

**MEDYA
KÜLTÜR**

MEDYA ve KÜLTÜR

Kültürel Çalışmalar ve Medya Dergisi

The Journal of Cultural Studies and Media

Sayı/Issue:2 Cilt/ Volume:1 Yıl/Year: 2021

MEDYA ve KÜLTÜR

Kültürel Çalışmalar ve Medya Dergisi

Akademik Dergi
Sayı 2 - Cilt 1 -Aralık 2021

MEDIA & CULTURE

The Journal of Cultural Studies and Media

Academic Journal
Issue 2 - Volume 1 - December 2021



ISSN: 2791 - 6979

Medya ve Kültür, yılda iki sayı yayımlanan (Haziran ve Aralık) uluslararası hakemli bir dergidir. Yayımlanan yazıların sorumluluğu yazarına/yazarlarına aittir.

Yayın Türü

Altı Aylık Süreli Yayın

Adres

Sakarya Üniversitesi Kültürel Çalışmalar Merkezi M2 Binası Kat 3
Serdivan/SAKARYA
+90 0264 295 70 19

<http://medyavekultur.com/>
medyavekultur@gmail.com



MEDYA ve KùLTÜR

Kùltürel Çalışmalar ve Medya Dergisi

Sahibi

Sakarya Üniversitesi Kültürel Çalışmalar Uygulama ve Araştırma Merkezi Adına Prof. Dr. Yusuf ADIGÜZEL

Editör

Prof. Dr. Yusuf ADIGÜZEL

Editör Yardımcıları

Dr. Işıl ŞİMŞEK
Dr. İsmail AKDOĞAN

Kitap İnceleme Editörü

Dr. Öğr. Üyesi Mikail UĐUŐ

Dil Editörü

Dr. M. Fatih ADIGÜZEL

Yayın Koordinatörü

Arő. Gör. Muzaffer Musab YILMAZ

Tasarım

Arő. Gör. Furkan SÜRÜN

Alan Editörleri

Doç. Dr. Ahmet GÖKÇEN
(Muő Alpaslan Üniversitesi)
Doç. Dr. Ahmet KOYUNCU
(Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Doç. Dr. Hediyeullah AYDENİZ
(Marmara Üniversitesi)
Doç. Dr. Murat ŐENTÜRK
(İstanbul Üniversitesi)
Doç. Dr. Mustafa BOSTANCI
(Sakarya Üniversitesi)
Dr. Muhammed Veysel BİLİCİ
(Kırklareli Üniversitesi)
Dr. Yusuf Ziya GÖKÇEK (Marmara Üniversitesi)

Editör Kurulu

Prof. Dr. Ali Murat YEL (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Arvind Singhal (The University of Texas)
Prof. Dr. John Keane (University of Sydney)
Prof. Dr. Martin Stokes (King's College London)
Prof. Dr. Mustafa Kemal ŐAN
(Sakarya Üniversitesi)
Prof. Dr. Mutlu BİNARK (Hacettepe Üniversitesi)
Prof. Dr. Peyami ÇELİKCAN (İstinye Üniversitesi)
Prof. Dr. Robert Doyle (Harvard University)
Prof. Dr. Yücel Bulut (İstanbul Üniversitesi)
Doç. Dr. Muhammed HÜKÜM (Sakarya Üniversitesi)
Dr. Adem BAŐPINAR (Kırklareli Üniversitesi)
Dr. Rana Raddawi (Northwestern University)

Owner

Sakarya University Research Center for Cultural Studies on Behalf of Prof. Dr. Yusuf ADIGÜZEL

Editor

Prof. Dr. Yusuf ADIGÜZEL

Assistant Editors

Dr. Işıl ŞİMŞEK
Dr. İsmail AKDOĞAN

Book Review Editor

Assist. Prof. Mikail UĐUŐ

Language Editor:

Dr. M. Fatih ADIGÜZEL

Publication Coordinator

Res. Assist. Muzaffer Musab YILMAZ

Design

Res. Assist. Furkan SÜRÜN

Section Editors

Assoc. Prof. Ahmet GÖKÇEN
(Muő Alpaslan University)
Assoc. Prof. Ahmet KOYUNCU
(Necmettin Erbakan University)
Assoc. Prof. Hediyeullah AYDENİZ
(Marmara University)
Assoc. Prof. Murat ŐENTÜRK
(İstanbul University)
Assoc. Prof. Mustafa BOSTANCI
(Sakarya University)
Dr. Muhammed Veysel BİLİCİ
(Kırklareli University)
Dr. Yusuf Ziya GÖKÇEK (Marmara University)

Editorial Board

Prof. Dr. Ali Murat YEL (Marmara University)
Prof. Dr. Arvind Singhal (The University of Texas)
Prof. Dr. John Keane (University of Sydney)
Prof. Dr. Martin Stokes (King's College London)
Prof. Dr. Mustafa Kemal ŐAN
(Sakarya University)
Prof. Dr. Mutlu BİNARK (Hacettepe University)
Prof. Dr. Peyami ÇELİKCAN (İstinye University)
Prof. Dr. Robert Doyle (Harvard University)
Prof. Dr. Yücel Bulut (İstanbul University)
Assoc. Prof. Muhammed HÜKÜM (Sakarya University)
Dr. Adem BAŐPINAR (Kırklareli University)
Dr. Rana Raddawi (Northwestern University)

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

138-141 Editörden / Editorial

Araştırma Makaleleri / Research Articles

142-163 **“Punk’s Not Dead, It Lives on The Football Terraces”:** Tracing The Legacy of Punk in Subcultural Milieu of The Football Firms
“Punk Ölmedi, Tribünlerde Yaşıyor”: Tribün Gruplarının Atkültürel Ortamında Punk Mirasının İzlerini Sürmek

Hüseyin SERBES

164-187 **Propaganda ve Emperyalizmin Kültürel Boyutu: Baby TV “Mini Matinee” Örneği**

The Cultural Dimension of Propaganda And Imperialism: The Case of Baby TV “Mini Matinee”

Feyza ÜNLÜ DALAYLI

188-204 **The Views of Turkish Immigrants on Multicultural Policies in Australia: The Impact of Migration Duration**

Türk Göçmenlerin Avustralya’da Uygulanan Çokkültürcü Politikalara İlişkin Görüşleri

Ayşe Mahinur TEZCAN

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

Kitap Değerlendirmeleri / Book Reviews

- 206-210 Byung-Chul Han, Şeffaflık Toplumu Tartışmaları
Şeydanur ŞİMŞEK
- 212-217 Frantz Fanon, Siyah Deri Beyaz Maskeler Üzerine Bir
İnceleme
Melahat Yıldırım
- 218-220 Nick Stevenson, Medya Kùltürleri - Sosyal Teori ve Kitle
İletişimi Üstüne Bir Değerlendirme
Atakan BATUR

EKLER / Attachments

- 222-225 Yayın İlkeleri
Publication Policy
- 226-231 Yazım Kuralları
Instruction For Authors

Ocak 2021'de yayın hayatına başlayan Medya ve Kültür, ilk sayısını Haziran 2021'de yayımladı. Medya ve Kültür'ün Aralık 2021'de yayımlanan ikinci sayısı değerli okuyucularıyla buluşmanın mutluluğunu yaşamaktadır. Bir yıllık zaman diliminde alınmış olan mesafe ve edinilmiş olan tecrübeyle yoluna kararlılıkla devam eden Medya ve Kültür, alan yazında önemli bir boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır.

Medya ve Kültür, geçen bir yıllık zaman diliminde yayımlanan makalelerin ulusal ve uluslararası alan dizinlerinde taranması hedefine ulaşmak amacıyla yoğun bir mesai harcadı. Derginin ilk sayının yayımlanmasının hemen ardından ulusal ve uluslararası dizinlerde taranmak amacıyla ilgili kurumlara başvurular yapıldı ve süreç yakından takip edildi. Bu yönde ortaya konulan çabalar sayesinde dergi, ilk sayısından itibaren ASOS Index, DRJI (Directory of Research Journal Indexing), I2OR (International Institute of Organized Research), ASI (Advanced Science Index) ve Researchbib olmak üzere 5 ayrı dizin tarafından taranmaya başladı. Diğer önemli bir dizine (Cide Factor, Neliti, EuroPub ve Google Scholar v.s.) de başvurular yapılmış, süreç işlemekte ve cevap beklenmektedir. Bunun yanında, Dergipark alt yapısını kullanabilmek için yeni kurulmuş bir derginin en az bir yıl faaliyet yürütmesi ve sayılarını zamanında çıkarması gerekmektedir. Dolayısıyla Medya ve Kültür, Ocak 2022'den itibaren Dergipark alt yapısını kullanma başvurusunu yapacaktır. Öte yandan Ulakbim dizininde taranmak amacıyla da gerekli olan asgari koşullar ve başvuru süreçleri yakından takip edilmektedir.

Medya ve Kültür, Aralık 2021 sayısında üç araştırma makalesi ve üç kitap incelemesiyle okuyucularla buluşmuştur. Bu sayının ilk makalesi "Punk's Not Dead, It Lives on The Football Terraces": Tracing The Legacy of Punk in Subcultural Milieu of The Football Firms ("Punk Ölmedi, Tribünlerde Yaşiyor": Tribün Gruplarının Altkültürel Ortamında Punk Mirasının İzlerini Sürmek) Hüseyin SERBES tarafından kaleme alınmıştır. Bu makale, Punk'ın mirası ile taraftarlık altkültürünü karşılaştırarak analiz etmeyi amaçlıyor. Marksist teorinin bakış açısını kendine kavramsal zemin olarak alan bu çalışma, taraftar fanzinlerini merkeze alarak mikro-sosyolojik bir perspektifle gençlik altkültürlerinin direniş sembollerini anlamayı hedefliyor. Feyza Ünlü DALAYLI tarafından kaleme alınan sayının ikinci makalesi, Propaganda ve Emperyalizmin Kültürel Boyutu: Baby TV "Mini Matinee" Örneği başlığını taşımaktadır. Kültürel emperyalizm, medya emperyalizmi ve propaganda kavramlarının ele alındığı bu çalışmada, Türkiye'de son dönemde popüler hale gelmiş Amerikan bebek kanalı Baby TV'de yayınlanan Kızilderili ve Amerikalılar çizgi filmi analiz edilmektedir. Bu sayının The Views of Turkish Immigrants on Multicultural Policies in Australia: The Impact of Migration Duration (Türk Göçmenlerin Avustralya'da Uygulanan Çokkültürcü Politikalara İlişkin Görüşleri) adlı üçüncü makalesi ise Ayşe Mahinur TEZCAN tarafından kaleme alınmıştır. Bu çalışmada, çokkültürcülük politikalarının uygulandığı

lkelerden biri olan Avustralya'daki okkltrclk politikaları ve Avustralya'da yaşıyan Türk göçmenlerin bu politikalar üzerine görüşleri değerlendirilmektedir.

Kitap değerlendirmelerine gelince; Melahat YILDIRIM, Frantz FANON'a ait Siyah Deri Beyaz Maskeler adlı ünlü kitabı incelemekte, postkolonyalizm ve oryantalizm alanına ilgi duyan okuyucu ve araştırmacılara bir girizgah sunmayı amaçlamaktadır. Şeydanur ŞİMŞEK ise Byung- Chul HAN tarafından kaleme alınan Şeffaflık Toplumu adlı kitabı değerlendirmektedir. Son kitap değerlendirmesinde ise Atakan BATUR Nick STEVENSON'ın Medya Kültürleri - Sosyal Teori ve Kitle İletişimi adlı kitabını ele almaktadır.

Medya ve Kültür dergisinin Haziran 2022 sayısı için Ocak ayından itibaren araştıрма makaleleri ve kitap değerlendirmeleri kabulüne başlanmıştır. Dil ve kültür, kimlik, oryantalizm/oksidentalizm, temsil, gerçekliğin sosyal inşası, post-kolonyal çalışmalar, etnisite çalışmaları, siyasal kültür, siyasal iletişim, küreselleşme ve kültür, medya ve kültür, kültürlerarası iletişim, kültürel antropoloji, tarihsel sosyoloji, g çalışmaları, iletişim ve kültür, (yeni) medya çalışmaları ve uluslararası iletişim alanlarındaki bilimsel çalışmalarınızı bekliyoruz. zgn çalışmalarınızı medyavekultur.com adresi üzerinden değerlendirilmek üzere dergimize gönderebilirsiniz.

Yeni sayıda buluşmak dileğiyle.

Prof. Dr. Yusuf ADIGÜZEL

Editör



Editorial

Media and Culture (Medya ve Kültür), which started to accept the first submissions in January 2021, published its first issue in June 2021. With the current, second issue of Media and Culture, published in December 2021, we are happy to present our dear readers with new research articles and book reviews. Media and Culture, which is determined to go on its way of publication with the distance covered and the experience gained in a one-year period, aims to fill an important gap in its field.

Media and Culture has tried hard to achieve the goal of the articles published in the last year being covered by national and international indexing services. Immediately after the publication of the first issue of the journal, the relevant services were applied to so as to be indexed in national and international abstracting services, and the process was followed closely. The efforts made to this end have been successful and the journal has been covered by 5 different indexing services since its first issue, namely ASOS Index, DRJI (Directory of Research Journal Indexing), I2OR (International Institute of Organized Research), ASI (Advanced Science Index) and Researchbib. Applications have also been made to a number of other important abstracting services (Cide Factor, Neliti, EuroPub and Google Scholar etc.), and the process is still in progress and responses are awaited for approval. In addition, after the current issue of our journal we hope to use the infrastructure of Dergipark, which is a common platform for Turkish journals. In order to use the infrastructure of Dergipark, a newly established journal must operate for at least one year and publish its issues on time. Therefore, Media and Culture will apply to use the infrastructure as of January 2022. Furthermore, the minimum conditions to be met and the application processes required to be indexed by the Ulakbim indexing service are closely followed.

Media and Culture meet the readers with three research articles and three book reviews in the December 2021 issue. The first article of this issue, “Punk’s Not Dead; It Lives on The Football Terraces”: Tracing The Legacy of Punk in Subcultural Milieu of The Football Firms has been contributed by Hüseyin SERBES. This article aims to analyze Punk’s legacy by comparing it with the fandom subculture. Taking the perspective of Marxist theory as its conceptual basis, this study aims to identify the symbols of resistance of youth subcultures with a micro-sociological perspective with a central focus on fanzines. The second article of the issue, written by Feyza Ünlü DALAYLI, is titled The Cultural Dimension of Propaganda and Imperialism: The Case of Baby TV “Mini Matinee”. This study, in which the concepts of cultural imperialism, media imperialism and propaganda are discussed, analyze the Redskins and Americans cartoons broadcast on Baby TV, the American baby channel that has recently become popular in Turkey. The third article of this issue, titled The Views of Turkish Immigrants on Multicultural Policies in Australia: The Impact of Migration Duration, has been contributed by Ayşe Mahinur TEZCAN. In this study, multiculturalism policies in Australia, which is one of the countries where multiculturalism policies

are implemented, and the views of Turkish immigrants living in Australia on these policies are focused.

As for the book reviews in the issue; Melahat YILDIRIM examines the famous book *Black Skin, White Masks* by Frantz FANON and aims to provide an introduction to readers and researchers who are interested in post-colonialism and orientalism. Şeydanur ŞİMŞEK, evaluates the book *Transparency Society* written by Byung-Chul HAN. In the last book review, Atakan BATUR analyzes Nick STEVENSON's book titled *Media Cultures - Social Theory and Mass Communication*.

Research articles and book reviews for the June 2022 issue of *Media and Culture* can be submitted as of January. We welcome your original submissions in the fields of Language and culture, identity, orientalism/ocidentalism, representation, social construction of reality, post-colonial studies, ethnicity studies, political culture, political communication, globalization and culture, media and culture, intercultural communication, cultural anthropology, historical sociology, migration studies, communication and culture, (new) media studies and international communication. You can send your original works to our journal via the website mediavekultur.com.

Hope to meet you in the next issue...

Prof. Dr. Yusuf ADIGÜZEL
Editor

Research Article

“Punk’s Not Dead, It Lives on The Football Terraces”: Tracing The Legacy of Punk in Subcultural Milieu of The Football Firms

Abstract

Hüseyin SERBES*

Contrary to the popular perception generated by the mainstream media, the notion of ‘football firm’ has a large subcultural milieu. When this subcultural universe is carefully investigated, an enduring legacy of punk attitude is detected. The center of the punk ethos, which provides a snapshot of the political and cultural landscape, is shaped by some aesthetic codes. This paper attempts to bring together the legacy of punk with the supporter subculture. The study, framed from the perspective of Marxist theory, aims to understand the symbols of resistance of youth subcultures with a micro-sociological perspective by focusing on fanzines within the scope of qualitative research design. With the critical discourse analysis carried out in this context, the modern football phenomenon, which destroys the subjectivity of the fans, is investigated. The findings reveal that Punk’s aggressive, rhetorical and satirical aesthetic codes exist in the stands. The discovery of Punk, which offers a subcultural capital against commodification, alienation and commercialized football, may regenerate the praxis of pleasure, poetry, art, imagination, love and revolution on the football terraces.

*Sakarya University,
Institute for Social Sciences,
Department of
Communication Sciences,
PhD Candidate.
hserbes@yahoo.com
ORCID: 0000-0001-7913-6178.

Keywords: Punk, Subculture, Fans, Football Firms, Fanzine.

Received: 15.10.2021
Accepted: 25.12.2021

Serbes, H. (2021). Punk’s not dead, it lives on the football terraces: Tracing the legacy of punk in subcultural milieu of the football firms. *Medya ve Kültür*, 1(2), 142-163

Araştırma Makalesi

“Punk Ölmedi, Tribünlerde Yaşıyor”: Tribün Gruplarının Altkültürel Ortamında Punk Mirasının İzlerini Sürmek

Özet

Hüseyin SERBES*

Anaakım medyanın oluşturmuş olduğu popüler algının tersine, tribün grubu kavramı, büyük bir altkültürel ortama sahiptir. Bu altkültürel evren, dikkatle soruşturulduğunda punk tavrının bitmek bilmeyen mirasına rastlanır. Politik ve kültürel manzaranın bir enstantanesini sunan punk değerlerinin merkezi bazı estetik kodlarla şekillenir. Bu çalışma, Punk’ın mirası ile taraftarlık altkültürünü bir araya getirmeyi deniyor. Marksist teorinin bakış açısıyla çerçevelenen çalışma, nitel araştırma deseni kapsamında, taraftar fanzinlerini odağa alarak mikro-sosyolojik bir perspektifle gençlik altkültürlerinin direniş sembollerini anlamayı amaçlıyor. Bu kapsamda gerçekleştirilen eleştirel söylem çözümlemesi ile taraftarların öznellik alanlarını yıkıma uğratan modern futbol olgusu soruşturuluyor. Bulgular, Punk’ın agresif, retorik ve hicivli estetik kodlarının tribünlerde var olduğunu ortaya koyuyor. Metalaşmaya, yabancılaşmaya ve ticarileşen futbola karşı bir altkültürel sermaye sunan Punk’ın keşfi, tribünlerde hazzın, şiirin, sanatın, hayal gücünün, aşkın ve devrimin praksisini yeniden yeşertebilir.

*Sakarya Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü,
İletişim Bilimleri ABD,
Doktora Öğrencisi.
hserbes@yahoo.com
ORCID: 0000-0001-7913-6178.

Anahtar Kelimeler: Punk, Alt kültür, Taraftar, Futbol Grupları, Fanzin.

1. Introduction

Perceptions in the mainstream media leave impressions that despise the individual in a football firm. The phenomenon of ‘supporter’, which is exhibited as only a small part of a recurring entertainment every weekend, constitutes a large subcultural environment consisting of many components. According to the perspectives pointed out, fans in a stadium are part of violence, brutality, or an inconsistent concept. However, it is not always possible to accept this as such. Ayres and Treadwell (2011, p. 95) inform that contrary to popular perception and media hype, those who take part in fan groups are not mindless bandits, but individuals who fulfill certain functions in their lives in a subcultural context.

This paper tries to bring together the legacy of punk and the subculture of football firms. Punk ethics, which has created an underground cultural form with the codes it has since the 1970s, has also deeply affected other subcultural environments. Therefore, by investigating these remains, this research aims to understand what fronts can be formed by supporters against today’s commercialized and industrialized football. The basic idea of this study is based on the reaction of the working class, which was pushed out of the stadium in neo-liberal times. This study, which investigates football fandom with the Marxist theories proposed by Taylor (1971) and Clarke (1973), deals with the nature of punk and hooligan subcultures. As it is known, the capitalist understanding of football dissolves the concept of supporter and gives it other meanings. Youth subcultures, by their nature, want to remain in the game and not be alienated by exhibiting a kind of resistance. One of the areas where they can do this resistance is fanzines, which are seen as the legacy of punk. Fanzines, which reached their true value in the 1970s when punk emerged, are photocopy journals independent of any authority (Serbes & Guzel, 2020, p. 693). The research subjects of this study are football firms. Therefore, the current investigation resorts to discourses to understand the subcultural milieu of supporters. While the concepts of text and discourse show an increasing use in social sciences, it is possible to find these discourses in works with varying styles and registers (Wodak & Meyer, 2015). In this context, it is aimed to analyze the guiding discourses about the subculture of the fan formations by investigating the texts in the fanzines produced by Fenerbahçe supporters. ‘Critical discourse analysis’ was carried out on the relations in which the concepts were produced, on the historical processes and the paradigm.

The study tries to find answers to the following questions: How does modern football affect the field of the subjectivity of fans? What are the behaviors of the fan formations against the commercialized and industrialized football mentality? How can the relationship between punk and football firms be interpreted? What praxis can supporters realize against the perspectives of alienation and commodification? In what ways does the relationship between the revolutionary heritage of punk and the subcultural legacy of the football firms take place? The study aims to follow the traces of youth subcultures with an interdisciplinary effort in light of the summarized purpose and method. Thus, this article focuses on the meanings beyond the text from a micro-sociological perspective and reveals the symbols of resistance.

2. Literature and Conceptual Explanations

2.1 Subculture and Resistance: Perspectives

Research that seeks to understand subculture in the light of style, thought, and attitude has been nurtured by two traditions: the Chicago School and the Birmingham School, known as The Center for Contemporary Cultural Studies (CCCS).¹ Blackman (2014, p. 499) draws attention to the close relationship between biology and psychology in American and British subcultural theories in the definition of deviant behavior. British theory, in which the focus on subculture involves anomalies, is more apt to understand the subnormal in racial, social and economic contexts. In particular, the studies carried out in this manner in the late 1960s deepened the concept of subculture and brought it to the fore again. In this sense, youth movements such as subcultures and countercultures helped establish the perspective of resistance. As Blackman (2014) argues, CCCS subculture theory, though in an interpretative sociological framework derived from the Chicago School, epistemologically places emphasis on the consciousness of the agency. It is a harbinger of an important break with crime and deviance. This theory cares about the resistance of countercultures that are considered outside of popular culture. According to Cohen's critical theory of subculture (1972), it is those who are oppressed by the dominant culture, not the middle class, who produce the subculture. The CCCS theory, which finds its essence in the resistance and oppositional thought of oppressed cultures, has put the youth movements. This theoretical perspective was shaped by the ideas of intellectuals such as *Lévi-Strauss*, *Barthes*, *Althusser*, as Hall (1980) expressed, and embraced Gramsci's concept of hegemony. Basically, in this theoretical field, which deals with the performance of youth subcultures with resistance, ideas are found in the form of a 'collage'.

Subculture becomes a form of performance in thought, action, and narrative, not a sign of illness. Barnes (1979) points out that these performances have many application areas and states that youth become visible thanks to the practices created with the Do-it-yourself culture. Emphasizing the notion of punk, Hebdige (1979, p. 19) states that no subculture is more determined than punks to try to detach itself from the accepted area as in normalized forms. In Clark's words (2001, p. 234), even 'the death of punk'², one of these subcultures, left a new subcultural discourse and produced special spaces where culture could be produced with less capitalism, more autonomy and more anonymity.

2.2 Punk: The Style Created by Post-War Youth

The concept of 'punk', which was accepted in the terminology at the end of the 1970s, is not a mere form of music thanks to its political and aesthetic attitude. While describing punk, Benton (2018, p. 14) points out some common traits such as challenging the authority, resisting the mainstream, emphasizing the original

¹ Corte (2012, p. 62) states that three approaches that emerged later were added to these two basic approaches to the origins of subcultural studies. These approaches are as follows: The Manchester School, the Post-Subculture and a Symbolic Interactionist Approach (see Corte, U. 2012. Subcultures and Small Groups: A Social Movement Theory Approach. Dissertation for the degree of Doctor of Philosophy. Acta Universitatis Upsaliensis).

² The notion of 'the death of punk', which Clark (2001, p. 234) sees as one of the great mysteries of the history of the subculture, contains great paradoxes: According to Clark, who draws attention to the subjectivity of punk other than the classical archetype, this discourse left a new subcultural legacy to his successors even as it died. It has made this legacy by producing a do-it-yourself culture, independent labels, speciality record stores and music venues (see: Clark, D. 2001. The Death and Life of Punk, the Last Subculture. 'No-Future: Punk 2001' conference, University of Wolverhampton, and Lighthouse, England).

“Punk’s Not Dead, It Lives on The Football Terraces”:

and having a do-it-yourself aesthetic, although there is no monolithic and uniform subculture. Punk culture, which proceeds on an irregular path, has developed together with many factors such as opposing perspectives and all kinds of anti-nationalism. Errickson (2019, p. 7) asserts that there were also a number of other political, social and environmental factors that led to the development of punk culture. In particular, the collapse of stability with the period of ‘recession’ in England in the mid-1970s brought about a rising counter-movement among rockers. Henry (1989) who states that this punk scene is the true essence of the punk movement, sees it as a reaction against institutionalized art theories and techniques. The punk subculture, as a representation of an avant-garde attitude, draws attention as a mythical movement created by the post-war youth with its reactions to the sociopolitical climate of the period. After the First World War, a punk style frequently invoked the methods of the Dadaists and Surrealists, which provocatively confronted art with counter-art against traditional social norms.³ These methods turned into “an aggressive act” with Hebdige’s discourse (1998, p. 29). Thus, the developed consciousness made cultural and political activities a priority [in the punk scene].

“With so much happening in less than forty years, punk today has come to mean many different things; a family of music genres and subgenres, a philosophy, an attitude, fashion styles, and an entire subculture. However, punk music has always ‘articulated’ the subculture, and it is through punk music that punk culture is most often written about” (Dalbom, 2006, p. 39).

As Dalbom (2006) argues, punk’s past does not proceed in any linear nature, and furthermore, the culture (which punk creates) encompasses much more as a subculture than a musical genre, although it has evolved with music. Since 1976, the year of its debut, music, the dominant element of the subculture, seemed to take on and contribute to the hostility and mayhem that became part of the punk image, as Levine and Stumpf underlined (1983, p. 423). With its techniques, punk also includes the meta-narrative that heralds the deterritorialization of the individual in the society and the arrival of the post-industrial society. Especially in England in 1975, where the highest unemployment rates were observed, there was an increase in working-class and anti-capitalist movements, with the problems of young people not being able to finish school or not being able to find a job. Brake (1980) states that while young people try to cope with the contradiction created by the pressure on wealth, success and consumption, on the other hand, they begin to think that the social structure is managed by employers and politicians, whom they see as liars and abusers. When the darkness of the past and the future is taken into consideration, in such a sociopolitical atmosphere, the songs of punk rock bands turn into anthems in the tongues of the desperation youth.

2.3 Resilient Communities of Liquid Modernity: Avant-garde Youth and Football Hooliganism

The world we call modern gradually pushes the individual into loneliness. This loneliness, in a sense, is a phenomenon that can be overcome with the cooperation

³ As David Laing stated in One Chord Miracles, one of the most distinctive features of ‘punk rock’ is that it first awakened and then disturbed the organization of opportunity, which holds the authority of power and control, with its unique phenomenon [Laing, D. (2002). One Chord Wonders: Power and Meaning in Punk Rock].

of people who have come together for certain purposes. Bozkurt (2011) points out the impossibility of a world without groups and organizations by questioning how we can live if the society we live in consists of single individuals with no cooperation among themselves. Ideas of expanding this union with football go back in time. In particular, the broader social functions beyond participation in football have a long history dating back to the nineteenth century. (Sanders et al., 2012, p. 5). However, it is not possible to talk about belonging to a group when talking about all individuals coming together in a football stadium. With these individuals embracing each other for a purpose, the existence of the group can only be mentioned. In the ‘liquid modernity’ that Bauman (2000) puts forward, the concepts of time and space do not separate from each other, paving the way for the community. When football shrines are not seen as temples of consumption⁴, they represent a real example of community. Thus, the individuals in these places are separated from the hordes that are met by chance and carry the characteristics of the community. In this context, the representation of being together in the times we live in can be seen among football fans. The placement of such formations in football turns sports competitions into cultural venues. Alver (2008) sees football, which is an element that unites people from different languages, cultures or social backgrounds, as a social field where group belongings are defined and identity is acquired, behavioral principles are shaped. In particular, stadiums function as a social movement task area with a high level of organization.

The motivations of individuals to take part in a ‘firm’ differ. Likewise, the requirements of being in a supporter group and therefore being included in the group differ among the participants. The results of research conducted by Peat (2016, pp. 42-43) showed that for some, active participation is a way of performing or demonstrating the ability to fulfill a role within a firm, while for others it is not seen as a hierarchical role, so it is perceived as a natural sequence of events rather than an ability to fulfill a role. Despite the fact that the concept of hooligan is associated with violent incidents, the role that fans in groups play in increasing the value of football as a result of their active actions is undeniable. The firm actors believe in the continuation of the existence of this culture as the bearers against the reification of football by becoming a commodity (Serbes & Eskicumali, 2021, p. 154). In this sense, it can be clearly seen that most of the previous studies made generalizations with the results obtained from an ‘outside eye’. Therefore, it is objectionable to call fan events that enhance football culture collectively as hooliganism. Redhead’s (1993, p. 3) comment that a well-agreed “definition of football hooliganism” has never been established, and this gives us the opportunity to think again about hooliganism. The field research conducted by Rookwood and Pearson (2012), which consists of a series of ethnographic studies, also revealed the positive aspects of fan formations that are marginalized as ‘hooligans’ in terms of fan relations against those who see only their harmful aspects in a practical context. Therefore, the place of supporter groups associated only with violence in contemporary community theories can be reconsidered. In this context, football, which has become industrialized and commodified and therefore has lost its natural

⁴ According to Bauman (2000), places that George Ritzer called “temples of consumption” consist of individuals who came together by chance rather than community. Since Bauman draws attention to the fact that there is no collective aspect to this situation, this study takes into account the fan formations that come together consciously in football stadiums.

“Punk’s Not Dead, It Lives on The Football Terraces”:

game image, resembles a systematic market that opens a window to the world of the show rather than the active action of the fan groups.

Debord (1967) expresses the alienation of the audience from the object watched in the society of the spectacle as “the more the audience watches, the less they experience”. The existence of fan groups within the football industry, which includes such a world of the show, tries to prevent the alienation feeling of the individual as much as possible. The collective organization emanating from here makes a contribution to the subculture of football firms in all countries. In this sense, Spaaij (2007, p. 412) characterizes the notion of football hooliganism as a transnational phenomenon, noting that this phenomenon has no legal definition and no clear-cut boundaries, but is used to encompass various actions that take place more or less directly in football-related contexts. According to Pearson (1983, p. 40), the term ‘hooligan’ came into English usage in the late nineteenth century to describe “gangs of vulgar youths”, a corruption of ‘Houlihan’, the name of an Irish family then living in London known for their love of fighting. Although the hooligan label is associated with violence, it has different meanings in the context of nations and locales. For example, ultra-groups in Italy have a highly formal organizational nature and thus their primary function is to provide meaningful support to the football teams they support (De Biasi, 1998). In addition to the mainstream supporter groups in Turkey, fan formations adopting the ‘Punk ethos’ emerged, and they carried out some activities as militant fan groups without establishing a hierarchical organization.

3. Methodology

This study was carried out using the qualitative research method accompanied by a paradigm that presents the intersections of punk culture codes, aesthetics and ideas around football firms. The qualitative paradigm, which offers an opportunity for interpretive, literary and critical thinking, guided this research in the analysis of ideas. Frankel and Devers (2000, p. 253) suggest that qualitative methods will be needed when questions create puzzles that are difficult to address using traditional research approaches. Since this article carries a phenomenological perspective beyond numbers and statistics, qualitative research is needed to understand and interpret the experiences of youth subcultures.

3.1 Research Field of the Study

Mason (2002, p. 2) points out that qualitative research is an exciting activity, and states that through qualitative research we can explore a wide variety of dimensions of the social world, including experiences, dreams, and relationships of participants in our field of research. In this sense, the study tries to understand the social world of youth movements in the subcultural environment. The universe of the current research, which seeks the way to this world in texts, is fanzines of the football firms. Worley (2015, pp. 36-37) explains that from a historical perspective, fanzines provide a snapshot of the socio-economic, cultural and political change of the period they are in. Many of the fanzines that offer such a field of study in revealing the changing parameters are undated and innumerable. Furthermore, Henry (1989) argues that because fanzines contain anonymous texts, it is nearly impossible to identify the authors and editors, and

to obtain information on their budgets, distribution locations, and how long they have been out. For this reason, this study was limited to a specific sample due to the limited availability of fanzines to all studies. This limitation was determined using purposive sampling strategies. According to Robinson (2014, p. 7), purposive sampling strategies in which certain case categories in a sampling universe are represented in non-random ways enable the researcher to find perspectives on the subject under investigation. Accordingly, the research area consists of fanzines created by the leading fan groups of Fenerbahçe football team. These fanzines are *1907 Genclik Fanzine*, *Cefakâr Maraton*, *Fenerbahçeli Cemil*, *Keyif Tekel*, *Papazin Cayiri*, *Ver Lefter'e*. These journals, prepared in A5 size, stapled and photocopied, were distributed irregularly and aperiodically. The main reasons for the designation of these fanzines as a field of study can be listed as follows: (i) the convenience of the researcher in accessing publications, and (ii) the fact that the group of fans sampled represents an avant-garde youth movement in Turkey with its large, colorful and diverse organizations.

The semantic and syntactic structure of the texts selected from the fanzines specified as samples in the study were interpreted within the scope of critical discourse studies. Although more traditionally called critical discourse analysis, it is possible to find some principles of critical discourse studies in the critical theory of the Frankfurt School before the Second World War (Agger, 1992). According to Van Dijk (2015a), critical discourse analysis is discourse analytic research that examines the power centers and forms of resistance against them legitimated by text and speech in the social and political context. Utilizing multiple disciplines, this work provides a critical perspective with an attitude that resists domination. Taking a critical approach to discourse based on such an ethical understanding, this study, in Van Dijk's words (2015b, p. 466), "takes an open position against the dominant, understands social inequality and ultimately seeks to challenge it".

3.2 Data Analysis

A qualitative study interprets the perspectives of the studied subject in sociocultural and linguistic contexts, and most importantly, it is sensitive to data by carefully considering the meanings while performing them (Yardley, 2017, p. 295). In this research process, the data obtained were approached sensitively and interpreted. In qualitative research methods, collecting information in the natural environment, being close to the research area, and obtaining additional information come to the fore in the validity and reliability of the study. In this way, the study verified these parameters by collecting data in a rigorous and comprehensive manner.

Thematic analysis was adopted in order to reveal the patterns of meaning around a qualitative data set and to make sense of the data. Ontological and epistemological analytical analyzes were conducted in the light of research questions in this approach, which is preferred in order to be able to define and interpret the patterns in the dataset consisting of discourses in fanzines. Braun, Clarke and Weate (2016) draw attention to the stages of "familiarization, coding, theme development, refinement, naming and writing up" in the data analysis process and argue that these stages will increase the scientific value of the research while analyzing. In line with this information, the data analysis process was carried out with the parameters determined in the research,

“Punk’s Not Dead, It Lives on The Football Terraces”:

respectively. The themes determined through the codes were built and these themes were discussed and interpreted within the theoretical framework.

Table 1. Code and Theme Sampling on the Data Analysis Process

Code	Theme	Extract
Alienation	Deployment of Fans Outside the Stadium: The Nomadic Movement As Post-Fan Behavior	“We continue to meet with our friends before the match as much as possible and experience the stadium ambiance on the streets”.
Fanzine	Underground Media of the Hardcore Fans: Fanzines	“Those were the years when I fed my protest and anarchist spirit with music. Then I questioned why these fanzines did not include Fenerbahce and football”.
Do-it-yourself	Identity, Authenticity and Aesthetic: Subcultural Capital on Football Terraces	“With the away trips made abroad and the development of internet forums, the banners made by the fans in the form of do-it-yourself, started to be seen in our stands”.

3.3 An Epistemic Break to the Football Industry: Theoretical Frame of the Present Study

Orthodox sociological studies on supporter groups as a counter-cultural experience that can be evaluated within ‘Cultural Studies’ generally tend to consider this subculture in the context of violence. In contrast, recent literature studies have revealed that events that industrialize football, such as modern football and the commercialization of the game, are effective in the emergence of these militant fan formations. Spaaij (2007, p. 415) asserts that:

Hardcore supporters can be explained by three theoretical approaches that are quite clearly defined in studies across various disciplines of the social sciences: (i) Marxist approaches put forward by Ian Taylor and John Clarke; (ii) the figurational approach offered by the ‘Leicester School’; and (iii) the postmodernist approaches of Giulianotti and Redhead.

The Marxist approach, which deals with the football fan subculture in the context of economic and social changes, naturally places the working class in the position of the subject. It has the idea that football is breaking away from tradition and alienating working-class supporters. The figurational approach highlights the lower layers of society. Researchers within this perspective argue that “between 70 percent and 80 percent of football hooligans are the working class with low formal education, and are most commonly employed in manual occupations” (Bairner, 2006, p. 587). In addition, Spaaij (2007) informs that the ‘Leicester School’, with their well-known research on the nature of football hooliganism, did not see this phenomenon as new, so they adopted an eclectic approach that resulted in a synthesis of historical, sociological and psychological approaches. The Postmodernist approach, proposed by Giulianotti and Redhead, focuses on subcultures and fandom, and presents sections about the cultural lives of certain fan groups. This perspective is also based on the idea that “there were significant changes in the masculine football culture towards the end of the 1980s into the 1990s” (Spaaij, 2007, p. 417). This theory argues that as a result of these changes, football culture is destroyed by the popular fan and media cooperation. According to Giulianotti (1999), the combination of the new generation fan culture and wild media

indicates an epistemic break in football.

The present study attempts to understand the nature of punk and hooligan subcultures in football culture. From this point of view, the Marxist perspective is the source of the soul of this study. The basic idea of the current study is based on the fact that the changes experienced in football in recent years have pushed the working-class supporters out of the game. This removal threatens this subculture, reaching its peak with industrialization and commercialization, especially in neo-liberal times. Supporters belonging to the working class feel alienated from the game with the changes in the labor market. In addition, professionalization and internationalization further separate football from its working-class roots. Taylor's thought (1971, p. 369) was that the movement of football hooliganism should be interpreted as resistance. This idea is a revolutionary reaction against the bourgeoisification of football by preserving the nature of this game, which we can describe as a subculture. Similarly, according to Clarke (1973), the idea of hooliganism, which is seen as a post-war youth subculture, is a symbolic attempt to break football from its tradition by transforming it into a form of spectacle. In this context, Marxist theory, which considers fan actions as a form of traditional football protection, constitutes the theoretical framework of this study.

4. Findings and Discussion

4.1 Deployment of Fans Outside the Stadium: The Nomadic Movement As Post-Fan Behavior

The fans located in football stadiums, individually and collectively, produce various discourses about the clubs they belong to. Some of these discourses, which take place in the rhythm of daily life and contemporary, are exhibited in every single field of the stadiums. Stadiums are a kind of fairground for the fans. The banners in almost every stadium reflect the adventure of modern football in a sense.

"I had the experience of being (the subject) in a firm at a time when the political environment (relatively) was not that hot in Turkey and industrial football was not felt that much. I gained cultural knowledge in contradictions, differences and conflicts. I had experienced sharing joy and sorrow in a collective way. On the other hand, aside from all these experiences, I no longer take part in stadiums because football has surrounded our subjectivity as a result of commercial concerns" (Erden Kosova, in Ver Lefter'e, Issue 2).

Football, which can be shown as one of the absolute dominant areas of modernity, affects the subjectivity areas of the fans. In this direction, it can be observed that the fans, who put a new face on 'football game' in the stadiums with their actions and performative presence, are no longer in their routine places. The bourgeoisification of football is taking the game in another direction. In line with this, Kennedy and Kennedy (2016, p. 18) argue that elite football seeks to achieve the consumer desires of millions of fans watching or attending matches at home or in public spaces. At a time when football fans turn into customers, the elite football phenomenon is intensely deforming the supporter subculture. In particular, this notion tends to reach and influence the fans as consumers. Global media and transnational sponsorships are

“Punk’s Not Dead, It Lives on The Football Terraces”:

transforming the game by dominating fans.

“I miss the more intimate and more laborious times of non-industrialized football. After the night matches and the season ticket application, limited seats were reserved for the rival fans for derby matches. With this situation, the classification of supporters has changed. If we go back to the eighties and nineties, we used to wait until noon game time the night before. Gone are the days of brutal fights with opposing fans, but also spending time in the stands until the start of the match. We came to the times when capitalism showed its effect. In this period called industrial football, the fans cannot spend time in the stands before the match. Because of this, production, sharing and ownership among fans decreased” (Volkan Eruçar, in Cefakâr Maraton, Issue 3).

“At a time when communication technologies were not so intense, fan subculture was naturally stronger. In the 90s, fan groups competed in real and physical terms, not virtually. Therefore, the labors of the fans were sacred. The takeover of football by sponsors and companies, and the dominance of new media technologies took football in another direction” (Ferhat Eren, in 1907 Gençlik, Issue 2).

“I think we have become strangers to the game itself. The increase in ticket prices and the domination of football by the ruling classes have changed the dimension of fandom as well as football itself. The culture of supporter continues to disappear” (Ugur Tuzcular, in Fenerbahçeli Cemil, Issue 1).

The commodification and commercialization of football and, accordingly, the alienation of all actors from the game, from players to fans, become clearer from the perspective of Marxist theory. Marx (1975) expresses the commodification of labor with his theory that the worker is alienated from the products he/she produces, the act of producing, his/her real nature and from other workers, and this commodification seems very obvious and insignificant at first glance, its analysis is full of metaphysical subtleties. According to James (2018, p. 8), Marxist approaches (though now unfashionable throughout academia) work best when analyzing the rise of alienation associated with the football industry’s transition to a higher stage of capitalism and the ideological repositioning of the fan as a ‘consumer’. The perspectives of alienation and commodification show that football clubs are under the influence of capitalism. These theories broaden our way of thinking about fan consciousness. James, Murdoch and Guo (2018) argue that the community atmosphere in stadiums with seats will not be what it used to be, reminding that high-priced tickets and season ticketing practices can be effectively sold to middle-class consumers. This is related to who will sit next to you on the tickets sold. Thus, predetermined situations prevent fans from wanting to stand next to each other. It leads to the alienation of the fans from each other and the decrease of their feelings towards the clubs.

“It was not enjoyable to be in the stands as it used to be. There was a situation that led to the abolishing of season tickets after every speech in the stadium, surrounded by cameras, and after every speech criticizing the board of directors. We were expected not to criticize in the chants and banners we displayed. This

was obviously fascism. At a time when it was not possible for me to personally withstand these heavy sanctions of the surveillance power, I decided to leave the stands” (Utku Sayan, in Papazin Cayiri, Issue 1).

“Fenerbahçe is my biggest passion. It is impossible for me to give up, but I did not enter the stadium again, especially after the Passolig practice. Instead, we meet with friends around the stadium before the match, eat, drink and cheer. It is not easy to get rid of old habits, but I realized that I find the atmosphere that gives me the greatest pleasure” (İlker Ercan, in Fenerbahçeli Cemil, Issue 5).

“While football teams compete on the field, fan groups try to establish dominance in the stands. That’s what being a hardcore fan is like. The fact that football components of the industry unseated the supporter groups from their places, in a way deterritorialized them, carried the competition to social media. We continue to meet with our friends before the match as much as possible and experience the stadium ambiance on the streets” (Anil Ozturk, in Keyif Tekel, Issue 1).

Pilz and Wölki-Schumacher (2010, p. 8) talk about the ‘Ultra’ fans who stand out with their attitude towards life beyond the fan culture, with the increasing professionalization of the sport. An important point in the ‘Ultra identity’ is that this youth culture has an attitude that they carry throughout their lives. They come together and develop a new awareness of life. Although they were in a very visible structure in the stadium before, the distance between the game and the fans drove them away from the stands. The analysis within the texts (in fanzines) above confirms that hardcore fans, referred to as Ultra among Fenerbahçe fans, often come together. It is understood that this place of unity is not always stadiums. This situation is not unique to supporters in Turkey. Armstrong (1998), who conducted an empirical study among the members of Sheffield United’s Blades hooligan firm, explains that the fans gathered in pubs to watch the matches against the increasing ticket prices. Fans watching a match near the Bramall Lane Stadium is described as ‘post-fan’ behavior, in Armstrong’s words (James, Murdoch & Guo, 2018, p. 4). It is seen that a large number of Fenerbahçe fan groups, displaying post-fan behavior, come together in cafés, restaurants or pubs near Sukru Saracoglu Stadium, bringing almost the atmosphere of the stadium to these venues. Thus, the fans, who have experienced an epistemic break against the industrialization of the game, have displayed a movement against alienation in football by continuing such unity.

4.2 Underground Media of the Hardcore Fans: Fanzines

Although the emergence of the term ‘fanzine’ spans a wide period going back to 1949 to describe magazines produced by and for science fiction fans, it finds its true meaning in a cultural iconoclastic manifestation in the UK and USA of the 1970s (Shaw, 1989; Jary, Horne & Bucke, 1991). Fanzines that emerged during this period, such as Sniffin’ Glue and Ripped and Torn, were journals that were produced on a small scale as possible and used punk’s do-it-yourself philosophy as an inspiring propaganda item (Hebdige, 1979, pp. 111-112).

“The journals I once acquired in Kadikoy and Taksim (which I later learned were called fanzines) caught my attention. Those were the years when I fed

“Punk’s Not Dead, It Lives on The Football Terraces”:

my protest and anarchist spirit with music. Then I questioned why these fanzines did not include Fenerbahçe and football. I asked my friends who did not miss the away games in the stands to write an article. My friends who *made handmade banners in Yogurtcu Park (next to the stadium) wrote the story of them. We interviewed former cheerleaders on the changing fan culture. This is how this fanzine was born*” (Alpaslan Ozcelik, in *Cefakâr Maraton*, Issue 1).

“Fenerbahçeli Cemil was actually born as a spin-off in a few issues of Dahke Fanzine. It was a fanzine containing the thoughts of punks in Turkey and around the world on football. It was only distributed underground. The fanzine was completely anti-modern football. Its name also contains a nostalgic atmosphere. A nice unity was born around the fanzine, who knows, maybe it will be revived one day in accordance with the attitude of fanzine and punk culture. After all, we are still against modern football” (Tahir Akyel, in *Fenerbahçeli Cemil*, Issue 1)

According to Dixon (2020, p. 102), the first of the fanzines created by football fans in Britain in the 1970s and 1980s to share their thoughts and fears about the game was the ‘Foul’ fanzine launched in 1972 by Cambridge University students. With the production of the fanzine ‘When Saturday Comes’ in 1986, the number of fanzines increased to one thousand in 1992 (Harte, p. 1993). As Brewster recalls (1993, p. 14), the first generation of football fanzines was heavily influenced by punk culture. Mondo Trasho, a work that emerged from the publication of personal writings and images through photocopying in Turkey in 1991 and can be seen as a field of cultural production, opened a pioneering field of art by bringing concepts and things together (Serbes, 2021, p. 237). From this point on, there has been an increase in the number of fanzines published in many fields. Fanzines, which have been enriched with the cut-and-paste style of punk since the time they emerged from Mondo Trasho, have acquired an avant-garde position by using the possibilities of their era. When the football fanzines that disseminated in Turkey are examined, it is seen how important the door opened by Mondo Trasho is. In particular, it is observed that the fanzines used in the research sample are influenced by the attitude of punk culture.⁵

“This fanzine does not contain racist or sexist views. In this fanzine, critical statements are made to strengthen the Fenerbahçe stand. I would like to remind you that your opinions and ideas are very important for an independent supporter structure. It was seen in the derby match we played last week, how important even the efforts of a few people are for the course of the game. Therefore, your participation in the choreographic preparations will strengthen our team. We need to choose the chants that will contribute to the team. Therefore, we must continue to produce” (Ali Ata, *Ver Lefter’e*, Issue 2).

The discourses here reveal the cultural existence of the fanzines in the area where they are distributed. Fanzines are made by fans for fans. Although audio-visual tools come to the fore today, it is seen that they were active in their own fields in the period when text-based journals emerged. As the production area of hardcore fans, fanzines have been the production area of critical thinking. Fanzines, which make meticulous

5 If we consider that the name When Saturday Comes is taken from the title of a song by the Irish punk band The Undertones, we can understand how the punk attitude had an effect on the first football fanzines.

efforts to avoid racist and sexist views, are also representative of protest tendencies.

“You can find our fanzine in a few bookstores in Kadıköy and in our friends around the stadium. We were able to make limited copies in this number. But we think that the interviews, articles and criticisms. We think that the fire lit from here will lead to new ideas, as in many choreographies” (Cenk Gunel, 1907 Genclik, Issue 4).

Although they have impressive power in the period they are in, this influence is within a limited area. Fanzines, as is known, are magazines whose distribution takes place within a small area. Fanzine producers create magazines with an amateur spirit. Zinesters, who do not earn any income from here, work with ‘a labour of love’, in Duke’s (1991) words (as cited in Millward, 2008, p. 301). This endeavour of love contains many features of punk culture. For example, Duncombe (1997) argues that these publications, which he sees as a collective work of fanzine producers, carry a new form of communication. In this sense, the fandom subculture creates a co-creation process and a novel form of communication in these pages. The power of communication achieved, in a way, reflects the greatest power that fanzines have at the time they are in circulation. This power in fanzines is, according to Atton (2010), one of the cheapest ways to express ideas and engage in discussion in a collective way. So to build a fanzine is to form a contact form within ideas and discussions. Combined with the protest and anarchist style of football fandom culture, the sample fanzines in the present study not only helped to construct a new language of communication, but also allowed ideas to circulate among the fans.

“I find the escape from the dominant and authoritative football in the text, which I see as a shelter. Fanzines should be the only place where this article can take place. Writing anonymously is like lighting a torch while wearing a mask in the stands. To write these lines as an unrecognizable person means to be in the stadiums without an identity. Being able to write like this and be on the pages of a fanzine seems like the biggest condition for being political and protest for me. In order to criticize all kinds of power, surveillance cults, commoditized games and industrial football, it is necessary to be a truly independent fanzine. What is written here is ultimately the co-production of not only the author but also the crowd. This fanzine belongs to Fenerbahçe fans” (Ozan Akkaya, Papazin Cayiri, Issue 2).

Fanzines, which have a significant impact on the subculture of fans, in a sense, constitute examples of minor literature in Fenerbahçe stands. Deleuze and Guattari (1986, p. 13) describe the revolutionary conditions of minor literature as “the deterritorialization of language, political immediacy, and collective value”. Many of the texts in the fanzines are deterritorialized in an anonymous, undated, and ungrammatical way. An unidentified zinester disappears in rows cheering on the stadium. In a sense, this ignites the political and oppositional spirit; that is, it politicizes the fanzine. The fanzine is against everything, especially the dominant. And now what is written in the fanzine is not the author’s but the multitude. The fanzine has a collective value now. Thus,

“Punk’s Not Dead, It Lives on The Football Terraces”:

the concept of organizational rhizomatics can be applied to subvert and interrupt the dominant unity around thought and idea, and to deviate from a consolidating schema of existence (Kornberger, Rhodes & Bos, 2006, p. 71). Since fanzines are the opposite of all ideas and hierarchies that are institutionalized in a holistic way, they acquire a rhizomatic appearance by carrying all the features of minor literature. Therefore, fanzines represent an ironic attitude of punk subculture as anonymous journals composed of heterogeneous elements.

4.3 Identity, Authenticity and Aesthetic: Subcultural Capital on Football Terraces

Subcultural capital, conceptualized by Thornton (1995, p. 27), affects young people’s stance, in a sense gives them status, and is embodied by objectifying as knowing the latest styles. Fan organizations in football terraces develop with subcultural productions such as current cheers, banners, posters and fanzines. Moreover, these productions are performed just like the products exhibited in the areas where cultural capital is distributed. For example, supporting the co-chanting of contemporary slang is a manifestation of subcultural capital. The banner in the stands on a weekend can be perceived as a discourse production area of the fan group.

“Although hand-made banners were rarely seen in the past, in the years when the banner culture was dominant, banners made of canvas were more common. In particular, the banners among the groups in Europe, where the Ultras subculture and opposition supporters were present, attracted our attention. With the away trips made abroad and the development of internet forums, the banners made by the fans in the form of do-it-yourself, started to be seen in our stands” (Baris Sayan, Keyif Tekel, Issue 3).

“The visual feast, which was carried to another dimension with the ‘Since 1453’ banner that we opened in the stands during the match we played with Panathinaikos, turned into a classic with the long-lasting preparations of the groups affiliated with our supporters’ union. The graphic style used in the banners looks decidedly avant-garde and provocative” (Murat Yanmaz, Papazin Cayiri, Issue 1).

“The Pink Mafia banner at the Sevilla match, where we were detained by the police saying ‘Are you a new mafia formation?’, is in an unforgettable position in terms of being tragicomic. The preparation of banners with satirical and ironic purposes is quite tiring, but even a snapshot in the stands is worth it. Other than that, I would like to keep the ‘100 Years of Legend from Generation to Generation’ banner separate. A week’s labor was given to the 70-meter banner. It was made in a 10-meter section of a car park in Istanbul. We struggled for hours with hairdryers to paint and dry the 5-meter section of the banner. The fact that the season was winter made our work very difficult. After all that hard work, a magnificent banner appeared” (Mert Kacan, Cefakâr Maraton, Issue 5).

The banner activity seen in the stands seems to have weakened due to the efforts of industrial football to get advertisements. However, it is inevitable that the visual feast that emerged when the fan scene in the years when hardcore fans were active is similar to some ideologies in punk culture. The youth movement in Britain adopts an openly

nihilistic attitude towards the industry itself, with an outspoken ideology that ‘anyone can do it’ (Bestley, 2007, p. 37). The do-it-yourself ethic that anyone can do anything is a real force in punk. Parkes (2014, p. 51) draws attention to the necessity of DIY ethics, which he sees as the heart of the subculture, while producing, recording, writing and performing music. Just as this power can be thought of as a weapon against the music industry, the banner making process, which fans spend days in, has the meaning of being a voice against commercialized football. Pilkington (2012, p. 263) states that when visual representations and performances of punk are analyzed together with their subjective fields, not singularly, it can be easier to reveal its historical dynamic. In this sense, the banner works in Fenerbahçe firms, to which the supporters contribute through collaboration, are reflected as a manifestation of punk aesthetics. Moreover, fan groups reflect an authentic environment as a result of such work. In addition to the punk ideology, the graphic language used in the banners visually reflects a style of punk. As Bestley emphasizes (2020, p. 1), punk, which has an aggressive and rhetorical visual style, cannot be tied to a single approach to graphic design like its accompanying music. The punk attitude, whose ideological thinking is that anyone can do it, parallels the iconic works put forward in the fandom subculture. The style of punk, which carries out the questioning of all kinds of authority in an oppositional and independent way, strengthens the fan groups that adopt this view. Incorporating an eclectic array of activities, the visual language of punk, as Hebdige theorized (1979), adopts the bricolage approach, which combines many different things as a radical act of strategy. In addition to this view, Bestley (2020) states that although these visual and aesthetic codes carry a language that declares individuality and autonomy, they are related to group solidarity. Considering the importance of group solidarity in the awareness of supporters, it is seen that stadiums are cultural distribution areas of punk’s aesthetic codes.

5. Summary and Concluding Comments

The fact that fans refer to the concept of the game when talking about commercialized football is a sign of a huge industry that has become elite and bourgeois. The understanding of seeing the fans as consumers and glorifying the sponsors destroys the areas of subjectivity. When the fanzines in this study are examined with discursive analysis, it is observed that the fan formations that turn football into a riot of colors, with their actions and performative existence, have begun to leave their usual place. The deals made by transnational corporations with football clubs are aimed at destroying loyal fans. This understanding is quite insistent on seeing everyone as a customer by transforming the game. In the words of Kennedy and Kennedy (2016, p. 18), “every individual involved in a football-related action in the private or public sphere is a consumer desired to be achieved by the stakeholders of elite football”. The conversion from fan to consumer is the ultimate desire of a commodification process. Marx (1975) demonstrated that although alienation and commodification may seem trivial at first, their analysis is full of metaphysical subtleties. From this point of view, this study investigated the components of the punk attitude and opened up a discussion on the position of these codes against the capitalist football understanding. The perspectives of alienation and commodification reveal the evolution idea of the fans who turn the stadium into a fairground. This perspective depicts the fan’s return

“Punk’s Not Dead, It Lives on The Football Terraces”:

to the spectator and then the customer. Accordingly, James, Murdoch and Guo (2018) argue that the community atmosphere in stadiums filled with middle-class consumers will never be the same as before. The opinion of the hardcore fans in the fanzines included in the sample supports this finding. High-priced tickets and season ticketing practices have gradually transformed the supporter subculture in Turkey. The zinesters emphasized that these practices disrupted the days when they were once together. Getting away from one another has removed the collective feeling from football stadiums. In Armstrong’s words (1998), the displacement situation that occurs by gathering near the stadium, which is described as ‘post-fan behavior’, has also been frequently seen among Fenerbahçe fans. Current economic developments reveal that post-fan behavior continues to increase and fan formations will have to move away from their magnificent period.

In an environment where such a subculture is on the verge of extinction, this study revealed that fans can benefit greatly from Punk culture. Brewster (1993) draws attention to the early examples of football fanzines and argues that these fanzines were heavily influenced by punk culture. First-generation football fanzines in Britain, such as *Foul* and *When Saturday Comes*, arose from the underground nature of punk. Considering that the fanzines reflecting the fan subculture in Turkey are inspired by *Mondo Trasho*, the first example in the country, a consistency between punk and football can be seen (Serbes & Eskicumali, 2021, p. 153). In our world where social media channels dominate the discourse, a limitation has been observed in considering fanzines as a cultural production area. Yet, as Duke (1991) puts it, fanzine producers struggle for ‘a labour of love’. As Duncombe (1997) argues, fanzines within a collective production site adopt a novel form of communication. In this respect, supporter fanzines, by their very nature, have a cultural fabric that is collective and open to communication. Fanzines with minor literature and rhizome analogies conceptualized by Deleuze and Guattari (1986) are publications with political and collective value, in which language is deterritorialized. A fanzine producer politicizes the fanzine by writing anonymously.

Fans can resist the dynamics of modern football with subcultural productions such as cheers, banners, posters and fanzines. In performing them, they draw on subcultural capital, as Thortonton (1995, p. 27) puts it. This power is influenced by the nihilistic attitude of punk. Aggressive, rhetorical and satirical language extends from the punk scene to the stadiums. The discovery of punk in the stands may prevent the reification of this subculture and enable us to relive the praxis of pleasure, poetry, art, imagination, love and revolution.

ACKNOWLEDGEMENT

The researcher would like to thank the Punk Scholars Network for inspiring studies with punk culture in an academic universe in line with the ethics framed by the ‘punk ethos’. In addition, the title of the present article refers to a song by the hardcore punk band *The Exploited*.

REFERENCES

- Agger, B. (1992). *The Discourse of Domination: From the Frankfurt School to Postmodernism*. Evanston: Northwestern University Press.
- Alver, F. (2008). Kapitalist üretim sürecinde ırkçılık, futbol ve medya. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Kış-Bahar, 26, pp. 223–248.
- Armstrong, G. (1998). *Football Hooligans: Knowing the Score*. Oxford/New York: Berg.
- Atton, C. (2010). Popular music fanzines: Genre, aesthetics, and the ‘democratic conversation’. *Popular Music and Society*, 33(4), pp. 517–531.
- Ayres, T. C., & Treadwell, J. (2011). Bars, drugs and football thugs: Alcohol, cocaine use and violence in the night time economy among English football firms. *Criminology & Criminal Justice*. 12(1), pp. 83–100.
- Barnes, R. (1979). *Mods!* London: Plexus.
- Bauman, Z. (2000). *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Benton, A. (2018). *Punks in the church: The relationship between the punk subculture and church in East Germany*. (Master’s Thesis, Western Michigan University, Michigan, USA). Retrieved from https://scholarworks.wmich.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4398&context=masters_theses
- Bestley, R. (2007). *Hitsville UK: Punk rock and graphic design in the faraway towns, 1976-84*. (Doctoral dissertation, University of the Arts, London). Retrieved from <http://ualresearchonline.arts.ac.uk/id/eprint/2296/8/PhDFinalThesisDS.pdf>
- Bestley, R. (2020). Punk Rock!! So What? – Negotiating an Exhibition of Punk Art and Design. In Grimes, M. & Dines, M. (Eds.), *Punk Now!! Contemporary Perspectives on Punk* (pp. 204-219). Intellect Books Ltd, Bristol, UK and Chicago, US.
- Blackman, S. J. (2014). Subculture theory: An historical and contemporary assessment of the concept for understanding deviance. *Deviant Behavior*, 35 (6),496-512.
- Bozkurt, V. (2011). *Değişen Dünyada Sosyoloji: Temeller, Kavramlar, Kurumlar*. Bursa: Ekin.
- Brake, M. (1980). *The Sociology of Youth Culture and Youth Subcultures: Sex and Drugs and Rock ‘n’ Roll?* London: Routledge.
- Braun, V., Clarke, V. & Weate, P. (2016). Using Thematic Analysis in Sport and Exercise Research. In B. Smith, & A. C. Sparkes (Eds.), *Routledge Handbook of Qualitative Research In Sport and Exercise*. (pp. 191-205). London: Taylor & Francis (Routledge).

- Brewster, B. (1993). When saturday comes and other football fanzines. *The Sports Historian*, 13(1), pp. 14-21.
- Clarke, J. (1973). *Football Hooliganism and the Skinheads*. Birmingham: Centre for Contemporary Cultural Studies.
- Dalborn, C. J. (2006). *Underground in the confederate capital: Punk subculture in richmond, Virginia*. (Master's Thesis, Louisiana State University. Los Angeles, USA). Retrieved from https://digitalcommons.lsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3954&context=gradschool_theses
- De Biasi, R. (1998). The policing of hooliganism in Italy. In Porta, D., D. & Reiter, H. (Eds.). *Policing Protest. The Control of Mass Demonstrations in Western Democracies* (pp. 213-227). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Debord, G. (1967). *The Society of the Spectacle*. USA:Black & Red.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (1986). *Kafka: Toward a Minor Literature*. Minneapolis, London: University of Minnesota Press.
- Dixon, K. (2020) Demand and the reduction of consumer power in English football: A historical case-study of Newcastle United Fanzine, the mag 1988–1999. *Soccer & Society*, 21(1), pp. 96-114.
- Duke, V. (1991). The sociology of football: A research agenda for the 1990s. *Sociological Review*, 29(3), pp. 627-645.
- Duncombe, S. (1997). *Notes From the Underground: Zines and the Politics of Alternative Culture*. Brooklyn, New York: Verso Press.
- Errickson, A. (2019). *A Detailed Journey into the Punk Subculture: Punk Outreach in Public Libraries*. (Master's Thesis, University of North Carolina. Chapel Hill, USA). Retrieved from <https://cdr.lib.unc.edu/downloads/w0892f417?locale=en>
- Frankel, R. M. & Devers, K. J. (2000). Study Design in Qualitative Research—1: Developing Questions and Assessing Resource Needs. *Education for Health (Abingdon)*. 13(2), pp. 251-261.
- Giulianotti, R. (1999). *Football: A Sociology of the Global Game*. Cambridge: Polity.
- Hall, S. (1980). Cultural Studies and the Centre: Some Problematics and Problems. In Hall, S. & Hobson, P. & Lowe, A. & Willis, P. (eds). *Culture, Media and Language* (pp. 2-35). London: Hutchinson.
- Harte, C. (1993). The Fans Strike Back: Football Fanzines in Britain, 1972-1992. North American Society For Sport History Conference, Pennsylvania State University, USA.

- Henry, T. (1989). *Break All Rules! Punk Rock and the Making of a Style*. Ann Arbor, Michigan: UMI Research Press.
- Hebdige, D. (1979). *Subculture: The Meaning of Style*. London: Routledge.
- Hebdige, D. (1988). *Hiding in the Light: On Images and Things*. London: Routledge.
- James, K., Murdoch, M., & Guo, X. (2018). Corporate social responsibility reporting in scottish football: A marxist analysis. *Journal of Physical Fitness, Medicine & Treatment in Sports*. 2 (1), pp. 1-15.
- Jary, D., Horne, J. & Bucke, T. (1991). Football “fanzines” and football culture: A case of successful “cultural contestation.” *The Sociological Review*, 39 (3), pp. 581–597.
- Kennedy, P. & Kennedy, D. (2016). *Football in Neo-Liberal Times: A Marxist Perspective on the European Football Industry*. London: Routledge.
- Kornberger, M., Rhodes, C. & Bos, R. (2006). The others of hierarchy: Rhizomatics of organising. In Fuglsang, M. & Sorensen, B., M. (eds.) *Deleuze and the Social* (pp. 58-74). Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Levine, H. G. & Stumpf, S. H. (1983). Statements of fear through cultural symbols: Punk rock as a reflective subculture. *Youth & Society*. 14(4), pp. 417-435.
- Marx, K. (1975). *Economic and Philosophical Manuscripts of 1844*. New York:International Publishers.
- Mason, J. (2002). *Qualitative Researching*. (2nd Edition). London: Sage.
- Millward, P. (2008). The rebirth of the football fanzine using e-zines as data source. *Journal of Sport & Social Issues*. 32(3), pp. 299-310.
- Parkes, A. (2014). This small world: The legacy and impact of New York City hardcore punk and straight edge in the 1980s. *The Forum: Journal of History*, 6, pp. 43-86.
- Pearson, G. (1983). *Hooligan: A History of Respectable Fears*. London: Macmillan.
- Peat, G. (2016). *Deconstructing the hooligan identity: A critical narrative analysis of experiences involving football violence*. (Master’s Thesis, University of Huddersfield. Huddersfield, UK). Retrieved from http://eprints.hud.ac.uk/id/eprint/31064/1/Thesis_Final%20PEAT.pdf
- Pilkington, H. (2012). Punk- but not as we know it: Punk in post-socialist space. *Punk & Post-Punk*. 3(1), pp. 253-266.
- Pilz, G. A. & Wölki-Schumacher, F. (2010). Overview of the ultra culture phenomenon in the council of Europe member states in 2009. *International Conference on Ultras: Good Practices in Dealing with New Developments in Supporters’ Behavi-*

our. Hannover, Leibniz University Hannover Institute of Sports Science.

- Redhead, S. (1993). *The Passion and the Fashion: Football Fandom in the New Europe*. Avebury, Aldershot.
- Robinson, O. C. (2014). Sampling in interview-based qualitative research: A theoretical and practical guide, *Qualitative Research in Psychology*, 11(1), pp. 25-41.
- Rookwood, J. & Pearson, G. (2012). The hoolifan: Positive fan attitudes to football 'hooliganism'. *International Review for the Sociology of Sport*, 47(2), pp. 149-164.
- Sanders, A., Heys, B., Ravenscroft, N. & Burdsey, D. (2012). Making a difference: The power of football in the community. *Soccer & Society*, 15(3), pp. 411-429.
- Serbes, H. (2021). İletişimin Avangard Mecrası: Fanzin Mitine Fenomenolojik Bir Bakış. *Etkileşim*, 7(4), pp. 236-241.
- Serbes, H. & Eskicumalı, A. (2021). Kitle Toplumundan Ağ Toplumuna Taraftarlık Alt-kültürünün Değişim Pratikleri: Fenerbahçe Tribünü. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 35(17), pp. 141-157.
- Serbes, H. & Güzel, M. (2020). Gençlik Altkültürleri: Punk Estetiğinin İkonografik Fanzinleri. *TRT Akademi*, 5 (10), pp. 686-713.
- Shaw. P. (1989). *Whose Game is it Anyway? Book of the Football Fanzines*. Kernersville, NC: Argus Books.
- Spaaij, R. (2007). Football hooliganism as a transnational phenomenon: Past and present analysis: A critique – More specificity and less generality, *The International Journal of the History of Sport*, 24(4), pp. 411-431.
- Taylor, I. (1971). *Football Mad: A Speculative Sociology of Football Hooliganism*. In Dunning, E. (ed.), *The Sociology of Sport*, (pp. 352-377). London: Frank Cass.
- Thortnton, S. (1995). *Club Cultures: Music, Media, and Subcultural Capital*. Cambridge: Polity Press.
- Van Dijk, T. A. (2015a). Critical discourse studies: A Sociocognitive approach. In Wodak, R. & Meyer, M. (Eds.), *Methods of Critical Discourse Studies* (pp. 62-85). London: Sage.
- Van Dijk, T. A. (2015b). Critical discourse analysis. In Tannen, D. & Hamilton, H., E. & Schiffirin, D. (Eds.) *The Handbook of Discourse Analysis*. (pp. 466-485). Hoboken, New Jersey: Blackwell.
- Wodak, R. & Meyer, M. (2015). Critical discourse studies: History, agenda, theory and methodology. In R. Wodak & M. Meyer (Eds.), *Methods of Critical Discourse Studies* (pp. 1-22). London: Sage.

Worley, M. (2015). Punk, politics and british (fan)zines, 1974-84: While the world was dying, did you wonder why? *History Workshop Journal*, 79(1), pp. 76-106.

Yardley, L. (2017). Demonstrating the validity of qualitative research. *The Journal of Positive Psychology*, 12(3), pp. 295-296.

Araştırma Makalesi

Propaganda ve Emperyalizmin Kùltürel Boyutu: Baby TV “Mini Matinee” Örneği

Özet

Feyza ÜNLÜ DALAYLI*

Batı tahakkümü kendisini bütün kùltürlerde göstermektedir. Medya bu durumu Batılı ÷lkeler için kolaylaştırmaktadır. Gelişen teknolojilerin sonucunda yeni medya araçları çıkmış olsa da televizyon hala önemini korumaya devam etmektedir. Özellikle bebek ve çocukların çizgi film izlemek amacıyla çok fazla televizyon izlediklerini söylemek mümkündür. Bu yaşlarda zihinleri açık olan çocuklar izledikleri ve gördükleri her şeyden çok daha kolay etkilenmektedir. Böylece çocuklarda büyüdüklerinde pek çok olası kùltürel çatışma ve problem görülebilmektedir. Kùltürel emperyalizm, medya emperyalizmi ve propaganda kavramlarının ele alındığı bu araştırmada, Türkiye’de son dönemde çok daha popüler hale gelmiş Amerikan bebek kanalı Baby TV’de yayınlanan Kızılderi ve Amerikalılar çizgi filminin analiz edilmesi amaçlanmaktadır. Türkçe dublajlı yayın yapan Baby TV kanalı ilk bakışta bir Türk çizgi film kanalı gibi görünse de Amerikan kùltürü ve değerlerini aşlayan çizgi film içeriklerine sahiptir. Bu çalışmada Van Dijk’in söylem analizi yöntemi kullanılarak belirlenmiş olan çizgi film analiz edilmiştir. Araştırmanın sonucunda, ele alınan çizgi filmde gerçeğin çarpıtıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Dr.,
feyzautlu@windowslive.com,
ORCID: 0000-0003-2193-8236

Anahtar Kelimeler: Emperyalizm, Propaganda, Kùltür, Çizgi Film, Baby TV.

Geliş Tarihi: 25.10. 2021
Kabul Tarihi: 21. 12. 2021

Dalaylı, Ü. F. (2021). Propaganda ve emperyalizmin kùltürel boyutu: Baby TV “Mini Matinee” örneği. Medya ve Kùltür, 1(2), 164-187

Research Article

**The Cultural Dimension of Propaganda And
Imperialism: The Case of Baby TV “Mini Matinee”**

FeYZa ÜNLÜ DALAYLI*

Abstract

Western domination manifests itself in all cultures. The media facilitates this situation for Western countries. Although new media tools have emerged as a result of developing technologies, television still maintains its importance. It is possible to say that especially babies and children watch a lot of television in order to watch cartoons. At this age, children with open minds are more easily affected by everything they watch and see. Thus, many potential cultural conflicts and problems can be seen when children grow up. In this research, which deals with the concepts of cultural imperialism, media imperialism and propaganda, it is aimed to analyze the Redskins and American cartoons broadcast on Baby TV, the American baby channel that has recently become much more popular in Turkey. Although the Baby TV channel, which broadcasts in Turkish dubbed, may seem like a Turkish cartoon channel at first glance, it is understood from the contents of the cartoons that it infuses American culture and its values. In this study, the cartoon, which was determined by using Van Dijk’s discourse analysis method, was analyzed. According to the results of the research; Although it is known that Americans invaded the settlements of Redskins in the historical process, in which American imperialism is clearly revealed in the cartoon, it is noteworthy that babies are tried to be instilled in the opposite way.

Dr.,
feyzauulu@windowstive.com,
ORCID: 0000-0003-2193-8236

Keywords: Imperialism, Propaganda, Culture, Cartoon, Baby TV.

Received: 25.10.2021
Accepted: 21.12.2021

1. Giriş

Teknolojik düzlemde yaşanan gelişmelerle beraber hem dünya gittikçe küresel bir köy halini almakta hem de kişilerin yaşamları etkilenmektedir. Küreselleşme etkilerinden biri olarak da kabul edilen küresel kültür, gittikçe kendisi için geniş bir yaşam alanına sahip olup yaygın hale gelmektedir. Genel olarak kültürler ortaya çıktıkları toplumla birlikte değişim gösterirler. Belli bir dayatma olmadan kültürel anlamda karşılıklı etkileşimde bulunma, toplumsal kültürü negatif bakımda etkilemeye tersine kültürlerin dönemin gereklilikleri kapsamında kendiliğinden şekillenmesine imkân sağlamaktadır. Ancak karşılıklı olmayan, asimetrik bir biçimde bir kültürün diğerlerini etkisini altına almasıyla ortaya yerel kültürlerde aşınma, yozlaşma ve kişilerde “kültürel kimlik bunalımı” gibi sorunlar oluşabilmektedir.

Kültürel küreselleşmede kitle iletişim araçlarının, bilhassa da televizyonun önemli bir yeri vardır. Toplumda yaşayan hemen her kesime ve yaşa hitap eden televizyon, kişilerin kültürleri, olaylara bakış açıları ve hayat şekillerinin üstünde önemli etkiye sahiptir. Bununla beraber TV yayınlarının özellikle çocukları çok daha fazla etkileyebilecek içerikleri bulunmaktadır. Bugün hala en yaygın kitle iletişim aracı olarak kabul edilen televizyon çocukların yaşı, ailesi, yaşadıkları çevre, gelişimleri vb. bağlamda değişiklik gösteren algılar ve izledikleri program içeriklerine göre “olumsuz” ve “olumlu” etkilere neden olabilmektedir (Gunter & McAleer, 1997, ss. 4-29). İlgili literatüre bakıldığı zaman da televizyonun en fazla etkilediği grubun çocuklar olduğunu söylemek mümkündür. Televizyonun hali hazırda var olduğu bir dünyaya doğan çocukların bilinçli olarak görüntülemeye başlamaları erken çocukluk dönemi olarak adlandırılan 2-3 yaş aralığında başlamaktadır. Wilbur Schramm ile arkadaşları pek çok aileyle yapmış oldukları araştırmanın neticesinde düzenli TV izleme yaş ortalamasının “2,8” olduğu sonucuna ulaşmışlardır (Akt. Murray, 2008, s. 1213). Schramm ve arkadaşlarının ardından yapılmış olan araştırmalarda da ortalama 2 yaşındaki çocuklarda görüntü izlemenin artış gösterdiği görülmüştür. Televizyon izleme süresinin 12 ile 48 aylık bebeklerde dört kat artış gösterdiği bulgusuna da ulaşılmıştır (Akt. Murray, 2008, s. 1214).

Televizyon ile etkileşime açık ve en hassas grupta çocuklar bulunmaktadır. Düzenli olarak televizyon izlemeye başlayan 2 ve 2,5 yaşlarındaki çocuklar oradaki bütün mesajlara açık haldedirler. Bu durumun en önemli tehlikelerinden biri gördükleri her şeyin “gerçek” olduğunu düşünmeleridir (Türkoğlu & Şimşek, 2010, s. 11). Gerbner’in görüşüne göre televizyon evlere özel bir mesaj sistemiyle kodlanmış ve tanımlı bir görünüm getirmektedir. Bu sistem, “birincil kaynaklar” aracılığıyla elde edilen ve medya araştırmalarında önemli olan eğilimlerle tercihleri bebeklik itibarıyla şekillendirmektedir (Gerbner, 2014, s. 43). Ayrıca Gerbner televizyonun, modern toplumlar için sosyal gerçekliği oluşturan bir kitle iletişim mecrası olduğunu söylemiştir. Gerbner’in düşüncesine göre TV kitlelerin görüşlerini şekillendirmekle beraber onların fikirlerini yapılandırmada da etkilidir. Hatta Gerbner “ekme kuramı” kapsamında televizyonun bireylerin zihinlerine istediği görüş ve düşüncüyü ektiğini savunmaktadır (Gerbner, 1972).

Televizyon, kullandığı görüntüler ve teknolojinin de etkisiyle izleyicilere bir şey düşündürmeden etkileyebilme gücüne sahip kitle iletişim araçlarından biridir (Gunter

1987, s. 21). Böylece bireyler, bir bakıma televizyondaki olayların “görgü tanığı” konumunda yer almaktadır (Powers & Postman, 1996, s. 27). Bununla beraber Gerbner televizyon ile kültür arasında ilişki kurmuştur ve bireylerin televizyonda paylaşılan kültürel yapıdaki anlamları içselleştirip kendilerine katmaya meyilli olduğunu ortaya koymuştur (Gerbner, 1972). Kişilerin tercih, tutum ve davranışlarının üstünde de çok fazla etkisi olan televizyondaki içeriklerin bilinçli olarak tüketilmesi oldukça önemlidir. Fakat televizyon toplumun önemli bir parçası haline gelmiştir. Kimi zaman bilinçsiz kimi zaman da bilinçli olarak pek çok ebeveyn televizyonu çocukları için oyuncak haline getirmiştir. Bir bakıma çocuklar televizyonla vakit harcarken aileleri de işlerini daha kolay yapabilmektedir.

Televizyonun etkileri düşünüldüğü kadar basit değil tersine incelenmeye değer ve kapsamlıdır. Dolayısıyla toplumsallaşma ve gelecek nesillerin yetişmesi konusunda önemli bir yere sahip olan 0-4 yaş arası bebekler tarafından izlenen çizgi filmler sadece onların hayal dünyaları, eğlenme, öğrenme ve yaratıcılıklarını geliştirmekle kalmayıp çocukların üzerinde negatif etkilere de sebep olabilmektedirler. Söz konusu negatif etkilerin arasında küresel yayıncı yapan kanalların aktarmış olduğu Batı kültürünün hayat tarzı ve değerlerinin gittikçe yerel kültürlerin etkisi altında kalması bulunmaktadır. Batılı ülkeler tarafından yayıncı yapan çizgi film kanalları çok sayıda bebek ve çocuk tarafından izlendiği için gelecekte çocukların kendi kültürlerine yabancılaşmaları ve kültürel kimlik bunalımlarıyla karşılaşmaları mümkün olabilmektedir. Konuyla ilgili olarak çizgi film kanallarının yalnızca çocukların eğlenme ve eğitimlerini sağlayan araçlar şeklinde görülerek bu konuda yerelin korunması için uğraş verilmemesi gelecek nesillerin pek çok sorunla karşılaşmasına zemin hazırlamaktadır.

Dünyada pek çok ülkede çizgi filmler kültürel emperyalizm ve propaganda kapsamında farklı örneklerle incelenmiştir. Yapılan bu çalışmalarla araştırmacılar çizgi filmler aracılığıyla yapılan kültürel emperyalizm ve propaganda olgusunu kendi ülkelerindeki örneklerle açıklamışlardır. Scully (2013-2014) iki çalışmada da Batı ülkeleri tarafından dağıtımı yapılan çizgi film örnekleri kullanarak onların bir imparatorluk oluşturduğunu öne sürmüştür. LiuJin ise çalışmada Çin animasyon kültürünü emperyalizm ve propaganda çerçevesinde incelemiştir. Araştırmanın sonucunda Çin'in kendi kültürünü koruyabilmesi için alması gereken önlemlerden bahsedilmiştir (LiuJin, 2017). Konuyla ilgili Afrika'da yapılan bir tez çalışması da Ganalı çocukların çizgi filmler vasıtasıyla maruz kaldığı kültürel emperyalizm ve propagandadan bahsetmektedir. Araştırmada Gana'da çocuklara özel yapılan pek çok yayın incelenmiş ve bu yayınların Ganalı çocukları olumsuz etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Micah, 2018).

Ülkemizde de bu araştırmalara yakın olarak Batılı bir çizgi film karakteri olan Caillou ve Türkiye'deki Pepe karakterinin karşılaştırmasıyla emperyalizm ve propaganda analizi yapılmıştır (Eşitti, 2016). Lakin Baby TV bir çizgi film kanalı olarak 2013 yılından beri yayın yapmasına ve Türkiye'de 4 yaş ve altı bebek/çocuk tarafından çok fazla izlenmesine rağmen program içerikleri incelenmemiştir. Bu çalışma da bu nedenle önemli görülmektedir.

Bu araştırma durumunun bir problem olduğunu düşünerek, bebekler için çizgi filmler yayınlayan küresel TV kanallarının onların kültürlerine ve zihinlerine pek çok değeri

The Cultural Dimension of Propaganda And Imperialism:

aşladığını öne sürmektedir. Bu bağlamda çalışmada Amerikan bebek kanalı olan ve Türkiye’de dublajlı yayın yapan Baby TV’nin çizgi filmlerinden Amerikalılar ve Kızilderililer yayını incelenmiştir. Analiz yöntemi olarak Teun Van Dijk’in söylem çözümlemesi kullanılmıştır. Analiz esnasında emperyalizm ve propaganda temel alınmış olup böylece çizgi filmlerin kültürün küreselleşmesi konusunda önemi ve yeri de öne çıkarılmıştır. Belirlenmiş olan çizgi filmde, aktörlerin aktarım yaptığı değerler incelenmiştir. Genel olarak çalışma, küresel çizgi filmlerin bebeklerin kültürel değer edinmesi konusunda dikkate değer bir yeri olduğu varsayımını temel almıştır.

2. Emperyalizmin Kültürel Boyutu

Kültür, bir sosyal grubun üyeleri arasında anlamı iletişim yoluyla iletme görevini yerine getirir. İnsanoğlunun varoluşundan bugüne kültürün, bir sosyal grubun üyelerini tanımlayarak onları diğer sosyal gruplardan ayırttığı görülmektedir. Dünya, farklı kıta ve ülkelerden insanların farklı kültürler sergilediği coğrafi alanlara bölünmüş durumdadır. Kültür, insanların yaşam hakkında bilgi ve tutumlarını iletmediği, sürdürdüğü ve geliştirdiği sembolik biçimlerde somutlaşan, tarihsel olarak aktarılan bir anlamlar modelidir (Geertz, 1973).

Kültürel emperyalizm kavramı uzun süreli bir geçmişe sahip değildir. 1960’lı yıllarda ortaya çıkmış olan kavram 20. yüzyılın ikinci yarısında önemli bir düşünce biçimi haline gelmiş olup aralarında Armand Mattelard, Herbert Schiller ve Dallas Smythe’in daha fazla öne çıktığı çok sayıda teorisyen tarafından ele alınmıştır (Tomlinson, 1999, s. 13). Kavram olarak en yalın haliyle kültürel emperyalizm gelişmiş ülkelere gelişmekte olan ülkelere doğru tek yönlü bir akışla özellikle medya yoluyla kültür, değerler ve ahlaki anlamda bir zayıflatma iddiasıdır. (Banerjee, 2002, s. 519). Söz konusu anlayış bağlamında, uluslararası ilişkilerde transferi yapılan teknolojik ürün ve araçların muhtemel kültürel ve ekonomik sonuçları vardır. Teknolojik araç transferinin anlamı, profesyonel çalışma kültürünün, kurum yapılarının ideoloji ve değerlerin transferi anlamına gelmektedir. Ulusal ve uluslararası sermayenin özellikle hükümet ve orduyu kapsayan devlet organlarıyla ve birbirleriyle olan ilişkisinin sonucunda bu transfer gerçekleşmektedir. Transferin sonucunda oluşan üretim ile ürünlerin içeriklerinin doldurulması ve dolaşıma sokulmasının bir sonucu olarak, yerel ve küresel endüstriyel yapıların çıkarlarıyla uyumlu, ekonomik ve siyasal anlamda oluşan bilinçli yapılar desteklenmektedir. Bahsi geçen destekleme ve oluşumlar ortaya çıkan egemenlik koşulu esnasında, kültürlerle yerel kültür içeren pek çok pratiğin belli kısımları yok edilmekte, kalan kısımları da dönüştürülmek suretiyle kullanılmakta ve bir kısmı da değersiz hale getirilip marjinalleştirilmektedir. İşte bu sürecin tamamı kültürel emperyalizm anlamına gelmektedir (Erdoğan & Alemdar, 2010, s. 381). Kavram, kültürlerin ve devletlerin etkileşimlerinde teknolojik, siyasi ve ekonomik açıdan daha gelişmiş konumda bulunan devletlerin, medyayla teknolojik ürünler ve araçlarla gelişmemiş ve/veya gelişmekte olan ülkeleri etkileri altına alma durumlarını da göstermektedir. Alan yazında çoğunlukla kültürel emperyalizm kavramı yerel kültürlerin Batı kültürünün etkisi altında kalmasıyla özdeş olarak düşünülmektedir.

Kültürün gelişimi ve yayılması temelde iletişim yoluyla gerçekleşir. Bünyesinde kültürü oluşturan sosyal gruplar, kültürü bir nesilden diğerine aktarmakla beraber kültür ekimi de yapar. Bir fikir, belli bir toplumsal hiyerarşi içinde kurulmuş bir

kültürel sistematığe katılarak ve iletişim kurarak iletilir. Bununla beraber bir kültürün diğer toplumlara aktarılması da mümkündür. Bunun da en kolay yolu kitle iletişim araçlarıdır. Küreselleşen dünyada bir uçtan bir uca iletişim kurup aktarım yapabilmek sadece bu şekilde mümkün olmaktadır. Bu durum zaman içerisinde geliştirilerek pek çok teorisyenin ortaya kültürel emperyalizm fikrini atmasını sağlamıştır. Emperyalizm kuramcılarında biri olan Schiller, H. J. (1976), kültürel emperyalizm teorisiyle genel olarak Batılı ulusların dünya çapında medyaya nasıl hükmettiklerini ortaya koymuştur. Bunu yaparken kendi görüşlerini üçüncü dünya ülkeleri üzerine empoze edip yerli kültürleri yok edecek kadar güçlü etkileri olduğunu da belirtmiştir. Bu durum Batı kültürünün diğer kültürlerle hükmetmesi anlamında dünya hakimiyetinin gerçekleştiğini ortaya koymaktadır.

Herbert Schiller, kültürel emperyalizm kavramının bir toplumun modern dünya sistemine dahil edildiği süreçlerin toplamı ile o toplumun egemen tabakaya nasıl çekildiği, baskı altında tutulduğu, zorlandığı hatta bazen teşvik etmek için o topluma rüşvet bile verildiği çeşitli süreçlere sahip olduğunu iddia eder (Schiller, 1976, s. 9). Schiller'e göre kültürel emperyalizmin doğası ulus devletlerle sınırlı değildir. Daha ziyade ona göre kültürel emperyalizm uluslararası medya akışlarını, eğitim/kültür sistemlerini, ya da bir gruptan diğerine gösterilen sınıf ilişkilerini, tabi olma ve tahakküm kurmayı kapsayan ilişki türlerini ortaya koymaktadır (Sparks, 2007, s. 80).

Konuyla ilgili çalışmaları olan Stuart Hall ise kitle kültürünün Batı temelli oluştuğunu söylerken, Amerikan kültürünün öne çıktığını ve diğer Batı ülkelerini de yönettiğini öne sürer (Hall, 1981). Bu bağlamda Amerikan kültürünün etkisiyle global kitle kültürü standart ve tek tip bir hale gelip homojenleşmektedir. “kültürel emperyalizm” veya “kültür emperyalizmi” kavramının aslında Frankfurt Okulu teorisyenleri tarafından açıklanmış olan “kültür endüstrisi” kavramı ile ilişkisi olduğu da düşünülmektedir. Bu teorisyenlerden M. Horkheimer ve T. Adorno tarafından “kitle kültürü” ifadesinin yerine kültür endüstrisinin tercih edilmesiyle kavram, Frankfurt Okulu'nun temel görüşünü ortaya koyan ana kavramlar arasına girmiştir. Söz konusu teorisyenler kültür endüstrisinin kitle iletişim araçları ve onların sahipleri tarafından yapılan kültür propagandasının bir ürünü olduğunu savunmuşlardır. Hatta zaman içerisinde üretilen her şey kültür ürünleri de buna dahil, standart hale gelmiştir. Bu standartlaşma kitle iletişimini elinde bulduran medya sahiplerinin dünyaya tek tip sunduğu ürünler nedeniyle. (Adorno & Horkheimer, 2010).

Frankfurt Okulu teorisyenleri, medyanın kültür endüstrisi tarafından bir propaganda aracı olarak kullanıldığını ve kültür endüstrisini idare edenlerin kendi çıkarlarına göre kültür ürünlerini ürettiğini iddia etmişlerdir. Buradaki öne çıkan konuya, kültürün kültür endüstrisi tarafından üretilmiş olması ve kitlelerin katkısının neredeyse hiç olmamasıdır. Ayrıca kültür endüstrisi bakış açısına göre, modern kapitalist toplumlar kültürü bir endüstri haline getirmekle beraber yine aynı endüstri kültürel değerleri de metaya çevirerek teknolojik, siyasal ve ekonomik açıdan güçlü olmayan devletlere dayatmaktadır. Diğer yandan kültür endüstrisi ürünlerini de medya ve eğlence firmaları oluşturmaktadır. Medya kültürün küreselleşip Batılı kültürler bağlamında homojen hale gelmesinde dikkate değer bir işleve sahiptir. Herbert Schiller “Zihin Yönlendirenler” isimli çalışmasında medyayı ideolojik bir araç olarak nitelendirmiştir.

The Cultural Dimension of Propaganda And Imperialism:

Ayrıca ona göre bireyleri manipüle ederek yönlendiren medya insanlar için özel paketli bir bilinç hazırlamıştır. Dolayısıyla herkes bundan nasibini alıp etkilenmektedir (Schiller, 1993).

Geleneksel anlamda kişilerin bilinçlendirilmesi, toplumsallaştırılması ve onlara kültürel değerlerin aktarılması gibi görevler aileler tarafından yerine getirilmektedir. Diğer yandan, modern toplumlar ailenin işlevlerini ve önemini gittikçe kaybetmektedir. Gün geçtikçe ailelerin toplumsallaşması, bilinçlendirilmesi ve kişilere kültürel değerlerin aktarılmasına benzer görevler medya ve eğlence şirketlerini içine alan kültür endüstrilerine bırakılmaktadır. Frankfurt Okulu teorisyenleri de tıpkı Schiller gibi medyanın kitlelere baskı yaptığı fikrini kabul etmektedir. Ayrıca, modern kapitalist toplumlarda sanat ve kültürel eserlerin endüstriyel anlamda üretildiğini düşünen teorisyenlere göre sanatın imalatında yaratıcılıktan uzak bir iş bölümü bulunmaktadır. Üretilen ürünler standart, önceden tasarlanmış ve özgünlük içermeyen bir niteliğe sahiptir. Çünkü bu ürünler “izleyicilerin en düşük ortak paydası” için üretilmiştir. Özetle, kültür endüstrisinin üretmiş olduğu ürünlerin hali hazırda var olan düzen ile bütünleşiren, tüketim odaklı ve kişisel olarak sınıf atlama ve çalışma yönünde mesajları vardır ve bu şekilde var olan düzenin devamlı olarak tekrardan üretilmesine zemin hazırlamaktadırlar (Özdemir, 1998).

Herbert Schiller’in görüşü bağlamındaysa kültürel emperyalizm, genel emperyalist sistemde “bir alt tez” konumuna sahiptir. Çünkü ekonomik ve kültürel alanı birbirinden ayırmak mümkün değildir. Schiller’e göre medya endüstrileri tarafından üretilen her şey aslında bir ürün değil çıktıdır ve bunların hepsi bünyesinde ideoloji barındırır. Dolayısıyla ona göre medyanın yaptığı her şey sistemin devamlılığının sağlanması içindir (Schiller, 1993).

Armand Mattelart (1992) kültürel emperyalizmin bilhassa 1980’li yıllardan sonra anlamını kaybettiğini iddia etmektedir. O halde, kültürel emperyalizm “metropol-periferi” ikileminin içerisinde sunularak, bağımlı devletlerdeki iç sömürge yapılarının dikkate alınmaması, kültürel ırkçılığın ortaya çıkması ve kültürlerin ekonominin önünde değerlendirilmesi kavramın önemini kaybetmesine yol açmıştır. 1990’lı yıllarda konuyla ilgili araştırmalar, kültürel bağımlılık anlayışının yerine, “eşit olmayan asimetrik karşılıklı bağımlılık” veya “karşılıklı bağımlılık” anlayışları etrafında yapılmıştır (Erdoğan & Alemdar, 2010, s. 378).

3. Medya ve Emperyalizm

1970’li yıllarda ortaya çıkıp zamanla yaygın hale gelen medya emperyalizmi kavramından ilk kez Oliver Boyd-Barrett bahsetmiştir. ABD ilk sırada olmak kaydıyla sanayileşmesini tamamlamış Batılı ülkeler tarafından gerçekleştirilen medya üretimi pek çok teorisyenin dikkatini medya emperyalizmi kavramına doğru çekmiştir. Bu anlamda bugün medya vasıtasıyla adeta bir kültür imparatorluğu oluşturulmuş olup kültür anlamında bağımsız olabilmelerine imkân tanıyacak kaynak yoksunluğu yüzünden ekonomik gelişimlerini tamamlayamamış toplumlar daha fazla saldırıyla karşı karşıya kalmışlardır (Giddens, 2013, s. 672). Dolayısıyla, ekonomik anlamda gelişimini tamamlamış ülkelerin egemen kültürlerini ve değerlerini medya vasıtasıyla geliştirmekte olan ülkelere empoze ettiğini söylemek doğru olacaktır. Çoğunlukla

medyanın hakimiyeti Batılı ülkelerde olduğundan sahip oldukları kültürü medya vasıtasıyla gönüllü olarak geliştirmekte olan ülkelere taşıyarak oralarındaki yerel kültürel değerleri kolaylıkla aşındırmaktadırlar. Ekonomik anlamda gelişmiş ülkelerin kültürel değerlerini temel alan medyada standartlaştırılmış yansımaları maruz kalan kişiler zaman içerisinde kendi kültürlerine ve değerlerine yabancı hissetmektedir. AOL-Time Warner, Disney ABC ve Viacom gibi dünya çapında en büyük medya şirketlerinin önemli bir kısmı ABD tekelindedir. Bunların yanı sıra yine ünlü CBS Records ve Columbia Pictures Japon kökenli şirketlerken, RCA Records ve ABD kaynaklı pek çok basım şirketinin sahibiyse Alman Bertelmann'dır. Ayrıca Mandadore adlı medya şirketiyle dünyadaki en zengin kırk kişi arasında yer alan Silvio Berlusconi'nindir (Giddens, 2013, s. 672). Buradan da anlaşılacağı üzere gelişmiş ülkeler en önemli ve çok bilinen küresel medya araçlarına sahiptirler. Söz konusu organlar vasıtasıyla üretimi yapılan ve yoğun olarak Batı kültürüne ait olan değer ve içerikleri üçüncü dünya ülkelerinde yaşayan bireylere aktarmaktadırlar.

Medya teknolojilerindeki yaygınlaşma çeşitli kültürlerle etkileşim kurulmasına olanak tanıyıp kültürel etkileşimin hızlanmasını sağlamıştır. Fakat söz konusu etkileşim karşılıklıymış gibi görünse bile, aslında tek yönlü bir kültürel etkileşim vardır. Global medya şirketlerinin sahibi olan gelişmiş ülkeler, kendi kültürlerine ait olan değerleri sahip oldukları medya araçları vasıtasıyla yoğunluklu olarak geliştirmekte olan ülkelere aktarmaktadırlar. Dolayısıyla ekonomik, nicelik ve teknolojik anlamda üstünlüğe sahip olanlar Batılı ülkeler olduğundan enformasyon akış yoğunluğu da doğal olarak onların tarafındadır. Böylece teknolojik, politik ve ekonomik anlamda üstün bir konuma sahip olan gelişmiş ülkeler kendi kültürel değerlerini, ellerinde böyle bir imkân olmayan toplumlara kolaylıkla aktarmaktadır. Sonuçta, bu durum dünya üzerindeki tüm kültürlerin küreselleşmesini değil de yalnızca belli kültürlerin küreselleşmesini sağlamaktadır. Bunun bir sonucu olarak da “kültürel çoğulculuk” değil “kültürel difüzyon” veya “kültürel emperyalizm” oluşmaktadır. Bunların en fazla etkilenenleriyse, henüz zihinleri berrak ve boş olan sürekli olarak söz konusu medyaların iletilerine maruz kalan bebekler ve çocuklar olmaktadır

4. Medya ve Propaganda

Genel olarak propaganda, nesnel olmayan ve öncelikle belirli bir sentezi veya algıyı teşvik etmek için gerçekleri seçici bir şekilde sunarak bir kitleyi etkilemek ve bir gündemi ilerletmek için kullanılan bilgidir. Aynı zamanda propaganda sunulan bir bilgiye rasyonel bir yanıt yerine duygusal bir yanıt üretebilmek için içi belirli bilgilerle doldurulmuş yüklü bir dil kullanımınıdır (Smith, 2016 s. 67). Propaganda genellikle hükümetler tarafından hazırlanan materyallerle ilişkilendirilmesine rağmen aktivist gruplar, şirketler ve medya da propaganda üretebilir. Propaganda kavramı ilke kez 19. yüzyılın ortalarında medya alanında kullanıldığında aşağılayıcı veya olumsuz bir çağırışım almaya başladı (Diggs-Brown, 2011, s.48). Bu bağlamda özetle propaganda belirli fikirleri kapsayan mesajların iletilmesi için resimler, karikatürler, afişler, broşürler, filmler, radyo programları, TV şovları ve web siteleri dahil üzere yeni teknolojiler icat edildikçe değişen çok çeşitli materyaller ve en önemlisi medyanın kullanımını göstermektedir.

Propagandanın temeli ikna ile ilgili bir süreçlere dayanmaktadır. Çünkü propaganda

The Cultural Dimension of Propaganda And Imperialism:

faaliyetleri esnasında pek çok veri, karşılaştırma ve karşıtlıklardan yararlanır. Böylece zihni ikna etmek de mümkün olabilir. Öte yandan bir propagandacı, her şeyi izleyicinin mevcut inançları üzerine inşa eder ve bunları yeni inançları değiştirmek veya oluşturmak için çapa olarak kullanır. Dolayısıyla propagandanın istenen amaca ulaşılmasına yönelik bir yanıt elde etmek için algıları şekillendirmek, bilişleri manipüle etmek ve davranışı yönlendirmek için kasıtlı ve sistematik girişim olduğu ifade edilebilir (Jowett & O'donnell, 2018).

Propagandanın örtük olumsuz çağrışımları bulunduğu için propaganda türlerinin de ayrıştırılması önemlidir. Bir yandan propaganda, kitleleri belirli amaçlara teşvik etmek için kullanılabilirken, diğer yandan, onları hiçbir şeye tepki veremez hale getirip adeta uyuşturup belli konularda beyinlerini yıkamak için de kullanılabilir (Szanto, 1977). Bu bağlamda literatürde üç tür propaganda türü vardır. Beyaz propaganda olarak isimlendirilen ilk türde bilginin kaynağının bilinir ve içeriğin doğru olduğu bellidir. Bu tür için en belirgin örneklerden biri, sürücülerini alkollü araç kullanmaktan caydırmak için hükümet iletişimi olabilir. Siyah propaganda olan ikinci türde ise kaynağın menşei bilinmez ve aktarılan bilgi yanlıştır. Örneğin, ABD-İrak Savaşı ile ilgili medyada ABD tarafından çok fazla kaynağı belli olmayan ve gerçek dışı bilgiler sunulmuştur. Dezenformasyon, propagandayı tanımlamak için kullanılan bir başka terimdir. Gizli ve yanlış bilgiler kullanır ve bu nedenle kara propaganda olarak kabul edilir. Üçüncü tür gri propaganda şeklinde isimlendirilmiş olup özellikle medya, reklam, halkla ilişkiler alanında kullanılmaktadır. Burada hem bilginin kaynağı hem de doğruluğu şüphelidir. Bu tür medyada propagandacıya iki farklı avantaj sağladığı için çok fazla tercih edilmektedir. İlk olarak propagandanın nerede ve nasıl ortaya çıktığının anlaşılması oldukça zordur. İkincisi ise kaynak şüpheli olduğu için kolaylıkla inkâr edilebilir (Guth, 2009, s. 318).

I. Dünya Savaşı döneminde uygulanan propaganda günümüze en yakın olandır. Bu süreçte propaganda malzemesi olarak “afiş, gazete, sinema gibi kitle iletişim araçları” kullanılmış olup “devlet propagandası” bir kavram haline gelmiştir. Bugün ise propaganda geçen sürede teknolojik ilerleme ve modernleşmeyle bir değişim yaşamıştır. Ellul'a göre de modern olarak tasvir edilen propaganda gelecekselden ayrılarak artık ideoloji için bir örtü halini almıştır (Akt. Çetin, 2014, s. 251).

Özellikle I. Dünya Savaşı döneminde gösterildikten sonra bir tür olarak belirgin hale gelen propaganda savaş filmleri bir örnek niteliğindedir (Gökdemir & Kurtoglu, 2015, s. 38). 1942'de ABD'de savaş konulu 3 bin tane film üretilmiş olup bu filmlerin 400 bin kopyası dağıtılmış ve her ay ortalama 8,5 milyonun üzerinde seyirciye ulaşmıştır. Bu durum ABD'de algı operasyonu ve propaganda geleneğinin bir başlangıcı sayılır.

Teknolojik gelişmeler ve görselliğin her geçen gün daha da önemli olmasıyla propaganda etki alanını geliştirmiş olup özellikle oyunlar, sinema, televizyon ve internet sahasında daha fazla kullanılmaktadır. Özellikle de hala günümüzde çok sayıda izleyicisi olan televizyonda da propaganda faaliyetleri çok yaygındır (Gültekin, 2003, s. 10). Propaganda avantajının erken farkında varan ABD onu kullanan ülkeler arasındadır. Küreselleşme olgusunun ABD için en önemli avantajlarından biri de propagandasını çok daha rahat yapabilmesidir. Özellikle çok sayıda iletişim aracını elinde bulundurup dünyada önemli konumda olduğu için küreselleşmeyle işini daha da kolaylaştırmıştır.

Dolayısıyla kolaylıkla yerel kurumların önüne geçip propaganda faaliyetlerini özellikle üçüncü dünya ülkelerinde hız kesmeden sürdürmektedir (Çetin, 2014, s. 260).

4. Emperyalizmin Medya Boyutu ve Çizgi Filmler

Kültürel miras dendiğinde “kulaktan kulağa veya kuşaktan kuşağa aktarılarak üretilen, yaşatılan ve gelecek kuşaklara devredilen canlı bir miras” akla gelir (Oğuz, 2009, s. 63). Genel olarak aile ve çocuklar mirasın gelecek kuşaklara aktarımında önemli unsurlardır. Çocuklar çevreyi algılamaya başladıkları an itibariyle içinde yaşadıkları toplumun yaşam stili ve toplumsal kültürle ilgili bilgileri almaya başlarlar. Büyüdükçe arkadaş/oyun grupları, kitle iletişim araçları, dini kurumlar, eğitim kurumları, edebiyat ve sanat eserleri vasıtasıyla çocuklara kültür aktarımı yapılır ve onların bu sayede toplumsallaşması sağlanır (Öğüt, 2010, s. 2).

Ailelerin toplumdaki toplumsallaştırma, kültürel değer aktarımı ve bilinçlendirme işlevlerini zamanla kaybederek, görevlerini kitle iletişim araçlarına devrettikleri dikkati çekmektedir. Toplumda egemen bir konuma gelen kitle iletişim araçları toplumsallaşma kurumlarının da yerini alır (Yaylagül, 2010, s. 161). Bu yüzden kitle iletişim araçlarının özellikle çocuklar üstündeki etkilerinin detaylı bir şekilde incelenmesi önemlidir. Çocuklar küçük yaşlardan hatta bebeklik dönemlerinden itibaren kitle iletişim araçlarına maruz kalırlar. Söz konusu araçların onların eğlenmesi, öğrenmesi ve hayal dünyalarını beslemesine karşılık, negatif etkilerde de bulunabilmektedir. Söz konusu negatif etkilerin başında küresel çapta yayın yapan çizgi film kanallarının Batı kültürüyle ilgili yaşam şekli ve değerlerini üçüncü dünya ülkelerine benimsetme çabaları gelmektedir. Giroux (1999, s. 84) çocukların çok sevdiği çizgi filmlerin eğlencenin ötesinde pek çok kültürel ve toplumsal işleve de sahip olduğunu belirtmiştir. Bu anlamda çizgi filmler çok güçlü bir konuma sahiptir. Çocuklar doğduktan sonra ailelerinden sonra çizgi filmleri görmektedir. Bir bakıma çizgi filmlerin çocukların büyüme evrelerine tanıklık ettiğini söylemek mümkündür. Pek çok çocuk internet çağı olsa bile hala televizyonda çizgi film izlemeye devam etmektedir. İzledikleri çizgi filmler çocukların yaşamı, değerleri ve dünya görüşleri üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Aynı zamanda, çocukların sosyal bilişsel yeteneklerinde de önemli bir rol oynar. Çizgi film kültürü, çocukların büyüme sürecinde olumlu ve olumsuz bir etkisi olan iki ucu keskin bir kılıca benzer (Yueuha & Jin, 2017).

Benzer şekilde Disney ve Disney’in çizgi film endüstrisiyle ilgili pek çok çalışma yapan Henry Giroux çizgi film endüstrisinin imparatoru Walt Disney’in çocuklarla ilgili sözlerine yer vermiştir. Walt Disney’e göre daha yaşamının ilk yıllarında olan çocukların beyinleri boş bir deftere benzemekte olup bu defterin sayfalarına pek çok şey yazılması mümkündür. Fakat Disney burada önemli olan deftere yazılan yazıların kalitesi olduğunu da sözlerine eklemektedir (Giroux, 1999, s. 17). Çizgi film sektöründe dünya devi bir firma kurucusunun sarf ettiği bu cümleler çocukların öneminin bu endüstri tarafından fark edildiğinin bir göstergesi niteliğindedir. Çocukların zihinlerindeki boşluk ve berraklık neredeyse doğumları ile beraber çizgi filmlerle doldurulmaya başlanmaktadır. Bir bakıma çizgi filmlerin kültürel anlamda bir kontrol mekanizması oluşturduğunu söylemek mümkündür. Çocukların ne izleyecekleri belli güçler ve kişiler tarafından tayin edilmekte ve sunulmaktadır.

The Cultural Dimension of Propaganda And Imperialism:

Konuyla ilgili Atan (1995, s. 2) ise kendi ideolojisini, kültürünü ve teknolojisini üretmeyi başaramayan toplumların, Batının ürettiği teknolojiyle beraber ideoloji ve kültürü de benimsemek durumunda kaldığını söylemiştir. Genel olarak kültürün daima bir mücadele alanı olduğu gözden kaçırılmamalıdır. Stuart Hall'a göre, kültür alanı direnme, kabullenme, reddediş ve teslimiyet gibi durumlar yüzünden bir bakıma sonu gelmeyen bir savaş alanını yansıtmaktadır (Hall, 1981, s. 10). Bu görüşe göre çizgi filmlerin de bir bakıma kültürel mücadele alanı oluşturduğunun söylenmesi mümkündür.

5. Propaganda ve Çizgi Filmler

Kitle iletişim araçları aynı anda toplumları hızlı bir şekilde etkileyebilme potansiyeline sahip olduğu için ortaya çıktıkları andan itibaren güçlü kabul edilmiştir. Gelecek nesil ve kültür taşıyıcısı olarak nitelenebilecek bebek ve çocuklara yönelik çizgi filmlerin propaganda nesnesi olarak kullanılması olağandır. Örneğin ünlü çizgi film kahramanı Mickey Mouse aslında ortalama bir ABD vatandaşıymı sembolize etmektedir. Bu direkt olarak çizgi filmde geçerse de sürekli kahramanlıkları propagandaya konu olan karakter Frank Nugent tarafından New York Times'daki makalede şu şekilde geçmektedir; "Mickey Mouse uygarlık tarihimizin en iyi bilinen figürlerinden biridir. Muhtemelen yaşamış hiçbir başkan, kral, sanatçı, şair, müzisyen, iş adamı onun kadar geniş kitleler tarafından tanınmamıştır" (Akt. Jenkins, 2014). Dünyanın her yerinde etkili olan bir karakterin aslında Amerikan rüyasını toplumlara tanıtabilmek adına çok fazla çaba harcadığı ortadadır. Hatta Mickey Mouse dünyaya pazarlayan Walt Disney bünyesinde pek çok çizgi film karakteri propaganda aracı kullanılmakla beraber Mickey Mouse hep daha öndedir. Çok sayıda jenerasyon Mickey Mouse ile büyümüştür. Bugün hala çocuk kıyafetlerinde, oyuncaklarında figür olarak da kullanılmakta ve beğenilmektedir. Mickey Mouse çizgi filmleri izlenirken, onun sıradan vatansız bir Amerikan vatandaşı gibi Vietnam'da savaştığı, İkinci Dünya Savaşı'na katıldığı, seçimlerde oy kullandığı dikkati çeken örnek olaylar arasındadır. Bütün bunlar aslında bir karakteri simgeler ve onun propagandasını yapar. İzleyenlerin bilinçaltına mükemmel Amerikan vatandaşı imajını çizer.

Mickey Mouse'a benzer şekilde Superman karakteri de bir başka öne çıkan propaganda ögesidir. Superman 1933 senesinde ilk olarak aslında çizgi roman karakteri olarak ortaya çıkmış olup sınıfıyı yapıyı yapmaksızın güçsüzlerin yanında olan adaleti simgelerdi. 1929 buhran dönemi sonrasında insanların çoğu kendilerini güçsüz ve haksızlığa uğramış hissettiği için, Superman gibi bir kahramana gereksinim duymaktaydılar. Aynı Mickey Mouse'un oluşturulması gibi, görüldüğü üzere Superman de ortamdaki beslenir. Bu kahramanlar aslında toplumun yansıması gibidir. Batı toplumu kendi içindeki sorunları, savaşları, tarihi olayları, kahramanlıklarını, kültürel yapısını her zaman bu tarzdaki süper kahramanlar ve çizgi film karakterleriyle aktarmaktadır. Bu durum da çizgi filmlerin bir bakıma toplumsal yapı ve kültür taşıyıcısı olarak önemli bir rolü olduğunun göstergesi sayılabilir.

Atan'a göre (1995, s. 4) çizgi filmler dönem dönem milletlerarası kültürel ve siyasal bir propaganda aracı şekilde kullanılmış olup bu tarzdaki çizgi filmler toplumu sosyokültürel anlamda tehdit etmektedir. Propaganda için 1930'lu yıllarda ABD'de sigaranın zararlarının anlaşılmasıyla yapılan Mickey Mouse'un sigara içmediğini,

alkol kullanmadığını, yalan söylemediğini ve sahtekarlık yapmadığını belirten davranışlarının öne çıkarılması bir örnektir. Diğer yandan çizgi film kahramanı Red Kit'in ilk çıktığı zamanlarda görsellerdeki sigara imgesi dikkat çekicidir. Fakat sigaranın kötü ve zararlı olduğunun anlaşılmasının ardından sigara bir saman çöpüne dönüştürülür. Bu tutumla Red Kit o dönemde evrensel olarak başlatılmış olan sigara karşıtı tavra destek vermiş ve sigaraya özendirmemiştir. Bir propaganda öğesi olarak o dönemde kullanılmıştır (Atayman, 2004). Bütün bu örneklerin ışığında çizgi filmlerin bir propaganda aracı olarak görev yapıp aynı zamanda gelecek nesillerin yetiştirilmesi ve kültürel öğelerin korunması açısından da bir bakıma kültürel aktarım aracı olduğu söylenebilir. Genel anlamda nicelik ve nitelik bakımından güçlü medya şirketlerine sahip olan Batılı ülkeler, çizgi film yayınlarını çeşitli kanalları aracılığıyla geliştirmekte olan ülkelerde yapmaktadır. Bu sayede çizgi filmlerle değerler ve hayat stili üçüncü dünya ülkelerine pazarlanır ve Batı kültürü de yine bu ülkelerde yaygınlaşmaya başlar. Türk firmaları yakın döneme kadar özellikle çizgi film sektöründe dikkati çeken ve izlenen bir yere sahip değildir. Türk bebek ve çocuklarının Batı temelli kanalları izleyip, onların kültürünü yansıtan çizgi filmleri benimsemesine neden olmuştur (Türkmen, 2012, s. 139).

6. Amaç ve Yöntem

Araştırmanın amacı Amerikan kanalı olan ve Türkiye'de dublajlı yayın yapan Baby Tv'nin yayınladığı "Mini Matinee" adlı programın Amerikalılar ile Kızılderililer isimli skesinde kültürel emperyalizm ve propaganda öğelerinin nasıl kullanıldığını açıklamaktır. Bu bağlamda çalışmanın analiz yöntemi Teun Van Dijk'in söylem çözümlemesidir. Van Dijk söylem çözümlemesinin temel yönteminde metin, retorik, semantik ve anlatı bulunur (Çoban & Özarslan, 2003, s. 55).

Yöntemde mikro ve makro yapı çözümlemeleri bir arada bulunmakla beraber mikro yapı çerçevesinde, metindeki anlamlar, sesler, cümle yapıları ve sözcükler incelenir. Makro yapı çözümlemesindeyse metnin konusu, teması ve tematik yapısını içeren söylemin tüm boyutları değerlendirilir (Van Dijk, 1993, s. 355).

Van Dijk söylem çözümlemesi ile ideolojilerin, fikirlerin ve anlamların ortaya çıkarıldığını savunur. Diğer yandan, metnin anlaşılması hafızada temsil edilen zihinsel yapılar sayesinde oluşur. Hafızada temsil edilen bilgi, sadece metnin temsil ettiği anlamları değil, metinle ilgili ayrıntıları da kapsar. "Bağlam modeli" olarak isimlendirilen bu zihinsel model, söylemin sosyal yapı ve durumuyla bağlantı kurup, söylemdeki etkileşim ve iletişime dayanan görüşün düzenlenmesini sağlar. Yöntemin temelinde aşağıda ayrıntılı olarak ele alınan mikro ve makro yapı çözümlemeleri vardır (Mora, 2010, s.19).

Van Dijk tarafından ele alınan söylem analizi aşağıda mikro ve makro yapılar bağlamında şema haline getirilmiştir;

Makro Yapılar

- Tematik Yapı Çözümlemesi: Başlıklar, giriş veya spot kısmı, fotoğraf ya da fotoğraflar.
- Şematik Yapı Çözümlemesi: Ana olay sunumu, bağlam, ardalın bilgisi ve sonuçlardan oluşan durum kısmı ile olayın taraflarının yorumlamaları ve haber kaynaklarını

The Cultural Dimension of Propaganda And Imperialism:

kapsayan yorum kısmı (Van Dijk, 1993, s. 249).

Mikro Yapılar

- Cümle yapılarının karmaşık veya basitliğini kapsayan “sentaktik çözümleme”.
- Neden-sonuç ilişkisi, referansa dair ilişki ve işlevsel ilişkiyi kapsayan “bölgesel uyum”.
- Kelimelerin Seçimi
- Retorik (Van Dijk, 1993, s. 250).

Van Dijk tarafından oluşturulan söylem çözümlemesi teması çizgi filmlere uyarlandığında; çekimler, oyuncular, diyaloglar, mekân seçimleri, sekanslar, jenerik ve kurgu yapısı gibi pek çok unsur dikkati çekmektedir. Çizgi filmlerdeki temel anlam çerçevesinde, bütünü oluşturan parçaların hepsi toplanıp anlama bağlı olarak doğru bir sıralama yapmak gerekmektedir. Görselliğin ön planda olduğu çizgi filmler çoğu zaman kelimelerle dile getirilemeyenleri anlatabilme gücüne sahiptir (Balázs, 2013, ss. 24-25). Dolayısıyla Van Dijk tarafından biçimlendirilen söylem analiz çizgi filmlerdeki söylemin ifade edilmesi için tercih edilen yöntemlerden biridir.

Söylem analizi çizgi film tarzında yapılara uyarlandığından aşağıdaki sıralama uygun görünmektedir;

Makro Yapılar

- Tematik Yapı Çözümlemesi
- Şematik Yapı Çözümlemesi

Mikro Yapılar

- Sözcüklerin dizimi çerçevesinde “sentaktik yapı çözümlemesi”
- Müzik ve seslerin kullanımı
- Çizgi filmdeki Retorik.

Yukarıdaki düzenleme bağlamında çizgi filmlerdeki makro ve mikro yapılar art arda değerlendirilmektedir. İlk olarak makro yapıda bulunan “tematik yapı” incelemesi yapılmalıdır. Bu kısımda çizgi filmin ana konusu, çizgi filmin konusunun geçtiği zaman dilimiyle ilgili coğrafi bölge/bölgeler ortaya konmaktadır. Sonraki aşamada konu detaylandırılarak çizgi filmdeki olay örgüsüyle karakterlerin de değerlendirmesi yapılmak suretiyle sağlanan bütünlük içerisinde çizgi filmin şematik yapısı ortaya çıkarılmaktadır.

Mikro yapının çözümleme kısmındaysa ilk olarak “sentaktik yapı” diğer bir deyişle sözcüklerin dizimi açısından çizgi filmdeki anlatım dili incelenmektedir. Bu bağlamda çizgi filmde üretilmiş olan “söylem dili”, karakterler arasındaki diyaloglar ile eylemler çözümlenmektedir. Sonraki aşamadaysa söylemin desteklenmesi için kullanılan sesle müzik arasındaki ilişki ele alınmaktadır. Çizgi filmin tamamında kullanılan ses ve müziklerin söyleme nasıl bir katkı sağladıkları incelenmektedir. Son kısımdaysa çizgi filmde inşa edilen söylem dili bağlamında tercih edilen retorik irdelenmektedir.

Yukarıda anlatılan bütün incelemelerin birbiriyle uyum içinde ve bağlantı kurularak değerlendirilmesiyle çizgi filmin söylem çözümlemesi elde edilmektedir.

8. Baby Tv Mini Matinee-Amerikalılar-Kızılderililer Çizgi Filminin Söylem Analizi

Makro Yapı

Tematik Yapı

Çizgi film Baby TV’de düzenli olarak yayınlanan tiyatro benzeri içerikleri olan “Mini Matinee” içerisinde kısa bir bölüm olarak yayınlanmaktadır. Bu kısa çizgi filmlerin hepsi farklı ülkelerde geçmektedir ve ülkelere göre özel konuları ele almaktadır. Bu bölümle ilgili Baby TV kendi web sitesinde “*Büyüleyici dört hayvan arkadaş, sihirli tiyatro dünyasında muhteşem oyunlar sergiliyorlar. Her bölümde, dünyanın farklı bir yerini ziyaret eden arkadaşlar çok uzaklardaki kültürlere ait gelenek ve adetler ile ilgili ilgi çekici hikayeler ve eğlenceli gerçekler anlatıyorlar*” cümlelerini kullanmaktadır. Dolayısıyla dört farklı hayvan silueti farklı konuları içeren tiyatrolar sergilenmektedir. Her tiyatro birbirinden farklı konuları ele almaktadır. Zaten kanalın takdim yazısından da anlaşılacağı üzere “kültür” temelli hikayeler anlatılmaktadır.



Resim 1. Mini Matinee'nin dört karakteri

Bu çalışmada ele alınan hikâye “Vahşi Batı’da” geçer. Temel anlam olarak Vahşi Batı 19. ve 20. yüzyıl başlarında Amerika’daki seyrek yerleşim yerlerini ifade etmektedir. Bu bölge, Amerika’nın 19. yüzyılda yerel Kızılderili kabilelerinden “satın aldığı ya da ilhak ettiği” toprakları betimlemektedir. 19. yüzyılın ikinci yarısı boyunca bu bölgeye, doğudaki kıyılardan gelen Amerikalı göçmenler yerleştirilmiştir. Kısa bir zaman sonra, bu bölgede kendine has yerel bir yeni kültür oluşturulmuştur. O dönemde yaşadıkları yeri geri almak isteyen Kızılderililerin saldırılarının önüne geçilememesi ve güvenlik güçlerinin yetersiz kalması yüzünden suç oranı yüksek olduğu için uzunca bir dönem nüfus artışı olmamıştır. Bu yüzden burası devletin denetiminden uzak ve kırsal bir alan olmuştur. Lakin uzun uğraşların sonunda 20. yüzyıl itibarıyla Kızılderililer tamamen bastırılmış, bölgede güvenlik önlemleri artırılarak bölge asimile edilmiştir. Zamanla şehirleşme ve nüfus artışıyla Vahşi Batı Amerikanlaşmıştır. Bu olayın ardından Vahşi Batı tabiri kullanılmamaya başlanmıştır. Bu sayede bölgenin çoğunluğu büyük ölçüde “medenileştirilmiş” ve Vahşi Batı kavramı da bu bölge için bir daha kullanılmamıştır. Bugün Vahşi Batı “coğrafi olarak da Mississippi Nehri’nin batısında kalan Dakota,

The Cultural Dimension of Propaganda And Imperialism:

Nevada, Oregon, Utah, Idaho, Montana, Arizona, California New Mexico, ve Colorado eyaletlerine” karşılık gelmektedir (Her Many Horses, 2007, s. 39).

Çizgi film başladığında “Mini Matinee” programının bir skeci olduğu için önce arkadan konuşan bir takdim sesi dikkati çeker. Bu sesle çizgi film başlar. Çizgi filmin giriş kısmında Vahşi Batı görüntüsü betimlenmiştir. Bu betimlemede çöl görüntüsü öne çıkar. Oldukça boş, kumla kaplı bir vaha yalnızca birkaç kaktüs görüntüsü vardır. Müzik eğlenceli ve merak uyandıran şekildedir. Hatta bir bakıma yine Vahşi Batı’yı hatırlatan bir tarza sahiptir. Çizgi film tüm bunları kapsayan güçlü ve tutarlı bir söyleme sahiptir.



Resim 2. Vahşi Batı ve Johnny ile Barbara'nın At Arabası

Çizgi filmin ilk sahnesindeki takdim cümlesiyle ifade edilen fikirler, sonraki sahnelerde de sıklıkla tekrarlanmıştır. Söz konusu sahneler Amerikan toplumunun Vahşi Batı’da yaşayan Kızıl Derili toplumuna basit bir şekerleme gibi görünen marshmallow da dahil bütün her şeyi yeniden öğretip sevdirmeyi başardığıdır. Ayrıca Amerikalılar dost canlısı, uyumlu ve paylaşmayı seven insanlardır.

Çizgi filmdeki tematik yapı da söylemin diline hizmet eder niteliktedir. Bu hem karakterler hem de seçilen görseller aracılığıyla da açık bir şekilde yansıtılmaktadır. Bunun çizgi filmdeki temanın tasvirlerinin hepsine işlenmiş olduğunu söylemek mümkündür. Bu da doğal bir bütünleşme sağlamaktadır. Aşağıdaki görsellerde de görüldüğü gibi Vahşi Batı’nın yalınlığı, boşluğu adeta Kızılderililerin marshmallow gibi basit bir şekerlemeyi bile bilmeyen zihinleri gibidir. Bu durum çevrenin renklerinin çölü tasvir eden toprak rengi ve arka planda kaktüs kullanımlarıyla desteklenmiştir. Söylem incelendiğinde renkler ve karakterlerin farklılıkları ve benzerlikleri yansıtmak için kullanıldığını söylemek mümkündür. Bu durum iki ırk arasındaki ayrışmaları, yaşam tarzı farklılığını, toplumsal ve kültürel çeşitliliği de gözler önüne sermektedir.

Çizgi film boyunca Kızılderililerin her şeyi Amerikalılardan öğrendiklerini aslında basit bir şekerlemeyi bile bilmeyen bir ırk olduklarını, Amerikalıların ise aşağılayan tavırları olsa bile sonrasında yardımsever, arkadaş canlısı, kolay adapte olan bir ırk oldukları karakterlerin yüzlerine ve mekanlara da yansıtılmıştır.

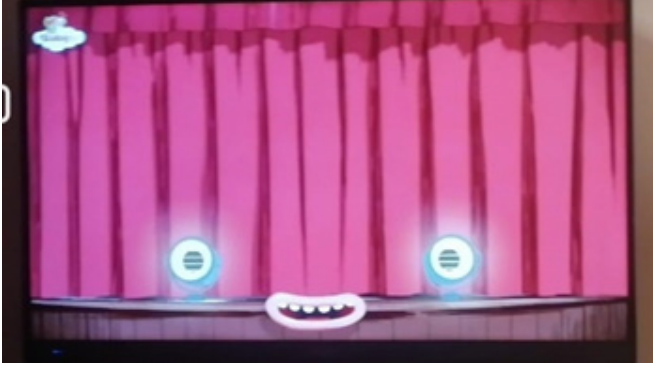
Şematik Yapı

Çizgi filmin girişinde Amerika’nın bir kasabasından at arabalarıyla yola çıkan bir çift

vardır. Bu sırada da arkadaki takdim sesi “Bu bölümde size kızarmış marshmallowun nasıl bulunduğunu anlatacağız. Bulanlar şöyle Çayırkurdu isminde bir kız, Kızılkartal isminde bir oğlan, Barbara isminde bir kız, Johnny isminde bir oğlan. Başlayalım. Yıllar yıllar önce Amerika Birleşik Devletleri denen çok geniş bir ülkede kimsenin cesaret edemediği bir yer varmış. Johnny ile Barbara arabalarıyla Vahşi Batı’ya gezemeye gitmişler” der. Bu sırada görüntüde bir çöl arkada da dağlar görünmekte olup genel görünüm toprak ve kahve rengidir. Sadece yeşil bir kaktüs vardır. Johnny ile Barbara’nın at arabası beyazdır. Ardından Amerikalı çift Johnny ve Barbara görünür. Johnny ve Barbara’nın üzerinde o dönemi yansıtan ve Amerikalı olduklarının anlaşılmasını sağlayan giysiler vardır. Bu esnada dış sesin konuşması devam etmektedir “Johnny ve Barbara konaklamak için uygun bir yer bulup arabalarını durdururlar ve odun toplayıp ateş yakarlar, güzelce ısınmak için”. Bu cümlelerin ardından müzik çalar ve Barbara’nın konuşması duyulur; “Johnny galiba bir ses duydum” der ve buna karşılık Johnny de “olamaz burada kimsecikler yok” diye cevap verir. O sırada at arabalarına iki tane ok gelir. Johnny ve Barbara korkarlar. Johnny aniden ayağa fırlar ve “kim var orada?” diye bağırır. Bu sırada Barbara da kendinden emin bir şekilde “birileri olduğunu biliyordum” der. O esnada görüntüde iki Kızılderili çadırı ile iki Kızılderili görünür. Kızılderilerden biri kadın diğeri erkektir. Kadın olanın kıyafeti pembe ve başlığı daha kısadır. Erkek olanın ise başlığı daha belirgin ve gösterişlidir. Kadın olan “Vahşi Batı’da misafirler...belki tatlı yiyecekler vardır” der. O anda iki çift aynı kadrada görülmektedir. O sırada “Ben Kızılkartal bu da kardeşim Çayırkurdu” diye konuşur erkek olan Kızılderili. Buna karşılık erkek Amerikalı “memnun oldum ben Johnny ve o da Barbara” der. Buna karşılık yine erkek Kızılderili “Burada ne arıyorsunuz?” der. Johnny ise “Vahşi Batı çok güzel bir yer” diye cevap verir. Bu esnada Çayırkurdu heyecanlı bir şekilde “şekerleme” der ve Kızılkartal da “evet, kardeşimle ben şekerleme avına çıkmıştık”. Buna karşılık Johnny “ama nereden bulacaksınız ki?” diye sorar. Kızılkartal ise “şekerleme kokusu var, at arabanızdan geliyor” der. Johnny “öyle mi? Bir battaniye var ve giysiler vee marshmallow” der. İki Kızılderili aynı anda “marshmallow ne? O da ne öyle” derler. Bu sırada yine dış ses konuşmaya başlar “Çayırkurdu ve Kızılkartal marshmallowun ne olduğunu bilmiyorlarmış. Bunları yiyecek bir şeye benzetememişler”. Çayırkurdu bir marshmallowu eline almış ve yüzünü buruşturarak şekeri istemediğini belli eden “ehhh” sesi çıkararak kardeşine uzatmış Çayırkurdu da şekerle bakıp şekeri uzağa fırlatmış, şeker tam yanan ateşin yakınına düşmüş. O esnada Barbara bağırarak “ama onu neden attın?” demiş ve Johnny de hemen koşarak elindeki sopayla marshmallowu ateşten uzaklaştırmış ve eline alıp Barbara’ya uzatmış. Barbara kinayeli bir ses tonuyla “marshmallow iyi bir şekerlemedir” demiş. Bu sırada yine dış ses devreye girip “bu olayın üzerine Kızılderililer çok kötü hissetmişler. Marshmallowun kenarları kızarmış haldeymiş. Ama Johnny onu yemek hala mümkündür diye düşünmüş ve şekerlemeyi ağzına atmış. Sonrasında da heyecanla “hey kızarıncı çok daha lezzetli oldu, Barbara tadına bak” demiş. Barbara hala sinirli ve kinayeli ses tonuyla “ama bu kızarmış” demesine rağmen şekerlemeyi alıp tadına bakmış. Sonrasında hemen ses tonu değişmiş ve mutlulukla “sahiden lezzetliymiş, arkadaşlar siz de tadına bakmak ister misiniz?” deyip Kızılderililere dönmüş. Erkek Kızılderili şekeri havaya atıp ağzına atmış ve “vay canına kızarmış marshmallow gerçekten güzelmiş” der. Bu cümlelerin ardından yine dış ses “sonra akıllarına harika bir fikir gelmiş, Johnny ve Barbara bütün marshmallowlarını almışlar. Kızılderililer odun getirmişler ve birlikte gece boyunca eğlenip kızarmış marshmallow yemişler ve günümüzde de insanlar daha lezzetli

The Cultural Dimension of Propaganda And Imperialism:

marshmallows yemek istediklerinde ateş üzerinde onları kızartırlar ama kısa bir süre” diyerek son cümleleri kurmuş. Sonra perde kapanır ve o esnada başlangıçtaki perde ve ağız göz görüntüsü çıkıp “gösterimiz burada sona erdi. Bu hikâye gerçek mi diye merak ettiniz ister inanın ister inanmayın” der. Bu aslında dış sesle aynı sestir.



Resim 3. Giriş ve Sonuç Kısımındaki Görüntü/Dış Ses

Mikro Yapı

Sentaktik-Söz Dizimsel Yapı

Çizgi filmin başlangıç sahnesinde pek çok evin olduğu, yemyeşil çok güzel ve bakımlı olan Amerikan kasabası görünür. Kasabadan at arabalarıyla çıkan çift Vahşi Batı'ya geldiğinde sadece kahverengi bir görüntü çizgi filmle hâkim olur. Çizgi filmin çok sade bir mekân görünümü vardır. Görüntüde ve bugün hala Amerika'da bulunan büyük kaktüslerden bulunur ve çok nadir yeşil bir görüntü vardır. Ayrıca küçük bir tepe görünmektedir. Burada aslında anlatılmak istenen Amerikalılar o bölgeye ayak basmadan önce Vahşi Batı'da hiçbir şeyin olmadığıdır. Amerikalı'ya göre Vahşi Batı geniş, düz ve boş bir çöldür. Bugün bölge sahip olduğu her şeyi Amerikalılara borçludur. Onlar olmasa o bölge aynı şekilde kalacaktır. Bir bakıma Amerikalılar bölgeyi kurtarmıştır.

Ayrıca görüntülerden biri de Amerikalıların at arabasıdır. Bu da yüzyılı belirtmek için kullanılmıştır. Dolayısıyla çizgi filmin geçtiği dönemde Amerikalılar Vahşi Batı'ya henüz ayak basmamıştır. Bir bakıma çizgi filmdeki Amerikalı çift, Vahşi Batı'ya gelen bütün Amerikalıları temsil etmektedir. Dolayısıyla genel hatlarıyla çizgi filmde Amerikalıların Vahşi Batı'ya ilk gelişi anlatılıyor denebilir. Bu düşünceyle görüntüler ve anlatılar da belirgin bir bütünlük oluşturmaktadır.

Çizgi filmin anlatım dili öykülemedir. Çizgi filmin başından sonuna kadar belirli yerlerde bir dış ses devreye girip açıklama cümleleri kurmaktadır. Bu da çizgi filmin anlaşılmasına yardımcı olmaktadır. Dış sesin kilit konuşma ve durum noktalarında devreye girdiği dikkati çekmektedir. Dış ses samimi ve sevecek masal anlatır tarzda konuşan bir kadın olarak belirlenmiştir. Bu durum da hikâyeyi daha çekici kılıp merak uyandırmaktadır. Çizgi filmin yaklaşık 5 dakikalık bir süresi vardır. Görüntüler neredeyse hep aynıdır ve diyaloglar ön planda tutulmuştur. Burada verilen mesajlar da temel söylemi destekleyici niteliktedir.

Genel olarak diyaloglarda Kızılderililer bilmeyen, tek düze Amerikalılar da öğreten, keşfeden ve icat eden konumundadır. Bu durum ifadelerle de desteklenmiştir. Amerikalılar Vahşi Batı'ya her şeyi öğretip onlarla arkadaş olmaya gelmiş dost canlısı kişilerdir. Buna karşılık Kızılderililer ilk iletişim biçimleri bile ok atmak gibi kaba, iyi bir şekerlemeyi bile bilmeyen ve yeniliklere kapalı bir topluluktur. Aşağıda geçen diyalog cümleleri de bunları örneklemiştir.

- Erkek Amerikalı “memnun oldum ben Johnny ve o da Barbara”, buna karşılık yine erkek Kızılderili “Burada ne arıyorsunuz?” der. Johnny ise “Vahşi Batı çok güzel bir yer” diye cevap verir.

-Kadın olan “Vahşi Batı'da misafirler...belki tatlı yiyecekler vardır” cümlesini kurar.

-O esnada Barbara bağırarak “ama onu neden attın?” dedikten sonra Johnny de hemen koşarak elindeki sopayla marshmallowu ateşten uzaklaştırmış ve eline alıp Barbara'ya uzatmıştır. Barbara kinayeli bir ses tonuyla “marshmallow iyi bir şekerlemedir” demiş. Bu sırada yine dış ses devreye girip “bu olayın üzerine Kızılderililer çok kötü hissetmişler”.

- Sonrasında hemen ses tonu değişmiş ve mutlulukla “sahiden lezzetliymiş, arkadaşlar siz de tadına bakmak ister misiniz?” deyip Kızılderililere dönmüş. Erkek Kızılderili şekeri havaya atıp ağzına atmış ve “vay canına kızarmış marshmallow gerçekten güzeldir” der.

Ayrıca Kızılderililerin bütün kaba davranışları Amerikalılar tarafından olgunlukla ve arkadaşça karşılanmaktadır. Kızılderililer şekerlemeyi attıktan sonra bile Amerikalılar onlarla arkadaş olmuş, şekerlerini paylaşmışlardır. Çünkü Amerikan ırkı böyledir. Onların genel tavırlarının bu şekilde olduğu yansıtılmıştır. Barbara'nın ifadesi ve cümleleri gibi Amerikalılar kızlar bile hemen değişip arkadaşça tavır sergileyebilmektedir. Bununla beraber Johnny'nin tersine Barbara hep pozitif değildir. Ama hızlı bir şekilde yatıştır ve hemen arkadaş olur. Sonuçta olumsuz durumları bile hoş görebilen bir yapıyı temsil eder. Örneğin Kızılkartal marshmallowu ateşin yanına attığında başlangıçta hem yüz ifadesiyle hem de cümleleriyle olumsuz bir tepki verir. Ancak marshmallowun ateşte kızdıktan sonra daha lezzetli olduğunu Johnny'nin söylemesiyle hemen yumuşar ve samimi bir tavır sergiler. Zaten marshmallowu Kızılderililere ilk uzatan da odur.

Buna karşılık Johnny hep yapıcı, olumlu, çözüm odaklı ve samimidir. Zaten isminden de anlaşıldığı gibi Johnny tipik bir Amerikan ismidir ve Amerika'da çok yaygındır. Bütün bunlar aslında Amerikan erkeklerine atfedilmiştir. Johnny daima Vahşi Batı hakkında olumlu cümleler kurar. “Vahşi Batı çok güzel bir yer” cümlesini kullanır. Bu da aslında Amerikalıların Vahşi Batı'yı istila ederken niyetlerinin iyi olduğunu temsil eder. Zaten yanlarında şeker taşıyan, samimi, olumlu ve arkadaş canlısı biri nasıl kötü olabilir.

Çayırkurdu ise tipik bir Kızılderili görünümü oluşturabilmek için belirgin bir başlık takmaktadır. Bu başlık erkeğine kıyasla daha küçüktür. Hareketleri sadedir. Hızlı bir şekilde Amerikalıların tavırlarına uyum sağlar. Erkek kardeşinin yanında daha pasif bir duruşu vardır. Ancak en son sahnede ateşin etrafında marshmallow yerken gayet mutlu görünmekte ve kahkaha atmaktadır. Sanki Amerikalıların getirdiği “bu yeni

The Cultural Dimension of Propaganda And Imperialism:

yaşam” -çünkü aslında marshmallow yeni yaşamı ve Amerikanlaşmayı temsil eden onun için mutluluğu da beraberinde getirmiştir. Çünkü ateşin etrafında otururken hepsi eşit bir duruş sergiler ve gülümserler. Bu yeni durumdan hem Amerikalılar hem de Kızıl derililer memnundur. Çünkü Amerikalılar onlara sadece güzellik ve iyilik getirmiştir. Bir diğer deyişle Amerikalılar sayesinde Kızılderililer artık memnundur. Kızılkartal Kızılderili erkek karakterdir. Kadın karaktere benzer şekilde o da kafasına Kızılderili başlığı takmıştır. Ama onunki daha geniş ve büyüktür.

Karakterlerin ve mekânın temsilinin ardından genel olarak çizgi filmdeki kültürel emperyalizm ve propaganda unsurlarının açıklanması da önemlidir. Çizgi filmin genelinde Amerikalılar ile Kızılderililer arasında olumlu ilişki ve dostluğun vurgulanması amaçlanmaktadır. Ayrıca Amerikalıların yaklaşımları yapıcı ve olumludur. Dolayısıyla bu çizgi filmi izleyen hiç kimse Amerikalıların Kızılderililerin topraklarını işgal edip, bölgeyi Amerikanlaştırdığını düşünemez. Özellikle 0-4 yaş grubuna hitap eden bir bebek kanalında böyle bir çizgi filmin olması bilinçaltına yönelik propaganda ve kültürel emperyalizm uygulamasıdır. Çünkü bebeklerin algılarının en açık olduğu ve her şeyi yeni öğrenmeye başladıkları dönem 0-4 yaş arasıdır. Bu çizgi filmi izleyerek büyüyen bir bebek Amerikalıların genel olarak iyi insanlar olduğu, gittikleri her yere şeker götürdükleri, arkadaş canlısı oldukları gibi olumlu izlenimlere kapılır. Genel olarak kültürel açıdan da Amerikalıları tıpkı Kızılderililerin marshmallowu benimsediği gibi benimser. Çünkü marshmallow aslında bir kültürdür.



Resim 4. Kızılkartal ve Johnny

Ses ve Müzik

Konuşmalar Türkçe dublajlı olduğu halde Kızılderililerin konuşma şekli Amerikalılardan farklıdır. Daha düz ve komplike olmayan cümleler kurarlar. Amerikalı kadının tersine Çayırkurdu çok fazla konuşmaz. Genel olarak geride bir duruş sergiler. Kızılkartal'ın da kız kardeşi gibi konuşması Amerikalılara benzemez. Sonuçta ikisi de Türkçe konuşuyor olsa da üsluplarının farklı olduğu bellidir. Örneğin Amerikalılar dublaj sonrası net, yalın bir Türkçe ile konuşuyorken, Kızılderililer kesik kesik konuşmaktadır. Bu da bir bakıma onları konuşma ve anlatı bakımından geride göstermiştir. Sanki genel olarak Kızılderililer Amerikalılardan daha geride oldukları vurgulanmak istenmiştir. Bunlar açık bir şekilde ortaya konulmamış olsa da bırakılan intiba bu şekildedir.

Ayrıca genel olarak çizgi filmde seslerdeki ifadeler ve üslup mimiklerden daha

belirgindir. Bütün karakterler duygularını seslerine yansıtmaktadır. Örneğin Barbara öfkesini, kinayesini, Johnny rahatlığını ve Kızılderililer farklı üsluplarını hep seslerine yansıtmıştır.

Müzik olarak çizgi filmin genelinde Vahşi Batı müziği kullanılmıştır. Ancak en sonda ateş etrafında dördü beraber dans ederlerken müzik Kızılderililerin müziklerine dönmektedir. Bu iki farklı müzik de aslında mesaj verir niteliktedir. Başlangıçta tipik Amerikalıların Vahşi Batı'ya giriş müziği çalarken sonunda ateşin etrafında Kızılderili dansı yapan Amerikalılar Kızılderili müziğiyle gösterilmiştir. Bu durum Amerikalıları yine uyumlu, sevecen, arkadaş canlısı, Vahşi Batı'ya yalnızca şeker götürmek için giden meraklı kişiler olarak göstermektedir. Asla olumsuz bir imaj yoktur.

Çizgi Filmin Retoriği

Çizgi filmin genel çekim açıları yine söylemi ve çizgi filmin genel konusunu destekler niteliktedir. Bazı görüntüler de Amerikalılar ve Kızılderililer ayrı ayrı gösterilmiş olup bazı görüntüler de aynı kadrada gösterilmiştir. Kullanılan renkler de yine söylemi desteklemektedir. Vahşi Batı bir çölden ve boşluktan ibaret, medeniyetten uzak gösterilmiştir.

Çekimlerde tahakküm ve üstünlüğün belirtilmesi için kamera belli konumlarda kullanılmıştır. Örneğin Kızılderilileri gösterirken kamera açısı daha uzak ve yukarıya konumlandırılmıştır. Amerikalılar daha yakın ve büyük görünmektedir. Yalnızca iki karede aynı boyutta çekilmiştir. Bunlardan ilki kızarmış marshmallowu beğendikleri ve paylaştıklarında ikincisi de çizgi filmin sonunda hepsi ateşin etrafında dans ettiklerindedir. Dolayısıyla artık arkadaş olup eşitlendikleri için çekim açısı da eşitlenmiştir.



Resim 4. Ateş Etrafında Dans Eden Kızılderililer ve Amerikalılar

9. Sonuç ve Değerlendirme

Araştırmanın girişinde de açıklandığı gibi çalışma Batılı ülkelerden ithal olan çizgi filmlerin kültürel emperyalizm ve propaganda aracı olarak kullandığını ileri sürmektedir. Özellikle dublajla yayın yapan bebek ve çocuk kanalları çizgi filmler yoluyla gelişmekte olan ülkelere kendi kültürlerini taşımaktadır. Bebeklik ve çocukluk

The Cultural Dimension of Propaganda And Imperialism:

dönemi algının en açık olduğu dönem olduğundan, bebekler ve çocukları kendilerine verilen kültürel objeleri adeta bir sünger gibi emerler. Zamanla bütün bunlar bilinç altına yerleşir. Ergenlik ve yetişkinlik döneminde de kültürel sorunlar yaşayabilir.

Çalışmada Amerikan bebek kanalı olan ve Türkiye’de dublajlı yayın yapan Baby Tv’nin “Mini Matinee” isimli çizgi filmlerinden Kızıldertililer ve Amerikalılar incelenmiştir. Yöntem olarak Van Dijk’in Söylem Analizi kullanılmıştır. Çizgi film Amerikalılara ait değerleri ve yaşam şeklini yeni nesillere aktarırken aynı zamanda Amerikalıları dünyaya belli bir perspektifle tanıtmaktadır. Ayrıca çocukların zihinlerinde Amerikan toplumuna ve Amerikalılara karşı bir inanış ve stereotipi geliştirmektedir. Bu bağlamda çizgi filmlerin propaganda ve kültürel emperyalizm açısından çok yaygın kullanıldığını ve başarılı olduğunu söylemek mümkündür. Genellikle Amerikan toplumunu yansıtan değer yargılarına sahip küresel kültürün gelişmekte olan ülkenin çocuklarına çizgi filmler ile aktarılması, Amerikan kültürünün yaygın hale gelmesine ve yeni nesiller tarafından içselleştirilmesine neden olur. Ayrıca yine çizgi filmlerde istenilen ve dikkat çekilmek istenen şeylerin gösterilmesi tersine istenmeyenlerin unutturulması, gösterilmemesi ve bilgilerin çarpıtılması yeni neslin kendi kültürüne yabancılaşmasına neden olur. Herkese hitap eden, standart, Amerika’ya ait bir değer yargısı oluşturulup bu düşünce benimsetilmek istenmektedir.

Çalışmanın sonucunda çizgi film de diyaloglar, kullanılan görüntü ve mekanlar, sesler-müzikler, renkler, kameranın açısı gibi pek çok şey kullanılarak bir söylem dili oluşturulduğu dikkati çekmektedir. Genel olarak Amerikalılar ve Kızıldertililer için bir imaj çizilmiştir. Dolayısıyla çizgi filmin sonunda marshmallow sayesinde arkadaş olmayı başaran iki farklı kültürel yapı ateş etrafında dans ederken adeta eşitlenmişlerdir. Ayrıca bu görüntüyle Amerikalıların varlığından Kızıldertililerin de memnun olduğu ifade edilmek istenmiştir.

Genel olarak televizyon oldukça önemli bir söylem aktarıcısıdır. Teknolojik özellikleri sayesinde izleyicilerin dikkati çekmeyi başaran televizyon, olaylarla ilgili düşünme boyutunu ikinci plana atıp, kişileri olayların bir bakıma “görgü tanığı” konumuna getirir. Güçlü bir araç olan televizyonun bilinçli kullanılması çok önemlidir. Bu araştırma vasıtasıyla da ortaya konduğu üzere televizyon kanalları vasıtasıyla yeni nesle bir hayat stili ve kültürle ilgili düzenli şekilde içerik aktarımı yapılmaktadır. Yapılan aktarım kişilerin yaşam biçimlerine etkide bulunabilmektedir. Bu açıdan çizgi filmlerin öğretici ve eğitimi boyutları dikkatli bir şekilde incelenmektedir. Örneğin bu çalışmada kullanılan Kızıldertililer ve Amerikalılar çizgi filmi ile sanki çocuklara tarihsel bir bilgi yanlı bir şekilde (zihinlerde nasıl kalmasını istiyorlarsa o şekilde) aktarılmıştır. Çocuklar onların istediği şekilde konularla ilgili bilgi edinmektedir.

Sonuç olarak, çizgi film kanalları vasıtasıyla yeni nesillerin zihinlerine pek çok değer yargısı, fikir, olgu düzenli olarak ekilmektedir. Konuyla ilgili bilinç kazanılması adına bu araştırmada yalnızca küçük bir örnek sunulmuştur. Böylece küresel kültür ve propagandaya karşı yerel kültürün korunarak yeni nesillere aktarılması mümkün olacaktır.

KAYNAKÇA

- Atan, U. (1995). *Anımasyonun kültür aktarımındaki yeri*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, Türkiye.
- Atayman, V. (2004) *Postmodern Kurtarıcılar*. İstanbul: Donkişot Yayınları.
- Banerjee, I. (2002). The locals strike back? Media globalization and localization in the new asian television landscape. *Gazette: The International Journal for Communication Studies*, 64(6), 517-535.
- Çetin, B. N. (2014). Propaganda olgusu ve propagandanın Amerikanlaşması. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(2), 239-265.
- Çoban, B. & Özarlan, Z. (2003). *Söylem ve İdeoloji*. İstanbul: Su Yayınları.
- Diggs-Brown, B. (2011). *Strategic Public Relations: Audience Focused Practice*. UK: Sage.
- Erdoğan, İ. & Alemdar, K. (2010). *Öteki Kuram: Kitle iletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel bir Değerlendirmesi*. (3. Baskı). Ankara: Erk Yayınları.
- Eşitti, Ş. (2016). Çizgi filmlerde küresel ve yerel kültürün inşası: Caillou ve Pepee örneği. *Karadeniz Dergisi*, 32(1), 125-144.
- Geertz C. (1973). *Ethos, World View, and the Analysis of Sacred Symbols*. New York: Basic Books.
- 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*. U.S: Government Printing Office.
- Gerbner, G. (2014). *Medyaya Karşı*. (Ayaş, G., Batmaz, V. & Korkmaz, İ., Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Giroux, H. (1999). *The Mouse that Roared: Disney and the End of Innocence*. New York: Rowman & Littlefield Publisher, Inc.
- Giddens, A. (2013). *Sosyoloji*, (Güzel, C., Çev.). İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Gunter, B. (1987). *Poor Reception: Misunderstanding and Forgetting Broadcast News*. (2nd Ed.) New Jersey and London: Hillsdale, Lawrence Erlbaum Associates.
- Gunter, B. & McAleer, J. (1997). *Children and Television*. (2nd Ed.) New York: Routledge.
- Guth, D.W. (2009). Black, white, and shades of gray: The sixty-year debate over propaganda versus public diplomacy. *Journal of Promotion Management*, 14(3-4), 309-325.
- Gültekin, D. (2003, Nisan 12). Savaş ve propaganda bağlantısı. *ELYADAL/PIVOLKA*. http://www.elyadal.org/pivolka/ek/PIVOLKA_War.pdf. adresinden alındı.
- Hall, S. (1981) *Cultural Studies: Two Paradigms*. (6. Baskı) Londra: Open University Press.
- Her Many Horses, E. (2007). *Identity by Design-Tradition, Change, and Celebration in*

- Native Women's Dress*. New York: Collins in association with the National Museum of the American Indian
- Jenkins, E. S. (2014). *Special Affects: Cinema, Animation and the Translation of Consumer Culture*. (3. Baskı) UK: Edinburgh University Press.
- Jowett, G.S. & O'donnell, V. (2018). *Propaganda & persuasion*. (1. Baskı). UK: Sage publications.
- LiuJin, L. (2017). *Research on the cartoon culture and national image construction*. Atlantis Press, 119, 671-675.
- Micah, A. (2018). *Cultural Imperialism, TV and Children Spectatorship in Contemporary Ghana*. Yayımlanmamış Yüksek Lisan Tezi, Gana.
- Mora, N. (2010). *Medya Çalışmaları Medya Pedagojisi ve Küresel İletişim*. (1. Baskı). Ankara: Nobel Yayınları.
- Murray, J. P. (2008). *Media Violence The Effects Are Both Real and Strong*. American Behavioral, 51(8), 1212-1230.
- Oğuz, M. Ö. (2009). *Somut Olmayan Kültürel Miras Nedir?* Ankara: Geleneksel Yayıncılık.
- Öğüt, E. (2010). *Somut olmayan kültürel mirasın aktarımına bir bakış: Geleneksel çocuk oyunlarının yaşatılması için öneriler*. Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü. Yayımlanmamış Uzmanlık Tezi, Ankara.
- Özdemir, S. (1998). *Medya Emperyalizmi ve Küreselleşme*. (1. Baskı). İstanbul: Timaş Yayınları.
- Powers, S. & Postman, N. (1996). *Televizyon Haberlerini İzlemek*. (Tunç, A., Çev.). İstanbul: Kavram Yayınları.
- Schiller, H. (1976). *Communication and Cultural Domination*. New York: International Arts and Sciences Press
- Schiller, H. (1993). *Zihin Yönlendirenler*, (Cerit, C., Çev.), İstanbul: Pınar Yayınları.
- Scully, R. (2013). A comic empire: The global expansion of punch as a model publication, 1841-1936, *International Journal of Comic Art*. 15 (2), 6-35.
- Scully, R. (2014). Towards a global history of the political cartoon: Challenges and opportunities, *International Journal of Comic Art*, 16 (1), 29-47.
- Smith, B. L. (2016). *Propaganda*, britannica.com. Encyclopedia Britannica, Inc.
- Sparks, C. (2007). *Globalization, Development and the Mass Media*. London: Sage.
- Szanto, G.H. (1977). *Theater & propaganda*. (1. Baskı). USA: University of Texas Press.
- Tomlinson, J. (1999). *Kültürel Emperyalizm: Eleştirel Bir Giriş*. (Zeybekoğlu, E., Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Türkmen, N. (2012). Çizgi filmlerin kültür aktarımındaki rolü ve Pepee, *Cumhuriyet*

Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 36 (2). 139-158.

Türkoğlu, N. & Şimşek, M.C. (Ed.). (2010). *Medya Okuryazarlığı*. (1. Baskı). İstanbul: Kalemus Yayınevi.

Van Dijk, A. T. (1993) Principles of critical discourse analysis. *Discourse & Society*, Sage (London Newbury Park and New Delhi), 4(2), 249-283.

Yuehua L. & Jin, L. (2017). Research on the cartoon culture and national image construction. *Education and Humanities Research*, 119(1), 671-675.

Research Article

The Views of Turkish Immigrants on Multicultural Policies in Australia: The Impact of Migration Duration**

Ayşe Mahinur TEZCAN*

Abstract

There have been discussions on cultural diversity occurring through migrations and on interrelationships among different cultures. In this context, various multiculturalism policies aim to ensure intercultural harmony in different ways. The paper covers the multicultural policies in Australia, which is one of the countries where multicultural policies are implemented, and the perceptions of Turkish immigrants living in Australia on the policies. The study is supported by literature review as well as field research. In the literature review section Australia's multicultural policies are historically examined. In the field research section, the results of the survey conducted on 152 Turkish immigrants living in Sydney will be discussed.*** It is concluded that Turkish immigrants consider multicultural policies are implemented compulsorily, not willingly. Besides, the general view of our participants is that Australian people will never consider Turkish immigrants as real citizens. Turkish immigrants in Sydney think that they will always remain in the immigrant status.

*PhD.,
İstanbul University
Vocational School of Justice,
aysemahi@gmail.com,
ORCID: 0000-0002-9202-5648

Key Words: Multiculturalist Policies, Turkish Immigrants, Australia, Racism.

Received: 5.11.2021;
Accepted: 26.12.2021

Tezcan, M, A. (2021). The views of Turkish immigrants on multicultural policies in Australia: The impact of migration duration. *Medya ve Kültür*, 1(2),188-204

**This article was presented as an oral presentation at the 21st IFSSO Conference held in Istanbul on 9-10 April 2013 and has been revised.

***The data used here was collected in 2011 for an MA research and the same data is analyzed from a different perspective in this study.

Türk Göçmenlerin Avustralya'da Uygulanan Çokkültürcü Politikalara İlişkin Görüşleri**

Özet

Ayşe Mahinur TEZCAN*

Göçler yolu ile oluşan kültürel çeşitlilik ve farklı kültürler arasındaki ilişkiler üzerine tartışmalar yapılmaktadır. Bu bağlamda, çeşitli çok-kültürcülük politikaları kültürler arasında uyumu farklı biçimlerde sağlamayı amaçlamaktadır. Bu çalışmada, çok-kültürcülük politikalarının uygulandığı ülkelerden biri olan Avustralya'daki çok-kültürcülük politikaları ve Avustralya'da yaşayan Türk göçmenlerin bu politikalar üzerine görüşleri analiz edilecektir. Çalışmada saha araştırması ile birlikte literatür taraması verilecektir. Literatür taraması bölümünde, Avustralya'nın çok-kültürcülük politikaları tarihsel olarak incelenecektir. Saha araştırması bölümünde, Sydney'de 152 Türk göçmene uygulanan anket sonuçları değerlendirildi.*** Çalışmanın sonunda, Türk göçmenlerinin çok-kültürcülük politikalarının uygulanmış biçimine yönelik düşüncelerinin, bu politikaların gönüllü olarak uygulanmasından ziyade zorunluluktan kaynaklanan uygulamalar olduğuna dair olduğu ortaya çıkmaktadır. Bunun yanında katılımcıların genel görüşünün Avustralyalıların Türk göçmenleri vatandaş olarak görmeyeceklerine ve daimî olarak göçmen statüsünde değerlendirileceklerine inandıklarına yönelik olduğu ortaya çıkmaktadır.

*Dr.,
İstanbul Üniversitesi
Adalet MYO,
aysemahi@gmail.com,
ORCID: 0000-0002-9202-5648

Anahtar Kelimeler: Çok-Kültürcülük Politikaları, Türk Göçmenler, Avustralya, Irkçılık.

Geliş Tarihi: 5.11.2021;
Kabul Tarihi: 26.12.2021

**Bu makale 9-10 Nisan 2013 tarihinde İstanbul'da düzenlenen 21. IFSSO Konferansı'nda sözlü bildiri olarak sunulmuş ve revize edilmiştir.

***Bu çalışmada kullanılan veriler 2011 yılında yüksek lisans araştırması için toplanmış, çalışmada aynı veriler farklı bir bakış açısıyla analiz edilmiştir.

The Views of Turkish Immigrants on Multicultural Policies in Australia:

1. Introduction

The migration phenomenon can be seen as the main reason for multiculturalism. The concept of migration is important to us as Australia is an immigrant society (Jupp, 2002, p. 5) and employs multiculturalist policies to overcome challenges of cultural variety.

Multicultural countries have implemented multicultural policies for harmony among immigrants from different countries and residents. Harmony and integration are the main goals of the multicultural policies and both concepts are interrelated. Racist behavior is displayed because cultural diversity has created conflicts and disagreements among these people despite multicultural policies. This seems to be the paradox of multiculturalism.

There are some studies that show us the dimensions of racism in Australia. Markus (2014) has a study evaluating the results of various surveys conducted in Australia in the period 1999-2010. According to the results of the surveys, 52% of participants are pro-immigration and 43% anti-immigration. Another study reveals that the immigrants think Australians are racists (Ozdowski, 2016). Shekhar (2009) mentions that Australian multiculturalism is in crisis in the 21st century, in which there has been an increase in immigrations and racist behaviors. He also states that Asians, who constitute the largest part of Australian immigrant community, are the worst victims of racist attacks. Another community exposed to racist attacks in Australia is the Muslim community. Especially after September 11, which is the turning point of discrimination, Australian Muslims of various nationalities are exposed to racist behavior (HREOC, 2004, p. 43; Collins, 2007, p. 19; Australian Human Rights Commission, 2021, p. 25). Consistent with results from earlier studies, the racist behaviors that Turks as a Muslim community are exposed to stem from their religion. Turkish immigrants in Sydney who we interviewed state that they have encountered more racist behaviors since September 11.

This study aims to understand and analyze the views of Turkish immigrants on the multicultural policies implemented in Australia. To understand this phenomenon, we tried to grasp the integration level of Turkish immigrants and the behaviors of Australians towards them in a multicultural country- Australia. The data was obtained from Turkish people over 17 years of age who have been living in Sydney at least 2 years. The snowball technique was employed in the survey conducted on 152 immigrants. The obtained data were analyzed with descriptive statistical method using SPSS 16.0 package program.

In this study, first of all, the concept of multiculturalism and the historical process of multicultural policies in Australia are briefly mentioned. The following section concisely tells the story of Turkish immigration in Australia. In the field research section, the opinions of Turkish people on multicultural policies are analyzed. The perspectives of Turks on multiculturalism policies were tried to be understood through the variables of sense of belonging, perception of equality, perception of racism, recognition or non-recognition, perception of multicultural policies applied in Australia and desire to or not to live in a multicultural country. The independent variable "settlement duration"

has been used to analyze these problems. Settlement duration indicates how long they have lived in Australia. Salami (2019) shows that belonging to a community is related with their English language skills. The longer the settlement duration, the higher the language learning level and the higher the community belonging. The results of the study indicate that the effect of settlement duration on the sense of belonging in the host country is not at the expected level. The 25-year settlement seems to be a turning point for immigrants, affecting their sense of belonging to the host country. Our main hypothesis is that if the integration level of immigrants increases, the level of approval of policies will be higher. In this respect, the recognition of immigrants in the host society is very important. Immigrants' perception of identity is related to how the host society sees immigrants. The results highlight Turkish immigrants' belief that Australians see immigrants as "wogs" and not as part of the Australian society. This result shows that the duration of settlement has little effect on perception of recognition. Also, the duration of settlement has little effect on the approval of policies.

In summary, Australia, one of the most multicultural societies, still has some practical problems despite its multicultural policy. Immigrants face various problems such as racism and recognition. The biggest problem among the Turkish immigrants can be regarded as the perception of recognition. The problem of recognition is also related with the other section of the community. Turkish immigrants do not believe that Australians recognize them as true Australian citizens. While Turkish immigrants may be politically fascinated with Australia's policies, in reality they believe that multicultural policies are enforced, not voluntarily, but compulsorily. They think that if there was not such a culturally diverse society, multiculturalism policies would not be implemented. It stems from a necessity rather than the importance attached to the concepts of tolerance and equality. This study is in line with Markus' study (2011), which concluded that Australian participants disagree with the contribution of the government to sustain the traditions and values of all ethnic groups. In other words, since external perceptions affect the level of integration, it is seen that multicultural policies have not been fully successful at the societal level.

2.Multiculturalism and Australia's history of transfer to multicultural policies

Recently, the phenomenon of multiculturalism has become a highly controversial topic not only in the academic field but also in the political agenda. The term "multicultural" has been broadly discussed. Theoreticians have not agreed on the term. The complexity of the term "culture" and the ambiguity in its meaning affect the term multicultural. Multicultural is generally used for diversities based on different backgrounds within a society (Kymlicka, 1998, p. 38; Parekh, 2002, p. 7; Kymlicka, 2012). Moreover, it is used for disadvantaged groups in a society –women, homosexuals, disabled people, etc- (Howard-Hassmann, 2000, p. 497; Anastasiou, Kauffman & Michail, 2016; Banks, 2011, p. 77). Furthermore, multicultural policies are discussed both theoretically and governmentally. Governments have taken several precautions and actions to overcome challenges of cultural diversities.

Cultural diversities within a society are not always regarded as a positive phenomenon especially in nation-state understandings. According to Eagleton (2000, p. 62), culture, the basis of the nation-state threatens to demolish it. After the collapse of nation-

The Views of Turkish Immigrants on Multicultural Policies in Australia:

state ideas all over the world, cultural diversities have become much more apparent. Throughout the world's history, almost all countries have been multicultural societies. Moreover, Australia and Canada are known as the most multicultural countries in the world having multicultural policies besides being multicultural states.

Australia is known as one of the most multicultural states (Jupp, 1988, p. 293). The major significance of Australia's multiculturalism consists in its formation. Australia had cultural diversity before being a European settlement, too. The Aborigines, the first inhabitants of Australia, have a rich cultural diversity. Following the settlements of Europeans in the country, Australia's cultural diversity gradually increased. In the resources of the Australian government it is written about the settlement of Europeans in Australia that:

“The first European settlement of Australia was in January 1788, when the First Fleet sailed into Botany Bay under the command of Captain Arthur Phillip. Originally established as a penal colony, by the 1830s the number of free settlers was increasing. The transportation of convicts to the eastern colonies was abolished in 1852 and to the western colonies in 1868” (Australia Government a., 2021).

Australia has started to implement multiculturalist policies after certain stages. Australia, as a penal colony of Britain, had been a country allowing immigrants from England only with the creation of a federal Australian government in 1901. However, it had to allow for immigrants from other Anglo-Saxon European countries due to the decrease in English migration rate. Australia had aimed to construct a national identity. To do this “the most important standard in the early 20th century was whiteness, meaning fair-skinned people of northern European descent” (West & Murphy, 2010, p. 95). The White Australia Policy (WAP) started with Immigration Restriction Act in 1901, which prevailed until the 1970s. As European-based migrations had been insufficient to meet Australia's needs towards constructing a people, Australia opened its doors to immigrants from Asia. After that, WAP proved to be impossible to prevail. Australia, as a multicultural country, has given importance to sustaining harmony in the multicultural society through arrangements in law, regulations and institutions. Australia's main aim is to form a nation. Therefore, it has opened the doors to immigrants. As a result, it is a multicultural society whose formation is based on immigrant societies.

3. Turkish immigration to Australia

The number of ancestries included in ancestry classification in census report of Australian Bureau of Statistics (ABS) shows what a multicultural society Australia is. According to the report of ABS, more than 270 ancestries were distinctly identified (Pink, 2008, p. 460) and there are over 200 languages being spoken (Pink, 2008, p. 455) in Australia. Within these diversities, we focus on the Turkish population, which constitutes a big part in the society. Turkish immigration is different from earlier European migrations in terms of formations. While European migrations were demanded to complete WAP, Turkish migrations were demanded for workforce and the completion of the community building. Turkish immigrants differ from earlier Asian immigrants whose homeland is closer than Turks'. Like other European immigrants,

Turkish immigrants come from far but their culture -language, religion- is completely different from that of other European immigrants.

After the Bilateral Migration Agreement was signed between Australia and Turkey on October 5 1967, intense Turkish migration to Australia started (YTB, 2018, p.8). According to the 2016 census report, 72968 Turkish people lived in Australia, but unofficial records show that this number is around 150,000. The qualifications and structure of Turkish immigrants have changed. At the beginning of the intense migration, Turkish people migrated as unqualified workforce. Lately, Australia has a pressing demand for qualified labor instead of unqualified labor; for this reason, the type of immigrants has generally changed. As a result, the features of Turkish immigrants have also changed. In recent times, Turkish people have already migrated to Australia for different reasons such as education, family union and qualified jobs compared to the previous migration contexts (İçduygu, 1988, p .275; Inan, 2012, p. 112; Australian Government, 2016).

4.Field research: Perceptions of Turkish immigrants regarding multicultural policies

In this study, we examine the opinions of Turkish people living in Australia on multiculturalist policies and the effects of settlement duration in Australia on their opinions. We will analyze the results of the survey conducted on 152 Turkish immigrants living in Sydney. This study is a descriptive research adopting the snowball survey technique. Our independent variable is settlement duration. We will analyze the impact of settlement duration on several dependent variables such as; sense of belonging, perception of equality, desire or not living in Australia, perception of racism and recognition or nonrecognition to identify immigrants' perceptions of multicultural policies applied in Australia.

4.1.Sense of belonging to Australia

Australia, as an immigrant country, expects that the citizens from different backgrounds adapt to Australia as their home. The expectation is that the settlement duration in the host country will increase the sense of belonging to the country. The study shows that very high percentages of subjects whose settlement duration in Australia is about 2-5 years (nearly 70 percent) feel a belonging to Turkey, while the 9 percent have a sense of belonging to Australia. The other 9 percent have a sense of belonging to both Australia and Turkey. Before 20 years of settlement there are slight changes in the sense of belonging. However, when the settlement duration is up to 20-25 years, nearly half of the subjects (45 percent) have a sense of belonging to Turkey and half of the subjects (50 percent) feel a belonging to both of Australia and Turkey. At the same settlement years, the tendency of feeling belonging to Australia is very low (5 percent). It has been unpredictably observed that the effect of settlement duration in a host country is not at the expected level. However, after a 25-year settlement in Australia, there are significant changes to the feelings of belonging. As seen in Table 1., the sense of belonging to Australia has increased after a 25-year settlement. Nearly 26 percent feel a belonging to Turkey, while 20 percent feel a belonging to Australia and nearly 44 percent to both Australia and Turkey. It can be thought that a 25-year

The Views of Turkish Immigrants on Multicultural Policies in Australia:

settlement is a turning point that affects the sense of belonging in a host country for immigrants.

Mastering the language of the host country is related with the length of the immigrant's settlement. It is suggested that the sense of belonging depends on the immigrant's English language skills. If there is a lack of language skills, this reduces belonging to the community (Salami et al., 2019, p. 31). The longer the settlement duration, the higher the language learning level and the higher the community belonging.

Table 1. Where do you feel you are from?

	Year	Turkey	Australia	Both Turkey and Australia	World Citizen	Nowhere	Other	
How long you live in Australia?	2-5	69,6%	8,7%	8,7%	13,0%			100,0%
	6-9	41,7%		33,3%	16,7%	8,3%		100,0%
	10-15	52,4%		42,9%	4,8%			100,0%
	16-19	26,7%	6,7%	53,3%	6,7%		6,7%	100,0%
	20-25	45,0%	5,0%	50,0%				100,0%
	25+	26,2%	19,7%	44,3%	9,8%			100,0%
	Total	40,1%	10,5%	39,5%	8,6%	0,7%	0,7%	100,0%

4.2. Perceptions of multicultural policies

Multicultural policies in Australia, like in the rest of the world, have started to be implemented as a result of the failure of several integration policies. In a sense, the country has had to implement these policies. Although these policies are implemented compulsorily, their implementation is shown as if they were benefits of its cultural richness. Compulsion leads to some problems and difficulties in it. This situation reveals the reason for the difference between the implementations and the perceptions. To understand the thoughts of the subjects about multiculturalist policies, it was asked: "how do you evaluate Australia's multicultural policies?". The responses to this question are: "a Conclusive Policy", "a Mediatc Policy", "Compulsory Policy", "Idealistic Policy", "Unworkable Policy", "Weak Policy", "Nonconclusive Policy". We hypothesized that the settlement duration has an effect on the perception of multicultural policies.

Table 2. How do you evaluate Australia's multicultural policies?

	Conclusive Policy	Mediatc Policy	Compulsory Policy	Idealistic Policy	Unworkable Policy	Weak Policy	Nonconclusive Policy	Total	
How long you live in Australia?	2-5	8,7%	4,3%	26,1%	17,4%	13,0%	30,4%	100,0%	
	6-9	16,7%	8,3%	58,3%		8,3%	8,3%	100,0%	
	10-15	9,5%		57,1%	9,5%	9,5%	9,5%	100,0%	
	16-19	20,0%	6,7%	20,0%	6,7%	13,3%	26,7%	6,7%	100,0%
	20-25	15,8%		31,6%		5,3%	26,3%	21,1%	100,0%
	25+	41,0%	11,5%	9,8%	6,6%	1,6%	16,4%	13,1%	100,0%
	Total	24,5%	6,6%	26,5%	7,3%	6,6%	19,2%	9,3%	100,0%

When we look at the crosstab of two variables (see Table 2.) it could be seen that most of the subjects whose settlement duration is 2-5 years think Australia's policy to be Weak Policy and Compulsory Policy, at nearly 30 and 26 percent, respectively. The subjects viewing it as a Conclusive Policy in their responses constitute a very low rate with nearly 9 percent. The effects of differences in the settlement duration are obvious. With an over 25-year settlement duration, the subjects consider the current policy

as mostly a Conclusive Policy and Weak Policy, at 41, and 16 percent, respectively. The overall picture shows that most of the subjects regard multicultural policies as Conclusive, Compulsory and Weak, at nearly 25 percent, 27 percent and 19 percent, respectively. The results of our study indicate that the longer the settlement duration is, the more they affirm multicultural policies.

4.3.Perception of equality

Another question that measures the perception of multiculturalist policies is: “Do you think all cultures in Australia are treated or valued equally?” The importance of this question is related with the fact that the key feature of multiculturalism policy is built on cultural equalities. The greatest philosophical basis of multiculturalism is to accept the value of each society as a value, without comparing it to another (Bağlı & Özensel, 2005, p. 40). It also concerns racist behaviors. If the equality of all cultures’ values is accepted internally, racist behaviors will decrease. In Australia racism has been strictly banned and is regarded as a crime, which requires serious sanctions. Our hypothesis is that the settlement duration affects the perception of equality on having cultural value and treatment. Regarding this question, while nearly 43 percent of the subjects settled in Australia for 2-5 years responded “no” and “absolutely no”, nearly 39 percent responded “yes” and “absolutely yes”. Yes and no responses of the subjects having 20-25 years of settlement duration are equal. Moreover, with an over 25-year settlement, yes and no answers have slight changes, at 56 percent and 31 percent, respectively (see Table 3.). According to these results there is a slight but not such a distinct increase in the perception of equality of all cultures’ value and treatments that can be associated with an increase in the settlement duration.

Table 3. Do you think all cultures in Australia are treated or valued equally?

	Absolutely Yes	Yes	Some	No	AbsNo	Total	
<i>How long you live in Australia?</i>	2-5	17,4%	21,7%	17,4%	30,4%	13,0%	100,0%
	6-9		33,3%	25,0%		41,7%	100,0%
	10-15	4,8%	28,6%	42,9%	19,0%	4,8%	100,0%
	16-19	6,7%	20,0%	40,0%	26,7%	6,7%	100,0%
	20-25	10,0%	20,0%	40,0%	10,0%	20,0%	100,0%
	25 +	26,2%	29,5%	13,1%	16,4%	14,8%	100,0%
	Total	15,8%	26,3%	25,0%	17,8%	15,1%	100,0%

The other statement, which is constructed as “fundamental rights and liberties are provided for anyone in Australia” will explore thoughts of the subjects about the concept of equality. It is constructed to grasp the thoughts of the subjects related to the concept of equality. Unexpectedly, there is not really a significant effect of the settlement duration of subjects on their thoughts about the concept of equality in Australia. The study shows that a very high percentage of the subjects (78 percent) state that fundamental rights and liberties are provided for anyone in Australia by saying agree and strongly agree while 14 percent disagree and strongly disagree (Table 4.).

The Views of Turkish Immigrants on Multicultural Policies in Australia:

Table 4. Fundamental rights and liberties are provided for anyone in Australia

		Absolutely Yes	Agree	No Idea	Disagree	Absolutely Disagree	Total
<i>How long you live in Australia?</i>	2-5	52,2%	34,8%	4,3%	8,7%		100,0%
	6-9	33,3%	58,3%		8,3%		100,0%
	10-15	33,3%	38,1%	9,5%	19,0%		100,0%
	16-19	26,7%	46,7%	13,3%	6,7%	6,7%	100,0%
	20-25	30,0%	35,0%	15,0%	10,0%	10,0%	100,0%
	25 +	39,3%	39,3%	8,2%	8,2%	4,9%	100,0%
Total		37,5%	40,1%	8,6%	9,9%	3,9%	100,0%

The reality, which is interesting and questionable, shows the difference between the results of this hypothesis and the previous one. Although both hypotheses are meant to identify the perceptions about whether Australians equally all cultures from different backgrounds or not, we think that alterations of perceptions within two hypotheses related to equality are caused by the differentiation of concept selection in which the first hypothesis includes treatment and values. Besides, the fact that the second hypothesis covers a more general statement has an effect on the differentiation of the results. While constructing the second hypothesis we thought that the concept of “for anyone” would give an equality meaning but it could be seen that for subjects “fundamental rights and liberties” had a preliminary understanding. Australia is identified as a very libertarian country and they even consider these liberties as too much (Inan, 2012, p. 177).

4.4.Desire of living or not living in a multicultural country

Perceptions of multicultural policies are measured through the desire of living in a multicultural country. People may live in a multicultural country not only for their desire but also due to their needs. We think that if they live in a multicultural country for the reason that they are obliged to, they will not want to live there. Another variable affecting the level of desire to live in Australia is settlement duration. Our hypothesis is that the longer the settlement duration is, the higher the level of desire is. However, the results of our study indicate a reverse situation. Nearly 17 percent of the respondents with 2-5 years of settlement in Australia absolutely agree and agree with the statement that “If I have an option or possibility, I do not want to live in a multicultural society” while nearly 36 percent of subjects with an over 25-year settlement and nearly 33 percent of all subjects disagree with the statement (Table 5.). That various necessities are more obvious with the increase of the settlement duration and that changes are enjoyed at the first years of migration can be seen as the reason for this result. Even if there is a decrease in the rates of desire to live in a multicultural society related with the settlement duration, the general tendency is to live with this society.

Table 5. If I have an option or possibility, I do not want to live in a multicultural society.

	Year	Absolutely Agree	Agree	No Idea	Disagree	Absolutely Disagree	Total
	2-5	8,7%	8,7%	4,3%	34,8%	43,5%	100,0%
	6-9		16,7%	16,7%	33,3%	33,3%	100,0%
	10-15	23,8%	14,3%	9,5%	42,9%	9,5%	100,0%
	16-19	20,0%	6,7%	20,0%	33,3%	20,0%	100,0%
	20-25	10,0%	40,0%	10,0%	30,0%	10,0%	100,0%
	25 +	16,4%	19,7%	9,8%	31,1%	23,0%	100,0%
Total		14,5%	18,4%	10,5%	33,6%	23,0%	100,0%

Living in a multicultural society brings together communication with different cultures and acculturation. The manners of the participants, such as the desire to live in a multicultural country, suggest that they benefit from the richness of cultural diversity and that they have close relationships. Moreover, another hypothesis which is “Turkish people living in Australia generally live in a closed society,” indicates a very different situation. A very high percent of the subjects think that Turkish people live in a very closed society (77 percent) regardless of settlement duration (Table 6.). This rate is higher in comparison saying that they want to live in a multicultural society. It is seen that both the people who want to live in a multicultural society and the ones who do not have such a desire think that Turks live in a closed society.

Table 6. Turkish people living in Australia generally live in a closed society

	Year	Absolutely Agree	Agree	No Idea	Disagree	Absolutely Disagree	Total
<i>How long you live in Australia?</i>	2-5	47,8%	34,8%	13,0%	4,3%		100,0%
	6-9	33,3%	58,3%		8,3%		100,0%
	10-15	19,0%	47,6%	9,5%	23,8%		100,0%
	16-19	40,0%	33,3%	6,7%	20,0%		100,0%
	20-25	25,0%	40,0%	20,0%	15,0%		100,0%
	25 +	39,3%	41,0%	9,8%	9,8%		100,0%
	Total		35,5%	41,4%	10,5%	12,5%	

4.5. Perception of racism

As we mentioned before, subjects think that Australia is a land of freedoms. However, there is a tendency that there has been an increase in racist movements and policies in recent years.

Table 7. Recently there has been an increase in racist policies

	Year	Absolutely Agree	Agree	No Idea	Disagree	Absolutely Disagree	Total
<i>How long you live in Australia?</i>	2-5	21,7%	39,1%	21,7%	8,7%	8,7%	100,0%
	6-9	16,7%	33,3%	25,0%	8,3%	16,7%	100,0%
	10-15	28,6%	28,6%	33,3%	9,5%		100,0%
	16-19	26,7%	13,3%	40,0%	13,3%	6,7%	100,0%
	20-25	10,0%	40,0%	45,0%	5,0%		100,0%
	25 +	21,3%	37,7%	18,0%	14,8%	8,2%	100,0%
	Total			34,2%	27,0%	11,2%	6,6%

The Views of Turkish Immigrants on Multicultural Policies in Australia:

We have a statement formulated as “recently there has been an increase in racist policies”. We constructed this statement during our field research. There were so many comments on this issue and we want to test this statement. The responses to this statement do not change in accordance with settlement duration. More than half of the subjects think that there is an increase in racist policies (see Table 7.). They think that discriminations rose because of their religion-Islam after September 11. They state that they are discriminated unofficially even if not officially. Even if they are exposed to discriminations in government agencies this is to be associated with individual acts. The result of our study is corroborated by previous studies. According to various studies (HREOC, 2004, p. 43; Collins, 2007, p.19; Australian Human Rights Commission, 2021, p. 25) September 11 is the turning point in terms of discriminations against Australian Muslims. The racist behaviors that Turks are exposed to stem from their religion.

We understand that when people are subjected to racist movements in a government agency, they consider these as racist policies. Actually, Australia has strictly prohibited racist movements to maintain harmony in the society. In the booklet, *The People of Australia-Australia’s Multicultural Policy*, which “was launched on 16 February 2011 by the Minister for Immigration and Citizenship, the Hon Chris Bowen MP, and reaffirms the importance of a culturally diverse and socially cohesive nation” (APO, 2021) four principles of Australia’s Multicultural Policy are mentioned. The fourth principle is that “[t]he Australian Government will act to promote understanding and acceptance while responding to expressions of intolerance and discrimination with strength, and where necessary, with the force of the law.” (Australian Multicultural Advisory Council, 2010, p. 15). It is clear that the Australian Government gives a great importance to fighting against racism. There are individuals who work in governmental agencies who want WAP to be in effect and when they do some racist acts, the immigrants evaluate there is an increase in racist policies in Australia.

According to Ozdowski (2016, p. 229) some studies show that approximately 20% respondents think that Australians are “a lot” racist, approximately 67 % are “a little” racist. Moreover, just 12% of respondents believe that Australians are not racist.

4.6. Recognition or nonrecognition

Australia attaches a particular importance to multiculturalism in a way that distinguishes it from other countries that allow migrations. We have already mentioned that Australia is one of the two countries implementing multiculturalist policies. Both of these countries are known as immigrant and multicultural countries. We focus on how multicultural policies are perceived by immigrants rather than the way they are made or implemented. The more the people are integrated, the more they affirm these policies. We have a hypothesis that the view of immigrants for multiculturalist policies is in parallel with their integration level.

If it is thought that multicultural policies focus on harmony among cultures from different backgrounds and that immigrants are capable of maintaining their own culture freely, the sense of belonging is concerned with either recognition or nonrecognition of them among the members of the host society. In this context,

both the degree of their perception of how Australians consider immigrants' feeling that they belong to Australia and their perception of Australians' consideration are remarkable. Australia's multicultural policies claim that all citizens from different backgrounds have equal rights and all of them are Australian. However, we think that the ruins of WAP still shape immigrants' minds. Immigrants think that the real Australians are of English origin and Australians do not exactly recognize immigrants. For a country, which aims to internalize multicultural policies and implement them, it is important that all citizens perceive themselves as a part of this country. In Australia Values Statement the Ministry of Migration declares, "Australian citizenship is a shared identity, a common bond which unites all Australians while respecting our diversity" (Australian Government b.). This statement shows that being a part of the country is not related to ethnical backgrounds but is related with obeying Australian laws and pledging their loyalties to Australia and its people.

We previously mentioned that our focus is not on laws or policies, but rather we are concerned with the perception of these policies among Turkish immigrants. To understand perceptions of Turkish immigrants of multicultural policies, we asked several questions and put forward some hypotheses one of which is "How do Australians consider you?" They responded as Aussie, Wog, Citizen, Immigrant and Other. Our hypothesis is that duration of settlement has a significant impact on immigrants' perceptions of others' consideration. We can say that what immigrants think Australians consider them to be reflects their own opinions.

When we look at the crosstab of the variables which are "How do Australians consider you?" and "How long have you lived in Australia?", we observe that the subjects generally think Australians consider Turkish people as "wog", which means "foreigner or immigrant" in Oxford Dictionary, irrespective of the subjects' settlement duration in Australia (see Table 8.). There is a slight difference between an over twenty year-settlement and a longer one or any other settlement duration at a different length. For instance, there is no subject who feels Australian and considers him/herself as Aussie before a twenty-year settlement in Australia.

Table 8. How do Australians consider you?

	Year	Aussie	Wog	Citizen	Immigrant	Other	Total
How long you live in Australia?	2-5		39,1%	4,3%	34,8%	21,7%	100,0%
	6-9		25,0%	16,7%	58,3%		100,0%
	10-15		42,9%	14,3%	42,9%		100,0%
	16-19		40,0%	26,7%	20,0%	13,3%	100,0%
	20-25	10,0%	55,0%	20,0%	15,0%		100,0%
	25 +	4,9%	37,7%	24,6%	29,5%	3,3%	100,0%
	Total		3,3%	40,1%	19,1%	31,6%	5,9%

However, 10 percent of the subjects living in Australia between 20 and 25 years and nearly 5% of the subjects living in Australia for 25 years and more think that Australians consider them as Aussie. Moreover, only 3,3% of all the subjects think they are considered as Aussie. The overall picture indicates that the general tendency is that Turkish immigrants believe they are considered as wog or immigrants by Australians, not Aussie or citizens.

The Views of Turkish Immigrants on Multicultural Policies in Australia:

Another crucial point is about the term “wog”, despite being commonly used, has an offensive meaning (Oxford Dictionary). If someone who has the citizenship of the host country identifies him/herself as wog or believe s/he is considered as wog by the host society, it can be concluded that s/he does not completely feel a belonging to the country since it has a meaning of immigrant, foreigner. If someone considers you as a stranger, you cannot feel as a part of the country even if you have official citizenship. As we have seen, there are discrepancies between official statements/implementations and practices. Whereas Australia states officially that all cultures from different backgrounds are part of Australia , and emphasizes the importance of the equality of all cultures as a part of multicultural policies, the experiences and perceptions of immigrants are different.

Although there are evidences in the literature that there is harmony among different cultures in the countries where multicultural policies are applied, there are other studies that mention the occurrence of some racist behaviors. Multicultural policies urge and prioritize the free application of each culture’s own values. Although the main aim is to ensure the harmony among various cultures and respect for other cultures, according to the analysis of the Community Indicators Victoria more than half of English-speaking Australian participants (68%) disagree with the contribution of government to sustain the traditions and values of all ethnic groups (Markus, 2011, p. 98).

One of the most important conditions for adapting to a new country is that both the host country and its citizens consider immigrants as citizens of that country. It is known that countries whose basic element is having a nation-state idea hardly recognize immigrants or don’t recognize them at all. Moreover, it is expected that Australia, which is an immigrant country and has a people formed by migrations, should display a different viewpoint. Australia declares and is honored that it is the different identities and cultures that constitute Australia. It is important for us to grasp the recognition of the perceptions of Turkish people living in Australia. It will help us to measure the functionality level of multicultural policies. In this context, we constructed a statement which is “The Australian will never recognize immigrants as Australian citizens”. For this statement of ours, a very high percentage of the subjects from each settlement category (nearly 70 percent) say, “Strongly agree” and “agree” (see Table 9.). Even if they are Australian citizens (dual citizenship or only Australian citizenship), they believe that they are not recognized as real citizens by Australian people (see Table 10.).

Table 9. The Australian will never recognize immigrants as Australian citizens

	Year	Absolutely Agree	Agree	No Idea	Disagree	Absolutely Disagree	Total
How long you live in Australia?	2-5	39,1%	21,7%	8,7%	17,4%	13,0%	100,0%
	6-9	8,3%	50,0%	8,3%	25,0%	8,3%	100,0%
	10-15	25,0%	35,0%	25,0%	15,0%		100,0%
	16-19	26,7%	40,0%	13,3%	6,7%	13,3%	100,0%
	20-25	35,0%	30,0%	15,0%	20,0%		100,0%
	25 +	31,1%	16,4%	13,1%	27,9%	11,5%	100,0%
	Total	29,8%	26,5%	13,9%	21,2%	8,6%	100,0%

Table 10. The Australian will never recognize immigrants as Australian citizens

Citizenship	Absolutely Agree	Agree	No Idea	Disagree	Absolutely Disagree	Total
Turkey	36,7%	26,7%	16,7%	13,3%	6,7%	100,0%
Australia	33,3%	0,0%	16,7%	50,0%	0,0%	100,0%
Dual Citizen	27,8%	27,8%	13,0%	21,7%	9,6%	100,0%
Total	29,8%	26,5%	13,9%	21,2%	8,6%	100,0%

This exemplifies that Australian government's ideal of forming a multicultural society, which it tried to realize politically, socially and culturally after 1970s seems not to have been realized exactly. There is an ideal in which Australian citizenship has a bonding feature uniting all people from different backgrounds in multicultural Australia. It is reflected in an explanation in an Internet site of the government with the title Why should I become a citizen? In that explanation, it is accepted that the country has been built on the joint contributions of Aborigines and those who came later from all over the world. It also mentions the celebration of the diversity and striving for a unified and harmonious nation (Australian Government c., 2021). At the end of our study, it is thought that this ideal is not fully achieved in every level.

5.Conclusion

This article provides an analysis of the impact of settlement duration on the immigrants' perception of multicultural policies. Several variables have been analyzed to grasp the perception. It has been unpredictably observed that the effect of settlement duration on the sense of belonging in a host country is not at the expected level. It is observed that the 25-year settlement is a turning point that affects the sense of belonging in a host country for immigrants.

Our basic hypothesis is that if the integration level of immigrants increases then the level of their affirmation of the policies will be higher. In this respect, the recognition of immigrants in the host society is very important. The identity perception of immigrants is related to how the host society considers the immigrants. The results highlight that Turkish immigrants believe that Australians consider the immigrants as "wog", not as a part of Australian society. This result indicates that there is a slight effect of the settlement duration on the perception of recognition. Moreover, settlement duration also has a slight effect on the affirmation of the policies.

In brief, Australia, as one of the most multicultural societies, still has some problems in practice. Although intercultural harmony is the ultimate goal of multicultural policies in Australia, it is seen that this harmony has not been fully achieved. The biggest problem among Turkish immigrants can be seen as the perception of recognition. They do not believe that Australians recognize them as real Australian citizens. Even if Turkish immigrants admire Australia's policies, they consider multicultural policies are implemented compulsorily, not willingly. As external perceptions affect the integration level, it is observed that multicultural policies have not fully succeeded in the societal level.

Experiencing racism affects immigrants' adaptation to the host country. In this study, in the case of Sydney, Turks associated the racist behaviors they experienced with

The Views of Turkish Immigrants on Multicultural Policies in Australia:

the September 11. It can be suggested that in order to ensure the full integration of Turkish immigrants into Australia, it is necessary to tackle Islamophobia that started after September 11.

REFERENCES

- Anastasiou, D., Kauffman, J. & Michail, D. (2016). Disability in multicultural theory: Conceptual and social justice issues. *Journal of Disability Policy Studies*, (27),3-12. doi:10.1177/1044207314558595.
- APO. (2021, 6 November). Retrieved from <https://apo.org.au/node/27232>
- Australian Government a. (2021, 6 November). Retrieved from <https://info.australia.gov.au/about-australia/our-country>
- Australian Governmen b. (2021, 6 November). <https://immi.homeaffairs.gov.au/citizenship/celebrating-citizenship>
- Australian Government c. (2021, 20 November). <https://www.kingston.vic.gov.au/Places-and-Events/Council-Festivals-and-Events/Citizenship>
- Australian Human Rights Commission. (2021). *Sharing the stories of Australian Muslims*. Sydney.
- Australian Multicultural Advisory Council. (2010). *The people of Australia: The Australian multicultural advisory council's statement on cultural diversity and recommendations to government*.
- Bağlı, M. & Ozensel, E. (2005). *Çokkültürlü Vatandaşlık: Kanadalı Türklerin Aidiyet Çabaları ve Değer Yapıları*. Konya: Cizgi.
- Banks, J. A. (2011). Multicultural education: For freedom's sake. Hollins, E. R. (Ed.). *Transforming Curriculum for a Culturally Diverse Society*. (pp.75-82). New York, London: Routledge.
- Collins, J. (2007). Immigrants as victims of crime and criminal justice discourse in Australia. *International Review of Victimology*, 14(1), 57-79. <https://doi.org/10.1177/026975800701400104>
- Eagleton, T. (2000). *The Idea of Culture*. Malden, Oxford, Carlton: Blackwell Publishing.
- Howard-Hassman, R. E. (2000). Multiculturalism, human rights, and cultural relativism: Canadian civic leaders discuss women's rights and gay and lesbian rights. *Netherlands Quarterly of Human Rights*, 18(4), 493–514.
- Human Rights and Equal Opportunity Commission (HREOC). (2004). *Isma-listen: National consultations on eliminating prejudice against Arab and Muslim Australians*.
- Inan, A. M. (2012). *The Identity Perception of Turkish Migrants Living in Australia in the Context of Multiculturalism Discussions*. (Unpublished MA Thesis). Istanbul University. Istanbul, Turkey.
- Jupp, J. (1998). Multicultural Australia-myths, realities and arguments. *Migracijske teme*, 4(3), 293-301.
- Jupp, J. (2002). *From White Australia to Woomera the Story of Australian Immigration*. New York: Cambridge University Press.

- Kymlicka, W. (1998). *Çokkültürlü Yurttaşlık: Azınlık Haklarının Liberal Teorisi*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Kymlicka, W. (2012). *Multiculturalism: Success, Failure and the Future*. Washington, DC: Migration Policy Institute.
- Markus, A. (2011). Attitudes to multiculturalism and cultural diversity. Clyne M. & J. Jupp (Eds.). *Multiculturalism and Integration: A Harmonious Relationship* (pp. 89–100). ANU Press.
- Markus, A. (2014). Attitudes to immigration and cultural diversity in Australia. *Journal of Sociology*, 50(1), 10-22.
- Ozdowski, S. (2016). Australia: Immigration and multiculturalism. *Krakowskie Studia Miğdzynarodowe*, 4,175-248.
- Oxford Dictionary. (2021. 6 November). Retrieved from <https://www.oxfordlearners-dictionaries.com/definition/english/wog?q=wog>
- Parekh, B. (2002). *Çokkültürlülüğü Yeniden Düşünmek*. (Tanrıseven., B. Çev.). Ankara: Phoenix Yayınları.
- Pink, B. (2008). Culture and Recreation. *2008 Year Book Australia*. Canberra: ABS Cat.
- Salami, B., Salma, J., Hegadoren, K. & Meherali, S. (2019). Sense of community belonging among immigrants: Perspective of immigrant service providers. *Public Health*, 167, 28-33.
- Shekhar, V. (2009). Crisis of Australian multiculturalism. *Economic and Political Weekly*, 44(52), 19-21.
- Turkey-born Community Information Summary. (2021, 3 November). Retrieved from <https://www.homeaffairs.gov.au/mca/files/2016-cis-turkey.PDF>
- Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB). (2018). *Avustralya'ya Göçün 50. Yılı*. Ankara: YTB.
- West, B. A. & Murphy, F. T. (2010). *A Brief History of Australia*. New York: Facts on File Inc.

MEDYA ve KÜLTÜR

Kültürel Çalışmalar ve Medya Dergisi

Sayı/Issue:1 Cilt/ Volume:2 Yıl/Year: 2021

medya
KÜLTÜR

Kitap Değerlendirmesi

Byung-Chul Han Şeffaflık Toplumu Tartışmaları

Şeydanur ŞİMŞEK*

“Eşyayı kullanma ve ona hâkim olma tarzı’ şeklinde tarif edilen kültür, birçok yerde ancak dil sayesinde, ifadeye bürünmekte ve manalar kazanmaktadır. Bu noktada dili kültürden, kültürü de ortaya çıktığı ve boy verdiği ortamın dünya görüşünden ayrı düşünmek mümkün değildir.” der Mehmet Kaplan, Kültür ve Dil isimli eserinde. Nitekim yalnızca iletişim aracı olmaktan öte, tarih boyunca yaşamış ve yaşamakta olan medeniyetlerin duygu ve düşünce dünyasını, zihniyetini yansıtan en önemli araçlardan biridir dil. Dolayısıyla bir toplumun gündelik eylemlerini, zihniyetini ve kavram dünyasını anlamak için öncelikle kullandığı dile ve dilin içeriğine bakmak, bunlar üzerine düşünmek elzemdir.

Tarihi süreç içinde, elektrik elektronik devrimin başlangıcıyla beraber yaşantımızda önemli bir yer edinen medyanın; duygu, düşünce ve davranışlarımıza önemli bir etkisi olduğu bilinmektedir. Dolayısıyla bu etki dilimize de sirayet etmiştir. Buradan hareketle, “Özgürlük, şeffaflık, eşitlik...” gibi kavramların bugünün dünya görüşü hakkında önemli ipuçları sunacağı ifade edilebilir. “Duyguları şeffaf bir şekilde yansıtmak, şeffaf bir yayın...” gibi nitelemeler cümle içinde sıkça kullanılı hale gelmiştir. Ancak şeffaflık kavramı, düşünürler için de, medyanın hâkim olduğu bu asrın zihniyetine ilişkin önemli bir bağlam sunmaktadır.

1980’lerde Almanya’da felsefe, Alman edebiyatı gibi konularda yoğun çalışmalar yapan Güney Kore asıllı Byung-Chul Han, on sekiz, on dokuz ve yirminci yüzyıl felsefesi, etik, estetik kuramı, din, medya kuramı gibi konulara yönelerek bu

Sakarya Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Kültürel Çalışmalar ABD,
Yüksek Lisans Öğrencisi
seydanur.simsek@ogr.sakarya.edu.tr,
ORCID: 0000-0002-2478-0705

Geliş Tarihi: 03.11.2021
Kabul Tarihi: 16.11.2021

Şimşek, Ş. (2021). Byung-Chul Han Şeffaflık Toplumu tartışmaları. *Medya ve Kültür*, 1(2), 206-210

alanlarda verdiği eserlerle, çalışmalarını ve düşüncelerini paylaşmaktadır. Şiddetin Tipolojisi(2016); Zamanın Kokusu(2018); Psikopolitik (2019); Eros'un İstikrarı(2019) gibi eserleri bulunan düşünürün "Şeffaflık Toplumu (2017)" isimli eseri, bu çalışmada değerlendirme yazısı kapsamında ele alınacaktır.

Söz konusu kitaba yazar, şeffaflığın güven yarattığına dair yapılan vurgunun yeni bir dogma olduğunu belirterek başlar."Burada unutulana nokta ise, şeffaflık konusundaki bu ısrarın 'güven' kelimesinin anlamının büyük ölçüde hasar görmüş olduğu bir toplumda gerçekleştiği." (Han, 2017, s.11) ifadesiyle de şeffaflık ve güven ilişkisi üzerine yaptığı eleştirel tavrını ortaya koyarak kitapta irdelediği konulara dair bir giriş yapar.

"Şeffaflık bir ideolojidir. Bütün ideolojiler gibi onun da mistik hale getirilmiş ve mutlaklaştırılmış olumlu bir çekirdeği vardır. Şeffaflığın tehlikesi de bu ideolojikleşmedir. Totatize edilirse şiddete yol açar." (Han, 2017, s.13) cümlesinde belirttiği tehlikeyi dokuz farklı toplumsal özellik bağlamında, ayrı başlıklar halinde ele alarak irdelemektedir. Bunlar olumluluk toplumu, teşhircilik toplumu, apaçıklık toplumu, porno toplumu, ivme toplumu, teklifsizlik toplumu, enformasyon toplumu, ifşa toplumu ve kontrol toplumdur.

Bu noktada kitabı detaylı olarak incelemeden önce, değinmekte fayda gördüğüm ve esasen eleştirel tavır açısından benzer bir nitelik taşıdığına inandığım Neil Postman da "Televizyonun yarattığı epitemolojinin tehlikeli ve anlamsızlığı egemen kılan bir gelişme olduğuna inanıyorum." (Postman, 2020, s.41) diyerek bugünün medyasında şeffaflık vurgusuna zemin hazırlayan anlayışa dair fikrini seneler önce kendi kitabında belirtmiştir.

Kitabın birinci bölümüne ismini veren "Olumluluk Toplumu"nda yazar, şeffaflığın kamusal söylem üzerinde moda bir kavram olduğunu, ekonomiden siyasete kadar pek çok olguya sirayet ettiğini vurgular. Bu kapsamda iletişimin dijitalleşmesiyle modern toplumun bireylerinin bu kavramın ağına doğrudan ya da dolaylı olarak bir şekilde dâhil olduğunu ifade eder. Bu dâhil olma durumu da insanları -modern ifadeyle- bireyleri tektipleştirdiği, ötekinin yok sayıldığı ve olumsuzluğun elden çıkarılarak olumluluğun hâkim kılındığı bir topluma dönüştürür. Han, şeffaflığın totaliter yanının burada yattığını iddia eder. Çünkü ona göre; "Şeffaflık, toplumsal süreçlerin tümünü kapsayan ve onları köklü bir değişikliğe uğratan sistemik bir zorlamadır." Tektipleştirme de bu zorlamanın döngüsel bir sonucudur çünkü ötekiyi devre dışı bırakmak, sisteme istikrar ve hız kazandırmak şeffaflık sayesinde mümkündür.

Artan bilginin bir yağına dönüştüğünü ve bunun da insanların yargı yetisini körelttiğini belirtir, yazar. Bunun da hakikat eksikliğine yol açtığını vurgular. Bakışın yalnızca olumlu olana (ç)evrilmesi, sistemin dışındakilere kör olması, kişinin muhakeme yeteneğini de zedeleyecektir. Byung-Chul Han, sosyal medyanın kullanımının da olumluluk vurgusunu pekiştirdiğini şu cümlelerle ifade eder:

"Olumluluk toplumunun genel yargısı Like/Beğendim'dir. Facebook'un Dislike/Beğenmedim seçeneği sunmamaktaki kararlılığı anlamlıdır. Olumluluk toplumu,

iletişimi sekteye uğratacağı için olumsuzluğun her türünden kaçırır. İletişimin değerinin tek ölçütü de enformasyon değiş-tokuşunun hacmi ve hızıdır. Hacmin büyümesi iletişimin ekonomik değerini de artırır. Olumsuz yargılar iletişimi olumsuz yönde etkiler. İletişim ‘Beğendim’e kıyasla daha çabuk kurulacaktır. Reddetmenin taşıdığı olumsuzluk her şeyden önce ekonomik olarak değerlendirilemez.”

(Han, 2017, s.23)

Yazar bu bölümde, olumluluğa yapılan vurgunun ilişkileri de zedelediği düşüncesini Freud, Nietzsche, Georg Simmel gibi isimlere de yaptığı atıflarla güçlendirir.

Kitabın “Teşhircilik Toplumu” ismini taşıdığı ikinci bölümde, başlığa uygun olacak şekilde her şeyin meta haline geldiğini ve sergilenme uğruna nesnelere değerini yitirdiğini ifade eder. Han’a göre (2017, s. 29) sergi değeri içsel değerleri değil, gerekirse zora başvurarak uyulmaya çalışılan dışsal ölçüleri sunmaktadır. Buna insan da dâhildir. Öyle ki sosyal medyaya şu cümlelerle gönderme yapar:

“Facebook ve Photoshop çağı ‘insan siması’nı tamamen sergi değerinde kendini bulan face haline dönüştürür. Face, ‘bakışın aurası’ndan yoksun, teşhir edilen bir yüzdür. İnsan simasının meta biçimidir.” (Han, 2017, s.26)

Bu çerçeveden bakacak olursak, günümüzün en yaygın sosyal medya uygulamaları olan Facebook, Instagram gibi uygulamaları insan bedenini ve insanın günlük yaşantısına dâhil olan pek çok mahrem alanı -yemek yeme, evin odaları, aile hayatı, ikili ilişkiler...- görünür kılar. Üstelik bunlar kişinin rızası dâhilinde ‘şeffaflık’ etiketiyle sunulur. Bu durum da dünyanın bir sergi salonu haline gelmesine örnek gösterilebilir.

Apaçıklık Toplumu’nda ise yazar, gelişen ‘şeffaflık anlayışı’ ile muğlaklığın, sırrın ve gizemin de ortadan kalktığını belirtir. Bu durum, hayal gücünün esnekliğini, genişliğini zedeleyerek sınırlar. İnsanın düşünmesine kapı aralayacak ipuçlarını ortadan kaldırarak çeşitliliğe de ket vurur. Bu fikrini pekiştirmek için: “Sır ve karanlık çoğunlukla hayranlık uyandırır. Augustinus, Tanrı’nın arzu uyandırmak amacıyla metaforlar kullandığını ve Kutsal Metni kasıtlı olarak müphemleştirdiğini söyler: ‘Bu şeylerin adeta bir değişmeceli giysiyle örtülmüş olmasının nedenini inanç içinde araştıran insan zihnini çalıştırmak’ olarak açıklar.” (Han, 2017, s.35)

Bu alıntıdan hareketle cazibe, gizem yahut sır olarak ifade edilen şeylerin insanların entelektüel uğraşlarını beslediğini söyleyebiliriz. Ancak yazarın ifade ettiği üzere, şeffaflığın doğurduğu apaçıklık gayesi muhayyileyi ortadan kaldırarak düşünsel çabaları zayıflatacaktır. Bu da toplumların ait oldukları kültürün birikimine ket vuracaktır.

Eserin dördüncü bölümünü oluşturan “porno toplumu”nda, kapitalizmin her şeyi metalaştırdığını hatırlatarak bu duruma insan bedeninin de dâhil olduğunu vurgular. Bedenin de nesneleştiğini ve bir önceki bölümlerin başlıklarıyla ifade edecek olursak, “apaçık edilerek teşhir edildiğini” söyler. “Güzelliğin ilahi varoluş temeli sırdadır.” (Han, 2017, s.38) diyerek karşı çıktığı bu durumu kendini teşhir etmenin zarafeti yok ettiği düşüncesiyle de ayrıca destekler.

Buradan toplumsal bir okuma yapacak olursak; medyada, reklamlarda ve özellikle magazin haberciliğinde dayatılan çıplaklık imajı ve bu imajı sergileyen kişilerin -özellikle kadınların- “cesur, özgür ve özgüven sahibi” sıfatlarıyla anılarak mesaj verildiği de gözden kaçmamalıdır.

Her şeyin kısa sürede tüketildiği kapitalist dünyada haz ve hız vurgusu eylemlere yansımıştır. Ölmeden önce yapılacaklar listesinin uzatıldığı günümüz dünyasında benzer ölçüde, zaman ve mekân da tüketim nesnesi haline gelmiştir. Bir önceki bölümde insan bedeninin metalaştığına ilişkin yaptığı değerlendirmeyi “İvme Toplumu” başlıklı yazıda şeffaflaşmanın toplumsal pek çok süreci hızlandırdığını söyler. Ancak bu hızın, ivmenin anlatsal süreçlere karşı saygısızlık olduğunu vurgular. Buna örnek olarak da ayinleri, törenleri, haccı verir. Nitekim bunlar anlatsal olaylardır ve her biri anlamsal bir zenginliğe, derinliğe sahiptir. Bu nedenle kendi içlerinde bir ahengi vardır. Ancak şeffaflık doğası gereği bu ahengi yok etmek ister. Dolayısıyla zaman ve mekân da şeffaflık uğruna içleri boşaltılarak yoksullaştırılır.

Somut olanın sergilendiği, satıldığı bir zihniyetin ürünü olarak soyut olan da temsil ettiği şeyler aracılığıyla sahnelenir. Öyle ki “Mahrem duygu ve hissiyatlar ortaya konduğunda, ruh çıplaklaştırıldığında ruhun şeffaflığına erişildiği düşünülür.” (Han, 2017, s.54) Böylelikle kamusal ve özel alan ayrımının silikleşmesi dolaylı olarak “Teklifsizlik Toplumu”nu meydana getirir. Kişilerin sosyal medyayla beraber kendi dijital mahallelerini oluşturarak yapay bir konfor alanı oluşturdukları söylenebilir. Bu düşünceyi Han şu cümlelerle açıklar:

“Dijital mahalle, insnaa sadece hoşuna gideceği kesimlerini sunar dünyanın. Böylelikle de kamusal alanı, kamusal ve hatta eleştirel bilinci ortadan kaldırarak dünyayı özelleştirir. İnternet mahrem bir alana, rahatlık ortamına dönüşür.”

Sosyal medya algoritması kapsamında, tercih edilen kişilerin takip edilmesi, istenmeyen hesapların takipten çıkarılması; hoşça gitmeyen ifadelerin sessize alınarak -ki çoğunlukla olumsuz yahut kişinin duygu dünyasına zarar veren ifadeler- yok sayılması (olumluluğa vurgu); gündem olan etiketler üzerinden olaylara ilişkin bakış açısının tektipleştirilerek kitleler halinde ortak bir duygu oluşturulması gibi sayılabilecek pek çok örnek Han’ın bu düşüncesini destekler niteliktedir.

Önceki bölümlerde şeffaflığın hakikat eksikliğine neden olduğunu belirten yazar, “Enformasyon Toplumu” bölümünde Platon’a ve Heidegger’e atıfta bulunur. Ayrıca hakikat, şeffaflık ve enformasyon kavramlarına ilişkin düşüncelerini aşağıdaki şekilde açıklar:

“Enformasyon ve iletişimin artması kendi başına dünyaya aydınlık getirmez. (...) Enformasyon yığı hakikat oluşturmaz. Ne kadar çok enformasyon serbest kalırsa dünya o kadar karmaşıklar. Ayrıca enformasyonun beraberinde getirdiği daha fazla iletişim ağının gizliliği de tehdit ettiğini ifade eder. Ancak şeffaflıkla birlikte oluşan “dijital panaptikon”un sakinlerinin kendi arzularıyla bu açıklığa dâhil olduklarını ifade eder.

“İfşa Toplumu” başlıklı bölümde yazar on sekizinci yüzyılın zihin dünyasına da gönderme yapar. Dönemin önde gelen isimlerin Jean-Jacques Rousseau’nun ‘yüreği

açmak' talebinin esasen şeffaflık düşüncesine zemin hazırlayan bir istek olduğunu belirtir.

Kitabın başında “Şeffaflık toplumu, güven değil kontrol toplumdur.” (Han, 2017, s.11) iddiasında “kontrol toplumu” ifadesi kapsarıyla oluşturduğu son bölümde yazar, panaptikon vurgusu yapar. Şeffaflığın, teşhirciliğin ve apaçıklığın olumlulaştırıldığı çağımızda dijital ağların adeta bir pazar oluşturduğu ifade edilir. Bunun da performans öznesi oluşturduğunu öne sürer:

“Performans/başarı öznesinin karşısında onu çalışmaya zorlayan ve sömüren bir tahakküm mercii yoktur. O kendisinin efendisi ve girişimcisidir. Ama tahakküm mercii yok oluşu gerçek bir özgürlüğe ve zorlamadan kurtuluşa yol açmaz. Çünkü performans öznesi kendini sömürür.” (Han, 2017, s.70)

Herkesin birbirini gördüğü ve takip ettiği bu dijital ağ içerisinde özel hayatlar da şeffaflık uğruna meta haline getirilecektir. Bu da dolaylı olarak güven toplumunu değil birbirini kontrol eden bir toplumun oluşmasına ortam hazırlayacaktır. Bu bağlamda özgürlük ve şeffaflık etiketleriyle sunulan bu döngünün ise kişide aldatıcı bir etki oluşturduğu ve tehlikenin burada gizlendiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Sonuç olarak Byubg Chul Han tarafından kaleme alınan ve “Şeffaflık Toplumu” başlığıyla Metis Yayınları’ndan çıkan bu eser nicelik olarak kısa bir hacime sahip olsa da, nitelik açısından okurlara zengin bir içerik sunmaktadır. Yaşadığımız çağda hayatın merkezi haline gelen dijitalleşmenin zihin dünyasını ve eylemleri nasıl etkilediğini eleştirel bir tavırla ele alan ve bunu farklı düşünürlerin ortaya koyduğu tezlerden de beslenerek yapan yazarın eserinde önemli konulara değindiğini ifade etmek isterim. Kaynakçasında belirttiği isimleri de okumaya kapı aralayan yazarın, pek çok düşüncesinin toplumsal tezahürlerini de görmek mümkün. Bu aşamada kişisel bir yorum eklenecek olursa yazarın, son bölümde belirttiği performans öznesine ilişkin görüşlerine bugünün popüler uğraşlarından olan youtuberlık ve influencer örnek vermek mümkündür. Nitekim “onu çalışmaya zorlayan bir mercii yoktur” ve “performans öznesi kendini sömürür” ifadeleri, bu uğraşlarla meşgul kişilerin beğeni/like için yaptıkları türlü eylemleri açıklar niteliktedir.

Ayrıca kitapta vurgulanan kavramların dil, kültür, medeniyet bağlamında ele alınarak daha geniş bir perspektifte değerlendirmeye alınabilecek bir niteliğe sahip olduğunu düşünüyorum. Bu alanda yapılacak farklı okumalarla birikimli olarak ilerlemek verimli olacaktır.

Son olarak, sosyal bilimlere ilgi duyan ve bu alanda okumalar yaparak bakış açısını zenginleştirme hedefi güden okurların kitaplıklarında bu esere yer açmalarının faydalı olacağı kanaatindeyim. Ayrıca yazarın pek çok düşüncesinin de ilgili disiplinlerde yapılacak akademik çalışmalar için zemin oluşturacağını düşünüyorum.

KAYNAKÇA

Han, B. C. (2017). *Şeffaflık Toplumu*. İstanbul: Metis Yayınları

Kaplan, M. (2018). *Kültür ve Dil*. İstanbul: Dergâh Yayınları.

Postman, N. (2020). *Televizyon: Öldüren Eğlence*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları

MEDYA ve KÜLTÜR

Kültürel Çalışmalar ve Medya Dergisi

Sayı/Issue:1 Cilt/ Volume:2 Yıl/Year: 2021

medya
KÜLTÜR

Kitap Değerlendirmesi

Frantz Fanon, Siyah Deri Beyaz Maskeler Üzerine Bir İnceleme

Melihat YILDIRIM*

Beyazlık, beni yakan beyazlık... Ateşin yanında oturuyor ve derimi inceliyorum, postum. Daha önce hiç dikkatimi çekmemiş sanki ne kadar da çirkinmiş meğer. Ama bir an duraksıyorum: Kim söyleyebilir bana güzelin ne olduğunu?

Frantz Fanon

Sömürgecilik mefhumu akla gelen ilk manası, askeri müdahale başta olmak üzere çeşitli yollarla bir devletin kendi sınırı dışındaki toprakları işgal etmesi şeklindeki tanımıyla ele alındığında tarihi, Yunan kolonilerine kadar götürülebilecek bir olgudur. Günümüz itibarıyla bu mefhum tarzını ve görüntüsünü değiştirmiştir. Sadece ilk manası ile düşünürsek sömürgecilik artık ölü bir olgu demek doğru olmaz, aleni olarak işgal yoluyla sömürü yoksa bile, örtük ve gizil bir şekilde sömürge faaliyetleri devam etmektedir. Nasıl ki tarihi süreçte sömürgeci devletlerin uygulamış olduğu tam sömürge, yarı sömürge ve özerk/yarı bağımsız devletler şeklinde ki sömürü çeşitleri gibi günümüzde de gizil ve örtük olarak devam eden sömürünün çeşitleri bulunmaktadır. Örneğin küresel sistem içerisinde kapitalist olmayan ekonomilere, Avrupa kapitalizmini ateşleme yapılandırması olarak tanımlayabileceğimiz kapitalizmin bir parçası olan kolonyalizm (Fisunoğlu & Dumlu, 2018) de bir sömürü çeşididir, ırkçılık ve ötekileştirme ile yapılan benlik/kimlik istilası da bir sömürüdür. Frantz Fanon'un çağının ötesinde yankı bulan seslenişi bu noktadan kavrama dahil olmaktadır; hem aleni sömürgeciliğe karşı aktivist duruşu ile hem de gizil ve örtük sömürgeciliğe karşı akademik-fikri çalışmalarıyla. Fanon'un kavrama yöneltmiş olduğu eleştirileri, *Siyah Deri Beyaz Maskeler ve Yeryüzünün Lanetlileri* gibi eserleri Anti-Kolonyal söylem içerisinde önemli bir yere sahiptir.

Sakarya Üniversitesi
Kültürel Çalışmalar ABD
Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi,
E-mail: melahatyildirim@ogr.sakarya.edu.tr
ORCID: 0000-0003-3996-1557

Geliş Tarihi: 10.11.2021
Kabul Tarihi: 22.11.2021

Yıldırım, M. (2021). Frantz Fanon, Siyah Deri Beyaz Maskeler üzerine bir inceleme. *Medya ve Kültür*, 1(2), 212-217

Fanon'un sömürge olgusunun 2 boyutunu da tecrübe etmiş bir kişi olması, psikanaliz yöntemini kullanarak sömürge mefhumunu ve sömürge insanını incelemesi, çalışmalarıyla çağında ses getirmekle kalmayıp günümüzde de yankı bulmaya devam etmesi, onu ve çalışmalarını daha yakından incelememizi gerekli kılmaktadır. Bu sebeple Fanon'un düşünce dünyasını anlayabilmek, ona ait bir eseri değerlendirebilmek için öncelikle Fransız Antiller'inde başlayıp kendini bir Cezayirli olarak tanımlar (Fanon, 2016, s. 8) şekilde ABD'de son bulan hayatına bakmak gerekmektedir.

“Croix de Guerre nişanı sahibi Fanon'dan el-Mücahid dergisi editörlüğüne”

Babası tarafından köle, anne tarafından ise Fransız karışımı bir soya sahip olan Fanon, 1925 yılında Fransız sömürgesi Martinique'teki Fort-de-France'ta doğmuştur. Ziauddin Sardar'ın tanımıyla Fanon birçok kendiliği olan karmaşık yapıda bir kişiydi. “Kendi anlatımıyla, Antiller'de başlayan hayatının sonunda kendini Cezayirli olarak kabul etmiştir (Fanon, 2016, s. 8).” Hayatına baktığımızda çelişkili gözükten durumlar yaşamış olan Fanon, önce Almanya'ya karşı Fransız ordusunda yer almış, sonrasında ise Fransa'ya karşı Cezayir saflarında savaşmıştır. Bu çelişik gözükten durumlar onun fikri olarak geçirdiği aşamaların da bir göstergesidir. Fort-de-France'taki okulunda öğretilen anti-kolonyalist görüşleri ile tanınan şair ve yazar *Aime Césaire* 'ın sömürgeci ırkçılığa karşı itirazları, Fanon'da etki uyandırmıştır. Bu etkileniş doğrultusunda önce Antiller'de Vichy rejimine karşı propaganda faaliyetlerine katılmış, ardından ona *Croix de Guerre* nişanını kazandıran Fransa saflarında pek çok direnişe destek vermiş ve Fransız ordusunda yer almıştır (Fanon, 2016, s. 9). Bu süre zarfında deneyimlediği sadece direniş mefhumu değil, özgürlükleri için savaştığı Fransızlar tarafından ten rengi dolayısıyla nasıl hakir-öteki olarak görüldüğünü de tecrübe etmiştir. Bu farkına varışın yanında Fransız saflarında bulunmak Fanon'a - kazandığı bursla - Lyon'da tıp ve psikiyatri okumanın da kapılarını açmıştır.

Fanon, 1952 yılında 27 yaşındayken ırkçılığı bir tartışma olarak sunan, psikanalizi bir yöntem olarak işleyen ve onu çağının ötesinde anti-kolonyal söylemin öncüsü haline getiren ilk kitabı *Siyah Deri Beyaz Maskeler*'i yayımlamıştır. Fanon, Fransa'da tıp ve psikiyatri eğitimini tamamladıktan sonra 1953 yılında Cezayir'de Bida-Joinville Hastanesi psikiyatri bölüm başkanlığı görevini kabul etmiş, sömürgecileri ve sömürge mağduru kişileri tedavi etme, inceleme fırsatı bulmuş ve burada bir paradigma değişimi yaşamıştır (Ünlü, 2018, s. 45). Buradaki görevini 1956 yılında bırakarak Ulusal Kurtuluş Cephesine (FLN) katılmış, ardından Tunus'a gitmiş, Manouba Kliniğinde ve Nöropsikiyatri Merkezinde çalışmış, el-Mücahid adlı Cezayir direnişinin kalemi olan bir dergi çıkartmıştır (Fanon, 2016, s. 8). Geçici Cezayir hükümeti adına Gana'da elçilik yapmış, Gana'dayken lösemi teşhisi konulmasıyla tedavi için gittiği ABD'de 1961 yılında vefat etmiştir.

“Siyah Deri Beyaz Maskeler”

Fanon'un incelemiş olduğumuz Cahit Koytak çevirili *Encore* yayınlarından çıkmış olan *Siyah Deri Beyaz Maskeler* kitabı 8 bölümden oluşmakta ve Ziauddin Sardar tarafından yazılmış önsözü de içermektedir. Çatı kavram, ırkçılık ve sömürge olgusu olan kitapta her bir bölüm ayrı bir araştırmayı teşkil etmektedir. İlk bölümde “Zenci ve Dil” meselesini ele almış, dil fenomenini üzerinde durarak sömürgeci baskı ile oluşan benlik

bölünmesini açıklamaya çalışmıştır. İkinci bölümde “Siyah Kadın-Beyaz Erkek” ve üçüncü bölümde ise “Siyah Erkek-Beyaz Kadın” başlığı altında ırk ve cinsiyet farklılıkları üzerinden kişiler arasındaki ilişkinin boyutlarını Rene Maran’ın otobiyografi benzeri romanı üzerinden anlamaya çalışmış ve kişileri psikanalize tabi tutmuştur. Dördüncü bölümde ise “Sömürgeleşmiş Halkların Sözde Bağımsızlık Kompleksi Üzerine” başlığı altında Mannoni’nin *Prospero et Caliban: Psychologie de la Colonisation* adlı eserinin bir eleştirisini yapmaya çalışmış, Mannoni’nin ele aldığı sömürge olgusunun gerçek boyutlarını kavramamış olduğunu kendi tespitleri ile göstermeye çalışmıştır. Beşinci bölümde ise “Siyah Olma Gerçeği” başlığı ile kendisinin de siyah olduğu gerçeği ile yüzleşip Jean-Paul Sartre’ın Yahudi Sorunu Üzerine Düşünceler denemesi ile bağlantı kurarak kendi tanınma mücadelesi üzerine görüşler paylaşmıştır. Altıncı bölümde ise “Zenci ve Psikopatoloji” başlığı altında Freud ve Adler’in görüşlerinin, nevrotik tepkimeleri inceleme amacıyla gelişmiş psikanaliz akımlarının, derisi renkli insanların dünyaya bakışlarını açıklamada yeterli olup olmadıklarını sorgulamaya çalışmıştır. Yedinci bölümde ise “Zenci ve Tanınma” başlığı altında “Zenci ve Adler” ile “Zenci ve Hegel” gibi alt başlıklarla bir değerlendirme yapmış ve eleştiri olarak Hegel ve Adler’in görüşlerinden hareketle tanınma mefhumunu incelemiştir. Sekizinci bölüm ise son söz yerine kitabın temel kavramı olarak şekil bulunan yabancılaşma kavramına değinip, insanın insana dair kulluğunun son bulması yönündeki temennilerini de dile getirerek çalışmasını sonlandırmıştır.

Fanon, *Siyah Deri Beyaz Maskeler*’i psikiyatri asistanıyken bitirme tezi olarak kaleme almış, fakat tez ırkçılık kavramını tartışmaya açmış olması sebebiyle kabul görmemiş ve daha sonra kitap olarak yayımlanmıştır. (Fanon, 2017) Akademik bir yazı olmasına rağmen kitabın ağıdalı ve ağır bir dili yoktur, üslup bakımından akıcı, sade, gayet açık ve anlaşılırdır.

“Fanon ne söyler?”

Fanon’un fikirlerinin gelişiminde pek çok ismin etkisi vardır bunlar arasında; Marx ve Hegel, lise hocası Aime Cesaire ve Wole Soyinka gibi *Negritude* hareketi yazarları, Fransız Marksist Jean- Paul Sartre, Sigmund Freud, Jacques Lacan ve Alfred Adler gibi isimler öne çıkmaktadır. Siyah Deri Beyaz Maskeler kitabını incelediğimizde Fanon’un konuları ele alış şekli ve kullandığı yöntem itibarıyla bu sayılan isimlerin etkileri belirgin bir şekilde görülmektedir; en başta da Hegel ve onun *Tinin Fenomenolojisi*’nde ki tanınma kavramının.

Kitaba ismini veren “Siyah deri beyaz maskeler” ifadesinde kast edilen nedir? “Siyah insan beyaz olmak istiyor. Beyaz insansa köleleştirerek daha yüksek bir insani düzeye ulaşmak”(Fanon, 2016, s. 25). Fanon’un eleştirdiği de bu içselleştirilen durum; tanınmanın karşılıklılığını ortadan kaldıran, sömürgeleştirilen siyah adamın beyaz olma istenci. Siyah adam, derisinden kurtuluşu olmadığı için beyazlaşmanın başka yollarını arar, örneğin “dil” ile beyaz olma(Ünlü, 2018, s. 40). Fransızca’yı iyi bilmek, hatta beyazdan daha iyi konuşmak. Bu şekilde ulaşacağını düşünür beyaz olma idealine. Ana yurtlarından ayrılıp iş, eğitim vs. için bir müddet beyazların olduğu topraklarda bulunan zencilerin, yurtlarına döndüğünde takındıkları “değişmiş” gibi tavırla aslında yaptıkları “beyaz maskelerini” yüzlerinde tutmaya çalışmaktır. Fanon, sömürgeciliğin hışımına uğramış her ırk ve toplumda benzer davranışlara rastlanabileceğini söyler.

Bu sözü ötekileştirmeye uğramış çoğu kişi ve toplumda benzer durumlara rastlanır olarak revize etmek istiyorum. Zenci adamın köyüne geldiğinde takındığı beyaz maske ve oraya ait olan “şeyleri” ve yerel dili unutmuş gibi takındığı tavrın benzer hikayesi Türkiye özelinde yöresel fıkralarda da yer bulur; şehirli-köylü ayrımı şeklinde.¹ Şehirde bir müddet kalıp köyüne dönen kişinin yaptıkları, yapmacıklığı köylülerce fıkralara malzeme edilir. Şehre giden geçmişini unutmak durumunda, geri geldiğinde ise bariz bir değişim geçirmiş olduğunu göstermek mecburiyetindeymiş gibi bir düşünce söz konusu.

Fanon kitapta Damourette ve Pichon’dan alıntı yaparak “Her dilin ayrı bir düşünce tarzı olduğunu” söyler. Yurduna dönen zencilerin kopuş yaşamalarını, köksüzmüş gibi tavrılarını, başka bir dili benimsemiş olmalarına bağlarken bu alıntıyı dayanak gösterir. Dil mefhumu önemlidir. Tanınma-tanımlama, benlik ve öteki idraklerinde de dilin önemli bir yeri vardır. Bir coğrafyanın-ülkenin dili ile konuşmak oranın kültürel kodlarını da barındırmayı gerektirir ve doğal olarak o dili konuştuğunda o kodlar kişiye işlenir. Fanon’un kitapta eleştirdiği, zencilerin beyaz adam olma isteği, beyaz adam olmayı ideal haline getirmiş olmaları durumu öyle bir hal almıştır ki Fanon’un da örneklendirdiği gibi Antilli siyah ile Afrikalı siyah arasında oluşmuş bir hiyerarşiyle sonuçlanmıştır. Antilliler daha Fransız, daha “beyaz adam”dır. Bu kastı oluşturan ise sömüren güç değil, bizzat sömürülenlerin sömürü olgusunu içselleştirme durumudur. Fanon “Bir dile hakim olan o dil ile ima edilen, ifade bulan dünyaya da hakim olur, o dünyayı bilir” der. İşte bu noktada Fanon, o dünyanın bilinmesini değil, değiştirilmesini istemektedir.

Mannoni’in yerli-sömürgeci ilişkisini belirleyen psikolojik fenomen hakkında düşüncelerini derlediği *Prospero et Calivan: Psychologie de la Colonisation* adlı kitabını inceleyen Fanon, Siyah Deri Beyaz Maskeler kitabında Mannoni’nin ele aldığı olgunun geçek boyutlarını kavrayamadığını göstermeye çalışır. Fırat Mollaer, Mannoni ve Afrika’nın zihinsel geriliğini vurgulayan psikoloji literatürünü Hegel’in tarih felsefesi savında yapmaya çalıştığının başka bir disiplinde yeniden üretilmesi şeklinde yorumlar(Mollaer, 2021, s. 20). Sömürgeyi bilginin temel bir problemi olarak işleyen Fanon “Sömürge ırkçılığı diğer ırkçılık türlerinden farklı değildir” der. Ayrıca yine bir diğer bölümde “bir toplum ya ırkçıdır, ya değil bunun ortası olmaz” ifadelerini kullanır. Sömürge ırkçılığı konusunda sorumlu olarak Mannoni’nin işaret ettiği çok çalışıp az kazanan küçük memurlar, küçük tüccar ve kolonyalistlerinin aksine, Avrupa uygarlığını ve onun ileri temsilcilerini sorumlu görür.

“Avrupa uygarlığı ve onun nitelikli temsilcileri sömürgeci ırkçılığın sorumlusudur.”(Fanon, 2016, s.115)

Fanon’un ırkçılığa bakışı net ve keskindir, Mannoni’nin ise ırkçılığı başarı kaydedememiş beyazların ürünü olarak sunması yavan bir düşüncedir. Yani Güney Afrika’da ırkçılığın üretilmesi ve zencilere karşı nefret söyleminin sebebi yoksul beyazların başarısızlıkları değil, Güney Afrika’nın bütünüyle ırkçı bir yapılanmanın içerisinde olmasından dolayıdır. (Fanon, 2016, s.111)

¹Fanon’un aktardığı; bir müddet Fransızda kalıp köyüne ailesinin yanına dönen köylü çocuğunun çiftlikte gözüne çarpan bir aletin küçümseyici tavrılarla ne olduğunu sorduğu ve babasının da hatırlatmak için demir zincirli gülleyle oğlunun ayağına bırakması ile bir anda hatırlayıp yapmacık tavrılarından sıyrıldığı hikaye(bkz. Fanon, a.g.e., s.40). Aynı şekilde bir Karadeniz fıkrasında, şehre gidip köye dönen köylü çocuğunun babasının yönlendirmesi ile kazmanın ucuna basıp benzer bir aydınlanma yaşadığı hikaye.

Zenci kadın, Beyaz erkek karşısında nasıl davranır veya Zenci erkek, Beyaz kadına nasıl bakar? Fanon kitapta bu ve bunun gibi karşılıklı ilişki ve iletişimin boyutlarını anlamak-öğrenmek istediğimizde yöneltebileceğimiz sorular üzerinden bir sorgulamaya gireriz, Siyah erkek ve Siyah kadını psikanalize tabi tutar. Fanon'un kitapta Mayotte Capecia adlı zenci bir kadının günlüğünden paylaştığı alıntı² gösteriyor ki zenci kadının bilinç altına işlemiş olan beyaz adamın/kadının üstünlüğü, onun karşı cins ile olan ilişkilerini ve kendi benliğini tanımlaması-oluşturmadansa onu olumsuz etkilemektedir. Fanon, aşılınmış olan bu üstünlük olgusunun (üstün renk olgusu) kadın erkek ilişkilerinde ne derece belirgin olduğunu kişilerin bilinç altında ve bilinç dışında yatan düşüncelerle örneklendirilmiş, Siyah erkeğin nevroitik olduğu ve psikik tavırlar sergilemesinin mazereti olarak derisinin rengini ileri sürdüğü sonucuna ulaşmıştır(Fanon, 2016, s. 102). Ama ümit ettiği şey yapmış olduğu çıkarımlar ve söyledikleri ile aslında başarısızlıklarını derisinin rengine bağlama düşüncesini tümüyle ortadan kaldırmış olmaktadır;

“Derimin rengi hiçbir şekilde bir eksiklik, bir kusur olarak görülmemelidir. Avrupalının dayattığı Zenci-Beyaz ayrımını kabul ettiği andan itibaren, Zenci için artık rahat nefes alma olanağı yoktur.”(Fanon, 2016, s. 105)

“Dünyayı bilmek değil, dünyayı değiştirmek! Mesele bu!”

Fanon'un temel hedefi sömürgeleşmek ve insanı özgürleştirmekti(Kaya, 2020). Adalet, eşitlik, hak ve hürriyet istiyordu, ama beyazların ürettiği kavramlar siyahlara gelince duraksayan ve suskunlaşan bir hal alıyordu. Hegel'in diyalektiği üzerine yaptığı sorgulamalar neticesinde, Hegelci fenomenoloji ve Sartre felsefesi ile eleştirel bir diyaloga girerek efendi-köle ilişkisinin evrenselliğini de sorgulamıştır(Kaya, 2020). Bir tanınma kuramı olarak Hegelci model sadece Avrupalı özneler (beyazlar) arasında mı geçerlidir? Hegel diyalektiğinde tanınma mefhumu, mutlak bir “karşılıklık” içermekteyken, sömürge toplumuna gelindiğinde karşılıklı tanıma (Hegel'deki) yerini “tek taraflılığa” bırakır(Mollaer, 2018, s. 111). Fanon, Hegel'in yönteminin yetersizliğini ve yöntemin sömürge toplumunu açıklarken kullanışsız kalmasını eleştirmektedir. Fanon, “şimdiye kadar zekada felsefede kimseyi kurtarmamıştır” şeklinde söylemiyle insanların imhasını meşrulaştırıcı silah olarak “zeka” ve “felsefe” kavramlarını tanımlar. Silah olarak felsefe tanımlaması, Hegel felsefesine alenen bir gönderme değilse bile yetersiz ve kullanışsız olduğunu düşünmesinden ötürü kısmi bir bağlantı var diyebiliriz. *Siyah Deri Beyaz Maskeler* kitabında da görüyoruz ki Fanon'un yapmaya çalıştığı “kolonyal köleyi”, Hegelci köle tanımından uzaklaştırmaktır. “Hegelci tanınmanın temeli olan tanınma arzusuna karşılık, sömürgeadaki ilişkilerde *narsistik ilgisizlik* hakimdir.”(Mollaer, 2018, s. 112) Siyah adamın beyaz maske takması, müstakil bir öz bilinç kazanmak yerine beyaz efendinin öz bilincini istemesi, kendini efendinin öz bilinciyle tanımlaması anlamına gelir ve bu durum karşılıklı tanınmanın engelidir (Mollaer, 2018, s. 113).

Fanon, *Siyah Deri Beyaz Maskeler* kitabı ile yabancılaşma kavramını, düşüncesinin temel kavramları arasına yerleştirmiş, Hegelci Marksist atmosferde “yabancılaşma” ve “şeyleşme” temalarıyla sömürgecilik eleştirisi yapmıştır. Mollaer'in tabiri ile 20.

2 bir Siyah kadının, bir Beyaz erkeğin gözünde hiçbir zaman bütün bütüne saygıya ve bağlanmaya değer olmayacağı düşünüyordum ” bzk. (Fanon, a.g.e., s.62)

yüzyılda yabancılaşma kavramını Fanon kadar ustalıkla anlatan çıkmamıştır (Mollaer, 2021, s. 122).

Fanon'un kitapta değindiği siyah adamın kendi istenciyle beyaz olma idealinin dışında, beyaz adam tarafından alenen maruz kaldığı "ötekilik" durumlarına da yer vermiştir. Michel Leiris'den yaptığı alıntıya bakacak olursak;

"Onların entelektüel gelişimi de zaten münhasıran Fransız dilinin çevresinde gerçekleşmiştir(Fanon, 2016, s. 56)."

Günümüzde ırkçı-ötekileştirici söylemde geneli itibarı ile olumlu yönde değişmeler olsa bile, hala Fanon'un alıntısındaki gibi düşünceye-zihniyete sahip kişiler mevcut ve söylemleri medya aracılığı ile evrensel bilinirlik kazanıyor. Örneğin yakın bir zamanda Fransız bir politikacının benzer bir zihniyet ile Cezayir için söylediklerine bakalım; "Fransa'nın sömürgesi olmadan önce Cezayir ulusu var mıydı?" Yani biz olmasaydık siz bir ulus bile değildiniz diyen bu politikacının söylemini nereye koyacağız? Fanon'un hayatı bunu görmeye yetmese de Cezayir artık bağımsız bir ülke. Peki buna rağmen beyaz adamın ötekileştirmesi- sömürge istenci devam etmiyor diyebilir miyiz?

Kolonyalizmin psikolojisini inceleyen Siyah Deri Beyaz Maskeler, açtığı yol itibarıyla anti-kolonyal söylemin en yapıcı metinlerinden olmuştur. Fanon'un kitapta ırkçılık meselesini tartışmaya açmış olması ve özgürce görüşlerini ifade etmesi, sunmuş olduğu araştırmalar ve çarpıcı eleştiriler, ölümünden sonra pek çok çalışmaya ışık olmuş, Black Power gibi hareketlere ilham kaynağı olmuştur. Ayrıca Fanon'un çalışmaları, sömürgecilik sonrası söylemin de (post-kolonyal söylem) temel dayanak metinleri arasında listelenmiştir.

KAYNAKÇA

- Fanon, F. (2016). *Siyah Deri Beyaz Maskeler* (C. Koytak, Çev.). Encore Yayınları.
- Fanon, F. (2017). *Cezayir Bağımsızlık Savaşının Anatomisi* (K. Çileçöp, Çev.). Pınar Yayınları.
- Fisunoğlu, S., & Dumlu, A. (2018). Kolonyal Söylem: Bir Savaşçı Aime Cesaire. *International Journal of Education Technology and Scientific Researches*, 3(5), 43-57.
- Kaya, İ. (2020). Hegel'in Diyalektiği ve Fanon'un Tanınma Mücadelesi: Siyah Derilinin Beyaz Maskesi ya da İçselleştirilmiş Oryantalizm (İ. Kaya, Çev.). *ULUM*, 3(2), 433-449.
- Mollaer, F. (2018). *Kimlik, Tanınma Mücadelesi ve Şarkiyatçılık*. Metis Yayınları.
- Mollaer, F. (2021). *Anti-Kolonyalizm Söylemi Evrensellik, Kimlik ve Özgürleşme*. Dora.
- Özdemir, M. (2018). *Post-Kolonyalizm Nedir? Dünyalar Arasında ve Türkiye'de Bilim, Kavram ve Teorilerin İşlevleri*. Açılım Kitap.
- Ünlü, B. (2018). Frantz Fanon: İmkansız Bir Hayat ile Devrimci Bir Hayat Arasında. İçinde F. Mollaer (Ed.), *Fanon'un Hayaletleri Fanon'la Konuşmayı Sürdürmek*. İthaki Yayınları.

Kitap Değerlendirmesi

Nick Stevenson, Medya Kültürleri - Sosyal Teori ve Kitle İletişimi Üstüne Bir Değerlendirme

Atakan BATUR*

Teknolojik gelişmelerin sonucu olarak ortaya çıkan ve iletişim süreçlerini kitleleştiiren kitle iletişim araçları iletişimi bambaşka bir boyuta taşımıştır. Böylece iletişim süreçleri artık daha kolay, daha hızlı ve daha etkili bir aşamaya ulaşmıştır. Dolayısıyla kitle iletişim araçlarının ortaya çıkmasıyla birlikte birey ve toplum hayatında önemli değişiklikler meydana geldiği söylenebilir. Özellikle kitle iletişim araçlarından biri olarak televizyonun sunmuş olduğu olanaklar bireyin ve toplumun gündelik hayat pratiklerinin yeniden şekillenmesine önemli katkılar sağlamıştır.

Birey ve toplum hayatında meydana gelen bu değişimlerde önemli bir rol sahibi olan kitle iletişim araçları, sosyal teori yaklaşımlarının çoğunda gereken ilgiyi görmemiş ve “marjinal” bir konumda tutulduğu ifade edilmiştir. Dolayısıyla medyanın toplumsal değişimde oynadığı rol yeterince değerlendirilmemiş ve görmezden gelinmiştir. Tam da bu noktadan yola çıkan yazar Nick Stevenson (2015) yazmış olduğu *Medya Kültürleri: Sosyal Teori ve Kitle İletişimi* adlı eserinde bu durumu bir paradoks olarak ifade etmiştir. Yazar Stevenson, sosyal teori ve kitle iletişimi bağlamında ortaya çıkan bu paradoksu şu şekilde ifade etmiştir:

“Sosyal teori okumalarının büyük bir bölümü, çalışma, cinsiyet, yapı ve eylemlilik, ideoloji, metalaşma, bilinçdışı, zaman ve mekân, yurttaşlık, küreselleşme ve diğer konular üzerinedir. Ancak bu metinlerin büyük bir bölümünde kitle iletişim araçları marjinal bir konumdaydı. Son dönemde yazılanların çoğu, modernitede kitle iletişim araçlarının artan önemini teslim eder görünmekteyse de, ekonomik temelin yeniden şekillenmesi ya da siyasal alandaki kurumsal dönüşümlerle ilgili bir tartışmayı ihmal etmektedir.” (s.13-14)

Sakarya Üniversitesi
İletişim Bilimleri ABD
Doktora Öğrencisi,
E-mail: atakan.batur@ogr.sakarya.edu.tr
ORCID: 0000-0002-8524-8712

Geliş Tarihi: 08.04.2021
Kabul Tarihi: 19.06.2021

Yıldırım, M. (2021). Nick Stevenson, Medya Kültürleri - Sosyal Teori ve Kitle İletişimi üstüne bir değerlendirme. *Medya ve Kültür*, 1(2), 218-220

Hem bu metnin konusunu oluşturan hem de kitabın yazarı Stevenson' un sosyal teori yaklaşımlarına yapmış olduğu bu eleştiri, ele alınan bu eserin temel fikrini oluşturmakla birlikte sosyal teori ve kitle iletişim arasındaki ilişkiyi de değerlendirmektedir. Bu nedenle incelemeye alınan bu eserin temel amacının, sosyal teorilere karşı eleştirel bir yaklaşım gerçekleştirmek olduğu söylenebilir.

Kitap genel itibarıyla altı bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm *Marksizm ve Kitle İletişim Araştırması* başlığı altında ele alınmıştır. Bu bölümde ekonomi politik, ideoloji ve kültür gibi kavramlar medya bağlamında tartışılmıştır. İkinci bölümde ise *Habermas, Kitle Kültürü ve Kamusal Alan* başlığı karşımıza çıkmaktadır. Burada Habermas ve kamusal alan kavramına dair tartışmalara yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise göstergebilim, feminizm gibi kavramlar *İzleyici Araştırmasında Eleştirel Perspektifler* başlığı altında tartışılmıştır. Kitabın dördüncü bölümünde ise Marshall McLuhan' ın yaklaşımı *Marshall McLuhan ve Kültürel Araçlar* başlığı altında ele alınmıştır. Çağımızın ve postmodern dönemin en önemli düşünürlerinden biri olan Jean Baudrillard da kitabın beşinci bölümünde *Baudrillard Fırtınası* başlığı ile çalışmada değerlendirilen konulardan birini oluşturmaktadır. Kitabın son bölümü ise *Yeni Medya ve Enformasyon Toplumu* başlığıyla yeni medya tartışmalarını konu etmektedir.

İlk olarak sosyal teorinin eleştirel yaklaşımı olan Marksizm, ekonomi politik ve ideoloji tartışmalarına yer verilen bu kitapta Raymond Williams, Glasgow Üniversitesi Medya Grubu (GUMG) ve Stuart Hall' in görüşleri tartışılmaktadır. Bu tartışmalar çerçevesinde “kitle iletişim araştırmalarının kültür endüstrilerinin ekonomi politikleriyle eklemlenmesi gerektiği” fikrini öne süren yazar bu düşüncesini Raymond Williams' ın düşüncesi ile ilişkilendirmektedir (s.84). Hegemonya ve ideoloji kavramlarının enformasyon çağını anlamada önemli bir konumda olduğunu ifade eden bu çalışma, GUMG ve Stuart Hall' in çalışmaları çerçevesinde bir değerlendirme yapıldığı görülmektedir. Kitapta kitle kültürü, Jürgen Habermas ve kamusal alan gibi kavramlar etrafında bir tartışma yürütülmektedir. Stevenson' a göre Habermas' ın kitle iletişimi üzerine yapmış olduğu çalışmalar henüz yeterince ilgi görmemiştir. Yazar özellikle Habermas' ın sosyal teoriye ve kitle iletişim çalışmalarına önemli katkılarda bulunduğunu ve bu katkıların önemini gittikçe arttığını ifade etmektedir. Yazarın kitabında değerlendirdiği bir diğer kuram da izleyici merkezli araştırmalardır. İzleyici merkezli çalışmaları kapsadığı alan açısından eleştiren yazar Stevenson (2015):

“İzleyici teorisinin büyük bölümünde toplumsal olarak dağınık izleyici, okuyucu ve dinleyicilerin mikroskobik dünya görüşlerine fazlaca ilgi gösterilmiştir. Ekonomik, kültürel ve siyasal kurumlarda yapılandırılan alımlama pratiklerinin yerini çoğunlukla daha yerel ilgiler almıştır. Anlam üretimine yönelik semiyotik odaklanma yüzünden, geç kapitalizmde tüketicilerin boş zaman etkinliklerinin toplumsal işlevi yeterince değerlendirilmemiştir.” (s.193)

Kitle iletişim kuramlarının önemli isimlerinden olan ve “araç iletidir” yaklaşımıyla ön plana çıkan Marshall McLuhan ve kültürel araçlar da bu eserin üzerinde durduğu konulardan biridir. Kitapta, McLuhan' ın iletişim araçlarının modernitenin gelişiminde önemli rol oynadığına düşüncesi anlamlı ve olumlu karşılanmaktadır. Yazar, McLuhan' ın zaman ve mekân kavramlarına dair fikirlerinin önemini koruduğunu ifade etse de bu görüşlerin “daha az özcü ve kurumsal temelli bir yaklaşımla desteklenmesi” gerektiğini savunmaktadır (s.240).

20. yüzyılda ortaya çıkan ve ne olduğu konusunda bir uzlaşma olmayan *postmodernite* kavramı da kitabın ele aldığı konulardan biridir. Bu bölümde ünlü postmodern düşünür Jean Baudrillard ön plana çıkmaktadır. Baudrillard'ın genel olarak kitle iletişiminin teknik özelliklerine yoğunlaştığını belirten Stevenson, McLuhan gibi Baudrillard'ın çalışmalarının da geliştirilmesi gerektiğini belirtir. Özellikle “kamu ve ekonomi politik kavramlarını hor görmesi ve medya kültürlerine dair izlenimci analizi göz önüne alındığında, yapmış olduğu katkıların desteğe ihtiyacı olduğunu” belirtmektedir (s.296).

Stevenson kitabında son olarak yeni medya olarak adlandırılan yeni iletişim teknolojilerini ele almıştır. Yeni iletişim teknolojileri ile birlikte ortaya çıkan yeni teoriler önceki bölümlerde olduğu gibi eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirilmektedir. Ağ toplumu kavramıyla ön plana çıkan Manuel Castells ve Donna Haraway'ın ağ toplumu kavramının sınırlılıklarına rağmen “yeni medya çağının olanaklarının ve sınırlamalarının en tutarlı taslağını oluşturmaya çalıştıkları” belirtilmektedir (s.343). Bununla birlikte Stevenson, Herbert Schiller ve Paul Virilio gibi isimlerin “yeni iletişim devrimi hakkında o kadar da ilerici olmayan özelliklerine yöneldikleri” yönünde bir eleştiri gerçekleştirmektedir (s.343).

Sonuç olarak, Stevenson kitapta, kitle iletişim araştırmalarını üç paradigma olarak ortaya koymuştur. Bunlardan ilki eleştirel teori olarak da bilinen ve Frankfurt Okulu ve İngiliz Kültürel Çalışmaları'nın ortaya koyduğu ekonomi politik merkezli yaklaşımdır. İkinci olarak izleyiciyi merkeze alan izleyici araştırmalarını ifade etmektedir. Son olarak, üçüncü paradigma ise post-modernizm etrafında şekillenir ve kültürel pratikleri anlamaya yönelik çalışmaları ifade etmektedir.

KAYNAKÇA

Stevenson, N. (2015). *Medya Kültürleri: Sosyal Teori ve Kitle İletişimi* (2 (ed.)). Ütopya Yayınevi.

MEDYA ve KÜLTÜR

Kültürel Çalışmalar ve Medya Dergisi

Sayı/Issue:1 Cilt/ Volume:2 Yıl/Year: 2021

medya
KÜLTÜR

YAYIN İLKELERİ

Kültürel Çalışmalar ve Medya dergisi, bilimsel yayın etiği standartlarını uygulamayı ve Committee on Publication Ethics (COPE) tarafından dergi editörleri için geliştirdiği önerileri temel alarak hazırlanan uygulamaların aşağıda belirlenen ilkelerine uymayı taahhüt eder.

* Kültürel Çalışmalar ve Medya dergisine sunulan yazıların daha önce yayınlanmamış ya da başka bir derginin değerlendirme sürecine dahil edilmemiş olması gerekir.

* Kültürel Çalışmalar ve Medya dergisine gönderilen yazıların değerlendirilme süreçlerinde anonimlik esastır. Yazılar, çift kör hakemlik sistemi ile değerlendirilir.

* Bilimsel yayın etiğini en yüksek düzeyde uygulamayı taahhüt eden Kültürel Çalışmalar ve Medya dergisi, COPE (Committee on Publication Ethics) tarafından geliştirilen yayın etiği standartlarını (<https://publicationethics.org/guidance/Flowcharts>) kabul eder.

* Kültürel Çalışmalar ve Medya dergisinin içerikleri açık erişimlidir. Makaleler, ticari amaç gütmeksizin okurlar tarafından okunabilir, indirilebilir, kopyalanabilir ve link sağlanabilir.

* Kültürel Çalışmalar ve Medya dergisine için ifade özgürlüğü esastır. Dergi, ırkçı, cinsiyetçi, ayrımcı her türlü içeriği nefret söylemi içinde değerlendirir. Editör kurulu bu tür yayınları değerlendirme sürecine dahil etmeme hakkına sahiptir.

* Dergiye gönderilen yazılar değerlendirilmeden önce benzerlik raporundan geçirilir. Yayın kurulunun belirlediği %20 genel, %5 tek kaynak oranının üzerinde benzerliğe sahip olan yazılar değerlendirilme sürecine dahil edilmez.

* Dergi, yayınlanması için gönderilen bir yazı ile ilgili oluşabilecek herhangi bir etik ihlali durumunda yazının değerlendirme sürecini durdurma ve gerekli yasal işlemleri başlatma hakkını elinde bulundurur. Makaleyle ilgili çıkar çatışmasında dergi açık olarak entelektüel ve etik ilkelere taraftır. Konuyla ilgili yazarların, hakemlerin, editör/alan editörlerinin yükümlü olduğu etik ilkeleri tanımlar.

* Kültürel Çalışmalar ve Medya dergisi, düzeltme, açıklama, tekzip ve özür niteliğindeki içerikleri yayınlamada sorumludur.

* Dergiye gönderilen makale ve yazılara ait bölümlerin metin içinde belirtilmeden yazının birden çok yayınında kullanılması kabul edilmemektedir. Bu gibi durumlarda COPE tarafından belirlenmiş olan yönergeler uygulanır.

* Ortaya çıkan bir çıkar çatışmasında belirsizlikler giderilen kadar makale değerlendirme süreci askıya alınır. Kültürel Çalışmalar ve Medya dergisinin bu gibi durumlarda yazar/yazarlardan Etik Kurulu İzni, Görüşmeci Rıza Formu ve ibraz edilmesi gereken belgeleri talep etme yetkisi bulunmaktadır.

* Yazarlar, yazılarını başvuru tarihleri arasında göndermekle yükümlüdürler. Bir yazar, aynı sayıya birden fazla yayını ile başvuramaz.

* Yazar/yazarlara ait bilgilerin gizliliği dergi sorumluluğundadır. Bu bilgiler muhtemel suistimalleri soruşturmada paylaşılabilir. Bu gibi durumlarda COPE'nin oluşturduğu yönergeler çerçevesinde tanımlanan ilkeler uygulanır.

* Hakemler, akademik bilince ve etik değerlere sahiptir, değerlendirme sürecinin mahremiyetine zarar verecek herhangi bir davranışta bulunmazlar.

* Editörler, dergiye gönderilen bir yazının ön incelemesinden yayınlanma aşamasına kadar geçen süre boyunca sürecin sağlıklı bir şekilde ilerlemesinden sorumludur.

PUBLICATION POLICY

The journal Cultural Studies and Media undertakes to apply scientific publication ethics standards and to comply with the principles prepared by the Committee on Publication Ethics (COPE) based on the recommendations developed by the journal editors.

* The articles submitted to the journal are passed through a similarity report before being evaluated. Manuscripts with similarity over 20% general and 5% single source determined by the editorial board are not included in the evaluation process.

* The Journal of Cultural Studies and Media undertakes to apply scientific publication ethics standards and to comply with the following principles of practices prepared by the Committee on Publication Ethics (COPE) based on the recommendations developed for journal editors. Articles submitted to the journal Cultural Studies and Media should not have been published before or included in the evaluation process of another journal.

* Anonymity is essential in the evaluation processes of the articles submitted to the Cultural Studies and Media magazine. Manuscripts are evaluated with a double blind review system.

* Cultural Studies and Media magazine, committed to applying scientific publication ethics at the highest level, accepts the publication ethics standards (<https://publicationethics.org/guidance/Flowcharts>) developed by COPE (Committee on Publication Ethics).

* The contents of the Cultural Studies and Media magazine are open access. The articles can be read, downloaded, copied and linked by readers without any commercial purpose.

* Freedom of expression is essential for the Cultural Studies and Media magazine. The magazine evaluates all kinds of racist, sexist, discriminatory content within the scope of hate speech. The editorial board reserves the right not to include such publications in the evaluation process.

* The journal reserves the right to suspend the evaluation process of the article and to initiate the necessary legal actions in case of any ethical violation that may occur in relation to an article sent for publication. In the conflict of interest regarding the article, the journal is clearly a party to intellectual and ethical principles.

* Cultural Studies and Media magazine is responsible for publishing content that is correction, explanation, refutation, and apology.

* It is not accepted to use the articles and sections of the articles submitted to the journal in more than one publication by the author without being specified in the text. In such cases, the guidelines set by COPE are applied.

* In a conflict of interest that arises, the article review process is suspended until uncertainties are resolved. In such cases, Cultural Studies and Media magazine has the authority to request from the author/authors the Authorization of the Ethics Committee, the Consent Form of the Interviewer, and the documents to be submitted. Authors are responsible for sending their manuscripts between the application dates. An author cannot refer to the same issue with more than one publication.

* Confidentiality of the author/authors information is under the responsibility of the journal. This information can be shared in the investigation of possible misconduct. In such cases, the principles defined within the framework of the directives created by COPE are applied.

* Referees have academic awareness and ethical values, they do not act in any way that would harm the privacy of the evaluation process.

* Editors are responsible for the healthy progress of the process from the preliminary review of a submitted article to its publication.

YAZIM KURALLARI

GENEL KURALLAR

1. Dergide yayımlanan yazı ve makalelerde kullanılacak dil Türkçe ve İngilizcedir.
2. Çalışmayı destekleyen bir kurum varsa, makale başlığının son kelimesi üzerine (*) konularak, aynı sayfada dipnot olarak destek veren kurum bilgileri belirtilmelidir.
3. Gönderilen yazılar kaynakça ve ekler dahil en az 6.000, en fazla 10.000 kelime aralığında olmalıdır.
4. Makaleler APA referans sistemine göre düzenlenmelidir. Metinlerde kullanılan referanslar ile kaynakça bilgisinin uyumlu olmasına özen gösteriniz.
5. Anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ve nicel çalışmalar, insanlar üzerine yapılan klinik araştırmalar, hayvanlar üzerine yapılan araştırmalar, retrospektif çalışmalar, insan ve hayvanların deneysel ya da bilimsel amaçlı olarak kullanıldığı araştırmalar etik kurul kararı gerektirmektedir. Etik kurul kararı gerektiren çalışmaların başvurularında yazar/yazarların makalelerini sisteme yüklerken ıslak imzalı etik kurul kararını da göndermeleri gerekmektedir. Makalenin ilk sayfasında ana başlığın sonuna (*) işareti ile dipnot vererek, makalenin sonuç bölümünün sonuna NOT bilgisi eklenerek ve yöntem bölümünde de izinle ilgili kurul adı, tarih, sayı numarası bilgilerine yer verilerek çalışmanın etik kurul kararına uygun olarak hazırlandığı belirtilmelidir. Olgu sunumlarını içeren çalışmalar için de bilgilendirilmiş gönüllü olur/onama formunun ıslak imzalı olarak sisteme yüklenmeli, çalışmanın ilk sayfasında ana başlığın sonuna (*) işareti ile dipnot vererek, makalenin sonuç bölümünün sonuna NOT bilgisi eklenerek ve yöntem bölümünde de “Aydınlatılmış onama formu”nun alındığına ilişkin bilgiye yer verilmelidir.
6. Başkalarına ait ölçek, anket, fotoğraf kullanımlarında sahiplerinden izin alınması ve çalışmalarda bu bilgilere yer verilmesi gereklidir. Çalışmalarda fikir ve sanat eserleri kullanımında telif hakları düzenlemelerine uygunluğuna dikkat edilmesi ve metinlerde gerekli atıfların yapılması istenmektedir.

ÖZEL KURALLAR

Sayfa Düzeni: Tüm sayfalar A4 sayfa düzeninde, kenar boşlukları; üst 3 cm, alt 3 cm, sağ 2 cm, sol 2 cm olacak şekilde düzenlenmelidir.

Yazı Türü: Times New Roman yazı karakteri kullanılmalıdır. Türkçe “Öz” İngilizce “Abstract” bölümleri 9, ana metin 12, kaynakça 11 punto olmalı; metin iki yöne hizalanmalıdır. Metin tek satır aralığı ile yazılmalı, paragraflar 1 cm sayfa girintisi ile başlamalıdır. Başlıklar ile öncesinde gelen metin arasına 1 satır (1 enter) boşluk bırakılmalıdır. Paragraflar arası geçişte ve kaynakça yazımında satır aralıkları önce 0 nk, sonra 6 nk olmalıdır. Dipnotlar ise 9 punto olacak şekilde düzenlenmelidir.

Kaynakça Türü: Kaynakça Times New Roman yazı karakteri ile 11 punto kullanılarak yazılmalıdır. Kaynakçada aslı girinti 1,5 cm'dir. Satır kat aralığı 1 cm, kaynakçalar arası geçiş aralığı da önce 0 nk, sonra 6 nk olacak şekilde düzenlenmelidir.

Başlıklar: Makale ana başlık ve alt başlıklardan oluşacak şekilde düzenlenmelidir.

- **Makale Başlığı:** İlk sayfanın başında, ortalı, tüm harfleri büyük, 12 punto, tek satır aralıklı, 30 nk önce, 12 nk sonra olacak şekilde, Türkçe makaleler için Türkçe başlığın altına İngilizce, İngilizce makaleler için İngilizce başlığın altına Türkçe makale başlığı yazılarak oluşturulmalıdır.

- **Alt Başlıklar:** Makalenin içeriğine göre oluşturulan başlıklar 12 punto, bold ve Arap rakamlarına göre (1.- 1.1.-1.1.1...vb.) sıralanarak hazırlanmalıdır. Makale metnindeki ana ve alt başlıklar 1., 2., 3., şeklinde, 6 nk önce, 6 nk sonra, ilk harf karakterleri büyük olacak şekilde yazılmalıdır. Metin içinde ana başlıklar altında sıralanacak alt başlıklar, ait oldukları ana başlığın sıra numarasına göre ikinci düzeyde 1.1., 1.2... şeklinde 6 nk önce, 6 nk sonra; üçüncü düzeyde 1.1.1., 1.1.2... şeklinde 6 nk önce, 6 nk sonra şeklinde başlıkta kullanılan her bir kelimenin ilk harfi büyük diğer harfler küçük olacak şekilde hazırlanmalıdır.

Öz/Abstract, Anahtar Kelimeler/Keywords: Makalede Türkçe “Öz” İngilizce “Abstract” ve metin içeriğine uygun olacak şekilde anahtar kelimelerin bulunması zorunludur.

- Makale dilinin Türkçe ya da İngilizce olmasına bakılmaksızın 100-200 kelime aralığında Türkçe “Öz” ve İngilizce “Abstract” bölümü olmalıdır. Öz ve abstract 9 punto ve tek paragraf şeklinde düzenlenmelidir. Öz'ün hemen altında “Anahtar Kelimeler” ve Abstract'ın hemen altında “Keywords” başlığı oluşturularak, makaleye uygun en az üç anahtar kelime; 9 punto, anahtar kelimelerin ilk harfleri büyük diğer harfleri küçük olacak şekilde yazılmalıdır.

Tablo, Şekil, Grafik ve Resimler: Metinde kullanılan tablo, şekil, grafik ve resimler yazar(lar) tarafından özgün olarak oluşturulmamış ise kaynak gösterilerek metin içinde kullanılabilir.

- **Tablo ve Grafikler:** Metin içinde kullanılan tablo ve grafikler Tablo 1., Tablo 2./ Grafik 1., Grafik 2. ... vb gibi sıralanmalı, başlıklar tablo ve grafiklerin üstüne yazılmalıdır. Tablo/Grafik sınırını aşmayacak şekilde başlıklar sola yaslı ve başlıkta kullanılan ilk kelimenin ve özel isimlerin ilk harfi büyük diğerleri küçük olacak şekilde oluşturulmalıdır. Özgün olmayan tablo ve grafiklerin hemen altına sola yaslı olarak “Kaynak” başlığı açılarak, tablo ve grafiklerin kaynağı belirtilmelidir.

- **Şekil ve Resimler:** Metin içinde kullanılan şekil ve resimler Şekil 1., Şekil 2./ Resim 1., Resim 2. ... vb. gibi sıralanmalı, başlıklar şekil ve resimlerin altına yazılmalıdır. Şekil/Resmin altında başlıklar ortalı ve ilk kelimenin ve özel isimlerin ilk harfi büyük diğerleri küçük olacak şekilde oluşturulmalıdır. Özgün olmayan şekil ve resimlerin hemen altına sola yaslı olarak “Kaynak” başlığı açılarak, şekil ve resimlerin kaynağı belirtilmelidir.

ATIFLAR: Makalede yapılan atıflar APA kurallarına uygun olacak şekilde düzenlenmelidir.

Metin içi atıf:

Tek yazarlı kaynaklara atıf: (Neyzi, 2010, s. 47/ss. 12-15)

İki yazarlı kaynaklara atıf: (Adorno & Horkheimer, 2010, s. 96/ss. 56-58)

Üç yazarlı kaynaklara atıf: (Bourse, Yücel & Kırgezen, 2012, s. 23/ss. 32-33)

Üçten fazla yazarlı kaynaklara atıf: (Atılğan vd., 2015, s. 42/ss. 52-55)

İkincil kaynaklar/Aktaran: (Jung, 1990; akt. Wilson, 2000, s. 85/ss. 63-65)

KAYNAKÇA: Makalede yararlanılan kaynaklar APA kurallarına uygun olacak şekilde düzenlenmelidir. APA kaynak gösterimi için bakınız: <https://www.citefast.com/style-guide.php?style=APA&sec=form>.

INSTRUCTION For AUTHORS

GENERAL RULES

1. The languages to be used in the articles and articles published in the journal are Turkish and English
2. If there is an institution that supports the study, (*) should be placed on the last word of the article title, and the supporting institution information should be stated as a footnote on the same page.
3. Submitted articles should be in the range of at least 6,000 and maximum 10,000 words, including references and appendices.
4. Articles should be arranged according to the APA reference system. Make sure that the references used in the texts are compatible with the bibliography information.
5. Quantitative and quantitative studies that require data collection from participants using questionnaire, interview, focus group study, observation, experiment, interview techniques, clinical studies on humans, research on animals, retrospective studies, experimental or scientific use of humans and animals research requires an ethics committee decision. In the applications of the studies requiring the decision of the ethics committee, the author / authors are required to submit the wet signed ethics committee decision while uploading their articles to the system. It should be stated that the study was prepared in accordance with the ethics committee decision, by adding a footnote with (*) to the end of the main title on the first page of the article, adding the NOT information to the end of the conclusion part of the article, and including the name of the board, date and issue number in the method section. For studies that include case reports, informed consent / consent form should be uploaded to the system with wet signature, by giving a footnote (*) to the end of the main title on the first page of the study, adding NOT to the end of the conclusion section of the article and the “Informed consent form” in the method section
6. It is necessary to obtain permission from the owners in using scales, questionnaires and photographs belonging to others and to include this information in the studies. It is required to pay attention to the compliance with copyright regulations in the use of intellectual and artistic works and to make the necessary references in the texts.

SPECIAL RULES

Page Layout: All pages are in A4 page layout, margins; It should be arranged as top 3 cm, bottom 3 cm, right 2 cm, left 2 cm.

Typeface: Times New Roman font should be used. Turkish “Öz” English “Abstract” sections should be 9 pt., Main text should be 12 pt., Bibliography should be 9 pt. text should be justified in both directions. The text should be written using single line spacing and paragraphs should start with 1 cm page indent.

Titles: The article should be organized in a way that consists of main headings and subheadings.

- **Article Title:** At the beginning of the first page, centered, all letters in capital, 12 pt, single line spacing, 30 pt before and 12 pt after, Turkish articles should be written under the Turkish title in English, for English articles in Turkish under the English title. .

- **Sub-Headings:** Headings created according to the content of the article should be prepared in 12 font size, bold and in Arabic numerals (1.- 1.1.-1.1.1... etc.). The main and sub-headings of the article should be written as 1., 2., 3., 6 pt before, 6 pt after, with the first letter characters in capital. Sub-headings to be listed under the main titles in the text, according to the sequence number of the main title they belong to, in the form of 1.1., 1.2..., 6 pt before, 6 pt after; at the third level, the first letter of each word used in the title should be capitalized and the other letters should be lowercase, such as 1.1.1., 1.1.2..., 6 pt first, 6 pt after.

Abstract, Keywords / Keywords: It is mandatory to include keywords in the article in accordance with the Turkish “Abstract”, English “Abstract” and the text content.

- Regardless of whether the language of the article is Turkish or English, it should have a Turkish “Abstract” section and an “Abstract” section in English between 100-200 words. Abstract and abstract should be arranged in 9 font size and one paragraph. At least three keywords suitable for the article by creating the title “Keywords” just below the “Keywords” and “Abstract” just below the Abstract; 9 font size, the first letters of the keywords should be capitalized and the other letters should be lowercase.

Tables, Figures, Graphics and Pictures: If the tables, figures, graphics and pictures used in the text are not originally created by the author (s), they can be used in the text by indicating the source.

- **Tables and Graphics:** Tables and graphics used in the text should be listed as Table 1., Table 2. / Graphic 1., Graphic 2... etc, and titles should be written on the tables and graphics. The titles should be left justified and the first letter of the first word and proper names used in the title should be capitalized and the others should be lowercase, not exceeding the table / graphic boundary. The source of the tables and graphics should be specified by opening the title “Reference” just below the non-original tables and graphics.

- **Figures and Pictures:** Figures and pictures used in the text Figure 1., Figure 2. / Picture 1., Picture 2... etc. Titles should be listed under figures and pictures. Under the Figure / Picture, the titles should be centered and the first letter of the first word and proper names should be capitalized and the others should be small. The source of the figures and pictures should be specified by opening the title “Source” just below the non-original figures and pictures.

REFERENCES: Citations made in the article should be arranged in accordance with APA rules.

• **In Text**

Single author: (Neyzi, 2010, p. 47/pp. 12-15)

Two authors: (Adorno & Horkheimer, 2010, p. 96/pp. 56-58)

Three authors: (Bourse, Yücel & Kirgezen, 2012, p. 23/pp. 32-33)

More than three authors: (Atılğan vd., 2015, p. 42/pp. 52-55)

APA Citation for “As citedin”: (Jung, 1990; as cited in Wilson, 2000, p. 85/pp. 63-65)

MEDIA & CULTURE

The Journal of Cultural Studies and Media

Issue:1 Volume: 2 Year: 2021

