlara ve çevresine zarar verir. Başka mitlerde ise bir kurtarıcı olarak meydana çıkar¹ (Akbay, 2014: 125-127).

Japon mitolojisine göre yeryüzünü oluşturan denizler ve karalar, kurucu ilahlar olan “İzanagi ile İzanami” çifti tarafından yaratılmış ve İzanami, birçok doğa olayına ve unsuruna karşılık gelen çokça ilah doğurmuştur. Örneğin “Owatatsumi-no-Kami”, İzanagi ile İzanami’nin çocuklarından birisi olan başlıca deniz ilahıdır. Bu ilah, yiyeceğin ve de ticaretin kaynağı olarak görülür. Yaşlı bir ejderha biçiminde tasvir edilir ve balıkların efendisi olarak anılır. “Oyamatsumi-no-Kami” ise deniz ilahının adeta dağ versiyonudur. Japon mitolojisinde birçok dağ tanrısı bulunmaktadır ancak Oyamatsumi, başlıca dağ ilahı konumundadır. Bu ilah, aynı zamanda da Susano-o’nun kayınpederidir (Ashkenazi, 2018: 358-359). Bir başka dağ ilahı ise Oyamatsumi’nin kızı olan “Konohanasakuya-Hime”dir. Bu ilah, volkanik bir dağ olan Fuji ile özdeşleşmektedir ve oranın ilahı olarak anılır (Ashkenazi, 2018: 326-327). Japon mitolojisinde denizler ve dağlar için olduğu kadar hava olayları için de birçok ilah yer almaktadır. Örneğin, insan göbeği yediğine inanılan iblis görünümüne sahip ilah “Raijin/Raiden”, bir gök gürültüsü kamisidir ve etrafında süzülen davulları çalmaktadır. Raijin, Japon mitolojisinde adı geçen birçok gök gürültüsü ilahından birisidir (Ashkenazi, 2018: 362). Ancak Raijin yalnız gezen bir ilah değildir. Rüzgar tanrısı “Fujin” de ona eşlik etmektedir. Görünüş olarak büyük oranda Raijin’i andıran Fujin, taşıdığı rüzgar çuvalı ile davullu Raijin’den ayrılmaktadır. Raijin ve Fujin, insanlara bereketli yağmur havalarını taşıyabildikleri gibi, felaketler getiren kasırgaları getirme gücüne de sahiptirler (Ashkenazi, 2018: 233). Raijin’in tek gök gürültüsü ilahı olmadığını belirttiği bu noktada “Takemikazuchi-no-Kami”den de bahsetmek gerekmektedir. Takemikazuchi de bir gök gürültüsü tanrısıdır. Ancak aynı zamanda da semavi/göksel savaşçı ilah ve savaş sanatlarının himayecisidir. Bir aramita yani sert ruh olan Takemikazuchi², Japon mitolojisi içerisinde

¹ Kami Susano-o, mitlerde dünyayı karanlıkta bırakan güneş tutulmasının da sebebi olarak gösterilmiş ve o dönem toplumu için büyük bir felaket olan ışıksız kalmanın suçlusu olarak görülmüştür. Annesi İzanami’nin ölümü sonrası babasının onu atadığı Fırtınalı Denizlerin Kamisi olma sorumluluğunu yerine getirmeyen ve Yomi’ye, annesinin yanına gitmek için ısrar eden Susano-o, babası İzanagi’yi öfkelenmiştir ve böylece sürgün edilmiştir. Sürgüne gitmeden önce ise Güneş İlahı ve tüm ilahların önderi konumundaki kız kardeşi Amaterasu ile vedalaşmak için “Takamagahara”ya yani ilahların göklerdeki mekanına yükselmiştir. Kardeşinin gelişinden ilk başta şüphelenen Amaterasu, onu göklere kabul etmek istememiş ancak sonrasında iyi niyetli olduğuna ikna olmuştur. Susano-o ise kız kardeşinin ona gösterdiği güveni boşa çıkarmış ve çeltik tarlalarına zarar vermeye başlayıp kız kardeşinin pirinç tadımı yaptığı mekana dışkı yapmıştır. Üstelik yaptığı kötü şakalar ile bir ilahı korkutup ölmesine sebep olmuş ve böylece gördükleri şeyler sonucunda çok mutsuz olan Amaterasu da kendini bir mağaraya kapatmıştır. Amaterasu’nun gidişiyle hem yeryüzü hem de gökyüzü ışıksız kalmıştır. Amaterasu’nun mağaradan çıkarılabilmesi için Takamagahara’da bulunan 8 milyon ilahın hep birlikte mücadele vererek, planlar kurarak Amaterasu’yu kandırması gerekmiştir (Naumann, 2005: 107-144). Japon mitolojisinin üç temel mitinden birisi olan “Güneş Soyu Miti”ni daha ayrıntılı bir şekilde okuyabilmek için “Nelly Naumann”ın “Japon Mitolojisi” adlı kitabına göz atılabilir.

² Takemikazuchi, o zamana kadar, Takamagahara’dan kovulduktan sonra yeryüzüne inip kendi soyunu oluşturan Susano-o’nun sonraki kuşak torunlarından birisi olan “Okuninushi”nin idaresinde olan yeryüzünü Amaterasu adına fetheden ilahlardır. Amaterasu, Okuninushi’nin diyarını ele geçirecek burayı kendi oğullarından birinin kontrolüne vermek istemiş ve bu amaçla Takemikazuchi’yi yeryüzüne yollamıştır. Yeryüzüne inen Gök Gürültüsü İlahı, yeryüzü efendisinin oğullarını mağlup ederek bu diyarın kontrolünü Okuninushi’den almış ve Amaterasu’ya sunmuştur. Amaterasu ise daha önce seçtiği

özellikle “Sazlıkların Ana Diyarı” olarak anılan yeryüzünü Takamagahara (gökyüzü) ilahları ve Amaterasu için fethetmesi ile ön plana çıkmaktadır (Ashkenazi, 2018: 397-398).

Japon mitolojisinin felaketler ile olan ilişkisine değinirken “Kami Hachiman” ve üç temel Japon mitinden birisi olan “Kamikaze/İlahi Rüzgar Miti”nden bahsetmemek olmaz. Hachiman, Budist bir ilah olarak bir daibatsu yani büyük Buda olarak kabul edilip Budist tapınaklarının koruyucusu olarak da saygı duyulan bir ilahdır. Aynı zamanda da savaş ve kültür kamisidir. Altıncı veya yedinci yüzyılda Japon İmparatorluğu’nu yönetmiş olan “İmparatoriçe Jingu” ve oğlu “İmparator Ojin”, birlikte Kami Hachiman olarak anılmışlardır. Hachiman, 13. yüzyıl içerisinde yaşanan Moğol istilalarını engelleyen ve Moğol donanmasını gönderdiği rüzgarlar ile batıran ilah olarak bilinir (Ashkenazi, 2018: 241-242). İlk Moğol istila girişimi, 1274 yılında Japonya’yı Feodal Dönem’e taşıyan “Kamakura Şogunluğu” zamanında yaşanmıştır. İkinci istila girişimi ise 1281 yılında gerçekleşmiş ve yine başarısız olmuştur. Her iki seferde de fırtınalı hava Moğol donanmasına çok büyük zarar vermiştir. 1274 yılındaki ilk istila girişiminde “Kubilay Han”, Japonya’ya 900 gemi ve 25 bin Moğol askeri yollamıştır. Moğol askerlerini durduran ise Japon kuvvetlerinden çok olumsuz hava şartları olmuş ve donanma, daha fazla zayıt vermemek adına geri çekilmiştir. İstilada başarısızlığa uğrayan Kubilay Han, Japonya’ya teslimiyet için elçiler göndermiş ancak hiçbir şekilde istediği yanıtı alamamıştır. Bu sırada Japonlar, ana karaya en yakın yer olan Kyushu bölgesinin kıyı savunmalarını güçlendirmişlerdir. 1281 yılında ise Moğollar, bu defa 4 bin gemi ve 150 bin asker ile Japonya kıyılarına ulaşmış ancak 53 gün boyunca kıyı savunmasını aşamamışlardır. Sonrasında ise yaşanan kasırga ve ortaya çıkan hortum, Moğol donanmasının yarısını batırmış ve istilacılar bir kez daha geri çekilmek zorunda kalmıştır (Meyer, 2019: 82-83). “Kamikaze Miti”, bu 13. yüzyıla ait gerçek tarih olaylarının mitleştirilmesi sonucu oluşmuş üç temel Japon mitinden birisidir. Moğol donanmasını yok eden fırtınayı Kami Hachiman’ın yolladığına inanılarak bu fırtınaya Kamikaze yani ilahi rüzgar adı verilmiş ve iki başarısız istila girişimi sonrasında Japonlar arasında ülkelerinin ilahlar tarafından korunduğuna yönelik inanç daha da kuvvetlenmiştir (Ashkenazi, 2018: 291-293).

Fırtınalar, hortumlar, yanardağlar ve depremler gibi insanların baş etme kapasitesinin çok ötesindeki doğa olaylarının her biri, Japon mitolojisinde kendine çeşitli ilahlar aracılığı ile yer bulmuştur. İnsanlar, bu ilahlara saygı gösterip ibadet ederek onları mutlu etmeye ve ilahların öfkelerini üzerlerine çekmemeye çabalamışlardır çünkü fırtınalar gibi doğal felaketlere bu ilahların sebep olduğuna inanmışlardır. Hachiman ve Kamikaze Miti, bu inancın en net örneklerinden birini sunmaktadır. Gerçi bu örnekte felakete uğrayan Japonlar değil Moğollar olmuştur ancak sonuçta yaşanan doğal felaketler kamilerin öfkesi olarak kabul görmüştür.

Doğa ile kami ilişkisi bağlamında ve çalışmanın konusunu oluşturan *Godzilla* filmleri ile bağlantı kurulması açısından Japon mitolojisi içerisinde değinilmesi gereken bir başka ilah daha yer almaktadır. “Nai-no-Kami” ya da bir diğer ismiyle “Namazu”, depremlere sebep olan ilah olarak anılmaktadır. Bu ilah, yeraltında yaşayan dev bir kedi balığı olarak tasvir edilir. Dünyanın bağırsakları arasında yüzmeye başladığı zaman, yeryüzünde depremlere

oğlu göreve gelmek istemediği için onun oğlu olan torunu Ninigi’yi yeryüzüne hükümdar olarak yollamıştır. Ninigi, Japon imparatorluk hanesinin atası olarak kabul edilen bir ilahdır ve bu sebeple de imparatorluk soyunun baş kami olan Güneş Kamisi Amaterasu’ya dayandığına inanılır (Naumann, 2005: 209-213).

sebeptir. Namazu, korkulan bir ilahdır ancak bu korku çoğunlukla zengin sınıf arasındadır. Yoksul sınıf açısından ise onun yarattığı depremler, zengin ile fakirin yer değiştirebildiği dönüşüm ve yenilenme fırsatlarıdır. Namazu, aynı zamanda Japon mitolojisinde çokça bulunan gök gürültüsü ilahları ile de özdeşleştirilmektedir. Japonlar için Namazu, yerin altındaki bir gök gürültüsü ilahıdır (Ashkenazi, 2018: 340-341). Bu ilah, biçimsel olarak dev bir kedi balığı, bir canavar oluşuyla ve de sahip olduğu güç ile potansiyel bir felaket getirici olmasıyla, Japon sinemasında kendine yer edinmiş Godzilla gibi canavarların ilkel dönem atası konumundadır.

1.2. Geleneksel Felaket: Bireyselleşme ve Dağılan Aile Yapısı

Japon kültüründe aile ve toplum, bireyin üstünde ve de bireyden daha önemlidir. Japon aile yapısının temeli, ölen hane üyelerine birer ilah olarak tapılan “atalar kültü” inancına dayanmaktadır. Yani geleneksel Japon ailesi, dini ve de ataerkil bir oluşumdur. Evin reisi olan baba, aynı zamanda da rahibidir. Varis olan en büyük erkek çocuk evlenmeli ve atalar kültünü devam ettirip hanenin ilahlarına ibadeti sürdürecektir çocuklara sahip olmalıdır. Ailenin kız çocukları ise sonrasında başka hanelere katılacakları için geri plandadırlar. Erkek çocuğu bulunmayan haneler, evlat edinme yöntemi ile aile adını ve kültünü devam ettirecek kişileri ailelerine dahil edebilirler. Bu yapıda, kan bağından çok aile adının ve kültünün devam ettirilebilmesi önemlidir. Aynı atalar kültü etrafında toplanan geniş ailelere “uji” adı verilmektedir ve ujilerin ortak atası olarak görülen ilah ise “Ujigami” şeklinde anılmakta ve saygı görmektedir. Geleneksel Japon ailesinin temelini dinin inanç oluşturmaktadır. Bu dini temelli aile yapısında tek tek bireyler değil, aile (aile adı ve kültü) önemlidir. Aile her daim bireyin üstündedir. Bu yapıda, bireyin değil, ailenin hakları vardır. Asıl önemli olan aile adının ve kültünün devam ettirilmesidir. Japon ataerkil aile yapısında erkek önemlidir. Kadımlar ikinci sınıf muamele görürler ve ailenin erkekleri karşısında hemen hemen hiç hakları yoktur. Aile reisi olan baba, mutlak yöneticidir (Hearn, 2016: 45-59).

Aileyi bireyin üstünde tutan bu yapı, tüm geleneksel Japon toplumuna yansımıştır. Geleneksel Japon toplumunda bütün ülke, aralarında kan bağı olmasa dahi kocaman, tek bir aile olarak görülmüş ve ailenin başındaki mutlak otorite ve baba figürü ise ilahların soyundan geldiğine inanılan imparator olmuştur. II. Dünya Savaşı sonuna kadar bu inanç, sarsılmaz bir şekilde devam etmiş ve toplumun hiyerarşik yapısının temelini oluşturmuştur. Halk, imparatorlarına ve babalarına sarsılmaz bir bağlılık göstermiştir. Japonlara göre imparator, devletin başıdır ancak dünyevi meseleler ile ilgilenmez ve bu sebeple de dünyevi meseleler ile suçlanamaz. Meiji Dönemi'nin başlamasıyla birlikte imparatorun konumu yasa ile de koruma altına alınmıştır. Ataerkil kodlar ile şekillenen Japon toplumunda hiyerarşi önemlidir. Bir Japon, toplumdaki konumunu ve görevini kabul etmeli ve isyan etmeden yaşamalıdır (Şen, 2014: 116-124).

Geleneksel Japon toplumunda birey olmak zor, grup üyesi olmak ise daha kolaydır. Bu yapıda, birey topluma karşı sorumludur ve bireyin hareketleri sadece kendisini değil, aynı zamanda hem ailesini hem de toplumu etkiler. Topluma karşı görev ve sorumluluk ilkesi ile yaşayan Japonlar, borçlanma ve borçlarını ödeme ilişkisi üzerine bir düzen takip ederler. Bu borçlanma atalara, çağdaşlara ve de gelecek nesle yöneliktir. Geleneksel toplumda bir Japon, ailesine, topluma ve de imparatora karşı sorumludur. Birey sorumluluklarını yerine getirmez ya da suç işlerse, sonuçlar aileye de yansır/yansıtılır. Bu yapı içerisinde suç işleyen ya da hata yapan bireyler, ailesinin zarar görmemesi için kendi kendini cezalandırma yolunu

seçebilmektedir ve seçilen ceza, büyük oranda intihardır. Japonya'daki intihar oranlarını etkileyen önemli bir unsur da bu aile ve toplum yapısıdır. Aileyi ön planda tutan yapının bir diğer yansıması da ad-soyad kullanımında gözlemlenir. Japonlar önce aile adlarını, daha sonra ise bireysel adlarını kullanırlar. Bu aile yapısı, modern dönemde şirketlere de yansımış ve ömür boyu istihdam anlayışını oluşturmuştur. Bir kişi, girdiği şirkete aile olarak görmeli ve emekli olana kadar sadık bir şekilde orada çalışmalıdır (Şen, 2014: 124-131).

Heian Dönemi'nin sonu ile Kamakura Dönemi'nin başı arasında gelişen ve "ie" olarak anılan geleneksel aile yapısında amaç, hanenin topraklarını ve mal varlığını korumak olmuştur. Mal varlığı hanenindir ve miras yoluyla bireylere bölünemez. Bu aile yapısında kadınlar geri planda olsa bile özveri-borç ilişkisi sebebiyle annelerin çocukları üzerinde söz hakkı vardır; anneler oğullarının evliliklerinde belirleyici rol oynarlar. Geleneksel aile yapısında en başta olan aile reisi, önce kendi yaşlı anne ve babasına, sonra çocuklarına, en son olarak da eşine karşı sorumludur. Japonya, Tokugawa Dönemi'ne geçiş yaptığında, ie'nin sahip olduğu güç kanunla koruma altına alınmış, Meiji Dönemi'nde ise aile üyeleri arası ilişkiler yasa bünyesine alınarak kadının mal varlığının kontrolü kocasına verilmiştir. Yine bu dönemde, aile reisinin evlilik dışı birlikteliklerden doğan erkek çocukları, resmi eşinden olan kızlarından üstün tutulmuştur. Geleneksel Japon toplumunda anne olmak, kadının konumunu yükselten başlıca unsur olmuştur. II. Dünya Savaşı sonrasında çıkarılan 1947 Anayasası ise kadına yeni haklar tanıyarak toplumdaki konumunu iyileştirmiştir. Savaş sonrası dönemin görece özgürlükçü ve demokrasiyi geliştirmeye çalışan ortamında hem kadının eğitim seviyesini artırarak evin dışına çıkıp çalışma hayatına atılması, hem büyük şehirlerde insanların geniş aileler yerine çekirdek aileler olarak yaşam sürmeye başlaması, hem de yeni ortamın bireyselleşmeye daha fazla imkan tanınması, geleneksel Japon aile yapısının dağılmaya başlamasına sebep olmuştur (Şen, 2014: 131-146).

20. yüzyılın ikinci yarısında, savaşın kaybı ve hızlanan modernleşme ile birlikte Japon toplumunda hem kadının hem de erkeğin konumları değişime uğramıştır. Ekonomik, kültürel ve teknolojik gelişmelerin sonucu olarak daha bağımsız bir Japon kadını profili oluşmuştur. Japon erkeği için ise süreç tersi yönde ilerlemiş ve geleneksel toplumda mutlak otorite olan erkek, bu gücünü yitirmeye başlamıştır. Savaşın kaybedilmesi, toplumun babası olan imparatorun teslim olması ve ülkenin tarihte ilk defa işgal edilmesi, erkeğin otoritesini sarsmıştır (Çelik, 2020: 157). 1970'ler ile birlikte Japon kadınlar, iş hayatında farklı sektörler üzerinden daha fazla yer almaya başlamış ve evlenip çocuk yapmak gibi geleneksel dönem sorumluluklarından uzaklaşmışlardır. Bu yaşananların önüne geçmeye çalışan muhafazakar/gelenekçi kesim ise özellikle medya organlarını kullanarak iş hayatına atılan bekar kadınlar için karalama haberleri ortaya atmış ve romantik komedi türündeki filmler ve diziler ile de evi ve aileyi modern Japon kadını için ilgi çekici göstermeye çabalamıştır (Çelik, 2020: 158-159). Liberal /modernist kesim ise medya organlarını, özellikle anime ve mangayı, II. Dünya Savaşı sonrasında erkeğin otorite kaybını yansıtmak için kullanmışlardır. Savaş öncesinde imparator, ülkenin mutlak otoritesi ve baba figürüdür. Aile reisleri de imparatorun hane içindeki yansımaları konumundadır. Ancak savaş sonrasında hem imparator hem de aile reisi olan erkek eski otoritesini ve gücünü yitirmiştir. Bu yitiriş, anime ve mangalarda, güçsüz, korkak, beceriksiz baba figürü ya da ailenin bir babaya sahip olmaması ile kendine yansıma bulmuş; çokça da tekrar edilmiştir (Çelik, 2020: 164). Aile yapısında ve kadın erkek ilişkilerinde yaşanan tüm bu değişimler, özellikle muhafazakar kesimde Japon kültürünün kıyameti/felaketi olarak yorumlanmıştır. Bu türden kültürel ve

toplumsal değişimler, yüzyıllarca aileye önem vermiş Japon toplumu için doğal felaketlerden daha tehlikeli görülmüş çünkü bu değişim doğrudan geleneksel kültürlerini tehdit etmiştir.

1.3. İnsan Kaynaklı Toplumsal Felaketler

Japonya, bulunduğu coğrafya sebebiyle birçok doğal felakete gebe ve de bunlar ile yüzleşen bir ülkedir ancak 20. ve 21. yüzyılda yaşanan iki büyük felakete doğadan çok insan sebep olmuştur. Özellikle 1945 yılında Japonya'ya atılan iki büyük atom bombası, gelişen teknoloji ile birlikte insanın doğaya denk ve hatta ondan daha beter bir felaket kaynağı olduğunu kanıtlamıştır. 2011 yılında yaşanan “Fukushima Felaketi” ise aslında ilk başta doğal bir felaket olarak başlayıp bir nükleer santralin depremden zarar görmesi ile birlikte insan temelli bir felakete dönüşmüştür.

1.3.1. II. Dünya Savaşı ve Atom Bombası Felaketi

Japonya'nın atom bombası felaketi ile nasıl yüzleştiğini anlamak için ülkenin bir orta çağ devletinden modern bir sömürge imparatorluğuna dönüşüm sürecini anlamak ve bu felaketi getiren kırılma noktasına nasıl ulaşıldığını görmek gerekmektedir.

Japonya, Tokugawa Dönemi'nin başladığı 17. yüzyıl başından 19. yüzyıl ortalarına kadar olan dönemde sınırlarını dış dünyaya kapatarak izole bir toplum şeklinde varlık göstermiş; Tokugawa “şogun”ları ülkeyi merkezi bir otorite altında idare etmişlerdir. Ülkenin dış dünyaya açık olan tek limanı ise Hollandalıların ve Çinlilerin ticaret yapma izni bulunan Nagasaki Limanı olmuştur. Tokugawa iktidarının yapmış olduğu bu tercih, Japonya'yı dünyanın gerisinde bırakarak bir orta çağ toplumu olarak kalmalarına sebep olmuştur. Bu dışa kapalılığı bozan ise 1853 yılında ABD olmuş ve Japonya'nın limanlarını ticarete açmasını talep etmiştir çünkü ABD, Japonya'yı Pasifik Okyanusu'nda bir ikmal noktası olarak kullanmayı amaçlamıştır. Dört savaş gemisi ile Japon kıyılarına gelen “Komodor Perry”, ülkenin ticarete açılması talebini iletip bir yıl süre vermiş ve 1854 yılında bu defa on savaş gemisi ile geri gelmiştir. Baskıya ve ABD'nin modern donanma gücüne karşı koyamayacak durumda bir orta çağ ülkesi olan Japonya, anlaşmayı kabul etmek zorunda kalarak iki limanını daha ticarete açmış ve ABD'ye ülkede elçi bulundurma hakkı vermiştir. Bu yaşananlardan sonra tekrar benzer bir baskıya uğramak istemeyen Japonya, yüzlerce yıllık şogunluk sistemine 1868'de son vererek imparatoru yeniden mutlak güç sahibi konuma getirmiştir. Böylece askeri aristokrasi ve imparator arasında bölünmüş olan ikili yönetim anlayışı son bulmuştur. 1868'de başa geçen “İmparator Meiji” önderliğindeki Japonya, hızla sanayileşip modernleşerek Batılı ülkeler ile aynı seviyeye gelebilmek için çalışmaya başlamış ve 30 yıl içinde bir orta çağ ülkesinden sanayileşmiş modern bir devlet halini almıştır (Sander, 2011: 276).

Japonya, Çin gibi diğer Asya ülkelerinin aksine Batı'nın teknolojisine, siyasetine ve de kültürüne daha çabuk uyum sağlayıp hızla gelişmiştir. Ancak ham madde yönünden kısır, kısıtlı bir ülke olan Japonya, sanayisini geliştirdikçe bu kısıtlılığı daha yoğun hissederek saldırgan, sömürgeci bir politika takip etmeye başlamış ve Asya ana karasına yayılmayı amaç edinmiştir. Böylece Japonya, Asya'yı gelişen sanayisi için hem bir ham madde kaynağı

³ Şogun: Barbar-boyun eğdiren general; 1196'dan sonra tahtın arkasındaki askeri güç (Meyer, 2019: 313).

hem de pazar olarak kullanmayı ummuştur. Ayrıca siyasi ve stratejik nedenlerden ötürü de Japonya ana karada yayılmak istemiştir çünkü batı sınırında ilerleyişi durdurulmuş olan Çarlık Rusya'nın ilerleyiş yönü güney doğusunda kalan Çin'e dönmüştür. Hem kendi pazarını elde etmek hem de Rusya'nın Asya'daki hakim güç olmasını engellemek isteyen Japonya, öncelikli olarak Kore'yi kontrol altına almak istemiş, bu sebeple de Çin'i karşısına almıştır. İki ülke arasında 1894 yılında yaşanan savaş Japonya kazanmış ve Kore üstündeki etkisini arttırmıştır. Çin'i mağlup etmiş olan Japonya'nın yeni rakibi ise Rusya olmuş ve bölgedeki hakimiyet çekişmesi 1904-1905 yılları arasındaki Rus-Japon Savaşı ile son bulmuştur. Japonya, bu savaştan da galibiyetle çıkarak kendini bölgedeki öncül güç olarak ortaya çıkarmış ve sadece 37 yılda bu noktaya ulaşmıştır (Sander, 2011: 277-278).

Çin'i ve Rusya'yı mağlup eden Japonya, hem Kore'yi bu iki ülkenin boyunduruğundan çıkarmış hem de Çin'e ait Güney Mançurya bölgesinde çeşitli imtiyazlar kazanmıştır. 1907'de ise Kore'nin tüm devlet yetkilerini Japonya'ya devreden bir anlaşma iki ülke arasında imzalanmış ve üç yıl sonra ise Kore'nin egemenliğine tamamen son verilip "Chosen" adı altında Japon sömürgesine dönüştürülmüştür. Bu kazanımlarını korumak isteyen Japonya, Avrupa devletleri, Rusya ve ABD ile çeşitli anlaşmalar imzalayıp ittifaklar kurmuş ve konumunu güçlendirmiştir. 1905 yılına kadar Japonya-ABD ilişkileri de genel anlamda olumlu seyretmiştir. Ancak Japonya'nın Çin'in ardından Rusya'yı da mağlup ederek bölgenin baskın gücüne dönüşmesi ile iki ülke arasında da gerginlikler başlamış ve ABD, zaman zaman Japonya'ya karşı Çin'i destekler bir tutum içinde olmuştur. Ayrıca, Japonya'dan ABD'ye yaşanan yoğun göç de bu dönem için iki ülkeyi gerginliğe sürüklemiştir. Ancak ABD, Asya'daki sömürge toprağı olan Filipinler'in güvenliğini sağlamak adına Japonya'nın Kore üzerindeki amaçlarını desteklemiştir (Meyer, 2019: 175-178).

1912'de İmparator Meiji vefat edince yerine oğlu "İmparator Taisho" tahta geçmiştir. 1926'ya kadar iktidarda kalan İmparator Taisho'nun dönemi ise görece önceki imparatora kıyasla daha sakin geçmiş ve Japonya, sembolik olarak katıldığı I. Dünya Savaşı'nda kazanan tarafta yer alarak dünya siyasetindeki prestijini arttırmış ancak sömürge toprağı bakımından tam olarak istediğini alamamıştır (Meyer, 2019). ABD-Japonya problemleri bu dönemde de sürmüş ve 1921 yılında düzenlenen "Washington Konferansı" ile sorunlar çözüme kavuşturulmaya çalışılmıştır. ABD, bu konferansı Pasifik bölgesinde giderek güçlenen Japonya'nın ilerleyişini durdurmak amacıyla düzenlemiş ve konferans sonunda çeşitli devletlerin taraf olduğu 7 ayrı antlaşma imzalanmıştır. Japonya, 1930'ların ortalarında uygun ortam oluştuğunda tüm bu antlaşmaları iptal etmiştir (Meyer, 2019: 187-189).

1926 yılı ile birlikte Japonya'da "Showa Dönemi" başlamış ve "İmparator Showa", 1989 yılına kadar tahtta kalmıştır. Yeni imparator ile birlikte ordu giderek daha da güçlü bir hal almış ve 1930'ların başından itibaren ülke siyasetini kontrol etmeye başlamıştır. Yine bu yıllarda Japonya, Güney Mançurya'da, demiryolu hattını koruma bahanesi ile, askeri gücünü arttırmış ve "Guandong Ordusu" adlı bu askeri güç 1931'de Mançurya'nın tamamını işgal etmiştir. 1932 yılında ise işgal bölgesinde "Mançukuo" adlı bir kukla devlet kurulmuş ve Japonya tarafından tanınmıştır. ABD'nin tepki göstermesi ve Milletler Cemiyeti'nin yaşananlardan Japonya'yı suçlu bulmasının ardından, 1933'de Japonya, Milletler Cemiyeti'nden ayrılmıştır. Çin, iç karışıklıklar sebebiyle bu işgale müdahale edemediği için Japonya, Mançurya'da hakim güç olmuştur (Huffman, 2020: 115-116).

1920’lerde, Taisho iktidarı ile oluşan liberal ortamda, muhafazakar sağcı kesim geri planda kalmış ancak 1930’larda ordu ile işbirliği yaparak güçlenen taraf olmuştur. Ordunun ve muhafazakar kesimin işbirliği ise ülkeyi faşist bir ideolojiye yönlendirmiştir. Japon Faşizmi, tüm ülkeyi tek bir aile ve imparatoru da bu ailenin babası olarak görmüştür. Yine faşist iktidar, “Pan-Asya” politikasını desteklemiş ve Japonya önderliğinde bir Asya hayali kurmuştur. Faşist bir diktatörlük halini alan Japonya, Pan-Asya politikalarını hayata geçirebilmek adına 1937 yılında Çin’i işgal girişimini başlatmış ama başta ABD olmak üzere Batılı devletleri karşısında bulunmuştur (Meyer, 2019: 200-203).

1930’ların ikinci yarısı ve 1940’ların başı ile birlikte Japonya, kendisi gibi dikta yönetimlerine sahip Almanya (1936) ve İtalya (1937) ile ittifak, bölgedeki rakiplerinden Sovyetler (1941) ile de saldırmazlık antlaşmaları imzalamıştır. Aynı zamanda Çin’deki askeri faaliyetlerini de artırarak “Japonya için Asya” politikalarını hayata geçirmiştir. 1941 yılında ise Japonya, ABD’ye savaş açarak Pasifik Okyanusu’ndaki adalara yayılmış ve tarihinin en geniş sınırlarına ulaşmıştır (Meyer, 2019: 205-206).

1930’larda ABD, ekonomik yaptırımlar ve savaş durumlarında tarafsızlık gibi politikalar belirlemiş ve Japonya’nın Çin üstündeki politikalarını Milletler Cemiyeti üzerinden engellemeye çabalamıştır. Ancak 1936’da Washington Konferansı antlaşmalarının son bulması ve hem Çin’e hem de İngiltere’ye destek sağlamak istendiği için bu pasif politikalardan vazgeçilmiştir. Ancak ABD, ülke içindeki savaş karşıtlığı sebebiyle yaşananlara doğrudan müdahale edememiş ve bunun yerine 1939’dan itibaren Japonya’nın ihtiyaç duyduğu ham madde ürünleri üzerinden ülkeye ambargo uygulamaya başlamıştır (Meyer, 2019: 208-211).

Güneydoğu Asya’daki doğal kaynaklara erişmek ve bölgenin tek hakim gücü olmak isteyen Japonya, bu yoldaki rakibi konumundaki ABD’ye savaş açmaya karar vermiş ve 1941’de harekete geçmiştir. Saldırıyı haber alan ama bunu Filipinler üzerinden beklediği için hazırlıksız yakalanan ABD, “Pearl Harbor Limanı”nın saldırıya uğraması ile birlikte hem teçhizat hem de asker anlamında büyük kayıplar vermiş ve böylece “Pasifik Savaşı” başlamıştır. Savaşın ilk döneminde üstün taraf Japonya’dır ve ülke tüm yönlerde genişleyerek birçok bölgeyi ele geçirmiş ve Batılı devletlerin sömürge toprakları üzerinde hakimiyet sağlamıştır. Ancak sonrasında yaşanan stratejik hatalar savaşın seyrini değiştirir. 1943’e kadar imparatorluk sınırları genişlerken bu tarihte birlikte toprak kayıpları başlamış; 1943-44 arasında da kaybedilen yerleri geri almak için maliyetli seferler düzenlenmiştir. Sonrasında ise ülkede istikrarsızlıklar başlayıp birçok hükümet düşmüştür. 1945 yılında savaşın Avrupa ayağı son bulup ambargolar da giderek artınca ve buna ülkedeki ekonominin bozulması da eklenince mağlubiyet kaçınılmaz olmuş ama yine de Japonya’nın teslimiyeti “koşullu” olmuştur. Japonya, imparatorun korunması koşuluyla teslim olmuştur. 15 Ağustos’ta, “Potsdam Bildirisi” kabul edilmiştir. Teslimiyeti hızlandıran başlıca nedenler ise Sovyetler Birliği’nin saldırmazlık antlaşmasını bozarak 8 Ağustos’ta Japonya’ya savaş açması ve de ABD’nin 6 Ağustos’ta Hiroşima ve 9 Ağustos’ta da Nagasaki şehirlerini atom bombası ile vurmasıdır. 2 Eylül 1945’de de Japonya feragat belgesini imzalayarak tam anlamıyla Müttefiklere teslim olur. Böylece tarihinde ilk defa işgal altına alınan Japonya, 1937-1945 yılları arasında 3.1 milyon vatandaşının da hayatını kaybetmiştir (Meyer, 2019: 211-217).

Atom bombaları atılmadan çok önce, 1944 yılı sonlarından itibaren Müttefiklere ait uçaklar Japon şehirlerini bombalamaya başlamış ve böylece sivil halk da savaşın içine çekilmiştir.

Bu bombardımanlar sonucunda 13 milyon insan evsiz kalmıştır. Haziran 1945'de Okinawa bölgesi Müttefiklerin eline geçmiş ve bu sırada sivil ve asker olmak üzere 250 bin Japon hayatını kaybetmiştir. Japon ordusu, süreç olumsuz ilerlerken dahi imparatorluk makamını güvence altına almadan savaşmayı bırakmak istememiştir. Ancak atom bombaları ile birlikte direnç tamamen ortadan kalkmıştır. İki şehirde 200 bin insan, iki adet bomba saldırısı ile yok olmuştur. Aslında daha öncesinde kullanılmakta olan “napalm” bombaları da atom bombaları kadar zarar vermiş ancak atom bombasının yarattığı dehşet çok daha büyük olmuştur. 200 bin insan, bir anda, sadece iki tane bomba ile katledilmiştir. Yanıp kıpırmızı olmuş ve de erimiş insan bedenleri, Hiroşima ve Nagasaki sokaklarını doldurmuştur. II. Dünya Savaşı, insanlığın ahlaki açıdan yozlaşmasının önemli bir delilidir ve bu savaşın her iki tarafı için de geçerlidir. Japonya, savaş boyunca Asya içlerinde 15 milyondan fazla insanın ölümüne sebep olmuş ama kendisi de milyonlarca vatandaşının hayatını kaybetmiştir. Aynı şekilde Müttefikler de savaşı cephe gerisine taşımış ve Japon şehirleri ile sivil halkı bombardımana tutup en sonunda da savaşı atom bombası ile sonlandırmıştır (Huffman, 2020: 122-124).

1.3.2. Fukushima ve Nükleer Santral Felaketi

Japonya, bir deprem ülkesidir. Bu doğa olayı, insan faktörü ile buluştuğunda ise yaşanan felaketin boyutları katlanarak artmaktadır. 11 Mart 2011 tarihinde Japonya'nın Fukushima şehrinde yaşananlar ise bu duruma bir örnek oluşturmaktadır. 11 Mart günü Japonya'da, “Sendai” kenti açıklarında “9.0” şiddetinde bir deprem meydana gelmiş ve deprem sonucunda da bir kıyı şehri olan Fukushima'ya tsunami vurmuştur. Bu şehirde bulunan ve deniz kenarına inşa edilmiş haldeki “Fukushima Nükleer Santrali” ise tsunamiden doğrudan etkilenmiş ve darbe almıştır. Santral, 5.7 metrelik bir tsunamiye göre tasarlanmıştır ancak şehri vuran tsunaminin yüksekliği 23 metredir. Tsunaminin belli aralıklar ile santrale vuran dalgaları, santralin hem soğutma ve su pompalama sistemlerine, hem jeneratörlere, hem de santral yollarına büyük zarar vermiştir. Santrale müdahalenin güç duruma düşmesi üzerine acil durum ilan edilmiş ve santralin 2 km çevresindeki herkes tahliye edilmeye başlanmıştır. Bu tahliyenin alanı 12 Mart'a kadar kademeli olarak 2 kilometreden 20 kilometreye çıkarılmıştır. Santralin zarar görmesi sonucu çeşitli radyoaktif maddeler havaya ve de suya karışmış; santral içerisinde hidrojen oluşumu artmıştır. Biriken hidrojen ise patlamalara sebep olmuş ancak buna rağmen nükleer reaktör çekirdeği soğutulabilmiş ve daha büyük bir felaketin önüne geçilmiştir. Havaya ve suya karışan maddeler sebebiyle santralden çevreye doğru radyasyon salınımı gerçekleşmiştir. Santralin sahibi olan “Tepco” firmasının 31 Aralık 2011'de paylaştığı rapora göre, 11 Mart günü soğutmak çalışmalarında görev almış 19.594 kişi üzerinde radyasyon taraması yapılmış ve 167 kişide çeşitli dozlarda radyasyon bulunmuştur. Ocak 2014 verilerine göre ise bu sayı 173 kişidir. Yine raporlara göre bu kazada radyasyondan ötürü bir can kaybı yaşanmamış, sadece altı çalışmada yüksek doz radyasyondan ötürü akut radyasyon hastalığı ortaya çıkmıştır (www.afad.gov.tr/, 2021). Raporlar, radyasyon sebebiyle can kaybı olmadığını belirtmiştir. Ancak 11 Mart'ta yaşanan deprem ve tsunami neticesinde 18 bin kişi hayatını yitirmiş ve tsunami, bazı yerleşim alanlarını tamamen sular altında bırakmıştır. Aynı şekilde nükleer santraldeki sızıntı sonrasında belirlenen alandaki 150 bin kişi tahliye edilmiş ve alan yasak bölge ilan edilmiştir. 2021 yılı itibarıyla de oluşturulan yasak bölge halen korunmaktadır. Deprem, tsunami ve santral sızıntısı ile geçen 11 Mart 2011 tarihi, Japonya için trilyonlarca yene mal olacak olan

ve yaklaşık 40 yıl sürmesi beklenen bir temizleme çalışmasını ve planlama sürecini doğurmuştur. Japon tarihinin en büyük şiddetteki depremi sonrasında yaşananlar neticesinde yarım milyon insan evlerinden olmuştur. 2011 sonrasında bölgede radyasyon kaynaklı ölümlere sık rastlanmadığı ya da yaşanan felaketin önümüzdeki dönemde bölge halkının sağlığına bir zarar vermeyeceği düşüncesini destekleyen bir Birleşmiş Milletler raporu 9 Mart 2021 tarihinde açıklanmıştır. Ancak birçok kişi açısından ve özellikle bölge halkı için radyasyon tehlikesi tam anlamıyla bitmiş değildir ve insanlar hala karantina bölgesine yaklaşmakta tereddüt etmektedirler. Ayrıca 2018 yılında radyasyondan öldüğü açıklanan bir işçinin ailesine tazminat ödenmiştir. Uluslararası Atom Enerji Kurumu ise Fukushima Felaketi'in kategori 7 seviyesinde sınıflandırarak Çernobil ile aynı ölçekte bir felaket olarak konumlandırmıştır. Japon parlamentosu ise Fukushima'yı insan yapımı bir felaket olarak sınıflandırmış ve santrali işleten Tepco şirketi ile hükümet, önlemlerin yeterince alınmadığı gerekçesi ile soruşturma altına alınmıştır. Şirket, güvenlik önemlerini yeterli seviyede almadığı ve böyle bir felaket senaryosuna hazırlık yapmadığı gerekçesi ile suçlanmış ancak şirket yöneticileri 2019'da aklanmıştır. 2017 yılındaki başka bir davada da hükümet kısmen suçlu bulunmuş ve evlerinden uzaklaştırılan insanlara tazminat ödenmesi kararlaştırılmıştır. Günümüzde ise bölge halen kapalıdır ve açılabilmesi için önümüzdeki 40 yıllık süreçte bölgedeki radyoaktif su ve nükleer atıklar temizlenmek zorundadır. Bunun için de on binlerce işçinin bu bölgede çalışması gerekmektedir. Hükümetin öncelikli amacı ise radyoaktif suyu filtreden geçirerek yakın zamanda Pasifik Okyanusu'na boşaltabilmektir. Ancak bu suyun deniz canlılarına ya da insanlara bir zarar verip vermeyeceği ise halen bir tartışma konusudur (www.bbc.com/, 2021).

2. FELAKETLERDEN DOĞAN CANAVARLAR: KAIJUU FİMLERİ

Japon sineması, dünya sinema kültürüne Kurosawa Akira gibi önemli yönetmenleri ve onların filmlerini (örneğin *Yedi Samuray* (1954) veya *Rashomon* (1950)), anime olarak adlandırılan Japon animasyon filmlerini, Miyazaki Hayao'nun *Ruhların Kaçışı* (2001), *Halka* (1998) gibi korku filmlerini ve elbette en ünlüsü *Godzilla* olan ve *Kaijuu* olarak anılan canavar filmlerini kazandırmıştır.

Japon sinemasının ilk gelişimi, birçok diğer ülke gibi, 19. yüzyılın sonu ile 20. yüzyılın başı arası döneme denk gelmektedir. Sinema teknolojisi, hızla modernleşen Meiji Japonyası'na icadından kısa süre sonra ulaşmış ve gelişim göstermeye başlamıştır. İlk dönem sineması, özellikle Japonya'nın geleneksel tiyatrolarından etkilenmiş ve ilk yıllarda film çekimleri, "Noh" ve "Kabuki" gibi bu geleneksel oyunların kayda alınması şeklinde gelişmiştir. 1920'lere kadar Japon filmleri bu şekilde üretilmiş ancak 1920'lerden itibaren tiyatrodan bağımsız film üretimleri gerçekleşmeye başlamıştır. Japon sinemasının ses teknolojisini kullanmaya başlayacağı 1930'lu yıllara kadar ise "benshi" olarak adlandırılan anlatıcılar, Japon sinema kültüründe sessiz dönem filmlerinin çok önemli bir parçası olmuşlardır. Bu kişilerin görevleri, sessiz filmlerin ara yazılarını seyirciye açıklamak ve de filmi seyirci için yorumlamaktır. Ancak sinemaya sesin dahil olması ile birlikte bu mesleğin sonu gelmiş ve benshiler yavaş yavaş piyasadan silinip gitmişlerdir. Yine de 1930'ların sonuna kadar ülkede hem sesli hem de sessiz filmler birlikte üretilmeyi sürdürmüştür. 1930'larda ülkede ordunun güç kazanması, sinemanın özgürlük alanını kısıtlamış ve sansür uygulamaları baş göstermiştir. Sinema ve de çekilen filmler, militarist iktidar için bir propaganda aracı olarak

kullanılmaya başlanmıştır. Propaganda filmi üretimi, II. Dünya Savaşı sonuna kadar devam etmiştir. 1945 yılına kadar olan süreçte Japon sineması, tiyatro etkisi, beshiler ve propaganda filmleri üçgeninde varlık göstermiştir (Çelik, 2020: 110-11).

II. Dünya Savaşı'nı kaybeden Japonya, 1945 yılında ABD ve Müttefikler tarafından işgal altına alınmış ve bu işgal durumu 1952 yılına kadar sürmüştür. Bu dönemde, ABD öncülüğünde Japonya için bir reform ve iyileştirme süreci başlatılarak ülkenin diktatör faşist rejimden demokrasiye geçişinin sağlanması amaçlanmıştır. İşgal durumu resmi olarak 1952'de son bulmuş ancak Japonya'nın bu işgal boyunca ABD'ye karşı oluşan bağımlılığı 1960 yılına kadar sürmüştür. Bu tarihten sonra ise ülke yeniden bir dünya gücü olma yolunda hızla gelişmeye başlamıştır (Meyer, 2019: 219).

ABD destekli gerçekleştirilen iyileştirme ve de reform politikaları ile birlikte Japon toplumu, 1945 sonrasında sosyal, kültürel ve ekonomik anlamda eskisinden çok farklı bir çevreye dahil olmuştur. Ülke, tarihinde ilk defa işgali yaşamış, bu işgal durumu ve kaybedilen savaşın yıkıcı etkileri, birçok alan gibi sanatı da etkilemiştir. ABD'nin ülkeyi demokratikleştirme çalışmaları sonucunda imparatorluk yönetiminin özelde sinemacılar, genelde ise tüm sanatçılar üzerindeki propaganda filmleri/eserleri bekleyen ve çok katı sansürler uygulayan etkisi son bulmuş ancak bu defa da başka bir tür sansür ortaya çıkmıştır. Milliyetçi duyguları güçlendirecek, toplumu isyana teşvik edecek samuray filmleri gibi filmlerin çekilmesi yasaklanmıştır. Ayrıca ABD'ye eleştiri getiren ya da atom bombası meselesine değinen tüm filmler de sansüre uğramış ve bu mesele üzerine eser üretmek adeta yasaklanmıştır (Çelik, 2020: 114-115).

Godzilla (1954) ile başlayan kaijuu/canavar filmleri ise ortaya çıkmış olan bu yeni sansür döneminin felaket filmleri olarak şekillenmişlerdir.

2.1. Kaijuu/Canavar Filmleri

Kaijuu filmleri, Japon sinemasında görülen üç tür anlatıdan birisine, yani kıyamet anlatısına dahil olan filmlerdir. Japon sinemasında genel olarak üç farklı anlatı türü vardır. Bunlar, “mahşer/kıyamet”, “ağıt” ve “matsuri/festival” anlatılarıdır. Festival anlatıları, genel olarak kadın karakterler üzerine kurulur ve gerçek hayatta sahip olmalarına müsaade edilmeyen birçok güç ve özgürlük Japon kadınına bu tip filmlerde ve dizilerde sağlanır. Genelde komedi türünde içerikleri bünyesinde barındıran festival anlatısı, Japon toplumunun katı kurallarının esnetildiği ve sınırların belirsizleştiği hikayeler sunar. Ağıt anlatısı ise giderek modernleşen kültür ile geleneksel kültürün çatışmasından doğan filmlerde gözlemlenmektedir. Bu tip anlatıda, geçmişe duyulan özlem yansıtılır. Mahşer anlatıları ise atom bombası gibi insan elinden çıkmış veya depremler gibi doğal felaketleri referans alan anlatılardır ve Japon toplumunun endişelerini yansıtırlar. Özellikle kriz dönemlerinde mahşer anlatısını barındıran filmlerde ve dizilerde artış gözlemlenmektedir. Mahşer/felaket filmleri, genel anlamda, ya “*Akira* (1988)” gibi distopik bir gelecek ya da *Godzilla* (1954) gibi kendi zamanına yönelik yıkım hikayeleri anlatırlar (Napier, 2008: 38-46).

“Tomoyuki Tanaka”nın yarattığı ve “Isihiro Honda”nın yönetmenliğini üstlendiği *Godzilla/Gojira* (1954), Japon sinemasının ilk canavar/kaijuu filmidir. Tanaka, bu filmi ve *Godzilla* adlı devasa canavarı yaratırken, bir Hollywood filmi olan *King Kong* (1933)'dan ve de o yıllarda ABD'nin yapmış olduğu nükleer silah denemelerinden etkilenmiştir. Böylece bu devasa yaratığın doğum süreci nükleer felaketlere bağlanmıştır. Bu noktada; o dönem için sansüre uğrayan bir nükleer felaket olarak atom bombası meselesinin de bu

yaratım sürecinde etkili olduğunu söylemek mümkündür. Yani Godzilla gibi devasa canavarların yer aldığı filmler, sembolik anlatım üzerine inşa edilmişlerdir. 1954 sonrasında ise Godzilla'nın birçok başka canlı çekim (live-action) veya animasyon film ve dizi (anime) uyarlamaları yapılmış, bu uyarlamaların bir kısmı ise Hollywood bünyesinde olmuştur. İlk filmin yönetmeni Ishiro Honda⁴, *Godzilla* sonrasında başka kaijuular için de filmler çekmiş ve birçok devasa canavarı sinema kültürüne kazandırmıştır. Elbette kaijuu filmleri, Honda ile sınırlı kalmamış, birçok yönetmenin ve senaristin yaratımları ile “Mechagodzilla” gibi başka birçok canavar, Godzilla evrenine dahil olmuştur. Bu filmler ve devasa yaratıklar, depremler ve tsunamiler gibi doğal felaketler ile sürekli yüzleşen ve de atom bombası ile vurulmuş olmanın travmasını yaşayan bir ulusun korkularının beyaz perdeye yansımalarıdır (Çelik, 2020: 142-143).

1954'den günümüze kadar gelen sürede çekilen onlarca kaijuu filminde Japon şehirlerinin tekrar tekrar büyük yıkımlara uğraması, Hiroşima ve Nagasaki şehirlerinin yaşadığı yıkımı ve atom bombası felaketini hatırlatan denemeler ve hesaplaşma araçları olarak yorumlanabilirler. Bu hesaplaşma sürecini başlatan yaratık, yani Godzilla ise kökenini hem doğadan (arkeolojik bir dinazor), hem kültürden (mitolojik bir ejderha) hem de nükleer felaketten (radyasyon sonucu mutasyon) alan bir yaratıktır. Orijinal Japonca ismi olan Gojira'nın ise “gorira/goril” ve “kujira/balina” kelimelerinin birleşiminden oluştuğu düşünülmektedir. “*Godzilla (1954)*”, ABD'de de yayınlanmış ancak 30 dakikalık kısmı kesilerek yeni sahneler ve de ABD'li bir karakter eklenmiştir. Sonraki filmlerde ise Godzilla, sadece şehirleri yok eden devasa bir yaratık olmanın ötesine taşınarak bir dövüşçü haline getirilmiştir. Devam filmlerinde Godzilla, “King Kong”, “Mothra” ve “Gidorah” gibi başka kaijuular ile de savaşmıştır. 1960'lar ve 70'ler boyunca Godzilla'nın şehirleri yıktığı, Mechagodzilla gibi başka canavarlar ile savaştığı filmler, birçok farklı yönetmen tarafından tekrar tekrar çekilmiş ancak çoğunluğu sadece genç seyirciyi sinemaya çekmek isteyen ve teknik açıdan zayıf şiddet filmleri olmuştur. En iyi Godzilla filmlerini çeken kişi ise her zaman için Ishiro Honda olarak kabul edilmiştir. 1984 yılında Godzilla'nın 30. yılını kutlamak için çekilmiş olan “*The Return of Godzilla/Godzilla 85*” ise teknik açıdan oldukça başarılı bir film örneği olarak maddi başarı sağlamış ve dev kertenkelenin başka canavarlar ile savaşmaya devam ettiği ikinci dalga Godzilla filmlerinin başlamasına sebep olmuştur.

⁴ Ishiro Honda: 1911-2008 yılları arasında yaşamış olan Japon yönetmendir. Honda, sinema ile ilgili ilk eğitimini II. Dünya Savaşı öncesinde Nihon Sanat Üniversitesi'nde almış ve bu dönemde film setlerinde asistan olarak görevler üstlenmiştir. Bir başka ünlü yönetmen “Kurosawa Akira” ile de bu dönemde tanışıp arkadaş olmuştur. 1930'lu ve 40'lı yıllarda orduya katılmış olan yönetmen, bir dönem savaş esiri de olmuştur. Honda'nın ilk uzun metraj film yönetmenliği ise ancak 1951 yılında gerçekleşmiş ve yönetmen, “*Aoi Shinju/The Black Pearl*” adlı filmi çekmiştir. Bu tarihten sonra birkaç film daha çeken yönetmen, 1954 yılına geldiğinde ise “*Godzilla/Gojira*” filmini çekerek ününü arttırmıştır. “*Godzilla*”nın gişede başarı kazanması ile eli güçlenen ve kaijuu filmlerinin babası olarak anılan Honda, sonrasında daha birçok canavarı beyaz perdeye taşımıştır. “Rodan” gibi başka canavarlar için de filmler üretmiş olan Honda'nın asıl önceliği ise Godzilla olmuş ve yönetmen bu canavar için 15 tane film çekmiştir. “*Kingu Kongu Tai Gojira/King Kong vs. Godzilla (1962)*” ve “*Mekagojira no Gyakushu/Terror of Mechagodzilla (1975)*”, bu filmlere iki örnek olarak verilebilir ve Mechagodzilla filmi, yönetmenin son kaijuu filmi olmuştur. Bu tarihten itibaren sinemadan emekli olmaya karar veren Honda, sadece yakın arkadaşı Kurosawa'nın beş filminde daha ona yardımcı olmak için çalışmış ve 1993 yılından sonra film üretmemiştir (Kuloğlu, 2016: 249-251).

1980'ler, 90'lar ve 2000'lerde de Godzilla filmleri çekilmeye devam etmiştir ve bu ikonik karakterin sinema macerası, henüz bitecek gibi değildir (Carter, 2011: 135-137).

2.2. Nükleer Felaketler ve Kaijuular: “Godzilla (1954)” vs. “Shin Godzilla (2016)”

Godzilla, mitoloji ile arkeolojinin, yani hayal ile gerçeğin birleşiminden doğmuş bir yaratık olarak yarı ejderha ve yarı dinozordur. Ancak bu canavarı doğuran ya da yeryüzüne çıkaran şey bu arkeolojik ve mitolojik kökenleri değil, toplumsal felaketlerdir. Elbette söz edilen, deprem veya tsunami gibi doğal felaketler değil, insanın doğaya ve de insana zarar verdiği atom bombası ve Fukushima faciası gibi nükleer olaylardır.

Godzilla'nın doğuşunda nükleer korkular kadar Şinto inancının da önemli bir etkisi vardır. Şinto, her daim doğa ile uyum içinde olan bir inanç olmuştur. Günümüz modern dünyasında değişimler baş göstermiş olsa bile, Şinto tapınakları doğa ile iç içe olabileceği dağlara ve ormanlara kurulmuştur. Bu inançta ağaç ve orman kutsaldır çünkü ağaçlar, kamiler/ilahlar ile iletişim kurmak için başvurulacak önemli araçlardır. Ormanlar gibi dağlar da Şinto inancında kutsal mekanlardır ve birçok ruh ile kamiye ev sahipliği yaparlar (Ono, 2004: 99-101). Bunun dışında, Japon mitleri göstermektedir ki Japon toplumu için doğadaki hemen hemen her şeyin bir ruhu vardır ve bu ruhların birçoğuna da ilah olarak saygı duyulmaktadır. Yani doğaya saygı, Japon kültürü açısından çok kıymetlidir.

Verilen bilgiler ışığında anlaşılabilen gibi Godzilla'nın doğumunda ve harekete geçmesinde insanın doğaya verdiği zararın payı büyüktür. Godzilla, Japon mitolojisindeki öfkeli bir kami (Namazu) gibi, doğayı inciten insanlığı cezalandırmak için yeryüzüne çıkmaktadır. Eski ilahlar, çoğunlukla insanı doğadan koruyan varlıklar olmuşlardır ama Godzilla, doğayı insandan koruyan ve insanı cezalandırmak için modern şehirleri yıkan bir ilahdır.

2.2.1. Gojira/Godzilla (1954)

Ishiro Honda'nın yönetmenliğini yaptığı ilk kaijuu filmi olan “Gojira/Godzilla (1954)”, bilim-kurgu ve korku türleri içerisinde yer alan bir buçuk saatlik bir Japon filmidir. Filmin yönetmeni olan Honda, aynı zamanda senaryo yazım sürecine de dahil olmuştur. Tomoyuki Tanaka, Godzilla'nın yaratıcısıdır ancak bu filmin hikayesini ortaya koyan kişi “Shigeru Kayama” olmuş, senaryolaştırma sürecini ise Honda ile birlikte “Takeo Murata” tamamlamıştır. Filmin başrollerinde ise “Takashi Shimura”, “Akihiko Hirata” ve “Akira Takarada” gibi isimler yer almaktadır ki Takari Shimura, Kurosawa Akira'nın “Ikiru/Yaşamak (1952)” ve “Yedi Samuray-Kanlı Pirinç/Shichinin no samurai (1954)” gibi filmleri ile tanınan bir isimdir. 5 Mart 1958 tarihinde Türkiye'de de gösterime girmiş olan filmin yapımcısı “Toho Film”dir. Siyah beyaz formatta çekilmiş olan filmin tahmini bütçesi ise “175.000\$”dır. Buna karşılık dünya genelinde “562.711\$” hasıllata ulaşmıştır (www.imdb.com/, 2021).

Filmin hikayesi ise şöyledir; Japonya'ya bağlı Oda Adası açıklarında birçok gemi sebebi açılanamayan bir şekilde batmakta veya batırılmaktadır. Ayrıca denize balık tutmak için açılan ada halkının tekneleri de bu durumdan zarar görmektedir ve üstelik hiç balık da tutulamamaktadır. Böylece hükümet yetkilileri önce denizde arama yapmaya başlarlar ama tam bir sonuç elde edemezler. Üstelik araştırma için gönderdikleri gemiler de aynı şekilde batırılır. Adaya gidip yerli halk ile olay hakkında konuşan bir gazeteci ise yaşlı bir adamdan “Gojira” efsanesini öğrenir. Yaşlı adamın anlattığına göre, denizde Gojira adlı bir canavar

yaşamaktadır. Bolluk zamanlarında balık ile beslenen bu yaratık, kıtlık zamanlarında ise insanlara saldırdığı için eski zamanlarda köylüler, genç kızları bu canavara kurban ederek kendilerini korumuşlardır. Şimdilerde kutlamaya ve eğlenceye dönüşen köy festivalinin unutulmuş eski anlamı da budur. Yaşlı adamın anlattıkları çoğunluk için pek de inandırıcı gelmez. Ancak şimdiye kadar denizin dibinden gemilere saldıran Gojira, bu defa gecenin bir vakti Oda Adası'na gelir ve ada halkına saldırıp bazılarının ölümüne, bazılarının da yaralanmasına sebep olur. Üstelik birçok ev de bu saldırıdan nasibini alarak yıkılır.

Yaşanan saldırı sonrasında hükümet, bilim insanlarından oluşan bir heyeti adayı incelemesi için gönderir. Adaya gelen ekip, canavarın devasa ayak izlerini ve de geride bıraktığı radyasyonu keşfederler. Gojira'nın ayak izinde ölçümler yapan ve tarih öncesi bir yaratığı (Gojira'nın yediği bir tür) bu izde bulan profesörlerden birisi, canavarın milyonlarca yıl önce ölmüş olması gereken bir yaratık olduğunu anlar. Bir başka profesör ise canavarın yaydığı aşırı radyasyonu gözlemler ve köydeki su kuyusunun radyasyondan zehirlendiğini keşfeder. Araştırmalar sürerken, Godzilla yeniden adaya ayak basar ve böylece araştırma ekibi canavarı hem kendi gözleriyle görüp hem de fotoğrafını çekerek bunu belgeler.

Canavarın varlığı kanıtlandıktan sonra yapılan araştırmalar ve tartışmalar göstermektedir ki Japon hükümetinin gizlice yürütmekte olduğu nükleer silah denemeleri ve de daha öncesindeki yaşanan atom bombası saldırısı, derin okyanusta yaşadığı tahmin edilen bu tarih öncesi yaratığın yaşam alanına zarar vermiş ve soğurduğu aşırı radyasyon miktarı da yarattığı öldürmek yerine mutasyona uğratmıştır. Yaratıktan bir an önce kurtulmak isteyen yönetim, aynı zamanda da ortaya çıkan bu durumu gizlemek ister çünkü nükleer silah çalışmaları ve hidrojen bombası gibi deneylerden başka devletlerin haberdar olması istenmez. Böylece toplanan kurulda tartışma yaşanır ancak durum saklanabilecek bir şey değildir ve gemi saldırılarının nedeni halka açıklanır.

Gojira'nın varlığının halka açıklanmasının ardından, canavarın bir an önce yok edilebilmesi için çalışmalara başlanır ve ilk iş olarak yüzeye çıktığı ve sürekli görüldüğü bölgeye füze saldırıları yapılır. Japonlar, başarılı olduklarını sansalar bile daha öncesinde atom bombası, hidrojen bombası gibi güçlü silahların yaydığı radyasyonu emmiş bir yaratık olarak Gojira, bu saldırılardan kurtulmayı başarır ve kendisini Tokyo körfezinde gösterir.

Yetkililer, bu defa kıyıya canavar için tuzak kurup elektrik telleri döşerler. Planları ise canavar kıyıya çıktığında onu yüksek voltajda elektrik ile vurup haşlamaktır. Ancak bu plan da başarılı olmaz ve kendisini tekrar Tokyo kıyılarında gösteren Gojira, bu defa karaya adım atar. Ordunun hava ve kara birliklerinin saldırıları işe yaramaz. Sonrasında canavara elektrik verilir ama bu plan da başarısız olur ve Gojira, üflediği sıcak nefesi ile elektrik hatlarını eritip şehrin içlerine doğru ilerler. Sonrasında ise devasa cüssesi ile binaları ve insanları ezmeye, sıcak nefesi ile de yine binaları ve insanları yakıp eritmeye başlar. Tokyo yangınlar, yıkılmış binalar ve ölü insanlar ile dolup taşar; şehrin önemli bir bölümü harap olur. Gojira, en son olarak da şehrin uydurucu antenine saldırarak onu da yok edip denize geri döner.

Yaşanan son saldırının ardından insanların Gojira'yı yenme, onu yok etme umutları tükenir. Ancak bir bilim insanı olan Serizawa'nın gerçekleştirdiği araştırmalar sonucunda atom ve hidrojen bombalarından çok daha tehlikeli bir silah keşfedilmiştir. Serizawa'nın "Oksijen Yok Edici" olarak adlandırdığı ve sudaki oksijeni yok ederek canlı organizmaları eriten bu silahtan ise sadece Serizawa'nın nişanlısı Emiko'nun haberi vardır. Serizawa, bu buluşu dünyaya açmak istemez çünkü devletlerin hakimiyet yarışında kitlesel bir kıyım aracına dönüşeceğinden korkmaktadır. Sırrın tek sahibi Emiko, Serizawa ile nişanlıdır ama bu

ayarlanmış nişanlılık durumunda Emiko için aşk yoktur. Emiko, bir denizci olan Ogata ile gizlice aşk yaşamaktadır. Üstelik Oda Adası'nda ve Tokyo Körfezi'nde Godzilla'nın tüm vahşetine sevgilisi Ogata ve babası Profesör Yamane ile şahit olmuştur. Böylece Emiko, nişanlısının sırrını Ogata'ya açık eder ve ikili gidip Serizawa'yı silahı vermesi konusunda ikna etmeye çabalarlar. Serizawa ise sadece bütün çalışmalarını ve de notlarını yok etmek koşuluyla bunu kabul eder çünkü silah gün yüzüne çıkınca peşine düşeceklerini bilmektedir. Böylece daha önce Oda Adası'na gitmiş olan araştırma ekibi ve Serizawa, Oksijen Yok Edici ile birlikte denize açılıp Gojira'nın olduğu noktaya giderler. Serizawa ve Ogata, birlikte suya dalarak bir çeşit bomba olan silahı Gojira'nın yakınına götürürler. Ogata sudan çıkarken Serizawa çıkmaz ve bombayı aktifleştirip hem kendisini hem de Gojira'yı öldürür çünkü her ne kadar belgeleri yakmış olsa bile tüm çalışması hala zihninde saklanmaktadır ve hiçbir bilginin insanların eline geçmemesi için son kaynak olan kendisini de yok eder. Serizawa'nın fedakarlığı ile Japonya kurtulmuştur ancak Profesör Yamane, film biterken uyarısını yapar. Bu nükleer çalışmalar sürdükçe, insanlar doğaya zarar verdikçe başka Gojiralar, başka canavarlar tekrar ve tekrar ortaya çıkacaktır.

Konusu özetle bu şekilde olan "*Godzilla (1954)*", çekildiği yıl itibariyle atom bombası felaketini yaşamış bir ülkenin, bir neslin endişelerini ve de korkularını anlatmaktadır. Ancak bu korkular, sansür sebebiyle doğrudan bir anlatım yerine sembolizm ile beyaz perdeye aktarılmıştır. Godzilla, Japonya'nın yaşadığı nükleer saldırının film evrenindeki gösterenidir. Oluşturduğu yıkım ve de yaydığı radyasyon ile geçtiği bölgelerde atom bombası etkisi yaratmaktadır.

Japon sinemasına sansür uygulayan ABD işgali, 1952 yılında resmi olarak son bulduğu için onların uyguladığı sansür politikaları bir nebze azalmış ve atom bombasına değinilme fırsatı doğmuştur. Ancak yine de sansür tam anlamıyla ortadan kalkmamıştır çünkü 1960 yılına kadar sürecek bir fiili işgal ve aşırı bağımlılık durumu vardır. Bu noktada film, birkaç sahnede yaşanmış olan atom bombası felaketine atıfta bulunur ancak kesinlikle ABD suçlanmaz veya bu ülkeye atom bombası ile ilişkili bir cümlede değinilmez. Film, sadece bir durum tespiti yaparak nükleer silahların yıkıcılığına ve de doğaya olan zararına değinir. Gerçek tarihte, atom bombasını atan da denizlerde nükleer silah denemeleri yapan da ABD'dir ancak filmde gerçeklik değiştirilerek Japon hükümetinin ve ordusunun gizli deneyleri olarak yansıtılır ki aslında savaş sonrası Japonya'da öyle bir ordu gücü yoktur ve asker, teçhizat, silah gibi unsurların sayısı oldukça kısıtlıdır. Bu hayali Japon ordusu ve nükleer silah deneyleri meselesine rağmen öncesinde yaşanan atom bombası saldırılarına da muhalif bir söyleme girmeden değinilir. Godzilla'nın doğuş sebebi ise hem atom bombası hem de sonraki yıllarda gerçekleştirilen nükleer silah denemelerinin yaydığı radyasyondur. Radyasyon Godzilla'yı ve dolayısıyla doğayı öldürememiş; aksine evrimleştirerek yok edici bir canavar haline getirmiştir. İnsanın yarattığı ve de doğaya zarar verdiği nükleer güç, daha büyük bir felaket olarak doğadan ona dönmüştür.

Orijinal nükleer felaketi getiren atom bombaları Hiroşima ve Nagasaki şehirlerine atılmıştır. Ancak Godzilla, doğrudan Tokyo'ya yani ülkenin hem ekonomik hem kültürel hem de siyasi başkentine saldırır. Nüfusun büyük bir çoğunluğunun yaşadığı ve de ülkenin yönetim merkezi olan bir noktayı yok etmek demek, neredeyse o ülkenin tamamını yok etmek ile eşdeğer bir noktadadır. Godzilla'nın bu tercihi, beki de Japonların II. Dünya Savaşı sırasında asıl büyük saldırıyı başkent Tokyo'ya beklemeleri ya da gelecekte başka bir saldırı olması halinde ilk hedefin bu şehir olacağını düşünmelerinin bir sonucudur ve kıyamet anlatılarında

bu öngörü kendini tekrarlamaktadır. Örneğin “Otomo Katsuhiro”nun önce mangasını (Japon çizgi romanı) yazdığı sonrasında ise filme dönüştürdüğü “*Akira (1988)*” da benzer bir kıyamet/felaket anlatısı işler ve nükleer felaketin yaşandığı yer Tokyo’dur (www.imdb.com/, 2021).

Godzilla’nın ortaya çıkışında, atom bombası ile birlikte oluşan nükleer felaket korkusunun etkisi çok büyüktür. Godzilla, Tokyo’ya saldırdığında, tıpkı atom bombalarının Hiroşima ve Nagasaki şehirlerini yıkıp eritmesi ve insanları yakarak ve de yıkıntılar altında bırakarak öldürmesi gibi, Tokyo’yu harabeye çevirmiş ve yaydığı yoğun radyasyon ile bir nükleer saldırı gerçekleştirmiştir. Eğer Godzilla, sadece fiziksel ve doğadan aldığı gücü ile insanlara zarar vermiş olsa, onu deprem, tsunami veya volkanik patlamaların film evrenindeki bir göstereni olarak yorumlayabilirdik ve o zaman bu canavarın Japonların doğal felaketlere karşı korkularının bir sonucu olduğu çıkarımına varırdık ancak işin içine radyasyonun dahil olması, bu canavarı yürüten bir atom bombasına ve de nükleer felakete dönüştürmektedir. Nükleer korkusu bu canavarın yaratımında etkilidir. Ancak Godzilla sadece bilim ve modern dünya kökenli bir varlık değildir. O aynı zamanda Japon mitolojisinden fırlayıp gelmiş bir ilah, bir intikamcı ruhtur. Godzilla’nın bu yönünü ise Oda Adası’nda düzenlenen festival ve köydeki yaşlı adamın anlattığı hikaye desteklemektedir. Denizden geliyor oluşuyla Godzilla, Japon mitolojisinin başlıca deniz ilahı olan “Owatatsumi-no-Kami” ile özdeşleşmektedir. Bu durumu destekleyen iki sebep vardır. Öncelikle Owatatsumi, Japon mitolojisi içerisinde yer alan bir diğer deniz kamisi “Ryujin” ile özdeşleştirilmektedir. Ryujin ise aynı zamanda “Ejderha Kral” olarak anılır. Denizlerde yaşayan bu yaratık, bir ejderha ya da dev bir yılan olarak tasvir edilir. Ryujin, aynı zamanda da tıpkı “Susano-o” gibi ikili doğası ile de bilinir. Bir deniz kamisi olarak denizden insanlara bereket getirebileceği gibi ölüm ve felaket getirme kudretine de sahiptir (Ashkenazi, 2018: 368-369). İkinci olarak; “İmparatorluk Soyu Miti”nin bir bölümünde Japonların ilk imparatoru olan “Jimmu Tenno”nun büyük babası ve de Amaterasu’nun soyundan gelen “Ho-ori-no-mikoto”nun Deniz Kamisi Owatatsumi’nin kızı “Toyotama-hime-no-mikoto” ile evliliğinden bahsedilir. Bu mitte, Owatatsumi’nin sarayında timsahlar hizmet etmektedir ve Ho-ori’nin eşi Toyotama’da doğum yapacağı sırada asıl görüntüsü olan bir timsaha dönüşmüştür (Ashkenazi, 2018, s.256-257). Bu noktada Toyotama’nın babası Owatatsumi’nin asıl görüntüsünün de bir timsah ya da benzeri bir sürüngen olduğunu söylemek olasıdır ve bu durum Ryujin özdeşleştirmesini güçlendirir. Sonuç olarak Godzilla’nın bu Deniz Kamisi’nin filmdeki özdeşi, göstereni olması muhtemeldir çünkü Japon inancında doğa ile kamiler özdeştir. Bu noktada doğa insan eliyle zarar görürken kamilerin öfkelenmemesi veya intikam için harekete geçmemesi olası değildir.

Filmin Japon mitolojisine yönelik referansları bununla sınırlı kalmaz. Köydeki yaşlı adam, geçmişte genç kızların Godzilla’ya kurban edildiğinden bahseder. Bu ise Şinto inancındaki “miko” olarak anılan rahibeleri akla getirir. Mikolar, mabet bakireleri olarak anılırlar ve kamilerin hizmetine sunulurlar. Bu hizmet, kami için dans edilmesi, ritüeller düzenlenmesi ve de bazı durumlarda bedeninin kamiler tarafından ele geçirilmesi şeklindedir (Ashkenazi, 2018: 469). Elbette film versiyonunda bahsedilen kızların hizmeti, daha çok canlarını tanrıya sunarak onun açlığını ve öfkesini bastırmak olarak şekillenmiştir. Ancak bu noktada da Godzilla’nın bir kami olarak görüldüğü açıktır.

Filmdeki bir başka mitolojik referans olan “Tengu” maskeleri ise Godzilla’nın sevilen değil, korkulan bir ilah olduğunun altını çizer çünkü Japon mitolojisinde Tengu, kırmızı suratı,

uzun burnu ve de sırtındaki kanatları ile dağlarda ve ormanlarda yaşayan, insanların korktuğu bir ruhtur. Tenguların öfkeli doğalarından ötürü insanlara saldırma eğilimleri ve de yangın başlatma güçleri vardır (Çelik, 2020: 88-89). Tengu maskelerinin film içinde kullanımı, Godzilla'nın ateş gücüne ve de saldırgan doğasına sembolik/mitolojik bir başka göndermedir.

Film ile ilgili değinilebilecek son bir nokta ise kadının konumudur. Filmin hikayesi, savaş sonrası ABD reformları ile birlikte faşizmden demokrasiye geçen bir Japonya'da geçmektedir. Ancak kadının konumu hala tam anlamıyla güçlenmemiştir. 1954 yılına ait bu filmde kadın, sahnelerde/hikayede destekleyici bir figür olarak ya da bir aşk hikayesinin tarafı olarak yer edinir. Filmin göz önündeki tek kadın karakteri Emiko'dur ve bu karakter, evinde babası Profesör Yamane'ye hizmet eden, sevdiği adam olan Ogata'yı işini yani donanmayı kendi önüne koymasına rağmen destekleyen, asıl nişanlısı Serizawa'nın büyük sırrını saklayan (saklayamayan) ve de Serizawa ile Ogata arasında bir aşk üçgeninde kalmış bir kişidir. Filmin başından sonuna kadar Emiko'nun görevi, bu üç adamı desteklemek ve onları motive etmektir. Yani bu noktada "*Gojira (1954)*"da geleneksel bir Japon kadını sunulduğu söylenmelidir. Emiko, sorunların üstüne tek başına giden veya gitmesine izin verilen bir karakter değildir. Babasının karar vermiş olduğu bir nişanı vardır. Yani güçlü bir baba figürüne, aile reisine boyun eğen bir kadındır. Diğer taraftan Serizawa'yı ikna etmek için tek başına harekete geçememesi ve Ogata'ya ihtiyaç duyması da yine geleneksel bir bakış açısı sunarak erkeği yüceltir. Kısacası; filmin Emiko üzerinden sunduğu Japon kadını imgesi, gelenekseldir.

Sonuç olarak "*Gojira (1954)*", bilim ile inancı ve de tarih ile mitolojiyi birleştiren bir felaket anlatısıdır. Gojira'yı öfkeliendiren, dönüştürüp evrimleştiren, nükleer patlamaların yaydığı radyasyonun doğayı zehirlenmesi ve ona zarar vermesidir. Ancak o sadece bilimin olumsuz bir ürünü değil, aynı zamanda da tarih öncesi mitolojik çağlardan kopup gelmiş bir Japon ilahı, intikamcı bir ruhtur. Ancak mitoloji ile dinin tarih ile bilime yenilmesi gibi, Godzilla da insana yenilmiştir. Elbette Gojira, doğanın derinliklerindeki tek ilah değildir ve insan doğayı incittiği müddetçe başka intikamcı ruhlar geri gelecek ve insanın silahını insana çevirecektir.

2.2.2. Shin Gojira/True Godzilla (2016)

"Hideaki Anno" ve "Shinji Higuchi"nin yönetmen koltuğunu paylaştığı "*Shin Gojira (2016)*", aksiyon, macera, dram, korku ve bilim-kurgu türleri içinde kabul edilen, iki saat uzunluğunda ve 2010 sonrasında Japonlar tarafından çekilmiş bir Godzilla filmidir. Filmin senaryosu da yönetmenlerden Hideaki Anno'ya aittir. "Hiroki Hasegawa", "Yutaka Takenouchi" ve "Satomi Ishihara" adlı oyuncular, filmin başrollerini canlandırmışlardır. Toho Film, ilk "*Godzilla (1954)*" filminde olduğu gibi, bu filmin de yapımcıları arasında yer almıştır. İlk filmin aksine renkli çekilmiş olan bu film, dünya genelinde "78.053.145\$" hasılat elde etmiştir (www.imdb.com/, 2021).

Senaryo bakımından orijinal filme benzeyen bu filmin hikayesi, Tokyo Körfezi'nde yaşanan bir patlama ile başlar. Körfezde yaşanan patlama ile su seviyesi yükselir ve yakın bölgelerdeki bazı tünelleri sel basar. Böylece hükümet kabinesi, başbakan öncülüğünde toplanır ve hasar tespiti, patlamanın nedeni ve takip edilecek yol üzerine konuşulur. Çoğunluk, deprem, tsunami ve volkanik patlamalar gibi Japon coğrafyasının alışkın olduğu doğal felaketler üzerine düşünerek patlamayı açıklamaya çalışır ama alt düzey bir bürokrat

olan Yaguchi, sosyal medyaya düşen amatör bir görüntü üzerinden patlamanın sorumlusunun bir deniz canlısı olduğunu belirtir. Ancak kimse onu ciddiye almaz ve konumundan ötürü fikrini önemsemez. Ancak kısa süre içerisinde devasa ve yılanımsı bir yaratık körfezde yüzmeye başlar.

Okyanus yüzeyine çıkan bu hayvanın ne olduğu, nereden geldiği üzerine hızla araştırma yapılmaya başlanır ancak bürokrasi süreçleri her şeyin çok yavaş ilerlemesine sebep olur. Herkes kendinden bir üsttekinden izin almadan herhangi bir harekette bulunamaz ve üstelik tüm sorumluluklar da en nihayetinde başbakanın toplandığı için de başbakan sorumluluk almaktan sürekli olarak kaçınır. Böyle bir ortamda yapılan kısır araştırma sonucunda başbakan kameraların karşısına geçerek yaratığın orantısız vücut yapısı ile karaya çıkmaya müsait bir varlık olmadığını ve güvenliğin sağlandığını belirtir ancak bir anda yalancı konumuna düşer çünkü yaratık karaya çıkıp aynı zamanda da yeni ortama uyum sağlamak için hızla mutasyon geçirmiştir. Böylece başbakan, karar verme konusunda daha da çekingen bir hale gelir.

Canavarın karaya çıkması ile birlikte ise askeri seçenekler değerlendirilmeye başlanırken aynı zamanda da yaratığın yolu üzerindeki insanların tahliyesi hızlandırılır. Hızla mutasyon geçiren ama hala oldukça güçsüz bir görüntüde olan yaratığa saldırı için helikopterler yolların lakin ateş etmek için başbakanın onayı gerekmektedir. Ancak başbakan, bölgede halen birkaç sivil kaldığı için ateşleme emrini vermeyi göze alamaz ve böylece yaratığa zaman kazandırmış olurlar. Mutasyonunu tamamlayan canavar ise radyasyon temelli bir varlık olduğu ve vücudunda biyolojik bir nükleer reaktör taşıdığı için mutasyon sürecinde aşırı ısınmıştır ve bedenini soğutabilmek adına karadaki ilerleyişine son verip denize döner. Ancak arkasında birçok ölü ve de yıkılmış caddeler bırakmıştır.

Yaşanan kısa ama yıkıcı canavar saldırısı sırasında hükümet bürokrasi karmaşası sebebiyle çok etkisiz kalmış ve felaketin büyümesini engelleyememiştir. Şimdi ise canavarın tekrar saldırma ihtimaline karşın Yaguchi önderliğinde bir araştırma ekibi kurulması kararı alınmıştır. Yaguchi, bürokrasiyi devre dışı bıraktığı ve farklı disiplinlerden birçok insanı bir araya getirdiği bir ekip kurarak yaratığın ne olduğunu, nereden geldiğini ve bir zaafının olup olmadığını araştırmaya başlar. Bu sırada Japon kökenli bir kadın olan Kayako, ABD hükümet temsilcisi olarak Japonya'ya gelir ve hükümet yetkilileri ile "Nihai İlah" olarak adlandırılan ve İngilizce adı Godzilla, Japonca adı ise Gojira olan yaratık hakkında bilgiler paylaşır. Gojira'nın gelişiminde, 1950'lerin ortalarında okyanusa yasal olmayan bir şekilde bırakılmış olan nükleer atıkların etkisi vardır. Godzilla'nın yaşadığı alana dökülmüş olan bu atıklar, onu öldürmek yerine mutasyona uğratıp canavarlaştırmıştır. Ayrıca gizemli bir şekilde ortadan kaybolmuş olan eski bir biyoloji profesörü, Goro Maki'nin çalışmaları da ABD'lilerin gelişi ve sundukları bilgiler ile birlikte araştırma sürecine dahil edilir. Goro Maki, eşini radyasyon yüzünden kaybettikten sonra bu alanda araştırma yapmış ve radyasyonu yok edecek, bitirecek bir çözüm bulmuştur. Yine de bu buluş tam anlamıyla net değildir çünkü Godzilla'nın ilk saldırıyı yaptığı gün havaya uçan teknelerden birini kiralamış olan Maki, kayıp veya ölüdür. Ancak geriye fiziksel olarak kağıda basılı bir formülasyon bırakmıştır. Şimdi ekibin, Maki'nin bilmeceğini çözmesi gerekmektedir. Ayrıca Yaguchi ekibi, biyolojik bir nükleer reaktör olan Godzilla'yı durdurmak için bir plan hazırlamaya da başlamıştır. Yapılacak şey, yaratığın vücudunu soğutmaktır. Bunun için Godzilla'nın vücuduna aşırı miktarda kan pıhtılaştırıcı verilecektir.

Yaguchi ve ekibinin planı henüz teori aşamasındayken Godzilla yeniden Tokyo Körfezi'nde görülür ve bu defa mutasyonunu daha da ilerletmiş olarak bir önceki seferin iki katı büyüklüktedir. Artık askeri müdahale ve çatışma kaçınılmazdır. Böylece başbakan canavarın Tokyo merkezine varmadan durdurulması için orduya tam yetki verir ve harekete geçilir. Bir yandan Godzilla'nın güzergahı üzerindeki insanlar hızla tahliye edilirken, diğer yandan da ordu, bir savunma ve saldırı hattı oluşturarak hava ve kara güçlerini bölgeye yönlendirir. Ancak ne helikopterlerin ne de tankların yaptığı mermi ve füze atışları Godzilla'nın derisine zarar veremez. Ateş gücü yetersiz kalan Japonya, ABD'den yardım talep eder ve ABD uçakları gelerek Godzilla'ya füze saldırısı gerçekleştirirler. Bu saldırı işe yarayıp yarattığı yaralar ancak öfkelenen ve radyasyon seviyesi giderek yükselen Godzilla, ağzından ve sırtındaki yüzgeçlerden radyoaktif ışın yayarak hem şehrin bir kısmını, hem ABD uçaklarını, hem de Japon başbakanının ve birçok bakanın bulunduğu helikopteri yok eder. Sonrasında ise radyasyon seviyesi düştüğü için uyku haline geçer.

Godzilla'nın uyku evresine geçtiği iki haftalık dönemde ABD yetkilileri, Birleşmiş Milletler'in de desteği ile Japonya'yı nükleer saldırı çözümüne ikna/mecbur ederler. Geçici hükümetin başına getirilen tarım eski bakanı, ABD ile Tokyo'ya bir nükleer saldırı yapılarak Godzilla'nın yok edilmesi konusunda anlaşma imzalar. Ancak başta Yaguchi olmak üzere birçok Japon için bir üçüncü defa ABD tarafından nükleer bir silahla vurulma ihtimali çok aşağılayıcıdır ve Yaguchi, nükleer saldırı öncesinde kendi çözümünü üretmek ve Tokyo'yu tamamen yıkılmaktan kurtarmak için kan pıhtılaştırma planını hızlandırır.

Ekibini seferber eden Yaguchi, birçok farklı tesiste kan pıhtılaştırıcı üretir ve aynı zamanda da ekip Goro Maki'nin formülünü çözerek radyasyon ile nasıl başa çıkıp Godzilla'yı da nasıl yeneceklerini bulurlar. Yaguchi, ayrıca Kayoko'dan da yardım alarak ABD'nin pıhtılaştırma planına engel olmamasını ve ayrıca Godzilla operasyonuna insansız hava araçları ile destek vermesini sağlar. Ancak tüm çabaya rağmen, plan nükleer saldırı gününden önce tamamlanamaz ve bu defa devreye siyasi ilişkiler girer. Yaguchi ve diğer siyasi bağlantıları, Fransız yetkililer ile iletişim kurarak ABD'nin nükleer saldırısını Birleşmiş Milletler yoluyla bir süre daha ertelemeyi başararak kendi planlarını harekete geçirirler.

Plana Yaguchi komuta eder ve öncelikle Kayoko'nun sağladığı dronlar ile Godzilla'ya saldırı düzenlenerek canavar uyandırılır. Ardından dalga dalga dron saldırısı devam eder ve Godzilla, bunları yok ederken radyasyonunu da tüketir. Sonrasında ise canavar tren hattına yakın olduğu için bomba yüklü trenler ile ayaklarına saldırılıp Godzilla yere yıkılır ve üstelik çevresindeki binalar da patlatılarak üstüne çökmesi sağlanır. Böylece, hareketsiz kalan Godzilla'nın ağzına, çimento mikserleri ile daha önceden hazırlanmış olan kan pıhtılaştırıcı doldurulur. Godzilla, son bir çaba ile direnmeye çalışır ancak soğutma planı işe yarar ve koca canavar taşlaşır. Bu savaşın kazananı insanlar olmuş ancak Godzilla tam anlamıyla yok edilememiştir. Canavar, Tokyo'da devasa bir heykel gibi dikilip kalmıştır.

Godzilla mağlup edildikten sonra ise ülkenin yeniden düzene kavuşturulması için hızlıca yeni bir hükümet kurulması gerekliliği doğmuş ve Yaguchi, en kuvvetli aday haline gelmiştir. Diğer taraftan Kayoko ise ABD başkanı olmayı planlayan hırslı bir kadındır ve ikili, daha uzun yıllar birlikte çalışacak gibi görünürler. Ayrıca, nükleer saldırı planı da tamamen sonlandırılmış değildir ve Japonya, dünyanın tepkisini çekmemek için şimdilik bu talebi onaylamıştır. Ancak Yaguchi'ye göre insalık Gojira ile yaşamayı öğrenmek zorundadır.

“*Shin Godzilla (2016)*”, 1954 yapımı orijinal filmin devam halkası niteliğinde bir film değil, tam anlamıyla bağımsız bir üretdir. Godzilla'nın varlığı, bu film ile birlikte yeni baştan keşfedilir. Senaryonun ilerleyişi bakımından ise, çeşitli değişiklikler olmakla birlikte orijinal filmin temel hikayesine sağdik kalınmıştır. Godzilla yine okyanustan gelen, nükleer kirlenme sonucu mutasyon geçirmiş bir canavardır ve tıpkı ilk filmdeki gibi Tokyo'nun önemli bir kısmını yok eder.

Film, benzerlikler kadar değişiklikler de barındırmaktadır. Bu defa insanlar, Godzilla'yı tam anlamıyla yok edemeyip sadece taşlaştırırlar ancak bunun kesin bir çözüm olup olmadığı belirsizdir. Oysa ilk filmde Godzilla, kemiklerine kadar eritilip yok edilmiştir. Adeta zaman ve teknoloji ilerledikçe Godzilla'nın yok edilmesi daha da güçleşmektedir.

2016 yılının filmi, ilk filmde biçimsel olarak da ayrılır. Gelişen sinema teknolojisi ile birlikte kostüm giymiş birinin maket bir şehri ve oyuncak araçları yok ettiği ilk filmde farklı olarak bu filmde Godzilla, animasyon olarak yaratılmış ve bu animasyon canavar, gerçek mekanlarda yapılan çekimlere kurgu yoluyla dahil edilmiştir. Üstelik gelişen teknoloji ile birlikte canavarın mutasyonu film içerisinde sürekli geliştirilmiş ve Godzilla'nın biçimi başlangıçta dev bir yılan-timsah kırmısından bildiğimiz ikonik ejderha-dinozor meleziye evrilmiştir.

“*Godzilla (1954)*”dan farklı olarak bu film, Japonya'nın bürokrasi felaketini, nükleer felaketten daha fazla yansıtmış ve bu durumu eleştirmiştir. Aslında Godzilla'nın yılan-timsah melezi formundaki saldırısı küçük çapta bir felakettir ve hızlı karar alınması halinde engellenebilir bir olaydır. Ancak bürokrasinin felaket düzeydeki ilerleyişi karar verme sürecini yavaşlatır ve önlenilecek düzeydeki bir felaket, ülke çapında bir felakete dönüşür. Mutasyonunu tamamlayamamış ve zarar görmeye müsait konumdaki Godzilla, bürokrasinin karmaşıklığı ve de başbakanın sorumluluktan kaçır tavrı sebebiyle o anda yok edilememiş, sonrasında ise Tokyo'ya geri dönerek kıyamet atmosferi yaşatmıştır. Bu ilerleyiş üzerinden filmin en büyük eleştirilerinden birisi de bürokrasi sisteminedir. Yaguchi'nin son sahnede söylemleri de bunu destekler. Siyaset ve iktidar, sorumlulukları ile gelmektedir ve bu sorumluluğu üstlenmeye cesareti olmayanlar, göreve de talip olmamalıdır. Makamın sadece ödülleri isteyip sorumluluklarına ve acılarına katlanmaya cesareti olmayan kişilerin başarılı bir iktidar kurması olası değildir.

“*Shin Godzilla (2016)*”, ayrıca ABD, II. Dünya Savaşı ve atom bombası felaketi gibi başlıklar hakkında konuşmak konusunda da ilk filme kıyasla oldukça cesurdur. Film, hem ABD tarafını hem de imparatorluk yönetimini eleştirerek II. Dünya Savaşı'nı değerlendirir ve savaş sonrasında oluşan ABD bağımlılığını da göz ardı etmez. Öncelikle İmparatorluk Japonyası'nın savaş politikalarının 3 milyondan fazla Japon'un hayatına mal olduğunu hatırlatır ve bunu Godzilla'ya müdahale sürecinde tartışmaya açıp Yaguchi'nin ağzından dillendirir. Böylece tıpkı hükümetin Godzilla'ya müdahalesinin gecikmesinin yanlış bir politika olması gibi II. Dünya Savaşı'nın da yanlış bir politika olduğu vurgulanır. İlk filmde farklı olarak ABD'nin atom bombaları ile Japonya'yı vurduğu bu filmde net olarak dile getirilir ve hikayenin ilerleyişi bir üçüncü ve atom bombalarından 75 kat daha güçlü bir nükleer saldırının tehlikesini doğurur. Filmin bu ilerleyişi de Japonya'nın atom bombası felaketinde ABD'nin rolünü unutmış olmadığını göstermektedir. Son olarak değinilen mesele ise işgal dönemi ile ortaya çıkan ABD bağımlılığıdır. Film, seyirciye zayıf bir Japon başbakanı ve karmaşık bir bürokrasi ağı sunar. Bu zayıf yönetim, karşılaştıkları ilk büyük zorlukta ise ilk olarak ve hızlıca ABD'ye başvurur, onlardan kurtuluş umar. Yine bu

bağımlılık ilişkisi de Yaguchi üzerinden bir eleştiri bulur. Son sahnede Kayoko, ileride ABD başkanı olduğu zaman bir mevkidaşı olarak Yaguchi ile çalışmaktan mutlu olacağını belirtir. Ancak Yaguchi, ABD başkanı için Japon başbakanının bir kukla olarak görüldüğünü vurgular.

Godzilla'nın mitolojik bağlantıları ve ilah konumu, bu filmde de varlığını sürdürmeye devam eder. Filmin süresinin ortalarında yoğun bir kalabalık meydanlara dökülerek Godzilla'yı ilah olarak gören sloganlar atarlar. Aynı zamanda da ABD'lilerin getirdiği bilgilerde Godzilla, "Nihai İlah" olarak adlandırılır. Üstelik filmin en başında canavarın ilk görünümü, dev bir dinozordan daha çok bir timsah ve yılan karışımıdır ki bu da onun Deniz Kamisi Ryujin olduğu ihtimalini güçlendiren bir tercihtir. Shin Godzilla da bir bakıma ilk filmdeki gibi öfkeli bir ilah, intikamcı bir ruhtur çünkü denize dökülen radyoaktif atıklar, onun yaşam alanını ve dolayısıyla da doğayı zehirlemişlerdir. Godzilla da buna karşılık olarak doğaya zarar veren medeniyete yıkım getirmiştir.

Japon toplumunda kadının yeri konusunda da bir değişim yaşandığı bu filmde hissedilmektedir. İlk filmdeki destekleyici ve geri plandaki Emiko'nun aksine bu filmde kendi başlarına ön plana çıkan kadın karakterler görülür. Elbette erkek egemenliği halen sürmektedir ancak atmosferin 1954 yılına göre oldukça değiştiği de kesindir. Öncelikle bakanlar kurulundaki önemli bakanlıklardan birisi bir kadına emanettir. Savunma bakanı bir kadındır ve silahlı güçlere emir verme yetkisi ondadır. Yine Yaguchi'nin Godzilla araştırma ekibinin çoğunluğu erkek olmakla birlikte en önemli üyelerinden birisi kadındır ve Godzilla planının yapılmasında en ön sırada katkı verenlerden birisi odur. Ancak filmde asıl dikkat çeken kadın karakter Kayoko'dur. Kayoko, Japon kökenli genç bir ABD'li siyasetçi ve hırslı bir kadındır. En büyük hayali ise siyasi kariyerinde yükselerek Amerikan Başkanı olmaktır. Bu amaç uğruna ve de Japonya'yı nükleer bir felaketten kurtarabilmek adına filmde etkin bir rol oynar ve girişken tavırları ile dikkat çeker. Amerikan Başkanı'nı da Yaguchi'nin planı konusunda ikna eden kişi odur. Yani Emiko'nun aksine, bir şeyleri çözmek için bir erkeğe ihtiyaç duymamakta ve kendi kararlarını vererek ilerlemektedir. Bu elbette kadının konumlandırılışı açısından bir gelişim olarak görülmektedir ancak hikayedeki kadın karakterlerin azlığı ile kıyaslandığında ve Kayoko'nun ABD'de yetişmiş bir kadın olduğu gerçeği düşünüldüğünde, Japonya'nın ataerkillik düzeyinin halen oldukça yüksek olduğu yorumu yapılabilmektedir. Hala kahraman ve de lider olması için Yaguchi'ye yani bir erkeğe ihtiyaç duyulmaktadır.

"*Shin Godzilla (2016)*", tıpkı ilk film gibi bir mahşer anlatısı olarak şekillenmektedir. İlk "*Godzilla (1954)*" filmi, tüm ulusu etki altına almış olan nükleer bir felaketten, atom bombalarının ülkeyi vurup iki şehri yıkıma uğratmasından sadece 9 yıl sonra çekilmiştir. O dönemin baskı ve sansür koşullarında ve de ABD ile ilişkilerin hassaslığı neticesinde yaşanmış olan ulusal felaket doğrudan bir şekilde sinemaya aktarılmamış ve sembolizme başvurulmuştur. Ancak 2016 filminde ABD'ye karşı gösterilen eleştirel dil göstermektedir ki o yılların ABD baskısı kırılmış ve Japonya açısından atom bombası daha konuşulabilir bir mesele olmuştur. Ancak yaşanan özgülleşmeye karşın sembolik anlatım sürdürülür çünkü Godzilla, sinema kültürü açısından ikonikleşmiş bir karakterdir. Onlarca filmi ile birlikte, sinemadaki yerini tekrar tekrar pekiştirmiştir. Peki 2016 yılında yeni baştan bir Godzilla filmine neden ihtiyaç duyulmuştur? Bu sorunun cevabı ise büyük oranda 2011 Fukushima Nükleer Felaketi'nde yatmaktadır çünkü mahşer temasını taşıyan anlatılar, özellikle böyle dönemlerde Japonya'da artış gösteren bir tavır olmuş ve çeşitli kriz dönemleri, birçok

mağser temalı filmi ve diziyi izleyiciye sunmuştur. Kısacası, kriz dönemlerinde Japon toplumuna çöken karamsarlık, her daim kendine sinemada da yer bulmuştur. 2011 yılında yaşanan Fukushima krizi ise nükleer çalışmaların sahip olduğu büyük potansiyel tehlikeyi tekrar hatırlatarak sinemaya Shin Godzilla'yı kazandırmıştır. 2016 yılında ortaya çıkan bu yeni Godzilla, 2011 olaylarından sonra havaya ve suya karışan radyoaktif maddelerin ve de artırılarak okyanusa dökülmesi planlanan radyoaktif suyun yarattığı endişenin somutlanmış bir halidir.

SONUÇ

Godzilla'yı doğuran Japonya, coğrafi konumu sebebiyle düzenli olarak doğal felaketler ile yüzleşen bir ülkedir. Bu doğal gerçeklik, Japon toplumunun kültürünü de büyük oranda biçimlendirmiştir. Doğaya (depremlere, sellere, fırtınalara vs.) karşı duyulan korku, mitolojiyi ve inancı büyük oranda şekillendirmiştir; bu büyük doğa olaylarının her biri, bir ilah/kami ile sembolize edilmiştir. Depremler yaşandığında Namazu'nun, tsunamilerde Susano-o'nun, fırtınalarda Hachiman'ın ve daha birçok ilahın öfkelenmesine inanılmış, ilahların öfkelerini dindirmek için adaklar adanıp festivaller düzenlenmiştir.

Japonya'nın felaket algısını önemli ölçüde doğanın kendisi ve de buradan doğan ilahların mitleri şekillendirmiştir. Ancak Japon toplumu için felaket sadece fiziki bir zarar olarak sınırlı kalmamıştır. Japonya, tarihin erken dönemlerinden itibaren gücü erkeğe ve aileye verip kadını ve bireyi bu yapıda geri plana atan bir kültüre sahip olmuştur. Ancak bu yapının en güçlü olduğu Faşist İmparatorluk Japonyası'nın 1945'de savaşı kaybedip işgal altına alınması ve ABD kontrolündeki demokratikleşme süreci ile birlikte erkek ve aile eski konumunu yitirirken kadın ve bireyselleşme giderek güçlenmeye başlamıştır. Hızla gelişen büyük şehirlerde, insanlar geniş aileler yerine çekirdek aileler olarak yaşamaya ve kadınlar da evin dışına çıkarak iş hayatında daha fazla rol almaya başlamıştır. Toplumdaki bu dönüşüm ise özellikle muhafazakar kesim tarafından geleneksel kültürün felaketi olarak yorumlanmıştır.

Japonya'ya felaketler ülkesi ünvanını kazandıran ise sadece bunlar değildir. Japonya, doğal, mitolojik ve kültürel felaketlerin yanı sıra insan kaynaklı yani nükleer felaketler de yaşamış bir ülkedir. 1945 yılında Hiroşima ve Nagasaki kentlerine atılıp 200 bin insanı öldüren atom bombaları, bu nükleer felaketlerin ilkidir. Bombaların atıldığı iki şehir, kısa sürede harap olmuş ve insanlar yanarak ölmüştür. İkinci nükleer felaket ise ilkinden 66 yıl sonra, 2011 yılında, bu defa Fukushima şehrinde yaşanmıştır. Gerçekleşen deprem sonrasında oluşan tsunami, Fukushima kıyılarını vurmuş ve nükleer santrale zarar vererek radyoaktif sızıntıya sebebiyet vermiştir. Deprem ve tsunami, doğal felaketler olarak başlı başına tehlikelilerken sürece radyoaktif sızıntının dahil olması ise felaketi başka bir boyuta taşımıştır. Belki Fukushima'da radyasyon yüzünden 1945 yılındaki gibi bir ölüm tablosu oluşmamıştır ancak on binlerce insan yaşam alanını terk etmek zorunda kalmış ve hem suya hem de havaya radyasyon bulaşmıştır. Ayrıca, bu felaketin atom bombalarının Japonya'da yarattığı travmayı yeniden hatırlattığını söylemek de yersiz olmayacaktır ki zaten "*Shin Godzilla (2016)*" da üçüncü bir nükleer bomba ile vurulma meselesini gündeme getirmektedir.

Yaşanmış olan bu nükleer felaketlerin sinemasal bir sonucu olarak da Godzilla filmleri 1954 yılından itibaren düzenli olarak üretilmiştir. 20. yüzyıl başından itibaren önce tiyatro oyunlarının kayda alınması, ardından benshi olarak anılan anlatıcılar kontrolünde geçen

sessiz filmler ve son olarak da militarist iktidarın propaganda aracı olarak varlığını II. Dünya Savaşı'na kadar sürdüren Japon sineması, asıl gelişimini ise bu dönem sonrasında gerçekleştirmiş ancak imparatorluk sansüründen çıkarak ABD sansürüne girmiştir. ABD'yi eleştiren, atom bombaları ile ilgili suçlamada bulunan filmlerin çekilmesi yasaklanmıştır. 1952 yılında ABD işgali resmi olarak sona ermiştir ancak 1960'lara kadar süren bağımlılık dönemi devam ettiği için sansürün de aynı şekilde devam ettiği açıktır. Bu ortamda ise nükleer felaketi anlatmanın yolu, kaijuu yani canavar filmleri olmuş ve ilki "*Godzilla/Gojira (1954)*" olan bir dizi canavar filmleri çekilmiştir.

"*Godzilla (1954)*", Japonya'nın yaşadığı olduğu atom bombası felaketine sembolik bir anlatı ve eleştiri olarak ortaya çıkmış, nükleer tehlike gerçeği ile özdeşleşip yürüyen bir nükleer silah olmuştur. Atom bombasının Hiroşima ve Nagasaki'de yaptığı gibi Tokyo'yu yakıp yıkmıştır. Ancak Godzilla'yı doğuran şey, bu nükleer tehlike/gerçek kadar da Japon kültür ve mitolojisi olmuştur. Godzilla, öfkeli bir ilah, belki deniz ilahı Ryuujin veya deprem ilahı Namazu olarak doğaya zarar veren insanı cezalandırmak için denizlerden çıkıp gelmiştir. Onu yeryüzüne getiren ise hem film evreninde hem de gerçek hayatta atom bombası ve 1950'lerdeki nükleer silah denemeleri olmuştur. Ancak ABD ile ilişkiler sebebiyle anlatım, bu ülkeye temas etmeden kurulmuş ve sadece nükleer çalışmaların yıkıcılığına ve genel olarak insanın doğaya verdiği zarara odaklanılmıştır.

Japon sinemasında üç çeşit anlatı vardır. Festival, toplum düzenini yıkarken ağıt da geçmişe özlemi dile getirir. Mahşer ise felaketleri konu edinen bir anlatıdır ve özellikle Japonya'nın yaşadığı felaket ve kriz dönemlerinde bu anlatı bünyesindeki eser üretimi artış gösterir. Tıpkı atom bombası felaketinin yarattığı kriz ortamının, karamsarlığın ve korkunun ilk Godzilla filmi yaratması gibi; 2011 yılında gerçekleşen Fukushima felaketi de Japonya'yı yeni bir nükleer kriz, korku ve karamsarlık ortamına sokarak "*Shin Godzilla (2016)*"yı sinemaya taşımıştır. 1954 yılındaki ilk Godzilla sonrasında çekilen birçok kaijuu filmi adeta yok sayan 2016 filmi, Godzilla'yı yeni baştan Japon toplumuna tanıtan bir hikaye kurmuştur. Bu öfkeli ilahın yeni baştan ve çok daha güçlü olarak yeryüzüne çıkışının bu defaki sebebi ise denize dökülen nükleer atıklar olmuştur. Denizi kirleten atıklar, canavarın yaşam alanını mahvederken onu ise öldürmemiş, mutasyona uğratmıştır. Bu noktada doğaya zarar veren nükleer tehdidin bir bomba değil de denize dökülen atık olması ise doğrudan Fukushima'yı, yaşanan felaket sırasında suya ve havaya karışan radyoaktif maddeleri hatırlatmaktadır. Fukushima Nükleer Santrali patlamadan soğutulmuştur ancak Shin Godzilla'nın Tokyo'ya gelerek şehri harap etmesi, bir nükleer reaktörün patlaması ile oluşabilecek yıkımı filmin izleyicisine sunmuştur.

II. Dünya Savaşı ve Soğuk Savaş dönemleri sona ermiştir. Ancak hem Japonya hem de dünya için nükleer tehlike son bulmamış, sadece şekil değiştirmiştir. Shin Godzilla'nın yıkım gücünün Godzilla'ya oranla çok daha yüksek bir seviyede olması ise adeta bunun sembolik bir göstereni konumundadır. İnsanın doğaya zararı büyüdükçe, doğanın karşılığı da aynı ölçüde büyük olacak ve insanın bununla başa çıkması gittikçe zorlaşacaktır. İlk Godzilla'yı bilim yoluyla yok etmeyi başaran insan, ikinci seferde ise onu sadece durdurabilmiştir. Ancak doğayı korumayı öğrenmediğimiz sürece, bir üçüncü seferde başarılı olma olasılığımız çok daha düşük olacak ve sonraki öfke saçan ilah, belki tüm Japonya'nın belki de tüm insanlığın sonunu getirecektir. Bu sebeple insanın yapması gereken şey doğaya hükmetme çabasını geride bırakarak ona zarar vermeden uyum içinde yaşamayı öğrenmektir. Bunu unuttuğumuz her an yeni bir Godzilla çıkıp gelecektir.

KAYNAKÇA

- AKBAY, O. H. (2014). *Kojiki japon mitolojisine bir yolculuk*. Konya: Çizgi.
- AKİRA. (t.y.). <https://www.imdb.com/title/tt0094625/> (14 Haziran 2021).
- ASHKENAZI, M. (2018). *Japon mitolojisi*. (Çev. Ö. Özarpacı). İstanbul: Say.
- CARTER, D. (2011). *Doğu asya sineması*. (Çev. N. Ağırnaslı). İstanbul: Kalkedon.
- ÇELİK, V. (2020). *Japon mitolojisi çerçevesinde japon animasyon sineması*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- FUKUSHİMA DAIİCHİ NÜKLEER SANTRAL KAZASI. (t.y.). <https://www.afad.gov.tr/kbrn/fukushima-daiichi-nukleer-santral-kazasi> (14 Haziran 2021).
- FUKUŞİMA FELAKETİ: NÜKLEER SANTRALDE 10 YIL ÖNCE NELER OLDU? (t.y.). <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-56351140> (14 Haziran 2021).
- GODZİLLA. (t.y.). <https://www.imdb.com/title/tt0047034/> (14 Haziran 2021).
- HEARN, L. (2016). *Japonya*. (Çev. O. Adanır). Ankara: Doğu Batı.
- HUFFMAN, J. L. (2020). *Japonya tarihi*. (Çev. C. Yücel). İstanbul: İnkılap.
- KULOĞLU, G. (hzi.). *Başlangıcından günümüze japon sineması*. Antalya: Japon.
- MEYER, M. W. (2019). *Japonya tarihi hanedanlık döneminden günümüz japonya'sına*. (Çev. L. Deadato). İstanbul: İnkılap.
- NAPIER, S. J. (2008). *Anime akira'dan howl'ın hareketli şatosuna*. (Çev. M. M. Başekim). İstanbul: Es.
- NAUMANN, N. (2005). *Japon mitolojisi*. (Çev. A. Kanat). İzmir: İlya.
- ONO, S. (2004). *Şinto kamilerin yolu*. (Çev. S. Ertüzün). İstanbul: Okyanus.
- RÜZGAR YÜKSELİYOR. (t.y.). <https://www.imdb.com/title/tt2013293/> (14 Haziran 2021).
- SANDER, O. (2011). *Siyasi tarih ilkçağlardan 1918'e*. Ankara: İmge.
- SHİN GOJİRA. (t.y.) <https://www.imdb.com/title/tt4262980/> (14 Haziran 2021).
- ŞEN, A. (2014). *Kayıp keşif yolculuk japon sineması manga ve anime*. İstanbul: Doğu.

Kitap İncelemesi

Cumhuriyetin Bülüğü Çağı: Gündelik Yaşama Dair Tartışmalar (1945-1950)

Levent Cantek

İletişim Yayınları, 2008, 293 sayfa

Muhammed KALENDEROĞLU*

Levent Cantek'in kaleme aldığı *Cumhuriyetin Bülüğü Çağı: Gündelik Yaşama Dair Tartışmalar (1945-1950)* isimli kitap 2008 yılında İstanbul'da basılmıştır. Yazar çalışmasında, 1945-1950'li yıllarda neşredilen süreli yayınlarda, siyaset dışı görüldüğü için ciddiye alınmayan ancak toplumun ve dönemin özelliklerini yansıtan gündelik yaşamla ilgili şehir haberleri, köşe yazıları, magazin türüne ait yorum ve röportajları incelemiş, gündelik yaşamının dergi ve gazete gibi süreli yayınlardaki izdüşümlerini ortaya koymuştur. Cantek'in bu eseri söz konusu dönemdeki güncel problemlerin, endişelerin ve ideolojik yaklaşımların basının gündelik yaşamla ilgili kısımlarında nasıl karşılık bulduğunu göstermesi bakımından dikkat çekicidir. Çalışmayı önemli kılan yönlerden birisi de yazarının çizgi roman, mizah ve kültür tarihi alanında yaptığı çalışmalarla tanınan bir akademisyen olmasıdır. Cantek bu çalışmasında 1923-1938 yıllarının Cumhuriyet'in çocukluğu olarak tanımlanması üzerine, 1945-1950'li yılları Cumhuriyet'in bülüğü çağı olarak isimlendirmeyi önermekte, 45-50'li yılların basınında yer alan gündelik hayata dair yazılara odaklanmaktadır.

Kitabın ilk göze çarpan özellikleri hakkında şunlar söylenebilir: Eser giriş ve sonuç kısımları dahil dört ana başlıktan oluşmaktadır. Gündelik hayata ilişkin yazılar analiz edilirken dönemin gazete ve dergilerinde yer alan dikkat çekici resim, karikatür, illüstrasyon ve reklam afişi gibi görseller de çalışmada kullanılmıştır. Böylece yazarın ifade etmek istedikleri ve söz konusu dönemin özellikleri okurun zihninde daha kolay canlanmaktadır. Kitabın kapağında yer alan dikkat çekici görseller de çalışmanın başlığı ve konusuyla ilişkili görünmektedir.

Yazar, giriş bölümünde gündelik yaşam kavramını açıkladıktan sonra 40'lı yılların entelektüellerinin gündelik hayatı düzenlenmek istemelerinden bahsetmektedir. Cantek'in denetleyici kuşak olarak tanımladığı 1890-1905 yılları arasında dünyaya gelip Cumhuriyet Türkiye'sinin kuruluşuna şahit olan entelektüeller ahlaki yozlaşmaya, kültürel emperyalizme, aşırı Batılılaşmaya karşı tavır takınmaktadır. 1945-1950'li yıllarda denetleyici kuşağın etkisinin yoğun olarak hissedildiğini belirten yazar, 1950 sonrası bu etkinin azalmaya başladığını ifade etmektedir.

* Yüksek Lisans Öğrencisi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İslam Tarihi ve Sanatları Anabilim Dalı, muhammedkalenderoglu@icloud.com, ORCID: 0000-0001-6703-5142.

Geliş Tarihi: 27.07.2021

Kabul Tarihi: 12.12.2021

“Dönemin Siyasi Tarihini Anlatan Çalışmalar” başlığı altında söz konusu dönemin siyasi durumuna değinilerek bu döneme dair eserler hakkında bilgiler verilmektedir.

Kitabın asıl anlatımı “Kırklı Yılların Basınında Gündelik Yaşama Yansıyan Kültür Temelli Tartışmalar” ana başlığı ve diğer alt başlıklarda verilmektedir. Genellikle denetleyici kuşağın eleştirilerine hedef olan moda akımı, popüler kültür, dönemin gençleri, bobstiller, tüketim ve sosyete kadınlar, üzerine eğitici ve ideolojik misyonlar yüklenen sinema, radyo ve müzik gibi konular kitabın muhtevasını oluşturmaktadır.

“Kırklı Yılların Basınında Gündelik Yaşama Yansıyan Kültür Temelli Tartışmalar” başlığında Cantek, 1940’lı yılların gazetelerindeki önemli tartışmaların tamamıyla kültür temelli olmasına dikkat çekerek bu durumu gazetelerin toplumu aydınlatıcı ve yönlendirici özellikte olmalarıyla ilişkilendirmektedir. Yazar, gazetelere eğitici ve yönlendirici misyonun yüklenmesinin arkasında o dönem siyaset kadar gazetecilik de yapan denetleyici kuşağın etkisinin bulunduğunu belirtmektedir. Kültür temelli eleştirilerin “sağcı”, “solcu” fark etmeksizin ortak bir dille yapıldığını belirten yazar, kültürel kapitalizmin yansıması sayılan moda akımı, popüler kültür, kadınların iş hayatına dahil olması gibi bazı eleştiri örneklerine yer vermektedir.

“Kültürel Kapitalizm Bağlamında Moda, Popüler Kültür ve ‘Şimdiki Zaman’a Yönelik Eleştiriler” başlığı altında dönemin gazetelerinde bugünden duyulan rahatsızlık ve geçmişe özlem temasının yer aldığı ifade edilerek örnekler verilmektedir. Söz gelimi mahalle özellikle de ev kavramı eskiyi, huzur ve sükuneti hatırlatırken bugünün evi artık boşanma davalarını, intiharı, kavga ve gürültüyü çağrıştırmaktadır.

Sinemanın, dönemin gazetelerinin bugünden rahatsız olmalarına sebep olan bir diğer etken olduğuna değinen yazar, gazetelerde yer alan sinema eleştirilerine yer vermektedir. Gazeteler sinemayı insanların tek tipleşmesine sebep olan modayı özellikle de Amerika modasını dayatmakla ve halkın ahlakına uygun olmayan, kurucu ideolojiye hizmet etmeyen, kültürel yozlaşmaya sebebiyet veren filmleri göstermekle suçlamaktadır.

“Aşırı Modernliğin Sonuçları: Bobstil Gençler ve Sosyete Kadınları” adını verdiği bölümde Cantek, modernleşmenin 1930’lu yıllardan itibaren Türkiye’de hissedilmeye başladığını, bu modernleşmenin gündelik hayata etkilerinin ise gazete ve dergilere yansıdığını belirtmektedir. Bu bağlamda, denetleyici kuşağın gündelik hayatı dizginlemek istemesinden bahsederken, dizginlemek istedikleri modernizme ve popüler kültüre dolaylı yolla katkıda bulduklarını belirtmektedir. Zira eleştirilen bir mesele ne kadar çok yazıya konu olursa o kadar çok gündemde kalmaktadır.

“Tüketimin-Sosyetenin Kadını” bölümünde denetleyici kuşağın hedefinde kadınların ve gençlerin olduğu ifade edilmektedir. Yazar, popüler kültürün bir pazar olarak gördüğü gençlere ve kadınlara hitap ettiğine değindikten sonra dönemin gazetelerinde yer alan birkaç yazıya yer vermektedir. Denetleyici kuşak Hollywood özentisi kadınların anormal yaşayış tarzlarına, sosyal hayata daha fazla dahil olmalarına, sosyete hayatına merak salarak tüketime yönelmelerine, aileleri ekonomik açıdan zor durumda bırakmalarına tepki göstermektedir. Hatta kadınları eski değerlerinden uzaklaşmak ve tüketim pazarının nesnesi haline gelmekle suçlamaktadır. Ancak yazar, denetleyici kuşağın kadınlar hakkındaki eleştirilerini ve tasvirlerini karikatürize edilmiş bulmaktadır.

“Bobstil” bölümünde denetleyici kuşak, gençleri cumhuriyet ideolojisinin arzuladığı genç olmaktan uzak bir görünüm sergilemeleri dolayısıyla eleştirmektedir. Yazar, cumhuriyetin gençlere “Babanın/Atatürk’ün” emaneti olduğunu ancak dönemin gençlerinin bu ulvi görevi

üstlenecek olgunluğa sahip olamadıkları için denetleyici kuşak tarafından eleştirildiklerini ve bobstil şeklinde tanımlandıklarını belirtmektedir. Bobstil kavramı ülke gerçeklerinden habersiz yaşayan, *Araba Sevdası*'ndaki Bihruz Bey karakterinin yeni bir türü olarak açıklanmaktadır. Yazar, dönemin gazetelerinde bobstil tiplerin nasıl tanımlandıklarına da yer vermektedir. Gazeteler bobstilleri genellikle giyiniş tarzları, konuşma şekilleri ve ahlaki yapılarının değişmesiyle eleştirirken onları Türklükten uzaklaşmakla da itham etmektedir. Yazar, Hollywood yıldızlarının Yeşilçam'da yerleştiğini, dünün karşı çıkılan bobstil tiplerinin artık dönemin gençleri tarafından benimsendiğini/tüketildiğini, Yeşilçam bobstillерinin şöhret oldukları dönemlerde gazetelerin bobstil tipine dair olumsuz bir yorum yapmadığını belirterek tüketim sektörünün işleyişine vurgu yapmaktadır.

“Bir Mücadele Alanı Olarak Sinema” başlığında 45-50’li yıllarda sinemanın eğitici bir araç olarak görüldüğüne değinilmiştir. Özellikle çocuk eğitimi, ahlaki terbiye, siyaset ve antikomünizm gibi amaçlar doğrultusunda kullanılmak istenen sinema zamanla bunlardan taviz vermek zorunda kalmıştır. İktisadi liberalleşmenin sinema sektöründe ekonomik kaygıları arttırması, zam ve vergiler, sinema sahiplerinin yabancı sinemalarla rekabet etmekte zorlanmaları gibi sorunlar sinema sektörünün kalitesiz filmlere yönelmesine sebep olmaktadır.

“Türkçe Sözlü-Şarkılı Mısır Filmleri” kısmında Türk müziğinin devlet tarafından yasaklanması nedeniyle halkın kendisine daha yakın hissettiği Arapça şarkılara, dolayısıyla Mısır filmlerine rağbet etmesi Cantek’e göre, Mısır filmlerinin sinemaya özgü özellikleri dolayısıyla değil, Türk müziğine yönelik talebi karşılaması sebebiyledir. Bir başka etken de halkın kendi geçmişiyle ilişkilendirdiği fesli ve entarili film oyuncularını benimsemesidir. Yazarın bu bölümde değindiği bir diğer konu da Mısır filmlerindeki Arapça şarkıların ünlü Türk müzisyenleri tarafından Türkçe olarak seslendirilmesidir. Yeni bir sektörün doğmasına sebep olan bu gelişme Türkçe film kavramını meydana getirmiştir. Yazar, bu yeni sektör sayesinde yabancı filmlerin Türkçe şarkılarla yerleştirildiğini ifade etmektedir.

“Radyoda Türk Müziği” başlığı altında Batı müziğinin Türk müziğine tercih edilmesine değinilerek gazetelerin Türk müziği ile Batı müziği kıyaslamasına dair örnek yazılara yer verilmektedir. “Radyodan Ayrılan Müzisyenler” bölümünde ise Batı müziğinin tercih edilmesi sebebiyle Türk müziği sanatçılarının yaşadıkları sorunlara yer verilmektedir. Sanatçılar radyolarda daha az süre bulduklarını, Türk müziği sanatçısı oldukları için küçük görüldüklerini, kendilerini değersiz hissettiklerini, düşük ücret aldıklarını söyleyerek radyolardan ayrılmış, Türk müziğine talebin arttığı gazinolarda çalışmaya başlamışlardır.

Cantek, “Savaşın Arta Kalanlar” kısmında karikatürize edilen dindar görünümlü üçkağıtçı “Hacıağa” tiplerine değinmektedir. Hacıağalar ülkenin yoksulluk çektiği savaş yıllarında şehre göç eden, eğlence mekanlarının müdavimi olan toprak ağalarıdır. Göçün sosyal hayata etkileri de bu başlık altında ele alınmaktadır. Taşradan İstanbul’a göç eden insanlar kötü şartlar altında yoksulluk ve sefaletle mücadele ederken gazeteler onların dış görünüşleri ve tavırlarıyla ilgili yazılara yer vermekte, kaba ve görgüsüz olmalarıyla ilgilenmektedir.

“Cinayet Haberleri-Zabıta Mecmuaları” dönemin gazetelerinin yayınladıkları cinayet haberlerinin ilginçliğini göstermektedir. Cinayet haberlerinin yasaklanması sebebiyle açıkça yazılamayan bu haberler adeta karikatürize edilerek yazılmaktadır. Sözgelimi intihar eden birisi hakkında yapılan haber, dik duran bıçağın üzerine kazara düşen kişi şeklindedir. Dönemin entelektüelleri cinayetlerin artma sebebi hakkında farklı görüşlere sahiptir. Yaygın görüş edebiyatın özellikle de “gangster edebiyatı” olarak nitelenen ve kötü örnek teşkil etmekle suçlanan polisiye romanlar, ucuz edebiyat ve boyalı basın şiddetin ve cinayetlerin

artmasına neden olmaktadır. Karşıt görüşe göre ise intihar ve cinayetler ekonomik kriz sebebiyle artmaktadır. Yazar, bu ikinci görüşün kamuoyunda pek rağbet bulmadığını belirtmektedir.

“Komünizm Tehlikesi” bölümünde, söz konusu dönemde İslamcılık ve Komünizmin tehlikeli ve düşman olarak görüldüğünden ancak İslamcıların Komünistler kadar sistemli bir zihinsel ve ideolojik yapıya sahip olmadıkları, dolayısıyla daha az zararlı kabul edildiklerinden bahsedilmektedir. Denetleyici kuşak ehvenişer olarak gördüğü dini, komünizmle mücadelede kullanılabilir bir unsur olarak görmüştür. Bu bağlamda dine olan yaklaşımın değişmesi siyasetten basına kadar bazı sonuçları meydana getirmiştir.

Cantek, sonuç kısmında güncel tartışmaların bir tarafında muhakkak bulunan denetleyici kuşağın, kültür adamlarından oluşmasının tüm tartışmaların niteliğini belirlediğini ifade etmektedir. Denetleyici kuşak özünde kapitalizme ve değişime kapalı değildir ancak onların çekindiği ahlaki ve toplumsal yozlaşmadır. Bu bakımdan yazar, onların gündelik hayatı tanzim etme, sinema ve basını ahlaki, eğitsel amaçlı kullanma, moda ve tüketimi mücadele edilecek unsurlar olarak görme çabalarını izah etmektedir.

Levent Cantek’in bu kitabı II. Dünya Savaşı gibi sıkıntılı bir süreç sonrası 1945-1950’li yılların süreli yayınlarında yer alan, modadan sinemaya, müziğe kadar siyasi içerikten uzak gündelik yazılar üzerinden dönemin tartışmalarına yoğunlaşmakta, toplumun yaşanan hadiselerle verdiği tepkilere, denetleyici kuşağın halka ve gelişmelere yaptığı eleştirilere yer vermektedir. Bu bağlamda eser 45-50’li yılların tartışmalarının gazetelerde özellikle de gündelik hayatta nasıl bir yansımalarının olduğunu ifade etmesi bakımından önemlidir.

Yazar, kitabın önsözünde yöntem olarak dönemin basınında en fazla konuşulan ve tekrar edilen konulara yoğunlaştığını ifade etmektedir. İşçi sınıfının gündelik yaşantısına yer vermemesini de dönemin gazetelerinin taşradan şehre göç eden insanlar ve işçi sınıfına dair yeterli veriye sahip olmamasına bağlamaktadır. Bunlarla birlikte çalışma adına bir eksiklik olarak görülebilecek 45-50’li yılların hayat pahalılığı, memurların geçim sıkıntısı, dinî ve tasavvufî etkinliklerin sınırlandırılması gibi önemli toplumsal konulara değinilmediği belirtilmelidir.

Levent Cantek doktora tezine dayandığını ifade ettiği çalışmasında bazı biçimsel değişiklikler yaparak kitabı “tez havasından” çıkartmıştır. Yüksek düzeyde hazır bulunmuşluk gerektirmeyen, açık ve anlaşılır bir üslupla kaleme alınan eserde, yazarın konuları birbirine bağlamakta bir zorluk çekmediği anlaşılmaktadır. Cantek’in bu kitabı denetleyici kuşak olarak isimlendirilen entelektüellerin, sosyal hayattaki değişime gösterdikleri tepkilerin somut hali olan yazıları içermesi bakımından önem arz etmektedir. Eserin bu alanda çalışma yapacaklar için bir kaynak görevi göreceği aşikardır.

YAYIN POLİTİKASI VE YAZIM KURALLARI

YAYIN POLİTİKASI

1. Atatürk İletişim Dergisi, hakemli bir dergi olup, Bahar (Nisan) ve Güz (Eylül) olmak üzere yılda iki kez yayımlanmaktadır. Gerekliğinde özel sayılar çıkarılabilecektir.
2. Atatürk İletişim Dergisi, başta iletişim alanı olmak üzere sosyal bilimlerin tümüne hitap etmekte olup, dergide temel iletişim bilimleri, radyo televizyon sinema, gazetecilik, halkla ilişkiler, reklamcılık gibi alanlar ile bu alanlarla ilişkili disiplinlerarası alanlardaki bilimsel ve özgün nitelikte Türkçe ve İngilizce makaleler, kitap tanıtımı ve eleştirileri ile örnek olay çalışmaları yayımlanmaktadır.
3. Atatürk İletişim Dergisine gönderilen yazılar daha önce bir başka dergide yayımlanmamış, yayımlanmak üzere gönderilmemiş veya yayım için kabul edilmemiş olmalıdır. Dergide, herhangi bir bilimsel toplantıda sunulmuş ve yayımlanmamış olan yazılar yayımlanabilir, bu tür yazılarda toplantının adı, yeri ve tarihi dipnot olarak belirtilmelidir.
4. Makalelerdeki görüş ve bilimsel sorumluluklar yazar veya yazarlara ait olup Atatürk İletişim Dergisini bağlamaz. Yazılar yayımlanmak üzere kabul edildiği takdirde Atatürk İletişim Dergisi bütün yayın haklarına sahip olur. Eserin yayımlanmasına karar verilmesi durumunda yazarlar yayım haklarını Atatürk İletişim Dergisine devretmiş olurlar.
5. - Atatürk İletişim Dergisine gönderilen makaleler, editör ve yardımcı editörler tarafından şekil ve içerik yönünden ön incelenmeye alınmakta olup, genel olarak dergide yayımlanmaya değer olup olmadığına karar verilmekte ve ön inceleme sonrası hakemlere gönderilmektedir.
- Ayrıca ön incelemede, makale çevrimiçi intihal tespit programlarında değerlendirilir. Gövde metninde akademik kuralların dışına çıkan benzerlik veya alıntı tespit edilen makaleler değerlendirmeye alınmaz ve bu makalenin yazar(lar)ı dergini sonraki sayılarında da gönderimde bulunamaz.
- Makale o alandaki iki hakeme gönderilir. Hakem görevlendirilirken, yazar ve hakemin akademik unvanları ve makale konusunun hakemin uzmanlık alanları ile uygunluğu göz önünde bulundurulur. Kör hakemlik sisteminin uygulandığı bu aşamada, makaleyi değerlendiren hakemlerin kimlikleri hakkında yazarlara, değerlendirilen makalenin kime ait olduğu konusunda da hakemlere bilgi verilmez. Hakem raporları gizlidir.
6. Makalenin gönderildiği iki hakemden de olumlu görüş bildirilmesi durumunda makale yayımlanmak üzere sıraya alınır. İki hakemden de olumsuz görüş bildirilmesi durumunda makale hiçbir surette yayımlanmaz. İki hakemin birbirinden farklı görüş bildirmesi durumunda makale üçüncü bir hakeme gönderilir; üçüncü hakemin vereceği görüşe göre yayımlanır ya da yayımlanmaz. Hakemlerden gelen raporlara ve yazıların yayımlanması konusunda geniş ölçekli son karar merci Yayın Kurulu ve Editöre göre makalenin aynen yayım-

lanmasına (kabul), düzeltme, ekleme veya çıkarma istenmesine (düzeltme) veya yayımlanmamasına (ret) karar verilir, bu karar yazar veya yazarlara en çok 2 ay içerisinde hakem raporlarıyla birlikte bildirilir.

7. Hakemlerin düzeltme yönünde görüş bildirmeleri durumunda yazara başvurulur ve yazarın gerekli düzeltmeleri tamamlayarak göndermesi istenir. Düzeltme verilen makaleler yazarı veya yazarları tarafından belirtilen süre içerisinde düzeltilmedikçe yayımlanmaz.

YAZIM KURALLARI

1. Dergiye gönderilecek yazılar özetler, dipnotlar ve kaynakça dâhil, altı ilâ dokuz bin sözcük arasında olmalıdır.
2. Yazılar, Microsoft Word programında Times New Roman yazı tipi kullanılarak, 10 punto, 1 (tek) satır aralığı ve iki yana yaslanmış olarak yazılmalıdır.
3. Sayfa kenarlarında üstten ve soldan 4 cm, sağdan ve alttan 4 cm boşluk bırakılmalıdır. Sayfa numarası, sayfanın altında ortada verilmelidir.
4. - Yazının ilk sayfasında yazının başlığı (12 punto, koyu), yazarın/yazarların adları (10 punto, koyu), özet (9 punto) ve anahtar sözcükler (9 punto, en fazla 5 kelime) bulunmalıdır. Ayrıca, ilk sayfada İngilizce başlık (10 punto, koyu) ve İngilizce özet (9 punto) olmalıdır.
- Yazarın/yazarların akademik unvan/unvanları, kurum/kurumları, bölüm/bölmeleri ve e-posta adresi/adresleri dipnot (rakamla, Times New Roman, 9 punto, tek satır aralığı ve iki tarafa yaslı) olarak yazılmalıdır.
- Ayrıca ilk sayfada, çalışma yüksek lisans ve/veya doktora tezlerinden ya da bilimsel araştırma projelerinden üretilmiş ve çalışmayı destekleyen kurum/kuruluşlar var ise bu bilgiler mutlaka dipnotta (* simgesi ile, Times New Roman, 9 punto, tek satır aralığı, iki tarafa yaslı) belirtilmelidir.
5. Makalenin formatı, ÖZET, ABSTRACT, GİRİŞ, KONU BAŞLIKLARI ile ALT BAŞLIKLAR, SONUÇ ve KAYNAKÇA varsa EKLER olarak oluşturulmalıdır.
6. Makalenin başında 150 sözcüğü geçmeyen Türkçe ve İngilizce özet/abstract bulunmalıdır. Özette, çalışmanın kapsamı, amacı, yöntemi tanımlanmalı ve ulaşılan sonuçlardan bahsedilmelidir. Türkçe makalenin İngilizce başlığı olmalı ve Abstract'ın üstünde gösterilmelidir. İngilizce makalelerin ise Türkçe başlıkları ve özetleri olmalıdır.
7. GİRİŞ, SONUÇ ve KAYNAKÇA ile KONU BAŞLIKLARININ tamamı, Alt Başlıkların ise sadece ilk harfleri büyük harf ile yazılmalıdır (10 punto, koyu, sola dayalı). Girişe ve sonuca numara verilmezken, konu ve alt başlıkları numaralandırılmalıdır. Giriş, sonuç, kaynakça ve konu başlıklarında boşluk önce ve sonra 12 nk, alt başlıklarda ise önce ve sonra 6 nk olmalıdır.
8. Paragrafların ilk satırları soldan 1,25 cm girintili olmalıdır. Paragraf araların-

- daki boşluk önce 0 nk, sonra 6 nk olmalıdır (Bu ayarlar Word programında “paragraf ayarları” – “girintiler ve aralıklar” bölümünden yapılmalıdır).
9. - Metin içindeki alıntılar, metin içi referans yöntemi (**APA**) ile (soyad, tarih: sayfa no) şeklinde belirtilmelidir. Örnek: (Bircik, 2017: 25). Üç satırdan az kısa alıntılar, satır arasında ve tırnak içinde; üç satırdan uzun alıntılar ise satırın sağından solundan ikişer santimetre içinde, blok halinde, 10 punto, tek satır aralığıyla tırnaksız verilmelidir. Alıntı yaparken özgün eserden çıkarılan sözcük ve cümleler parantez içinde üç nokta ile (...) belirtilmelidir.
- Referans gösterirken, yazar ismi metin içinde geçmiyorsa parantez içinde yazarın soyadı ve yayın tarihi belirtilir: (Taşcıoğlu, 2009).
- İki yazarlı kaynaklarda her iki yazarın soyadı birlikte kullanılır: (Alemdar ve Erdoğan, 2002: 20)
- İkiyden fazla yazarlı kaynaklarda “vd.” ibaresi yer alır: (Tokgöz vd., 2004: 6)
- Metin içinde aynı konuda birden çok kaynağa referans verilecekse kaynaklar birbirinden noktalı virgül ile ayrılır: (Geray, 2005: 34; Kazancı, 2006: 45)
- Metin içinde internet kaynakları referans gösterilirken, metnin varsa yazar ismi, yazar mevcut değilse makale ismi veya metin başlığı ile yıl olarak tarihi verilir: (Kotan, 2016), (Siyasal İletişim, 2015) veya (Türkiye Gazetecilik Hak ve Sorumluluk Bildirgesi, 2017)
10. İçeriğe ilişkin ekstra açıklamaların dipnotları ve diğer açıklamalar sayfa altında (Times New Roman, 9 punto, tek satır aralığı, iki tarafa yaslı) verilmelidir. Sayfa altı açıklamaların dipnotları için de aynı şekilde metin içi referans yöntemi (**APA**) kullanılmalıdır.
11. Tablo ve şekil başlıkları, varsa kaynakları (kaynakçada olduğu gibi yazılmalı ve sayfa numarası belirtilmelidir) tablo ve şekillerin altına ortalanarak, numara verilmeli, başlık koyu, açıklama ise düz Times New Roman 9 punto olarak yazılmalıdır (**Tablo 1. Açıklama**).
12. Resim, fotoğraf, grafik, çizim, vb. görseller, JPEG formatında gönderilmelidir. Görsel künyesi (bilgi) ve varsa kaynağı görselin altında ortalanarak, numara verilmeli, başlık koyu, açıklama ise düz Times New Roman 9 Punto olarak verilmelidir (**Fotoğraf 1. Açıklama**).
13. Kitap, dergi, gazete, film ve program adları metin içinde italik yazılmalıdır. Sayılar metin içinde tutarlı olmak koşuluyla harf veya rakamla belirtilebilir. Türkçe metinlerde tarih belirtilirken önce gün, sonra ay yazılmalıdır.
14. - Kaynakçada, metin içinde yararlanılan ve belirtilen kaynakların hepsi yer almalıdır. Metin içinde belirtilmeyen hiçbir kaynak kaynakçada gösterilmemelidir.
- Kaynakça, metnin sonunda yazarların soyadına göre abecesel olarak oluşturulmalıdır.
- Kaynaklar bir yazarın birden fazla yayını olması halinde, yayımlanış tari-

hine göre sıralanmalı; bir yazara ait aynı yılda basılmış yayınlar ise (1980a, 1980b) şeklinde belirtilmelidir.

- Kaynakçada eserler APA sistemine göre aşağıdaki gibi gösterilmelidir:

a) Kitap:

KAZANCI, Metin (2000). *Kamu ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler*. Ankara: Turhan Kitabevi.

b) İki/Çok Yazarlı Kitap

ERDOĞAN, İrfan ve ALEMDAR, Korkmaz (2002). *Öteki Kuram*. Ankara: Erk Yayınları.

ECO, Umberto, Martini, C. Martini, Proctor, Minna ve Cox, Harvey (2012). *Belief or nonbelief? A confrontation*. New York: Skyhorse Pub.

c) Çeviri Kitap

ADORNO, Theodor W. (2004). *Walter Benjamin Üzerine*. (Çev. Dilman Muradoğlu). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

d) Kitapta Bölüm

ÖZER, Ömer (2015). "Teun Adrian Van Dijk Örneğinde Eleştirel Söylem Çözümlemesi", *İletişim Araştırmalarında Yöntemler* içinde. (Ed. Besim Yıldırım). Konya: Literatürk. 197-286.

e) Dergide Makale

TAŞCIOĞLU, Raci (2011). "Hilmi Ziya Ülken'in Türk İletişim Tarihine Katkıları", *Atatürk İletişim Dergisi*. Sayı: 1. 1-12.

f) Ansiklopedi veya Sözlük

TÜRK DİL KURUMU (1969). *Türkçe Sözlük*. Ankara: TDK.

g) Yayınlanmamış Tez

HIDIROĞLU, İrfan (2010). *Türkiye'de 1980 Sonrası Sinema Politikaları*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon Anabilim Dalı.

h) İnternette Yazarı Belli Olan Yazı

ÇAKMAKÇI, Osman (2008). *Melankolik Düşünce*. Radikal Kitap Eki. <http://www.radikal.com.tr/radikal.aspx?atype=haberyazdir&articleid=899166>. (Erişim Tarihi: 19.09.2008).

i) İnternette Yazarı Belli Olmayan Yazı

Postphotography. http://home.earthlink.net/~rwsopal/texts/post_phot.html. (Erişim Tarihi: 18.10.2003).

**COVID- 19 PANDEMİSİNDE KULLANILAN SAVUNMA
MEKANİZMALARININ TELEVİZYON DİZİLERİNE
YANSIMALARI: JET SOSYETE ÖRNEĞİ**

5

REFLECTIONS OF DEFENSE MECHANISMS USED IN COVID-19
PANDEMIC ON TELEVISION SERIES: THE CASE OF JET SOCIETY

Mustafa ÖZTUNÇ, Ayşegül Zeren KOSAL

**COVID-19 PANDEMİSİNDE KARANTİNA SÜRECİNE GİRMİŞ
KİŞİLERİN İNTERNET HABER SİTELERİ VE SOSYAL
MEDYADAKİ İNFODEMİYE İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ**

33

ATTITUDES OF PEOPLE HAVING THE QUARANTINE PROCESS AT THE
COVID-19 PANDEMIC REGARDING INFODEMIA IN INTERNET NEWS
SITES AND SOCIAL MEDIA

Besim YILDIRIM, Elif KELEBEK

**TELEVİZYONUN İZLEYİCİNİN ALGILAMALARI ÜZERİNDE
YETİŞTİRME ROLÜ: BİNGÖL DEVLET HASTANESİNDE
YAPILAN ARAŞTIRMA**

65

THE CULTIVATIONAL ROLE OF TELEVISION ON VIEWERS'
PERCEPTION: A STUDY CONDUCTED AT BİNGÖL STATE HOSPİTAL

Beyza SARGIN, Ömer ÖZER

**ATOM BOMBASINDAN FUKUSHİMA'YA GODZİLLA
(GOJİRA)**

83

FROM THE ATOM BOMB TO FUKUSHİMA GODZİLLA (GOJİRA)

Volkan ÇELİK

Kitap İncelemeleri / Book Reviews

**CUMHURİYETİN BÜLÜĞ ÇAĞI: GÜNDELİK YAŞAMA DAİR
TARTIŞMALAR (1945-1950)**

109

Muhammed KALENDEROĞLU

113 YAYIN POLİTİKASI VE YAZIM KURALLARI



İLETİŞİM FAKÜLTESİ
Faculty of Communication