



kilad

Kocaeli Üniversitesi
İletişim Fakültesi
Araştırma Dergisi



/19
2022 MART



kilad

Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi
Sayı: 19 • 2022

Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları No: 19

Sahibi
Prof. Dr. Nigar PÖSTEKİ

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Prof. Dr. Nigar PÖSTEKİ

Yayın Kurulu
Prof. Dr. Nigar PÖSTEKİ, Prof. Dr. Füsün ALVER
Prof. Dr. Cem PEKMAN, Prof. Dr. Emel BAŞTÜRK
Prof. Dr. İdil SAYIMER, Prof. Dr. Emel ÖZTÜRK
Doç. Dr. Selma KOÇ AKGÜL, Doç. Dr. Aybike PELENK ÖZEL
Doç. Dr. Sedat ÖZEL

Editörler
Doç. Dr. Aybike PELENK ÖZEL
Doç. Dr. Özgür VELİOĞLU METİN

Editör Yardımcıları
Arş. Gör. Seda ERGÜL, Arş. Gör. Kıymet KAYA,
Arş. Gör. Zeynep Ebrar VARLI, Arş. Gör. İpek KAYA,
Arş. Gör. İbrahim KARADAĞ

İngilizce Editör
Öğr. Gör. Suderin ALTAN

Redaksiyon
Arş. Gör. Seda ERGÜL, Arş. Gör. Gözde İSLAMOĞLU,
Arş. Gör. Kıymet KAYA, Arş. Gör. Zeynep Ebrar VARLI,
Arş. Gör. İpek KAYA, Arş. Gör. Turancan ŞİRVANLI,
Arş. Gör. Deniz ÖZAY

Kapak Tasarım
Taala OSKAY

Düzenleme ve Tasarım
Arş. Gör. Kıymet KAYA

İletişim Adresleri
Kocaeli Üniversitesi Umuttepe Yerleşkesi
41380 İzmit/KOCAELİ
Tel: 0 262 303 1860 - 0 262 303 1820 - Fax: +90 262 303 18 03
e-posta: editor_kilad@kocaeli.edu.tr
<http://kilad.kocaeli.edu.tr>

İçindekiler

Editör'den

SOSYAL MEDYADA NOSTALJİK HAFIZA DENEYİMLERİ OLARAK
THROWBACK PAYLAŞIMLAR

Dr. Rabiya SALTİK

TÜKETİM KÜLTÜRÜ BAĞLAMINDA MUHAFAZAKÂR
KADIN BEDENİ VE MODERNLEŞME PRATİKLERİ: ÂLÂ VE AYSHA
DERGİLERİ ÖRNEĞİ

Ebru YILDIZ GÜNENÇ

ÖZEL VE KAMUSAL ALAN AYRIMI AÇISINDAN YENİ MEDYA'YI
BAUMAN ÜZERİNDEN OKUMAK

Arş. Gör. Aysun KÖRLÜ TOPAN, Dr. Öğr. Üyesi Sezgin SAVAŞ

ULUSLARASI MEDYA KURULUŞLARINDA AFGAN SİĞİNMACI
HABERLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

İlknur ŞİT

YENİ TOPLUMSAL HAREKETLER BAĞLAMINDA BİR DİJİTAL AKTİVİZM
ÖRNEĞİ: AFGANİSTAN KADIN HAREKETİ MYREDLINE

Dr. Öğr. Üyesi Ebru TURANLI, Khalid TAHIRY

TAŞRADA ÇOCUKLUK: 2000'Lİ YILLAR BAĞIMSIZ TÜRK SİNEMASINDA
EBEVEYN TUTUMLARI

Ömer ERASLAN

EDİTÖR'DEN

Sayın okuyucularımız....

Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi'nin (KİLAD) Mart 2022 tarihli 19'uncu sayısını çıkarmanın mutluluğunu yaşıyoruz. İletişim bilimlerinin her alanındaki özgün ve bilimsel çalışmaların yanı sıra disiplinlerarası akademik çalışmalara da yer verilen ulusal hakemli dergi statüsündeki KİLAD'ın bu sayısında altı makale yer almaktadır.

Dr. Rabiya Saltik'in "*Sosyal Medyada Nostaljik Hafıza Deneyimleri Olarak Throwback Paylaşımlar*" isimli makalesinde sosyal medyada nostaljik hafıza deneyimleri olarak sunulan throwback temelli paylaşımlar #20liyaşlarc-hallenge akımı üzerinden ele alınmıştır. Yürütülen göstergebilim analizi sonucunda Instagram üzerinden ilgili hashtag aracılığıyla erişim sağlanan 428 paylaşımından 43'ünün geçmiş üzerinden belirli izlenimleri yaymaya hizmet ettiği bulgulanmıştır. Nostaljik fotoğrafların sosyal medyada paylaşılırken belirli izlenimler inşa ettiği, anlamının bugünün sınırları dâhilinde yeniden yapılandırıldığı ortaya koyulmuştur.

Ebru Yıldız Günenç'in "*Tüketim Kültürü Bağlamında Muhafazakar Kadın Bedeni ve Modernleşme Pratikleri: Âlâ ve Aysha Dergileri Örneği*" başlıklı makalesinde, Türkiye'de muhafazakâr kesime hitap eden İslami moda kadın dergilerinden olan Âlâ ve Aysha Dergileri, feminist eleştirel söylem çözümlemesi yöntemiyle analiz edilmiştir. Çalışma, İslami kesime hitap eden ve yayın politikalarında İslami muhafazakâr kadınların kamusal alandaki giyim-kuşam tarzlarına örnek oluşturmayı hedefleyen Âlâ ve Aysha Dergilerinde, İslami muhafazakâr kadınların tüketime teşvik edilmesinde kullanılan söylem stratejilerinin ortaya çıkarılması hedeflenmiştir.

Arş. Gör. Aysun Körlü Topan ve Dr. Öğr. Üyesi Sezgin Savaş'ın "*Özel ve Kamusal Alan Ayrımı Açısından Yeni Medya'yı Bauman Üzerinden Okumak*" isimli makalesi, kamusal alan ile yeni medya arasındaki bağlantıyı irdeleyerek Zygmunt Bauman'ın görüşleri çerçevesinde yeni medyanın idealize edilmiş özelliklerinin kamusal alan açısından değerlendirilmesine odaklanmaktadır. Yeni medya, sağladığı özelliklerle söz konusu tartışmaların odak noktası olurken çeşitli araştırmacıların konuya yönelik bakış açısı da farklılaşmaktadır. Bu anlamda kamusal alan ve yeni medya ilişkisi göz önüne alındığında literatürde özellikle Zygmunt Bauman'ın görüşleri önemlidir. Bauman'ın değindiği özel alanın niteliğinin dönüşmesi, bireysel sorunların kamusal yönlerinin yitirilmesi, kamusal alanın aktörsüz kalması ve bireyin eleştireliliğini yitirmesi gibi konular, bir kamusal alan olarak yeni medya üzerine incelenmiştir.

İlknur Şit'in "*Uluslararası Medya Kuruluşlarında Afgan Sığınmacı Haberleri Üzerine Bir İnceleme*" başlıklı makalesinde, Türkiye'de yayın yapan uluslararası medya kuruluşlarının Afgan sığınmacılara ilişkin haberleri, Teun A. Van Dijk'in eleştirel söylem analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Çalışmada, genelde medyada ve politik söylemlerde Suriyeli paydasında homojenleştirilen Afgan sığınmacılara ilişkin haberlerin; Türkiye'de yayın yapan uluslararası medya kuruluşlarında nasıl kurgulandığı, haber yapılış biçimleri, taşımış oldukları söylemler/mesajlar ve kamuoyu oluşturmadaki rolü incelenmiştir.

Dr. Öğr. Üyesi Ebru Turanlı ve Khalid Tahiry'nin "*Yeni Toplumsal Hareketler Bağlamında Bir Dijital Aktivizm Örneği: Afganistan Kadın Hareketi MyRedLine*" başlıklı makalesi, toplumsal hareketler, kadın hareketleri, dijital aktivizm kavramları üzerine odaklanmıştır. Çalışmada, Afganistan'da dijital kadın aktivizminin bir örneğini oluşturan MyRedLine (Benim Kırmızı Çizim) kadın hareketinin Twitter ve Facebook sayfaları üzerinden yaptığı paylaşımlar ve hareketi başlatan Farahnaz Forotan'ın hareketle ilgili kişisel sayfasında paylaştığı içerikler, niceliksel ve niteliksel olarak içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir.

Ömer Eraslan'ın "*Taşrada Çocukluk: 2000'li Yıllar Bağımsız Türk Sinemasında Ebeveyn Tutumları*" isimli çalışmasında, 2000 sonrası bağımsız Türk sineması film örneklerinde çocuklara yönelik ebeveyn tutumları incelenmiştir. Karpuz Kabuğundan Gemiler Yapmak (Ahmet Uluçay, 2004), Beş Vakit (Reha Erdem, 2006), Bal (Semih Kaplıanoğlu, 2010), Zefir (Belma Baş, 2010), Halam Geldi (Erhan Kozan, 2013), Sivas (Kaan Müjdeci, 2014) ve Rauf (Soner Caner ve Barış Kaya, 2016) filmlerinin örneklem olarak seçildiği çalışmada, ebeveyn çocuk ilişkileri, aşırı baskılı ve otoriter, aşırı hoşgörölü, dengesiz ve kararlı, aşırı koruyucu, güven verici ve hoşgörölü olmak üzere beş farklı ebeveyn tutumu üzerinden analiz edilmiştir.

Saygılarımızla...

Editörler
Doç. Dr. Aybike PELENK ÖZEL
Doç. Dr. Özgür VELİOĞLU METİN

SOSYAL MEDYADA NOSTALJİK HAFIZA DENEYİMLERİ OLARAK THROWBACK PAYLAŞIMLAR

THROWBACK POSTS AS NOSTALGIC MEMORY EXPERIENCES
ON SOCIAL MEDIA

Dr. Rabiya SALTİK ¹
rabiya_saltik@hotmail.com

ÖZET

Fotoğraf değişimi görmenin, yitirilenlerin görüntüsünü muhafaza etmenin aracıdır. Fotoğrafın bu nitelikleri onu her zaman bellekle ilişkili bir kavram hâline getirmiştir. İnsanlık kendi öz-yolculuklarının hatırasını geçmişten günümüze fotoğraf aracılığıyla inşa etmiştir. İçinde yaşadığımız 21.yüzyılda ise dijital fotoğrafın bellekle ilişkisi kullanıcıların sahip olduğu kontrol imkânı dâhilinde yeniden tartışılır hâle gelmiştir. Belleğin taşıyıcısı olarak görülen fotoğraf sosyal paylaşım ağlarında bir iletişim biçimine dönüşmüştür. Fotoğraf ve bellek ilişkisinin dijital çağda dönüştüğü, fotoğrafın artık kullanıcılar tarafından belirli izlenimler inşa etmek üzere kullanılan bir pratiğe dönüştüğü fikri ön plana çıkmıştır. Bu araştırmada sosyal medyada nostaljik hafıza deneyimleri olarak sunulan throwback temelli paylaşımlar #20liyaşlarchallenge akımı üzerinden ele alınmıştır. Yürütülen göstergebilim analizi sonucunda Instagram üzerinden ilgili hashtag aracılığıyla erişim sağlanan 428 paylaşımın 43'ünün geçmiş üzerinden belirli izlenimleri yaymaya hizmet ettiği bulgulanmıştır. Nostaljik fotoğrafların sosyal medyada paylaşılırken belirli izlenimler inşa ettiği, anlamının bugünün sınırları dâhilinde yeniden yapılandırıldığı ortaya koyulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Fotoğraf, Nostalji, Hafıza, Throwback, Yayılan İzlenim Kuramı, 20liyaşlarchallenge, Hafıza Mekânları.

ABSTRACT

Photography is a means of seeing change and preserving the image of the lost. These qualities of photography have always made it a concept associated with memory. Humanity has built the memory of its own journeys through photography from past to present. In the 21st century we live in, however, the relationship of digital photography with memory has become debatable once again within the control possibilities of the users. Photography, which is seen as the carrier of memory, has turned into a form of communication in social networks. The relationship between photography and memory has been transformed in the digital age; The idea that photography has now turned into a practice used by users to build certain impressions has come to the fore. In this research, throwback-based posts presented as nostalgic memory experiences on social media are discussed through the #20liyaşlarchallenge movement. As a result of the semiotic analysis carried out, it was found that 43 of the 428 posts accessed via the relevant hashtag on Instagram serve to spread certain impressions over the past. It has been revealed that nostalgic photographs build certain impressions when shared on social media, and their meaning is restructured within the limits of today.

Keywords: Social Media, Photography, Nostalgia, Memory, Throwback, Spreading Impression Theory, 20yearschallenge, Memory Spaces.

¹ Bu çalışma Rabiya SALTİK'in 2021 tarihli "Siberpsikoloji Çağında Mutluluk Belleği: Deneyimlenen Mutluluğun Sosyal Medyada Dönüşümü" başlıklı doktora tezinin bir bölümünden türetilmiştir.

GİRİŞ

İletişim insanlık tarihi boyunca var olmuş; hızla gelişen teknolojik olanaklar ile bireylerin istek ve ihtiyaçlarının sonucunda yeni boyutlar kazanmıştır. İnsanlığın iletişim kurmada başvurduğu ilk dayanak imgelerin gücü olmuştur. İmgelerin kullanım olanaklarının radikal dönüşümü fotoğraf teknolojisinin gelişimiyle başlamıştır. Fotoğraf 1826 yılında icat edilmesinden bugüne uzanan süreçte her zaman cazip bir teknoloji olarak varlık sürmüştür. Hatırlamanın koşulunu yaratan fotoğraf zamanın belgeleyicisi olmuş ve objektifin yakaladığı görüntü ile nesnel dünyanın bir kopyasını mekanik olarak yeniden var etmiştir. Fotoğrafın bu anlamı onu var olduğu ilk günden itibaren bellekle ilişkili bir kavram hâline getirmiştir.

Fotoğraf değişimi görmenin, zamanın akışkanlığını hissetmenin, yitirilenlerin görüntüsünü muhafaza etmenin aracıdır ve bu hâliyle her zaman tercih edilirliliği yüksek bir teknoloji olmuştur. İnsanlık fotoğrafı kendi zamansal yolculuklarını görmek, hatırlamak ve anlamlandırmak üzere geçmişten bugüne kullanmış, kendi öz-yolculuklarının hatırasını fotoğraf aracılığıyla inşa etmiştir. Bu anlamda analog dönemde sadece tatil, doğum günü, mezuniyet gibi belirli günlerde kullanılan fotoğraf pratiği dijital teknolojilerin dâhil olmasıyla birlikte dönüşmeye başlamıştır. Özellikle cep telefonlarının içine yerleşen fotoğraf kamerasıyla birlikte fotoğraf özel günlerin belgeleyicisi olmaktan öteye giderek gündelik olanı da içine alan daha geniş bir kapsamda tanımlanmaya başlamıştır. Bir zamanlar belleğin taşıyıcısı olarak görülen fotoğraf sosyal paylaşım ağlarında bir etkileşim yöntemi olarak kullanılır hâle gelmiştir. Bireyler sosyal ağlar üzerinde oluşturdukları profil hesapları yoluyla fotoğraflarını paylaşmaya başlamış; bir zamanlar aile albümlerinde, cüzdanlarda ve çerçevelerde hüküm süren fotoğrafın yeni hatıra evreni dijital mecralar olmaya başlamıştır. Kimi zaman anlık deneyimlerinin fotoğrafını paylaşan kullanıcılar kimi zamansa nostaljik hatıralarını *throwback* adı verilen geriye dönüş formlarıyla profil hesaplarındaki sanal duvarlara eklemeye başlamıştır. Bu bağlamda dijital dünyada kullanıcıların sosyal ağlar üzerinden paylaştıkları fotoğraflar ile fotoğraf ve bellek ilişkisinin dönüştüğü; fotoğrafın artık kullanıcılar tarafından belirli izlenimler inşa etmek üzere kullanılan bir pratiğe dönüştüğü fikri ön plana çıkmıştır. Var olduğu ilk günden itibaren bellekle ilişkilendirilen fotoğrafın, dijital paylaşım çağında geçmişin kareleriyle bir izlenim yayma pratiğine dönüşmesi sonucunda sosyal medyada fotoğraf ve bellek ilişkisini *throwback* akımı bağlamında ele almak gereklilik hâline almıştır.

Zaman ve mekânın iletişimde bir kriter olmadığı sanal dünyada kullanıcılar nostaljik hatıralarını *throwback* paylaşımları şeklinde sanal mecralara yüklemeye başlamıştır. Ancak nostaljinin fotoğraf aracılığıyla gündeme getirilirken anlamını geçmişten ziyade bugünde kurduğu ve sosyal ağlarda belirli izlenimler inşa etmek üzere kullanıldığı bir sürece geçiş yapılmıştır. Fotoğrafın bellekle ilişkisi dijital çağda paylaşım açılan nostaljik fotoğraflarla daha karmaşık hâle gelmiştir. Sosyal medyada nostaljik geriye dönüş paylaşımlarının fotoğraf özelinde ele alınacağı bu çalışmada, nostaljik fotoğrafların yayılan izlenimler bağlamında kullanımının ortaya koyulması ve bu konudan hareketle dijital çağda fotoğraf ve bellek ilişkisinin tartışmaya açılması amaçlanmaktadır. Çalışmada dijital çağda fotoğrafın belirli izlenimler inşa eden, arzuya uygun bellek formları hâline geldiği kabul edilmekte ve aşağıdaki sorulara yanıt aranmaktadır:

- Dijital medya çağında fotoğraf ve bellek ilişkisi nasıl dönüşmektedir?
- Kullanıcılar sosyal medyada nostaljiyi nasıl anlamlandırmaktadır?
- Sanal mecralarda nostaljik fotoğrafların paylaşımı Goffman'ın yayılan izlenim kuramı bağlamında arzuya uygun bellekle ilişkilendirilebilir mi?

Bu amaçla yürütülecek çalışmada sırasıyla fotoğraf ve bellek ilişkisi, dijital çağda fotoğraf ve bellek ilişkisi, yayılan izlenim kuramı bağlamında sosyal medya ve nostaljik deneyimler olarak *throwback* paylaşımları başlıklarına yer verilecektir. Ardından sosyal medyada popüler hâle gelen nostaljik paylaşımlar üzerinden bir göstergebilim analizi yapılacaktır. Göstergebilim analizinden elde edilen bulgulardan hareketle sonuç bölümünde dijital çağda fotoğraf ve bellek ilişkisi tartışmaya açılacaktır. Sosyal medyanın yayılan izlenimlerin inşası bağlamında kullanımına örnek araştırmalar bulunsa da konuyu doğrudan bellekle bağlantı kuran nostaljik fotoğraflar üzerinden ele alan araştırma sayısı çok azdır. Bu bağlamda yayılan izlenimleri doğrudan nostaljinin sosyal medyadaki hatıra biçimi üzerinden inceleyen ve nostaljinin bugüne bağlanan yüzünü sosyal medya ve bellek ilişkisi üzerinden ele alan bu araştırma önem arz etmektedir. Araştırma, alana katkı sağlayarak gelecek araştırmalar açısından da ufuk açıcı olacaktır.

1. Fotoğraf ve Bellek İlişkisi Üzerine

İnsanın imgeleri kaydetme arzusu tarih boyunca var olmuştur. Fotoğrafın imgelerle arasındaki ilişki ona güç veren temel etmendir. Sahip olduğu imgesel güç sayesinde fotoğraf bir anı ve deneyimi sonsuza dek somut bir nesne ile muhafaza etmeyi mümkün kılmaktadır. Anın ve deneyimin korunabilirlik gücü fotoğrafın bellekle ilişkisini en genel anlamda özetlemektedir. Geçmişten bugüne dek fotoğraf insan hayatının pek çok alanında hüküm sürmüş; geçmişle şimdi arasındaki bağı kurmanın ve hatırlamanın anahtarı olmuştur. Duvarda, çerçevede, mukavva korumalı albümlerde ya da çekmecelerde saklanan fotoğraf kareleri şimdide dek onlarca mekânda var olmuş ve kişilerin hayatlarının ve belleklerinin parçası olarak varlığını sürdürmüştür.

Fotoğraf ve bellek ilişkisinin kuramcılar tarafından ele alınma biçimlerini anlatarak başlamak anlamlıdır. Fotoğraf Eski Yunanca ve Latince kökenli bir kelime olarak ışık anlamındaki *photos* ve yazı anlamındaki *graphis* kelimelerinin birleşiminden meydana gelmektedir. Bir ışık işi olarak anlamlandırılan fotoğraf (Akbaş ve İkizler, 2010, s. 13) TDK Sözlük'te çeşitli teknik süreçler sonucunda bir görüntüyü bir yüzey üzerinde sabitleme biçiminde tanımlanmaktadır. Fotoğraf zıtlık, tonlama ve armoniler ile doğanın kopyasını kaydetmeye imkân tanıyan hafızalı bir aynadır (Fackler, 2019, s. 521). Bunun da ötesinde fotoğraf kayıt altına alınmak istenen bir görüntünün, insansal bir seçimin tanığıdır. Fotoğraf, muhafaza etmek için deklanşöre basan kişinin tanık olduğu nesne, olay ya da durumun kaydedilmeye değer olduğuna işaret eder (Berger, 2015, s. 36). Yapılan fotoğraf tanımlamalarından da anlaşıldığı üzere fotoğraf, çekilmeye değer bulunan an ve görüntünün hafızasını kurma ve muhafaza etme girişimi olarak anlam kazanmaktadır.

Bir anın görüntüsünü sonsuza dek koruyabilen fotoğrafın görüntüsü geçmişte uçmaktadır. Geçmiş fotoğraf aracılığıyla tanınabilir olduğu anda yanıp sönen bir daha asla görülmeyen bir imge olarak yakalanmaktadır (Benjamin, 2003, s. 390). Hareketli görüntüler bir akış içinde hareket ederek ve sürekli olarak bir önceki görüntüyü silerek yok

ederken bir fotoğraf karesi ayrıcalıklı bir anı temsil etmektedir. Bu ayrıcalıklı an, tekrar tekrar bakılmak üzere muhafaza edilecek bir anın ayrıcalığıdır (Sontag, 2011, ss. 21-22). Fotoğrafın gücü, sonradan gelecek olan imgelerin onu silmesine engel olarak deneyimin kalıntısı olan görüntüyü yalıtımdır. (Berger, 2015, s. 84). Bunun da ötesinde fotoğraf insanların, mekânların ve temsil ettiği şeylerin fiziksel bir izini yansıyan ışık yoluyla muhafaza etmek için vardır (Zuromskis, 2017, s. 34). Kuramcılarının fotoğrafı tanımlarken “yalıtılan anın görüntüsü” ve “fiziksel izi” ifadelerine yer vermeleri, fotoğrafın bellek formu olarak tanımlanma gerekliliğini gözler önüne sermektedir.

Fotoğraf üzerine ilk çalışmalardan biri olan Camera Lucida *Fotoğraf Üzerine Düşünceler* kitabını yayımlayan Roland Barthes (1996, s. 18) fotoğrafın sonsuza dek muhafaza ettiği şeyin sadece bir kez yaşandığını söyleyerek varoluşsal anlamda tekrar etme imkânı olmayan fotoğrafın mekanik olarak yinelediğini ifade etmiştir. Tekrar olanağı olmayan fotoğraf mekanik olarak sonsuza dek çoğaltılabilmekte ve uzun yıllar muhafaza edilebilmektedir. Bu bağlamda fotoğraf zapt edilmiş deneyimler olarak varlık sürdürürken fotoğraf makinesi depolamaya meyilli bilincin ideal kolu olmaktadır (Sontag, 2011, ss. 2-3). Görüntüleri dondurma yeteneğine sahip olan fotoğraf bu kabiliyetle bireyi belleğin yükünden kurtarmaktadır. Berger’in ifadesiyle fotoğraf “bireyi Tanrı gibi gözlemekte ve onun yerine gözlemede bulunmaktadır” (Berger, 2015, ss. 71-74). Anın deneyimini kopyalayabilen fotoğraf, keşfedildiği ilk günden itibaren insanlığın kadim bir dostu olarak hüküm sürmüştür ve belleklerini sabit kareler aracılığıyla yarınlara taşımalarında aracı olmuştur.

Fotoğraf ve bellek ilişkisinde tartışmalar şüphesiz fotoğrafın bir belge mi yoksa inşa edilmiş bir gerçeklik mi olduğu yönünde tanımlamalarla ilerlemiştir. Andre Bazin’e göre (1967, ss. 7-8) doğası gereği fotoğraf doğru ve tarafsız bir teknolojidir ve bu hâliyle de nesnel bir karaktere sahiptir. Eleştirel bakışın tüm iddialarına karşı fotoğrafın yeniden üretilen, zaman ve mekânda gerçekliği doğrulayan bir niteliği bulunmaktadır. Çünkü ona göre nesneyi yöneten, zaman ve mekân koşullarından sıyrılmış nesnenin yine kendisi olmaktadır. Ne kadar solmuş, rengi gitmiş, bozulmuş ya da belge değeri eksik olsa da fotoğrafın üretim süreci onunla beraberdir. Andre Bazin’in fikirlerinden farklı olarak Sontag ise (2011, ss. 3-7) bir nesnenin fotoğrafını çekmenin onun gerçekliğini ele geçirmek olduğunu ifade etmektedir. Bir yandan samimi bir yorum olan fotoğraf diğer yandan gerçeklik minyatürüdür. Tüm nesnellik zannına rağmen çekilen fotoğraflarda beğeni buyruğu baskın olmaktadır. Bu buyruk fotoğrafçının “gerçek gibi” çabasına rağmen fotoğrafı çekilen kişinin sıfır noktasını bulamamasıyla sonuçlanmaktadır. Çünkü fotoğrafı çekilen kişi Barthes’in (1996, ss. 23-24) ifadesiyle her durumda “iyi bir anlatım takınmaya mahkûm edilmektedir”. Bu durumda fotoğrafa konu olan kişinin sıfır noktasını bulması olanaksız hâle gelmektedir. Fakat yine de Barthes fotoğrafın anda bulunmanın bir sertifikası olduğunu söylemekte ve fotoğrafın gerçekliğini artık kimsenin dokunama yacağı bir gerçeklik biçiminde tanımlamaktadır (Barthes, 1996, s. 83). Barthes’in “sıfır noktası” kavramıyla açıklamaya çalıştığı fotoğraf bir anın fiziksel görünümünü yalıtırsa da o görüntünün çekim öncesi hazırlığı ve “güzel” görüntülenmiş olması gibi beklentilerin varlığı gerçekten de fotoğrafı salt belge tanımlamaları içinde değerlendirmeyi zorlaştırmaktadır. Zira kişisel hatıra evrenini kayda aldığı karelerle belgelemek isteyen insan için fotoğrafın arzu ve beklentilere uygun biçimde kaydedilmiş olması gerçeği hiçbir zaman geri planda olmamıştır.

Fotoğrafın beklentilerle bir aradalığı Sontag’ın fikirleri ışığında açıklanabilir. “Fotoğraf bir yapıttır” diyen Sontag bu yapıttının cazibesinin sanatın prestiji ile gerçek olanın sihrini eş zamanlı olarak bağrında taşımaktan geldiğini ifade etmektedir. Bu yüzden fotoğraf hem bilgi yumağıdır hem de fantezi bulutudur (Sontag, 2011, s. 85). Berger’e (2015, s. 38) göre ise fotoğrafçılıkta inşa ya da dönüştürmeye de yer yoktur. Fotoğrafçının seçimi sadece neyin kayıt altına alınacağını başka bir ifadeyle tecrit edilecek anı belirlemektedir. Fotoğraf makinesinin yakaladığı hâliyle kabul edildiğinde dünya elbette son derece bilinebilir görünebilir ancak; fotoğrafa yönelik beklentiler, karelerdeki görünümü ince eleyip sık dokuma telaşı ve aynı kareleri defalarca çekme arzusu gibi unsurlar göz önünde bulundurulduğunda Sontag’ın belge ve fantezi tanımlamalarının birlikteliği daha anlamlı görünmektedir.

Fotoğraf makinesinin kayda aldığı görüntülerin insan yapımı bir kültürel eser mi yoksa yitip gidenlerin ardında bıraktığı doğal bir iz mi olduğu konusu görüldüğü üzere geçmişten bugüne tartışılmalıdır. Çekimi yapan fotoğrafçının seçimleri fotoğrafın kültürel bir kurgu olduğunu düşündürürken o fotoğrafa bakma deneyimi de kültürel bir kurgunun parçası olmak şeklinde biçimlenmektedir. Diğer yandan görüntü ile onun temsil ettiği şey arasındaki ilişki dolaylı ve kurgusuzdur. Bu hâliyle doğal bir iz yorumu da yapılabilmektedir. Berger (2007, ss. 84-85) bu tartışmanın net bir cevabı olmadığını söylemektedir. Cevap onun ifadesiyle her ikisi birdendir.

Sahip olduğu imgesel gücün etkisiyle deneyimleri kayıt altına alarak saklayabilen ve yıllar sonra dahi o deneyimin bir kopyasını somut bir materyal hâlinde görselleştirebilen fotoğrafın bellekle ilişkisi hep var olmuştur. Resim gerçeğe onu görmeden de öykünebilirken fotoğraf nesnenin o anda bulunduğu resmî belgesidir. Fotoğraf gerçeklik ve geçmişin çakışmasıdır. Fotoğraf en basit anlamda şu cümleye işaret etmektedir: “Bu vardı!” Bu yüzden bir fotoğrafa bakma deneyimi ölümle karşılaşmaktır (Barthes, 1996, ss. 74-75). Fotoğraf hafızası olan bir ayna gibi artık olmayanlardan geriye kalandır (Turan, 2011, s. 23). Fotoğrafa bakan kişinin yaptığı şey zaman ve mekânda hareket etmektir. Bu hareketlilik hem zihinsel hem duygusaldır. Fotoğrafa bakan kişi kendi öz varlığının zamansal ve mekânsal izlerinde yüzer. Bu deneyim “Ben bunu yaşadım” ve “Oradaydım” hissiyatıyla bezenmiştir. Bu noktada kişinin fotoğrafa bakıp zihinsel ve duygusal bir deneyim yaşaması gibi fotoğraf da ona bir şeyler anlatmaktadır. Başka bir ifadeyle bu iletişim etkileşim esasıyla işlemektedir. Fotoğraf hem “orada” olmamayı hem de orada bulunmuş olmanın varlığını yansıtan bir gösterge olarak hüküm sürmektedir. Yanan odun ateşi gibi fotoğraflar da yitip gitmiş olanların imgesini canlandırmaktadır (Sontag, 2011, s. 19).

Bellek nesneye, mekân ve zamana, doku ve kokuya hapsolmuş hatıra atmosferinin duygusallık temeliyle yaşadığı zihni bir süreci ifade etmektedir (Nora, 2006, s. 19). Bir fotoğrafa bakma deneyimi de kişide duygusallıkla başlayan zihinsel bir süreci başlatmaktadır ve fotoğrafın bellekle ilişkisinin en önemli yüzü de bu konudur. Fotoğrafın duygusallık boyutunu açıklayan isimlerden biri Roland Barthes’tır. Fotoğrafın hatırlama ve bellek ilişkisinden bahseden Barthes (1996, ss. 40-43) fotoğrafın okunmasında iki kavramı öne sürmektedir: studium ve punctum. Studium alanı bir fotoğrafı kültürün ve bilginin uzantılarıyla okumaktır. Binlerce fotoğraf bu alandan gelmekte iken bu fotoğraflara duyulan ilgi de ortalama seviyesindedir. Bir fotoğrafı derinlikle okumak ise sadece

punctum alanı ile olanaklıdır. Fotoğraf karesindeki öznel deneyimlerin varlığı bireyleri punctum alanına götürmektedir. Isırık, delik, kesik gibi anlamlara gelen punctum kişiyi delen geçen, kazaların ve yaraların olduğu alandır. Punctum fotoğrafa bakan kişiyi cezbeden detaydır. Fotoğrafın öznel yaşam deneyimleri ve bellekteki yeri önemliyse studium alanı alt edilmekte ve ortalama ilginin üzerinde bir alaka ile punctum alanı başlamaktadır. Annesinin çocukluğundan bir fotoğraf örneği vererek konuyu somutlaştıran Barthes o fotoğrafı annesinden, “onun saçından, teninden, kıyafetinden fışkıran ışıkların hazinesi” olarak değerlendirmekte ve studium alanını delmektedir (Barthes, 1996, s. 78).

Barthes’ın yaklaşımı zamanın akıp gidişi, ölümler, kayıplar ve artık var olmayanları punctum alanıyla eşleştirmektedir. Fotoğrafın ölümlülerin envanteri olduğunu söyleyen Sontag da (2011, s. 86) kişinin kendisinin, tanıdığının ya da tanınmış bir ismin fotoğrafına bakmasının insanda ilk olarak bir duygu durumu yarattığını belirtmektedir. Fotoğraf “orada” ve hayatlarının bir anında bulduklarını göstermektedir. Dahası fotoğraf dağılmış, değişmiş, bağımsız olarak varlıklarını sürdüren kişilerle şeyleri bir araya getirmeye yaramaktadır. Bu sebeple fotoğraf Barthes’ın (1996, s. 16) da ifade ettiği biçimde hem geçmişini hem de şimdiki kurgulayabilen bir araçtır. Belge-yapıntı, yalıtılmış an-fantezi bulutu tartışmalarına karşın fotoğrafın bellekle bağı hiç kopmamıştır. Bilhassa bir fotoğrafa bakma deneyiminin kendisi onu başlı başına bir bellek unsuru olarak ele almayı gerekli kılmıştır. Zira fotoğraf karesinde bakılan, yorumlanan geçmiş bugünkü anın deneyimi içinde anılmakta ve gündeme gelmektedir. Bakılan şey geçmişte kalsa da bugünün bilinciyle değerlendirilmektedir ve bu durum fotoğraf ve bellek ilişkisinin her zaman var olacağına işaretidir.

Fotoğrafın cazibesi, onun hayatın içinden gelmesinden kaynaklanmaktadır. Fotoğraf ile akıp giden zaman, yitip giden hayatlar, gelenek ve alışkanlıklar, toplumsal olaylar ve bireysel mutluluklar özetle insana ve dünyaya dair her şey kaydedilebilmektedir. Dolayısıyla geçmişten günümüze giderek etkisini artıran fotoğrafın sadece teknolojik bir araç olarak anlamlandırılması yetersiz kalacaktır. Fotoğraf, kendi tarihsel gelişim süreci içinde hem gerçeğin belgesi olarak zamana dokunmuş hem de tekniğin ve ışığın dilini bireyin öznel kayıtları ve anıları aracılığıyla inşa edebilmiştir. Bugün ise fotoğraf, insan hayatına yerleşerek anı ve hatıra biriktirmekten görüntü üretme mantığına evrilmiştir. Fotoğraf son derece kolay olarak üretim ve dağıtımının yapılması olanağıyla görsel kültürü besleyerek yeni vizyonlar geliştirmiştir. Bu bağlamda dijital dünyada fotoğraf ve bellek ilişkisine de parantez açmak gerekmektedir.

2. Dijital Çağda Fotoğraf ve Bellek İlişkisi

Çekmecelerde, ayakkabı kutularında, konsolun üzerinde, çalışma masalarında ya da şeffaf jelatinlerle koruma altına alınmış mukavva albümlerde muhafaza edilen fotoğraf onlarca mekânda hüküm sürebilmektedir. İcadından bugüne dek cazip bir imgesel teknoloji olan fotoğraf, popülerleşerek insan hayatının merkezine yerleşmiştir. Bugün ise anlamının önemli bir biçimde değişim geçirdiği bir kültür biçimi olarak dijital teknolojilerde varlık sürdürmeye başlamıştır. Fotoğrafın dijital sürecinin başlaması onu hiç olmadığı kadar kitlesel bir uygulama hâline getirmiştir. Mutlu anların belgesi olarak saklanan, belleğin somut bir formu olarak işlev gören fotoğraf, bireyin gündelik iletişiminin bir parçası olmaya başlamıştır. Bugün fotoğraf derken aslında somut bir kâğıt materyalden

mi yoksa mobil cihazların ekranına düşen bir görüntüden mi bahsedilmektedir sorusu ve fotoğrafın bellekle ilişkisinin nasıl dönüştüğü sorusu önem arz etmektedir.

Dijital çağda fotoğraf ve bellek ilişkisini sorunsallaştıran Van Dijck (2008, s. 59) fotoğraf ve kameraların bellek işlevinin tamamen ortadan kalkmadığını öne sürmüştür. Bunun tersine fotoğrafların işlenmiş, dağıtılmış hâli teller üzerinden sanal mecralara taşınmıştır. Fotoğrafın deneyimlenen bu yeni hâli *live pictures* (yaşayan/canlı fotoğraflar) olarak anılmaktadır. Fotoğrafın dijital deneyimi daha halka açık, biçimlendirilebilir ve anlık olmaya başlamıştır. Bu durumda fotoğrafın iletişim ve etkileşim temelli kullanımını giderek ve sürekli çeşitlenen biçimlerde kullanılmaya başlamıştır. Diğer yandan hafızanın nesnesi olarak görüntüler daha az kişisel ve daha fazla kamusal hâle gelmeye başlamıştır. Van House’a (2011, s. 133) göre dijital fotoğraf meselesinde hafıza tehdit altına girmiştir. Kişisel fotoğraflar hafıza unsuru olmaktan daha ziyade daha kamusal ve geçici materyallere dönüşmüştür. Bu durumda fotoğrafın anlamı da daha az özel ve dayanıklı olma biçiminde dönüşmüştür.

Fotoğraf Van House’nin ifade ettiği gibi daha kamusal, daha az özel bir iletişim nesnesine dönüşüyse dijital çağda fotoğrafın ölümle bağlantılı olma durumu ortadan kalkmıştır. Ölüm kavramı artık yabancı hatta belki yanlıştır. Fotoğraf artık Bazin’in zamanın mumyacıları olarak tanımladığı anlamdan sıyrılmıştır. Bunun yerine daha canlı, anında ve geçici bir uygulamaya dönüşmüştür. Dijital ortamda gündelik görüntülerin zaman ile ilişkisinde kesin bir değişim başlarken, dijital medyanın kullanıcıları konumundaki bireyler kendileri ve çevreleri hakkında anlatılar inşa etmeye başlamıştır (Murray, 2008, ss. 147-154).

Dijital dünyada fotoğrafın anlamı üzerine düşünen Van Dijck konuyu kameralı telefonlar bağlamında ele almaktadır. Dijital dünyada bin resim artık tek bir kelimeye bedeldir: “bakın!” Fotoğrafın kendisi mobil fotoğrafın olanaklarıyla gerçek zamanlı bir deneyim hâlini almıştır. Fotoğraf göndermek ve almak anlık olarak gerçekleştirilebilirken fotoğrafın hatıra değeri zayıflamış, “anlar” deneyimi değer kazanmaya başlamıştır. Özellikle dijital medyayı etkileşim için kullanan genç kuşak fotoğrafı da bir etkileşim aracı hâline getirmiştir. Van Dijck’a (2008, s. 62) göre fotoğrafın gündelik birleşme durumu deneyimin bireyselleştirilmesini içeren daha geniş bir kültürel dönüşümün sonucudur. Fakat yine de Van Dijck (2008, s. 68) fotoğrafın hafıza aracı olma işlevini terk etmediğini ifade etmiştir. Fotoğraf bellek aracı olmaktan uzaklaşmış; ancak onu tamamen terk etmemiştir. Gündelik hayatların ağa bağlı biçimde sürdürüldüğü bir zamanda fotoğrafçılığın modu da “paylaşmak” üzerine yoğunlaşmıştır. Dahası sanal uzamda paylaşılan fotoğraflar sonsuza dek dolaşımında kalabildiği gibi yeniden çerçevelenip düzenlenebilmektedir. Bu durum dijital çağda fotoğraf üzerindeki denetimin dolayısıyla inşa edilen belleğin kontrolünün de hiç olmadığı kadar güçlenmesini beraberinde getirmiştir.

Barthes’ın fotoğrafın duygusallığı ve deneyimiyle eşleştirdiği punctum alanı da dijital çağda tartışmalı hâle gelmiştir. Fotoğrafın punctum alanında zaafiyet başlamıştır. Bu zaafiyet zamanla ilişkiden ziyade mesafeye ilişkiden kaynaklanmaktadır. Anlık olarak iletilen fotoğraflardaki kişi yaşamaktadır fakat fiziksel varlığı bizden uzaktadır. Dijitalleşen dünyada uzaydaki yokluk yeni punctum kaynağıdır. Barthes’ın zamanla eşleştirdiği punctumun anlamı dijital çağda Villi’ye (2010, s. 96) göre “burada” ve “orada” arasın-

daki ayrımdır. Ancak bu fotoğraflar anlık olarak değer gördükleri için dijital fotoğrafın punctum alanı da çoğu zaman anlıktır. Byung Chul Han (2017, ss. 23-59) da Barthes'ın studium ve punctum alanlarıyla ilgili fikirlerini dijital fotoğraftan hareketle ele almıştır. Han'a göre dijital paylaşımların temel yargısı "beğendim"dir. Sosyal medya paylaşımları ve bu paylaşımları besleyen beğeni kültürü fotoğrafın punctum alanını studium alanına dönüştürmektedir. Art arda paylaşılan görsel yığınlar arasında kalan kullanıcılar için onları derinden etkileyecek bir punctum verisi yoktur. Sosyal medya studiumun yüzeyselliğiyle işlev görmektedir. Enformasyonun ardı ardına sıralanışı punctumu olanaksız hâle getirmektedir. Ona göre her şeyin teşhir edildiği, apaçıklığın ideoloji hâline geldiği bu toplum olsa olsa şeffaflık toplumdur.

Geçmişten günümüze fotoğraf hep bakmak, biriktirmek ve paylaşmakla ilintili olmuştur. Ancak dijital çağda fotoğrafı kopyalamak ve paylaşmak anlık gerçekleştirilebilen bir deneyime kavuşmuştur. Görselliğin merkezi öneme sahip olduğu dijital dünyada fotoğraf gündelik bir pratiğe dönüşürken bellekle arasındaki ilişki de daha karmaşık hâle gelmiştir (Şendeniz, 2015, ss. 22-23). Fotoğraf hatıraları canlandırırken bireyin kontrol sahibi olabildiği bir anlamsal düzleme ulaşmıştır. Dijital çağda fotoğraflar arzuya uygun bir hafıza inşa etmede kullanılabilir. Bu durumda fotoğraf geçmiş arzuları yeni beklentilere göre ayarlamının pratiği hâline gelmiştir. Bu pratik fotoğrafın hafıza işlevini ortadan kaldırmasa da kişinin otobiyografisi üzerinde denetim imkanını getirmiştir. Dolayısıyla dijital fotoğraf, kimlik ve hafızayı şekillendirme gücü bulunan manipülatif bir potansiyeli içine almaktadır (Van Dijck, 2008, ss. 70-71). Bu düşünce başta sivrilmiş bir yaklaşım gibi görüne de sanal dünyada fotoğrafın deneyimlenme biçimi göz önüne alındığında yaklaşımı reddetmenin kolay olmadığı anlaşılacaktır. Fotoğrafın sanal mecralardaki iletişim deneyimine dönüşme durumu bellekle ilişkisini karmaşılaştırırken, geçmişin fotoğraflarının da throwback hashtagleriyle yaşanan ana dâhil edilebilir olması fotoğrafın dijital ortamda hafızayı şekillendirme gücünü göstermektedir. Zira paylaşımı yapılan fotoğraflara bugünün deneyimleri dâhilinde post metinler de eklenebilmektedir. Dahası bu post metinlerle fotoğrafı gören diğer kullanıcıların da o fotoğrafla ilgili anlamlandırma sürecine bir yönlendirme yapılmış olmaktadır.

Dijitalleşen dünyada fotoğrafın bellekle bağı bireyler nezdinde çoğunlukla azalmış olsa da dijitalin var ettiği kültürel ortamda, analog dönemde özel gün ritüellerinin kaydıyla oluşturulan aile anlatılarına benzer biçimde fotoğrafın otobiyografik anlatı olarak gündelik, sıradan deneyimleri yansıttığı, anlık ve parçalı küçük hikâyeler dönemi başlamıştır (Karaaslan, 2019, s. 316). Bu durum bir zamanlar mukavva albümlerde, yatak odalarında, vitrindeki çerçevede hüküm süren fotoğrafın yeni bellek mekânı sosyal medya olabilir mi sorusunu da beraberinde getirmiştir. Halbwachs (2017) kolektif bir hafıza inşa etmek veya var olan hafızayı kuvvetlendirmek istiyorsanız mekânlar icat etmelisiniz diyerek bellek mekânlarının önemini vurgulamıştır. Pierre Nora (2006, s. 23) ise modern dünyada hafıza mekânlarının yokluğuna işaret etmiştir. Nora'ya göre bellek mekânları artık yoktur ancak; geçmişi hatırlamanın yolu olarak yeniden yaratılmalıdır (Nora, 2006, ss. 158-160). Nora'nın yeniden yaratılması gerektiğini ifade ettiği bellek mekânlarından birinin sosyal medya olup olamayacağı konusu tartışmalıdır. Zira belleğin sanal güdümlü hâle geldiği bir ortamda manipüle edilebilir olmanın imkânı da dijital ortamdaki belleğin anlamını yeniden düşünmeyi gerekli kılmaktadır.

Evecen ve Güdekli (2019, s. 211) anı yakalama ve paylaşma duygusundan beslenen Instagram'ın paylaşılan içeriklerle tarihe geçilen bir alan olduğunu ifade etmektedir. Onlara göre bu sayısal ortam yeni bellek mekânı olarak işlev görmektedir. Öte yandan bu sayısal ortamın belleği bir çöp hâline getirdiğini de ifade etmişler ve bu durumu günümüz dünyasının bir yansıması olarak anlamlandırmışlardır. Onlara göre sayısal algoritma bütün görüntüleri belleğinde depolarken sosyal ağın kullanıcıları ise görüntü yığınları arasında kalmaktadır. Evecen ve Güdekli'nin yaklaşımı dijital çağda kitleselleşen fotoğrafın niteliği bağlamında tespitlerdir. Herkes fotoğraf çekmeye başlamış; fotoğraf bir var oluş biçimine dönüşmüştür. Segâh Sak ise (2012, ss. 20-21) kişilerin bireysel ve kolektif hatıralarını içeren fotoğraf ve video formlarını sosyal medya ortamında paylaşarak bireysel ve toplumsal belleğin güçlendirilmesi(!) bağlamında adım attıklarını söylemektedir. Sak'a göre bir bellek mekânı olarak sosyal ağlar salt geçmiş imgesinin sunumundan ibaret olmamakta; kolektif hatırlamanın ortaya çıkabileceği bir küresel bellek mekânı olarak işlev görmektedir. Ne Segâh Sak kadar iyimser ne de Evecen ve Güdekli'nin çöp terimi kadar keskin bir kavramsallaştırma yapmak yerine eleştirel bir bakış açısıyla bellek ve mekân kavramı etrafında bir değerlendirme yapmak daha anlamlı görünmektedir. Bu noktada Cihangiroğlu'nun (2018, ss. 140-141) bellek ve mekânla ilgili fikirlerine yer vermek anlamlı olacaktır. Cihangiroğlu bellek ve mekânın birbiri üzerinde tamamlayıcı iki öge olduğunu ifade etmektedir. Bellekte kodlanan tüm veriler hatırlandığında şimdinin sınırları ile temas etmektedir. Başka bir ifadeyle anılar şimdiki zamanda hatırlandığı mekânlar ile etkileşim içerisindedir. Bellek hatırlama sürecinde şimdinin mekân biçiminden etkilenmektedir. Sosyal medyanın bir bellek mekânı olarak işlev gördüğü fikri Cihangiroğlu'nun görüşlerinden hareketle düşünülürse kullanıcıların da bu mekânın niteliklerini anılarıyla birleştireceği sonucu makul görünmektedir. Bu doğrultuda bireyselleştirilmiş deneyimlerle çerçevelenen ve manipülasyona açık bir ortam yaratan sosyal medyada bellek unsurlarının var edilebileceği ancak; bu belleğin sınırlarının sosyal medyanın genel nitelikleri dâhilinde belirlenebileceği fikri güçlenecektir. Çalışmanın bu kısmından itibaren sosyal ağların bellek durumunu izlenim kuramı bağlamında anlatarak ilerlemek anlamlı olacaktır.

3. Yayılan İzlenim Kuramı Bağlamında Sosyal Medya

Dijital çağda fotoğrafın kontrollü kullanım olanağı bellek manipülasyonlarıyla ifade edilirken sanal hafıza mekânı olarak ilan edilen sosyal medyanın hafızayı kurma biçimlerini Goffman'ın yayılan izlenim kuramı bağlamında ele almak mümkündür. Erving Goffman *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu* (2014) kitabında bireylerin kendilerini başkalarına ne şekillerde sundukları, başkalarının üzerindeki kendilik izlenimini nasıl yönettiklerini sosyolojik bir bakış açısıyla ele almıştır. Goffman iki izlenim ayırımından söz ederek konuyu anlatmaktadır. Kişilerin sosyal dünyada kendilerini ifade ederken verdikleri bir izlenimin yanında bir de yaydıkları bir izlenimin varlığına işaret etmektedir. Verilen izlenim sözlü simgeler ile onların yerine geçen şeyleri kapsamaktadır. Yayılan izlenim ise onun ifadesiyle "gözlemcilerin fail hakkında bulgu sağlayabileceği beklentiyle değerlendirilen eylemlerdir" (Goffman, 2014, s. 16).

Kişi başkalarının onun hakkında olumlu düşüncelere sahip olmalarını, kendisinin de onlar hakkında olumlu düşünceler beslediğinin düşünülmesini ya da herhangi bir izlenim oluşmamasını isteyebilmektedir. Burada amaç ne olursa olsun diğer insanların

kendilerine vereceği tepkilerin, kendisine nasıl davranacaklarının denetimini elinde tutmak isteyecektir. Bu kontrol diğerlerinin kendi rızalarıyla gönüllü bir biçimde kişinin kendi planlarına uygun davranmaları ve uygun bir izlenim yaratımıyla sonuçlanacaktır. Bu davranış kendi çıkarına uygun bir izlenim bırakma davranışdır. Bireyin kendisi üzerinde sahip olduğu bu denetim gücü potansiyel olarak gizleme, ortaya çıkarma ve tekrar ortaya çıkarma döngülerinden meydana gelen bir oyuna dönüşmektedir (Goffman, 2014, ss. 17-21).

Kuramını geliştirirken belli başlı kavramlara değinen Goffman'ın öne sürdüğü ilk kavram performanstır. Bu kavram kişinin gözlemciler konumundaki diğerleri önünde bulunduğu süre zarfında gerçekleştirdiği eylemleri kapsamaktadır. Kişinin performansı sırasında sergilediği gerçekliğe, kişinin kendisi de içtenlikle inanabilmektedir. Performansla ilintili olan vitrin kavramı kişinin, onun ifadesiyle oyuncunun performans sırasında bilerek ya da bilmeden takındığı standart ifade donanımlarını içermektedir. Oyuncunun kişisel vitrini ise yaş, cinsiyet, boy, jest ve mimik gibi unsurlardan meydana gelmekte ve farklı zaman ve mekânlarda oyuncunun performansının parçası olmaya yaramaktadır (Goffman, 2014, ss. 29-35). Kişisel vitrin alanlarını da kullanarak performans sergileyen oyuncular izlenim yönetimleriyle, onun ifadesiyle "gözlemcilerine" idealize edilmiş izlenimlerini sunmaktadır. Bu izlenimler çoğu zaman toplumun onaylanmış değer ve davranış biçimlerini temsil etmektedir. Goffman (2014, ss. 44-46) bu durumu toplumun üst tabakasının ideal olarak sunulması ve alt tabakada olanların onlara özenmesi durumuyla örneklemektedir.

Goffman'ın yayılan izlenim kuramı bugünün sosyal medya dünyası üzerinden düşünülebilir. Kişiler bağlantı hâlinde oldukları kişilerde arzuladıkları tepkileri görebilmek için sanal ortamda belirli izlenimlerini sergileyebilmektedir. Kullanıcı tabanlı medya ortamında kendilerine ilişkin izlenimleri kontrolleri dâhilinde sunma olanakları bulunmaktadır. Sanal ağın gözlemcileri tarafından görülmesi istenenler oyuncunun kendisi tarafından sanal olarak yapılandırılabilir. Bu bağlamda sosyal medya kullanıcılarına sergiledikleri performanslar ile diğer kullanıcılara vitrinlerini sunma ve bu yolla ideal bir benlik tanımlaması yapma imkânı vermektedir. Başka bir ifadeyle kullanıcılar sergiledikleri performanslarla diğerlerinin kendileri hakkında onaylayacağı pozitif izlenimleri sunmaktadır. Fotoğrafın dijital çağda iletişim şekline dönüşen durumu kullanıcılar açısından aynı zamanda bir izlenim yönetim sürecidir. Paylaşılan fotoğraf o anı da içerse geçmişin bir görüntüsünü de sunsa iletişim şekli olarak deneyimlenmekte ve kullanıcılara fotoğraf aracılığıyla kendilerini diledikleri gibi sunma olanağı sunmaktadır.

Sosyal medyada kullanıcıların yayılan izlenimlerini kurma biçimleri sosyal medyayı bir vitrin alanı hâline getirmektedir. Öte yandan sosyal paylaşım ağlarında kullanıcıların yayılan izlenimlerini denetim altına alma çabası bir tür oyun biçimine dönüşmektedir. Her kullanıcı kendi oyununu kurmakta, o oyunun sonunda ortaya çıkacak izlenimler için kesintisiz performans sergilemektedir. Bu performans kimi zaman anlık bir deneyimin fotoğrafıyla gerçekleştirilirken kimi zamansa nostaljik bir fotoğraf hatırasıyla inşa edilebilmektedir. Bu araştırmada kullanıcıların nostaljik hatıraları üzerinden yayılan izlenimlerini inşa etme durumları analiz edileceğinden sosyal paylaşım ağlarında popüler bir pratik olarak sürdürülen throwback paylaşımlarını ele almak anlamlı olacaktır.

4. Sosyal Medyada Nostaljik Paylaşımlar Olarak Throwback

Throwback Thursday sosyal medyayı kullanan her insanın bildiği bir kavrama karşılık gelmektedir. Kavram genel olarak perşembe günleri sosyal medya kullanıcılarını geçmiş fotoğraflarını paylaşmaya teşvik eden bir pratiğe atıf yapmaktadır. Bu pratik esasında perşembe günü yayımlanması popüler hâle gelen nostaljik fotoğraflara eklenen bir etiket olarak var olmaktadır (Wiley-Rapoport, 2014, s. 237). Başka bir ifadeyle TBT pratiği kullanıcıların sosyal ağlarda kendilerinin fotoğrafını içeren bir gönderiye #tbt etiketini ekleyerek başkalarıyla anılarını paylaşabilecekleri ve nostalji yapabilecekleri olumlu olay ya da ilişkileri betimlemektedir (Dickard, 2019, s. 17).

Tansel ve Kaya (2019, s. 241) kavramın Türkçede "Perşembe Gününden Bir Kesit" olarak dönüştürülebileceğini ya da "Hey Gidi Günler! / Ne Güzel Günler!" şeklinde anlamlandırılabilirliğini dile getirmektedir. Kavramın Türkçe karşılığı ülkemizde tercih edilmediği için İngilizce hâliyle ve TBT kısaltmasıyla ele almak bu noktada daha anlamlı görünmektedir. Throwback hashtagini kullanan ilk gönderi 2011 yılında yayımlanmıştır (Wiley-Rapoport, 2014, s. 237) ancak kavram ilk olarak 2006 yılında Matt Halfill'in kurduğu NiceKicks.com web sitesi ile ortaya çıkmıştır. O yıllarda TBT esasında Halfill'in ortaya koyduğu bir yazı dizisinin ismidir ve bu dizilerde Halfill eski ayakkabıları incelemektedir. 2011 yılında Instagram'da hashtag olarak kullanılmaya başlanan TBT pratiği Beyonce, Michelle Obama gibi tanınmış isimlerin paylaşımıyla bir anda popüler bir uygulama hâline gelmiştir (Onedio, 2018).

Dijital mecralarda bir fotoğrafın TBT etiketiyle paylaşılabilmesi için o deneyimin geçmiş olması yeterlidir. Bu anlamda sosyal medya ortamında gerçekleşen nostaljik deneyim on yıl öncesine de atıf yapabilmektedir sadece bir gün öncesine de. Dijital medyanın nostaljiyi fotoğraf aracılığıyla bilinçli bir biçimde gündeme getirme durumu çok basit bir açıdan sanal ağın kullanıcılarına mutlu anlarını yad etme fırsatı vermesi olarak yorumlanabilir. Yine de bu durum en başta platformla kullanıcı etkileşimini sürdürme girişimidir (Oh, Lee, Kim, Park ve Suh, 2016, s. 1284). Manovich'e (2016, s. 67) göre #tbt etiketler Instagram'ın her yerde kullanılan küresel dilinin parçası olarak hüküm sürmektedir. Bu sebeple her throwback paylaşımı öncelikli olarak bir iletişimdir. Geçmiş deneyimlere ilişkin gönderilerin paylaşımı söz konusu olduğunda bu kesinlikle bir sohbetin başlangıcı olarak görülmelidir (Wiley-Rapoport, 2014, s. 235). Öte yandan nostalji sosyal paylaşım ağlarında sadece TBT etiketlerle gündeme getirilmemektedir. Kimi zaman sosyal medya platformlarında küresel ya da yerel olarak ortaya çıkan ve kısa sürede popülerleşen nostaljik akımlar da gündeme gelebilmektedir. Nasıl Başladı / Nasıl Bitti, 10YearsChallenge ve 20YearsChallenge gibi yakın zaman önce popülerleşen akımlar aracılığıyla da nostalji bugünün parçası hâline getirilebilmekte ve bir iletişim fırsatına dönüştürülebilmektedir.

TBT etiketli paylaşımlar belirli bir zaman aralığı için genellenmiyor olsa da paylaşım zamanının daha gerisinde olan bir zaman aralığına atıfta bulunmaktadır. Genellikle perşembe günleri yapılan bu paylaşımlar, kullanıcıların tag üzerine tıkladığında aynı etiketle paylaşılan gönderilere erişimini sağlamaktadır. Dolayısıyla tarihi hatırlayan kişi geçmişin bir parçası olmaktadır (Evecen ve Güdekli, 2019, s. 217). Throwback paylaşımlar #TBT etiketiyle perşembe günleri yapılan paylaşım formları olarak yükselmiş olsa da

zamanla sosyal medyanın geneline yayılmış ancak her durumda nostaljiyi bugünde var etmenin yolu olarak kullanılmıştır. O hâlde throwback fotoğraf paylaşımlarına nostaljinin cazibesi üzerinden bakmak anlamlı görünmektedir.

Araştırmaların insanların nostaljiyi/geçmiş anılar üzerinden düşlemekten hoşlandıklarını ortaya koymaktadır. Nostalji, psikolojik olarak rahatlatıcı deneyimlere dayanan olumlu bir durum olarak anlaşılmaktadır (Baldwin, Biernat ve Landau, 2015, s.128). Bir zamanlar nörolojik hastalıklarla ilişkilendirilen olumsuz bir kavram olarak ele alınan nostalji sonraları bireylerin psikolojik sağlığına değerli bir katkı sunan olumlu bir kavram olarak ele alınmaya başlamıştır (Routledge, Wildschut, Sedikides ve Juhl, 2013, ss. 808-818; Sedikides ve Wildshut, 2019). Nostalji, insanlarla ve yaşam olaylarıyla bağlantımızın hatıralarıyla karakterize edilen geçmişe duyulan özlem veya sevgi duygusudur. Nostalji yaşamak, acı tatlı bir neşe ve özlem karışımı yaşatmakta ancak; deneyim genellikle olumlu anlaşılmaktadır (Ralph, 2018). Baldwin ve Landau (2013, s. 162) tarafından yapılan bir araştırma nostaljik deneyimleri hatırlamanın aidiyet, yaşamdaki anlam ve olumlu öz saygı unsurlarıyla öznel mutluluğu artırdığını ortaya koymuştur. Wildshut, Sedikides, Arndt ve Routledge (2006, ss. 975-993) nostaljinin bireyin psikolojik durumuna üç önemli etkide bulunduğunu söylemektedir. İlk olarak, nostaljik anlatılar kurtarıcıdır ve öncelikle olumlu tonda olduğu göz önüne alındığında olumlu ruh hâlini artırmaktadır. İkinci olarak, nostaljik anlatılar tipik olarak kişiye yakın olan diğerlerini içerdiği için sosyal bağlılık duygusunu güçlendirmektedir. Araştırmacılar son olarak benliğin nostaljik anlatılarda merkezi bir rol oynadığını söyleyerek, nostaljinin olumlu öz saygıyı artırdığını ifade etmiştir. Wildshut ve diğerlerinin nostaljiyi olumlu psikolojik durumlarla ilişkisi bağlamında ele aldığı mesele bu çalışmada nostaljinin sosyal medyada yayılan izlenimleri yönetmek üzere kullanımı bağlamında ele alınacaktır.

Nostaljik deneyimler sosyal paylaşım ağlarında kullanıcılara izlenim kontrolü konusunda fırsat vermektedir. Kişiler otobiyografik yaşam deneyimlerini içeren nostaljik hatıralarını bugünün sosyal medyasında var ederken belirli izlenimler yaratmaktadır. Nostalji duygusu genellikle bireyler belirli otobiyografik deneyimleri hatırladığında ya da özlediğinde tetiklenmektedir. Öte yandan kişinin sevecen ve bireysel olarak anlamlı anılarına, sosyalliğine ve duygusal imzasına odaklanmasıyla benzersiz olmaktadır (Hepper, Wildshut, Sedikides, Robertson ve Routledge, 2020, s. 6). Nostaljinin bu cazibesi onu sosyal medyada paylaşmak ve belirli izlenimler inşa etmek konusunda anahtar konumuna getirmektedir. Çünkü Barlet'in (1932, s. 309) neredeyse yüz yıl önce söylediği gibi geçmiş günümüz çıkarları doğrultusunda yeniden inşa edilmektedir. Bu anlamda nostalji insanın geçmişini belleğinde yeniden anlamlandırma süreci olarak işlev görmektedir. Fotoğraf belleğin nostaljiye somut erişimini mümkün kılan bir pratik olmakta ve sosyal paylaşım ağlarında inşa edilmesi istenen izlenimlerin aracı hâline gelmektedir.

Throwback paylaşımlar sosyal ağların küresel iletişim dilini yansıtmaktadır. Aynı gün farklı kullanıcılar tarafından pek çok nostaljik paylaşım yapıldığı düşünüldüğünde bu paylaşımların kullanıcıları birbirlerinin geçmişinin parçası hâline getirme girişimi olarak popülerleştiği söylenebilir. Öte yandan iletişimsel bir pratik hâline getirilen nostaljinin belleği bir hatırlama aracı olmaktan ziyade bir iletişim aracı olarak yapılandırıyor olması Van Dijck'in dijital çağda fotoğraf ve bellek ilişkisi konusundaki görüşlerini desteklemektedir. Van Dijck (2007, s. 171) kullanıcıların başkalarıyla ilişki kurmanın yolu olarak

anıları gündeme getirdiklerini ve bunu yaparken geçmiş ve gelecekteki benliklerine dair bir his yaratmak için medya teknolojilerini kullandıklarını ifade etmektedir. Sosyal medyada mutlu anların fotoğrafının paylaşımını medya aracılı anılar olarak niteleyen Van Dijck, bu paylaşımları kişisel rezervin paylaşımı olarak ifade etmektedir. Kullanıcıların throwback paylaşımlarını nasıl anlamlandırdıklarını ortaya koymayı hedefleyen bir çalışmada da katılımcılar, paylaştıkları fotoğrafların geçmiş deneyimlerin parçası olsa da anlamını bugünde inşa ettiklerini ifade etmiştir (Nguyen, 2017, ss. 35-36). Nostaljik fotoğraflar dijital çağda kullanıcıların yaşamlarında olanlardan ziyade bugün ve gelecekte nasıl hatırlanmak istediklerine karşılık gelen içerik formları hâline gelmektedir (Nguyen, 2017, s. 41). Throwback paylaşımlar geçmiş bir deneyimin fotoğrafını sunuyor olsa da bugünün imajıyla şekillenmektedir. Bu sebeple sosyal medyada paylaşım sunulan her TBT fotoğraf bir bellektir fakat, bir iletişim formu hâline gelmesiyle anlamını geçmişte değil bugünde kurmaktadır. Nostalji üzerinden kurgulanan bir iletişim biçimi olarak TBT paylaşımlar, kullanıcıların geçmiş istedikleri biçimde sunmalarına ve fotoğrafa istedikleri post metinleri ekleyerek anlamlandırmalarına olanak tanımakta ve belirli izlenimlerin yaratılmasını sağlamaktadır.

Sosyal medya kullanıcıları geçmiş deneyimlerine dair fotoğraf hatıralarını kimliklerinin bir parçası olarak yayılan izlenimlerini sürdürmek üzere kullanmaktadır. Nostaljik deneyimin arzuya yanıt verecek biçimde belirli izlenimler inşa etmek üzere paylaşımı son zamanlarda yeni nesil hafıza mekânı olarak isimlendirilen sosyal medya üzerine düşünmeyi gerekli kılmaktadır. Zira sosyal medyanın nostaljik fotoğrafların paylaşımı yoluyla manipülasyona açık, arzuya uygun bir hafıza mekânına dönüşmesi durumu yaşanmaktadır. Kişinin kendine olan olumlu bakışını destekleyen, kendi içsel algılarını motive eden nostalji pratiğinin sosyal ağlarda kullanım biçimleri farklı kategoriler altında değerlendirilebilecek olsa da bu çalışmada nostaljinin yayılan izlenimlerin inşası anlamında kullanılma durumu resmedilecektir.

5. Yöntem

Sosyal medyada nostaljik geriye dönüş paylaşımlarının fotoğraf özelinde ele alınacağı bu çalışmada, nostaljinin fotoğraf aracılığıyla belirli izlenimler yaratmak üzere kullanımını ortaya koymak amaçlanmaktadır. Bu amaç yeni nesil hafıza mekânı olarak işlev gördüğü söylenen sosyal medyanın kontrolü kullanıcıda bir hafıza mekânı olma biçiminin resmedilmesiyle bütünleşmektedir. Bu amaçla yürütülen çalışmada nitel araştırma deseni benimsenmiştir. Araştırmanın evreni fotoğraf paylaşım platformları arasında popüler bir meca olan Instagram'la sınırlandırılmıştır. Araştırma kapsamında Instagram'da paylaşılan tüm TBT paylaşımları incelemek olanaksızdır. Bu amaçla araştırmanın örnekleme, Mayıs 2021'de Instagram mecrasında nostaljik bir geriye dönüş olarak popüler hâle gelen ve çok kısa bir süre içerisinde binlerce paylaşım yapılarak bir akıma dönüşen #20liyaşlarchallenge olarak belirlenmiştir. Araştırma kapsamında challenge üzerinden paylaşılan binlerce içeriği incelemek olanaksızdır. Bu sebeple araştırma, #20liyaşlarchallenge akımının en popüler olduğu 5-7 Mayıs 2021 tarihlerini kapsamaktadır. Belirlenen tarih aralığında Instagram'ın arama bölümü kullanılarak #20liyaşlarchallenge hashtagi aratılmış ve herkese açık olan hesaplardan 428 veriye ulaşılmıştır. Veri toplama devam edildiğinde ilgili tarih aralığının dışında kalan paylaşım içeriklerinin devreye girmesi sebebiyle 428 veri sınırında durulmuştur. Araştırmanın ikinci adımında ise elde

edilen veriler fotoğrafın bugünde nasıl yapılandırıldığına daha iyi görmek adına fotoğrafa eklenen post metinler unsuruna göre ayrıştırılmıştır. Toplanan 428 paylaşım verisi içinden analize tabi tutulacaklar, post metin açıklamalarıyla paylaşılmış olması koşuluna göre amaçlı örneklem metodu kullanılarak seçilmiştir. Bu bağlamda sadece hasthtag etiketlerle paylaşılan, post metin eklenmeyen veriler analiz kapsamı dışında tutulmuştur. Elde edilen 428 veri içindeki 43 verinin post metin unsuruyla paylaşıldığı belirlenmiş ve analizler de 43 veri üzerinden yürütülmüştür.

Bu bulgular veriler arasındaki ortak seslerden yola çıkılarak gezgin, eğitilmiş/kariyer sahibi ve ideal ilişki/aile izlenimi olmak üzere üç kategori altında toplanmıştır. 43 paylaşımın kategorisel dağılımına bakıldığında 15 gezgin izlenimi, 14 başarı/kariyer izlenimi ve 14 ideal aile/sevgi izleniminin varlığı bulgulanmıştır. Bulguların tamamını sunma zorluğunun yanında birbirine çok benzeyen paylaşımları art arda analiz etmenin çalışmanın acıklılığını olumsuz etkileyeceği düşünülmüş ve bu sebeple her kategoriden üç paylaşımın göstergebilim analizinin yapılmasına karar verilmiştir.

Göstergebilim bir metin veya görüntüde yer alan dil ve dil haricindeki tüm göstergeleri inceleyerek o metin ya da görüntüdeki esas anlamı ortaya çıkarmak için kullanılan bir yöntemdir. Bu analiz yönteminin anlamı göstergenin görüneni değil, anlamını ve o anlamların nasıl kurulduğunu analiz etmektir. Göstergebilim insanın dünyayı anlama çabasının yöntemidir (Rifat, 2014, s. 23). Gösterge “kendi dışında bir şeyi temsil eden ve dolayısıyla bu temsil ettiği şeyin yerini alabilecek nitelikte olan her çeşit biçim, nesne, olgu, vb.” olarak tanımlanmaktadır (Rifat, 1998, s. 113). Göstergebilim analizinde araştırmacı doğrudan metnin kendisini merkeze almaktadır. Bu noktada araştırmacının konumu “okur” olmaktır. Okur terimi metni okuyan kişinin metinde kendi deneyimlerinden yola çıkarak anlamsal düzeyi ortaya çıkarmasından gelmektedir (Fiske, 2003, s. 63). Gösterge, gösteren ve gösterilen kavramlarının birleşiminden meydana gelmektedir. Gösteren, gösterenin fiziksel varlığına işaret eden imgelerdir. Gösterilen ise bu fiziksel varlığın zihinde inşa ettiği anlamsal düzeye atıf yapmaktadır (Fiske, 2003, s. 67). Göstergebilim Saussure, Pierce gibi dilbilimciler tarafından farklı noktalarla ele alınmış olsa da bu araştırmada Barthes’ın göstergebilim yaklaşımı esas alınmıştır. Barthes’ın göstergebilime getirdiği en önemli kazanım düz anlam ve yan anlam kavramlarıdır. Barthes tıpkı Saussure’a benzer biçimde gösterenin doğrudan temsil ettiği şeyin mevcudiyetini kabul etmekte ve bunu düz anlam kavramıyla açıklamaktadır. Buna karşılık göstergelerin kültürel bağlamı da içine alan yan anlamları olduğunu ifade ederek gösterenin anlamsal boyutunun yan anlamla zenginleştiğini belirtmektedir (İlkdoğan, 2017, s. 3153). Düz anlam fotoğraf makinesinin objektifinin kayda aldığı mekanik bir üretim biçimi iken yan anlam bu üretimin insani boyutudur. Başka bir ifadeyle çerçeveye dâhil edileceklerin, ışığın, açının ve odağın seçimi yan anlamı oluşturmaktadır. Bu bağlamda düz anlam neyin fotoğraflandığını ifade ederken yan anlam nasıl fotoğraflandığını ortaya koymakla ilintilidir (Fiske, 2003, s. 117).

Bu bağlamda ele alınan araştırmada göstergebilim analizi Barthes’ın düz anlam ve yan anlam kavramları üzerinden değerlendirilmiştir. Verilerde nesnel anlam ve doğrudan gösterge boyutu düz anlam bağlamında ele alınmış, buna karşılık göstergelerin inşa etmek istediği imgesel düzlem yan anlam boyutuyla analiz edilmiştir. Göstergebilim sosyal medya platformlarının fotoğraf bazındaki kullanım biçimlerini anlama ve yorumla-

mada gerekli bir yöntem olarak yaygın biçimde kullanılmaktadır. Sosyal ağlar üzerinden sürdürülen nostaljik bir pratiği yayılan izlenim kuramı etrafında ele alarak Instagram üzerinden sürdürülen hafızanın manipülasyon gücüne atıf yapan bu araştırma için göstergebilim tekniğini kullanmak gerekliliktir.

5.1. Bulgular

Bu başlıkta sırasıyla gezgin izlenimi, kariyer ve başarı izlenimi ile ideal aile/sevgi izlenimi kategorilerinden üçer analize yer verilmiştir. Analizi yapılan paylaşımlarda kullanıcıların kimliği ifşa edilmemiş, fotoğraflardaki kimlik detayları blurlaştırılarak sunulmuştur.

5.1.1. Gezgin İzlenimi

Bu kategori altında yirmi yaş vurgusu, dünyayı gezme, dünyayı keşfetme anlamlarının ön plana çıktığı göstergebilim analizleri sunulmuştur.

Şekil 1: Gezgin Temalı Bir Paylaşım



Kaynak: Instagram, 2021

Yukarıda sunulan şekil #20liyaşlarchallenge etiketiyle yapılmış bir paylaşım. Göstergeye düz anlam açısından bakıldığında son derece hareketli fakat karanlık çıkmış bir şehir arka planı önünde, siyah bir araba üzerine yaslanmış biçimde oturan ve kameranaya poz veren iki adam görüntüsü bulunmaktadır. Poz veren adamlardan birinin elinde fotoğraf makinesi de bulunmaktadır. Fotoğrafın kalitesinden son derece eski, analog döneme ait bir fotoğraf olduğu anlaşılmaktadır. Fotoğrafa eklenen post metinde “Chicago anısı” olarak paylaşılan fotoğrafın kiralık bir araba olduğu ve New York ve Orlando gibi Amerikan şehirlerinin de bu arabayla gezildiği bilgisine yer verilmiştir. Fotoğrafın yan anlam boyutunda ise ışıltılı ve hareketli bir şehir ortamını keşfeden iki gezgin anlamı okunmaktadır. Fotoğrafın arka planı hareketli, dinamik ve ışıltılı bir şehir dünyası

algısı doğurmaktadır. Fotoğraftakilerden birinin elinde tuttuğu fotoğraf makinesi keşfe ve kaydetmeye hevesli bir gezgin ruhuna atıf yapmaktadır. Fotoğrafa eklenen post metinlerde gezilmiş olan başka şehirlerin de bilgisinin verilmesi sosyal medyadaki gezgin izlenimini inşa etmektedir. Öte yandan fotoğrafa konu olan kişilerin arabanın üstünde otururken kameraya tebessüm ederek verdikleri poz “dünya ayaklarımızın altında” deme biçimleridir. Geçmişin anısı sosyal medyada gezgin izlenimiyle bugüne mal edilmiştir.

Şekil 2: 20liyaşlarchallenge Gezgin İzlenimi



Kaynak: Instagram, 2021

Şekil 2’de sunulan fotoğrafa düz anlam açısından bakıldığında birçok minik çatlı ev ve çokça insanın bulunduğu kalabalık bir mekânın görüntüsü hâkimdir. Bu kalabalık ortamın tam ortasında beyazlar içinde kollarını iki yana açarak ve gülümseyerek poz veren bir kadın görülmektedir. Fotoğrafa Minsk şehrinde etiketi yerleştirilmiştir. Fotoğrafa eşlik eden post metinde 5 ülke gezildiği ve fotoğrafın 2013-2014 yıllarına ait olduğu bilgisi görülmektedir. Bununla birlikte fotoğrafa eklenen post metine #wien, #kiev, #warszawa, #nürnberg, #prague, #çekcumhuriyeti, #avusturya, #almanya, #polonya ve #ukrayna etiketleri yerleştirilmiştir. Fotoğrafın yan anlamında dünyanın farklı noktalarından şehirleri görmüş, keşfetmiş bir gezgin izlenimi okunmaktadır. Fotoğrafa eklenen şehir etiketleri tüm bu ülke ve şehirlerin de gezildiği, görüldüğü bir seyahat mutluluğuna atıf yapmaktadır. Fotoğraf makinesine kollarını iki yana açarak ve gülümseyerek poz veren kadının mutluluğu kuş gibi hür ve özgür olarak seyahat edebilmenin mutluluğu biçiminde sunulmaktadır. Öte yandan paylaşımına eklenen post metindeki şehir isimleri “çok gezen” izlenimini güçlendirmek üzere kullanılmıştır.

Şekil 3: Sanal Gezgin İzlenimine Bir Başka Örnek



Kaynak: Instagram, 2021

Şekil 3’te sunulan fotoğrafa düz anlam açısından bakıldığında şehir binaları ve gökdelenlerin ve bir köprüünün yer aldığı bir kıyı şeridi görüntüsü yer almaktadır. Bu şehir ortamında objektife gülümseyerek poz veren kollarını bağlamış bir kadın görülmektedir. Fotoğrafa Vancouver lokasyonu etiketlenmiştir. Fotoğrafa eklenen post metinde ise “dünyanın bir ucu, tekrar gezebileceğimiz zamanlara” ifadesine yer verilmiş ve dünya emojiyle paylaşım yapılmıştır. Fotoğrafın yan anlam okumasında 20li yaşlarında Vancouver’i gezip gören bir genç izlenimi bulunmaktadır. Fotoğrafa gülümseyerek bakan kadının hâlinde memnuniyeti görülmektedir. Normalde iletişime kapalı olma anlamını taşıyan kolları bağlama durumu fotoğrafta “bu mekânın parçasıyım” şeklinde anlam kazanmaktadır. Öte yandan fotoğrafa eklenen post metinde dünya emoji kullanılarak “tekrar gezebileceğimiz zamanlara” şeklinde dile getirilen ifade, gezgin olmanın mutluluğunu ve ileriye dönük yeni seyahatlerin arzusunu kurmaktadır. 20li yaşlarında “dünyanın bir ucunda” olan kişi gezgin bir birey olarak “tekrar gezebileceği zamanların” izlenimini sunmaktadır.

5.1.2. Kariyer ve Başarı İzlenimi

Bu kategori altında kariyer sahibi, eğitilmiş, donanımlı ve başarılı olma izlenimlerinin ön plana çıktığı göstergebilim analizleri sunulmuştur.

Şekil 4: Nostaljik Paylaşımın “Kariyer Sahibi” İzlenimine Bir Örnek



Kaynak: Instagram, 2021

Şekil 4'te yer verilen fotoğraf göstergebilimsel anlamda ele alındığında fotoğrafın düz anlamında karanlık bir sahnede odaklanmış bir ışık altında aydınlatılan bir adam görüntüsü vardır. Bu adam önündeki kürsü ve mikrofon ile sahnede konuşma yapmakta ya da yapmak üzere beklemektedir. Kürsünün önünde ODTÜ METU yazısı bulunmaktadır. Fotoğraf ODTÜ lokasyon etiketiyle paylaşılmıştır. Fotoğrafa eklenen post metne “sahnedeydim”, “solisttim”, “oyuncuydum”, “darbukacıydım”, “konuşmacıydım”, “izci lideriydim” ve “hep sahnedeyim” ifadeleri eklenmiştir. Fotoğrafın yan anlam düzleminde Türkiye'nin iyi üniversitelerinden birinin kürsüsünde konuşma yapan donanımlı, eğitilmiş bir insan profili vardır. Öte yandan fotoğrafın yan anlamı eklenen post metin detaylarıyla nostaljik bir hatıranın “donanımlı” ve “göz önünde” izlenimlerini güçlendirmek üzere kullanımını ifade etmektedir. “Hep sahnedeyim” ifadesiyle her zaman göz önünde olan, liderlik yapan bir başarı durumuna atıf yapılmaktadır. Fotoğrafa eklenen post metnin “Şimdilerde ise en sevdiğim sahne olan” ifadesiyle bitirilmesi iyi bir üniversitenin donanımlı, birikimli bir parçası olmanın mutluluğu anlamını kurmaktadır. Bu anlam doğrudan kişinin güçlü kariyer izlenimini kurmasını sağlamaktadır.

Şekil 5: Nostaljiden Bugüne Başarı İzlenimine Bir Örnek



Kaynak: Instagram, 2021

Şekil 5'te yer alan fotoğraf karesinde düz anlam boyutunda biri genç diğeri orta yaşlı olmak üzere iki farklı adam karesinin yan yana sunulduğu görülmektedir. Fotoğraf karesinin solundaki adam takım elbiseli ve ciddi bir duruş içerisindedir. Fotoğraf karesinin sağındaki adam ise saçları dökülmüş, gözlüklü, daha rahat bir kıyafet içerisindedir. Fotoğrafın sol alt köşesinde “20yearschallenge” yazısı bulunmaktadır. Fotoğrafa eklenen post metinde “İstanbul Tıp Fakültesi 2.sınıf” ifadesine yer verilmiştir. Fotoğrafın yan anlam boyutunda ise genç bir adamın yirmili yaşlarıyla şimdiki yaşının görüntüsünün birlikte verildiği okunmaktadır. Yirmili yaşlarında resmi bir kıyafet içinde ciddiyetle poz veren o adam bugünkü görünümüne kavuşmuştur. Adamın bugünkü hâlinin fotoğrafında giyinmiş olduğu kıyafetin bir doktor üniforması olduğu anlaşılmaktadır. Geçmişten bugüne verilen emeğin başarı aktarımı vurgulanmaktadır. Kıyafetin göğüs kısmına işlenen “Doç.Dr.” yazısı bugün geldiği noktada sahip olduğu başarı ve donanımı göstermektedir. Fotoğrafa eklenen “İstanbul Tıp Fakültesi 2.sınıf” post metni ise öğrencilikten doçentliğe uzanan başarının, kariyer ve donanımın izlenimini kurmak üzere kullanılmaktadır. Bu paylaşım kişinin kendine ve onu takip eden kişilere “nereden nereye” deme biçimidir. Geçmişin anısı bugünün kazanımlarıyla pekiştirilerek sunulmuş ve bu düzlemde bir anlam inşası yapılmıştır.

Şekil 6: Öğrencilikten Psikologluğa Kariyer İzlenimine Örnek



Kaynak: Instagram, 2021

Şekil 6’da yer verilen fotoğraf düz anlamsal boyutuyla bakıldığında karlı bir kış gününde ağaçların da bulunduğu bir mekânda kırmızı montu ve şapkasıyla gülerken poz veren bir kadını görüntüsünü içermektedir. Fotoğrafa eklenen post metne “klinik psikolog ve psikoterapist olacağını henüz bilmeyen, ilk hedef olarak sadece okulunu bitirmeyi aklına koymuş bir Ezgi” ifadesi yer almaktadır. Fotoğrafta #20liyaşlarchallenge etiketinin yanında #psikolog, #klinik psikolog, #klinikveağlıkpsikoloğu ve #psikoterapist etiketleri bulunmaktadır. Fotoğrafın yan anlam boyutuna bakıldığında ise karlı bir ortamda gülen kadın görüntüsü, fotoğrafa eşlik eden post metinle birlikte okunduğunda kariyer sahibi, eğitilmiş ve donanımlı bir kadın imajına dönüşmektedir. Fotoğrafa eklenen meslek unvanı etiketleri de kariyer sahibi olmanın izlenimini güçlendirmeye yönelik bir anlamsal çerçeveye şekillenmektedir. Fotoğrafın başarı üzerinden inşa edilen anlamı kişinin önce kendisine sonra sosyal ağındaki takipçilerine “neydim, ne oldum” deme şeklindedir.

5.1.3. İdeal İlişki/Aile İzlenimi

Bu kategori altında mutlu ilişki, mutlu aile, ideal sevgi izlenimlerinin yer aldığı göstergebilim analizleri sunulmuştur.

Şekil 7: Mutlu İlişki İzlenimine Bir Örnek



Kaynak: Instagram, 2021

Şekil 7’de yer verilen fotoğraf düz anlam boyutunda bakıldığında birbirine gülerken bakan bir kadın ve erkeğin görüntüsünü içermektedir. Kadın ve erkeğin bulanık bir arka planın varlığında bir yemek masasında oldukları görülmektedir. Fotoğrafa Alsancak, İzmir konumu etiketlenmiş, post metin ve emojilerin yer aldığı bir içerikle paylaşımı yapılmıştır. “Ben yirmili yaşlarımda senli kısmını sevdim. İtiraf edeyim 30’lu yaşlarımda daha çok sevdim kızçemle... her geçen gün daha çok seveceğim” ifadelerinin yer aldığı bir post metinle ve #tb, #tb ve #since2014 etiketleriyle paylaşım yapıldığı görülmektedir. Fotoğrafın yan anlam boyutunda birbirini seven, birbirine aşkla bakan bir çift anlamı okunmaktadır. “2014’ten beri” var olan bu ilişki mutluluğun, mutlu ilişkinin izlenimini kurmaktadır. Geçmişin fotoğrafı anlamını bugüne taşımaktadır. Yirmili yaşlarda başlayan bir hikâyenin otuzlu yaşlarda çocuklarıyla birlikte daha da güzelleştiği bilgisini veren kullanıcı mutlu ilişkinin ve mutlu ailenin izlenimini sanal ortamda kurmaktadır. Geçmişin anlamı bir kez daha bugünde kurularak ideal sevgi ve mutluluk üzerinden sosyal medya izlenimi inşa edilmektedir.

Şekil 8: Mutlu Aile İzlenimine Bir Başka Örnek



Kaynak: Instagram, 2021

Şekil 8’de yer verilen fotoğraf karesinde düz anlam boyutunda bakıldığında objektife bakmayan türbanlı bir kadın ve objektife poz veren takım elbiseli bir adamın bir yemek masasında oturdukları görülmektedir. Fotoğrafta yer alan adam ve kadın el işleme bir masa örtüsünün yer aldığı masada otururken arkalarında ise kitaplık ve kitapların üstünü örten dantel görüntüsü bulunmaktadır. Fotoğraf Ankara lokasyonu ile etiketlenmiştir. Challenge etiketiyle paylaşılan fotoğrafa “Teğmenliğimin ikinci, evliliğimin birinci yılı” post metni yazılmış ve kalp emojileri eklenmiştir. Fotoğrafın teknik kalitesinden son derece eski bir fotoğraf olduğu anlaşılmaktadır. Fotoğrafın yan anlam boyutunda uzun yıllardır birlikte olan mutlu bir aile tablosu izlenimi bulunmaktadır. Fotoğraf evliliğinin birinci yılındaki bir çiftin fotoğrafı olarak geçmişten bugüne uzanan köklü aile imgesini sunmaktadır. Fotoğraftaki dantel ve masa örtüsü detaylarından fotoğrafın çiftin evlerinde çekildiği anlaşılmaktadır. Geleneksel bir yuvada mutlu aile tablosu görüntüsü vardır. Öte yandan fotoğrafın kalp emojisi kullanılarak paylaşılması devam eden bir mutluluğa atıf yapmakta ve aile saadeti izlenimini güçlendirmektedir.

Şekil 9: Mutlu Aile Tablosu İzlenimi



Kaynak: Instagram, 2021

Şekil 9’da yer verilen fotoğrafta düz anlam bağlamında akşam üstü açık hava bir mekânda bir kadın ve adamın yan yana samimi bir şekilde objektife poz verdiği ve adamın kadına sarıldığı görülmektedir. Fotoğrafın 2010 yılında çekildiği post metinde belirtilmiştir. Fotoğrafın yan anlamında paylaşım yapılırken kullanılan post metin ifadeleri fotoğrafın geçmişteki anlamını bugünde yeniden inşa etmektedir. Başka bir ifadeyle geçmişteki mutluluğun anlamı bugün yeniden yapılandırılmaktadır. Bu inşa kullanıcının ifadesiyle “toyluktan” olgunluğa erişen bir ilişkinin mutlu izlenimini ifade etmektedir. Yine kullanıcının ifadesiyle onların “ilk yan yana fotoğrafları” olan bu fotoğraf karesi hiç ayrılmamanın, hep beraber olmanın mutluluğunu resmedecek biçimde bugünde yeniden anlamlandırılmıştır. Geçmişin hatırası bugünde ideal ilişki izlenimi bağlamında yapılandırılmıştır.

SONUÇ

Fotoğraf, var olduğu günden itibaren bakmak, unutmak ve hatırlamak eylemleriyle ilişkili bir teknoloji olmuştur. Bu ilişki fotoğrafı bellekle temas eden, ondan bağımsız düşünülmemeyen bir kavram hâline getirmiştir. Fotoğraf bireyler için unutmamanın, belgeleyerek somutlaştırmanın anahtarı olarak görülmüş ve belleğe kaydedilmesi istenenler anında önemli bir araç olarak tercih edilmiştir. Analog dönemde özel gün deneyimlerinin, başka bir ifadeyle unutulması istenmeyenlerin kaydıyla sınırlandırılan fotoğraf dijital çağda gündelik bir pratik olarak deneyimlenmeye başlamıştır. Bu deneyimlenme biçimi fotoğraf ve bellek arasındaki ilişkinin dönüşümü bağlamında tartışılmıştır.

Analog dönemde fotoğrafın nesnel dünyanın bir izi mi yoksa birer yapıntı mı olduğu Sontag, Barthes ve Andre Bazin gibi farklı isimler tarafından tartışılırken, dijital çağda fotoğrafın dijital dönüşümün parçası hâline gelmesi ilgili tartışmaları daha karmaşık hâle getirmiştir. Zira fotoğraf artık akıllı telefonlar aracılığıyla her an her şeyi kayıt altına alabilen, anlık dolaşımı sağlanabilen kitlesel bir pratiğe dönüşmüştür. Bir zamanların bellek formu olarak tanımlanan fotoğraf dijitalleşen medyada Van Dijck'in de ifade ettiği gibi bir iletişim şekline dönüşmüştür. Sosyal medyanın kullanıcıları konumundaki bireyler profil hesaplarında gündelik hayatlarının önemli ya da önemsiz her anını paylaşarak fotoğrafı bir etkileşim fırsatı olarak kullanmaya başlamıştır.

Bu araştırmada fotoğraf ve bellek ilişkisi sosyal medyada belirli izlenimlerin inşa edilmesi bağlamında tartışılmıştır. İlgili konu ele alınırken fotoğrafın sosyal medyadaki nostaljik geriye dönüşler bağlamında ele alınması kasıtlı olarak tercih edilmiştir. Doğrudan hafızayla ilişkili olan nostaljik fotoğraflar kişilerin öznel deneyimlerini kapsayan, bu hâliyle de duygusal süreçler başlatan punctum alanını içine almaktadır. Bu fotoğrafların sosyal medyada nasıl paylaşıldığı yayılan izlenimlerin inşası bağlamında tartışmaya açılarak Barthes'in ifade ettiği punctum alanı üzerinden değerlendirilebilir.

Sosyal medya, geçmiş deneyimleri nostaljik hatırlama yöntemi olarak throwback paylaşımlar aracılığıyla gündeme getirmenin ortamını sağlamaktadır. Nostaljik paylaşımlar sosyal medyada paylaşıldığında kullanıcıların belirli izlenimlerini yaymada aracı olmaktadır. Bu anlamda nostalji yeniden deneyimlenen bir tecrübe olarak sosyal paylaşım ağlarında fotoğrafla hayat bulmaktadır. Ancak bu tecrübe fotoğrafın anlamını geçmişten ziyade bugünde kurmaktadır. Özellikle fotoğrafa eklenen post metinler doğrudan fotoğrafın yapılandırılan anlamını izlenimler üzerinden inşa ederek bugüne mâl etmektedir.

Araştırma kapsamında yürütülen göstergebilim analizi sonucunda nostaljik paylaşımların sosyal medyada gezgin, eğitilmiş/kariyer sahibi ve ideal ilişki izlenimleriyle bugünün sınırları dâhilinde yeniden yapılandırıldığına ulaşılmıştır. Öte yandan nostaljiyi bugüne bağlayan bu paylaşımlarda kullanıcıların duygusal ifadeleri ortadan kalkmamıştır. Bu konudan hareketle Barthes'in studium ve punctum kavramlarıyla ilgili bir şeyler söylemek gerekmektedir. Dijital çağda fotoğraf gündelik olanı paylaşım olanağıyla anlık bir deneyim hâline gelmiş ve kitlesel yığınlara dönüşmüş olsa da söz konusu nostaljik paylaşımlar olduğunda bu kadar keskin bir söylem takınmak yanlış olabilmektedir. Zira throwback paylaşımlarıyla yirmili yaşlarının fotoğraflarını sunan kullanıcılar bir hafıza deneyimi yaşamakta ve bu hafıza duygusallığın sınırları içinde gerçekleşmektedir. Bu

fotoğraflar onların gençlik hâllerinin, toyluklarının, deneyim ve özlemlerinin duygusallığını içermektedir. Bu hâliyle nostaljik fotoğrafın sosyal medyada paylaşımı punctum alanını Byung Chul Han'ın söylediği gibi tamamen ortadan kaldırmamaktadır. Fotoğraf zamanın akışkanlığı içinde “o zamandan” “bugüne” uzanan yolculuğun duygusallığıyla vücut bulmaktadır. Burada fotoğrafın nostaljik bir deneyimi içermesi önemlidir. Fotoğrafın anlık paylaşımları üzerinden yürütülecek bir araştırmada sosyal ağlardaki bellek deneyimlerinin studium alanını aşamayacağı sonucuna belki de ulaşılabilecek ya da fotoğrafın punctum alanının Villi'nin belirttiği gibi “oradaki” ve “buradaki” üzerinden kurulduğu tartışmaya açılabilir. Öte yandan kişinin otobiyografisi üzerinde önem arz eden, belirli izler bırakan nostaljik hatıraların sosyal medyada paylaşıldıktan sonra o paylaşımın alıcıları tarafından nasıl anlamlandırıldığı konusu muammadır. Zira aynı akım çerçevesinde, aynı hashtaglerle binlerce fotoğraf paylaşmakta, fotoğraflar nostaljinin bir parçası olsa da beğenilen, yorum yapılarak geçilen görseller şeklinde dolaşımında kalmaktadır. Bu durumda nostaljik hatıra kişinin öznel deneyiminin parçası değilse beğenerek geçtiği, kendisinde bir iz bırakmayan görseller olarak var olacaktır.

Bu araştırmada nostaljik fotoğrafların yayılan izlenimler bağlamında kullanımının ortaya koyulması ve bu konudan hareketle dijital çağda fotoğraf ve bellek ilişkisinin tartışmaya açılması amaçlanmıştır. Bu amaçla önem arz eden bir diğer önemli mesele arzuya uygun bellek kavramı olmaktadır. Fotoğraf nostaljik hatıraları canlandırırken bireyin kontrol sahibi olabildiği bir anlamsal düzeye erişmiştir. Dijital çağda nostaljik fotoğraflar arzuya uygun bir hafıza inşa etmede kullanılabilir. Bu durumda fotoğraf Van Dijck'in de ifade ettiği gibi geçmiş arzuları yeni beklentilere göre ayarlamının pratiği hâline gelmiştir. Bu pratik fotoğrafın hafıza işlevini ortadan kaldırmasa da kişinin otobiyografisi üzerinde denetim imkanını getirmiş ve doğrudan kullanıcının kendi ifadelerini içeren post metinlerle manipülatif bir potansiyel doğurmuştur. Bu potansiyel sosyal medyanın yeni nesil bellek mekânı olarak ifade edilse de dijitalin kontrol olanağı dâhilinde, manipülatif potansiyelleri olan bir bellek mekânı olarak hüküm sürebileceği fikriyle bütünleşmiştir.

Fotoğraf ve bellek konusu dijital çağda da önemini korumaktadır. Bu araştırmada fotoğraf ve bellek ilişkisi dijital çağın arzuya uygun yayılan izlenimler fikri ve Instagram üzerinden sürdürülen nostaljik paylaşımlar çerçevesinde ele alınmıştır. Sosyal medya ve bellek tabanlı gelecek araştırmalarda kullanıcıların nostalji temelli paylaşımlarının zaman zaman ortaya çıkan belirli akımlar veya doğrudan #tbt etiketli paylaşımların içerikleri üzerinden ele alınması ve sosyal medyanın bellek tabanlı tartışmalarının daha da artırılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akbaş, F. ve İkizler, E. (2010). *Fotoğraf Teknik Okumaları*. İstanbul: Say Yayınları.
- Baldwin, M. ve Landau, M. (2013). Exploring Nostalgia's Influence on Psychological Growth. *Self and Identity*, 13(2), ss. 162-177.
- Baldwin, M., Biernat, M. ve Landau, M. (2015). Remembering the Real Me: Nostalgia Offers a Window to the Intrinsic Self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 108(1), ss. 128-147.
- Barlett, F. C. (1932). *Remembering: A Study in Experimental and Social Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Barthes, R. (1996). *Camera Lucida Fotoğraf Üzerine Düşünceler* (Çev. R. Akçakaya) (2. Basım). İstanbul: Altıkkırkbeş Yayın.
- Benjamin, W. (2003). Selected Writings: 4 (1938-1940). Eiland, H., Jennings M. W. (Ed.) *On the Concept of History* içinde London: The Belknap Press of Harvard University Press.
- Berger, J. ve Mohr, J. (2007). *Anlatmanın Başka Bir Biçimi* (Çev. O. Akınbay). İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Berger, J. (2015). *Bir Fotoğrafi Anlamak* (Çev. B. Eyüboğlu). İstanbul: Metis Yayınları.
- Cihangiroğlu, M. S. (2018). Bellek ve Hayal Gücü İlişkisi: Bellek Mekânlarının Sanal Ortamda Yeniden Oluşturulması. *Tasarım ve Bellek Temalı Ulusal Mekân Tasarımı Sempozyumu 2018 Bildiri Kitabı* içinde ss. 139-150.
- Dickard, M. (2019). "Remember When?": *How Emerging Adults Reflect On, Share, and Make Sense of Photos on Social Media*. (Doktora Tezi), Drexel University Philosophy In Information Science.
- Evecen, G. ve Güdekli, İ. A. (2019). Digital Culture Groups and Memory: A Case of Instagram. A. Ayhan (Ed.), *New Approaches in Media and Communication* içinde ss. 209-224. Berlin: Peterlang.
- Fackler, K. (2019). Of Stereoscopes and Instagram: Materiality, Affect, and the Senses from Analog to Digital Photography. *Open Cultural Studies*, 3(1), ss. 519-530.
- Fiske, J. (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş* (Çev. S. İrvan). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Goffman, E. (2014). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu* (Çev. B. Cezar) (3. Basım). İstanbul: Metis.
- Halbwachs, M. (2017). *Kolektif Hafıza* (Çev. B. Barış). İstanbul: Heretik.
- Instagram (2021). #20liyaşlarchallenge. <https://www.instagram.com/explore/tags/20liya%C5%9Flarchallenge/>, Erişim Tarihi:23.06.2021.

- İlkdoğan, H. (2017). Göstergenin Toplum Düzlemindeki Yeri: Toplumsal Göstergibilim. *İdil Dergisi*, 6(39), ss. 3147-3164.
- Hepper, E., Wildschut, T., Sedikides, C., Robertson, S. ve Routledge, C. (2020). Time Capsule: Nostalgia Shields Wellbeing from Limited Time Horizons. *Emotion*, 21(3), ss. 644-664
- Karaaslan, S. (2019). Dijital Çağda Otobiyografik Anlatılar Olarak Kişisel Fotoğraflar. *Journal of Faculty of Letters/Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 36(2), ss. 307-323.
- Manovich, L. (2016). *Instagram and Contemporary Image*. Manovich.net, New York.
- Murray, S. (2008). Digital Images, Photo-Sharing, and Our Shifting Notions of Everyday Aesthetics. *Journal of Visual Culture*, 7(2), ss. 147-163.
- Nguyen, P. T. (2017). "Nostalgic for the Present": *Digital Nostalgia and Mediated Authenticity on Instagram*. (Yüksek Lisans Tezi). Stockholm University.
- Nora, P. (2006). *Hafıza Mekânları* (Çev. M. E. Özcan). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Oh, C., Lee, T., Kim, Y., Park, S. ve Suh, B. (2016). Understanding Participatory Hashtag Practices on Instagram. *Proceedings of the 2016 CHI Conference Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems - CHI EA '16*.
- Onedio (2018). Sosyal Medyanın Demirbaşı Hâline Gelen TBT Ne Demek ve Nasıl Ortaya Çıktı?. <https://onedio.com/haber/sosyal-medyanin-demirbasi-haline-gelen-tbt-ne-demek-ve-nasil-ortaya-cikti-808665>, Erişim Tarihi:29.11.2020.
- Ralph, L. (2018). How Throwback Thursday Benefits Our Psychological Well-Being. <https://psychcentral.com/blog/how-throwback-thursday-benefits-our-psychological-well-being/>, Erişim Tarihi: 28.11.2020.
- Routledge, C., Wildschut, T., Sedikides, C. ve Juhl, J. (2013). Nostalgia as a Resource for Psychological Health and Well-Being. *Social and Personality Psychology Compass*, 7(11), ss. 808-818.
- Rifat, M. (1998). *XX. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergibilim Kuramları-1: Tarihçe ve Eleştirel Düşünceler*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Rifat, M. (2014). *Göstergibilim ABC'si*. İstanbul: Say Yayınları.
- Sak, S. (2012). Memory and Place: From Ancient Individual Memory to Cyberspace as Contemporary Collective Memory. S. Sak (Ed.), *Remembering Digitally* içinde. ss. 15-25. Oxford: Inter-Disciplinary Press.
- Sontag, S. (2011). *Fotoğraf Üzerine* (Çev. O. Akınhay) (2.Basım). İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Sozluk.gov.tr. (2020). Fotoğraf. <https://sozluk.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 28.10.2020.

- Şendeniz, Ö. (2015). Bakmak, Biriktirmek, Paylaşmak: Fotoğraf, Bellek ve Sosyal Medya İlişkisi. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 5(2), ss. 21-31.
- Turan, E. (2011). Fotoğraf: Belleği Olan Ayna. *Sanat-Tasarım Dergisi*, 1(2), ss. 19-24.
- Van Dijck, J. (2007). *Mediated Memories in the Digital Age*. Stanford: Stanford University Press.
- Van Dijck, J. (2008). Digital Photography: Communication, Identity, Memory. *Visual Communication*, 7(1), ss. 57-76.
- Van House, N. A. (2011). Personal Photography, Digital Technologies and the Uses of the Visual. *Visual Studies*, 26(2), ss. 125-134.
- Villi, M. (2010). *Visual Mobile Communication: Camera Phone Photo Messages as Ritual Communication and Mediated Presence*. (Doktora Tezi), Aalto University School of Art and Design, Helsinki.
- Wildschut, T., Sedikides, C., Arndt, J. ve Routledge, C. (2006). Nostalgia: Content, Triggers, Functions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 91(5), ss. 975-993.
- Wiley-Rapoport, C. (2014). The Paradox of Photo Sharing: A Semiotic Approach. (Ed.) Jamin Pelkey. *Semiotics 2014: The Semiotics of Paradox* içinde ss. 247-258, ISBN 978-1-897493-58-8.
- Zuromskis, C. (2017). Review: A Matter of Memory: Photography as Object in the Digital Age, *Afterimage*, 44(4) ss. 34-36.

ABSTRACT

The involvement of more people in the process of buying and selling products with globalization has led to an increase in the production capacity of goods and services; this capacity increase has imposed consumption and consumption culture. The Islamic capital has raised in the socio-economic status by using the opportunities offered by the neoliberal market after the Justice and Development Party won the general elections in 2002. With the development of Islamic consuming market in Turkey, Islamic fashion women's magazines that appeal to conservative audiences also entered into the publication sector. These magazines aim to guide Islamic conservative women's clothing styles in the public sphere and to determine Islamic fashion in their publishing policies. The aim of this study is to reveal the discourse strategies used in *Âlâ* and *Aysha* magazines to integrate Islamic conservative women into consumption culture. The concepts frequently used in the texts of the magazines are as follows: being classy, discovering your beauty, creating your own style, nobility, elegance, being stylish and more stylish, being in a race for elegance, glimmering, aristocratic appearance, palace breezes, knowing what to wear where and when, etc. In the study, *Âlâ* magazine, which is the first veiling fashion magazine to guide the veiled women's clothing or enjoyment, and *Aysha*, which continues its publication life and appeals to religious conservative middle and upper-middle class working and non-working women are studied. In the study, the critical discourse analysis technique has been used by following the feminist methodology.

Keywords: Conservative Fashion Magazines, Consumption Culture, Conservative Woman.

TÜKETİM KÜLTÜRÜ BAĞLAMINDA MUHAFAZAKÂR KADIN BEDENİ VE MODERNLEŞME PRATİKLERİ: ÂLÂ VE AYSHA DERGİLERİ ÖRNEĞİ*

THE CONSERVATIVE WOMAN BODY AND MODERNIZATION PRACTICES
IN THE CONTEXT OF CONSUMPTION CULTURE: THE EXAMPLE OF
ÂLA AND AYSHA MAGAZINES

Ebru YILDIZ GÜNENÇ
Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi
Basın ve Yayın Anabilim Dalı, Doktora Öğrencisi
ebruyldz00@gmail.com
ORCID: 0000-0001-5334-0242

ÖZET

Küreselleşme ile ürünlerin alım satımında daha fazla insanın sürece dâhil olması mal ve hizmetlerin üretim kapasitesinde artışa neden olmuş; bu kapasite artışı tüketimi ve tüketim kültürünü dayatmıştır. İslami sermaye; Adalet ve Kalkınma Partisi'nin 2002 yılında genel seçimleri kazanmasının ardından, neo-liberal piyasa ekonomisinin sunduğu olanakları da kullanarak, sosyoekonomik statüde yükselişe geçmiştir. Türkiye'de İslami tüketim piyasasının gelişmesi ile birlikte, muhafazakâr kesime hitap eden İslami moda kadın dergileri de yayın hayatına girmiştir. Söz konusu dergiler; yayın politikalarında, İslami muhafazakâr kadınların kamusal alandaki giyim kuşam tarzlarına yol göstermeyi ve İslami modayı belirlemeyi hedeflemektedir. Bu çalışmanın amacı İslami kesime hitap eden *Âlâ* ve *Aysha* dergilerinde İslami muhafazakâr kadınların tüketim kültürüne eklenmesi amacıyla kullanılan söylem stratejilerinin ortaya çıkarılmasıdır. Dergilerin metinlerinde sıklıkla kullanılan kavramlar: klas olmak, güzelliğini keşfetmek, kendi stilini oluşturmak, asalet, zarafet, şıklık, şıklığa şıklık katmak, şıklık yarışı içinde olmak ışıltı, aristokrat görünüm, saray esintileri, neyi-nerede-ne zaman giyeceğini bilmek vb.dir. Çalışmada tesettürlü kadının giyimine veya beğenilerine rehberlik etmek amacıyla ilk tesettür modası dergisi olması nedeniyle *Âlâ* dergisi ve yayın hayatına devam eden dindar muhafazakâr orta ve üst-orta sınıf çalışan ve çalışmayan kadınlara seslenen *Aysha* dergisi ele alınmaktadır. Çalışmada feminist metodoloji takip edilerek eleştirel söylem analizi tekniği kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Muhafazakâr Moda Dergileri, Tüketim Kültürü, Muhafazakâr Kadın.

*Bu makale Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Basın ve Yayın Anabilim dalında "Tüketim Kültürü Bağlamında İslami Muhafazakâr Kadın Dergilerinde Kadın Bedeninin Kurgulanması: *Âlâ* ve *Aysha* Dergileri Örneği" yapılmış olan yüksek lisans tezinden hareketle yazılmıştır.

GİRİŞ

Gündelik hayatın estetikleştirilmesini hedefleyen tüketim kültüründe ve “gündelik hayatın politikası”nın düzenlenmesinde beden, merkezî bir konum teşkil etmektedir. Evrimci biyolojik söylemlerden sosyolojik söylemlerin ilgi alanına giren beden, “Foucault’nun “söylemsel beden”inden, Elias’ın “uygarlaşmış beden”ine ve geç modernliğin “dönüşlü beden”inden postmodernliğin “kutsanmış beden”ine kadar” birçok süreçten geçmiştir (Kara, 2015, s. 24). Kapitalist piyasanın tüketim alanı olarak gördüğü beden, günümüz toplumlarında cinsiyet üzerinden bedene müdahale olarak ön plana çıkmaktadır. Özellikle toplumsal hayatın hemen hemen bütün alanında erkek bedene karşı zayıf kadın bedenine müdahale kadın erkek ilişkilerinin ötesinde de toplumsal ilişkileri belirlemektedir. Kadın bedeni, kaynağını kültürden, dinden ya da başka bir şeyden alan yasalar yoluyla düzene ve kontrole tabi tutularak bir anlamda ehlileştirilmeye çalışılır. Doğurganlık, emzirme, bekâret zarı, menstrüasyon döngüsü, menopoz gibi ağırlıklı olarak bedensel üretim ve cinsellikle ilgili temalar kadının bedenselliğinin sosyal zeminde denetlenmesine neden olan başlıca özelliklerdir. Cinsellikleri ve sosyal hayatta varlıkları toplumsal açıdan sorun gibi anlatılır ve kadınlar çeşitli denetlemelerle karşı karşıya kalırlar. Zira kadın bedeni kapitalist piyasa aktörleri ve yasal ya da yasal olmayan otoritelerin eliyle bir anlamda tüketilmekte; yeniden kurgulanabilir, inşa edilebilir metalara dönüştürülmektedir. Bu yapıya sahip olan beden, kapitalizm ve kapitalist sistemin yeniden inşa edilmesinde büyük bir rol oynamakta ve tüketim edimlerini arttırmakla kalmayıp devamlılığını sağlayan bir dişli olarak işlev görmektedir.

Yaşamın her alanını kuşatan güzellik, moda, eğlence, sağlık, yeme-içme vb. alanlarda oluşturulan söylemler, kendi bedeninden rahatsız olan bireye başkalarını aşma duygusu ile mutluluk, statü, farklılık ve haz yolları önermektedir. Özellikle kadın bedeni üzerinden hareket eden bu söylemler kadın bedeninin metalaşmasına neden olmaktadır. Kadın bedeninin metalaşması moda, güzellik önerileri, ideal vücut ölçülerinin belirlenmesi ve bedeni şekillendirme arzusunun yaratılması gibi kapitalist sistemin kullandığı araçlar olarak ortaya çıkmaktadır (Odabaşı, 1999).

Aralıksız bir propaganda; farklı iletişim mecralarından farklı söylem stratejileriyle insanlara bir bedenleri olduğu ve onu koruması gerektiğini sistemli olarak anlatıp durmaktadır. Geçmişte olduğundan daha yoğun şekilde bugün kadın bedeni modern tüketim kültürüne bağlı pratikler vasıtasıyla bir dönüşümden geçmektedir ve bu dönüşüm siyasal olarak “muhafazakâr” ya da “modern” olması fark etmeksizin tüm kesimleri etkilemektedir. Neoliberalleşmiş bir dünyada yaşayan birey özne hâline gelirken fiziksel olanı tanımlamakla kalmamakta, kendisini toplumsal olarak da ortaya koymaktadır. Kendisine, bedenine, hislerine, etrafındakilere, ötekilere bakarken kaçınılmaz bir şekilde neoliberal küreselleşmenin doğurduğu söylemler, fikirler ve değerler ile dolayım kurmaktadır. Özellikle kadınlar, kendi bedenini kişisel istek ve arzularına bağlı olarak beden ve mahremini yönetmemektedir, bunun aksine beden farklı iktidar pratikleri ve yapıları içerisinde şekillenerek yeni benlikler, kimlikler ya da bedene dair idealler kurularak denetlenmektedir. Diğer bir deyişle, tüm kurduğumuz ilişkiler dış faktörlere dayalı olarak şekillenmekte ve yeniden formüle edilmektedir. Bu öznellik kurulurken alternatifsiz en parlak iyiler betimlenmekte ve buna yönelik idealler sembolik müdahaleler ile birlikte sunulmaktadır (Özbay, Terzioğlu ve Yasin, 2011, s. 16).

Türkiye’de 1980’li yıllar 12 Eylül askerî darbesinin ardından hem neoliberal politikaların benimsendiği hem de Siyasal İslam’ın muhalefetini artırdığı yıllardır. 1980’lerin sonlarında sayıları artan imam-hatip liselerinden mezun kız çocuklarının üniversitelerin ilahiyat fakültelerinde sayılarının artmasıyla “başörtüsüne özgürlük” talebi için elverişli bir zemin de oluşmuştur. Başörtülü kadınların kamuda yer almaması bu anlamda politize edilmeye ve aktivist eylemlerle hayata geçirilmede de somut bir talep olmuştur. Başörtüsü meselesi siyasetin gündeminde merkezî bir yer edinir; bireysel haklar bağlamında dinî özgürlük veya bilinçlenmenin mi tezahürü olduğu ya da kamu tarafsızlığını ihlal etme amaçlı İslami çevrelerin gündeminin simgesi olduğu karşılığında kurulan bir tartışma zemini şekillenir (Ayata ve Tütüncü, 2008). “Öğrencilerin dinim gereği örtünüyorum” ifadeleri değil, devletin siyasi bakışı ağır gelir ve başörtüsü eylemleri laiklik ilkesine tehdit olarak algılanarak kadınlar açısından kısa süreli olarak başarısızlıkla sonuçlanır. Başörtüsü, 2002 yılı genel seçimlerinde iktidar olan Adalet ve Kalkınma Partisi (AK Parti) hükümetinin öncelikli meselesi olmamıştır; ancak 2013 yılı demokratikleşme paketi kapsamında kamuda başörtüsü serbest bırakılmış; 2015’te hâkim ve savcılar; 2016 yılında polisler ve 2017’de ordu mensupları olmak üzere meslek grupları için başörtüsü serbest olmuştur.

Türkiye’de 1980’li yıllarda başlayan neoliberal politikalar özel sermayenin önünü açmış İslami sermaye piyasasının da gelişmesine katkı sağlamıştır. Buradan hareketle İslami muhafazakâr kesim iş dünyasında ticari hacmini artırmış, sermayesi de olan varsıl yeni bir muhafazakâr sınıfın ortaya çıkmasına ve bu kesimin tüketim kültürüyle tanışmasına neden olmuştur. Türkiye’de 2002 yılında Adalet ve Kalkınma Partisi’nin genel seçimleri kazanmasıyla, neoliberal politikalar aracılığıyla İslami sermaye siyasal ve ekonomik anlamda yükselişe devam etmiştir. Siyasal İslam ve kapitalist sistem birlikteliği, İslami inanç ve yaşayış tarzına da hitap eden tüketim kalıplarının beğeni, statü, imge gibi unsurlarının pazarlama strateji ve söylemlerini medyada somut olarak gözlemleyebilme-yi mümkün hâle getirmiştir. İslami sermaye piyasasının yükselmesi Türkiye’de muhafazakâr kadın moda dergilerini ortaya çıkarmıştır. 2010 yılının ikinci yarısından itibaren Türkiye’nin gündemine İslami moda dergileri girmiş; 2011 yılının Haziran ayında İslami Moda dergisi olan *Âlâ*, kısa süre sonra *Hesna*, *Enda*, *Aysha* gibi muhafazakâr moda-magazin dergilerinin yayın hayatında sayıları artmıştır. Moda magazin içerikli bu dergiler hedef kitle olarak belirlediği tesettürlü kadınlara ev dekorasyonu, giyim kuşam, makyaj gibi konularda öneriler sunmakta; bu önerilere uyanların asil, elit, modern vb. kimlik statülerine erişebileceği vaadinde bulunmaktadır. Dergiler, Türkiye’deki medya çapraz sahipliğinin etkisiyle İslami sektör ve müşterilerini buluşturma imkânı sağlamıştır. Bu birliktelik İslami muhafazakâr kadın bedenini de bir tüketim alanı olarak görerek metalaştırmıştır. Piyasaya uyum sağlamak, muhafazakâr kadının simgesi olan başörtüsünü -moda anlamıyla tesettürü- metalaştırmış, buna bağlı olarak yeni seçkin bir tesettür giymi ortaya çıkmış ve bunun da ötesine giderek üst sınıf kadınlara seslenerek seçkin Müslüman kadın kimliğini şekillendirmeye yönelmiştir. Tıpkı Simmel’in tespitinde olduğu gibi moda sınıflı toplumun bir formu hâline gelmiştir (2003, s. 42).

Bu araştırmaya İslami kimlik temelli üretim ve tüketimin belirginleştiği alanlardan biri olan muhafazakâr moda-magazin dergileri konu olmuştur. Çalışmanın amacı, 2000’li yıllarda gerek siyasal alanda güç kazanan siyasal İslam gerekse de ekonomik alanda etkinliği ve sermaye birikimi yükselişe geçen İslami sermayeye paralel değişen

muhafazakâr orta sınıf kadınlara hitap eden İslami popüler moda-magazin dergilerinin irdelemesidir. Araştırma mecrası olan muhafazakâr moda dergilerinde kapitalist sistemin pazar dinamikleri, İslami muhafazakâr yaşam tarzı ve kadın bedeni üçgeninde tüketim kültürü ve ataerkil değerlerin nasıl birbiri ile eklemlendiklerinin serimlenmesi ve birbirini yeniden üreterek söylem ve stratejilerinin neler olduğunun ortaya çıkarılmasıdır. Araştırma kapsamına muhafazakâr moda-magazin yayın politikasına sahip ilk yayımlanan dergi olması sebebiyle *Âlâ* dergisi ve bu tarz yayın politikasına sahip dergi örneklerinin son temsilcisi ve hâlen yayımlanması sebebiyle *Aysha* dergisi seçilmiştir. *Âlâ* dergisinin 2014 yılında yayımlanan Ocak, Mart, Temmuz ve Aralık, *Aysha* dergisinin 2017 yılında yayımlanan Ocak, Mart, Temmuz ve Aralık nüshaları “tesadüfi örnekleme yoluyla” seçilip çalışmanın örnekleme oluşturulmuştur.

1. Tüketime Değişen Anlamı: Modern Dönemden Postmodernist Döneme Bakış

Tüketim olgusuna farklı bakış açılarıyla farklı anlamlar yüklenmekte ve kimi olumlu kimisi de olumsuz olmak üzere değişik değerlendirmelere konu olmaktadır. Özellikle serbest piyasa ekonomisi savunucuları daha fazla tüketimi daha fazla üretim olarak algılamakta ve böylesi bir ilişki sonucunda artan tüketim kapasitesini de daha fazla refah olarak yorumlamaktadırlar.

Endüstriyel kapitalizmin ilk dönemlerinde ekonomik gelişim seyri içerisinde tüketim kişinin kimlik duygusunu tükettiği sembol ve kalıpları oluşturmuyordu. Çoğu kişi için kimlik, çalışma yaşamındaki rollerin baskısı altında gerçekleşiyordu; maden işçisi, çiftlik işçisi ve fabrika makinisti olmak onlara çekirdek bir toplumsal kimlik duygusu sağlıyordu. Bu erkekler kadar ücretli çalışan kadınlar için de bu şekildeydi. Toplumsal kimlik duygusu onlara kim oldukları, ne yapmaları gerektiği, kendilerini nasıl düşündükleri ve başkalarının onları nasıl algılamasını istedikleri konusunda olumlu duygular içerisinde olmalarını sağlıyordu (Erikson’dan aktaran: Bocoock, 2009, s. 57). Fordizm, yarı otomatik montaj hatlarını, iş bölümüne ve ayrımlarına ilişkin “Taylorist” biçimleri kullanan, genel bir seri üretim sistemine dayalı yoğun sermaye birikimi rejiminin oluşumunu temsil etmektedir. Fordist dönemde, toplam talebi artırıcı Keynesci politikalara dayalı, sosyal demokrasinin yükselişiyle çakışan ve ücretleri yüksek tutan refah devleti anlayışı, 1950’lerden sonra kitlesel tüketimi başlatmıştır (Dağtaş, 2006, s. 10). Fordizmle artan üretim kapasitesi oranında halkın tüketim potansiyelinin artırılması da hedeflenmiştir. Bunun için seri şekilde üretilip pazara alımı uygun koşullarda sürülmüştür. Seri üretim ve tüketim modeline karşılık 1970’li yıllarda ekonomik krize sürüklenmiştir; işte bu krizden de Fordizmi terk ederek, malların ve sermayenin küresel bir düzlemde hareket etmesinin önünü açarak çıkmaya yönelmiştir.

1950’lerin tek düze standart toplu tüketim dönemi kendini 1960’larda daha çok seçeneklere bırakmıştır. Sabit statü gruplarının kaybolmasından bahseden Featherstone, bu dönemi “postmodern” olarak tanımlamıştır (2005, s. 83). Burada grup üyeliklerinin sabit ve durağan yapısı yerini değişkenliğe bırakmıştır (Bocoock, 2009, s. 40).

Postmodern ya da post-fordist dönem ile yaşam biçimine yönelik pazarlamanın sadece var olan yaşam biçimlerinin tanınması ve hedeflenmesi değil, tüketiciler için anlamlı yapılara göre yeni yaşam biçimleri oluşturulması amaçlanmaktadır. (Odabaşı,

1999, s. 12). Postmodernizmde farklı olan tüketim kalıpları açısından çeşitli etnik, sosyal sınırlamalar, yaş, cinsiyet gibi etmenler bireyselleşmiş kalıplara göre daha az öneme sahiptir. Gruplara ait sabit sınırlar modernizmde olduğundan daha akışkanlık gösterir. Kimlikler devamlı bir değişim hâli içerisinde sosyal ekonomik kategorileri karıştırıp her şeye uydurulabilirler. Örneğin modernizmde oldukça farklı dinleyici gruplarına sahip olduğu düşünülen pop, caz, country, western, klasik veya çağdaş müzik birbirine karıştırarak postmodernizm koşullarında bir araya gelebilmişlerdir. Statü grupları için sabit farklılıklar çizilmişken aynı insanın sabah geleneksel yeme içme alışkanlıklarını veya geleneksel kıyafetlerini benimserken, bir akşam pop konserine gidebileceği, diğer bir akşam klasik müzik dinleyebileceği veya bir başka akşam kiliseye, camiye, sinagoga gideceği varsayılır. Zevk stil, ilgi alanı, politik ya da dinî olarak “ait olma” postmodernizm koşulları altında değişebilir; birbirine zıt olan iki düşünce bir araya gelebilir. Bu yaşam tarzında kimlikler devamlı bir değişim hâli içerisinde bir alt gruba ya da üst gruba özgürce geçiş yapabilmektedir. Modernizmde sabit olan aşılma bu sosyal statü hâli, postmodernizmde değiştirilebilir esnek yapılar hâline gelmiştir. Bir zamanlar, modernizmin koşulları altında sosyal hiyerarşi içindeki “yerlerini bilmek” zorunda olan insanlar, postmodernizmde böyle düşünmekten vazgeçmişlerdir. (Bocoock, 2009, ss. 86-87).

Post-fordist yapılanma içinde mevcut gelir, servet ve güç eşitsizliklerini birlikte deneyimleyen ve ortak bir çıkar ve dünya görüşüne sahip homojen bir sınıf çıkarı algılayışı artık önemini yitirmektedir. Post-fordist dönemde sınıf temelli algılayışlar yerini “yaşam tarzı” gruplarına bırakmaktadır. Yaşam tarzı, sınıf gibi kolektif bir yapıyı değil, bireyselliği, kendini ifade etmeyi ve üslupçu bir özbilinci çağırıştırır. Bir kimsenin bedeni, giysileri, konuşması, boş zamanı kullanması, yiyecek ve içecek tercihleri, ev otomobil tatil seçimleri vb. konut seçimi bireylerin/tüketicilerin beğeni ve üslup duygusunun bireyselliği olarak kabul edilir (Featherstone, 2005, s. 140).

Bocoock, tüketime ihtiyaçtan çok prestij, farklılık, bir gruba aidiyet, kimlik, imaj edinme, sınıf atlama gibi simgesel değerler adına yapıldığını söylemektedir. Medya içerikleri ile tüketiciye metalara ulaşarak sınıf atlayacağı, yaşamının olumlu anlamda değişeceği, bir gruba ait olacağı ya da farklı olacağı türünden iletiler sunulmakta, ürünün kendisinin tanıtımı ise geri planda yer almakta ya da hiç yer almamaktadır. Tüketime artık insanların kim oldukları, kim olmak istedikleriyle ilgili duyarlıklarını ve bu duyarlıklarını korumalarını sağlayan yöntemleri etkilediğini; bu nedenle ekonomik olduğu kadar, aynı zamanda toplumsal, psikolojik ve kültürel bir olgu olmaya da devam edeceğini belirtir (2009, ss. 7-10). Tüketim edimi kişilerin sosyal yaşamlarında gruplarının oluşması ve yaşam biçiminin oluşmasında önemli bir role sahiptir. Bireyler sadece pratik yararları ve işlevlerinden dolayı değil, aynı zamanda kim olduklarını gösterme, duygularını ortaya koyma ve çevreleriyle iletişim amaçlarından dolayı da ürün satın alıp kullanmaya başlamaktadırlar (Odabaşı, 1999, ss. 8-29). Baudrillard (2008) piyasadaki ürünlerin sadece insan ihtiyaçlarıyla ilişkili olmadığını, sahip olduğumuz araçların, fiziksel ihtiyaçlarımızı karşılamaktan ziyade; statümüzü tayin edici, prestijimizi yansıtan, bizim dışımızdaki insanların bize bakışı ve onun nezdinde değerimizi belirleyici misyonlar edindiğini aktarmaktadır. Örneğin, çamaşır makinesi mutfak eşyası olarak hizmet eder ve konfor, prestij öğesi, vb. rolü oynar. Tüketime alanı tam olarak işte bu ikinci alandır. Bu alanda her tür nesne, anlam verici öğe olarak çamaşır makinesinin yerine geçebilir. Simgelerin mantığında olduğu gibi, göstergelerin mantığında da nesnelere artık hiçbir işleve ya da tanımlı

bir ihtiyaca bağlı değildir. Bu tam olarak nesnelere başka bir şeye cevap vermesindedir. İster toplumsalın mantığı ister arzunun mantığı olsun, bu başka şeye nesnelere hareketli ve bilinç dışı anlamlandırma alanı olarak hizmet eder (2008, s. 89). Bauman ise tüketim kültürünü, metaların değişim değerinin ortadan kalkması, ürünlerin yarar işlevi yerine gösterge işlevinin ön plana çıkması olarak tanımlamakta ve imrenilerek tüketilen şeyin göstergeler olduğunu aktarmaktadır (1999(a), s. 83).

İnsanlar modern tüketim ideolojisi ile sosyal ve kültürel olarak etkilendikten sonra televizyon, gazete ve radyolarda sergilenen gösterge ve imajları ekonomik durumları yetmese bile satın almaya arzu edebilirler. Kitle iletişim araçlarının etkisiyle üretimden ziyade tüketimin kabul edilirmeye başlaması, imaj kazanma, statü kazanma ve yeni kimlikler yaratma bireyin değişimlerini etkilemektedir. Bu kitle iletişim araçları medya olarak tanımlanmaktadır. Medya araç olarak kullandığı dil ile tüketim arzularını körükleyerek yeni tüketici gruplarının oluşmasını sağlamaktadır (Ayparçası ve Kırılmaz, 2016, s. 50).

Tüketim kültürü ve tüketim mallarının yüklenmiş olduğu “yeni” manipülatif anlamlarını, İslami inanç ve yaşayış tarzına da hitap eden tüketim kültürünün beğeni, statü, imge gibi unsurlara hitap eden bir pazarlama strateji ve söylemi medyaya yansımaktadır. 1980 sonrasında liberal politikalar, piyasa ekonomisi ve kitle iletişim araçlarının özelleşmesi sürecinde İslami gruplar da piyasa ekonomisine dayalı sisteme entegre olarak avantaj elde etmeye başlamış ve kendi orta ve ortanın üstü sınıflarını oluşturmuştur. Özellikle seküler ve modern eğitim aracılığıyla İslami aktörler, sosyal ve kültürel sermayeyi yeni elde ettikleri ekonomik sermaye ile dönüştürmeyi başardılar. Bu orta sınıflaşmanın bir sonucunda, İslami gruplar arasında tüketim önemli bir gösterge alanı olarak ortaya çıkmıştır. Ekonomik ve kültürel yaşamın yeni formlarının benimsenmesi, İslami hareketi şekillendirmiştir (Kömeçoğlu, 2007, s. 57). Dolayısıyla dindar kimlik, tüketim kültürünün normlar dizisinden yararlanarak oluşturulmaktadır (Özbolet, 2015, s. 141).

2. Muhafazakâr Kadın ve Tüketim

Türkiye’deki İslamcılık ideolojisi, Türk modernleşmesi sürecinde üretilen toplumsal cinsiyet rollerini tarihe ve toplum yapısına aykırı bulur ve bu rolleri yeniden düzenlemeye soyunur. Ancak dönemin kadınla ilgili algılamasına yakından bakıldığında gelenekselci görüş ile modernleşmeci görüş arasında toplumsal cinsiyet rolleri arasında bir benzerlik olduğu da görülebilir. Her iki görüşte kadın aslında her şeyden önce “anne” ve “eş” vazifesiyle tanımlanmaktadır. Buna rağmen Cumhuriyet reformlarının kadınlara siyasi hak ve özgürlükler tanınması, eğitim ve öğretimde düzenlemeler ile onları kamusal hayata katması kadının radikal niteliğinin değişmesinde etkili olmuştur (Berktaş, 2010, s. 108).

Muhafazakâr kesim Kemalizm’in yeni kadın ülküsüne karşı eski kadının kıymeti üzerine ısrar ediyordu. İslamcı harekette, “okumamış ama ‘vahi kültürü’ ile bilge, ‘sabırlı, temkinli, vakarlı, şefkatli, bilhassa hamiyetli’ –ve tabii ‘yerli ve millî’ olan eski kadın, sokağa salınarak ahlaken düşen yeni kadından daha yüksekti” (Bora, 2017, s. 800). Kadının eve dönmesini özleyen bu muhafazakâr bakış 1980’lere kadar hâkimiyetini korudu. Muhafazakâr dindar kadınlar, 1990’lı yıllardan başlayarak hem hayır derneği veya vakıf gibi örgütler içerisinde kadın kolları olarak faaliyetlerini artırmış hem de kadın dernekleri

kurarak muhafazakâr kadın kimliğini kurgulama çabasına girmişlerdir. Dergi, gazetelerde muhafazakâr kadını anlatan yazılarıyla kadın gazeteci ve aktivistlerin sayıları artmış; daha sonra bu yayınlara muhafazakâr moda, aktüel-siyaset vb. dergiler ve blog yazıları dâhil olmuştur. Muhafazakâr kadınlar, 1980’li yıllarda Kemalizmin yeni kadın ülküsünün aksine eve dönme arzusunda değildir artık; üniversite mezunu, meslek sahibi bir şehirli dindar kadın zümresi oluşmaktadır. 1973’te kurulan Hanımlar İlim ve Kültür Derneği, 1976’da *Şadırvan* dergisini çıkararak bu zümrenin sesi olmuştur. 1980’e kadar çıkan dergi, “ilimci” bir söylemle başörtülülere itibar kazandırmaya önem vermiştir. Tasarımlar yayımlayarak bir örtünme estetiğini işlemek de bunun bir parçası olmuştur. 1980’li yılların ilk yarısı, bir yandan radikal İslamcılığın, bir yandan o dönemde üretimi çok artan hidayet romanlarının tesiri altında geçer. Şerife Katırcı’nın açıkça Duygu Asena’nın *Kadının Adı Yok* romanına cevap olarak yazdığı Müslüman *Kadının Adı Var* romanında başörtülü bir kadın kahraman, hekim olarak çalışma hakkını sökülmektedir. 1980’lerin ortalarından itibaren ise kadınlara özel dergilerin sayısında artış yaşanır. 1985’te yayımlanmaya başlayan *Kadın ve Aile Dergisi* kadınlara geleneksel roller üzerinden seslenir; “Sizler bizim nazarımızda ya beyaz oyalı namaz başörtülü, eli tespihli, ağzı dualı hacı anne teyzeler veya eşine, yuvasına sadık, ciddi, şefkatli ve fedakâr ev hanımları: ya da cici, temiz, cıvılcıvılcı, hünerli küçük ablalarsınız.” 1988’de yayın hayatına başlayan *Nurcu, Bizim Aile* de ev içi hayat ve görevlere eğilmiştir. Yine 1985’te yayımlanmaya başlayan *Mektup Dergisi* her şeyden önce kadınların kaleminden çıktığı vurgusuyla diğerlerinden ayrılır. Kadın erkek herkese hitap eden dergi, Batı’da ve kapitalist düzende kadınlık durumunun ve istismarının eleştirisiyle, İslam’da kadının yeri meselesiyle, örtünme biçimiyle meşgul olmuştur. Dergi esas arayışı, kadının kamusal hayata katılmasının adap ve yordamını geliştirmek olduğunu aktarmaktadır. Genel olarak radikal bir söylem kurmakla beraber, Genel Yayın Yönetmeni Emine Şenlikoğlu; Müslüman kadının öncelikle iyi bir evlat, eş ve anne, ancak ondan sonra iyi bir mücahide olması gerektiği fikrindedir (Bora, 2017, ss. 801-804).

Kamusal alana çıkmayan, başkalarına “ötekilere” mesafeli olarak açılan bir alan olan mahremiyet, köklü bir değişim içerisinde yer alır. Buna göre mahremiyet kavramının iki yönü bulunmaktadır: Birincisi mahrem kabul edilen hususlar devlet, ekonomi, popüler kültür gibi dış kuvvetlerin etkisiyle formüle edilirken; ikincisi, ilkinde eş değer şekilde mahremiyetin daha çok gündemde olup konuşulur, araştırılır ve paylaşılır hâle gelmesidir. Dolayısıyla üzerinde durulan bu süreç mahremiyetin kamusal alan sınırlarının nerede başladığı ve bittiği ile ilgili toplumsal ve kültürel niteliği şekillendirmektedir. Mahremiyet olanın kamusallaşması, piyasa içerisinde yer alarak metalaşması ya da neoliberalleşmesi muhafazakâr kadının kimliğinin inşa edilmesinde dinamikler yaratmıştır. Muhafazakâr kesimin kendilerine açtıkları kültürel alan, siyasi mücadele alanına çevrilmesiyle özgürlük tartışılabilir hâle gelmiştir. Cumhuriyetin temel iddialarından laiklik ve modernleşmeyi sistematik olarak eleştirip Türkiye’de tepeden yapılan reformları güçlü devletin dayatması olarak görmüşlerdir. Ne var ki İslamcı kadınların bu mücadeleleri, kendini hak mücadelesinde değil daha fazla görünür olmakla gerçekleştirilmiştir.

Muhafazakâr kadın yazar Fatma Barbarosoğlu (2015) tesettürlü kadınların kamusal alanda görünür olmasının sosyolojik nedenlerini irdelerken Refah Partisinin yerel seçimleri kazanmasının önemli bir motivasyon sağladığını; politik bir tavır olarak tesettür giyim bir örtünme ve dolayısıyla saklanma üslubundan çıkarak, görünme ve her yerde ol-

maya doğru evrilen bir değişim gösterdiğini öne sürer (s. 57). Barbarosoğlu 1980'lerden sonra yükselen siyasal İslam dalgasıyla özneleşme sürecine dikkat çeker.

Refah Partisi “millî görüş” geleneğinden beslenen politikalarında kadınları da hareketin içerisine dâhil ederek siyasallaşmalarını sağladı. İslami referanslarla siyasal mücadelelerini genişletme sürecinde kadınlar da başörtüsü ile yükseköğretim hakkını savundu; özellikle kampüs önlerinde yaptıkları eylemlerle rejimin dayattığı çağdaş/modern giyim kuşam kodlarıyla sembolleşen modern/çağdaşlık kavrayışına meydan okuyarak “tesettür giyimi hakkını” savunan eylemlerle görünür olmayı başardılar. Nasıl ki Osmanlı'dan Cumhuriyet Türkiye'sine geçiş sürecinin “toplumsal değişme ve hareketlilik, kimlik farklılaşmaları süreçleri içerisinde kadınlar hep merkezî bir öneme sahip” olarak Kemalist Cumhuriyetçi proje modernleşmenin odak noktasındaki rolü kadınlara vermişse 1980 sonrası İslamcı hareketin siyasi yelpazenin sağ kanadından kendini ayırışmasında da kadınlar önemli aktörler olarak rol almıştır. Böylelikle kadınlar siyasi, kültürel, sosyal yönleriyle ve benlik düzeyinde yeni bir kimlik oluşumunu gündeme getirmişlerdir. İslamcı hareket özelinde ve kadınların bulunduğu hayati yer bakımından genel kimlik politikalarının merkezinde kadınlara bir ‘ayraç’ olma/oluşturma işlevi yüklenmiştir (İlyasoğlu, 1995, s. 754). Ne var ki Refah Partisinde kadınlar üstlendiği Siyasal İslam kimliğinin belirginleşmesi ve görünürlüğündeki önemli rolüne rağmen RP'nin milletvekili aday listesine tek bir kadın dahi girememiş; koalisyon ortaklığında da kadınlar önemli bir pozisyona sahip olamamışlardır. Refah Partisi'nin İslamcı kadınların politik görünürlüğünün çoğuna seçim kampanyalarının mutfak kısmıyla veya muhafazakâr kadın seçmenlere ulaşma süreciyle sınırlıydı (Çakır, 2000, ss. 14-18).

Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) ise kadınlara ve partinin kadın kollarına Millî Görüş hareketinin yaklaşımından daha farklı yaklaşmış; özellikle 2002 yılı seçiminde AKP'nin genel seçimlerdeki başarısında kadınların seçim kampanyaları aktif çalışmalarının gücü keşfedilmişti. Ancak AKP bunu zaten 1994 yılında yerel seçimlerde İstanbul Büyükşehir Belediyesi seçim zaferinden zaten biliyordu. AKP politikalarında RP'den farklı olarak kadınlar ve kadın kolları özel bir önemle ele alınmış; sadece seçim kampanyaları değil muhafazakâr kadın, yoksul haneler, gecekondu mahalleleri gibi ihmal edilmiş alanlara AKP kadın kollarının erişimi ve yardım götürmesi önemli görülmüş; erkeklerin girmeyeceği evin içine muhafazakâr kadınların –dolayısıyla komşular açısından zararsız olarak- girmesi politikası izlenmiş ve “kaleyi içten fethetme” metaforuyla dile getirilen propaganda söylemiyle seçimlerde hayli başarılı olunmuştur. Adalet ve Kalkınma Partisinde parti içerisinde kadınlar hem yerel hem de ulusal düzlemde siyasal faaliyetlerde çok daha etkin ve görünür olma olanağına kavuşmuşlardır (Arat, 1999; Ayata ve Tütüncü, 2008).

2000'li yıllarda özellikle muhafazakâr kadınlar arasında artan gösterişçi tüketim örüntüleri eleştiri konusudur. Barbarosoğlu, *Şov ve Mahrem* adını taşıyan kitabında tesettür giyim ve türban modasının ve dolayısıyla magazin ve kapitalist üretim-tüketim ilişkilerini popüler yazılarla eleştirir. Kadınların giyimi, özneliğinin kurulmasında önemli bir yer tutmaktadır. Örtünme yoluyla kendilerini Batılılaşmaya karşı koruduklarını öne süren İslami muhafazakâr kadınlar, kamusal alanda örtünme yoluyla mahremiyetlerini koruduklarını ifade etmektedirler. Bu noktada örtünme, İslamcı kimliğin kurulmasında önemli bir simge hâline gelmiştir (Kadıoğlu, 1998, s. 96). Örtünme, Müslüman kimliği-

nin oluşturulması için kamusal alanda Müslüman kadın özneleşmesinin pratiği ve İslamcılığın sembolü olarak karşımıza çıkmaktadır (Köse, 2014, s. 205). Göle (2011), anonim olmaya bağlı örtünme üzerinden tesettürün görünmeme amacından, kamusal bir görünürlük hâline geldiğini aktarmaktadır (s.164). Sergilenen kamusal görünürlük geleksel örtünme biçimlerinden modern görüntüsüyle farklılaşmaktadır. İslam anlayışının sınırlarına çıkmadan kamusal alan dindar muhafazakâr kadınların dindarlığı yeniden inşa ettikleri ve kendilerini gerçekleştirdikleri ve özgürleştikleri mekâna dönüşür. Kendilerine yeni bir alan açmalarına fayda sağlayan kültürel pratikleri kadınların çalışma ve sosyal hayatında tesettürün temsil edilebilmesi dindar bir kimlik kurulumu açısından önemlidir. Dindar kadınların özneliğinin inşa edilebilmesi açısından tesettür bir araç olarak vazgeçilmezdir.

Tesettür bir yandan kamusal mekânda İslamcı kadınların özneliklerinin farklılığını ortaya koyarken diğer yandan erkek ile dindarlaşmanın farklı olduğunu göstermektedir. Erkekler kamusal mekâna hemen ayak uydurabilirken (takım elbise giymek, sakal kesmek) kadınlar modern görünüme uyum sağlamaya çalışırken kaybolmamak için tesettür ile görünürler (Aktaş, 2007, s. 19). Böylece İslamcı kadının görünürlüğünün her alanda var olabildiğini kolaylaştıracak ve normalleştirecek bir giyim tarzının gelişmesinin zorunluluğunu getirmektedir. Bu görünürlük kadına estetik olma kaygısı ortaya çıkarır. 1970'li yıllarda Müslüman kadının görünürlüğü tartışılırken 1990'lı yıllardan sonra “en şık” biçimleriyle görünmeye dönüşür (Barbarosoğlu, 2013, s. 96). Bu görünürlüğü sağlayacak şey ise modadır. Muhafazakâr modanın ortaya çıkarılmasıyla Müslüman kadın hem gizlenmekte hem de gösterilmektedir. Bir yandan süslenme, stil sahibi olma ihtiyaçlarına cevap verirken diğer yandan dinin bedene ilişkin buyruklarını yerine getirir (Özbolet, 2015, s. 132). İlyasoğlu, örtünme pratiğinin örtünen kadınlar arasındaki her türlü farkı bir ölçüde görünmez kıldığı, pratiğin yeni anlamının ise örtünenler arasındaki sınıfsal farklılıkların simgesel olarak dışa vurulmasına zemin hazırladığı ve örtünen kadının örtünün kazandırdığı anonimlikten sıyrıldığını ifade etmektedir (2013, s. 24). Buradan hareketle medyada tesettür-moda-kadın üçgeninde muhafazakâr kadın bedeni ilgi odağı olur. Piyasanın tüketim pratikleri içerisinde muhafazakâr kadının bedeninin temsilinde İslami olması onu farklı kılan tek unsur olarak karşımıza çıkar.

İslami içerikli bir medyanın ortaya çıkması ve yeni tüketim kalıplarının yükselişi olarak bu popülerleşmenin önemli iki boyutu bulunmaktadır. İslami içerikli medya içeriğinde İslam'ın sesini duyuran gazete, dergi, bestseller eserlerin içinde olduğu filmler, radyo ve televizyon programları yer alır. Yeni tüketim kalıpları ise, turizm ve moda gibi İslami kesimin yeni boş zaman etkinliklerini içerir (Kılıçbay ve Binark, 2002, s. 497). İslami imgelemlerin toplumsal yaşama adaptasyonları kitle kültürü aracılığıyla yaygınlaştırılır.

Tesettür modası sınıfsal ayrımı diğer metalara benzer şekilde üretmektedir. Şık örtünmeyi kapsayan seçkin bir hayat tarzına gücü yetenler ile örtünmenin tüketim kültürü içerisinde “tesettür modası” olarak yeni bir örtünme pratiğini karşılamıştır. Bu yeni anlam örtülü kadını kendi habitusu içinde farklılaştırırken, genel örtünme pratiği üzerinden de birleştirmektedir (Binark ve Kılıçbay, 2002, s. 91). Sınıfsal temele bağlı olarak dindar muhafazakâr kadın bu dergilerde “Müslüman kadın giyinmeyi bilir ve tarzını yansıtır” mottosu şeklinde betimlenirken Müslüman kesimin örneğin İslami müziğin cihadist me-

İslamilerin aksine new age, pop ve rap ritimleri üzerinden ticari ve manevi olarak kendilerini ifade etme şekilleri değişmiştir. Benzer şekilde Müslüman kadınların iffeti herhangi bir tesettür altında değil en lüks moda kumaşlar ile kendini betimleyebilmektedir. İslami olan her şey iliştilir hâle gelmiş; sivil toplumdan edebiyata, müzikten ticarete, mimariden moda defilelerine varıncaya kadar her şeyin İslami yorumu artık “imkân” dâhiline girmiştir (Yankaya, 2014, s. 16).

3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada feminist metodoloji takip edilerek eleştirel söylem analizi ve feminist çalışmaları bir araya getiren Feminist Eleştirel Söylem Çözümlemesi yöntemi kullanılmıştır. Disiplinler arası bir araştırma yöntemi olan feminist eleştirel söylem çözümlemesi, eleştirel söylem çözümlemesinin feminist perspektifle geliştirilen; toplumsal cinsiyet ilişkilerindeki eşitsizliğin metin temelli görünümünü görünür kılmaya çalışan bir tekniktir. Eleştirel söylem analizi tekniği ise toplum ve kültürü yorumlayıcı ve açıklayıcı; metin ve toplum arasındaki aracı, sosyal problemler üzerinde düşünen ideolojik ve tarihsel bir yöntem olarak tanımlanmaktadır (Fairclough ve Ruth Wodak, 1998, ss. 271-280). Toplumsal kültürel yapılar ve süreçler ile metinler arasında bağlantı kurmaya yöneliktir. Bununla birlikte yapılan çoğu eleştirel söylem analizleri cinsiyet körüdür. Bu çalışmada araştırmanın veri toplama ve analiz aşamalarında cinsiyet körü bir yaklaşım değil; feminist duruş benimsenerek araştırma yürütülmüştür. Bu nedenle Lazar’ın toplumsal cinsiyete dair metin ve görsellerde ön plana çıkarılan ideoloji ve egemen söylemleri görünür kılmak amacıyla kadınlara biçilen birtakım roller gereği eşitsizlik ve adaletsizliği ortaya koyma amaçlı geliştirdiği teknik olan feminist eleştirel söylem çözümlemesi takip edilmiştir (Lazar, 2005, s. 5).

Feminist eleştirel söylem çözümlemesi, eleştirel söylem çözümlemesinden farklı olarak toplumsal cinsiyet ilişkilerini ve toplumda kabul görmüş, doğallaştırılmış eşitsizlikleri kadınlar lehine eleştirel bir bakış açısıyla ele alır. Böylelikle cinsiyet körü bir yaklaşım değil; toplumsal cinsiyet ilişkilerindeki iktidar ilişkilerini de görünür kılmaya yönelir (Lazar, 2005, ss. 5-12). Toplumda yer alan güç ilişkileri erkekleri avantajlı bir konumda tutarken kadınları dezavantajlı konuma yerleştirerek dışlamaktadır. Toplumun hemen her alanında bulunan sosyal-siyasal iktidarlar ise kadınların dezavantajlı konumunu söylemleriyle inşa etmektedir. Toplumun anlatmak amacıyla ataerkil olarak cinsiyetlendirilmiş ideolojik söylemler, dil aracılığıyla medya metinlerinde kadınlara biçilen birtakım roller gereği eşitsizlik ve adaletsizliği inşa etmektedir. Toplumsal cinsiyete dair metin ve görsellerde ön plana çıkarılan ideoloji ve egemen söylemleri görünür kılmak analiz yapmayı gerektirmiştir. Analiz, eril hegemonyanın kadınlar üzerindeki baskısının ve kadınların bu baskıyla nasıl mücadele ettiklerinin araştırılmasını da gerektirmektedir. Nitekim hâkim iktidar ilişkilerinin egemen bakış açısı ile söylemsel olarak nasıl üretildiği ve toplumsal cinsiyet rollerinin nasıl pratikleştirildiğini metinsel ve görsel söylemlerde ortaya çıkarmak için feminist eleştirel söylem çözümlemesi en iyi yoldur.

Bu araştırma İslami muhafazakâr kadınlara moda-magazin içeriği sunduğu kabul edilen *Âlâ* ve *Aysha* dergileri üzerinde yapılmıştır. Çalışma kapsamında muhafazakâr kadın dergileri aracılığıyla, İslami muhafazakâr yaşam tarzı, kapitalist sistemin dinamikleri ve kadın bedeni üçgeninde tüketim kültürü ve ataerkil değerlerin nasıl birbiri ile ek-

lemlemekte ve birbirini yeniden üreterek var oldukları ortaya konulmaya çalışılmıştır. 2010 yılının ikinci yarısından itibaren Türkiye’nin gündemine İslami moda dergileri girmiş; 2011 yılı Temmuz ayı ile İslami muhafazakâr moda dergisi olan *Âlâ*, kısa süre sonra *Hesna* (2011), *Enda*, *Şemsituba*, *Ikra* (2012) ve *Aysha* (2013) gibi dergilerle yayın hayatında sayıları artmıştır. Söz konusu dergiler, yayın politikalarında muhafazakâr kadınların kamusal alandaki giyim kuşamlarının tarzlarını veya İslami modayı belirleme amacına sahiptir.

İslami muhafazakâr kadının giyimine veya zevklerine rehberlik etmek amacıyla ilk tesettür moda-magazin dergisi olma özelliği taşıması sebebiyle *Âlâ* dergisi; hâlen yayın hayatına devam etmesi sebebiyle de *Aysha* dergisi ele alınmıştır. Dergiler “tesadüfi örneklem yöntemi” ile *Âlâ* dergisinin 2014 yılında yayımlanan Ocak, Mart, Temmuz ve Aralık sayıları, *Aysha* dergisinin 2017 yılında yayımlanan Ocak, Mart, Temmuz ve Aralık sayıları ile sınırlandırılmıştır. *Âlâ* dergisinin 2015 yılında yayın hayatına son vermesi nedeniyle 2014 yılı, *Aysha* dergisinin ise 2017 yılında çıkan tüm sayılara erişimin kolaylığı örneklemin sınırlandırılmasında belirleyici olmuştur. Dergilerde analiz edilecek ayların birbirine paralellik göstermeleri dikkate alınmıştır. Dergilerle ilgili sayılara PRnet tabanı ve ek olarak *Aysha* dergisine “Turkcell Dergilik” uygulaması kullanılarak ulaşılmıştır.

Her iki dergide farklı konu başlıkları ile yer alan “güzellik, moda, sağlık, cinsellik” konu başlıklarının altında bulunan “röportajlar ve dosya haber konuları” dergilerin muhafazakârlık iddiası çerçevesinde muhafazakâr yaşam tarzı, kadın bedeni ve tüketim kültürü üçgeninde analiz edilmiştir. “Röportajlar ve dosya haber konuları” analiz edilirken metin içeriğindeki söyleme ve kadınla beraber gösterilen durumlar, mekânlar ve eşyalar bağlam kurması nedeniyle çözümlemelerde belirleyici olmuştur. Dergiler (güzellik, sağlık, cinsellik ve moda) 4 farklı tema kategorisi ile analiz edilmiştir. Bulgular sonucunda başlıklar şu şekilde sıralanmıştır: Geleneksel Değerlere Uyumlu: “Modern Kadın”, İslami Muhafazakâr Kadın Bedeninin Nesneleştirilmesi, Yeni Zenginler; İslami Burjuva Sınıfı, Gelenekselin Modernizasyonu: Helal Vurgusu ve En Şık Hâliyle Geleneksel Ritüeller/Seremoniler: Düğün. *Âlâ* ve *Aysha* dergilerinin analizi salt dergilerde kurulan söylemlerin çözümlenmesi olarak kalmamış; inşa edilen anlamlar tıpkı eleştirel söylem analizinin yapmaya çalıştığı gibi Türkiye’de 2000’lerde kendini hissettiren sosyo-kültürel toplumsal yapı bağlamında ve feminist bir bakış açısıyla okunmaya çalışılarak; kadın bedeni üzerindeki -dindar/muhafazakâr veya modern/seküler fark etmeksizin- eril tahakküm ve ticari kaygılarla bedeninin nesneleştirilmesi serimlenmeye çalışılmıştır.

4. *Âlâ* ve *Aysha* Dergilerinin Eleştirel Söylem Analizi

Âlâ dergisi 2011 yılında “*Dünyanın ilk ve tek, muhafazakâr yaşayan hanımefendilere özel kadın dergisi*” sloganıyla yayın hayatına başlamıştır. *Âlâ* dergisini diğer dergilerden ayıran özellikleri “şehvi kadın”lara yer vermemesi, maneviyatı yükseltmeye psikolojiye yönelik içerikleri bulundurması ve muhafazakâr kadınların kullanabileceği giyim kombinlerini sunmasıdır. *Aysha* dergisi ise muhafazakâr moda dergilerinde en son yayın hayatına giren (2013) ve hâlen yayımlanmakta olan bir dergidir. “*Değerlerinle yaşa*” sloganıyla yayın hayatına başlayan *Aysha*’nın hedef kitle; orta ve üst sınıfa ait başörtülü ya da başörtüsüz muhafazakâr dindar kadınlardır. *Aysha* dergisinde maneviyat başlığı altında dinî ritüellere de değinilerek, moda, dekorasyon, hukuk, güzellik ve kişisel

bakım gibi konulara yer verilirken; *Âlâ* dergisinde ise dinî ritüellere yer vermeyen hedef kitlesi kadınlar olan moda dergisi özelliği göstermektedir. Her iki dergi de modern ile geleneksel değerlerin harmanlaması ile ön plana çıkmaktadır.

Dergilerin isimleri ya da konu başlıklarına bakıldığında Arapça kökenli kelimelerden oluştuğu görülmektedir. Örneğin *Aysha* peygamberin eşinin adına referans olurken, *Âlâ* ise Arapça dilinde güzel, hoş anlamına gelmektedir. Bu iki anlam İslami muhafazakâr yaşam çerçevesinde derginin içeriğine göre seçilmiştir.

4.1. Geleneksel Değerlere Uyumlu “Modern Kadın”

İslami muhafazakâr kesim Batı modeliyle uyumlu melez yapılar içinde İslami olan her şeyin iliştiler hâle getirilmesiyle modernleşmiştir. Bir başka ifadeyle İslamcılık yorumlanış ve yaşanış şekilleri kendi içinden dönüşmüştür (Kömeçoğlu, 2007, s. 57). Muhafazakâr kadının modern olabileceği vurgusu her iki dergide geleneksel ve dinsel olana atıfla oluşturulmuştur. Kadına yönelik güzellik idealleri sıklıkla Osmanlı’ya atıfta bulunan saray konsepti, ihtişam, aristokrat görünüm ve saray şıklığı çerçevesi içinde yansıtılmıştır. Sayfa başlıkları seçilirken havadis, sıhhat, tahayyül, maneviyat... gibi Osmanlı’ya ve bazı eski Arapça kelimelere referans verilirken içeriklerdeki anlatılar burjuva sekülerliği zemininde oluşturulmuştur. Göle (2011), “batı” ile “modern” arasındaki özdeşleşmiş algıyı kırmak için Çağdaş İslamcıların modern yaşam tarzlarında İslam’ı vurgulayarak alternatif bir modernliği ön plana çıkarmaya çalıştıklarını ifade etmiştir. İslami grupların Batılı modernliğe karşı seçkinlik arayışları kendi sosyal statü gruplarını oluşturmuştur. Cumhuriyetin modern ideolojisine tezat olsalar da “*modern olmak ideal olandır, modernlik erişilmesi gereken bir şeydir*” gibi ifadelerle modern söyleme alternatif olarak tanımladıkları yaşam biçimlerini İslamileştirerek modernleştirmişlerdir.

Aysha dergisinin Mart sayısında Dilek Hanif (moda tasarım atölyesi var) ile yapılan röportajda, tasarımlarını yaparken en çok kültürel köklerden yararlandığını kültürel dokunuşları modernize edilmiş bir çizgiye taşıdığını söylemektedir.

“Geçmişten aldığım ilhamı modern bir dille yorumluyorum. Romantik detaylar, zarafet gibi unsurlar tasarım dünyamı şekillendiriyor. Kültürümüz benim en büyük ilham noktalarım arasında yer alıyor. Özellikle zengin Osmanlı, benim koleksiyonlarımda fazlaca esinlendiğim bir dönem.” (*Aysha*, Mart 2017).

Tasarımlarında Osmanlı’ya atıfta bulunan ve bu dönemden uyarlanan parçalar bulunduğunu vurgulayan Hanif, geleneksel yapıyı modern olanla buluşturduğunun altını çizmektedir. Buna göre muhafazakâr kesimi yansıtabilecek sembol değerler üzerinden moda anlayışı geliştirdiğini açıklamaktadır. Moda sayfalarında yer alan stil önerilerinde dünyaca ünlü Gucci markasının nakışlı koleksiyonları gelenekseli modernize etmenin bir örneği olarak karşımıza çıkmaktadır. Sayfada yer alan moda çekimlerinde genellikle gül motifli, işlemeli tasarımlara rastlanmaktadır. (*Aysha*, Mart ve Temmuz 2017). Modernizme uyarlanan nakışın geleneksel sanatlarla bağlı el işçiliğinin yeniden popüler olduğu, eskiye dönüşe atıfta bulunularak modern olabilecekleri vurgusu yapılmaktadır (*Aysha*, Mart, 2017). Modern kimliğe sahip olmaya çalışan muhafazakâr kadının özüne uyumlu olarak geleneksellikten kopmadığı, gelenekselliğin modernizmle bir arada konumlandırıldığı elitizme rastlanmanın mümkün olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Şekil 1. *Âlâ* Dergisi, Mart 2014



Şekil 2. *Aysha* Dergisi, Mart 2014



Âlâ dergisinde kadın modellerin moda çekimlerinin yapıldığı ana mekânlara bakıldığında stüdyo ve ev içi mekânlar olduğu görülmektedir (*Âlâ*, Mart 2014). *Aysha* dergisinde ise bu durum daha çok stüdyo ve arka planda şehir olarak karşımıza çıkmaktadır. Buna göre 2010-2015 yılları arasında yayımlanmış olan *Âlâ* dergisi tarihsel süreç içerisinde yayımlanmaya hâlen devam eden *Aysha*’ya göre muhafazakâr kadının kamusal alanda görünürlüğü başlanması bakımından önemli bir ayrıntıdır. Muhafazakâr kadının kamusal alanda görünürlüğü -sokakta kahve tüketerek sosyalleştiğini içeren görüntüler vs. tüketim kültürüne adapte olabildiğini göstermektedir. *Âlâ*’da moda çekimleri için kullanılan evin dekorasyonunda, geleneksel motifler ve modern ayrıntılar bir arada bulunmakta, özel bir şıklığa ulaşılmaktadır. Saray konseptinin ağır bastığı ayrıntılı işlemler, çerçeveler, barok tarzı koltuk kenarları, yastık işlemleri, nakış gibi göstergeler bolluğu model çekimlerinde geleneksel motiflerle oluşturulmuştur (*Âlâ*, Mart 2014).

Muhafazakâr moda Instagram fenomeni Saufeyya Goodson ile yapılan röportajda ise kökenlerini inkâr etmeden de modern olabileceğinin altı çizilmektedir. Hem başörtülü olup hem de modern ve stil sahibi olunabileceğinin vurgusu yapılmaktadır; röportajda başörtüsünün yalnızca bir görüntü ve aksesuardan ibaret olmadığı, önemli olan bireyin düşünce ve davranışlarında nasıl bir duruş sergilendiği aktarılmaktadır. Buna göre muhafazakâr kadına görünüşüyle modern olması öğütlenirken aynı zamanda bu modernliğin yanında İslami bakış açısıyla ahlaklı olmayı ataerki toplumun veya kültürün toplumsal cinsiyete dair biçilen rollerine uygun davranması öğütlenmektedir. Goodson, “Genç insanlar muhafazakâr yaşam biçimini modern yaşama uyarlayarak yaşıyor... Hedefim muhafazakâr modayı modern bir çizgide tutarak desteklemek” (*Aysha*, Aralık 2017) ifadesiyle geleneksel yaşamın modern yaşam pratiklerine uyarlanarak yeniden biçimlendiğini tekrar etmektedir. İslam’ın örtünme ve gizlenme gibi kuralları tüketim kültürü ve yeni yaşama odaklı olarak yeni bir forma bürünmüştür. İslami anlayışa göre bir Müslümanın moda uyması olumsuzlanırken, dergilerle birlikte İslami giyim sektörünün paralel bir şekilde işleyişine bakıldığında tesettür modasının aslında muhafazakâr

kadın için faydalı olduğu üzerinde durulmuştur. Diğer taraftan tesettürlü kadınlar için hegemonik kamuya girmenin ön şartı kendisinin cemaat anlayışının söylem ve giyim kuşamından uzaklaştırarak daha modern olduğunu göstermesinden geçmektedir. Eklemlemek ve mesafe koymak arasında gidip gelen tesettür modası tercihini modadan yana kullanmıştır (Barbarosoğlu, 2013, s. 104).

Şekil 3. *Âlâ Dergisi*, Mart 2014



Kadınlar, muhafazakâr/modern fark etmeksizin ataerkilliğin süregiden uzun tarihi boyunca, onları ikincilleştiren, bastıran “kapatan”, bir toplumsallaşmaya tabii olmuşlardır. Ataerkil kültürde erkek ya da eril olan olumlu ya da bir norm olarak kurulurken; kadın ya da dişilik olumsuz, esas olmayan yani öteki olarak kurulmaktadır (de Beauvoir’dan aktaran: Donovan, 2005, s. 232). Ataerkil çağdaş tüketim kalıplarında yer alan kadına yönelik idealler muhafazakâr tüketimin sunulduğu muhafazakâr moda magazin dergileri aracılığıyla da yeniden inşa edilmektedir. Dergilerde geleneksel ve dinsel olana yapılan vurgunun altında yatan ataerkil örüntüler ile kadın bedeni daima güzelliğini koruması gerektiği hatırlatılarak tüketimin hem öznesi hem nesnesi hâline getirilmektedir; ancak kendi yaşamının öznesi olarak tarif edilmemektedir. Muhafazakâr kadın, toplumsal cinsiyet rolleri doğrultusunda “seçkin, zarif, naif, kırılğan, asil, güzel” aynı zamanda “sessiz” (*Âlâ*, Mart 2014) olarak betimlenmektedir. Muhafazakâr kadın “sessiz, naif ve kırılğan” olmaya davet edilirken; ataerkilliğe ve muhafazakârlığa itaatkâr olmayı ihmal etmemelidir. Ataerkil kültürde erkek kadına göre değil, kadın erkeğe göre tanımlanır. Erkek mutlak özne iken kadın ötekidir (de Beauvoir’dan aktaran: Donovan, 2005, s. 232). Bunun aksine toplumsal cinsiyet, kadınlara ve erkeklere ilişkin uygun roller hakkındaki fikirlerin tamamen toplumsal olarak yaratıldığını ifade eden “kültürel inşalar” a işaret etmenin bir yoludur. Özünde olmayan “kadınlık” veya “erkeklik” rollerine ilişkin öznel kimlikler cinsiyetli bir bedene zorla yüklenen bir toplumsal kategoridir. “Kadın olmak” cinsiyete verili bir dizi kültürel ve tarihsel göstereni benimseyerek gerçekleştirilmeye dönüşür ve bu sürekli tekrar eden bir süreçtir (Scott, 2010, s. 116). Özetle belirtilen kriterlere uyan muhafazakâr kadın asil, şık ve aynı zamanda sade görünümü yakalayarak geleneksel değerlere uyumlu modern kadın hâline gelecektir.

Kadınlık tanımının oluşturulduğu bu imgeler postmodern toplumlarda inanç, tutum ve değerlere bağlı olarak dindar muhafazakâr kadının yaşam biçimlerini sembolize edecek şekilde ortaya çıkmaktadır. *Âlâ* ve *Aysha* dergilerinde yer alan muhafazakâr kadın imgesi, moda sayfalarında gerçekleştirilen röportajlarda da genellikle “zarif, şık, klas görünmek, saray konsepti içerisinde asil” ve aynı zamanda “sessiz” olarak tanımlanmıştır. Rabia Kurşun (deri moda tasarım işleriyle uğraşiyor) ile yapılan röportajda markasını tercih eden kadını “ne istediğini bilen, abartıdan uzak ama her daim şık kadınlar” olarak tanımlamaktadır (*Aysha*, Mart 2017). Postmodern dönemin en büyük özelliklerinden biri de birbirine uzak bu kavramların birlikte kullanılmasıdır. İslami imgelere göre oluşturulan “kadınlık” sessiz ama asil, abartıdan uzak sade ama şık olarak yansıtılmaktadır. Oysa moda daha fazla görünmek, doğrudan dikkat çekmek ve fark edilmektir. Muhafazakâr kadının simgesini oluşturan örtünme artık mahremiyet değil, aksine örtünme artık görünürlük kazanmanın, kamusallaşmanın aracı olmuştur. Nitekim muhafazakâr kadın tesettür ve modanın bir aradalığını mümkün kılan postmodern tüketim pratikleriyle tanışmıştır; ne var ki gelenekle ile modern arasında bir nesne olmanın ötesine geçememiştir.

Her iki dergide yer alan röportajlara bakıldığında markalarını tanıtmak amacıyla muhafazakâr kadın girişimcilerinin reklamlarına ve başarı hikâyelerine yer ayrıldığı görülmektedir. Örneğin *Aysha*’nın Mart 2017 sayısında Dilek Hanif ile yapılan güçlü kadın imgesinin öne çıkarıldığı röportajda kendisine sorulan “İş dünyasında 26 yıldır boy gösteriyorsunuz aynı zamanda 2 çocuk yetiştirdiniz. Bu bizce güçlü kadının tanımı. Size göre güçlü kadın?” sorusuna Dilek Hanif “güçlü kadın toplumda büründüğü tüm rollerin altından başarıyla kalkan kadın” olarak cevap vermiştir. *Âlâ*’nın Ocak 2014 sayısında ise Beyda Şükür’le (nakış-el işçiliği “kanaviçe” ürünleri ile ilgili dükkân sahibi) yapılan röportaj benzer söylemlere sahip. Beyda Şükür’le yapılan röportajın ilk sorularından bir tanesi “başarılı bir iş kadını olmakla iyi bir anne ve eş olmanın birlikte yürütmekte zorlanıp zorlanmadığı” yönünde. Bu ifadelerin yer aldığı röportajlarda, eril söyleme dair kadının cinsiyeti üzerine yüklenen görev ve sorumlulukların sıklıkla hatırlatıldığı ve cinsiyetine uygun görülen davranışları sergilemesine yönelik beklentiler dile getirildiği görülmektedir. *Aysha*’nın Temmuz 2017 sayısında ise Ebru Akel (televizyon program sunucusu ve oyuncu) ile yapılan röportajda yine aynı durum görülmektedir. Ebru Akel’in örnek bir evliliği vurgulanmış ve kendisinin “evliliği ve aile kurumunu herkese tavsiye ediyorum”, “anne olmak hayatımı derin bir şekilde anlamlandırdı” sözleri ile evlilik hayatı ve annelik durumu mucizevi olarak olumlanmıştır. Kadınların her şeyden önce birer eş ya da anne olarak idealize edilmeleri dergilerde kadın öznelliğinin kurulmasında büyük bir rol oynamaktadır. Dergilerde, başarılı kadınların güçlü kadın imgesinin altında annelik ve eş rollerini de ihmal etmedikleri mesajı verilmiştir. Friedan (1983) *Kadınlığın Gizemi* adlı çalışmasında kadınlık algısındaki geleneksel beklentilerin kadınların gerçek kimliğini maskeleydiğini ifade etmektedir. Kadını ev hanımı olarak gören fikri reddeder ve buna yönelik geleneksel nitelendirmeleri “kadınlığın gizemi” olarak adlandırır. Kadınların daima kadınlığın gizemine uygun olarak davranmaları istenir. İş hayatında kadının başarılı olması ile ilgilenilmez iken aile hayatında ne kadar iyi bir eş ve anne; başka bir deyişle “kadınlığın gizemi”ne ne kadar uygun olduğuyla ilgilenilir. Friedan’ın çalışmasından 50 yıl sonra dahi kadınların yaşamlarında entelektüel yeterliliğin bir önemi yoktur. Böylece toplumsal cinsiyet rollerinin ön plana çıkarılması ile iş kadını kimliğinin önemsizleştirildiği görülmektedir. Simone de Beauvoir, *İkinci Cinsiyet* adlı kitabında kadınların daima ev odaklı yaşama-

larının onları ikinci cins hâline getirdiğini söylemektedir. Feminist yaklaşımlara göre, ev ve ev işlerinin daima kadınlarla tanımlanıyor oluşu, kadınların öznelliğinin erkeklerden farklı olarak kurulmasına neden olur. Kadınlar daima özel alandaki etkinlikleriyle betimlenmiş, kamusal alan erkeklere bırakılmıştır. Dergilerde yer alan röportajlarda kamusal hayattaki iş hayatı ile ev içi sorunların beraber yürütülmesinin zorluğu vurgulanmış ve “süper kadınlığa” atıfta bulunulmuştur. Bu doğrultuda erkek egemen söylem içerisinde kadınların anneliği ve ev içi sorumluluklarını ihmal etmeden kamusal olarak iş hayatına katılması olumlanmaktadır.

Örnekleme aldığımız *Âlâ ve Aysha* dergilerinde sağlık başlığı altında ele alınan metinlerde, sağlıklı beslenme önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle aile için doğal ve organik beslenmenin kadının sorumluluğunda sunulduğu görülmektedir. Ailenin yemeklerini hazırlayan kadının, bir görev olarak çocuklarına ve eşine en sağlıklı besinleri hazırlaması önerilmektedir; tüketiciye yönelik söylem ve sınıflandırmaların toplumsal cinsiyet ayrımlarını ortaya koymaktadır. Toplumsal cinsiyet rollerine bağlı olarak kadının ev içi sorumluluğuna yapılan vurgu ile kadına neredeyse her yerde anneliği ihmal etmemesi gerektiği sıklıkla hatırlatılmıştır. Kadınlar genellikle ev işlerini yaparken mutluluk içinde görselleştirilmiş ve böylelikle kadına gündelik yaşamında doğallaştırılmış eşit olmayan roller dergilerin kurmuş olduğu dil aracılığıyla dolaşıma sokulmuştur.

Dolayısıyla her iki dergide kadınların eve yönelik birtakım toplumsal cinsiyet rolleri ön plana çıkarılarak evdeki rollerini ihmal etmeden başarılı ve modern kadınlar olabileceklerinin altı çizilmiştir. Hatta röportajlarda kadının iş hayatındaki başarısı buna bağlanmış ve değersizleştirilmiştir. Lazar’a göre (2005, s. 8) dil aracılığıyla üretilen toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri, kadına yönelik baskıyı arttırmaktadır. Eril tahakküm ve ataerki ideoloji ile üretilen bu söylemler toplumsal siyasal aktörler tarafından yasallaştırmakta ve normalleştirilmektedir.

4.2. İslami Muhafazakâr Kadın Bedeninin Nesneleştirilmesi

Muhafazakâr iktidarın politikaları sonucunda siyasal alanda kamusallaşan muhafazakâr kadın, tüketim pratiklerine de dâhil olarak gündelik yaşam içerisinde öznelleşmeye başlamıştır. Muhafazakâr kadının simgesini oluşturan örtünme artık mahremiyet değil, aksine örtünme görünürlük kazanmanın, kamusallaşmanın aracı olmuştur. Göle’ye göre (2011) örtü, muhafazakâr kadını Batı modernizmine karşı korurken diğer yandan İslam dinine sadakatini sembolize eder. Muhafazakâr kadın eski tesettür anlayışına göre örtünerek dişiliğini gizlemekte ve cinsiyetsiz bir şekilde kamusal hayatta var olmaktadır. Fakat bu anlayış değişmiş, 1980’lerde kamusal alanda siyasi kimliği ile var olan başörtülü kadın, 2000’lerle birlikte modernleşmeye, dişiliği vurgulayacak vücudu sıkı saran kıyafetler tercih etmeye başlamış, ağır makyajları günlük hayatta rutinleştirmiştir. Bu yeni görünümde İslami kaygılardan çok modern ve estetik olmak ön plana çıkmıştır. Bu nedenle kapitalist pazarı genişletme amaçlı olarak muhafazakâr kadının bedeni önemli hâle gelmiş; modern tüketim kültürünün ürünü olan dergiler aracılığıyla örtünmenin görsel sunumu dikkat çekmeye başlamıştır.

Tüketim toplumunda kadın bedeni tüketim etkinliklerinin gerçekleştirildiği alan olarak disipline edilmiş ve düzenlenmiştir (Dedeoğlu ve Savaşçı, 2005; Nazlı, 2004). Giderek büyüyen güzellik ve bakım endüstrisi ile bu alan genişlemiş ve kadınlar güzellik

ürünlerinin tüketicisi olarak önemli hedef kitleler hâline almışlardır. Muhafazakâr moda magazin dergilerinde metinler, bireyi yatırım nesnesine dönüştüren bedenlerini keşfetmeye davet etmektedir. Piyasa dinamiklerince dergiler satın aldırma gayesiyle arzuların yaratılması ve eril söylem içerisinde bakımlı, şık, zarif olması gerekliliğine vurgu yaparak kadın bedenini idealize etmeye hizmet etmektedir. *Âlâ ve Aysha* dergilerinin “güzellik” başlığı altında dosya haber konularına bakıldığında güzellik, “kadının olmazsa olmazı” onu “kadın olmak” olarak kurgulanmıştır. Örneğin Aysha dergisinin Güzellik Editörü Yeşim Uğur: “Kadın=güzellik” mottosundan yola çıkıyoruz. Sizlere güncel yöntemler ve ürünlerle ilgili bilgi aktaracağım. Güzellik nedir diye sorduğumuzda bazılarımız için sadelik bazılarımız için gösteriş. Tanımı kişiden kişiye değişse de güzellik kadınlar için en önemli konuların başında geliyor” (*Aysha*, Mart 2017). Dergide yer alan bu anlayışa göre güzellik kadın için en önemli konuların başında gelmektedir. “Sade olarak güzel” ve “gösterişli olarak güzel” ayrımından hareketle kadınlara dergi güzelliğin tanımını ikili karşıtlık üzerinden kurmuştur. Dergi okurlarını sıklıkla “hem asil hem sessiz”, “hem sade hem gösterişli” olarak çağırılmaktadır.

Şekil 4. Âlâ Dergisi, Aralık 2014



Hedef kitlesi muhafazakâr kadın olan bu dergilerde ideal yüz şeklinin oval olması gerekliliği bunun nedeninin oval yüz şeklinin mükemmel olduğu özellikle genç kadınlarda her makyaj stiline uyduğu belirtilerek kadının güzel olabilmesi için çeşitli tavsiyelerde bulunmaktadır: “İdeal yüz oval olmalı, Botticelli tablosundaki bir kadın gibi... Oval yüzler mükemmeldir çünkü özellikle genç kadınlarda, neredeyse her makyaj stiline uyar.” (*Âlâ*, Aralık 2014). Botticelli’nin Venüs’ün Doğuşu tablosunda paganların aşk ve güzellik tanrıçası Venüs resmedilmiştir. Venüs masum güzelliğin ve dürüstlüğün ruhun seyretmesi gereken güzelliği simgelemektedir. Kadını güzellikle ve güzel olanla eşitleyen bu anlayış seküler dergilerde olduğu gibi kadınları erkek egemen söylemde ideal kadın olmaya ve eril göze hitap edecek şekilde bir arzu nesnesi olarak tanımlamaktadır. Botticelli tablosunda resmedilen kadınlara göre kadının yüz şeklinin idealize edilmesi kadını görsel bir nesneye –seyirlik hâle dönüştürmüştür (Berger, 1986, s. 48). “Botticelli gibi” ifadesi eleştirilen Batı modernliğinin kültürel hegemonyasına karşı İslamcı kimlik, kendi-

ni Batı “idealine” teslim ederek paradoksal kimliği ortaya çıkarmaktadır. Batılı ideallerle şekillendirilmesi tavsiye edilen bedenlerine kadınlar birer seyirlik nesne olarak bakarak kendilerini değerlendirmeleri istenmektedir. Böylelikle oval yüz şekline sahip olmayan, yaşı geçkin olan kadınlar toplumsal alanda değersizleştirilmektedir.

Resmedilen çıplak kadın resimlerinde önemli olan kadının kendisini her şeyden önce “seyirlik bir obje” olarak görmesi gerekmektedir. Kadın hiç durmadan kendisini seyretmek zorundadır. Hemen hemen her zaman kendi imgesiyle birlikte dolaşır. Bir oda da yürürken, dolaşırken ağlarken bile ister istemez kendisini görür. Çocukluğunun ilk yıllarından itibaren hep kendini gözlemesi bunun gerekli olduğu öğretilmiştir. Böylece kadın kendi içindeki “gözleyen” ve “gözlenen” kişiliklerini kimliğini oluşturan iki ayrı öge olarak görmeye başlar. Kadın, olduğu ve yaptığı her şeyi gözlemek zorundadır. Burada seyirci erkek olarak kabul edilir. Erkekler nasıl görüldüğü, onun yaşamında başarı sayılan şey açısından son derece önemlidir. Kendi varlığını algılayışı, kendisi olarak bir başkası tarafından beğenilme duygusu ile tamamlanır. Erkekler kadınları seyrederek. Kadınlarsa seyredilişlerini seyrederek. Bu durum, yalnız erkeklerle kadınlar arasındaki ilişkileri değil, kadınların kendileriyle ilişkilerini de belirler. Kadının içindeki gözlemci erkek, gözlenense kadındır. Böylece kadın kendisini bir nesneye –özellikle görsel bir nesneye- seyirlik bir şeye dönüştürmüş olur. Avrupa geleneğindeki çıplak kadın resimlerinde kadınların seyirlik nesnelere olarak görülüp değerlendirilmelerinde geçerli olan ölçü ve töreler bulunmaktadır. Bu gelenekteki ilk çıplaklar Âdem ve Havva’dır. İncir yapraklarıyla ya da elleriyle bir örtünme hareketi yaparlarken gösterilirler. Seyirciden utanan bu tavır daha sonra reklamlarla bir tür gösterişe dönüşür (Berger, 1986, ss. 47-52). Buna göre kadınlar yaratılan “standart güzellik” kısıncında başkaları tarafından onaylanıp beğenildikten sonra bedenlerine ilişkin göstergeleri kontrol edebildikleri sürece hareket edebilmektedirler. Toplumda dayatılan bu güzellik idealleri dindar ve muhafazakâr kadın bedenini ataerkil ideoloji çerçevesinde nesnelleştirilmektedir.

Şekil 5. *Aysha* Mart 2017Şekil 6. *Âlâ* Temmuz 2014

Örneklem olarak seçilen dergilerin moda başlığının neredeyse tüm görsellerinde, tesettür giyim iddiasıyla bile olsa da vücut hatlarının belirgin bir şekilde kullanıldığı ve saç gizleme anlayışına aykırı olarak başörtüsünü bağlama ritüelinden uzaklaşıldığı görülmektedir (*Aysha*, Mart 2017 ve *Âlâ*, Temmuz 2014). Barbarosoğlu, *Şov ve Mahrem* adlı kitabında tesettürün mantığı ile (göstermemek, örtmek ve bedensel olarak algılanmaya karşı koymak) modanın mantığı (göstermek, teşhircilik, doğrudan dikkat çekmeye yönelik) ile çeliştiğini ifade etmektedir. İslami anlayışa göre örtünmenin anlamı kadın bedenini teşhircilikten korumak ve mahrem olanı saklı tutmaktır. Bu bağlamda tüketim kültürünün gösterme mantığı ile çelişen tesettüre bağlı olarak örtünme pratikleri yeni anlamlar kazanmıştır. Moda görünürlüğün sağlanması ve bunun daha fazla fark edilir hâle gelmesinde rol oynar. Yeni bir kıyafetin dikkat çekmesi ve yayılması bedensel hazza kavuşmayı hedefleyen insanlara borçludur (2013, s. 111). Tesettür modasının ortaya çıkması ile birlikte bu pratiğin anlamı değişmiş, moda olgusu ile kurulan bu yeni ilişki içerisinde tesettür, tüketim kültürünün bir parçası hâline gelmiştir.

Son birkaç yıldır güzellik, sağlık ile eş değer tutulmaktadır. Bu sağlık ideolojisi her yaşta erkeği ve kadını etkilemektedir. Görünüş kaygısı her tür sağlık anlayışına zihinsel ve fiziksel olarak egemen hâle gelmiştir (Coward, 1984, s. 24). Gözün güzel gözükmesini sağlayan kaşların güzellik endüstrisi tarafından nasıl şekil verilmesi gerektiği, bakım ve makyaj önerileri adım adım tavsiyelerle kadınlara söylenmektedir. *Âlâ* dergisinin Ocak sayısında uzman hekimlerden nasıl genç kalınacağına dair öneriler verilmektedir. Genç kalmanın sırlarını ve hangi estetik tedavilerin uygulanacağını anlatan bu yazılarda ünlülerin de bu yöntemleri kullandığının altı çizilmektedir. Kadınların düşünmelerine gerek yoktur; çünkü sosyal aktörler onlar için her şeyi düşünmektedir. Örneğin *Âlâ* dergisinin Ocak sayısında sağlıklı estetikle korumak gerektiğine dair başlık atılmaktadır: “Büyük göğüslü kadınlarda yıllar geçtikçe omurga eğiliyor boyun ve bel fitikleri baş ağrısı gibi sıkıntıları bir operasyonla çözüveriyoruz.” “Burun estetiği operasyonuyla hastaların daha iyi nefes alması sağlanabiliyor.” (Âlâ, Ocak 2014). Dosya haberde beden her hangi bir organının biçimsel olarak kusursuz görünmesi değil, bunun sağlık için yapıldığına okuyucuyu ikna etme strateji kullanılmaktadır. Dergi ilgili konuda hem İslam’ın söylemine aykırı düşmemek için hem de kadını türlü estetik müdahaleleri sağlık için yapıldığına dair bir çözüm yolu sunmaktadır. Meta hâline gelen kadın bedeninde hiçbir parça boş bırakılmamıştır.

Dosya haberlerle kadınların düğüne kusursuz bir şekilde (*Âlâ* Mart 2014) hazırlanmaları için gelinlik seçimine dair geniş koleksiyon dosyaları yapılmıştır. Bu içeriklerde kadınların vücut ölçülerine göre hangi ideal gelinlik modelini tercih etmeleri gerektiği tavsiye edilmektedir. *Âlâ*, Mart 2014 sayısında balık etek gelinlik modellerinin trend olduğu belirtilirken “*Elbette balık etek modelleri için vücut yapınızın uygun olması çok önemli, basenlerden itibaren daralan bir kesim daha ince bir yapıya sahip olmanızı gerektiriyor. Sıkı bir diyet ile balık etek modellerini giymeye hazırlanabilirsiniz. Prova sıralarında korumadığımız kilonun gelinlik üzerinde daha çok zaman harcamanıza neden olacaktır. Prova gittiğinizde hayal kırıklığı yaşamak istemezsiniz. Önemli olan sizsiniz sonra diğer her şey...*” kadının vücut kilosunu koruması gerektiğinin her şeyden çok önemli olduğu altı çizilmektedir. Muhafazakâr kadına öneri ve tavsiyelerde bulunan her iki dergi, ideal vücut ölçülerinin zayıflık olarak belirlemektedir. Söylem analizi teknik ve kuramının önemli isimleri Fairclough ve Wodak, medya metinlerinde dil aracılığıyla

kurulan söylemin kadınları her zaman kusurlu bir “nesne” olarak gösterdiğini belirtmektedir (1998, s. 258). Araştırma kapsamındaki söylemlerde de kadınlar için “zayıflık” ideal beden olarak betimlenmekte ve ideal beden ölçülerinde olmayan kadınlara sürekli olarak vücudunda fazla kilos olduğu hatırlatılarak özne için sorun olacağı algısı yaratılıp hayatları boyunca o ideale ulaşmaya zorlanmaktadır. Kadının sosyal alanda var olabilmesi için erkek egemen söylem içerisinde belirlenmiş olan kadının bakımlı ve güzel olması kriterleri ön plana çıkarılmakta, “Önemli olan sizsiniz, sizin güzel ve kusursuz görünmeniz” vurgusu ile her şeyden önce güzel bir bedene sahip olunmasının altı çizilmektedir.

Muhafazakâr kadına öneri ve tavsiyelerde kadınların kendilerini algılamaları yuvarlak yüzlü ve zayıf estetik normları üzerinden olması için bir “söylem dayatması” görülmektedir. Kadınların eksik veya kusurlu gösterilen bedenlerini hangi tarz giysiyle ne şekilde kapatılacağı yani kusurlarını nasıl örteceklerinin tavsiyeleri verilmektedir. Bu şekilde “kusurlu beden” moda aracılığıyla kontrol altına alıp gizlenir hâle getirilmektedir. Uygun ölçülerde kusursuz ideal kadın bedenine nasıl ulaşılacağı her zaman belirtilmektedir (Odabaşı, 1999, s. 61). Bu bedenlere sahip olamayan kadınlar kendilerini psikolojik açıdan kusurlu ve eksik hissettirilmekte ve olduğundan farklı gözükmek için sunulan metaları satın almaları öğütlenmekte ve kadınların kendilerinin kusurlu hissetmeleri sağlanarak onları “güzelleştirecek” ürünlere yönelik arzu uyandırarak tüketime teşvik edilmektedirler.

4.3. Yeni Zenginler: İslami Burjuva Sınıfı

Liberal politikalar, piyasa ekonomisi ve kitle iletişim araçlarının özelleşmesi sürecinde İslami gruplar da piyasa ekonomisine dayalı sisteme entegre olup kendi orta ve ortanın üstü sınıflarını oluşturmada avantaj elde ettiler. Bu kesimde özellikle seküler ve modern eğitim aracılığıyla İslami aktörler, sosyal ve kültürel sermayeyi, yeni elde ettikleri ekonomik sermaye ile dönüştürmeyi başardılar. Bu orta sınıflaşmanın bir sonucu olarak, İslami gruplar arasında tüketim önemli bir gösterge olarak ortaya çıktı. İslami içerikli bir medyanın dergi ve radyo televizyon programlarının ortaya çıkması yeni tüketim kalıplarının yükselişi için önemlidir. Yeni tüketim kalıpları ise turizm ve moda gibi İslami kesimin yeni boş zaman etkinliklerini içerir (Kılıçbay ve Binark, 2002, s. 497). İslami imgelemlerin toplumsal yaşama adapte olmaları kitle kültürü aracılığıyla yaygınlaştırılır. Toplumsal yaşam ve kültür; dergi, gazete gibi çeşitli mecralarda ortaya çıkar. Böylelikle dindar ve muhafazakâr kadın-moda dergilerinde yer alan içerikler ile Müslüman kadınların iffeti herhangi bir tesettür altında değil en lüks moda kumaşlar ile kendini betimleyebilir hâle gelmiştir (Yankaya, 2014, s. 16).

Modern özne giysi aracılığıyla sadece bedenini fiziksel olarak korumakla kalmamakta, kendisini toplumsal olarak da tanımlamaktadır. Bu noktada moda sınıflı toplumun bir formu olarak kabul edilmektedir (Simmel, 2003, s. 42). Bu form ile yüksek gelirli sınıflar düşük gelirli sınıflara giyim ve kuşamları ile sınıfsal üstünlüklerini göstermektedir. Tesettür modasıyla tanışan muhafazakâr kadın modernleşme vaadiyle kapitalist piyasa ekonomisini genişleterek tüketime teşvik edilmiştir. Piyasaya entegre olmak, muhafazakâr kadının simgesi olan başörtüsünü -moda anlamıyla tesettürü metalastırması, buna bağlı olarak yeni seçkin bir tesettür giyimi ortaya çıkarmış ve bunun da ötesine giderek üst sınıf kadınlara seslenerek seçkin Müslüman kadın kimliğini şekillendirmiştir.

Bunun sonucu olarak örtünme pratiği, sadece dinsel bir inanış uygulaması değil; öznenin kendi bedenini tanımlama biçimini, beden-inanç arasında kurduğu ilişkiyi simgesel olarak ifade etme biçimine dönüşmüştür. İslam’la özdeşleştirilen sosyal adalet, sadelik ve gösterişten uzak yaşam biçimleri geride kalmıştır. İslami ahlak anlayışına göre lüks tüketim, gösteriş ve şatafat haram kabul edilmektedir. İnsanların arasına mesafeye koyduğu gerekçesiyle gösteriş, israf veya lüks tüketim bütün dinlerin ahlak anlayışlarında yasaklanmıştır. Bunun en büyük nedeni de insanları birbirinden uzaklaştırması olarak kabul edilmektedir (Barbarosoğlu, 2013, s. 78). Fakat modern dünyada tüketimin sembolik işlevi bir gruba ait olmaktır. Bocoock’a (2009) göre insanlar artık kim olduklarıyla ya da kim olmak istedikleriyle ilgili tüketim yapmakta böylece kimliklerini inşa edilmektedir. Bu nedenle tüketimin ekonomik yönü olduğu kadar, toplumsal, psikolojik ve kültürel boyutu da her zaman bulunmaya devam etmektedir (s. 10). Baudrillard (2008) tüketimin günümüzde insanların bir kültürü hâline geldiğini öne sürer; çünkü tüketim ürünleri yukarıda belirtildiği gibi yaşam biçimimizin, sosyal görüntümüzün ve sosyal gruplarımızın oluşmasında etkili olmaktadır (s. 90).

Şekil 7. Aysha Temmuz 2017



Analizi yapılan her iki derginin toplam 8 sayısında 254 sayfa ile en çok moda-kombin önerilerine yer ayrılmıştır. Dergilerde giysi ve aksesuarlardan oluşan moda tavsiyeleri, neredeyse tamamı yüksek gelir grubuna hitap eden tüketim ve bir sınıfı göstermeye hizmet etmektedir. Muhafazakâr kadınlara moda ve kombin sayfalarında tasarım, “şık ve gösterişli kıyafetler” olarak betimlenen high-end¹ (yüksek fiyatlı) ürünler önerilmiştir. “Asil ve sessiz parçalar” başlığıyla Givency, Burberry, Chloe ve Gucci gibi high end olarak adlandırılan markaların yer aldığı stil sayfalarında kombinler oluşturulmuştur (Âlâ, Mart, 2014; Aysha, Temmuz, 2017). Yüksek fiyatlı ve gösterişli bir tesettür modasının sunulması muhafazakâr kadınlar arasında bir sınıfsal ayrımı ortaya çıkarmış ve bunun sonucunda bu ürünleri tüketebilen İslami burjuva sınıfının varlığını

¹ Fiyat olarak normalin üzerinde ve oldukça pahalı ürünler “high-end” olarak adlandırılır. Örneğin; Gucci, Dior, Chanel... yüksek fiyatlı markaların ürünleri.

ortaya koymuştur. Piyasa ekonomisine dayalı sisteme entegre olarak avantaj elde eden muhafazakâr kesim kendi orta ve ortanın üstü sınıflarını oluşturdu. Bu burjuva sınıfı, İslami formları içine alan, tüketim pratikleri içinde kendi etiğini oluşturan bir modernleşmeyi kapsamaktadır.

Muhafazakâr kadına önerilerden hareketle oluşturacağı kombine hem “asil” (üst sınıf göstergesi) olarak gözükebileceği hem de kombineyeceği parçalarla “sessiz” olarak görünmezliğini devam ettirebileceğine dikkat çekilmiştir. Her iki derginin Mart sayısı evlilik temalı düğün, davet ve seromonilere yönelik oluşturulmuştur. Tamamen lüks tüketime yönelik yapılan dosya haberlerde “lüks” kelimesi sıklıkla vurgulanarak “*düğünden sonraki lüks balayı ise beldelerdeki lüks oteller, jakuziler, bayanlara özel spa merkezleri, teras havuzu, buhar odası ve masaj... Her türlü lüks bulunuyor*” (Âlâ, Mart, 2014) ifadeleri ile son derece lüks ve sınıf farklılıklarının yaratıldığı bu alanların İslami anlayışla ters düştüğü görülmektedir. Haenni (2014) bunu “piyasa İslami” kavramıyla açıklar. Dinsel ve ekonominin karşılıklı etkileşiminden doğan “piyasa İslami” kavramı, tüketim sürecini, Müslümanların “israf haramdır” söyleminin aksine cazipleştirir. Tüketim süreciyle barışık İslami formlar yaratılır. Yeni bir dinseliliğin koşullarını yaratan bu ikilik içerisinde din modernizm ile melezleşerek meta hâline dönüşür (2014, s. 62). Bu noktada İslam’ın sadeliğe ve tutumlu olmaya yaptığı vurgu ile kapitalizmin sürekli tüketmeye teşvik eden arzuları yaratan ve arzulara hitap eden ürünlere teşvik anlayışı çelişmektedir.

Muhafazakârlık iddiası çerçevesinde dergilerde yer alan metin ve görseller tüketimi arttırmaya yönelik arzu ve söylemleri içermektedir. Binark ve Kılıçbay (2002) *Tüketim Toplumu Bağlamında Türkiye’de Örtünme Pratiği ve Moda İlişkisi* adlı çalışmasında, İslami açıdan giyim ve tüketimi; özellikle siyasal İslam açısından “israf”, “bedenin nesneleştirilmesi”, “batı tarzı yaşam biçimi ve değerlerinin İslam’a uygun yaşam biçimlerine dâhil olması”, “kapitalizmin tüketim politikalarının Müslüman kadını ve İslam’a uygun yaşam biçimlerini hedef alması”, “tüketim ideolojisinin İslami versiyonunun ortaya çıkması” gibi konular nedeniyle sorunlu olduğunu ortaya koymaktadır. Ezcümle İslamcı düşünceye göre tüketim toplumsal kimliğin öğelerinden biri olmamalıdır. Bu nedenle muhafazakâr tüketiciye yönelik oluşturulan dosyalar İslami muhafazakâr tüketiciye uyarlanarak sunulmuştur. “*Bayanlara özel spa merkezleri...*” (Âlâ, Mart, 2014), makalenin ilerleyen bölümlerinde de görüleceği gibi, helal makyaj malzemeleri vb. şekilde dinî normların bizatihi kendilerinin de tüketim kültürünü teşvik etmede kullanılmaktadır. Orta sınıflaşmanın bir sonucu olarak İslami olan her şey iliştilir hâle getirilmiştir; tüketim pratikleri ile buluşturulmuş ve sonuç olarak kendi etiğini oluşturan bir modernleşme meydana getirilmiştir. Giysi üretici firmaları, örtünme pratiğinin tüketim kültürünün bir parçası hâline dönüşmekte olduğunun farkına vararak, muhafazakâr kadınlara örtünme biçimleri, diğerlerinden farklı olma isteği, bir üst sınıfa aidiyet ve yeni kadınlık idealleri sunmuşlardır. Sunulan bu idealler muhafazakâr kadın dergilerinde modern çağdaş tüketim pratikleri şeklinde işlev görmektedir. Kısacası hem modern hem de İslami ilkelere göre modernize edilmiş formlar kapitalizmle barışık olduklarını göstermektedir.

4.4. Gelenekselin Modernizasyonu: “Helal” Vurgusu

Muhafazakâr tüketime yönelik İslami etiket altında pazar ağları oluşturulmuştur. Örneklemeye alınan her iki derginin söylemlerine bakıldığında tüketim anlayışının genel olarak dinî değerler üzerinden inşa edildiği görülmektedir. Bu değerlerin ataerkil kalıpların yanı sıra muhafazakâr kadını tüketici rolüyle de piyasa dinamiklerine dâhil etmektedir. Bu nedenle muhafazakâr kadının tüketim edimini daha rahat gerçekleştirebilmesi için şirketler İslam etiketiyle ürün pazarlamaya başlamışlardır. Muhafazakâr tüketiciler için pazar ağlarının oluşturulmaya başlanması helal makyaj ürünleri, helal tatil mekânları, İslami kafeleri vs. ortaya çıkarmıştır. Tüketim ürünlerinin en dikkat çekici yanı tüketiciye bir kimlik sunmasıdır. Şehirdeki birey daha çok, bir kimlik duygusu yaratabilmek, kim olarak algılanmayı arzu ettiğini belirtebilmek amacıyla tüketim yapmaktadır. Satın alınan ürünler maddi ihtiyaçların ötesinde tüketicinin kim olmak istemesiyle ilgili anlamlar ileten nesnelere (Bocock, 2009, s. 58). Bu nedenle tüketime sunulacak metalar İslami formlara uygun olarak piyasaya eklenmiştir. Bu ürünlerin *Âlâ* ve *Aysha* dergilerinde İslam’a ait kodlarla sunulmasıyla tüketim kültürü teşvik edilmekte ve dinî değerler de tüketimin meşrulaştırılmasında söylem stratejisi olarak kullanılmaktadır. Sunulan ürünlere yönelik muhafazakâr kadınlara kendilerine ait bir kimlik duygusu vaat edilmektedir.

Şekil 8. *Âlâ* Dergisi Mart 2014



Âlâ dergisinde yer alan otel reklamları muhafazakâr tatil anlayışını yansıtır niteliktedir. “*Türkiye’nin ilk helal turizm sertifikalı oteli*” sloganıyla muhafazakâr kesimi satın almaya ve tüketmeye teşvik amaçlı olarak “*Ramazan’a özel*” olarak tatil kampanyaları yapılmaktadır (Âlâ, Temmuz, 2014). Aynı şekilde *Aysha* dergisinde yer alan bir tanıtımda “*Alkolsüz organizasyon seçenekleri ve hem kadınlara hem erkeklere ayrı plajlarımız bulunmaktadır*” (Mart, 2017) çağrısıyla Müslümanların kimlik ve aidiyet duygularını harekete geçirecek muhafazakâr kesime uygun alternatif mekânlar olduğu belirtilmektedir. Kapitalist üretim ilişkileri içerisinde söz konusu oteller ve tatil programları, geleneklerinden kopmak istemeyen muhafazakâr kesime geleneklerine uygun olarak dinlenme ortamı sunmaktadır. “*Nerede evet demek istersiniz? Düzenleyeceğimiz her tür-*

lû alkolsüz organizasyona ev sahipliği yapılacağı...” (Aysha, Mart 2017) yönünde dini değerlere göre mekânlar yeniden kurgulanıp tüketim kalıplarına uydurulmuştur. Muhafazakâr kesimin bu mekânlara yönelmeleri hedeflenmiştir. Özellikle mekânların “alkolsüz” ve bazı mekânların “bayanlara özel” olduğunun belirtilmesi muhafazakâr tüketiciyi tüketime çağırma dinî formlar kullanıldığını göstermektedir. İslam dini şeriat kurallarına göre kadın ve erkeğin bir arada bulunmasını haram olarak kabul etmektedir. “Helal turizm” olarak adlandırılan bu mekânlar cinsiyet farklılığı bağlamında kadın ve erkeği ayıracak muhafazakâr müşterisine uygun düzenlemeler yapmışlardır. Helal vurgusu tatil mekânlarının yanı sıra kozmetik sektöründe de kendine yer bulmuştur.

Dosya haber sayfalarında yer alan kozmetik önerileri kadınlara gecenin en bakımlı ve en güzel olmaları gerekliliği dikte edilmektedir. Gelin makyajının tanıtıldığı kozmetik sayfalarında “helal sertifikalı güzellik ürünleri” altında kurulan anlatı dikkat çekmektedir. Muhafazakâr kadın helal güzellik ürünlerini İslam’ın formlarına uyduğu düşüncesiyle daha rahat tüketebilmektedir. Helal vurgusu ile kozmetik ürünlere İslami bir etiket koyulmaktadır. Aslında İslam’da yasak olan makyaj ve süslenme “helal” vurgusu ile bertaraf edilmekte ve İslami bir aidiyet duygusu oluşturmaktadır. Kur’an’da kadının yalnızca evi ve kocası için süslenmesi emredilmiştir. Kadının süslenmede aşırıya kaçması haram olarak nitelendirilmiştir.² Baudrillard piyasada var olan ürünlerin insan ihtiyaçlarından ziyade bir takım yan anlamlara sahip olduğunu tüketilen ürünlerin statümüzü tayin edici, prestijimizi yansıtırıcı göstergelere dönüştüğünü belirtmiştir (2008, s. 89). Bauman, tüketim kültürünü, metaların değişim değerinin ortadan kalkması, ürünlerin yarar işlevi yerine gösterge işlevinin ön plana çıkması olarak tanımlamakta ve imrenilerek tüketilen şeyin göstergeler olduğunu aktarmaktadır (1999, s. 83).

Sağlık başlığı altında özellikle kadınlara özel olarak ayrılmış spa merkezlerinden bahsedilmektedir. “Evinizdeki kadar rahat etmeniz mümkün. Kadınlara özel buhar odası, Türk hamamı, sauna, jakuzi, özel dinlenme alanları, cilt bakımı, fitness, pilates odaları, masaj odaları, couple masaj odaları, açık havuz, kapalı havuz... bulunuyor.” (Âlâ, Aralık 2014). Tanıtımı yapılan *Whyndham İstanbul Levent Qualitasspa Wellness Center* ve *Lady’s Clup*’ın sadece “kadınlara özel” olduğu vurgulanmaktadır. Muhafazakâr kadını lüks ihtiyaçlarını da karşılamak üzere açılan bu merkezler İslami yaşayış formlarına göre düzenlenmesiyle dikkat çekmektedir. İslami kurallara göre kadın ve erkeğin aynı ortamda bulunması ve eğlenmesi haram olarak kabul edilmesi nedeniyle muhafazakâr kadına satın alıp tüketmesi için alternatif yollar inşa edildiği görülmektedir. Ürün meta sembolizmi toplumsal düzeyde reklamcılar, marka yöneticileri, tasarımcılar gibi uzmanlar tarafından yönetilmektedir. Yaratılan kültürel anlamlar markalara aktarılmakta ve markalar kimliğin, benliğin yaratılması ve sürdürülmesinde sembolik kaynaklar olarak kullanılmaktadırlar. Kısaca ürünlerin hem sosyal anlamları hem de özel, bireysel anlamları için tüketildikleri söylenebilir (Odabaşı, 1999, s. 59).

² <https://islamansiklopedisi.org.tr/suslenme> (Erişim Tarihi: 02.06.2021).

4.5. En Şık Hâliyle Geleneksel Ritüeller / Seremoniler: Düğün

Örnekleme aldığımız *Aysha* ve *Âlâ* dergilerinin Mart sayıları tamamen evlilik dosyası üzerine hazırlanmıştır. Dergilerde düğün, nişan, kına gibi geleneksel ritüellere ayrı ayrı dosyalar hazırlanmıştır. Gelin hamamı, bayram hamamı, damat hamamı gibi kültürel öğeler kültür endüstrisi içerisinde yeniden üretilerek/yeni değerler yüklenerek tüketime sunulmuştur. Kız isteme, çeyiz hazırlığı, söz kesme, kına gecesi, nişan, nikah şekeri gibi adetlerin aynı kaldığı ama aynı zamanda modern düzenlemelerle çağdaş tüketim pratikleri şeklinde işlev görerek sunulduğu görülmüştür. Bu ritüellerin gerçekleştirilmesinde saray konsepti dekorlar ve Osmanlı’ya ait kıyafetler ön plana çıkmaktadır. Oluşturulan metinlerde ise sıklıkla aristokrat görünüm, saray esintileri, gösteriş ve şatafat kelimeleri ile kullanılmaktadır. Geleneksel değerler tüketim toplumunun formlarıyla eskiye dönüş, eskiye duyulan özlem olarak çerçevelendirilmektedir. Tanıtım ve kampanyalar muhafazakâr kadınların kimlik ve aidiyet duygularını harekete geçirecek formda gösterilmektedir. Tüketim kültüründe ürünler, bir gereksinimi karşılamadan ötesinde, kendileri aracılığıyla bireyselliğin ve toplumsallığın ifade edildiği, sosyal içerik kazanmış unsurlar olarak ortaya çıkarlar. Nesnelere topluca toplumsal anlamlandırma sistemine katılırlar. Tüketim bu nedenle bir kültürdür ve artık bir ilişki biçimidir. Bu ilişki biçimi, tüketim kültüründe bireylere ve onların gündelik hayat içindeki rollerine, anlamlandırma girişimlerine ağırlık verir (Gültekin, 2007, s. 92). “*Düğünden sonraki lüks balayı ise beldelerdeki lüks oteller, jakuziler, bayanlara özel spa merkezleri, teras havuzu, buhar odası ve masaj... Her türlü lüks bulunuyor*” (Âlâ, Mart, 2014) “*Ramazan’a özel*” tatil kampanyaları (Âlâ, Temmuz 2014) ve “*Alkolsüz organizasyon seçenekleri ve hem kadınlara hem erkeklere ayrı plajlarımız bulunmaktadır*” (Aysha, Mart 2017) gibi reklam çağrıları bu duruma örnek oluşturmaktadır. Kapitalist üretim ilişkileri içerisinde söz konusu oteller ve tatil programları, geleneklerinden kopmak istemeyen muhafazakâr kesime geleneklerine uygun olarak dinlenme ortamı sunmaktadır. Hem modern hem de İslami ilkelere göre modernize edilmiş formlar kapitalist pratiklerle barışık olduğunu göstermektedir.

Nişan, düğün, kına gibi gecelerde muhafazakâr kadına önerilerde bulunan dergiler muhafazakâr kadına şık olması, gecenin prensesi olması gerektiği tavsiye edilmektedir:

“*Ben bir prensesim! Her genç kızın hayali prenses olmak...*” (Aysha, Mart 2017).

“*Şıklığınızla damga vurun! – her gelin adayı, nişan ya da kına gecesinde şıklığı ile geceye damga vurmak ister. Ünlü markaların 2017 abiye koleksiyonları ile gecenin en şık ismi olmak hiç de zor değil...*” (Aysha, Mart 2017).

Dergilerde şıklık, gösteriş ve şatafat vurgusu, tesettür için en önemli etken olan “anonimlik” söylemini daraltan bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Podyumlarda kendini gösteren bir tesettür modasından hareketle piyasa ve İslam anlayışı arasında “gösterme” konusunda bir çelişki bulunmaktadır. Tesettürün nihai amacı aslında “anonimlik” göstermeme üzerinden hareket etmekten ziyade, gösterme daha çok görünür olma üzerinden hareket eden bir eyleme dönüşmüştür. Dergilerin ticari niteliği göz önüne alındığında cezbederek ikna etmek ve kitle kültürünün İslami alan içerisine sızması göstermeme üzerinden gelen anlayışın çözülmesine neden olmuştur. Müslüman kadın olma

normları gereği örtünme kapitalist girişimciler açısından bir pazar hâline dönüştürülmüş, hem ihtiyaçları karşılayan hem de arzulara hitap eden ürünleri sürekli tüketmeye teşvik etmesiyle İslam'ın tutumlu olmaya ve sadeliğe yaptığı vurgu yapısöküme uğratılmıştır. Böylelikle muhafazakâr kadın bedeni de ana akım dergilerde olduğu gibi ideal beden tarif edilerek kadınların bu ideal güzelliğe erişimi tavsiye edilmiştir.

“Evleneceğiniz gün tam anlamıyla sizin gününüz olmalı, sanki Oscar töreni sizin için düzenlenmiş gibi hissetmelisiniz kendinizi. Size verdiğimiz uzman tavsiyeleri ile kendinizi harika hissedebilir ve nasıl güzel bir görünüme sahip olacağınızı öğrenebilirsiniz; tıpkı bir kraliçe gibi...” (Aysha, Mart 2017).

Metin içerisinde yer alan “sanki Oscar töreni sizin için düzenlenmiş gibi” benzetmesi İslami muhafazakâr kesimin modernliği Batı modernliği eleştirisi üzerinden özüne uyumlu -geleneklere bağlı olarak gerçekleştirdiği iddiasında çelişkilidir. Oscar törenleri sinemanın en iyi film kategorisinden en iyi oyuncuya kadar en prestijli ödülleri olarak bilinen kırmızı halı ritüelinin tüm dünyada dört gözle beklendiği seremonidir. Tören modern Batı değerleri üzerinden kurulmakta ve kendini bütün görkemiyile gösterme merakının önemli bir örneğidir. Gösteriş, ihtişam üzerinden şekillenen tören muhafazakâr ideoloji çerçevesinde göstermeme ve mahremiyet konusunda sorunlu olmakla birlikte tüketim kültürünün göstergelerindedir. Muhafazakâr eğlence anlayışının giderek sekülerleştiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Bu bağlamda İslami muhafazakâr değerlerle derginin daha çok gösterme anlayışı arasında bir çelişki bulunmaktadır.

SONUÇ

Araştırma kapsamına alınan muhafazakâr moda-magazin dergileri ana akım dergilerle benzer yönelime sahip; kadınlar açısından hep daha güzel, daha genç, daha sağlıklı olma gibi kadını kendi mevcut fiziksel özellikleri ve kimliğinden rahatsız etme şeklinde bir söylemi inşa etmiştir. Hedef kitleleri dindar/muhafazakâr kadın olduğu için kullanılan dil ve üslup bazı farklılıklar göstermektedir. Örneğin başlıklar genellikle muhabbet, maneviyat, seyahat, sıhhat, havadis gibi Arapça kökenli ya da Osmanlıca kelimeler ile oluşturulmuş; kullanılan görsellerde mankenler genellikle başörtüsü bazı durumlarda başörtüsüz kadına da (*Aysha* dergisi özelinde) yer verilmiştir. Dergi isimleri (*Âlâ* ve *Aysha*) ve başlıkları İslami, içerikte ise terimler ve cümle kuruluşları kapitalist burjuva sekülerliği zeminindedir. Başlıklarda kullanılan kelime tercihleri tarihi olarak geçmiş ve geleneksel olanı takip etmeye özlem vurgusu olarak anlaşılmaktadır.

Ana akım dergilerde de yer alan kadının toplumsal cinsiyet rollerini pekiştiren, kadını bu rollerin dışına çıkamazmış gibi yansıtan röportajlar muhafazakâr dergilerde de sıkça yer almaktadır. Dergilerdeki röportajlar alanında başarılı olan ve mutlu bir evlilik hayatı olan muhafazakâr kadınlarla yapılmıştır. Ne var ki röportajlarda muhafazakâr kadın iş hayatındaki başarısının yanı sıra ev içi sorumlulukları ne derece yerine getirebildiği ve anneliği ihmal edip etmediği sorulmuştur. Yapılan röportajların hepsinin alanlarında başarılı olmuş çalışan ve evli olan kadınlar arasından seçilmesi dergilerin aile içi ilişkileri bağlamında modern anne rolünü desteklediğini ve başörtülü kadının kamusal alanda da başörtüsüyle var olduğunu ispatlamaya yöneliktir. Hem evlenip aile kurulabileceği hem de kariyer yapılabileceği vurgusu yapılan röportajlarda sıklıkla dile getirilmiştir. Dergilerde kurulan bu anlatılar kadını özdeşleşen “aile”, “anne” ve “eş olma” gibi toplumsal

cinsiyet rolleri tüketim kültürü aracılığıyla yeniden inşa edilmiştir.

Dergilerde kadınlara tanıtımı yapılan ürünlerin veya tüketim malzemelerinin pahalı ve lüks markaların ürünlerinden oluştuğu görülmektedir. Bu dergiler moda kombinleri, güzellik ve sağlık önerileriyle tesettürlü giyim ve güzellik sektörü ile müşterileri arasında bir köprü işlevi görerek onlara bir alışveriş rehberi oluşturmuştur. Bu ürünler ve önerilen tüketim pratikleri, tam da modern toplumlarda sınıf ve statü farklılıklarının tüketim pratikleri üzerinden kurulması gibi muhafazakâr kadın okuyucuları arasında bir sınıfsal ayrıma da neden olmaktadır. Yeni bir kimlik ile buna dayalı muhafazakâr burjuva sınıfını hem temsil etmekte hem de onların tüketim eksenli değer dünyalarını inşa etmektedir. Yoksul İslami muhafazakâr kadın ile sunulan İslami burjuva kadın imgesi İslam'ın toplumsal adalet anlayışı ile çelişmektedir. Sunulan İslami muhafazakâr kadın imgesi kendi içerisinde bir “ötekilik” kurmaktadır. Dergiler, İslami burjuva kadın imgesinin temsiline yer vermiş; daha yoksul olan kadın temsiline yer vermemişlerdir. Böylelikle yoksul olan kadın ötekileştirilmiştir.

İslami muhafazakâr kadın dergilerinde tanıtımı yapılan mekânlar ve ürünler İslami formlara uygun olarak iliştilmiştir. Muhafazakâr kadının tüketim edimini daha rahat gerçekleştirebilmesi için şirketler İslam etiketiyle (helal vurgusu) ürün pazarlamaya başlamışlardır. Muhafazakâr tüketiciler için pazar ağlarının oluşturulmaya başlanması helal makyaj ürünleri, helal tatil mekânları, İslami kafeleri vs. ortaya çıkarmıştır. Tüketime sunulacak metalar İslami formlara uygun olarak piyasaya eklenmiştir. Örneğin İslami anlayışa uygun olarak eğlence mekânları; alkolsüz, kadın ve erkeğin ayrı mekânlarda eğlenebileceği, ezanın dinletildiği mekânlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Böylece modern ve dinlenme mekânlarının muhafazakâr kesim üzerinde kimliksel bir aidiyet duygusu ile İslami kesimin bu mekânlara yönelmeleri hedeflenmektedir. İslami pratiklerin modern olana uyum sağlayacak şekilde değiştirildiği, kısacası hem modern hem de İslami ilkelere göre modernize edilmiş formlar kapitalizmle barışık olduklarını göstermektedir.

Bu dergilerde yer alan mekân tanıtımları, güzellik betimlemeleri karşıtlığını kurdukları Batı modernizmini yansıtır niteliktedir. Örneğin tatil mekânlarının isimlerinin belirlenmesinde “houses”, “lady” “clup” gibi İngilizce kelimelerin kullanılması, “Botticelli tablosundaki bir kadın gibi” ifadesiyle Batı'ya ait estetik anlayışın öne çıkarılması ve muhafazakâr kadınlara “adeta Oscar törenindeymiş gibi tüm ihtişamınızla göz kamaştırın” ifadeleri ile seslenilmesinde İslamcı kimlik, eleştirilen Batı modernizminin kültürel hegemonyasına karşı kendini Batı idealine teslim etmekten alıkoymamıştır. Batılı modernizmin estetik değerleri İslami muhafazakâr kadının kimliğinin melezleşmesine neden olmuştur. İslam'ın değer dünyası ile çelişen modernizm eleştirilse de dergilerde kurulan söylem “ideal modernlik” olarak karşımıza çıkmaktadır.

İslami muhafazakâr kesim liberalizm gibi ideolojilerle barışmış, yeni mekânlara girerek görünürlüğünü arttırmış yeni tüketim alışkanlıkları edinmiş ve piyasaya göre hareket ederek kendisi de bir dönüşüm içerisine girmiştir. İslam'ın şükür ve nefis terbiyesi ile ilgili Müslümanların arzu ve isteklerini bastırmak için nefsin terbiye etmesi ve ihtiyacı kadar sade bir yaşam emredilmesi arka plana itilmiştir. Tüketim kültürü ve piyasa dinamikleri ile kurulan çelişkinin üstesinden İslami sermaye İslami normlara uyumlu bir mal ve hizmet vaadinde bulunarak gelmişlerdir. İslami normlar, piyasa ile bütünleşerek tüketim kültürüne meşru bir zemin hazırlanmıştır.

Sonuç olarak kadın özne moda endüstrisi içerisinde ister modern-seküler isterse de İslami-muhafazakâr olsun bedeni nesneleştirilen ve bir türlü ideal güzelliğe erişemeyen özne olarak tarif edilmeye devam etmektedir. Bir taraftan “modern kadın” imgesi moda, güzellik, sağlık gibi alanlarda tüketim, estetik cerrahinin gerekliliği ile erişilmesi gereken bir hedef olarak gösterilirken diğer taraftan da kadının özel alan yani aile içerisindeki rolleri esas görevi olarak tanımlanmaktadır. Kamusal alana erişimi yeni olan İslami muhafazakâr kadın hâlâ suskunluk yani söz sahibi olmama layık görülerek kamusal alanın sessiz öznesi olması gerektiği şeklinde hayli sorunlu bir temsil ile kendine yer bulmaktadır.

KAYNAKÇA

- Aktaş, C. (2007). *Bir Hayat Tarzı Eleştirisi: İslamcılık*. İstanbul: Kapı Yayınları.
- Arat, Y. (1998). Türkiye’de Modernleşme Projesi ve Kadınlar. S. Bozdoğan ve R. Kasaba (Ed.), *Türkiye’de Modernleşme ve Ulusal Kimlik* içinde. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Ayata, A. ve Tütüncü, F. (2008). Party Politics of the AKP (2002-2007) and the Predicaments of Woman at the Intersection of the Westernist, Islamist and Feminist Discourses in Turkey. *Gender and Diversity in the Middle East and North Africa*. 35(3), ss. 363-384.
- Ayparçası F. ve Kırılmaz, H. (2016). Modernizm ve Postmodernizm Süreçlerinin Tüketim Kültürüne Yansımaları. *İnsan ve İnsan Dergisi*, 3(8), ss. 32-58.
- Barbarosoğlu, F. (2013). *Şov ve Mahrem*. İstanbul: Profil Yayıncılık.
- Baudrillard, J. (2008). *Tüketim Toplumu Söylenceleri Yapıları* (Çev. H. Deliçaylı ve F. Keskin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (1999). *Çalışma, Tüketicilik ve Yeni Yoksullar* (Çev. Ü. Öktem.). İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- Berger, J. (1986). *Görme Biçimleri* (Çev. Y. Salman). İstanbul: Metis Yayınları.
- Berktaş, F. (2010). *Tarihin Cinsiyeti*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Binark, M. ve Kılıçbay B. (2002). *Tüketim Toplumu Bağlamında Türkiye’de Örtünme Pratiği ve Moda İlişkisi*. Ankara: Konrad-Adenauer Vakfı.
- Birkalan H. (2009). Türkiye’de Feminizmi ve Antropolojiyi Yeniden Düşünmek: Feminist Antropoloji Üzerine Eleştirel Bir Deneme. *Cogito Dergi Feminizm*, sayı:58, ss. 285-338. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bocock, R. (2009). *Tüketim* (Çev. İ. Kutluk). Ankara: Dost Yayınevi.
- Bora, T. (2017). *Cereyanlar Türkiye’de Siyasi İdeolojiler*. Ankara: İletişim Yayınları.
- Coward, R. (1984). *Kadınlık Arzuları* (Çev. A. Türker). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Çakır, R. (2000). *Direnış ve İtiaat: İki İktidar Arasında İslamcı Kadın*. İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Dağtaş, E. (2006). Tüketim Kültürü, Yaşam Tarzları, Boş Zamanlar ve Medya Üzerine Bir Literatür Taraması, *Eğitim-Bilim-Toplum Dergisi*, 4(14), ss. 4-3.
- Dedeoğlu, A. Ö. ve Savaşçı, İ. (2005). Tüketim Kültüründe Beden Güzelliği ve Yemek Yeme Arzuları: Kadınların Tüketim Pratiklerine Yansıması, *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 5(1), ss. 77-87.

- Donavan, J. (2001). *Feminist Teori* (Çev. A. Bora, M. Ağduk Gevrek ve F. Sayılan). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Fairclough, N. ve Wodak, R. (1998). Critical Discourse Analysis. van Dijk, Teun A. (Ed.), *Discourse as Social Interaction* içinde ss. 258–284. London: Sage,
- Featherstone, M. (2005). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü* (Çev. M. Küçük). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Foucault, M. (2006). *Seçme Yazılar: Özne ve İktidar*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Friedan, B. (1983). *Kadınlığın Gizemi: Kadınlar İçin Yeni Bir Dönem Başlatan Kitap* (Çev. T. Mertoğlu). İstanbul: E Yayınları.
- Göle, N. (2011). *Modern Mahrem, Medeniyet ve Örtünme*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Gültekin, M. (2007). *Tarihselliği Bağlamında Tüketim Kültürü. Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 9, ss. 81-96.
- Haenni, P. (2014). *Piyasa İslamı, İslam Suretinde Neoliberalizm* (Çev. L. Ünsaldı). Ankara: Heretik Yayınları.
- İlyasoğlu, A. (2013). *Örtülü Kimlik, İslamcı kadın Kimliğinin Oluşum Ögeleri*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Kadıoğlu, A. (1998). Cinselliğin İnkarı: Büyük Toplumsal Projelerin Nesnesi olarak Türk Kadınları. A. Berkay Hacımiraçoğlu (Ed.), *75 Yılda Kadınlar ve Erkekler* içinde ss. 89-101. İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.
- Kara, Z. (2015). Beden Sosyolojisinden Ölüm Sosyolojisine: İnterDisipliner bir Yaklaşım. K. Canatan (Ed.), *Beden Sosyolojisi* içinde ss. 23-44. İstanbul: Açılım Kitap Yayınları.
- Köse, E. (2014). *Sessizliği Söylemek Dindar Kadın Edebiyatı, Cinsiyet ve Beden*. Ankara: İletişim Yayınları.
- Kömeçoğlu, U. (2007). *Kimlik Mekân Gündelik Hayat*. İstanbul: Ufuk Kitapları.
- Lazar, M. M. (2005). *Feminist Critical Discourse Analysis: Gender, Power and Ideology in Discourse*. New York: Palgrave Macmillan.
- Scott, J. W. (2010). Toplumsal Cinsiyet Faydalı Bir Tarihsel Analiz Kategorisi. *Kültür ve Siyasette Feminist Yaklaşımlar*, 12, ss. 112-138.
- Simmel, G. (2003). *Modern Kültürde Çatışma*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Odabaşı, Y. (1999). *Tüketim Kültürü*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Özbay, C., Terzioğlu, A., ve Yasin, Y. (2011). *Neoliberalizm ve Mahremiyet Türkiye’de Beden, Sağlık ve Cinsellik*. İstanbul: Metis Yayınları.

- Özbolet, A. (2015). *Kapitalizme Eklemlenme Dindar Orta Sınıfta Tüketim Kültürü*. Adana: Karahan Kitabevi.
- Yanıklar, C. (2006). *Tüketimin Sosyolojisi*. İstanbul: Birey.
- Yankaya, D. (2014). *Yeni İslami Burjuvazi Türkiye Modeli*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Yılmaz, Z. (2015). *Dişil Dindarlık İslamcı Kadın Hareketinin Dönüşümü*. İstanbul: İletişim Yayınları.

İnternet Kaynakları

<https://islamansiklopedisi.org.tr/suslenme>. (Erişim Tarihi: 02.06.2021).

ABSTRACT

This study focuses on the evaluation of the idealised features of the new media in terms of the public sphere, within the framework of Zygmunt Bauman's views, by examining the connection between the public sphere and the new media. In broad terms, the notion of public sphere represents a certain area in social life in which public opinion can be formed. The notion of public sphere has been discussed by many scholars. The limits of the notion of public sphere and whether public sphere has qualitatively or spatially expanded due to the emerging technologies have been the main subjects of debate in the scholarship. New media has been the focal point of these discussions and various approaches have been adopted by the scholars. Zygmunt Bauman's views, accordingly, is substantial in terms of the relationship between public sphere and new media. The topics such as the transformation of the quality of public sphere, the loss of public side in personal issues, public sphere without an actor, and individuals losing their sense of criticism require a reconsideration of new media as a public sphere.

Keywords: Public Sphere, New Media, Bauman.

**ÖZEL VE KAMUSAL ALAN AYRIMI AÇISINDAN YENİ
MEDYA'YI BAUMAN ÜZERİNDEN OKUMAK**

*A BAUMANIAN READING OF NEW MEDIA IN TERMS OF THE
DISTINCTION BETWEEN PRIVATE AND PUBLIC SPHERE*

Arş. Gör. Aysun KÖRLÜ TOPAN
İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi
Sosyoloji Bölümü
akorlu@gelisim.edu.tr
ORCID: 0000-0002-9478-172X

Dr. Öğr. Üyesi Sezgin SAVAŞ
İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi
Yeni Medya ve İletişim Bölümü
ssavas@gelisim.edu.tr
ORCID: 0000-0003-2141-1055

ÖZET

Bu çalışma, kamusal alan ile yeni medya arasındaki bağlantıyı irdeleyerek Zygmunt Bauman'ın görüşleri çerçevesinde yeni medyanın idealize edilmiş özelliklerinin kamusal alan açısından değerlendirilmesine odaklanmaktadır. Kamusal alan kavramı, en genel anlamıyla, toplumsal yaşamda kamuoyunun oluşturulabildiği alanları betimlemektedir. Kamusal alan, günümüzde pek çok farklı araştırmacı tarafından ele alınmış bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu eğilimle birlikte kamusal alan kavramının sınırları ve yeni teknolojilerle kamusal alanın niteliksel veya mekânsal olarak genişleyip genişlemediği önemli bir tartışma konusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Yeni medya, sağladığı özelliklerle söz konusu tartışmaların odak noktası olurken çeşitli araştırmacıların konuya yönelik bakış açısı da farklılaşmaktadır. Bu anlamda kamusal alan ve yeni medya ilişkisi göz önüne alındığında literatürde özellikle Zygmunt Bauman'ın görüşleri önemlidir. Bauman'ın değindiği özel alanın niteliğinin dönüşmesi, bireysel sorunların kamusal yönlerinin yitirilmesi, kamusal alanın aktörsüz kalması ve bireyin eleştireliliğini yitirmesi gibi konular, bir kamusal alan olarak yeni medya üzerine yeniden düşünmeyi gerektirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kamusal Alan, Yeni Medya, Bauman.

GİRİŞ

Kamusal alan kavramının, her şeyden önce, toplumsal yaşam içinde, kamuoyuna benzer bir şeyin oluşturulabileceği bir alanı kastettiğini söylemek mümkündür. Bu alana tüm yurttaşların erişmesi garanti altına alınmıştır. Özel bireylerin kamusal bir görevde oluşturarak toplandıkları her konuşma durumunda, kamusal alanın bir parçası varlık kazanmış olur (Habermas, 2004, s. 95). Bu çalışmada da sıkça yer verileceği üzere Habermas'ın kamusal alan tanımlaması, kamusal alan tartışmasında çokça atf alan ve hem desteklenen hem de eleştirilen bir yaklaşımdır. Kavram, hem kavramın kendisinin ne olduğu hem de kamusal alanın nerede aranacağı üzerinden çokça tartışılmıştır. Özellikle iletişim teknolojilerinin gündelik hayatta artan etkinliği ile kamusal alan tartışması iletişim araçlarının olanak ve sınırlılıkları ile tartışılmaya başlanmıştır.

Habermas, iletişim araçlarının siyasi ve ticari iktidarın alanı içinde kamusal alanı nasıl ortadan kaldırdığını açıklamaya çalışmaktadır. Habermas'ın kamusal alan tartışması ile liberal gelenekte iletişim teknolojilerinin çoğulculuğu sağlayan açıklamaları, kitle iletişim araçlarında kamusal alan tartışmalarının iki yönünü oluşturmaktadır (Timisi, 2003, ss. 14-15). Liberal yaklaşım, teknolojiyi, kökenleri Aydınlanma düşüncesinde yer alan bir ilerleme fikriyle eş anlamlı kılmaktadır. Bu yaklaşıma göre kitle iletişim araçları kültürde ve toplumda demokratikleşmenin araçlarıdır (Timisi, 2003, s. 41). Eleştirel yaklaşım ise; Frankfurt Okulu temelinde kamusal alanın basının dönüşümünde cisimleştiğini, kamusal iletişimin halkla ilişkiler, eğlence ve reklamcılıkla eş değer hâle gelerek tüketen ve depolitize olmuş bir kamuya neden olduğunu savunmaktadır. Habermas'a göre de kitle iletişim araçlarıyla yaratılan dünya yalnızca görünüşte kamusaldır (Timisi, 2003, ss. 65-66). Günümüzde kamusal alan hem yeni hem de eskilerin üzerine inşa edilen çeşitli görüşler çerçevesinde tartışılmaya devam etmektedir. Kimlik sunumu, kendini sergileme, gözetim vb. pek çok konu çeşitli düşünürlerin görüşleriyle açıklanırken yeni medya ve kamusal alan hakkında özellikle Bauman'ın akışkan modernite kavramı önemli bir bakış açısı sunmaktadır. Zygmunt Bauman'ın çalışmalarında kullandığı 'akışkan' sıfatı modernitenin geldiği son noktayı post ön ekiyle anlamakta yetersiz kalacağımız, güvensiz, sıvı, kolay şekil değiştirebilen, oynak zeminler ve ilişkilerle dolu bir 'düzen' olarak tasvir etmektedir.

Bir süre önce adına (yanlış bir şekilde) postmodernizm denilen ve benim daha yerinde bir ifadeyle 'akışkan modernite' demeyi tercih ettiğim olgu, değişmeyen tek şeyin değişim, kesin olan tek şeyin ise belirsizlik olduğunun gittikçe kesinleşen kanıtıdır. Yüz yıl önce modern olmak demek, mümkün olan 'en üst mükemmellik aşamasına' ulaşmaya çalışmak demekti – şimdi ise sonu gelmeyen bir gelişme süreci, ulaşılabilecek nihai amacın ve böyle bir isteğin olmaması demek (Bauman, 2019, ss. 12-13).

Bauman, 2000 yılında kaleme aldığı *Akışkan Modernite* kitabında modern yaşam biçimlerinin kırılğan, geçici, hep değişen yaşam biçimleri olduğundan ve modern olmanın sadece 'olmak' değil sonsuza dek 'oluş' (becoming) içinde olmak olduğundan bahsetmektedir (Bauman, 2019, s. 12). Akışkan modernite çağı belirsizlik, amaçsızlık, hızlı değişimler (özellikle teknolojik) ve sürekli yakalanması gereken bir hızla bireylerin hayatlarını şekillendirmektedir. 'Kati' modernite çözülmüş, amaçlar daha belirsiz bir

hale gelmeye başlamış ve 'birey' hiç olmadığı kadar ön plana çıkmıştır. Akışkanlaştırıcı sıvılaştırıcı güçler 'sistem'den 'toplum'a, 'politika'dan (gündelik) 'yaşam politikaları'na yönelmiş ya da toplumsal bir aradalığın 'makro' düzeyinden çıkarak 'mikro' düzeyine inmiştir. Bunun bir sonucu olarak yaşanan modernitenin bireyselleşmiş, özelleştirilmiş bir versiyonudur; örüntü oluşturma yükü ve başarısızlığın sorumluluğu büyük ölçüde bireyin omuzlarındadır (Bauman, 2019, s. 32). Bauman akışkan moderniteyi farklı kılan iki özellikten bahseder. Bunlardan ilki; erken modernite dönemindeki yanılmanın (ilerleme inancı) hızla gerilemesi ve yıkılmaya yüz tutmasıdır. Diğeri ise, 'modernleştirici' görev ve sorumlulukların üzerindeki kontrolün kaldırılması ve özelleştirilmeleridir (Bauman, 2019, s. 59). Kısaca Bauman'ın bakış açısıyla akışkan modernite bireyin kuşatıldığı, sorumluluklarla donatıldığı ve bir anlamda kaderine terk edildiği bir çağı ifade etmektedir.

Zygmunt Bauman'ın kamusal alan yaklaşımı eleştirel bir nitelik taşımaktadır. Bauman'ın düşünceleri Habermas'ın kamusal alan anlayışından farklılık içermektedir. Bu çalışmada kamusal alan, özel alan ile olan ilişkisi çerçevesinde Zygmunt Bauman'ın akışkan modernite kavramı açısından ele alınacak ve yeni medyanın kamusal alan oluşturma potansiyeli bu bakış açısıyla irdelenecektir.

1. Özel/Kamusal Alan Ayrımı

Özel/Kamusal alan ayrımının izleri Antik Yunan'daki kent devletlerine (polislere) kadar sürülebilmektedir. Antik Yunan döneminde özgür yurttaşların kullandığı ortak polis alanı (koine) bireylerin sahip olduğu özel alanlardan (oikos) kesin çizgilerle ayrılmaktaydı. Bu dönemde kamusal yaşam 'agora' biçiminde isimlendirilen kentin merkezinde yer alan açıklık bölgelerde, mahkeme ve tiyatro sergilenen yerlerde, müzakerelerde, mecliste ve savaş ile ilgili ortak oyun ve eylemlerde geçmekteydi. Özel yaşamsa ailelerin üretim etkinlikleri kapsamında düşünülmekteydi (Habermas, 2015, s. 60). Orta Çağ Avrupa'sına baktığımızda ise Habermas'a göre (2004, ss. 96-98); bu dönemde Avrupa'nın, 'özel' alandan ayırt edilebilen emsalsiz bir 'kamusal' alana sahip olduğuna dair hiçbir kanıt yoktur.

Kamuoyu ve kamusal alan kavramları ilk kez 18. yüzyılda ortaya çıkmıştır. Habermas'a göre (2004, ss. 96-98) bu bir rastlantı değildir. Burjuva kamusal alanı ile hiçbir ilgisi olmayan temsili kamusal alanın bağlı olduğu feodal otoritelerin, yani kilise, prensler ve soyluların otoritesinin çözülmesi ile kendisini devletten ayrı ve özerk konumlandırılan bir burjuva kamusal alanı doğmuştur. Burjuva kamusal alanı aracılığıyla yurttaşlar topluluğu, politik otoriteyi 'rasyonel' bir otorite hâline dönüştürmek idealine dayanan bir amaçla, burjuva toplumunun ihtiyaçlarını devlete ileteceklerdi. Bu tür bir rasyonelliğin ölçüsü, serbest meta piyasasına da dayanan bir toplumun ön gereklerine uygun olan bir genel yarardı. Habermas'a göre (2004, ss. 99-100) bu kamusal alan bilginin halka açık olması gerektiğine ilişkin normatif talebi itibarıyla hâlâ öğreticidir. Ancak, sosyal refah devleti şeklinde örgütlenmiş ve endüstriyel olarak gelişmiş kitle demokrasilerine bu model artık uygulanamaz. Bu kamusal alanın toplumsal önkoşulları artık değişmiştir. Kamusal alan artık eleştirelliğin değil özel çıkarların mekânı hâline gelmiştir. Habermas'a göre, karşılıklı anlamaya yönelik ve iletişimsel akla tabi 'yaşam dünyaları', para ve iktidar gibi 'sistem bütünleştirici mekanizmalarla sömürgeleştirilmektedir'. Bunda başlıca rolü refah devleti oynamaktadır (Kejanlıoğlu, 2004, s. 839).

Habermas'a göre yaşam dünyası işgal edilmiştir. Kapitalist örgütlenme, kontrol mekanizmaları ve yeni iktidar biçimleri bu yaşam alanını parçalamakta ve insani iletişimi kısıtlamaktadır. Kitle iletişim araçları insanlar için iletişim anlamında olanaklar yaratabilecek pozisyonda olsa da özel çıkarlarla eklenmeleri sonucunda bu özelliklerini kaybetmişlerdir (Köker, 2007, ss. 63-64). Habermas, özgür ve çarpıtılmamış iletişim ortamının (ideal konuşma durumunun) zedelendiğini belirtir (Slattery, 2010, ss. 435-436). Aydınlanma'ya dönerek yeni bir kamusal alan anlayışı geliştirmeye çalışır. Ancak Habermas'ın bu savının farklı cephelerden eleştiriler de aldığını söylemek mümkündür. Örneğin Foucault gibi postyapısalcı eleştirmenler, Aydınlanma projesinin kurtarılabildiğini ya da gerçekten kurtarılması gerekip gerekmediğini sorgulamışlardır. Feministler, Habermas'ın çalışmasının yaşam dünyasını ataerkil baskının temel bir alanı olarak görmemesini eleştirmişlerdir. Eleştirilere göre Habermas'ın görüşleri ütopyik yönere sahiptir ve daha iyi bir dünyanın kurulmasına yönelik somut yollara ilişkin çok az şey söylemektedir (Smith, 2007, s. 77). Timisi'nin aktardığına göre, Nancy Fraser da Habermas'ın kamusal alanını eleştirmektedir. Habermas kamusal alan içinde iletişim ve etkileşimin farklı statüler arasında eşit olduğuna gönderme yapmaktadır. Kamusal alanı tek, kapsayıcı ve homojen olarak tanımlamaktadır. Ancak, baskılanmış grupları, kadınları, işçileri, farklı cinsel yönelime sahip bireyleri hesaba katmama yönünden eleştirilebilmektedir (Timisi, 2003, s. 68). Bauman'ın ise; Habermas'tan temel farkı onun eleştirisini tersine çevirmesidir; yaşam dünyası işgal edilmemiş, yaşam dünyası kamusal alanı işgal etmiştir.

Kamusal alan denilince akla gelen en önemli isimlerden olan Richard Sennett de benzer şekilde kamusal ile özel alan arasında bulunan dengeye Bauman'la benzer noktalardan dikkat çekmektedir (Sennett 2010, s. 27). *Kamusal İnsanın Çöküşü* isimli kitabının 'Ölü Kamusal Alan' bölümünde kamusal alanın terkedildiği anda mahrem ilişkilerin çekim gücünün arttığından ve fiziksel düzenlemelerle (şehir planlamasını kastetmektedir) kamusal alanın gittikçe anlamsızlaştığından bahsetmektedir. Sennett'in değerlendirmelerinden yola çıkarak söylenecek olursa, mehrem ön plana çıkması ve kamusal alanın fiziki olarak anlamsızlaşmasıyla birlikte 'kamusal insan çökmüş' ve Bauman'ın düşüncelerinde vurguladığı 'apolitik birey' doğmuştur. Yeni medyanın bir kamusal alan olarak imkânı üzerine sürdürülecek bir tartışmada, Bauman üzerinden bir okuma yapmanın olanağı ancak onun eserlerindeki düşüncelerini anlamaktan geçmektedir. Bu çalışmada başta *Akışkan Modernite* olmak üzere Bauman'ın çeşitli eserlerindeki düşünceleri üzerinden bir değerlendirme mevcut literatürü de dikkate alarak yapılmıştır.

2. Bauman'da Özel/Kamusal Alan Ayrımı

Zygmunt Bauman için belirtmek gerekir ki kamusal alan, insanlık durumunun olumsuz yönde ilerleyen bireyselleşme, özgürlük yanılgısı, özel hayatı yüceltme, farkındasızlık, dayanışmadan yoksunluk, bölünmüşlük vs. özelliklerinin hem kurbanı hem de bu bunlardan kurtuluşunun ilacıdır. Bauman'ın kamusal alanı yurttaşlar için hazır bekleyen bir alan değil, bu alanın varlığını talep edecek, yurttaş olmak isteyen birey ile varlığı mümkün olan bir yerdir. Bauman'ın *Akışkan Modernite* ve birçok başka çalışmasında göstermeye çalıştığı şey, insanlığın hâlihazırda bu durumdan ne kadar uzak olduğudur. *Kuşatılmış Toplum* isimli kitabında verdiği uçak örneğinde vurguladığı gibi;

Ara sıra başka insanlarca yapılan veya onların başına gelen şeylerin bir şekilde bizim yaşamlarımıza ve istediğimiz gibi yaşama şansımıza etki ettiğini duyduğumuzdan dolayı, hepimizin aynı kocaman uçakta seyahat ediyor olduğumuzu tahmin edebiliyoruz. Bilmediğimiz şey pilot kabininde kimin oturduğu...(seyahatimizle ilgili, pilot, havaalanı vs. hakkında hep bir eminsizliğimiz var)...Bütün bunların haricinde sonuncu ama en az bunlar kadar önemli bir şey daha var: Bütün bunları özellikle de hapsoldüğümüz uçağın rotasını etkilemek, değiştirmek veya düzeltmek adına bizim gibi insanların, koca bir uçaktaki yolcuların tek başlarına veya grup hâlinde neler yapabilecekleri konusunda hiçbir fikre sahip olmaması...(Bauman, 2018, s. 75).

Bauman bireyin bilinçsizliği olarak nitelenebilecek bu durumu, sorunun düğüm noktası olarak nitelendirmektedir. Sorun artık toplumu bir 'ortak mülk' olarak hayal eden ve 'biz bunu yapabiliriz' diyen üyelerin olmaması, diğer bir ifadeyle böyle bir güvenin olmayışıdır. Bauman'a göre (2018, s. 77) toplumun yeniden dirilme olasılığının etrafında döndüğü kritik nokta budur. Ona göre özel meselelerle kamusal meselelerin bir araya gelebildiği agoranın içine düşmüş olduğu güçsüzlük ve ondan kaçma çabası ortaya çıkan döngünün parçalarıdır. Söz konusu iki durum birbirini beslerken aynı zamanda birbirini pekiştirmektedir. Toplumun oluşturan insanların içinde buldukları öznel koşulları için değişiklik yaratabileceklerine yönelik sahip oldukları inanç ne kadar az ise agorayı yeniden canlandırmak için o kadar az neden var demektir. Bununla birlikte, agora ne oranda yersiz ve pısrık bir durumda olursa ona katılmanın fayda sağlayacağına yönelik sahip olunan inanç da o kadar azalacaktır. Söz konusu durum Bauman'a göre (2018, s. 77) sosyoloji açısından meydana gelmiş en büyük zorlukların başında gelmektedir. Bauman bu kapsamda "öz güvene sahip, canlı bir agoraya dönüş mümkün mü, yoksa gezegen ölçeğine yayılmış bir 'ortaklığın' kafasında kuluçkalanmış devasa görevlerle sorumluluklara uygun, yeni ve büyük bir agoraya ilerlemek mümkün mü?" (Bauman, 2018, s. 77) sorusunu sormaktadır. Dolayısıyla Bauman'ın bireyselleşmenin çağında bir kamusal alanın nasıl olabileceğiyle ilgili sorusunu 'ortak amaç' yoksunluğu üzerinden kurduğu görülmektedir. *Akışkan Modernite* kitabında da bireyselleşmenin kamusal alanın karşısında konumlanması bu nedenledir.

Bauman'ın bahsettiği 'bireyselleşmenin' karşısında yitirilen yurttaşlıktır. Toplumun her üyesinin sıkıntıları, dertleri özel sıkıntılar olmaya başladıkça ortak bir amaç yaratılamamaktadır. Eğer birey yurttaşın en büyük düşmanıysa bunun nedeni bireylerin bu özel sıkıntılarının kamusal alanı işgal etmiş olmasından kaynaklanmaktadır. Kamu özeline sömürgeci hâline gelmiştir, kamu yararı sadece kamuya mal olmuşların hayatlarına duyulan meraka indirgenmiş, özel hayatların ve mahrem duyguların herkesin gözü önünde yaşanıyor olması, 'ortak meseleler'in tamamen anlaşılabilir ve kavranılmaz hâle gelmesine neden olmuştur (Bauman, 2019, s. 70). Bauman (2018) *Kuşatılmış Toplum* kitabının 'Kamusal Karşı Özel' bölümünde bununla ilgili verdiği bir diğer örnekte şunları aktarmaktadır;

Fransız sosyolog Alain Ehrenberg, Ekim 1983'ten bir Çarşamba gününü (en azından Fransa tarihi için) kültürel bir dönüm noktası olarak seçmiştir. O gün ne ünlü ne de ilgi odağı sayılabilecek bir Viviane, kendisini izleyen mil

yonlarcası gibi sıradan bir Fransız kadın, televizyon kameralarının karşısına geçip kocası Michel'in erken boşalma sorunu yaşadığını ve bu sebeple onunla olmaktan hiç haz almadığını insanlara duyurdu. Bu ciddi anlamda bir dönüm noktasıydı; Kamusal alanın nihai tecessümü, televizyonla, özel alanın en uç sembolü yatak odasının buluşmasıydı... Şimdi herkesin günah çıkardığı bir toplumda yaşıyoruz. Kabinlere mikrofonlar kurup bunları kamusal ağlara bağladık (Bauman, 2018, ss. 231-232).

Bauman (2018, s. 223), televizyonun önyak olduğu bu durumun özel/kamusal alan ayrımını nasıl zedelediğini göz önüne sermektedir. Özel olan eskiden hakkında bahsedilmeyenken, TV bunu değiştirmiş ve yeni bir dil yaratmıştır. Ayrıca bir diğer değişiklik olarak da bu ayrımın bulanıklaştığı talk şovlar bireysel sorunların çözümünün bireysel olduğu vurgusunu üretmeye başlamıştır. Bu örnek sosyal medyanın etkin olduğu günümüz için hiç de garip değildir.

Buradan yola çıkarak Bauman *Akışkan Modernite'de* özel alanın (Habermas'ın deyimiyle yaşam dünyasının) kamusal alanı işgal ettiğine dikkat çekmektedir. Habermas 'mahrem alanın' 'kamusal alan' tarafından ele geçirilip sömürgeleştirilmesine dikkat çekmekteydi. Gerçekte uyarıların tam tersi bir eğilim- diğer bir ifadeyle kamusal alanın, önceleri kişisel ve kamusal alanda dile getirilemez olarak kategorize edilen meseleler tarafından ele geçirilmesi- söz konusu gibidir (Bauman, 2019, s. 113). Bireyselleşme çağında toplumun bireylerinin hayatı ve kendilerini anlama biçimleri hem belirleyici olmakta hem de belirlenmektedir. Dolayısıyla kamusal alan üzerine tartışma hem geleneksel hem de yeni medyada yürütülecekse, o alanı dolduracağına inanılan bireyin durumuna odaklanmak gereklidir.

Bauman (2015, s. 83), birey üzerine tartışmayı öncelikle özgürlük üzerinden açmaktadır. *Özgürlük* kitabında belirttiği üzere kapitalizm ile bireysel özgürlük arasında bulunan bağ kopmamış olsa da değişmiştir. Hatta iyi ve hayat dolu bir biçime ulaşmıştır. Günümüzde artık rekabet ile tanımlanamayacak olan kapitalizm tüm insanlar için serbest ve engelsiz bir sınır, yaratıcılığı öne çıkaran verimli bir toprak, girişken ve saf olarak kas gücüne dayalı olan bir görünüm olmayı çoktandır terk etmiştir. Kapitalizm artık çok daha masrafa sahip, bilgi toplama ve üretme araçlarıyla donatılmış son derece organize bir sistemdir. Bu sistem içerisinde birey de değişime uğramıştır. Birey hâlâ canlıdır, yalnız artık sorunlarının çözümünü başka bir yaşam alanında aramakta ve gereğince farklı araçlar kullanmaktadır (Bauman, 2015, s. 83). Bugünün kapitalizminde özgürlük artık girişimci özgürlüğü değil tüketme özgürlüğüdür. Bauman'ın *Akışkan Modernite* kitabında belirttiği gibi "bireyselleşme kazanında kaynatılan o lezzetli özgürlük çorbasının içine mide bulandıran bir çaresizlik sineği düşmüş durumda; bir tür iktidarsızlık olarak görebileceğimiz bu çaresizlik, özgürlükle birlikte geleceği beklenen güç ve yetki nedeniyle daha çok iç bunalıcı ve rahatsız edici hissedilmektedir" (Bauman, 2019, s. 67).

İçinde yaşanan özgür bireyler topluluğu, hoşnutsuzlukların kolayca dile getirebildiği, eleştirelliğin sadece tüketici kimlikleriyle şekillendiği bir topluluktur. İçinde yaşanan toplum eleştiriye, kamping alanında karavan sahiplerine gösterilen hoşgörüyü benzer bir şekilde hoşgörü gösterirken, eleştiri okulunun kurucularının öngördükleri ve kuramlarının hedefine koydukları anlamda eleştiriye karşı kesinlikle hoşgörülü değildir.

Başka, ama bağlantılı bir deyişle, 'üretici tarzı eleştiri' gitmiş, yerine 'tüketici tarzı eleştiri' gelmiştir (Bauman, 2019, s. 53). Bauman eleştirel kuramın içine düştüğü zorlu durumu böyle özetlemektedir.

Kamusal alan artık hiç olmadığı kadar aktörsüz kalmıştır. Bauman (2019, ss. 71-73) bu noktada belirtmektedir ki; bireyin dejure durumu ve defacto birey olma ihtimali karşılaştırıldığında giderek artan bir uçurum söz konusudur. Söz konusu uçurum agoranın tenhalaşması sonucu derinliğini giderek artırmıştır. Uçurumun sahip olduğu açıklığın kapatılması ise büyük P ile yazılan Politika ile mümkün olmaktadır. Günlük yaşam politikalarının Politika ile bir araya geldiği yer agora olarak tanımlanırken, Politika bireysel sorunların 'kamusal' meseleler hâline geldiği ve özel dertlere kamusal çözümlerin bulunmaya çalışıldığı bir alandır. Günümüzde ise eleştirel kuramın kamusal alanın bireyselin işgalinden kurtarılmasına yönelik bir görev üstlendiği görülmektedir. Yurttaşlar söz konusu alandan çekilmeye başlamış, iktidar yapısı da kendini dış uzay diye tanımlayabileceğimiz bir alana çekmiştir. Gerçek anlamda özgürleşmek için kamusal alana ve kamusal iktidara bugün daha çok ihtiyaç vardır. Paradoks gibi görünse de bireysel özgürlüğü baltalamak değil güçlendirmek için, özel alanın işgalci gücüne karşı direnmesi gereken taraf, kamusal alandır artık (Bauman, 2019, ss. 89-90). Bauman'ın kamusal alanı bu şekilde işgal edilmiş bir alandır. Her şeyin bireysel düzeye indirildiği bir toplumda, akışkan modernitenin birincil çelişkisi karşımıza çıkmaktadır; bireyin kendini ortaya koyma hakkı ile böyle bir hakkın gerçekleştirilmesini mümkün veya olanaksız kılan toplumsal durumu kontrol altında tutma kapasitesi arasında gittikçe açılan uçurum (Bauman, 2019, s. 71). Dejure bireyin defacto olabilmesi de yeniden yurttaş olmalarına bağlıdır, bu uçurum ancak böyle kapanabilir (Bauman, 2019, ss. 74-75).

2.1. Kamusal Alan Patolojisi

Günümüzün 'kamusal alanı' zaman ve mekân algısına bağlı olarak değişmiştir. Çağdaş şehirlerde 'kamusal alan' adı altında anılan çok sayıda bölge bulunur. Türleri ve boyutları çok farklılık gösterse de bu bölgelerin hepsi iki ana kategoriden birisine girmektedir. Bu kategoriler ideal medeni mekân modelinden birbirine zıt ama birbirini bütünlendiren iki yönde ayrılmaktadır (Bauman, 2019, s. 149). Bu iki kategori 'ulaşılmaz mekân' ve 'şehir sakinlerini tüketiciye dönüştürmek için inşa edilen mekânlar' olarak tanımlanmaktadır. Bauman ulaşılmaz mekân için La Defense meydanını örnek vermektedir.

Şekil 1: Ulaşılmaz Mekân: Le Defense Meydanı ve Tüketime Teşvik Eden Mekân: AVM



(Wikipedia1, t.y; Wikipedia 2, t.y)

Bauman'a göre (2019, s. 150) Le Defense meydanını gören ziyaretçinin dikkat ettiği ilk nokta ve aynı zamanda en önemli husus, mekânın konuksever bir görünüm sergilememesidir. Ziyaretçi hayranlık uyandırıcı bir şey görür ama bununla doğru orantılı olarak orada zaman geçirme isteğine sahip olmamaktadır. Kocaman bir genişlik içerisinde konumlanmış meydan ve onu çevreleyen yapılar sanki içine girmek için değil de sadece bakılmak için inşa edilmiş gibidir. Söz konusu yapılar buyurgan ve ulaşılmaz görünür, ulaşılmaz oldukları için de buyurgan olarak değerlendirilebilirler. Buyurganlık ve ulaşılmazlık birbirini tamamlar ve aynı zamanda birbirini anlamsal olarak pekiştirir.

İkinci mekân kategorisine verilecek örnek ise kuşkusuz alışveriş merkezleridir. Bu mekânlarda hedef sadece tüketimdir, kolektif hiçbir yan yoktur. Bauman bu mekânları Ritzer'in mecazını kullanarak 'tapınaklar' olarak nitelendirmektedir. Bu mekânlarda yabancılarla bir araya gelme güvenlik sayesinde hijyenik hâle getirilmiştir, kimse bir-biriyle temas etmeden tek bir amaç olan 'tüketim' için yan yana akıp gitmektedir. Bu durum Bauman'a göre Sennett'in değindiği şekliyle herkesin aynı olduğu ve 'aynı amaç' için orada bulunduğu hissini yaratır. Bu tamamen sahte bir kimlik deneyimidir (Bauman, 2019, ss. 151-154). Bir arada olmak ve 'etkileşimsiz' etkileşim hissi, çağımızın yanıltıcı hislerinden belki de en güçlüsüdür. Buna benzer bir his bu çalışmanın odak noktası olan sanal alanlarda da devam eder. Bu nedenle Bauman'ın fiziki kamusal alan için yaptığı bu değerlendirme sanal kamusal alan için de akılda tutulmalıdır. Bu tarz kamusal alanlarda başkalarıyla etkileşime girmek gereksizdir. 'Kamusal ama medeni olmayan yerler' kişiyi yabancılarla etkileşime girmekten korur, risk dolu alışverişten, aklını karıştıracak iletişimden, sinir bozucu pazarlıktan ve rahatsız edici tavizlerden uzak durabilmesini sağlarlar (Bauman, 2019, s. 161). Bu herkesin tek tipleşmesi ve homojenlik isteğini doğuran bir durumdur. Bu da 'yabancı'nın daha çok oranda tehdit olarak algılanmasına neden olan durumu doğurur. Bu durum, diğer bir ifadeyle ötekiyi kavrayamamak, insanları yabancı olarak dışlamak Bauman'ın 'kamusal alan patolojisi' olarak adlandırdığı durumdur. Çünkü bu durum her yönüyle patolojik bir durumdur (Bauman, 2019, s. 166).

Bauman zaman ve mekânın dönüşümüne de odaklanmaktadır. Ağır moderniteden hafif moderniteye (ya da katı moderniteden akışkan moderniteye) geçerken mekân çözülmüş, zaman rutinliğinin dışına çıkmaya başlamıştır. Katı modernitede mekân 'girilmez' levhalarıyla korunan, büyük fabrika mekânıyken ve zaman da bu fabrika modeline uygun şekilde rutinleştirilmişken, artık zamanın da mekânın da anlamları değişmiştir (Bauman, 2019, s. 172). Ağır modernitede mekânsal genişleme ilerleme ile bir tutuluyordu, rutinleştirilmiş zaman da çalışanı olduğu yere çivileyerek üretimin devamını sağlıyor, bu şekilde zincirlenmiş emek, sermayeyi bir arada tutan harç oluyordu (Bauman, 2019, ss. 174-175). Ne var ki bütün bunlar yazılım kapitalizmi ve hafif modernite ile değişti. İşçi artık mekâna çivilenmiyor, kariyer daha muğlak bir fikir olmaya başlıyordu. Söz konusu değişim, aslında, zamanın yok edilmesi maskesi altında mekânın yeni bir biçimde bağlam dışına itilmesidir. Işık hızında gerçekleşen iletişim evreninde – yani, yazılım çağında – mekân, kelimenin tam anlamıyla 'anında' kat edilebilmektedir; 'uzak' ile 'burada' arasındaki fark, yok hükmündedir. Eylemler artık mekânla sınırlı değildir ve mekânın önemi neredeyse hiç kalmamıştır. Diğer bir ifadeyle mekân stratejik önemini yitirmiştir (Bauman, 2019, ss. 176-177). Bu durum da konuyu anların önem kazandığı, anlık hayat anlayışına taşımaktadır. Zamanın yeni sahip olduğu anındalık, insanların bir arada yaşama biçimini, en belirgin olarak da kişilerin kolektif sorunlarıyla ilgilenme (ya da, duruma

göre, ilgilenmeme) veya daha ziyade, bazı belli sorunları kolektifleştirme (ya da, duruma göre, bundan geri durma) biçimlerini radikal bir şekilde değiştirmektedir (Bauman, 2019, s. 190).

Kamusal alan patolojisinin ortasında da sahte cemaat duygusu yatmaktadır. Mevcut cemaat duygusu yapısı itibarıyla sorunludur. Bu kadar bireysel, özel hayat odaklı bir toplumda cemaatin bir aradalığı hissini yaratan şey de sorgulanmalıdır. Cemaatçi fikirler süregiden bir popüleriteye sahiptir. Sosyolojik açıdan bakılacak olursa cemaatçilik, modern hayatın gittikçe hızlanan akışkanlaşma sürecine, her şeyden önce de hayatın, doğurduğu sonuçlar arasında en rahatsız edici ve sinir bozucu olan bir yönüne – bireysel özgürlük ile güvenlik arasında gittikçe derinleşen uçuruma – karşı beklenen bir tepkidir (Bauman, 2019, ss. 246-247). Ağır ve katı modern çağdaki 'ortak dava'nın yerini gösteriler almıştır. Bauman'a göre (2019, ss. 286-287) bu vestiyer/karnaval cemaatler dediği bir birlikteliğe yol açar. Söz konusu cemaatler dejure bireyin defacto birey olmasını engelleyen koşulları yaratır ve buna dair çabaların da boşa gitmesine neden olur. Bu cemaatler sanal ortak amaçlar etrafında bir araya gelirler. Bu durum akışkan modern zamanların sahip olduğu sorunların işaretlerini, bazen de nedenlerini taşır. Günümüzde yeni medyada kamusal alan tartışmasını yürütürken Bauman'ın bahsettiği bu bağlamı unutmamak gerekmektedir.

3. Yeni Medya ve Kamusal Alan

Kamusal alanın dönüşümüne ilişkin tartışmalar geleneksel medyanın güç kazanmasıyla dile getirilmeye başlanmıştır. Örneğin; Habermas, 1800'lerin ortasından itibaren basının metalaştığını ve manipülasyon imkanının arttığını söylemektedir. Bu yapı kamusal alanın akla dayalı ve eleştirel bir yapıdan reklam platformuna dönüşmesi açısından değerlendirilebilmektedir. Kamusal hayat genişlemiş ve siyasi haklar çok daha geniş gruplar boyunca yayılmış olsa da ticaret ile iç içe geçmiş bir kamusal alanın politik tartışmalar açısından ne kadar bağımsız ve eleştirel olabileceği tartışılan bir konudur (Tekvar, 2017, s. 86). 'Dördüncü güç' olarak nitelendirilen medya; pek çok liberal demokratik toplumda böyle nitelendirilmiştir. Gazetenin ardından sırasıyla radyo, televizyon ve diğer medya türleri dördüncü gücün içerisinde dâhil edilmiştir. Genel anlamda medya araçlarının ortaya çıkışı bağımsız bir kurum biçiminde dördüncü gücün gelişimini ortaya çıkarmıştır (Dutton, 2009, s. 1). Bununla birlikte medyanın kapitalist siyasi yapı tarafından yutulmasıyla ideal anlamda özgürlük savunucusu olan medyanın mücadelecisi ruhu zedelenmiştir (Erdoğan, 2013, s. 177). Geleneksel olarak halkı merkezine alan, özel mülkiyete karşı kamuyu savunan, demokrasiyi gözetken, siyasal açıdan aktif görünen medya sonradan bu özellikleri yitirmiştir (Erdoğan, 1999, s. 39).

Richard Sennett (2010, ss. 364-365) de benzer şekilde *Kamusal İnsanın Çöküşü* isimli kitabında pasifliğin kitle iletişim teknolojisinin mantığı olduğunu belirtir. İnsan daha çok şey görmesine rağmen daha az karşılıklı iletişimde bulunur. *Ten ve Taş* isimli kitabında 'pasif beden' olarak kavramsallaştırdığı bu durum ile ilgili olarak Sennett, insanların atalarına göre daha büyük bedensel deneyimler yaşamalarına ve daha çok etkileşim hâlinde olmalarına rağmen kitle iletişim araçları sebebiyle bedenlerinin kendi duyularından korkan pasif bir yapıya evrildiğini söylemektedir. Sennett bunun devamında bedeni hayata döndürecek şeyin ne olduğunu da sormaktadır. Televizyon seyircisi

gibi gezgin de dünyayı uyuşturucu biçimde deneyimler, çünkü mekânlar Bauman'ın da dediği gibi artık sadece içinden geçip gidilen parçalı mekânlar olmuştur. Sennett burada iki noktaya değinmiş olur; insan bedenini pasifleştirmeye yönelik modern teknolojiler ve bunu besleyen kent mekânı (Sennett, 2008, ss. 12-14). Kitle iletişim araçları ile ilgili olarak der ki; “kitlesele medya, toplumda olup bitenler üzerine insanların sahip olduğu bilgiyi sonsuza dek arttırır ve onların bu bilgiyi politik eyleme dönüştürmelerini de sonsuza dek engeller. Televizyonunuza yanıt verme olasılığınız yoktur. Yalnızca onu kapatabilirsiniz. Verdiğiniz her karşılık gözle görülmez bir eylemdir” (Sennett, 2010, s. 364). Her ne kadar topluluğun bu şekilde tepkisinin bireyselleşip dağılmasını sadece medya teknolojilerine bağlamak doğru olmasa da kitle iletişim araçlarının kamusal alanın yok oluşuna sağladığı katkı ortadadır (Atabek, 2002, s. 230).

Kitle iletişim araçları söz konusu olduğunda birey pasif olarak nitelendirile gelmiştir. Oysaki internet çağı böyle değildir, ya da en azından kabul böyledir. Artık pasif değil, aktif bir izleyici (kullanıcı) vardır, hatta izleyici (kullanıcı) üre-tüketici¹ olarak adlandırılır. Peki, kullanıcılar bilgiyi sadece televizyondan alan nesillerden gerçekten daha mı aktiftir? Ya da bu aktifliğin sorgulanması gereken noktaları nelerdir? Bunun tartışılması gerekir.

Bu noktada öncelikle tartışmanın odak noktasını oluşturan yeni medyanın ne olduğunu anlamak önemlidir. 1970'lerde sosyal, psikolojik, ekonomik, politik ve kültürel perspektifleri göz önüne alan araştırmacılarca ortaya atılmış bir kavram olan yeni medya özellikle 1990'larda ivme kazanmış ve gelişen bilgisayar ve internet teknolojisiyle önemini arttırmıştır (Dilmen, 2007, s. 114). Geray, yeni medyayı, “kitle izleyicisini bireysel kullanıcı olarak da kapsayabilen, kullanıcıların içeriğe veya uygulamalara farklı zaman dilimlerinde ve etkileşim içinde erişebildikleri sistemler” (Geray'dan aktaran: Yolcu, 2016, ss. 22-23) olarak tanımlamaktadır. Yeni medya etkileşim, kitlesizleştirme ve eşzamanlılık özellikleri ile karakterize edilmektedir. Etkileşim, yeni medyanın içinde bulunma hâlini tanımlarken; eşzamanlılık, tüm katılımcıların sistemi aynı anda kullanmasını gerektirmesi yerine, bireysel kullanıcı için uygun bir zamanda mesajların gönderilmesine ve alınmasına izin verme, kitlesizleştirme ise özel mesajların kitleler yerine belirli kişilere gönderilme imkânını tanımlamaktadır (Williams, Rice ve Rogers, 1988, ss. 11-13).

Yeni medyayı yakınsama kavramı ile açıklayan ve çokça atıfta bulunulan Henry Jenkins (2016); *Cesur Yeni Medya: Teknolojiler ve Hayran Kültürü* isimli kitabında medya yaklaşımı, katılımcı kültür ve kolektif zekâ kavramlarından bahseder. Jenkins (2016) popüler kültürde anlam çıkarmanın din, eğitim, hukuk, siyaset, reklamcılık ve hatta ordunun işleyişini nasıl değiştirmeye başladığını ortaya koymaktadır. Jenkins'e göre yaklaşım bir sonuç değil bir süreçtir. Bu sürecin neler getireceği ise, büyük oranda kolektif zekâyı mümkün kılan katılımcıların elindedir. Kolektif zekâ Jenkins'in Levy'den aldığı bir kavramdır ve bu yeni medya çağında katılımcıların gelecekteki aktif katılımına ve oluşturacağı kültüre ilişkin pozitif ve umutlu bir bakış açısı sunar. Manuel Castells (2016)

¹Prosumer kavramı, producer (üretici) ve consumer (tüketici-müşteri) kavramlarının birleşmesinden oluşmuş ve ilk defa 1980 yılında Alvin Toffler tarafından kullanılmıştır. Türkçe'ye üre-tüketici olarak geçen kavram, üretici ve tüketici arasında var olan farkın, tüketicilerin üretim sürecine dâhil olmaya başlaması ile belirsizleşmesi sonucunda ortaya çıkan yeni bir üretim-tüketim döngüsünü ifade etmektedir. (Turan, 2013, s.53)

de benzer bir tutuma sahiptir. ‘Küresel dünyada, ağ toplumunda iktidarı nerede aramalıyız?’ sorusunu sorar. Ona göre internet çağında önemli olan iktidar sahiplerinin kimler olduğunu ve iktidarın ağ toplumunun neresinde olduğunu bilmemizdir. Ancak bu sayede internetin ve yeni olanakların özgürleştirici ve eleştirici potansiyelinden faydalanmak mümkün olabilir. Bu yaklaşımlardan farklı olarak eleştirel bir tutum izleyen Christian Fuchs özellikle Jenkins'i eleştirerek ilgili yaklaşımının ütopyik yanları olduğunu belirtir. Ona göre yeni medya ortamlarına böylesi bir rol atfetmeden önce özellikle kullanıcıların emeğinin sömürülmesine odaklanmak ve sosyal bir ortam olarak bu ortamların ticari boyutunu eleştirmek gereklidir (Fuchs, 2016, s. 33).

Bauman'ın yeni medya üzerine düşüncelerine geçmeden önce, yeni medyanın yeni bir kamusal alan sunma imkânına ilişkin literatürdeki mevcut tartışmalara değinmek doğru olacaktır. İnternet teknolojisi ile özel isteklerin nicel ve nitel bağlamda kamusal gücü kazandığını savunmak mümkündür. Bu durum hiç kuşkusuz kamusal alana ilişkin yeniden tanımlama gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır (Turgut ve Arslantürk, 2014, s. 147). Daha önce belirtildiği üzere Bauman ve Sennett gibi isimler kamusal alana vurulan darbenin bireycilik olduğuna dikkat çekmektedirler. Dağılmış, bölünmüş ve nitelik çok fazla ‘temsil’in bulunduğu kamusal alanda ‘ortak’ sıfatıyla başlayan ortak akıl, fayda, çıkar, yaşam, karar gibi nitelermelerin ne kadar mümkün olduğu üzerine tartışılması gerekmektedir. Ayrıca kim, kimin iyiliği için kendi hakkından vazgeçecektir ya da sayısal olarak oldukça fazla olan taraflar arasında bahsedilen ortak iyiyeye hangi hakların ne kadarını teslim edilerek ulaşılabilecektir? İşte tüm bu soru ve sorunlar, yeni kamusal alan arayışının da günümüzdeki temel meselelerini oluşturmaktadır (Çalışkan, 2014, s. 49).

Kamusal alan ve yeni medya tartışmalarında aktif katılımının potansiyeli konusunda olduğu gibi yeni bir kamusal alanın imkânı üzerine de olumlu ve olumsuz yaklaşımlar olduğu görülmektedir. Habermas'ın bireylerin kamuya ait olanı yakalamak için oluşturdukları, akılcı tartışma ortamına eşit taraflar olarak katıldıkları alan olarak tarif ettiği kamusal alan, günümüzdeki pek çok yeni medya kuramcısına göre, internette yaşama geçirilebilir. Bu kuramcılar, internet'in etkileşim özelliğinin, bağlantılı metnin (hypertext) benzersizliğinin, internetin 18. yüzyılın kamusal alan modeline uygun bir ‘kamusal alan’ yarattığını belirtmektedirler. Öyle ki, bu bağlamda, internet demokratikleşmenin yeni gücü olarak bile adlandırılmaktadır (Aydoğan, 2010, s. 192). Kamusal alan tartışmasında yeni medyaya olumlu yaklaşımlar genellikle onun alt-yapısal özellikleri ile ilgilidir (Turgut ve Arslantürk, 2014, s. 151). Yeni iletişim teknolojilerine dair yapılan ilk vurgu mekânı yeniden sorgulatmasıdır. İnternet teknolojisiyle birlikte zaman ve mekân aşılma-ya başlanmış ve dünyanın farklı yerlerinden bireylerin bir araya gelme ve etkileşimde bulunma olanağı artmıştır. Dolayısıyla kamusal alanın tanımının teknolojiyi de içine alacak şekilde genişletilmesi gerekliliği görülmüştür (Timisi, 2003, ss. 140-141). Ancak burada kastedilen kamusal alan, kamusal alan özelliğini nitelermemektedir. Kamusal alan bu vurguda, ortak bir mekâna erişimdeki açıklıkla ilgilidir (Timisi, 2003, s. 147). Yeni medya ve kamusal alana ilişkin olumlu görüşlerin genel varsayımları çok çeşitlidir. Bu varsayımları; yeni medyalar sayesinde kamusal alanın artık mekânsal yerellikten özgürleşmesi ve yeni iletişim teknolojilerinin kamusal katılımı birey ve gruplar için yeni olanaklar sunması (Timisi, 2003, s. 16), yeni medya ile eski pasif izleyicinin yerini katılımcı kültürün alması ve bir ‘kolektif zekâ’ olanağının doğması (Jenkins, 2016, s. 86), eşitler arası iletişime yakın bir paylaşım ağı oluşturması ve sansür baskılarına karşı görece daha esnek ve

dayanıklı bir yapıya sahip olması (Güven ve Satır, 2018, s. 164), çoğulcu demokrasiyi gözetmesi (Turgut ve Arslantürk, 2014, s. 141), Castells'in *İletişim Gücü* eserinde de-ğindiği şekilde toplumsal hareketlerde haberleşme ve hareketin yayılmasını destekleme potansiyeli olarak sıralamak mümkündür. Yeni medya ile kamusal alanın imkânı arasında olumsuz ilişki kuran yaklaşımların savları incelendiğinde ise ticarileşme ve internete ulaşımdaki eşitsizlik (Herman ve Chomsky, 2012, ss. 19-20), ses duyurabilmenin demokra-tikleşme ile doğrudan bağlantılı olmaması (Trenz, 2009, s. 41), internetteki kimliklerin belirsizliği (Timisi, 2003, ss. 150, 173), özellikle sosyal medya platformları ile bireysel yaşamların ön plana çıkması ve gözetimin yaygınlaşması (Arik, 2018, ss. 129-139) dijital izlerin takibi, kullanıcıların hem ticari olarak sınıflandırılması hem de bu dijital izlerin toplumsal hayatta bireylerin önüne engeller çıkarma olasılığı (Arik, 2018, ss. 159-160), bilgi ve iktidar arasındaki sıkı bağ (Aydoğan, 2009, s. 191), cliktivizm (Turgut ve Arslantürk, 2014, s. 151) gibi konuların öne çıktığı görülmektedir. Bununla birlikte dijital bölünme, nefret söylemi, karşıt görüşlere tahammülsüzlük, özel hayata müdahale ve hakaretin yaygınlaşması, yanlış bilginin hızlı yayılımı, internet üzerindeki denetim ve sansür gibi noktaların da ideal bir kamusal alan hayalini zedeleyen diğer unsurlar olduğu söylenebilir.

Bauman'ın ise yeni medyaya ilişkin düşüncelerinin daha çok olumsuz değerlendirmelere yakın olduğunu söylemek mümkündür. Yeni medyanın umut vadeden yapısal özellikleriyle ilgili olarak Bauman (1998, s. 53), yeni medyanın geniş çapta övülen etki-leşimlilik özelliğini büyük bir abartı olarak değerlendirmektedir. Yeni medya 'etkileşimli tek yönlü bir araç'tır. Genel olarak inanıldığı gibi aksine internet ve web hiç kimse için de-ğildir ve hiçbir zaman da evrensel kullanıma açık hâle gelme ihtimali yoktur. Erişim elde edenler bile tedarikçiler tarafından belirlenmiş olan çerçevede seçim yapma özgürlüğüne sahiptir ve bu durum da sunulan sayısız paket arasından seçim yapmak için zaman ve para harcamaya teşvik eder. Bauman'ın yaptığı bu eleştiri yeni medya ortamlarının kul-lanıcıların yaratıcılığına imkân veren ortamlar olmakla birlikte, aynı zamanda pazarlanan ortamlar olduğunu vurgulamaktadır. Özellikle günümüzün sosyal medyası kullanıcılarını gittikçe birbirine benzer şekilde davranmaya itiyor görünmektedir. Kullanıcılar hazır ka-lıplar, trendler, akımlar çerçevesinde bu ortamlarda varlıklarını sürdürmektedirler. Kişi-selleştirme ya da farklı amaçlarla internetin kullanımı söz konusu olsa da tedarik sağla-yıcılar her zaman yeni medya ortamlarının nasıl kullanılacağını belirlemede bir adım önde görünmektedir. Kullanıcıların birbirleriyle etkileşimi yaygın oranda gelip geçici, sosyal medya platformlarının ana sayfalarında akan fotoğraf ve videolardan ibarettir. Bauman'ın eleştirisindeki ikinci nokta da, internet ve webin artan ticarileşmesi ile evrensel olarak herkesin bu imkânlarla erişememesidir. Dijital bölünme günümüzün önemli sorunlarından bir tanesidir ve ticarileşme devam ettikçe aynı toplumun farklı olanaklara sahip bireyleri ya da dünya üzerinde dezavantajlı coğrafyalar için bu durum bir sorun olmaya devam edecektir.

Bauman ve Lyon (2020, ss. 51-53), *Akışkan Gözetim* isimli kitapta insanların hayatlarının çevrim içi ve çevrimdışı olarak ikiye bölündüğünü, geri dönüşü olmayan bir biçimde insan hayatının iki merkezli hâle geldiğini belirtmektedir. Sosyal medya, kul-lanıcılarını hem yakınlaştırmakta hem de uzaklaştırmaktadır. Uzak bireyleri yakınlaştıran yakın bireyleri birbirinden uzaklaştırmaktadır. Genel itibarıyla sosyal medyada kazanılan şey bir 'cemaat' değil 'ağ'dır. Cemaatler daha kalıcı ilişkiler sunarken ağlar daha geçici

ilişkiler oluşturur (Bauman ve Lyon, 2020, ss. 52-53). Sosyal medya platformları her gün artan şekilde 'etkileşim'e teşvik etmektedir. Ancak bu etkileşimin niteliği, kalitesi ve ma-hiyeti sorgulanabilir durumdadır. Özellikle artan sosyal medya algoritmalarıyla kullanıcı-ların trend olan aynı içerikleri görmesi, aynı kişileri takip etmesi teşvik edilmektedir. Bu hem çeşitliliğe hem de bu ortamların bireysel kullanımına, özelleştirilmesine engel olan bir durumdur. Kullanıcıların sosyal medya platformlarındaki 'arkadaş' sayılarının artması yüzeysel ilişkilerle dolu bir iletişim ortamının artmasına neden olmaktadır. Niceliksel olarak artış sağlanan etkileşimin Bauman'ın vurguladığı üzere niteliği sorgulanmalıdır.

Bunların yanında kuşkusuz önemli bir nokta mahremiyetin geldiği durumdur. Bauman ve Lyon (2020, s. 35) internet yüzünden anonimliğin ölümünden bahsederken mahremiyet hakkının insanların kendilerinin rızası ile deforme olduğunu vurgulamak-tadır. "Mahremiyet kamusal alanı istila etti, fethetti ve sömürgeleştirdi; ama maalesef gizlilik hakkını, yani en belirleyici özelliği ve en el üstünde tutulan ve en hararetle sa-vunulan ayrıcalığını kaybetmek pahasına" (Bauman ve Lyon, 2020, s. 41). Mahremiyet, bireylerin sunulan internet ortamında harikalar karşısında rıza göstererek kaybettikleri bir şeydir. İnternet kullanıcılarının mahremiyetlerinden vazgeçmeleri bilinçli ya da bilinçsiz rıza verdikleri bir durum olsa da, kullanıcılar bütün izlerini kendi iradeleri ile bırakmaz-lar. (Dijital) İzlerle mahrem olan her şey kamuya açık hâle gelmektedir ve internetteki herhangi bir şeyi unutturmak mümkün olmadığından bunların sonsuza kadar yaşaması mümkündür. Anonimlikteki bu aşınma sosyal medya, ucuz telefon kameraları, internet siteleri ve çok daha önemlisi insanların neyin kamusal neyin mahrem olduğuna yönelik anlayışının değişmesi nedeniyle (Bauman ve Lyon, 2020, s. 36). İnsanların bıraktıkları izler sayesinde servis sağlayıcılar insanları kendinden bile daha iyi tanımakta ve bunlar dostça yardım olarak bile görülebilmektedir (Bauman ve Lyon, 2020, s. 140). Bauman ve Lyon (2020, s. 42) ayrıca mahremiyetin ifşa ya da ihlal edilmesinin bireyler için çok da ürkütücü olmadığından bahsederek önemli bir noktaya değinmektedir. Hatta çıkış ka-nallarının kapanması daha ürkütücüdür. Günümüzde izlenme ve görülmeye cezbedici bir biçime erişmiştir. Görünürlükteki artış 'açık olma' ve 'saygın olma' gibi anlamlı bir hayat sürme amacıyla uyumlu gözükmektedir. İnsanlar yaşamlarının ayrıntılarını herkesin ula-şabileceği bir mecrada kayıt altına aldığına bu kovulma/dışlanma tehdidini uzak tutmak için kullanılacak bir dal görevi üstlenmiştir (Bauman ve Lyon, 2020, s. 37). İnternet, görünmez olanı görünür kılmış, insanların kendilerini görünmezlikten veya unutulmak-tan kurtaracak bir dal görevi üstlenmiştir (Bauman ve Lyon, 2020, s. 145). Bu yorum özellikle günümüzün sosyal medyası için oldukça önemlidir.

Şimdiye kadar bahsedildiği hâliyle yeni medyanın beraberinde ciddi bir gözetimi de getirdiğini çıkarsamak çok da zor değildir. Bugün sinoptikon, süper panoptikon, omniptikon gibi kavramlarla açıklanmaya çalışılan bu durum özellikle sosyal medya platformlarının gelişmesi, Google gibi teknolojinin gittiği yönü belirleyen teknoloji şir-ketlerinin etkinliğiyle artmaktadır. Kullanıcılar sadece idari yapılar, şirketler tarafından gözetlenmemekte aynı zamanda mahremiyetin gönüllü ihlalinde de vurgulandığı üzere gözetlenmekte ve gözetlenmektedirler. Gözetleme kullanıcıların aynı zamanda yönetici-ler, siyasiler, şirketler gibi yapıları alttan gözetlemesine imkân verse de, büyük resimde en çok gözetlenenin kullanıcıların hareketleri, geçmişleri, gündelik hayatları olduğunu söylemek mümkündür. Bugün bu gözetleme çoğu internet kullanıcısının farkında oldu-ğundan çok daha derindir. Özellikle yapay zekâ algoritmaları ve büyük veri ile birlik-

te gözetim ciddi boyutlara ulaşmıştır. Bauman ve Lyon'a göre (2020, s. 50) sosyal medyadaki günlük takipten, satışa ve idari katmanlara kadar gözetim biçimleri görünürdür. Gözetim, akışkan modernitenin temel boyutlarından birisidir. İnternet ve sosyal medya içinde var olma ile bağlantılı olarak gözetim biçimleri de yaygınlaşmaktadır. Elektronik teknolojiler iktidar açısından duvarları ve pencereleri (sanal güvenlik duvarları ve pencereler dışında) gereksiz kılmaktadır (Bauman ve Lyon, 2020, ss. 11-15). Pek çok aktivist sosyal medyadaki mesajların toplumsal anlamda beraberlik ve örgütlenme açısından potansiyel oluşturduğunu düşünse de sosyal medya direniş açısından bazı noktalarda yararlı görülebilir. Yine de, giderek akıcılaşan bir dünyada kalıcı ilişki koşullarının olmaması ve sosyal medyanın içerisindeki gözetim gücünün yerleşik ve etkili olması nedeniyle aynı zamanda bir kısıttan da bahsedilebilir (Bauman ve Lyon, 2020, s. 18). Bauman'ın değindiği üzere gözetimin gittikçe güçlenmesi alternatif medyanın önündeki en büyük engellerdendir. Sansür ve kullanıcıların korkudan uyguladığı oto-sansür kamusal alan tartışmasında önemli bir yerde olmalıdır.

Tartışılması gereken bir diğer nokta manipülasyondur. Elektronik medya, kesin bir sürekli ve kararlı takibi garanti etmese de insan seçimlerini kolaylaştırma, bunların olasılıklarını manipüle etme yeteneğine sahiptir (Bauman, 2017, s. 86). "Elektronik aletlerle teşvik edilmekte olan bireyler mutluluk arayışında içine kapanma eğilimine sahiptir" (Bauman ve Lyon, 2020, s. 141). "Sosyal medyanın sunduğu ama bizim de bilgisayar faresinin her tıklanmasıyla seçimlerimizi ve tercihlerimizi içine üfleyerek şişirdiğimiz filtre baloncukları, eşzamanlı ve paradoksal olarak bir tür dışadönüklük ve kamusalılık arzusu barındıran bu akışkan modern, tüketimci 'içe kapanık'ı yeniden üretiyor yalnızca" (Bauman ve Lyon, 2020, s. 141). İnternet üzerinden kullanıcı verileri elde edilir ve insanlar 'filtre baloncuğu'nun içinde mutlu bir biçimde yaşamaya terk edilirler (Bauman ve Lyon, 2020, s. 137). Bu durum yukarıda da belirtildiği üzere etkileşimin niteliğini sorgulamaktadır. Kullanıcıları kendi düşüncelerine ve zevklerine yakın içeriklerle etkileşime sokmaya çalışan algoritmalarla çeşitlilikten ve farklılıktan uzaklaştırmak söz konusudur. Ayrıca, bir eğlence ortamı olarak görülen sosyal medya ortamlarında kullanıcılar kendi düşüncelerine uygun diğer kullanıcıları takip etmeyi yeğleyebilmektedirler. Bu da çoğunlukla ticarileşmenin artmasıyla tüketime yönelen, içine kapanık profilleri artırmaktadır. Elbette özellikle sosyal medya ortamlarında farklı görüşlerden ya da yaşam biçimlerinden kullanıcılarla etkileşim söz konusudur. Ancak, çoğunlukla bu ortamlar Bauman'ın da bahsettiği uzaklık avantajıyla ya da anonim profillerle nefret söyleminin yaygınlaşmasına neden olabilmektedir. Bu noktada toplumsal parçalanma ve sosyal medya birbirinin sonucu olarak karşılıklı bir biçimde ele alınmaktadır (Bauman ve Lyon, 2020, s. 17). İnternet yalnızca ödül ve fayda vaat etmemekte, beklentileri karşılamayanları da kesip ayırma potansiyeli içermektedir (Bauman ve Lyon, 2020, s. 138). Bizim gibi düşünenlerle daha fazla bizim gibi düşünmeyenlerle ise daha az zaman geçirmek istiyoruz. İnternet bize aynı her ne ise bunun daha fazlasını vermek ve daha da önemlisi farklı olan ne ise bundan uzaklaştırmak için tasarlanmıştır (Bauman, 2017, s. 150). İnternetin büyümesi dünyalarımızı küçültmeyi değil genişletmeyi vaat etti. Ancak, bu vaat gerçekleşmedi ve aksine aynı düşüncelere sahip olduğumuz insanlarla birlikte olduğumuz adacıklara çekilmemiz yönünde bir sonuç ortaya çıktı. Kendimizi içinde idare ettiğimiz dışa kapalı mini evreni (interneti) rahatlık bölgesi, yankı odası veya aynalı salon ifadeleriyle tanımlamak mümkündür. Burada duyulan tek şey kendi çıkardığımız sesin yankılarıdır. Gördüğümüz tek şey ise kendi suretimizin yansımasıdır (Bauman, 2017, s. 150).

Anlaşıldığı üzere kamusal alan için yeni medya teoride ideal bir zemin sağlarken, uygulama aşamasında söz konusu idealize edilmiş biçimin ne oranda gerçekleşebildiği bir soru işaretidir. Bauman'ın düşünceleri takip edildiğinde teknolojik ilerleme ve internetle birlikte katılım imkânlarının artmasına rağmen asıl önemli olan nokta bu imkânların kimler tarafından nasıl kullanıldığıdır. Yeni medya bir kamusal alan imkânına elbette sahiptir. Ancak Bauman açısından değerlendirilecek olursa önemli olanın imkândan çok mevcut durum olduğu görülmektedir. Yeni medya vadettiklerini yapabilmemiş midir? Elbette bu soruya verilebilecek olumlu örnekler vardır. Konuya sadece olumsuz bir açıdan bakarak olanak ve potansiyelleri gözden kaçırmak hata olacaktır. Ancak özellikle sosyal medyanın ve kentlerin günümüzde geldiği nokta göz önüne alındığında, bugün bir kamusal alan imkânından çok kamusal alan deformasyonunu görmek daha mümkündür.

SONUÇ

Zygmunt Bauman'ın dile getirdiği özel ve kamusal alana ilişkin görüşleriyle yeni medyaya atfedilenler üzerine bir değerlendirme yapıldığında, sorunun yeni medyanın yarattığı olanaklardan ziyade nasıl kullanıldığı ile ilişkili olduğu görülmektedir. Bauman'ın insanlık durumu olarak adlandırdığı bireyin içinde bulunduğu ve çözülmesi zor görünen çıkmazlar olumlu bir değerlendirme yapmayı zorlaştırmaktadır. Bauman'ın çalışmalarında görüldüğü üzere defacto birey ölmüştür. Bireyler kamusal meselelere katılımı ilgili hem bir inançsızlığa hem de bir umursamazlığa sahiptir. Bu durum da agoranın yeniden canlandırılması için nedenlerin azalmasını sağlamaktadır.

Öncelikli olarak Bauman'ın da belirttiği üzere özel yaşamların kamusal meseleleri işgal ettiği bir çağa geçilmiştir. Bireylerin teknolojiyi kullanma amaçları, bazen tepkisel düzeyde kamusal meselelerle ilgili olsa da bu tepki Bauman'ın da bahsettiği gibi 'ortak amaç' etrafında toplanmak amacıyla yüzeysel olarak karşılamaktadır. Akışkan modernitede bireyselleşme kamusal alanın karşısına konumlanmakta ve bireysel amaçlar daha önemli görülmektedir. Söz konusu durumda yurttaşlığın yitirildiği söylenebilmektedir. Bauman'a göre toplumu oluşturan her bir birey için kişisel sıkıntılar ve dertler önemli hâle geldikçe ortak amaç için gerekli olan çıkış noktası gerilemektedir. Bunun sonucu özel alan kamusal alanı işgal etmekte ve kamu özeline sömürgeci hâline gelmektedir. Böyle bir ortamda kamu yararı kamuya mal olmuş insanların hayatlarına duyulan meraka indirgenmekte, özel hayatlar herkesin gözü önünde yaşanır bir konuma gelmekte ve 'ortak meseleler' anlaşılabilir ve kavranamaz olmaktadır. Bireyselleşmenin övüldüğü, tüketimin yüceltildiği (ve gün geçtikçe artan şekilde yeni medya aracılığıyla tüketimin teşvik edildiği) günümüzde yurttaşlık bilincinin yitirildiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Bauman üzerinden bir değerlendirme ile bir kamusal alanın varlığının yurttaşlık bilincine zorunlu bağlılığını ortaya serdiğini de söylemek mümkündür.

Kitle iletişim araçları özel ve kamusal alan arasındaki ayrımı bulanıklaştırmıştır. Kitle iletişim araçlarından önce özel olan 'bahsedilmeyen olarak' tanımlanırken özellikle televizyon ile yeni bir dil ortaya çıkmış ve bu değişmiştir. Televizyon içerikleri (talk showlar gibi) bireysel sorunların çözümlerinin de bireysel olduğu vurgusuyla birey üzerinde etki sağlamıştır. Bauman'a göre günümüzde özel alan kamusal alanı işgal etmiş ve kamusal alan kişisel dramaların sahnelendiği, sergilendiği ve toplu olarak izlendiği bir sahne olarak yeniden tanımlanmıştır. Bununla paralel olarak, yeni medyanın geldiği son

nokta ve günümüzün sosyal medyası, yeni sahneler olarak karşımıza çıkmaktadır. Eleştirilik belki de hiç olmadığı kadar fazladır. Ancak sosyal medya üzerinden yapılan eleştiriler, 'tt' yapılan hashtagler, toplumsal meselelerle ilgili isyanlar ve dayanışma somut sonuçlar doğurmaktan ziyade bir duygu boşalımı işlevi görmektedir. Hem eleştirilik hem de tartışılan konular sanal ortamlarda çoğunlukla sanal tepkiler olarak kalmaktadır. Bunun yanında kent mekânı olarak da bir kamusal alanın mümkün olmadığı görülmektedir. Bauman'ın belirttiği gibi tüketim mekânlarıyla, davetkâr olmayan meydanlar kentlerin çehresini oluşturmaktadır.

Kamusal alan tarihsel olarak özgürlük mücadelesinin gerçekleştirildiği bir alan olmaktan kişisel tatminin peşinde koşulan bir alan olmaya yönelik evrim geçirmiştir. Dolayısıyla yeni medya ve kamusal alan tartışmasında önemli bir diğer nokta da kuşkusuz ekonomi-politiktir. İnternet ve sosyal medya kapitalizmin daha da güçlenmesine imkân veren teknolojilerdir. Bu platformların ticarileşmesi (sosyal medya üzerinden alışveriş, reklamlar gibi) her geçen gün artmaktadır. Dolayısıyla bu mecralarda özgür olarak düşüncelerin ifade edilebilmesi, dayanışma ortamının sağlanması gibi olumlu noktalar dahi bu ticarileşmenin karşısında çok da anlam ifade edememektedir. Öte yandan düşüncelerin ifade edilmesi açısından özgürlüğün her geçen gün artan sansür ve gözetlenme korkusu ile zedelenildiğini de söylemek yanlış olmayacaktır. Ayrıca oto sansürün gün geçtikçe arttığı bir ortamda etkileşime dayalı, önemli meselelerin konuşulduğu bir kamusal alan hayal etmek de zorlaşmaktadır.

Görülmektedir ki; bireyler kendilerine belli konularla ilgili aynı görüşte oldukları ya da benzer yaşam tarzlarını benimsedikleri insanlarla çevrili sanal cemaatler yaratmaktadırlar. Bu cemaat hissi yanıtıcı ve kitle iletişim araçlarıyla pasifleşen bireylerden belki daha da tehlikeli bir sonuç doğurmaktadır. Bu da aktif olduğu yanılgısına düşmüş bireydir. Sanal aktiflik birey ile yurttaş arasında gittikçe açılan 'uçurumu' daha da derinleştirmektedir. Politikacıların dahi sosyal medya üzerinden vatandaşlarla iletişime geçtiği bir dünyada bütün etkileşim sanal düzeyde yaşanmakta, her geçen gün esnek kapitalizmle daha çok tüketim-kazanım-tüketim döngüsüne düşmüş birey için bu platformlar öfkeyi, sevinci, nefreti ve benzer duyguları boşalttığı birer ortam olmaktan öteye gidememektedir. Dolayısıyla yeni medya yapısal özellikleriyle bir kamusal alan vaadi sunuyor olsa bile yurttaş bilincinden yoksun kullanıcılar ve ticarileşme ile ideal bir kamusal alan olma imkânını yitirmektedir. Bu bağlamda söylenebilir ki; sosyal medya bireylerin diyalog kurma ve ufukları açma amaçlarından ziyade kendi seslerine benzer sesleri duyma, kendi yüzlerine benzer yüzleri görme amacıyla oluşturdukları bir konfor alanı olmaktan öteye gidememektedir. Bu anlamda sosyal medya çok kullanışlı ve keyifli bir tuzaktır (De Qu-erol, 2016).

Bununla birlikte, kamusal alanın gerilemeye, kamusal ruhun zedelenmeye başladığı bir dönemde yeni medya teknolojisinin ortaya çıkması da önemli bir gelişme olarak değerlendirilmektedir. Önemli bir tarihsel süreçte halkı merkezine alan ve özel mülkiyete karşı kamu çıkarlarını savunarak demokrasiyi gözeten geleneksel medyanın çözülme-ye başlamasının ardından yeni medya teknolojisi kamusal alan açısından yeni bir umut kaynağı olmuştur. Katı moderniteden akışkan moderniteye geçerken mekân çözülmeye uğramış ve zaman rutinliğinin dışına çıkmaya başlamıştır. Eylemler artık mekânla olan bağını koparmış ve mekânın önemi ortadan kalkmıştır. Yeni medya da böyle bir ortamda

zamanın koşulları çerçevesinde yeni olasılıklara gebe bir yapı sunmuştur. Yeni medya ortaya çıkana kadar pasif olarak konumlandırılan izleyici yeni medya ile en azından bir ön kabul olarak aktif bir konuma yerleştirilmiştir. Ancak bu aktifliğin de sorgulanması gerekmektedir. Yeni medyanın sunduğu anıdalık ile insanlar gerçekten kolektif sorunlarla ilgilenmeye daha mı fazla yönelmiştir? Bu soruya olumlu bir cevap verme girişimleri belirsizliğini korurken günümüzde bireylerin etkileşim oranlarının artmasına paralel olarak kamusal alana "ortak amaçlar" etrafında katılım isteği de aynı oranda azalmıştır. Bauman'ın görüşlerinden yola çıkarak söylenebilir ki; bir arada olmak her zaman iletişim anlamına gelmemektedir, dijital ortamlardaki birlikteliği bu açıdan değerlendirmek gereklidir. Belki de günümüz açısından en önemli sorunlardan bir tanesi budur. Günümüzde clicktivizm, slaktvizm gibi kavramlarla eleştirilen kullanıcıların toplumsal olaylara verdikleri tepkiler de sosyal medyanın yükselmesiyle kurulan iletişim de artan şekilde anlık ve gelip geçicidir.

Medyanın kapitalist siyasi yapı tarafından yutulmasıyla medyanın sahip olduğu ruh zedelenmiş, bu durumdan kimi görüşlere göre yeni medya da payına düşeni almıştır. Kitlesele medya, insanların sahip olduğu bilgiyi sonsuza dek artırırken bir yandan da bilginin politik eyleme dönüşmesini de engellemeye başlamıştır. Mekânların da parçalı hâle gelmesiyle birliktelik ruhunun zedelenildiği ve bireylerin kamusal anlamda yaptırım gücünün zayıfladığını söylemek mümkündür. Bu anlamda teknolojik gelişmelerden bağımsız olarak Bauman ve Sennett gibi düşünürlerin görüşleri incelendiğinde, kamusal alan açısından asıl problemin 'bireyin durumu' olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bir kamusal alanın yeniden inşası sorununun sadece yeni medyanın olanakları üzerine bir tartışma ile sınırlanmayacağına farkında olmak gereklidir.

KAYNAKÇA

- Arık, E. (2018). *Dijital Mahremiyet*. İstanbul: Literatürk Academia.
- Atabek, N. (2002). Kamuoyu, Medya ve Demokrasi. *Kurgu Dergisi*, (19), ss. 223-238.
- Aydoğan, F. (2009). Eleştirel Perspektiften Yeni Medya. *Marmara İletişim Dergisi*, (15), ss. 185-194.
- Aydoğan, F. (2010). İkinci Medya Çağı'nda Gözetim ile Kamusal Alan Paradoksunda İnternet', F. Aydoğan ve A. Akyüz (Ed.), İkinci Medya Çağında İnternet içinde ss. 185-196. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Bauman, Z. (1998). *Globalization*. Polity Press.
- Bauman, Z. (2015). *Özgürlük*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2017). *Retrotopya*. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Bauman, Z. (2018). *Kuşatılmış Toplum*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2019). *Akışkan Modernite*. İstanbul: Can Yayınları.
- Bauman, Z. ve Lyon D. (2020). *Akışkan Gözetim*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Castells, M. (2016). İletişimin Gücü. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Çalışkan, O. (2014). Kamusal Alan Bağlamında Ağ Toplumu ve Yeni Kamusal Alan Arayışı. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1(1), ss. 41-62.
- De Querol, R. (2016). *Zygmunt Bauman: Social Media are a Trap*. Erişim: 17.12.2021, https://english.elpais.com/elpais/2016/01/19/inenglish/1453208692_424660.html
- Dilmen, N. (2007). Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları. *Marmara İletişim Dergisi*, 12(12), ss. 113-122.
- Dutton, W. H. (2009). The Fifth Estate Emerging Through the Network of Networks. *Prometheus*, 27(1), ss. 1-15.
- Erdoğan, İ (1999). Dördüncü Gücün İlettiği: Amerikan Örneği. K. Alemdar (Ed.), *Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar* içinde (ss. 33-43). AFA Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2013). Dördüncü Güç Medyadan Beşinci Güç İnternete: Demokratik Bir Dönüşüm Mü Yaşanıyor?. *Selçuk İletişim*, 8(1), ss. 176-191.
- Fuchs, C. (2016). *Sosyal Medya Eleştirel Bir Giriş*. Nota Bene Yayınları.
- Güven, Z. C. ve Satır, M. E. (2018). Yeni Bir Kamusal Alan Arayışı Olarak Change. *Org. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (46), ss. 257-274.
- Habermas, J. (2004). Kamusal Alan. Meral Özbek (Ed.), *Kamusal Alan* içinde ss. 95-102. Hil Yayınları.
- Habermas J. (2015). *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü*. İstanbul: İletişim Yayınları.

- Herman, E. S. ve Chomsky, N. (2012). *Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politikası*. İstanbul: Bgst Yayınları.
- Jenkins, H. (2016). *Cesur Yeni Medya*. İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Kejanlıoğlu, D. B. (2004). Medya Çalışmalarında Kamusal Alan Kavramı. Meral Özbek (Ed.), *Kamusal Alan* içinde ss. 837-860. Hil Yayınları.
- Köker, E. (2007). *Politikanın İletişimi: İletişimin Politikası*. İstanbul: İmge Kitabevi
- Sennett, R. (2008). *Ten ve Taş: Batı Uygarlığında Beden ve Şehir*. Metis Yayınları.
- Sennett, R. (2010). *Kamusal İnsanın Çöküşü*. Ayrıntı Yayınları.
- Slattery, M. (2010). *Sosyolojide Temel Fikirler*. Sentez Yayıncılık.
- Smith, P. (2007). *Kültürel Kuram*. Babil Yayınları.
- Tekvar, S. O. (2017). Habermas ve Bourdieu'nün Temel Kavramları Üzerinden Halkla İlişkileri Yeniden Düşünmek. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(1), ss. 82-94.
- Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Dost Kitabevi.
- Trenz, H. J. (2009). Digital Media and the Return of the Representative Public Sphere. *Javnost-The Public*, 16(1), ss. 33-46.
- Turan, E. A. (2013). *Yeni Medya Ortamlarında Üre-Tüketim ve Katılım Olgusu: Ekşi Sözlük ve Okan Bayülgen'in Talk Show'unda Etkileşim*. (Yüksek Lisans Tezi), Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Turgut, H. ve Arslantürk, G. (2014). İsonomia'yı Yeniden Düşünmek: Ekşi Sözlüğün Kamusal Alan Olma Potansiyeli. *Atatürk İletişim Dergisi*, (6), ss. 139-164.
- Wikipedia1 (t.y). *Parvis de la Défense*. Erişim: 29.12.2021, https://en.wikipedia.org/wiki/Parvis_de_la_D%C3%A9fense
- Wikipedia2 (t.y). *Alışveriş merkezi*. Erişim: 29.12.2021, https://tr.wikipedia.org/wiki/Al%C4%B1%C5%9Fveri%C5%9F_merkezi
- Williams, F., Rice, R. E. ve Rogers, E. M. (1988). *Research Methods and the New Media*. The Free Press.
- Yolcu, Ö. (2016). *Sosyal Medya ve Sinema: Türk Filmlerinin Sosyal Medya Kullanımı*. İstanbul, http://www.ozguyolcu.com/wp-content/uploads/2016/04/sosyal_medya_ve_sinema.pdf

ULUSLARASI MEDYA KURULUŞLARINDA AFGAN SİĞİNMACI HABERLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

A REVIEW ON AFGHAN ASYLUM SEEKER NEWS IN INTERNATIONAL MEDIA ORGANIZATIONS

İlknur ŞİT

Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

Gazetecilik Anabilim Dalı Doktora Öğrencisi

ilknur_sit@hotmail.com

ORCID: 0000-0002-3541-687X

ÖZET

Taliban'ın 15 Ağustos 2021 tarihi itibarıyla Afganistan'daki ani hâkimiyeti sonrasında Kabil Havalimanı'nda uçaklara hücum eden Afganların görüntüleriyle beraber yıllar sonra Afgan göçü yeniden dünya medyasında geniş olarak yer almaya başlamıştır. Mülteci sorunu ya da krizi bağlamında alan araştırmalarına bakıldığında mevcut çalışmaların büyük bir kısmının Suriyeli mülteciler ve sığınmacılar ekseninde yapıldığı görülmektedir. Özellikle Suriyeli mültecilerin medyanın, siyasal alanın ve akademik ilginin konusu olmasıyla diğer mülteci ve sığınmacı grupları görünmezlik alanına itilmiş gibi durmaktadır. Oysa Suriyeli mültecilerden sonra dünyada sığınma başvurusunda bulunan ikinci en kalabalık göçmen grubunu Afganlar oluşturmaktadır. Bu kapsamda bu çalışmanın amacı, Teun A. Van Dijk'in eleştirel söylem analizi yöntemi çerçevesinde genelde medyada ve politik söylemlerde Suriyeli paydasında homojenleştirilen Afgan sığınmacılara ilişkin haberlerin; Türkiye'de de yayın yapan uluslararası medya kuruluşlarında nasıl kurgulandığı, haber yapılış biçimleri, taşınmış oldukları söylemler/ mesajlar ve kamuoyu oluşturmadaki rolü incelenmiştir. Bu amaçla, 15 Ağustos 2021 itibarıyla dünya medyasında geniş olarak yer almaya başlayan Afganlara ilişkin 15 Ağustos -15 Eylül 2021 tarihleri arasında tespit edilen 84 haberde Suriyeli mültecilerin ve Afgan sığınmacıların farklılaşmakta ya da benzeşmekte olduğu noktalar üzerinde durulmuştur. Çalışmanın sonucunda çıkan bulgular ele alınarak genel bir değerlendirme yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Afgan Sığınmacı, Afgan Mülteciler, Medyada Temsil.

ABSTRACT

After the sudden domination of the Taliban in Afghanistan as of August 15, 2021, the Afghan migration began to be widely covered in the world media after years, with the images of Afghans attacking the planes at the Kabul airport. Considering the field studies in the context of the refugee problem or crisis, it is seen that most of the studies are carried out on the axis of Syrian refugees and asylum seekers. Especially with Syrian refugees being the subject of media, political and academic attention, other refugee and asylum seeker groups seem to be pushed into the field of invisibility. However, after Syrian refugees, Afghans constitute the second largest group of immigrants who have applied for asylum in the world. In this study, within the framework of Teun A. Van Dijk's critical discourse analysis method, how the news about Afghan refugees, who are homogenized on the Syrian denominator in the media and political discourses, is fictionalized in international media broadcasting also in Turkey, the way they are made, the discourses/messages they convey and their role in creating the public opinion were examined. For this purpose, the points where Syrian refugees and Afghan asylum seekers differ or resemble were emphasized in 84 news reports about Afghans, which started to be widely covered in the world media as of August 15, 2021, between August 15 and September 15, 2021. As a result of the study, a general evaluation was made by considering the findings.

Keywords: Afghan Asylum Seeker, Afghan Refugees, Representation in the Media.

GİRİŞ

Esasen mülteci ve sığınmacılara dair yaşanan gelişmelerin hiçbiri yeni olaylar değildir. Kitlesel göçlerin, göçmenler, mülteci ve sığınmacıların özellikle medya haber içeriklerinin büyük bir kısmını doldurduğu ve haber kaynağı olduğu bilinmektedir. Bununla birlikte göç alan (mesken) ülkelerde mülteci ve sığınmacılara yönelik ayrımcılık, ötekileştirme ve nefret söylemlerinin de uzun vadede kamuoyu ile sığınmacılar/mülteciler arasında çatışmaların doğmasına neden olabildiği sıklıkla gündeme gelmektedir. Medya ise pek çok bilinmezlik ve şehir efsaneleri ile sarılmış olan mülteciler konusunda bu tür söylemlerin topluma kolayca nüfuz etmesinin temel mecrası konumundadır. Dolayısıyla medyanın bu konu hakkındaki ön yargıları biraz ülkelerin dış politikadaki stratejileri biraz da kamuoyundaki kaygılar çerçevesinde uzun bir süredir korunmakta ve kullanılmaktadır (Van Dijk, 1991, 1992a, 1992b; Wodak ve Reisigl, 2001; Doğanay ve Keneş, 2016, ss. 143-184) Bu çerçevede gerek Türkiye’de gerekse diğer ülkelerde bulunan mülteciler ve sığınmacılar konusunda son yıllarda yazılı ve görsel medyanın tavrı hem mevcut durumun anlaşılması hem de gelecek göç ve göçmen politikaların belirlenmesi bakımından önemli bir araştırma alanıdır.

Özellikle hâlihazırda yaşanan Orta Doğu göçleri tüm ülke medyalarının ilgisini çeken bir konudur. Mülteci sorunu ya da krizi bağlamında medya ve alan araştırmalarına bakıldığında birçok çalışmanın Suriyeli mülteciler ekseninde yapıldığı görülmektedir. Ancak ABD ile Taliban arasında 2020’de imzalanan barış anlaşması bugün ikinci bir Suriyeli mülteci krizi şeklinde konumlandırılan olası bir Afgan göçünün ve Afganistan’daki güncel durumun kaynaklarından birisi durumundadır. Afganistan’daki tüm uluslararası askerî birliklerin çekileceği yönündeki bu anlaşmayla beraber Taliban, Kabil’deki merkezi hükümet ile ülkede hâkimiyet kurmak için mücadele içine girmiştir. Taliban’ın birkaç ay içerisinde Afganistan’ın tümünde denetimi ancak sağlayacağı hesaplanırken 15 Ağustos 2021 itibarıyla Taliban tüm Afganistan’ı ele geçirdiğini açıklamıştır. Afganistan Devlet Başkanı Eşref Gani başta olmak üzere önemli siyasi figürlerin neredeyse tamamı yurt dışına kaçmıştır. Uluslararası askerî birliklerin Afganistan’dan çekilmesinin ardından Afganistan’da bir dönem kapanmış ve 20 yıllık savaş sona ermiştir (Council on Foreign Relations (CFR), 2021). Bu sürede, yüz binlerce Afgan, en az 2.455 ABD’li (Afganistan’daki çatışmalarda her iki taraftan toplam 46.000’den fazla sivil) öldürülmüştür (United Nations News (UN), 2021). İşte yaşanan bu gelişmeler ve Taliban’ın bu ani hâkimiyeti sonrasında Kabil havalimanında uçaklara hücum eden Afganların görüntüleriyle beraber yıllar sonra Afgan göçü yeniden dünya medyasında geniş olarak yer almaya başlamıştır. ABD’nin görünüşte tek taraflı olarak ülkeden çekilme kararı ve özellikle Türkiye’de, bölge ülkelerinde ve Avrupa’da Afganların bir anda medyada büyük önem kazanmasının aynı dönemlere denk gelmesi tesadüf müdür?

Hâlbuki Afgan göçü ne ABD için ne Avrupa için ne de Orta Doğu ülkeleri için yeni bir durum değildir. 1979’daki Sovyet işgalinden sonra 1990 yılına kadar komşu ülkelerdeki Afgan sığınmacıların sayısı 6 milyonu aşmıştır. Pakistan’a sığınan 4.163 kişi 1982 yılında Türkiye’ye yasal yollarla göç etmiş ve 40 yıldır Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olarak yaşamını sürdürmektedir. 1990’dan itibaren sığınmacıların birçoğunun ülkesine dönmesine rağmen, özellikle İran’da ve Pakistan’da kalmayı tercih eden mülteci sayısı da oldukça yüksektir. 11 Eylül 2001 olayları sonrasında ABD tarafından Taliban’a karşı

başlatılan “Sürekli Özgürlük Operasyonu (Operation Enduring Freedom)” askerî işgalle beraber, Afgan göçü yeniden canlanmıştır (Ankara Kriz ve Siyaset Araştırmaları Merkezi (ANKASAM), 2021). 2015-2016 yıllarından itibaren ise Afgan göçmenler Türkiye’ye ve Avrupa’ya düzenli olarak gelmektedirler. Bu çerçevede, özellikle Avrupa medyasının Afgan göçüne bu kadar ilgi göstermesi bazı sorulara işaret etmektedir.

Bu çalışmada Suriyeli paydasında homojenleştirilen Afganlara ilişkin haberlerin Türkiye’de de yayın yapan uluslararası medya kuruluşlarında nasıl kurgulandığı ve Suriyeli mültecilerin ve Afgan sığınmacıların farklılaşmakta ya da benzeşmekte olduğu noktalar incelenmiştir. Bu kapsamda ilk olarak kullanılacak yöntemsel çerçeve açıklanmış daha sonra ise “mülteci”, “göçmen” ve “sığınmacı” kavramlarının hukuki olarak farkları ile ilgili temel bilgiler verilmiştir. Üçüncü kısımda araştırmanın nicel bulgularına yer verilmiş ve seçilen örneklerdeki Afgan sığınmacı haberlerinin veri analizinde bulunulmuştur. Son olarak da sonuç ve genel değerlendirme yapılmıştır.

1. Yöntem

Bu çalışmanın amacı genelde medyada ve politik söylemlerde Suriyeli mülteciler paydasında homojenleştirilen Afgan sığınmacılara ilişkin haberlerin; nasıl kurgulandığı, Afganlara yönelik bakış açısı, medyada ön plana çıkarılan konular, taşımış oldukları söylem/mesajlar ve kamuoyu oluşturmadaki rolünü incelemektir. Ayrıca bu çalışmanın bir diğer temel amacı ise haberlerde özellikle de Suriyeli mülteciler ve Afgan sığınmacıların farklılaşmakta ya da benzeşmekte olduğu noktaları da incelemesi yönünden önem arz etmektedir.

Çalışmanın evreni olarak Türkiye’de yayın yapan uluslararası medya kuruluşlarının haberleri ele alınmış ancak, evrenin geniş olması ve tümünün analiz edilmesinin güçlüğü nedeniyle, dört medya kuruluşunun internet sitelerindeki haberleri araştırmanın örnekleme olarak seçilmiştir. Bu medya kuruluşları, farklı ülkelerin büyük sermaye gruplarına ait olan *BBC*, *Voice of America (VOA)*, *Deutsche Welle (DW)* ve *Euro-news* olarak belirlenmiştir. Bu uluslararası medya kuruluşlarına yer verilmesinin nedeni haber sitelerinde olay hakkında söz konusu tarihlerde çok yoğun bir haber akışı bulunması ve geniş kitleler tarafından takip edilmesi gerçeğinden yola çıkılarak örneklemin geniş tutulmak istenmesidir.

Çalışma, söz konusu medya kuruluşlarının 15 Ağustos 2021-15 Eylül 2021 tarihleri arasında yayımladıkları haberlerle sınırlandırılmıştır. Çalışma kapsamında belirlenen aralığın seçiminde, Taliban’ın Afganistan’da yönetimi ele geçirmesiyle birlikte yaşananların ve genelde Suriyeli paydasında medyada ve politik söylemlerde homojenleştirilen Afganların (son yıllardaki Suriye kaynaklı mülteci hareketleri hariç) 35-40 yıllık zaman zarfından sonra küresel olarak uluslararası medyada yer alabilecek boyutta haberlerin bulunmasına dikkat edilmiştir. Söz konusu haberler Teun A. Van Dijk’in birçok ülkede göçmenler, mülteciler ve yabancılara ilişkin haberlerin analizinde kullandığı *eleştirel söylem analizi* yöntemi esas alınarak incelenmiştir.

Afgan sığınmacılara yönelik söz konusu medya kuruluşlarındaki haberler, kendi internet siteleri üzerinden her bir kuruluş için “Afgan mülteciler (Afghan refugee)” ve “Afgan Sığınmacılar (Afghan asylum/asylum seeker)” anahtar kelimeleri kullanılarak taranmıştır.

Araştırmanın soruları kapsamında;

1. Suriyeli mültecilerin-Afgan sığınmacıların incelenen haberlerde görünürlüğü nasıl farklılaşmaktadır/benzeşmektedir?
2. Medya kuruluşlarının siyasi tutumları haber içeriklerinde kendini nasıl göstermektedir?
3. Afgan sığınmacılarla ilgili haberlerde ön plana çıkarılan konular nelerdir?
4. Afgan sığınmacılara yönelik bakış açısı ve negatif yönelim yaratan haberlerde söylemler nasıl inşa edilmektedir? olarak belirlenmiştir.

Çalışma, bir aylık bir incelemeyi kapsamı ve olayla ilgili çok sayıda haber bulunması da göz önüne alınarak, yöntemin ayrıntılı olarak uygulanması için haber akışında öne çıkan haber temalarına göre seçilmiştir. Bu doğrultuda haberlerin başlıkları, spotları (veya haber girişleri) ve haber fotoğrafları eleştirel söylem analizinin en ünlü isimlerinden Teun V. Dijk'ın haber söylemiyle ilgili temel kavramsallaştırmaları kullanılarak incelenmiştir.

2. Kavram ve Olgu Olarak Medyada Afganları Adlandır(ama)ma Sorunu: Göçmen mi, Sığınmacı mı, Mülteci mi?

Farklı dönemlerde yapılan çalışmaların özellikleri incelendiğinde medyada, öncelikle temel sorun “mülteci”, “göçmen” ve “sığınmacı” kavramlarının eş anlamda ve birbirinin yerine kullanılmasıdır. Bu kavramların hukuki olarak farklarının bilinmemesi nedeniyle aynı zamanda uluslararası alanda sahip oldukları haklar da göz ardı edilmektedir. Haber içerikleri bu üç statünün farklarına, habere konu olan insanların göç etme nedenlerine ve bu nedenler doğrultusunda sahip oldukları haklara dayanarak yapılmaktadır. Mülteciler ülkelerinden kovulmuş değil, kaçarak yardım arayan insanlardır. Nitekim, medya haberleri ekonomik nedenli göç edenlerle mülteciler arasında doğru bir ayırım yapamamaktadır. Haber söylemlerinde bu tür ayrımlara dikkat etmemek ve sığınmacıların ve mültecilerin sahip oldukları hakları göz ardı etmek, toplumsal algıda da aynı eksikliklerin yer etmesine neden olmaktadır. Oysa “göçmen”, “sığınmacı” ve “mülteci” kavramları, özellikle medya tarafından, eş anlamda ve birbirinin yerine kullanılmasına rağmen önemli farklılıklar içermektedir (Erdoğan, Kavukçuer ve Çetinkaya, 2017).

Göç kavramı; kısa süreli, uzun süreli veya kalıcı göç, ekonomik, siyasi, çevresel veya sosyal göç, gönüllü veya gönülsüz göç, uluslararası veya ulusal göç gibi farklı türlere ayrılmaktadır (International Migration Law (IOM), 2013, ss. 35-38). Ulusal ve uluslararası mevzuatta “göçmen” kavramı çok geniş kapsamlıdır. Çünkü kavramın kapsamına her türlü göç hareketi dâhil edilmektedir. Dolayısıyla, göçmen kavramı mültecileri ve sığınmacıları da kapsamaktadır.

Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği (BMMYK) 1951 Cenevre Sözleşmesine göre “mülteci” “ırkı, dini, tabiiyeti, belli bir toplumsal gruba mensubiyeti veya siyasi düşünceleri yüzünden” zulümden korktuğu için başka bir ülkede koruma arayan kimselerdir (Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği Türkiye Temsilcisi (BMMYK), 1951, Md.1(A)(2)).

“Mülteci” ve “sığınmacı” arasındaki en önemli fark sığınmacının uluslararası koruma (mülteci statüsünü kazanmak) için yetkili bir makama başvurması fakat başvurusunun henüz sonuçlanmamış olmasıdır. Türkiye'nin sığınma sistemine baktığımızda ise ikili bir yapısı vardır; Suriye'den gelen mültecilere toplu olarak “Geçici Koruma” statüsü verilmekte, diğer uyruklara sahip mültecilerin ise bireysel olarak “Uluslararası Koruma” başvurusunda bulunmaları gerekmektedir. “Mülteci”, “Şartlı Mülteci” ve “İkincil Koruma Statüsü Sahibi” olmak üzere üç farklı uluslararası koruma kategorisi mevcuttur. Mültecilik statüsü ile ilgili Avrupa Birliği üyesi ülkeler ile Türkiye arasındaki en önemli fark Türkiye Cumhuriyeti'nin Cenevre Sözleşmesine “coğrafi çekince” koyması ve sadece Avrupa'dan gelen kimselere mülteci statüsünü tanımasıdır (Göç İdaresi Daire Başkanlığı, 2013).

Afganların Türkiye'deki hukuki statüsü ise, Suriyelilere tanınan geçici koruma statüsü kapsamından farklıdır. Afganistan'dan Türkiye'ye göç eden Afgan bireylere başvurmaları ve başvurularının kabul edilmesi hâlinde Göç İdaresi'nde kayıt altına alınanların statüsü uluslararası koruma kapsamında üçüncü bir ülkeye yerleştirilene kadar “şartlı mülteci statüsü” tanınmaktadır. Göç İdaresi Daire Başkanlığı, şartlı mülteci kavramını şöyle tanımlamaktadır:

Avrupa ülkeleri dışında meydana gelen olaylar sebebiyle; ırkı, dini, tabiiyeti, belli bir toplumsal gruba mensubiyeti veya siyasi düşüncelerinden dolayı zulme uğrayacağından haklı sebeplerle korktuğu için vatandaşı olduğu ülkenin dışında bulunan ve bu ülkenin korumasından yararlanamayan, ya da söz konusu korku nedeniyle yararlanmak istemeyen yabancıya veya bu tür olaylar sonucu önceden yaşadığı ikamet ülkesinin dışında bulunan, oraya dönemeyen veya söz konusu korku nedeniyle dönmek istemeyen vatansız kişiye statü belirleme işlemleri sonrasında verilen statü (Göç İdaresi Daire Başkanlığı, 2021).

Yukarıda da belirtildiği üzere Türkiye'de Afganların statüsü hukuksal olarak “sığınmacı” statüsüne denk gelmektedir. Dolayısıyla çalışmada “sığınmacı” kavramının kullanılması tercih edilmiştir.

3. Suriyeli Göçmenlere Yönelik Medyatik Algı

Suriyeli mültecilere yönelik medyadaki algı, tutum ve temsilleri üzerine yapılan akademik çalışmalar incelendiğinde haberlerde yer alan Suriyeli mülteci temsillerinin oldukça sorunlu olduğu görülmektedir. Bu kapsamda Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı'nın (SETA) Suriyeli mültecilerle ilgili medyadaki söylemler ve bu söylemlerin ortaya çıkardığı temsillerin incelendiği *Türk Basınında Suriyeli Sığınmacılar* raporuna raporuna göre mülteciler haberlere çoğunlukla öldüklerinde ve yaralandıklarında konu olmakta ya da bir sorunun kaynağı olarak temsil edilmektedirler. Bu raporda konuyla ilgili 2011 ve 2015 yılları arasında (Suriye'den ilk göç hareketinin başladığı zamandan itibaren) sekiz farklı haber kaynağının çevrim içi haberleri ve köşe yazılarından oluşan toplamda 1678 haber metni incelenmiştir. Raporda “misafir”, “Suriyeli”, “mülteci” ve “sığınmacı” gibi Suriyeli mültecilerle ilgili kullanılan isimler ve ifadeler genellikle sayısal olarak aktarıldığı ve nicelendirildiği söylemler ön plana çıkmaktadır. Mülteci sayılarını vurgulayan bu söylemler sadece bilgi vermek amaçlı değildir. “Güven-

lik tehdidi”, “ekonomik külfet” gibi diğer söylemlerle de esasen “Suriyelilerin” çoğunlukla mağdur “kitleler” ve “yığınlar” olarak tanımlandıkları bir temsil biçimi hâkimdir. Haberlerde mültecilerin sayılara ya da kabaca tahminlere indirildiği bu tür temsillerin artan Suriyeli sayısının olumsuz ve sorunlu olduğunu akla getiren başlıca çıkarımlardandır (SETA,2015).

Benzer şekilde Hrant Dink Vakfı tarafından hazırlanan *Medyada Nefret Söyleminin İzlenmesi* raporu 2019 Mayıs-Ağustos aylarını kapsayan dört aylık dönemde yazılı basında tespit edilen nefret söylemi verilerine göre Suriyeliler, sistematik olarak cinayet, hırsızlık, taciz gibi adli olaylarla anılmakta ve böylece potansiyel suçlu olarak kodlanmaktadır. Bu çalışmada incelenen 264 haberde Suriyeli mülteciler güvenlik sorunları ve terörle özdeşleştirilmekte, olumsuz ekonomik koşulların ve işsizliğin sorumlusu olarak gösterilmekte ve Türkiye’nin demografik yapısına yönelik bir “tehdit”, genel bir rahatsızlık ve “gerginlik” kaynağı olarak etiketlenmektedir (Hrant Dink Vakfı, 2019). Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği’ne (UNHCR) göre, “göçmen” ve “mülteci” kavramlarının birbirinin yerine kullanılması, medyada en sık görülen dil hatalarından biridir ve bu da mülteci temasının siyasallaşmasına işaret eden sorunlu ve ideolojik yayınları ortaya çıkarmıştır. Dolayısıyla medya bu kavramları siyasi bir mesaj iletmek için manipüle etmektedir (UNHCR, 2015, ss.13-15). Doğanay ve Çoban Keneş (2016) “Yazılı Basında Suriyeli ‘Mülteciler’: Ayrımcı Söylemlerin Rasyonel ve Duygusal Gerekçelerinin İnşası” adlı çalışmada benzer bir tespitte bulunarak medyadaki haber metinlerinde, Suriyeli mültecilerin varlığının çoğunlukla bir tehdit algısı içinde sunulduğu sonucuna varmışlardır. Öte yandan hükümetin dış politikasını eleştirmenin bir aracı olarak da kullanılırken aynı zamanda yapılan yardımların miktarına ve mültecilerin sayısına yapılan vurgularla nesnelleştirilmekte ya da güvenlik sorunu ile ilişkilendirilmektedir (Doğanay ve Çoban Keneş, 2016). Birçok ülkede yapılan araştırmalar, mültecilerin ve göçmenlerin, ev sahibi toplumların yararından ziyade olumsuz bir sorun olarak ele alınma eğiliminde olduğunu ortaya çıkarmıştır. Benzer şekilde diğer araştırmalarda medyanın Suriyeli mültecilere yönelik kriminalize etme, hegemonik dil ve hatta nefret söylemi gibi sorunlu haberlerin altını çizmiştir (Kolukırcık, 2009; Doğanay, Öztürk ve Çalışkan, 2018).

Görüldüğü gibi Suriyeli mültecilerin medyadaki temsiliyle ilgili çalışmalar incelendiğinde çoğunlukla haberler gerçek olaylara dayansa da mültecilerin haberlerde yer alış biçimleri, başlık seçimleri ve metinlerde yer alan dil bilimsel kullanımlar genellikle kimlik temelli tehdit algılarını içeren ve önlem alınması gereken imaj ve bağlamlarda yer almasıdır. Bu tür olumsuz imajlar ve stereotiplerle medyanın toplumdaki Suriyeli mültecilere yönelik ön yargıları yeniden ürettiği, pekiştirdiği ve onları negatif bir perspektifte sunduğu görülmektedir.

4. Bulgular

Bu bölümde Afgan sığınmacılarla ilgili haberlerin niceliksel ve niteliksel veri analizi sonucunda elde edilen bulgu ve yorumlar aktarılmıştır. Çalışmanın yapıldığı zaman diliminde BBC, Voice of America (VOA), Deutsche Welle (DW), Euronews haber bültenlerinde, Afgan sığınmacıları konu alan 84 haber incelenmiştir. Araştırmanın nicel bulguları bu bölümde ayrıntılı bir şekilde açıklanmıştır. Buna göre nicel ve nitel analiz sonucunda elde edilen bulgular haberlerde en çok işlenen konuların ele alınış tarzını, dağılımını, bakış açılarını ve konularını içermektedir.

4.1. Haberlerin dağılımı

Nicel bulgulara bakıldığında çalışmanın örnekleme içerisinde araştırma konusu ile ilgili tespit edilen en fazla haberin “Euronews” haber bülteninde yer aldığı görülmüştür. Euronews’te yer alan 29 habere karşın BBC’de 22, VOA’da 17 ve DW’de 16 habere yer verilmiştir. Bununla ilgili dört farklı medya kuruluşunun dağılım ve toplam haber sayıları Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1: 15 Ağustos-15 Eylül Tarihlerinde Yayımlanan İlgili Haberlerin Dağılımı

Medya Kuruluşları	Haberin Sayısı
Euronews	29
BBC Türkçe	22
Voice of America (VOA)	17
Deutsche Welle (DW)	16

4.2. Bakış Açıları ve Konular

Araştırma sorularından biri Afgan sığınmacılarla ilgili haberlerde ön plana çıkarılan konuların neler olduğuyla ilgilidir. Bu başlık altında örnekleme alınan medya kuruluşlarının haber metinlerinde öne çıkan yedi konu üzerinde durulmuştur. İncelenen haberlerde Afgan sığınmacılara yönelik bakış açısı ve negatif yönelim yaratan haberler konularına göre kategorize edilmiş olup kategoriler şu şekilde belirlenmiştir; yabancı ülkelerin uluslararası kurum ve kuruluşların mülteci politikası yönünden haberler, ekonomik (mültecilerin maliyeti) kaygı yaratan haberler, mülteci nüfusu/sayısı artışı ve güvenliği tehdit algısı yaratan haberler, yardımlar, mültecilerin dramı, mültecilerle ilgili araştırmalar/raporlardır.

Tablo 2: Haber ve Yazıların Temalarına Göre Dağılımı

Tema	Euronews	BBC	VOA	DW
Mülteci Nüfusu/Sayısının Artışı ve Güvenliği Tehdit Algısı Yaratan Haberler	5	3	4	4
Ekonomik (Mültecilerin Maliyeti) Kaygı Yaratan Haberler	4	5	5	4
Yardımlar	2	4	4	2
Yabancı ülkelerin, uluslararası kurum ve kuruluşların mülteci politikası	8	7	6	6
Türkiye’nin mülteci politikası	3	1	3	5
Mültecilerin Dramı	6	5	5	5
Mültecilerle ilgili Araştırmalar/Raporlar	4	2	2	3

Tablo 2’de görüldüğü üzere bazı haberler birden fazla kategori içinde yer alabilmiştir. Araştırmanın bulgularını ele almadan önce olayla ilgili Van Dijk’in eleştirel haber, okurları ilk olarak başlıkla karşılaşmakta ve olayla ilgili en önemli bilgi başlıklarda verilmekte (Van Dijk, 1988, s.226) önermesinin her 4 medya kuruluşunda da doğrulandığı görülmektedir. Dört medya kuruluşunun da başlıklarında haberin ne olduğuyla ilgili bilgiyi okuyucuyla paylaşmakta ve onu bilgilendirmekte olduğu tespit edilmiştir. Bu noktada, bu başlığın konusu olmamakla beraber görseller ile içerikler arasında da önemli bir bağ olduğu üzerine düşünmek mümkündür. Tüm görseller incelendiğinde dört medya kuruluşunun da görsel seçimleri temelde benzerlik göstermektedir.

4.3. Euronews

Euronews, inceleme yapılan tarih aralığında konuyla ilgili 29 adet haberle en çok haberin yer aldığı medya kuruluşudur. Bu istatistiğe köşe yazıları dâhil edilmemiştir. Euronews’te yer alan haberler başlıkları ve haber görselleri ile birlikte aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 3: Euronews 15 Ağustos-15 Eylül Tarihleri Arasında Çıkan İlgili Haber Başlıkları

Başlık No	Haberin Başlığı	Haberin Fotoğrafları
1	Macron’dan Afganistan açıklaması: Türkiye ile göçmen akını konusunda işbirliği adımı	Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron’un Fotoğrafı
2	AB Ekonomi Komiseri Gentiloni: Afganlar için insani koridor oluşturmamız gerekli	Avrupa Birliği Ekonomi Komiseri Paolo Gentiloni Fotoğrafı
3	Yunanistan: Kaçan Afganların AB’ye giriş kapısı olamayız	Yunanistan Göç Bakanı Notis Mitaracı Fotoğrafı
4	BM’den üye ülkelere çağrı: Afgan mültecilerin sınır dışı edilmesi yasaklansın	BM Genel Sekreteri Antonio Guterres’in Fotoğrafı
5	Fransız gazetecilerden Macron’a 145 Afgan entelektüel için çağrı	Afganistan’a uçan bir Fransız askerî uçağı ve Fransız jandarması
6	Yunanistan’dan Afgan mülteci önlemi: 2015 krizinin yeniden yaşanmasına izin vermeyeceğiz	Yunanistan’da kamplarda kalan Afganlar
7	Tel örgü üzerinden ABD askerine verilen kız çocuğu, Taliban’dan kaçışın sembolü oldu	Tel örgü üzerinden ABD askerine verilen kız çocuğu (Video Haber)
8	Birleşik Arap Emirlikleri, ABD’nin isteği üzerine geçici olarak 5000 Afgan’ı ağırlayacak	Hamid Karzai Uluslararası Havaalanı’ndan uçakla ayrılmak üzere olan bir Afgan mülteci çocuk ve Asker Fotoğrafı.

9	Hangi ülkede kaç Afgan mülteci var? Türkiye’de kaç Afgan göçmen yakalandı?	İran üzerinden Bitlis’e ulaşan Afgan mülteciler Fotoğrafı
10	Afgan fenomenler, Taliban korkusuyla sosyal medyada sessizliğe büründü	Afgan sosyal medya kullanıcısı facebook profil ekranı (Arşiv)
11	Avusturya Başbakanı Kurz: Benim dönemde Afgan mülteci almayacağız	Avusturya Başbakanı Sebastian Kurz’un Fotoğrafı
12	İngiliz basınına göre Taliban’dan kaçan Afganlar Türkiye ve Pakistan’daki merkezlerde ağırlanabilir	İngiltere Başbakanı Boris Johnson ve Cumhurbaşkanı Recep Erdoğan beraber
13	Putin: Mülteci kılığında yanı başımızda Afgan militan istemiyoruz	Rusya Devlet Başkanı Vladimir Putin’in Fotoğrafı
14	Fransa’da Afgan mültecilerin kabulü için gösteri düzenlendi	Pankartlar taşıyan göstericiler (Video Haber)
15	Erdoğan’dan AB’ye Afgan sığınmacı mesajı: Türkiye ilave bir göç yükünü kaldıramaz	Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın Fotoğrafı
16	Fransa: Afganistan’dan ilk tahliye edilenler arasında doktor, hâkim, gazeteci ve sanatçılar var	Fransa’nın tahliye ettiği Afgan mülteciler
17	Avrupa Birliği, Afgan mülteci politikasına nasıl karar verecek?	Paris’te Afgan göçmenlere destek gösterisi fotoğrafları
18	Umuda yolculukları yarım kalan göçmenler kimsesizler mezarlığında toprağa veriliyor	Van’da mülteci mezarlığı (Video Haber)
19	Bulgaristan, olası göç akınına karşı Türkiye sınırına 700 asker konuşlandıracak	Türkiye sınırına yakın noktada devriye gezen Bulgar güvenlik güçleri (Arşiv)
20	Hollanda’da Afgan mültecilerin bulunduğu askerî üs önünde protesto: ‘Önce kendi insanımız’	Afganistan’dan tahliye edilenlerin bulunduğu bir askerî üssün önündeki protesto fotoğrafı
21	BM’den yarım milyon Afgan göçü uyarısı ve AB’den güvenlik taraması önerisi	Kabil Uluslararası Havaalanı’ndan uçakla ayrılmak üzere olan Afganlar (Kadın ve çocuklar)
22	Afgan kadınlar anlatıyor: Bizi artık ne dünya görmezden gelebilir ne de Taliban susturabilir	Afgan yazar Humeyra Kadiri euronews’e röportajı (Video Haber)
23	IFJ: 2 binden fazla Afgan gazeteciden tahliye başvurusu aldık, çıkaramıyoruz	Meksika’ya ulaşan Afgan gazetecilerin fotoğrafı
24	Çavuşoğlu: Türkiye ilave bir mülteci krizini kaldıramaz, Avrupa dâhil herkes bundan etkilenir	Türkiye Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu’nun fotoğrafı

25	İngiltere, Taliban'dan kaçanları ağırlayacak komşu ülkelere 30 milyon sterlin yardım yapacak	Pakistan'a kaçan Afgan sığınmacılar ve sınır Askeri beraber
26	Özbekistan'a kaçan Afgan pilotları Taliban'a iade edilme korkusuyla yaşıyor	ABD'de eğitim gören Afgan pilotların fotoğrafı
27	Taliban'dan kaçan Afgan kadınlar, futbol hayallerini İtalya'da sürdürüyor	İtalya'ya sığınan Afgan futbolcular (Video Haber)
28	Özbekistan, Taliban'dan kaçan Afgan pilotları üçüncü bir ülkeye sınır dışı etti	Afganistan ordusuna ait helikopterler
29	Afgan kadın futbol takımı, ülkeyi terk ederek Pakistan'a kaçtı	Afganistan kadın millî futbol maçında bir taraftar (Arşiv) fotoğrafı

Dört haber başlığında özellikle İngiltere ve Fransa'nın Afgan sığınmacılar için yapacağı yardımlar/yatırımlar vurgulanırken altı haberde bazı ülkelerin (Türkiye, Yunanistan ve Rusya gibi) "Afgan mülteci almayacağız", "Afgan militan istemiyoruz", "ilave bir mülteci krizini kaldıramayız" gibi doğrudan ya da dolaylı olarak sorumluluk yükleyen ve 2015'te yaşanan Suriyeli mülteci gelişmelerinin olası benzer bir durumun yaşanması haber başlıklarında ve içeriklerinde dikkat çekmektedir. Ayrıca altı haber başlığında ise yaşanan insani dram ön plana çıkarılmıştır. Euronews'te yer alan haberlerin başlıklarında anlaşılacağı üzere siyasilere konuyla ilgili açıklamaları haberlerde geniş yer bulmuştur. Haber içerikleri incelendiğinde siyasilere açıklamalarının ve ülkelerin politikalarının sıklıkla yer aldığı haber metinlerinde sığınmacılara/mültecilere yönelik sert tutum daha açık bir biçimde görülmektedir. Söz konusu tutuma "Avusturya Başbakanı Kurz: Benim dönemimde Afgan mülteci almayacağız" başlıklı haber örnek verilebilir:

Avusturya Başbakanı Sebastian Kurz, Taliban'ın Afganistan'da yönetimi ele geçirmesinin ardından yeni Afgan mültecilerin ülkesine gelmesine karşı olduğunu söyledi. Televizyon kanalına röportaj veren Kurz, "Gönüllü olarak daha fazla mülteci ağırlamamıza açıkça karşıyım ve ben başbakan olduğum sürece bu gerçekleşmeyecek." dedi. Afganistan'da Avrupa Birliği kurumları adına çalışan Afganların iltica edebileceği ülkeler arasında bir seçenek olarak Avusturya'nın bulunmadığını ifade eden Başbakan, "Daha fazla kişiyi kabul etmemiz gerektiğini düşünmüyorum. Tam aksini düşünüyorum (Euronews, 22.08.2021).

Görüldüğü üzere Taliban'ın Afganistan'da yönetimi ele geçirmesinin ardından haberlerde Afgan sığınmacılara özellikle bölge ülkelerin karşı olduğu şeklinde kendini gösteren mülteci politikası sık tekrarlanan bir tema olarak ön plana çıkmaktadır. Haber içeriklerinde ayrıca Afgan sığınmacılar için Türkiye'nin ve diğer bölge ülkelerinin uygun olduğunu dile getiren politik söylemler yer alırken, doğrudan bu ülkelere bir sorumluluk yüklenmektedir. Bu noktada haber içeriklerinde Avrupa ülkelerinin ve uluslararası kurum ve kuruluşların mülteci politikası incelendiğinde bazı diğer Avrupa liderleri gibi ABD'nin de özellikle Türkiye'ye benzer bir tutum sergilemekte olduğu gözlemlenmiştir. Buna karşın 4 haberde Türkiye'nin ve Yunanistan'ın bu bakış açısına karşı verdiği sert tepki de öne çıkarılmaktadır. Türkiye Dış İşleri Bakanlığı, "Türkiye, böl-

geden kaynaklanan kitlesel bir göç krizinin sonuçlarına katlanmayacak ve yeni bir göç dalgası da üstlenmeyecektir" açıklamasının yanı sıra "Türkiye'nin AB'nin sınır muhafızı veya sığınmacı kampı olmayacağını vurguluyoruz" ifadesinde de hâlihazırda sığınmacı nüfusunun büyüklüğüne ve sosyoekonomik alanda yaşanacak yeni sorunlara dikkat çekmektedir. Benzer şekilde "Yunanistan: Kaçan Afganların AB'ye giriş kapısı olamayız" başlıklı haberinde "Hollanda'da Afgan mültecilerin bulunduğu askeri üs önünde protesto: "Önce kendi insanımız" ve "Yunanistan'dan Afgan mülteci önlemi: 2015 krizinin yeniden yaşanmasına izin vermeyeceğiz" haberlerinde de gerek Türkiye'nin gerekse diğer bölge ülkelerinin Afgan sığınmacılara yönelik politikaları, bakış açısı ve negatif yönelim yaratan söylemleri kendini göstermektedir. Bununla birlikte, Afgan sığınmacı sayısı da haberlerde sürekli güncellenip, tekrarlanarak gündemde tutulmaktadır.

4.3.1. Euronews Haber Fotoğrafları

Görüntüler incelendiğinde, "Taliban'dan kaçan Afgan kadınlar, futbol hayallerini İtalya'da sürdürüyor", "Umuda yolculukları yarım kalan göçmenler kimsesizler mezarlığında toprağa veriliyor" ve "Afgan kadınlar anlatıyor: Bizi artık ne dünya görmezden gelebilir ne de Taliban susturabilir" başlıklı üç video haber dışındaki haberlerin tamamında fotoğraf kullanılmıştır.

Şekil 1: Euronews 15 Ağustos-15 Eylül Tarihleri Arasında Çıkan İlgili Haber Fotoğrafları



Kaynak: <https://tr.euronews.com/search?query=afgan%20mülteciler>

Haber görselleri incelendiğinde de Kabil Havaalanı'ndaki Afganlar (kadın ve çocuk) ön plana çıkarılmıştır. Euronews'te ele alınan 29 haberin 14'ünün görselinde kadın, çocuk ve çocuklu Afgan aileler geniş yer tutmuştur. Diğer haberlerde ise Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron, İngiltere Başbakanı Boris Johnson ve Türkiye Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan gibi ülkelerin siyasi liderlerinin fotoğrafları kullanılmıştır. Bunun yanı sıra Afganistan tahliyesinde askerî uçak ve askerler, Afganistan'ın başkenti Kabil'de Taliban üyelerinin görselleri yer almaktadır. Haberlerde kullanılan görsellerin tamamı Associated Press (AP) haber ajansına aittir. Görseller incelendiğinde, haber metinlerinin mülteci dramını öne çıkaran söylemiyle görüntüler arasında bir bağlantı ve tutarlılık olduğu göze çarpmaktadır.

4.4. BBC Türkçe

BBC Türkçe'nin haber sitesinde ele alınan Afgan sığınmacılara ilişkin haberlerde ön plana çıkarılan konulara ait söz konusu 20 haberin başlıkları haber fotoğrafları ile birlikte aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 4: BBC 15 Ağustos-15 Eylül Tarihleri Arasında Çıkan İlgili Haber Başlıkları

Başlık No	Haber Başlığı	Haber Fotoğrafları
1	BM Genel Sekreteri Antonio Guterres: Afganistan halkını terk edemeyiz, etmemeliyiz	Fotoğraf kullanılmamıştır.
2	İngiltere, Afgan mülteciler için iskân planı hazırlığında	İngiliz uçaklarıyla tahliye edilen Afgan kadın ve çocuklar ve İngiltere Savunma Bakanlığı ofisinde yerleştirilen kadın ve çocukların fotoğrafları (Fotoğraflarda mozaikleme bulunmaktadır)
3	Biden, Afgan mültecilere 500 milyon dolar yardım sözü verdi	ABD Başkanı Joe Biden'ın fotoğrafı
4	Taliban rejiminden Türkiye'ye kaçan Afgan kadınlar anlatıyor: 'Kimse bu kez kadınlara zulmetmeyeceklerine inanmasın'	Taliban'ın saldırısında Türkiye'ye kaçan arkası dönük yüzü gözükmeyen Afgan kadınların fotoğrafları (Özel Raporaj)
5	İtalya'da belediye başkanlarından çağrı: Afgan sığınmacılara kapılarımızı açalım	Afganistan'daki kadınların durumuna dikkat çekmek için Avrupa'nın pek çok kentinde düzenlenen gösteriler
6	İngiliz basını, İngiltere'nin 20 bin Afgan sığınmacıyı kabul etme kararını nasıl yorumladı?	İngiltere Başbakanı Boris Johnson, İngiltere İçişleri Bakanı Priti Patel ve Afganistan'dan tahliye edilen insanların Kraliyet Hava Kuvvetleri'nin Brize Norton Üssü'ne ulaşan uçak fotoğrafları
7	Taliban'ın kontrolü sağladığı Afganistan'daki gelişmeler İngiliz basınında: 'Dünya Afgan akınına hazır olmalı'	ABD Hava Kuvvetleri'ne ait bir C-17A Globemaster III nakliye uçağında Afganistan'dan tahliye edilenler
8	Afgan sığınmacılara kapılarını hangi ülkeler açtı?	BM Mülteciler Yüksek Komiseri Filippo Grandi, Türkiye İran sınırındaki duvar ve ülkeden ayrılmaya çalışan Afganların fotoğrafları

9	İngiltere Savunma Bakanı: Mülteciler için üçüncü ülkelere yatırımlara başladık	İngiltere Savunma Bakanı Ben Wallace'in Fotoğrafı
10	İtalya: Afganistan'da "birinci aşama" sona erdi, sırada "İtalyan planı" var	27 Ağustos'ta Roma'da düzenlenen ortak basın toplantısında Rusya Dışişleri Bakanı Sergey Lavrov ve İtalyan mevkidaşı Di Maio fotoğrafı
11	Hollanda'da Afgan sığınmacıları protesto gösterisi kontrolden çıktı, acil durum ilan edildi	Afganistan'dan tahliye edilerek Hollanda'ya getirilen bir otobüste Afgan sığınmacılar
12	Miçotakis: Erdoğan'la mutabık kaldık, Afganistan'dan göçün sınırlandırılması ortak çıkarımız	Yunanistan Başbakanı Kiriakos Miçotakis'in fotoğrafı
13	Yunanistan Afganistan'dan olası göç akınına karşı Türkiye sınırına ördüğü 40 km'lik duvarı tamamladı	Türk-Yunan sınırı arasında demir çubuklardan inşa edilen "duvarı" fotoğrafları
14	Taliban'dan kaçan Afgan sığınmacılar nereye gidecek?	Afgan kadın, çocuk ve bir askerin kucağında bebek fotoğrafı.
15	Kabil Havalimanı: Özgürlüğe giden tehlikeli yol	Havalimanı'nın tel örgülü sınır duvarını aşmaya çalışan insanlar ve Afgan bir çocuğun, Amerikan askerlerine teslim edildiği an (Twitter video paylaşımı), havalimanı dışındaki bazı Taliban üyelerinin elinde roket atarlar fotoğrafları
16	BM Mülteciler Komiseri Grandi: Afganistan sınırlarında büyük göçmen hareketliliği görülüyor	Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiseri Filippo Grandi'nin fotoğrafı
17	Çekya Başbakanı Babiş'ten AB'ye: Afganistan'dan göç konusunda derhâl Türkiye ile görüşün	Çekya Başbakanı Andrej Babiş'in fotoğrafı
18	Hollanda: Türkiye milyonlarca Suriyeliye ev sahipliği yapıyor, bölgede Afganların kalabileceği başka ülkeler de var	Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron ve Hollanda Başbakanı Mark Rutte fotoğrafları
19	Taliban yönetiminden kaçan Afganistan Kadın Millî Futbol Takımı oyuncuları Pakistan'a gitti	Çiçeklerle karşılanan Afganistan Kadın Millî Futbol Takımının fotoğrafları
20	Afgan Hayalperestler: Taliban'dan kaçarak Meksika'ya giden kadın robot bilimciler	Meksika Dışişleri Bakanı Marcelo Ebrad, "Afgan Hayalperestleri" lakaplı kadın robot bilimcilerinin Meksika havalimanında karşıladığı fotoğraflar

Haber başlıklarından BBC'nin Avrupa Birliği ve uluslararası kurumlardan gelen açıklamalara geniş yer ayırdığı görülmektedir. Haber başlıkları ve içerikleri incelendiğinde Afgan sığınmacıların yaşadıkları durumlardan ve zorluklardan sorumlu tutulanlar farklılık göstermektedir. İçerikler analiz edildiğinde BBC'de yer alan haber içeriklerinin hemen hepsinde Afgan sığınmacıların yaşadıkları durumlardan direkt olarak Taliban yönetimi sorumlu tutulurken yedi haberde ise Taliban'ın yanında ABD veya Avrupa da sorumlu tutulmaktadır. Olay taraflarının olayları değerlendirmesi açısından incelendiğinde, sığınmacı görüşlerine en fazla yer verilen haberlerin, sığınmacı dramlarının aktarıldığı "Taliban yönetiminden kaçan Afganistan Kadın Milli Futbol Takımı oyuncuları Pakistan'a gitti", "Afgan Hayalperestler: Taliban'dan kaçarak Meksika'ya giden kadın robot bilimciler", "Kabil Havalimanı: Özgürlüğe giden tehlikeli yol" ve "Taliban rejiminden Türkiye'ye kaçan Afgan kadınlar anlatıyor: Kimse bu kez kadınlara zulmetmeyeceklerine inanmasın" başlıklı dört haber olduğu görülmüştür. Bu haberlerde bilim, spor, sanat ve diğer pek çok alanda kadınların durumu ve Taliban yönetiminden kaçmaları üzerine vurgu yapılırken haberde sığınmacıların yaşadıkları kendi cümleleriyle aktarılmıştır. Yedi haberde ise sığınmacıların diğer ülkelere (üçüncü ülkelere) yerleştirilmesi ve yapılacak yardımlar/yatırımlar ön plana çıkarılmaktadır. Afgan sığınmacılara yönelik ülkelerin yardımları/yatırımları konulu haber içeriklerinde "insani yardım dili" hâkim olmaktadır. Bu sayede ülkelerin cömert ve yardımsever temsili pekişmektedir.

Öte yandan daha sonra da üzerinde durulacağı üzere BBC ve VOA haber içeriklerinde sosyal medya (Twitter) paylaşımlarını sıkça kullanmışlardır. BBC'nin art alan ve bağlam bilgisi açısından bakıldığında olumlu yaklaşımı, Afgan sığınmacılar ile ilgili Avrupa Birliği, uluslararası kurum ve kuruluşlar ve yetkililerin sorumluluklarına değinmesidir. Öte yandan haberlerin vurgu yaptığı konu bakımından Afgan sığınmacılardan çok daha fazla Taliban rejiminin durumunun ele alındığı görülmüştür.

4.4.1. BBC Haber Fotoğrafları

BBC haber görselleri incelendiğinde de bir haber dışında bütün haberlerde görseller kullanılmıştır. Haberlerde dünyanın en büyük fotoğraf sağlayıcısı Getty Images, European Pressphoto Agency (EPA) ve Reuters'a ait görseller kullanılmıştır.

Şekil 2: BBC 15 Ağustos-15 Eylül Tarihleri Arasında Çıkan İlgili Haber Fotoğrafları



Kaynak: <https://www.bbc.com/turkce/topics/cg726y2k5p8t>

BBC'de incelenen haber görsellerinde "İngiltere, Afgan mülteciler için iskân planı hazırlığında" başlıklı bir haberde kullanılan fotoğrafların yanı sıra başka bir haberde İngiliz uçaklarıyla tahliye edilen Afgan kadın ve çocukların yüzlerinin mozaikleme yapılarak aktarıldığı tespit edilmiştir. Benzer şekilde "Taliban rejiminden Türkiye'ye kaçan Afgan kadınlar anlatıyor: Kimse bu kez kadınlara zulmetmeyeceklerine inanmasın" başlıklı bir haberde de Taliban'ın saldırısında Türkiye'ye kaçan Afgan kadınlar ile yapılan özel röportajda yüzü gözükmeyen arkası dönük görseller kullanıldığı dikkat çekmektedir. Bir haberde ise Kabil Havalimanı'nın tel örgülü sınır duvarını aşmaya çalışan insanlar ve Afgan bir çocuğun Amerikan askerlerine teslim edildiği anlar Twitter video paylaşımı kullanılmıştır.

4.5. Voice of America (VOA)

ABD'nin en büyük uluslararası multimedya haber kuruluşu olan VOA'nın yayınladığı 17 haber incelendiğinde sıklıkla iltica ve göç araştırmaları konusunda uzman görüşlerine (özel röportajlar ve video haber) yer verildiği görülmüştür. VOA'da incelenen haberlerde de birinci elden kaynaklara başvurulduğu görülmüştür. Mültecilerle ilgili araştırmalar/raporlar, uluslararası kurum ve kuruluşların ve devlet yetkililerinin açıklamaları ve Afgan sığınmacıların görüşleri de aktarılmıştır.

Tablo 5: VOA 15 Ağustos-15 Eylül Tarihleri Arasında Çıkan İlgili Haber Başlıkları

Başlık No	Haber Başlığı	Haber Fotoğrafları
1	Taliban'dan Kaçan Afganlar Umut Yolculuğunda	Kucağında bebek bir Afgan fotoğrafı ve Türkiye-İran sınırı duvar inşaatı (Video Haber)
2	ABD'li Valiler: "Afgan Mültecilere Kapımızı Açabiliriz"	Maryland eyaletinin Valisi Larry Hogan'ın fotoğrafı
3	Avrupa'da Yeni Göç Dalgası Kâbusu	Afganistan-İran sınırındaki göçmenlerin fotoğrafları
4	Avrupa'nın Mülteci Planı Ne?	Avrupa Konseyi Başkanı Charles Michel'in fotoğrafı (Twitter paylaşımları)
5	İtalyanlar Afgan Çocukların Yüzünü Güldürme Çabasında	Video Haber
6	Tatvan'da Drenaj Tüneline Sığınan Afgan Mülteciler	Video Haber
7	Kabil'de Büyük Kaçış İçin Geri Sayım Başladı	Kabil Uluslararası Havaalanı'ndan uçakla ayrılmak üzere olan Afganlar (Kadın ve çocuklar)
8	Türkiye'ye Giden Afgan Mültecilerin Tehlikeli Yolculuğu	Video Haber

9	Tahliyeler Afgan Kadınlar İçin Ölüm-Kalım Meselesi	Burka ¹ giyen kadınların fotoğrafı
10	Türkiye'nin Mülteci Çıkmazı	Bir grup Afgan fotoğrafı
11	Edirne'deki Afgan Gencin Mutluluğu	Edirne'de bir çiftlikte çalışan bir Afganın röportajı (Video Haber)
12	5 Soruda Afgan Sorunu	Washington'daki Brookings Enstitüsü uzmanı Prof. Dr. Kemal Kirişçi röportajı (Video Haber)
13	Türkiye Afgan Göçmen Sorununu Tartışıyor	İltica ve Göç Araştırmaları Merkezi İGAM Başkanı Metin Çorabatır Röportajı (Video Haber)
14	AB'den Afgan Göç Dalgasına "Güvenlik" Önlemleri	Avrupa Birliği ve Afganistan bayrağı
15	"Zeytinburnu "Afganburnu"na Dönüştü"	Zeytinburnu'nda Afganlarla röportaj (Video Haber)
16	Türkiye Göçmenlere Karşı "Duvarlarını Yükseltiyor"	Türkiye'nin İran sınırında, göçmenlerin geçişini engellemek amacıyla kurulan güvenlik duvarı ve önündeki bir asker fotoğrafı
17	Göçten Korkan Avrupa Duvarlarını Yükseltiyor	Sınırlardaki duvar ve önünde asker fotoğrafları

Haber başlıklarında da görüldüğü üzere sekiz haberin içerikleri her şeyden önce olası bir Afgan göçünün getirmekte olduğu/olacağı yüksek riskler üzerinde ülkelerde yaratacağı ekonomik, sosyal-siyasal etkilerin kaygı ve ülkelerin çıkarlarıyla ilgilidir. Örneğin "Avrupa'da Yeni Göç Dalgası Kabusu", "Göçten Korkan Avrupa Duvarlarını Yükseltiyor", "Türkiye Göçmenlere Karşı "Duvarlarını Yükseltiyor" ve "AB'den Afgan Göç Dalgasına "Güvenlik Önlemleri", "Türkiye'nin Mülteci Çıkmazı" başlıklı haber metinlerini incelediğimizde Avrupa'ya gelme ihtimali olan göçmen dalgasının yarattığı "tehdit" ve insanların ülkelere kabulü koşulları üzerine kurulmuştur. Öte yandan önemsenen bir diğer konu önce Avrupa'nın imajı olurken haberlerde "Taliban'dan Kaçan Afganlar Umut Yolculuğunda", "Büyük Kaçış İçin Geri Sayım Başladı", "Afgan Mültecilere Kapımızı Açabiliriz", "Mülteci Çıkmazı", "Afgan Sorunu" ve "Afgan Göçmen Sorununu" şeklindeki kalıpların benzer şekillerde tekrarlandığı gözlenmektedir.

¹ Türkçe'de "Bedevi kadınların giydiği ve gözler dâhil bütün vücudu örten çarşaf" anlamına gelen Burka, her taraftan kapalı, giyenin önünü görmesi için yüz kısmı kafesli çarşaftır. Taliban yönetimi zamanında Afganistan'da giyilmesi zorunlu hâle getirilmiştir. Yeni yönetimle serbest bırakılmasına rağmen, halk bazında büyük bir değişim görülmemiştir. Bunun dinî, geleneksel ve sosyal sebepleri olduğuna dair yorumlar yapılmıştır. Şu anda yaygın olarak Afganistan, Pakistan ve Hindistan'ın kuzey bölgesinde rağbet görmekle beraber, dünyanın hemen her yerinde kullanılmaktadır. Ayrıca bazı koyu Yahudi mezhepleri de burka benzeri tüm vücudu örten kıyafetler giymektedirler.

...Afgan mültecilerin toplu hâlde Avrupa'ya girmesini durdurmaya hevesli diğer Avrupalı liderler de kulak veriyor. Böylece Orta Doğu, Sahra Afrikası ve Orta Asya'dan bir milyondan fazla sığınmacının Avrupa'ya girerek, Avrupa siyasetini sarstığı ve popülist milliyetçi partilerin yükselişini körüklediği, 2015-2016 göç krizinin tekrarlanmasını önlemeyi umuyorlar. Geçen hafta Brüksel'de acil olarak toplanan 27 AB üye ülkesinin içişleri bakanları "geçmişte karşılaşılan kontrolsüz, büyük ölçekli, yasa dışı göç hareketlerinin tekrarını önlemek için ortak hareket etme" konusunda anlaştılar. Sınırlarında daha fazla Afgan mültecinin ortaya çıkması ihtimali, Orta Avrupa, Baltık ve Balkan ülkelerini, planlanan duvarları tamamlamaya ve daha fazla dikenli tel örmeye teşvik etti. Yunanistan geçen ay Türkiye ile olan kara sınırı boyunca 40 kilometrelik bir duvarı tamamladı ve sığınmacıların Avrupa'ya ulaşmasını engellemek için otomatik bir gözetleme sistemi kurdu (VOA, 06.09.2021).

Bunun yanı sıra "Zeytinburnu Afganburnu'na Dönüştü" haberinde olduğu gibi "Afganburnu" metaforuyla "sığınmacı akını" söylemine vurgu yapan haber sığınmacıların nüfusu/sayısının artışını ön plana çıkarmaktadır. "Türkiye'ye Giden Afgan Mültecilerin Tehlikeli Yolculuğu" haberinde de olduğu gibi özellikle sığınmacıların kaçak olarak Türkiye girişi ve Türkiye üzerinden Avrupa'ya çoğu zaman başarısız olan göç etme çabaları da ele alınmaktadır. Genellikle insani bir bakış açısına işaret eden bu haberler, zaman zaman da kaçak göçün (Afgan sığınmacıların) neden olduğu/olacağı güvenlik zafiyetini vurgulayarak "duvarlarını yükseltme" konusu güvenlikçi bir yaklaşıma da yakınlaşmakta ve haklılaştırılmaktadır. Euronews ve BBC'de olduğu gibi VOA da farklı anlamlar taşıyan "mülteci", "sığınmacı", "göçmen" kavramları birbirlerinin yerine kullanmıştır.

4.5.1. Voice of America (VOA) Haber Fotoğrafları

Haber görselleri incelendiğinde de VOA'nın haberlerin çoğunda kendi çektiği görselleri kullandığı görülmüştür. VOA sekiz video haberle en fazla video haber yapan medya kuruluşudur.

VOA'nın beş haberde Associated Press (AP), Reuters ve Agence France-Press (AFP) tarafından çekilen görüntüleri kullandığı görülmüştür. Görüntüler incelendiğinde,

Şekil 3: VOA 15 Ağustos-15 Eylül Tarihleri Arasında Çıkan İlgili Haber Fotoğrafları



Kaynak: <https://www.amerikaninsesi.com/s?k=Afgan%20mülteciler&tab=all&pi=1&r=any&pp=10>

haber içeriklerinin söyleminde verilen insani dram mesajları, ülkelerin, uluslararası kurum ve kuruluşların mülteci politikası (ekonomik ve güvenlik kaygısı) yönündeki mesajları ile görsel anlatıda verilen mesajların örtüştüğü görülmektedir.

4.6. Deutsche Welle (DW)

DW’de yer alan haberlerin büyük bir bölümü (13 haber) Afgan göçünün getirmekte olduğu/olacağı yüksek riskler, göçlerin ülkelerde yaratacağı ekonomik, sosyal-siyasal etkiler ve ülkelerin sığınmacı politikaları ile ilgiliyken, bazı içerikleri ise sığınmacıların ölümleri/dramları (Kabil Havalimanı’nda yaşananlar) oluşturmaktadır. Haberler ekseriyetle Suriyeli mültecilerin geleceği meselesine ek olarak şimdi de Afgan sığınmacı ihtimali ile ilgili Avrupa ve Afgan sığınmacı politikasını eleştiren bakış açılarına yer vermektedir. Aşağıdaki haber başlıklarında görüleceği gibi Alman hükümetinin Afgan sığınmacılara yönelik açık kapı politikasını destekleyen haberlerin yanında sağ popülist, göç ve İslam karşıtı Almanya İçin Alternatif Partisi (AfD) olduğu gibi Türkiye ve Yunanistan başta olmak üzere diğer ülkelerin Afgan sığınmacılara bakış açısı ve negatif yönelim yaratan söylemleri de haberlerde geniş bir yelpazede yer almaktadır.

Tablo 6: DW 15 Ağustos-15 Eylül Tarihleri Arasında Çıkan İlgili Haber Başlıkları

Başlık No	Haber Başlığı	Haber Fotoğrafları
1	Erdoğan: Afgan göçmen dalgası ile karşı karşıyayız	Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın fotoğrafı
2	Yorum: Batı ikiyüzlülüğe son versin	ABD Hava Kuvvetleri’ne ait C-17 uçağına binmeye çalışan Afganlar
3	Erdoğan: Sınırlara ördüğümüz duvarlarla giriş-çıkışları engelleyeceğiz	Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın fotoğrafı
4	Yunanistan: Afganların girişine izin vermeyeceğiz	Botlarla Ege Denizi’nden Yunan adalarına geçmek isteyen sığınmacılar (Video Haber)
5	Beş başlıkta Afganistan krizi: Bundan sonra ne olacak?	Afganistan Başkanlık Sarayı’nda Silahlı Taliban güçleri, Kabil’de devriye gezen Taliban güçleri ve sosyal medyaya yansıyan bazı video paylaşımları
6	Avrupa Birliği’nde Afgan göçmen paniği	Kabil’deki havalimanında ülkeden ayrılmak isteyen Afganlar, Almanya Başbakanı Angela Merkel, Kabil’de Taliban’dan kaçan Afgan aileler ve AB dışişleri yetkilisi Josep Borrell ile AB dışişleri bakanlarının Afganistan konusunda yaptığı çevrim içi toplantı fotoğrafları
7	Erdoğan: Türkiye Avrupa’nın mülteci ambarı değil	Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın fotoğrafı

8	İngiltere Türkiye’de mülteci merkezleri mi kuracak?	Havaalanında sıraya girmiş uçağına binmeyi bekleyen insanlar ve silahlı iki asker
9	Afganistan’dan Avrupa’ya göçün adım adım yol haritası	Türkiye-İran sınırını geçtikten sonra göçmen kaçakçıları tarafından tekrar yola çıkarılana kadar mola veren Afgan göçmenler, İran üzerinden Türkiye’ye yasa dışı yollardan girdikten sonra Türk yetkililer tarafından yakalanan Afgan bir aile (Foto: Arşiv) (Video Haber)
10	Taliban’dan Almanya’ya 31 Ağustos sonrası için “Belgeli Afganlara seyahat” teminatı	Alman Büyükelçi Markus Potzel’in fotoğrafı
11	Almanya’da pek çok kent Afgan sığınmacı almak istiyor	Afganistan’dan Frankfurt’a gelen bir grup Afgan, SPD’li Potsdam Belediye Başkanı Schubert ve Almanya Şehirler ve Belediyeler Birliği Genel Müdürü Gerd Landsberg fotoğrafları
12	Kabil havalimanında geri sayım başladı	Kabil Havaalanı’nda bekleyen insanlar (video haber)
13	AB 2015 krizini yeniden yaşamak istemiyor	Kuçaklarında çocuklar sırtlarında alüminyum folyo ile bir grup
14	ABD Afganları neden başka ülkelere gönderiyor?	Almanya’daki Ramstein askerî üssüne bir Afgan kadın fotoğrafı ve video haber
15	“Almanya sınırlarını gerekirse silah zoruyla da korumalı”	DW Türkçe Yayınlar Yöneticisi Erkan Arıkan, AfD Eş Genel Başkanı Tino Chrupalla ve DW Siyasi Haberler Baş Editörü Michaela Küfner birlikte fotoğrafı
16	AKP’li Gülaçar: “Elbette duvar tek başına çözüm değil”	AKP Van Milletvekili Osman Nuri Gülaçar fotoğrafı ve video haber

Sekiz haberde Afgan sığınmacılarla ilgili Avrupa Birliği, Türkiye, Yunanistan ve uluslararası kuruluşlardan yapılan açıklamalar, bir haber DW Peştuca ve Darice Dilleri Yöneticisi Waslat Hasrat-Nazimi Afgan sığınmacı sorunlarına dikkat çekmek için yaptığı değerlendirme, iki haber Kabil Havaalanı’nda tahliye çalışması sırasında yaşanan olaylarla ilgilidir. DW’nin haberleri incelendiğinde Alman medyasının direkt olarak ABD’nin Afgan göçüne yaklaşımını eleştirdiği görülmektedir. Dört haber başlığı ve içeriğinde Afganistan’ın mevcut durumundan önemli ölçüde sorumlu olan ABD’ye Orta Doğu ve Avrupa ülkelerine göre Afgan göçünün sorumlusu olduğu vurgulanmak istenmektedir. “Yorum: Batı ikiyüzlülüğe son versin” haberinde DW Afgan Servisi Yöneticisi Waslat Hasrat-Nazimi, Afganistan’ın Batı tarafından yıllarca “güvenli ülke” olarak derecelendirildiğini hatırlatarak şimdi yaşadığı söylenen şaşkınlığı “ikiyüzlülük” olarak nitelendirmektedir.

Ayrıca haberlerde Türkiye ve Yunanistan arasında son dönemlerde farklı nedenlerle yaşanan gerginlikler olmasına karşın, özellikle sığınmacılar ile ilgili haberlerde sınırdaki neden olduğu güvenlik tehdidi gerekçesiyle iki ülke arasında ortak bir mutabakata varıldığı gözlemlenmiştir. DW'nin artalan ve bağlam bilgisi açısından haberlerine bakıldığında Euronews, BBC ve VOA'da olduğu gibi genellikle Afgan sığınmacı sorununun siyasi, iktisadi, kültürel boyutlarına ilişkin değerlendirme ve tespitlerine yer verildiği görülmüştür. Diğer üç medya kuruluşunda olduğu gibi DW'de de "mülteci", "sığınmacı", "göçmen" kavramları birbirlerinin yerine kullanılmıştır.

4.6.1. Deutsche Welle (DW) Haber Fotoğrafları

Haber görselleri incelendiğinde de dört haberde Deutsche Welle (DW) kendi görsellerini kullanırken iki haberde DHA görselleri, iki haberde AA görselleri ve diğer haberlerde Associated Press (AP) ve Agence France-Press (AFP) görselleri kullanılmıştır. Bu nedenle görüntüler incelenen diğer medya kuruluşlarındaki görüntülerle, özellikle de BBC'de kullanılan görüntülerle benzerlikler taşımaktadır.

Şekil 4: DW 15 Ağustos-15 Eylül Tarihleri Arasında Çıkan İlgili Haber Fotoğrafları



Kaynak: <https://www.dw.com/search/languageCode=tr&item=Afgan%20mülteciler&searchNavigationId=10201&sort=DATE&resultsCounter=20>

Haberlerde Afganların Afganistan'dan tahliyesinde kadınların ve çocukların görüntülerinin ön planda olduğu görülmektedir (Havalimanında uçaklara binmek için bekleyen kadın ve çocuklar, tel örgülü duvarlardan atlayanlar veya duvarların önünde bekleyenler, çadır kentlerde çamurların içindeki çocuklar vb.). Ayrıca askerî uçak, askerler ve Kabil'deki Taliban üyelerinin silahlı görüntülerine de sık sık yer verilmektedir. Bununla birlikte, dramatik yapıyı güçlendirmek için Afgan kadınlar ve çocuklar yakın plan (baş/omuz) çekimle aktarılan görsellerde ön plana çıkartılmıştır. Cumhurbaşkanı Recep Erdoğan, Almanya eski Başbakanı Angela Merkel gibi ülkelerin siyasi liderlerinin fotoğrafları da kullanılmıştır.

4.7. Sözcük Seçimleri ve Haber Retoriği

Bu başlık altında dört medya kuruluşunun incelenen haber metinlerinde sığınmacılarla ilgili haberde sıklıkla kullanılan kelimeler ne tür isimlendirme, yaftalama ya da sıfat kullanıldığı irdelenmiştir. Sözcük seçimleri, ideolojik yapılanma açısından oldukça

önemlidir. Haberin retoriğinde ikna edici ve inandırıcı verilere bakılmaktadır. Haberin ikna edici, inandırıcı olması için görgü tanıklarından alıntılar yapılır. Fotoğraflar ise ikna edici ve inandırıcı olma örneğidir (Van Dijk'tan aktaran: Özer, 2011, ss. 83-84).

İncelenen haberlerin neredeyse hemen hepsinin başlıklarında ve ara başlıklarında görüldüğü gibi, Afgan sığınmacıların "büyük gruplar hâlinde", "akın" ya da "dalga" şeklinde gelmekte olduğu gibi metaforlara yer verilmiştir. Özellikle Türkiye'ye ve diğer (Avrupa veya bölge) ülkelere giriş yapan Afgan sığınmacıların sayılarının çokluğunu anlatmak için kullanılan metaforlardan "dalga", "akın", "yeni göç kâbusu", "mülteci çıkmazı" ve "Afgan göçmen paniği" gibi sık sık tekrarlanan metaforlar kullanılmıştır. "Dalga" ve "akın" metaforlarının yıkıcı olmayı ve saldırıyı ima ettiği, hatta istilaya eş değer bir tasvirle sunulduğu söylenebilir. Göçmenleri/mültecileri/sığınmacıları, azınlıkları ya da diğer grupları tanımlamak için kullanılan metaforlar söz konusu olduğunda, cümlelerin söz dizimlerinin bile bu tanımlar üzerinde etkileri olduğunu belirten Van Dijk, söz konusu metaforların genellikle tehditkâr metaforlar olmasının tercih edildiğini vurgular (Keneş Çoban, 2016, s. 261).

Bu çerçevede bu kelimelerin ve tanımlamaların tercih edilmesi haber söyleminde Afgan sığınmacıların tehdit olarak algılanmasını, istilacı olarak düşünülmesini ve öteki pozisyonuna yerleştirilmelerini kolaylaştırmakta ve meşrulaştırmaktadır. Aynı şekilde "Mülteci kılığında Afgan militan" ve "korkunç trajedi" şeklindeki bir anlatımın hem başlık hem de haber metinlerinde sık sık kullanılmış olması, sığınmacıların tehlike içeren durumların sebebi olduğu fikrini kuvvetlendirmiştir. Bu konu ile ilgili olarak dört medya kuruluşu da benzer tavır göstermektedir.

Yukarıda değinildiği gibi haberler Avrupa Birliği, Türkiye, Yunanistan ve uluslararası kuruluşların liderleri, Başbakan veya milletvekillerinin basın açıklamaları ve konuşmalarını sıkça aktarmaktadır. Haberlerde özellikle Avrupalı liderlerin bu yaklaşımına baktığımızda Afgan sığınmacılara ilişkin iki argüman öne sürülmektedir. Birincisi, "mülteciler ve güvenlik" olmak üzere iki farklı temanın iç içe geçmesiyle liderler, mevcut mağduru (Afgan sığınmacıları) ülkelerinin sınır ve güvenliği için tehdit algısına ve güçlenen bir tehlikeye dönüştürmektedir. İkinci olarak ise bu konuda halk arasında yükselen ırkçılık ve İslamofobinin biraz da yazılı ve görsel medyanın tavrı ile kamuoyuna yansımaları ülkelerin siyasetçileri üzerinde etkili olmaktadır. Sığınmacı/mülteci sorunu yeni değildir ancak son yıllarda üst üste gelen göçmen akımları, hâlihazırda var olan büyük tepkilerin daha da artması bu çalışmanın ana sorusu olan "Suriyeli mülteciler-Afgan sığınmacıların incelenen haberlerde görünürlüğü arasında nasıl farklılaştığı/benzeştiği" noktasında cevap olmuştur. Dolayısıyla, Avrupa liderlerinin kamuoyuna karşı çıkmak istememesi bu doğrultuda söylemler üretmesi de şaşırtıcı olmayacaktır. Bu bağlamda çalışma kapsamındaki dört medya kuruluşundan hareket ederek bir değerlendirme yapıldığında öncelikle, bu tür kullanımlarda "Suriyeli" çağrışımından kaynaklanan "Afganların" da tıpkı bir yığın olarak temsil edildiği görülmektedir. İkincisi ve daha önemlisi bu tür kullanımların tehdit içeren ve önlem alınması gereken bağlamlarda yer almasıdır. Bu tür temsiller olası bir Afgan sığınmacı sayısının artışının olumsuz ve sorunlu olduğunu akla getirmektedir.

SONUÇ

Araştırma çerçevesinde incelenen dört medya kuruluşu haberlerinden çıkan genel bulgular ve yukarıda bahsedilen çıkarımlar neticesinde, medya kuruluşlarının siyasi tutumları haber içeriklerinde kendini nasıl göstermekte olduğu, Afgan sığınmacılarla ilgili haberlerde ön plana çıkarılan konular incelenmiştir. Çalışmanın ana sorusu olan Suriyeli mülteciler ve Afgan sığınmacıların haberlerde görünürlüğü arasında nasıl farklılaşmakta/benzeşmekte olduğu ve Afgan sığınmacılara yönelik bakış açısı ve negatif yönelim yaratan haberlerde söylemlerin nasıl inşa edilmekte olduğunu inceleyen bu çalışmanın sonuçları şu şekilde sıralanabilir:

- “Afgan sığınmacılar” değil, daha çok “Taliban Rejiminin Afganistan’daki Geleceği”: Haberlerde Afgan sığınmacılardan çok daha fazla Taliban rejiminin durumu ele alınmış ve haberleştirilmiştir.
- Dramatikleştirme: Mülteci konusu son derece duygusal bir zeminde ve olası Afgan göçünün getirmekte olduğu yüksek riskler üzerinde ülkelerde yaratacağı ekonomik, sosyal siyasal etkiler çok daha fazla ele alınmıştır. Ayrıca incelenen medya kuruluşları haberlerinde ülke liderleri ve uluslararası kurumların açıklamaları insani yardım/yardımseverlik gibi söylemlerle kendilerini hoşgörülü imajla yansıtmakla beraber Afgan sığınmacılara yönelik bakış açısı daha çok negatif yönelim yaratan “olumsuzlayıcı” bir içeriğe sahip olmaları noktasında benzeşmektedir.
- Dış Politika Öncelikli Yaklaşım: Afgan sığınmacı konusu ülkelerin/hükümetlerin, uluslararası kurum ve kuruluşların dış politikası ile çok yakından ilişkili olduğu için eleştiri konuları ülkelerin dış politikasına yönelmektedir. Avrupa, Baltık ve Balkan ülkeleri sınırlarında daha fazla Afgan sığınmacının ortaya çıkması ihtimali karşısında geçmişte karşılaşılan (özellikle Suriyeli mülteciler konusunda) büyük ölçekli, kontrolsüz ve yasa dışı göç hareketlerinin tekrarını önlemek için ortak hareket etme konusunda söylemleri sınırlarda planlanan duvarları tamamlamaya ve daha fazla dikenli tel örmeye de teşvik etmektedir.
- Büyük Kaçış: Euronews, BBC, VOA ve DW ele alınan haberlerin önemli bir bölümü Afgan sığınmacıların Afganistan’dan kaçışları ve bu çerçevede yaşanan olaylarla ilişkili görüntüler vermeyi tercih ettikleri gözlenmiştir.
- Haber aktörleri: İncelenen haberlerde aktör olarak sırasıyla Türkiye, Yunanistan gibi bölge ülkeleri ve Avrupa Birliği’nin resmi yetkilileri ile küçük oranda da sığınmacıların konumlandırıldığı gözlenmektedir. Bununla birlikte sığınmacılar, Suriyeli mülteciler yönelik “savaş mültecileri” benzerliğiyle “Taliban’dan kaçan mülteciler” gibi genelleştirilmiş ifadelerle homojen hâle getirilmektedir. Öte yandan, analiz edilen haberlerde Afgan sığınmacılar; yaşadığı zorluklarla güvenlik ve ekonomik açıdan tehdit unsuru olmalarıyla, yasa dışı ve tehlikeli eylemleriyle örtük bir şekilde aktörleştirilmektedir.
- Genel olarak haber başlıkları ve görsellerinde: Haber başlıklarında genel olarak durum ve olay mekânı bilgisi verilmiştir. Ancak, bazı haber başlıklarındaki eksik cümle yapılarıyla okuyucuda merak uyandırılmak istenmiştir. Bunlara ek ola-

rak, haberlerin inandırıcılığını güçlendirmek için haberlerde birçok fotoğraf kullanılmıştır. Ayrıca, internet haberciliğinin multimedya avantajı da kullanılarak haberler video, görsel ve grafiklerle güçlendirilmiştir. Dört medya kuruluşundan sadece BBC’nin iki haberde kadın ve çocuk görsellerini mozaikleterek yer vermesi etik ilkeler açısından olumlu bir bulgudur.

- Statüleri: Dört medya kuruluşunda “mülteci”, “sığınmacı”, “göçmen” kavramları birbirlerinin yerine ve eş anlamda kullanılmıştır.

Sonuç olarak Afgan sığınmacıların haberlerde görünürlüğü artmış olsa da haberlerde yüzeysel, tümüyle ikincil kaldığı bir bağlamda verildiği söylenebilir. Suriyeli mültecilerin zaten hâlihazırda toplum içinde var olan tehdit algısına ek olarak bir de Afgan sığınmacıların “tehdit” olarak sunulması da Afganları yeni ve güçlenen bir tehlikeye dönüştürmektedir. Özellikle ülke liderlerinin bu konuda görünümde çözüm aramakla birlikte esasen yeni bir düşman yarattıkları görülmektedir. Bununla birlikte haberlerde, Afgan sığınmacıları için üç argüman öne sürülmektedir. İlk olarak gelecek yeni göç dalgalarının engellenmesi daha sonra bölge ülkelerine destekler sağlanması (ülkelere kabulü ve barınabilme) ya da sığınmacılar Avrupa ülkelerine gitmeli şeklindedir. Haber söylemlerinde Afgan sığınmacılara yönelik bakış açısı temelde Suriyeli mülteciler ile pek çok yönden benzeşmekle birlikte yeni ve iki temel karmaşık boyutları olan meselelerdir.

KAYNAKÇA

- Afghan Civil Society Forum (2009). The Cost of War: Afghanistan Experiences of Conflict 1978-2009, https://www-cdn.oxfam.org/s3fs-public/file_attachments/afghanistan-the-cost-of-war_14.pdf
- BBC Türkçe (15 Ağustos-15 Eylül 2021). Afgan Sığınmacılar Hakkında Uluslararası Haberler, <https://www.bbc.com/turkce/topics/cg726y2k5p8t>
- Berry, M, Inaki, G-B, Kerry, M. (2015). Press Coverage of the Refugee and Migrant Crisis in the EU: A Content Analysis of Five European Countries. Geneva, UNHCR Project Report <https://www.unhcr.org/56bb369c9.html> Erişim Tarihi: 16.01.2022
- Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği Türkiye Temsilcisi (BMMYK) (1951). “Mültecilerin Hukuki Statüsüne İlişkin Sözleşme”, Md.1(A)(2). <https://www.multeci.org.tr/wp-content/uploads/2016/12/1951-Cenevre-Sozlesmesi-1.pdf> Erişim Tarihi: 16.01.2022
- Castle, S. ve Miller, M. J. (2008). *Göçler Çağı, Modern Dünyada Uluslararası Göç Hareketleri*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları: İstanbul.
- Deutsche Welle (DW) (15 Ağustos-15 Eylül 2021). Afgan sığınmacılar hakkında uluslararası haberler, <https://www.dw.com/search/languageCode=tr&item=Afgan%20mülteciler&searchNavigationId=10201&sort=DATE&resultsCounter=20>
- Doğanay, Ü. ve Keneş Çoban, H. (2016). Yazılı Basında Suriyeli “Mülteciler”: Ayrımcı Söylemlerin Rasyonel ve Duygusal Gereçlerinin İnşası. *Mülkiye Dergisi*, 40(1), ss.143-184. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/487464>
- Doğanay, Ü, Öztürk, K, Çalışkan, S. (2018). *Media Monitoring, Media Discourse on Refugees and Migration*. Research Report I, IGAM. <https://drive.google.com/file/d/1dR1UM04LvaGuDih1VdnCgYkLsHOMd0LU/view>
- Efe, İ. (2015). Türk Basınında Suriyeli Sığınmacılar, Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı (SETA) http://file.setav.org/Files/Pdf/20151225180911_turk-basininda-suriyeli-siginmacilar-pdf.pdf
- Engindeniz, İ, Özkan, Ş, Saç, E, Sert, G. (2019). *Medyada Nefret Söylemi İzleme Raporu*. Hrant Dink Vakfı, <https://hrantdink.org/attachments/article/2134/MNSİ-rapor-mayıs-agustos-2019.pdf>
- Euronews (15 Ağustos-15 Eylül 2021). Afgan Sığınmacılar Hakkında Uluslararası Haberler, <https://tr.euronews.com/tag/afgan-multeciler>
- Erdoğan, M., Kavukçuer, Y., ve Çetinkaya, T. (2017). Türkiye’de Yaşayan Suriyeli Mültecilere Yönelik Medya Algısı. Ankara: *Özgürlük Araştırmaları Derneği*.
- Göç İdaresi Başkanlığı (2021). Şartlı Mülteci Kavramı, <https://www.goc.gov.tr/sartli-multeci> Erişim Tarihi: 17.01.2022

- Göç İdaresi Başkanlığı (2013). Uluslararası Koruma, <https://www.goc.gov.tr/uluslararasi-koruma> Erişim Tarihi: 17.01.2022
- IOM, International Migration Law: Göç Sözlüğü (2014). (2) ss. 35-38. https://publications.iom.int/system/files/pdf/iml31_turkish_2ndedition.pdf
- Kirişçi, K. (2014) *Syrian Refugees and Turkey's Challenges: Going Beyond Hospitality. Report*. Washington, DC: Brookings, ss. 1-46 <https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/Syrian-Refugees-and-Turkeys-Challenges-May-14-2014.pdf> Erişim Tarihi: 19.01.2022
- Maizland, L. (2021). The Taliban in Afghanistan, Council on Foreign Relations, <https://www.cfr.org/backgrounder/taliban-afghanistan> Erişim Tarihi: 15.01.2022
- Marchand, K. ve Siegel, M. (2014). Afghanistan Migration Profile, Prepared for the International Organization for Migration (IOM).
- Merriam Webster, What’s the Difference Between a Burka, Hijab and Niqab. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/burka> Erişim Tarihi: 28.01.2022
- Özer, Ö. (2011). *Haber Söylem İdeoloji*, Konya: Literatürk Yayınları, ss. 83-84
- Şimşek, A. R. (2021). Tarihten Günümüze Afganistan Göçleri ve Türk Asıllı Göçmenler, Ankara Kriz ve Siyaset Araştırmaları Merkezi (ANKASAM), <https://www.ankasam.org/tarihten-gunumuze-afganistan-gocleri-ve-turk-asilli-gocmenler/> Erişim Tarihi: 16.01.2022
- United Nations News (UN) (2021). Afganistan: Ölen veya Yaralanan Kadın ve Çocukların Rekor Sayısı, <https://news.un.org/en/story/2021/07/1096382>
- UNHCR (2017). Returns to Afghanistan in 2017, file:///C:/Users/aes/Downloads/Joint%20Returnee%20Report%20IOM%20UNHCR_FINAL.pdf
- Van Dijk T. A. (1988). *News Analysis*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Van Dijk, T. A. (1999). Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları. M. Küçük (Ed. ve Çev.), *Medya, İktidar, İdeoloji* içinde. Ankara: Ark Yayınları.
- Voice of America (Amerikanın Sesi) (15 Ağustos-15 Eylül 2021). Afgan sığınmacılar hakkında uluslararası haberler, <https://www.amerikaninsesi.com/sk=Afgan%20mülteciler&tab=all&pi=1&r=any&pp=10>
- Yıldırım Geyik, S. (2018). Göç ve Afganlar: “İstikrarlı Mülteciler”. *Göç Araştırmaları Dergisi*. 4(2). <https://gam.gov.tr/files/8-5.pdf>

YENİ TOPLUMSAL HAREKETLER BAĞLAMINDA BİR DİJİTAL AKTİVİZM ÖRNEĞİ: AFGANİSTAN KADIN HAREKETİ MYREDLINE

AN EXAMPLE OF DIGITAL ACTIVISM IN THE CONTEXT OF NEW SOCIAL
MOVEMENTS: AFGHANISTAN WOMEN'S MOVEMENT MYREDLINE

Dr. Öğr. Üyesi Ebru TURANLI
Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Görsel İletişim Tasarımı Bölümü
ebruturanli@gmail.com
ORCID: 0000-0002-4409-1456

Khalid TAHIRY
Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Fakültesi
Gazetecilik Bölümü Yüksek Lisans öğrencisi
halidthry@gmail.com
ORCID: 0000-0001-5465-4606

ÖZET

Toplumsal hareketler içerisinde yer alan kadın hareketleri, yeni toplumsal hareketler ile yeni bir boyut kazanmış, teknolojinin gelişmesiyle ortaya çıkan dijital aktivizm ile daha etkin bir hâl almıştır. Dijital platformu kullanan her türlü aktivizmi dijital aktivizm olarak tanımlamak mümkündür. Dijital medya; toplumsal hareketlerin iletişim kurma, örgütlenme ve eyleme geçme biçimlerini kökten değiştirmiştir. Bu bağlamda dijital medya, özellikle de sosyal medya, yeni bir katılımcı kültürü ve yeni aktivizm pratiklerini mümkün kılmıştır. Kadın hareketleri de dijital platformlar sayesinde organize olmakta ve etkinliklerini arttırmaktadır. Bu çalışmada, toplumsal hareketler; kadın hareketleri, dijital aktivizm kavramları üzerinde durulmuştur. Dijital kadın aktivizminin bir örneğini oluşturan MyRedLine kadın hareketinin Twitter ve Facebook sayfaları üzerinden 22 Eylül 2019 – 7 Şubat 2020 tarihleri arasında yaptığı paylaşımlar ve hareketi başlatan Farahnaz Forotan'ın hareketle ilgili kişisel sayfasında 14 Mart 2019 – 7 Şubat 2020 tarihleri arasında paylaştığı içerikler incelenmiştir. Paylaşımlar niceliksel ve niteliksel olarak analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular MyRedLine kadın hareketinin Afganistan kamuoyundan gereken desteği alırken, uluslararası kamuoyunda yeterli desteği göremediğini, barış, kadın erkek eşitliği ve eğitim hakkı konularının ön plana çıkarıldığını ve hareketin ülkede gerçekleşen siyasi gelişmelerin etkisiyle başarıya ulaşamadığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Toplumsal Hareketler, Kadın Hareketleri, Dijital Aktivizm, Sosyal Medya, Yeni Toplumsal Hareketler.

ABSTRACT

The women's movements within the social movements took on a new dimension with the new social movements and became more effective with the digital activism that emerged with the development of technology. All kinds of activism using the digital platform can be defined as digital activism. Digital media has radically changed the way social movements communicate, organize and take action. In this context, digital media, especially social media, have enabled a new participatory culture and new activism practices. Women's movements are also organized and can be more effective by using digital platforms. In this study, social movements, women's movements, digital activism concepts are emphasized. The posts of the MyRedLine women's movement, which is an example of digital women's activism, on Twitter and Facebook accounts between 22 September 2019- 7 February 2020 and the content shared by Farahnaz Forotan, who started the movement, on her personal page about the movement between 14 March 2019- 7 February 2020 were examined. The contents were analyzed quantitatively and qualitatively. The findings that have been obtained show, MyRedLine women movement was supported by Afghanistan public but it was not supported by international public opinion, peace, gender equality and the right to education were featured and the movement did not achieve success due to the political situation in the country.

Keywords: Social Movements, Women's Movements, Digital Activism, Social Media, New Social Movements.

GİRİŞ

Toplumsal hareketler tarih boyunca var olmuş ve var olacak önemli bir sosyolojik olaydır. Elbette toplumsal hareketlerin modern topluma ait bir olgu olduğunu belirtmek gerekmektedir. Toplumsal yapıların tıpkı birer canlı organizma gibi, değişime, yenilenmeye, yeniden biçimlenmeye uğraması kaçınılmazdır. Toplumsal hareketler bu devinimin çok önemli bir parçasını oluşturmaktadır. İnsanların bir amaç etrafında bir araya gelerek organize bir çaba göstermesi ile toplumsal hareketler oluşmakta bu da toplumsal değişimlerin gerçekleşebilmesine yol açmaktadır.

Yeni toplumsal hareketler ise ekonomi ve sınıf mücadelesi yerine, devleti ele geçirme amacı gütmeyen, eşitlik, farklılık ve kimlik temelli sorunlara yönelmiş, şiddet karşıtı hareketlerdir. Bunlar; çevre hareketi, kadın hareketleri, savaş karşıtı hareketler, nükleer karşıtı hareketler, azınlık hareketleri, insan hakları hareketi gibi hareketlerdir. İnternet teknolojilerinin gelişmesiyle sosyal medyanın hayatımızın bir parçası olması, dijital aktivizmi de beraberinde getirmiştir. Dijital platformlar bireye hareket özgürlüğü sağlamak, internet erişimi ile düşüncelerini anında ve sürekli olarak paylaşma imkânı tanımaktadır. Bu sayede bireyler pek çok toplumsal konuda etkileşimde bulunabilmekte, ortak hareket etme kabiliyetine sahip olabilmektedir. Dijital platformları kullanarak gerçekleştirilen aktivizm, pek çok ülkede önemli değişimlerin yaşanmasına yol açmıştır. Arap Baharı, Gezi Parkı, Sarı Yelekliler, Occupy Wall Street ve son dönemde gerçekleşen Black Lives Matter dijital aktivizme örnek olarak verilebilir. Artık kadın hareketleri de dijital platformları kullanarak etkinliklerini artırmaktadır.

Bu çalışmada bir dijital aktivizm örneği olarak, Afganistan’da kadınların hakları ve özgürlükleri için gerçekleştirdikleri MyRedLine hareketine dair paylaşımların yer aldığı Facebook ve Twitter sosyal medya hesapları içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Çalışmanın araştırma soruları şu şekilde oluşturulmuştur: Dijital medyanın kadın hareketleri üzerindeki rolü ve etkisi nedir? Kadın hareketi, dijital platformlar sayesinde Afganistan’da etkinliğini artırabilmiş midir? Kadın hareketi dijital medya sayesinde siyasi ve toplumsal anlamda yeterli desteği görebilmiş midir? Dijital aktivizmin başarıya ulaşabilmesine siyasi, sosyal ve ekonomik faktörler etki etmekte midir?

1. Toplumsal Hareketler

Son yirmi yılda, toplumsal hareketler; kendi üyelerini harekete geçirmek, yeni üyelere ulaşmak, medya ve toplumsal aktörlerle ilişki kurmak için yeni iletişim teknolojilerine ve günümüzde özellikle sosyal medyaya daha fazla güvenmektedir. Toplumsal hareketlerin tanımı konusunda bilimsel bir fikir birliğinin olduğunu söylemek güçtür. Bunda her tanımın teorisyenlerin teorik varsayımları olduğu gerçeğinin yanı sıra, alanda pek çok çerçevenin var olması ve bunların her birinin toplumsal hareketleri farklı kavramlaştırması ve tanımlaması etkili olmaktadır.

Toplumsal hareketler, bir parçası olduğu grup, toplum veya dünya düzenindeki değişimi teşvik etmek veya buna direnmek amacıyla kurumsal kanalların dışında bir dereceye kadar örgütlenme ve süreklilik ile hareket eden bir kolektivite olarak tanımlanabilir (McAdam ve Snow, 2010, s. 12). Touraine (1999) toplumsal hareketleri mevcut siyasal sistemin işleyişini değiştirmek ya da toplumun kültürel yapısında reform yapmak

için girişilen çabalar bütünü olarak ifade etmektedir (s. 51). Giddens (2006), toplumsal hareketi, “yerleşik kurumsal alanın dışında gerçekleşen eylemler yoluyla, ortak bir çıkarı korumaya ya da ortak bir hedefe erişmeyi sağlayabilmeye yönelik toplu girişimler” (s. 867) olarak tanımlamaktadır. Ranney (2014) ise toplumsal hareketlerin, adaletsizliği protesto etmek ve statükoya meydan okumak için bir grup insanın bir araya gelmesiyle oluştuğunu belirtmektedir (s. 7). Bu hareketler; içinde bulunduğu toplumdan ve toplumsal gelişmelerden etkilenir, yerel ya da uluslararası olabilir ve çeşitli sosyal, siyasi ya da ekonomik sorunları ele alabilir. Toplumsal hareketlerin arkasındaki temel itici gücün ise eşitsizlikler, adaletsizlikler ve haksızlıklar olduğu söylenebilir. Nihayetinde toplumsal hareketleri; yararlı olduğuna inandıkları toplumsal değişimi gerçekleştirmek ya da zararlı olduğuna inandıkları toplumsal değişime direnmek için çok sayıda insanın bir araya gelerek organize bir çaba göstermesi olarak tanımlayabiliriz.

Robert Metron ve arkadaşlarına göre tüm toplumsal hareketler üç özellik çerçevesinde oluşmaktadır. Bunlar; hareketin belirli bir amacının olması, uyum içinde hareket eden organizasyonlara sahip olması ve herkesi ortak bir paydada buluşturacak bir ideolojiye sahip olmasıdır (Metron’dan aktaran: Şimşek, 2004, s. 113). Bu özellikler toplumsal hareketlerin niteliksel olarak değişiklik gösterdiği durumlarda dahi özünde mevcut olan özelliklerdir. Bununla birlikte Christiansen (2011) toplumsal hareketlerin dört aşamadan oluştuğunu belirtmektedir. Bu aşamaları “ortaya çıkış”, “birleşme”, “bürokratikleşme” ve “gerileme” şeklinde adlandırmaktadır. Ortaya çıkış döneminde, örgütsel açıdan küçüktürler ve hazırlık dönemindedirler. Bu aşamada hareket aktörleri kışkırtıcı bir rol oynar ve farkındalık yaratmak için inisiyatif alır. Bu bağlamda kolektif eylemden ziyade bireysel eylemin söz konusu olduğu söylenebilir. İkinci aşama olan birleşmede aktörler örgütlenir, liderlik ortaya çıkar, çok sayıda insan harekete katılır ve kitlesel güç gösterileri veya protestolar meydana gelir. Üçüncü aşama olan bürokratikleşmede, toplumsal hareketler amaçlarına ulaşmak için siyasi seçkinlere ulaşır. Son aşamada, toplumsal hareketler ya başarı ya da başarısızlık nedeniyle geriler (ss. 16-19).

Toplumsal hareketler, günümüzde devlet iktidarını değil, devletten özerklik kazanmayı hedeflemektedir. Amaç devlet aygıtını aşağıdan yukarıya doğru kullanmak ve devlet mekanizması içinde işlevsel olabilmektir (Collas, 2002, s. 90). Yani toplumsal hareketler iktidarı ele geçirmek ve sistemi değiştirmek gibi amaçlar gütmemektedir. Çoğu zaman mevcut siyasal ve ekonomik güçler karşısında adaletsizliğe karşı mücadele etmek, tepki göstermek ve buna dair çözüm önerileriyle değişimi gerçekleştirmeyi amaç edinmektedir. Mannheim (2002) da toplumsal hareketlerin var olan toplumsal yapıya karşı verdikleri mücadelede geleceği insanlar için umutlu kılmaya çalıştıklarını, bu anlamda tarihsel olarak tüm muhalif toplumsal hareketlerde ütopyaların izi olduğunu belirtmektedir. Toplumsal özgürleşmeyi hedefleyen toplumsal hareketler, içerisinde yaşanan dünyanın ötesinde eşitlikçi, özgür bir dünya kurgulamaktadırlar. Bu bağlamda ütopya ulaşılması gereken hedef olarak konumlanmakta ve toplumsal mücadelenin özgürlükçü yapısı ütopyadan beslenmektedir (s. 216). Küreselleşme ile kurulan yeni dünya düzeninde emperyalizme karşı sürdürülen 19. yüzyıl Marksist temelli emek sermaye çelişkisi odaklı eski toplumsal hareketler ise artık yerini yeni toplumsal hareketlere bırakmıştır. Ancak toplumsal hareketlerin eski ve yeni ayrımına tabi tutulmuş olması, bu hareketlerin birbirlerinden bağımsız ve farklı ya da daha önemli ya da önemsiz oldukları anlamına gelmemektedir.

2. Yeni Toplumsal Hareketler ve Dijital Aktivizm

Yeni toplumsal hareketler postmodern toplumlardaki toplumsal hareketleri ve bu hareketlerin rolünü analiz etmek ve açıklamak için kullanılan bir hareket teorisidir. Yeni toplumsal hareketleri genellikle 1968 dönemine damga vuran devleti ele geçirme amacı olmayan, kimlik yönelimli, şiddet karşıtı hareketler olarak tanımlamak mümkündür (Hira, 2016, s. 145). 1960'lı yıllardaki eski toplumsal hareketler, siyasal iktidarı hedefleyen, ekonomik çıkar odaklı ve sınıfsal bir yapıya sahip olan hareketlerdir (örneğin işçi hareketleri). Yeni toplumsal hareketler ise, 1970'lerden itibaren ortaya çıkmış olan çevre hareketi, kadın hareketleri, savaş karşıtı hareketler, nükleer karşıtı hareketler, azınlık hareketleri, insan hakları hareketi gibi hareketleri ifade etmektedir (Önder, 2003, ss. 34-35). Ancak yeni toplumsal hareketlerin odaklandığı konuların eski hareketlerde gündeme getirilmemiş ya da ilk defa mücadele konusu hâline gelmiş olarak algılanması da doğru değildir. "Örneğin kadın hakları hareketi, onlarca yıldır işçi örgütlerinin odaklandığı sorunların aynılarına (iş yeri koşulları ve ücretler) odaklanmaktadır. Benzer şekilde ABD'nin askerî gücünü protesto eden pek çok insan, öncelikli amaçlarını tüm dünyada ekonomik eşitlik olarak kabul etmektedir" (Macionis, 2012, s. 616). Bu bağlamda yeni toplumsal hareketlerin, öncülleri olan eski toplumsal hareketler üzerine inşa edilmiş olduğu söylenebilir.

1960'larda ve 1970'li yıllarda yeni toplumsal hareket teorisyenleri, geleneksel toplumsal hareket teorilerinin varsayımlarına meydan okumak için o sırada meydana gelen birçok sosyal hareketi örnek olarak kullandılar. Örneğin, yeni toplumsal hareket teorisyenleri, savaş karşıtı, çevresel, sivil haklar ve kadın hareketleri üzerine yaptıkları çalışmalar aracılığıyla, toplumsal hareketlerin değişimi etkilemek için kimlik inşası, yapısal değişim ve bilgi kontrolüne odaklandığının altını çizdiler (Flynn, 2011, s. 91). Bu noktada da eski toplumsal hareketlerin teorilerinden kopmuş oldular.

Yeni ve eski toplumsal hareketler arasındaki farkları inceleyecek olursak; eski toplumsal hareketlerin ekonomik gelişmişlik, refah dağılımı, paylaşım gibi konular etrafında örgütlendiği, yeni toplumsal hareketlerin ise gençlik, çevre, kadın hakları, insan hakları gibi konular etrafında örgütlendiği görülmektedir. Diğer bir farklılık olarak eski toplumsal hareketlerin eylem biçimleri ve yöntemleri siyasal parti ve sendikalar gibi örgütlenme yapıları üzerinden gerçekleşmektedir. Yeni toplumsal hareketlerde ise sosyal platformlardaki bireysel örgütlenmeler söz konusudur. Eski toplumsal hareketler tüketim özgürlüğü ve maddi ilerleme gibi konuları ele alırken, yeni toplumsal hareketler kişisel özerklik ve kimlik gibi konuları ele almaktadır. Aktörler açısından eski toplumsal hareketler, grup olarak hareket eden işçi hareketi gibi toplumdaki bağımsız olmayan hareketlerdir. Yeni toplumsal hareketlerde yer alan aktörler, grup davranışından uzak, belli temalar etrafında bir araya gelmiş topluluklardan meydana gelmektedir (Offe, 1985, ss. 819-820). Bu bağlamda yeni toplumsal hareketlerde yer alan herhangi bir aktivist hem feminist hareketler hem de gençlik hareketleri içinde yer alabilmektedir. Bu durum, yeni toplumsal hareketlerin amaçlarının eski hareketlere göre, ekonomik ve politik temel yerine kültürel temelli olması ile açıklanabilmektedir.

Touraine (2007, s. 274), eski toplumsal hareketler ile yeni toplumsal hareketlerde ön plana çıkan önceliklerin farklılaştığına dikkat çekerek, söz konusu hareketlerdeki stratejik değişimleri karşılaştırmıştır. Bu durumda eski toplumsal hareketler toplumdaki

en yoksul kesimlerden ziyade ücretlilerden oluşan orta sınıfın çalıştığı sektörleri savunmayı tercih ederken; yeni toplumsal hareketler hem toplumsal hem de kültürel nitelikli sorunlara duyarlı olan yeni bir kuşağı temsil etmektedir. Bu yeni kuşak için önemli olan, üretim araçlarının yönetimi sorunu için mücadele etmek yerine eğitim, toplumsal ve kültürel konular hakkında kamusal alanda bir bilinç oluşturmaktır.

Bu bağlamda yeni toplumsal hareketlerin belirleyici özelliklerini aşağıdaki şekilde sıralayabiliriz:

- Yeni toplumsal hareketlere katılan bireyler aynı sınıfın üyeleri olmayıp, farklı toplumsal aidiyetlere sahiptir.

- Bu bireyler, sahip oldukları değer yargıları ve fikirler bakımından bir çoğulculuk göstermektedir.

- Bireyler ekonomik amaçlardan daha çok kimlik ve kültürel konulara ilişkin talep ve beklentiler üzerine hareket etmektedir.

- Bireyler, kendilerini grup ve sınıf aracılığıyla değil, daha çok bireysel olarak nitelendirmektedir.

- Yeni toplumsal hareketler, bireyin toplumsal yapı içindeki kişisel yönlerini yansıtmaktadır.

- Şiddete değil sivil itaatsizliğe yönelik eylemler gerçekleştirmektedirler (Johnston vd. aktaran: Hira, 2016, s. 153).

Bu özelliklerin yanı sıra günümüzde artık yeni toplumsal hareketlerin iletişim ortamının internet olduğunu söylemek mümkündür. Aktivist birey ve örgütler hedeflerine dair çeşitli enformasyon ve fikirleri dijital ortamda hızlı ve özgür bir şekilde paylaşarak kamuoyunun desteğini almayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda yeni toplumsal hareketler karşımıza dijital aktivizm kavramını çıkarmaktadır.

2.1. Dijital Aktivizm

Teknolojinin gelişmesiyle yaygınlaşan internet kullanımı, etkileşim özelliğini barındıran Web 2.0 uygulamasıyla birlikte yeni bir boyut kazanmıştır. Web 2.0, World Wide Web'i ve kaynaklarını kullanmanın yeni bir yolu olarak sadece pasif biçimde web sayfalarının okunmasını değil, aktif ve etkileşimli bir hâl alarak, katılımcı bilgi paylaşımını, karşılıklı kullanılabilirliği, kullanıcı merkezli tasarımı da olanaklı kılmıştır. Web'in bu etkileşimli yeni tabanı, iş ve eğitim olmak üzere pek çok alanda kullanılmaktadır. Web 2.0 ayrıca bilgi, yorum, fotoğraf, video vb. alışverişi yaparak sosyalleşmeyi ve etkileşimi desteklemektedir. Facebook, Twitter, Delicious ve Flickr gibi sosyal ağlar insanların iletişimde kalmasına, arkadaş edinmesine ve daha pek çok şeye olanak tanımaktadır (Buzzi, Buzzi ve Leporini, 2011, s. 151). Web 2.0 uygulamasıyla bireyler hem içerik üreticisi hem de tüketicisi konumuna kavuşmuşlardır. Toffler (1981), *Üçüncü Dalga* kitabında içinde bulunduğumuz çağı, teknoloji, bilgi çağı olarak nitelendirirken, bu çağın bireylerini de 'prosumer' kavramıyla tanımlamıştır. Prosumer, producer (üretici) ve consumer (tüketicisi) kelimelerinin bir araya gelmesiyle oluşmuştur. Böylece sosyal medya, kullanıcılar için hızlı bir şekilde hem ürettikleri hem tükettikleri yeni nesil bir iletişim kaynağı olma özelliğini almıştır.

Sosyal medyanın kullanım alanının genişlemesiyle hayatımıza dâhil olan yeni bir kavram da dijital aktivizm olmuştur. Aktivizm “toplumsal dönüşüme destek olmak ya da karşı çıkmak amacıyla gösterilen çabaların tamamı” olarak tanımlanırken, dijital aktivizm de “dijital platformu kullanan her türlü aktivizm örneği” olarak tanımlanabilmektedir (Sivitanides, 2011, s. 2). Dijital aktivizm; internet ortamında toplumsal ya da politik konularda, karşı ya da taraf olmanın yanı sıra herhangi bir konuda kişilerin fikirlerini değiştirmeye yönelik etkileme çabası olarak tanımlanabilmektedir (Çoban ve İnceoğlu, 2015, s. 13). Diğer bir tanımla dijital aktivizm, sosyal medya, özellikle Twitter ve Facebook, YouTube, e-posta ve podcast’ler gibi elektronik iletişim teknolojilerinin, toplumsal hareketin daha hızlı bir iletişim içinde olması ve yerel bilgilerin geniş bir kitleye ulaşmasını sağlamak için kullanılmasıdır (Pathak, 2013, s. 1). Bu bağlamda değerlendirildiğinde özellikle internet ve sosyal medyanın toplumsal hareketlerin yayılımını kolaylaştırmakta olduğu ve onları daha önce benzeri görülmemiş bir hızla uluslararası kamuoyunun dikkatine sunarak, hareketlerin tam anlamıyla gerçek zamanlı olarak izlenmesine de olanak tanıdığı söylenebilmektedir. Nitekim gerçek zamanlı paylaşım fırsatı sayesinde özellikle Twitter, bilgiyi geniş bir kitleye yaymanın, toplumda bir kamu söylemini etkilemenin ve kullanıcıları sosyal tartışmalara dâhil etmenin en popüler yollarından biri olarak görülmektedir. Üç farklı ülkeden üç farklı hareketi (Occupy Wall Street, Indignados ve Aganaktismeni) inceleyen yakın tarihli bir araştırma, Twitter’ın gerçekten de hareketi popülerleştirmeye ve halkın katılımını artırma çağrısını genişletmeye yardımcı olduğunu belirtmektedir (Brünker, Wischnewski, Mirbabaie ve Meinert, 2020, s. 2357). Bu bağlamda Twitter’ın örnek verilen toplumsal hareketler dâhilinde de niteliksel olarak hareketin yapısını biçimlendirdiğini ve niceliksel olarak da hareketin daha geniş bir katılım olanağına kavuşmasını sağladığını söylemek mümkündür.

Joyce (2010), “Dijital aktivizmin altyapısı, bilgi iletmek için dijital kod kullanan birbirine bağlı bir grup cihaz olan dijital ağa dayanmaktadır. Ağların güzelliği, bağlantının dağıtılmış olmasıdır. Ağlar bizi sadece merkeze bağlamaz, bizi birbirimize de bağlamaktadır. Böylece çok sayıda vatandaş birbiriyle daha kolay bağlantı kurabildiğinde, orijinal içerik gönderip alabildiğinde ve eylemi koordine edebildiğinde, etkili siyasi hareketler yaratabilmektedirler” (s. 2) demektedir. Bu hareketler arasında öne çıkanlar arasında İstanbul Gezi Parkı, Arap Baharı, Occupy Wall Street, İspanya’da Indignadas, Brezilya’da 20 Cents hareketi örnek olarak gösterilebilir. Bu hareketler çoğunlukla sosyal medya üzerinden partilerin, sendikaların ve geleneksel kitle örgütlerinin varlığı olmaksızın eyleme çağrılan gençlerden oluşmaktaydı. Bu bağlamda dijital aktivizmde hareketlerin liderleri veya hiyerarşisi olmadığını söylemek mümkündür. Ayrıca yeni iletişim teknolojileri ve internetin gelişimi ve erişilebilirliğinin artması, aynı zamanda toplumsal sorunların farkındalığını, hassasiyetini ve bazı zamanlar çözümünü de dijital aktivizmle beraberinde getirmeye başlamıştır. Nitekim Göker (2009) dijital aktivizmi, internetin sosyal dünyada bir devrim yaptığını, insanlığın problemlerinin bu araç üzerinden çözüleceğini, politik süreçlerden ve karar alma mekanizmalarından dışlanan yurttaşların daha katılımcı ve şeffaf demokrasiye bu araç üzerinden kavuşabileceklerini savunanların oluşturduğunu belirtmektedir.

Dijital aktivizmin altyapısını oluşturan dijital teknolojinin kullanım olanakları ülkelere göre değişiklik göstermektedir. Bu altyapının nasıl kullanılacağı ya da kullanılıp kullanılmayacağı ekonomik, sosyal ve siyasi faktörler tarafından belirlenmektedir. Ön-

celikle ekonomik faktörler dijital mal ve hizmet satın alma yeteneklerini şekillendirdiğinden dolayı aktivizmin niteliğini etkilemektedir. Örneğin, zengin ülkelerde daha fazla kişinin internet hizmetleri için ödeme yapabilmesi ve firmalar arasındaki rekabetin yol açtığı daha düşük kullanım fiyatları insanların aktivizme dâhil olmasını kolaylaştırmak tadır. Bununla beraber ekonomik faktörler, pahalı olan teknolojik cihazlara erişilebilirliği de etkilemektedir. Bu yüksek işlevselliğe sahip cihazların, finansal kaynaklara sahip olanlar için daha erişilebilir olması dijital aktivizme katılım oranlarını da etkilemektedir (Joyce, 2010, ss. 4-5). Elbette bu durum sınırlı finansal kaynaklara sahip kişilerin dijital aktivizmde yer almasını engellememektedir. Bilgisayarların akıllı telefonlardan daha geniş bir çeşitlilikte aktivizm uygulamalarına izin veriyor olmasıyla birlikte akıllı telefonlarla bilgisayarlar arasındaki farkların gittikçe azalmış olması, akıllı telefon kullanımının da artmasına yol açmaktadır. Bu durum aktivistlerin daha güçlü ve daha ucuz cihazlarla siyasi ve sosyal değişim hedefleri için dijital altyapıyı kullanabilmesini sağlamıştır.

Siyasi faktörler de dijital aktivizmi etkilemektedir. Demokratik toplumlarda bireyler hükümetler üzerinde bir etkiye sahip olduğunda dijital aktivizmin siyasi bağlamı kanun ve düzenlemeler açısından anlaşılabilir. Fakat baskıcı ve otoriter hükümetler dijital aktivizm ortamını belirlerken demokrasi çerçevesinde hareket etme zorunluluğu hissetmeyebilmektedir. Bu nedenle bu ülkelerde, aktivistler hükümetin dayattığı sınırlamalar nedeniyle istedikleri düzeyde aktif olamayabilmektedir. Toplumsal normlar da bir bireyin aktivizm için dijital teknolojiyi kullanıp kullanmayacağı ve nasıl kullanacağı konusunda etkili olabilmektedir. Nasıl ki bireylerin ne giymesi gerektiği ya da nasıl davranışlar sergilemesi gerektiğiyle ilgili beklentiler varsa dijital aktivizmle ilgili beklentiler de bulunmaktadır. Bu beklentiler sosyal gruplar arasında farklılık göstermekte ve genellikle yaş, cinsiyet, din, eğitim, etnik köken veya sosyo-ekonomik durum gibi özelliklere dayanmaktadır (Sivitanides, 2011, s. 3). Dijital aktivizm, eylem ve protestolara fiziksel katılımı gerçekleştirmemektedir. Aktivistler herhangi bir konu ya da duruma ilişkin eylem ve protestolarını dijital ortamda içerik üretip paylaşarak, üretilen içeriklere yorum yaparak, bir içeriği beğenerek, yeniden göndererek, imza kampanyaları düzenleyerek ya da imza kampanyalarına katılarak gerçekleştirilmektedir. Bu bağlamda değerlendirildiğinde dijital aktivizmin işlevselliği açısından siyasi faktörlerin, ekonomik ya da sosyal faktörlerden daha etkili olduğunu söylemek mümkündür. Demokrasi kültürünün gelişmediği ya da az geliştiği ülkelerde iktidarlar, dijital ortamı kontrol altında tutmak için gerekli yasal düzenlemeleri yapabilmekte, internet yavaşlatma, içerik takip etme ve içeriğin çeşitli gerekçelerle ihbar edilmesi ve cezai işlemlere tabi olması, ya da bazı uygulamaların kapatılması gibi çeşitli politikalar gerçekleştirebilmektedir. Böylece aktivistlerin eylem alanı olan dijital ortam kontrol altında tutulmaktadır. Bunun yanı sıra hükümetler tarafından gerçekleştirilen bu tür cezai yaptırımlar, toplumda bir korku kültürü oluşmasına da yol açmaktadır. Bireyler özgürce paylaşım yapabilecekleri bir ortam oluşsa bile, otokontrol uygulayarak kendilerini özgürce ifade etmekten kaçınabilmektedir. Sonuç olarak baskıcı ve otoriter hükümetlerin bulunduğu ülkelerde bu bağlamda dijital aktivizmin gelişim göstermesi daha güç gerçekleşmektedir.

Yine de sosyal medyanın varlığının bu ülkelerde dahi toplumsal hareketlerin niteliğini değiştirdiği ortadadır. İnternetin bireylere ve taban örgütlerine en büyük vaatlerinden biri, medyanın eşik bekçilerinin ve hükümet sansürlerinin üstesinden gelerek potansiyel aktivistler, spesifik gruplar ve taban örgütlerinin doğrudan iletişim ku-

rabilmesini sağlamasıdır. Yakın geçmişte de Orta Doğu'daki bireyler ve taban örgütleri, bölgeyi sarsan ve uzun süredir liderleri deviren protestolarla ilgili bilgileri organize etmek ve yaymak için Facebook ve Twitter'ı kullanmıştır (İsa ve Himelboim, 2018, s. 3). Her türlü iktidarın gazete, televizyon, radyo gibi konvansiyonel medya üzerindeki hâkimiyeti karşısında bireyler bir tür direniş alanı olarak sosyal ağları kullanmaktadır. Böylece baskıdan uzaklaşan bireyler, sosyal ağların sunduğu özerklik ile her türlü enfomasyona ulaşabilmekte ve bu enfomasyon sürecine üreterek de katkı sağlayabilmektedir (Çaycı ve Karagülle, 2014, s. 6372). Bu bağlamda sosyal medya; hükümet sansürlerinden kaçınma, yerel ve uluslararası desteği harekete geçirme, seçkinlere ve medyaya ulaşma ve aktivistlerle iletişim kurma konularında toplumsal hareketlerin başarıya ulaşmalarını sağlamaktadır. Kadın hareketleri de uzun bir tarihsel geçmişe sahiptir. Ancak aktivizmde teknolojinin egemen olması, teorisyenlerin ve aktivistlerin toplumsal hareketlerdeki "toplumsal"ı, nasıl anlamlandırdığını temelden değiştirmiş olduğundan kadın hareketleri de dijitalleşme ile yeni bir döneme girmiştir.

3. Yeni Toplumsal Hareketler Bağlamında Kadın Hareketleri

Kadın hareketleri, demokrasi hareketlerinin önemli ve kritik bir parçasını oluşturmaktadır. Çakır (1994), kadın hakları hareketlerinin her ne kadar 19. yüzyılda etkin olarak ortaya çıkmış olsa da kadının toplum içerisindeki var olma mücadelesinin çok eskilere dayandığını belirtmektedir. Kadın hareketleri, kadınların kendilerine yüklenen rol kalıplarına, yaşam tarzına bir başkaldırı olarak ortaya çıkmıştır. Kadınların, hakları için tüm dünyada verdikleri mücadele aynı doğrultuda olmakla birlikte, günümüzde dahi ülkeden ülkeye değişiklik göstermektedir. Her bölgede geliştirilen kadın hakları kavramını, o bölgenin sosyo-kültürel, siyasal ve dinî dinamikleri ortaya koymaktadır (s. 18). Bu bağlamda toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadın hakları söz konusu olduğunda her ülkede demokratik geçişlerin karışık bir geçmişe sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Feminist literatürde kadın hareketleri için yapılan ayırım, eski ve yeni hareketler olarak değil, birinci ve ikinci dalga hareket olarak adlandırılmaktadır. Kadın hakları hareketinin 19. yüzyılın başlangıcındaki ilk dalgası, tüm eski toplumsal hareketler gibi eşitlik ve özgürlük talepleri etrafında şekillenmektedir. Bu dönem feministlerinin söylemleri, kadınların kamusal alana dâhil olması, bir insan ve yurttaş olarak erkekler ile eşit katılım ve söz hakkına sahip olması gibi konular üzerine şekillenmiştir (Budak, 2018, s. 39). Kadınların oy kullanma, seçme ve seçilme, çalışma, meslek sahibi olma, mülkiyet ve eğitim hakkı gibi temel siyasi ve sivil hakları için mücadele amaçlanmıştır (Özudoğru Erdoğan, 2021, s. 36). Ancak bu dönemde cinsiyet farklılığına dair talepler hoş karşılanmamış veya küçük sorunlar olarak görülmüştür. Örneğin, 19. yüzyıl boyunca Marksizm, kadının kurtuluşunu proletaryanın kurtuluşunun bir sonucu olarak görmüştür. Sonuç olarak, kadınlar görünür olmak için kendi özel gazetelerini ve hareketlerini yaratmak zorunda kalmışlardır. Örnek vermek gerekirse, 1881 yılında Fransa'da kadınlar haklarını savunabilecekleri ve kamuoyu ile paylaşabilecekleri bir mecraya, çıkardıkları La Citoyenne gazetesi ile kavuşabildiler. "Oy hakkı savunucuları- suffragettes" (kadınların oy hakkı için savaşıyan kadınlara atfedilen terim) için ilk görünür forum olan bu gazetelerde kadınlar hakları için tartışılabilir olanağı buldular (Vernet ve Butera, 2005, s. 177). Bu da bize kadınların hak arayış süreçlerinde günümüzde bile geleneksel medyada hâlâ devam edebilen temsil sorununu işaret etmektedir.

İkinci dalga kadın hareketi ise birinci dalgada söz konusu olan taleplerin yanı sıra, yeni toplumsal hareketlere dair talepleri de beraberinde getirmiştir. Birinci dalga hareketinde özel alan - kamusal alan ayrımının farkındalığı gerçekleşmiş olmasına karşın, üzerinde durulamayan ve başarıya ulaşamayan kadının özel alana itilişi ve toplumsal yaşam içerisinde yer aldığı ikincil konum sorunları da ikinci dalga hareketinde dile getirilmeye başlanmıştır. Feminist hareketin bu iki dalgasının birbirinden belirgin sınırlarla ayrıldığı yönleri, toplumsal cinsiyet kalıplarına bakış açısı ve sistem eleştirisidir. Ortak noktaları ise eril tahakküme başkaldırı ve toplumsal yaşama eşit katılım talebi gibi hiyerarşi karşıtı söylemlerdir (Budak, 2018, s. 39). İkinci dalga bu harekette kadınlar aslında kendi bedenleri üzerinde tam kontrol hakkı talep etmiş ve yalnızca bir üreme aracı olarak görülmeyi reddetmişlerdir. Böylece bu dalga, özgürce seçilmiş annelik, evde şiddetin kınanması ve daha genel anlamda ataerkil bir toplumda eşitlik ile ilgili olarak şekillenmiştir (Vernet ve Butera, 2005, s. 178). Elbette kadın hareketleri gibi sosyal hareketleri birinci ya da ikinci olarak tanımlarken birbirinden tamamen bağımsız ve ayrı olarak değerlendirilmemek gerekmektedir. Çünkü ikinci dalga, birinci dalganın elde ettiği kazanımlar üzerine şekillenmiştir. Bu bağlamda aslında bir süreklilikten ve birikimden söz etmek doğru olacaktır.

Demokratikleşme süreci sonrasında bakıldığında kadın hakları mücadelesinin karşı hareketlerin oluşumundan da etkilendiği görülebilmektedir. Bu bağlamda toplumsal hareket teorisyenleri, sosyal hareketlerin gelişim sürecinde sıklıkla potansiyel reformları engelleyebilecek karşı hareketlerin olabileceğini belirtmektedir. Bu tür karşı hareketler çoğunlukla marjinal grupların kazanç sağladığı yerlerde başarılı olmaktadır. Hughes, Krook ve Paxton'ın (2015) belirttiği gibi, bu durum özellikle erkeklerin ayrıcalıklı durumlarını bozma potansiyeline sahip olan kadın hakları hareketi için de geçerli olabilmektedir (Hughes vd.den aktaran: Rinaldo, 2019: 136).

Daha önce de belirttiğimiz gibi, kadın hakları o bölgenin siyasi, sosyo-kültürel ve dinî dinamikleri doğrultusunda şekillenmektedir. Bu bağlamda Orta Doğu ülkeleri ile Avrupa ülkelerine bakıldığında, kadınların verdikleri mücadelelerin niteliksel olarak farklılıklar gösterdiği görülebilmektedir. Orta Doğu ülkelerinde özellikle şeriat kanunlarının geçerli olduğu ülkelerde, kadınlar kendilerini ifade edebilme özgürlüğüne sahip değildir. Teknolojinin gelişmesi ve sosyal medyanın hayatımıza girmesi, kadın hareketlerinin yayılımı açısından önem taşıyor olsa da ülkelerin teknolojiye erişiminin farklılık göstermesi bu bağlamda kadın hareketlerinin de dijital ortamda yayılımını güçleştirmektedir. Buna karşın kadın hareketleri açısından Arap ülkelerinde başarıya ulaşmış pek çok dijital aktivizm örneği de mevcuttur. Örneğin, Suudi Arabistan'da #EndMaleGuardianship ve #Women2Drive kampanyaları Twitter'da geniş bir destek göyerek başarıya ulaşmış kampanyalardır. Başarıya ulaşmaları Batı medyasının ilgisini çekmeleri ile de doğru orantılı gerçekleşmektedir. Uluslararası haber akışı dengesizliği sosyal medyanın varlığına karşın üçüncü dünya ülkeleri açısından hâlâ varlık göstermektedir. Bu açıdan bakıldığında, dijital aktivizmin gelişmiş ülkeler ve/veya gelişmekte/gelişmemiş ülkeler merkezli olması da hareketin niceliğini etkilemektedir.

Buna karşın Orta Doğu'da sosyal medya kullanımının artmış olmasının toplumsal hareketlere etki ettiği bir gerçektir. Arap Baharı esnasında sosyal medyanın kullanım düzeyi yüzde 30 artmıştır. Bu süreç içerisinde sosyal medya kullanıcılarının sayısı 27 mil-

yonu geçmiştir. Arap baharının ilk üç ayında Bahreyn’de yüzde 15, Mısır’da yüzde 29 ve Tunus’ta yüzde 17 (Dijitalhayattv, 2015) oranında sosyal medya kullanımında artış görülmüştür. Aynı durum kadın hareketleri için de geçerli olmuştur. Tunus, Mısır, Libya’daki milliyetçiler ve aktivistler ile Bahreyn, Birleşik Arap Emirlikleri ve muhafazakâr Suudi Arabistan’daki hareketlerin kat ettiği yol, kadınların toplumlarında yerleşik olan ayrımcılık ve eşitsizlikle mücadele etmek için geleneksel olmayan medyayı kullanmaları gerektiğini anladıklarını göstermektedir. Kadınlar, hükümet tarafından kontrol edilen enformasyonun ya da medya sahipliklerinin kadınların sorunlarını görmezden geldiklerinin ve bu yolla seslerini duyuramadıklarının farkındalığıyla Twitter, Facebook ve Youtube gibi sosyal medya araçlarının avantajlarından yararlanmaya başlamışlardır (Ođine, 2013, s. 1). Sosyal medya aslında kadınlara hakları için mücadele edebilecekleri, kendilerini en açık şekilde temsil edebilecek bir mecra sağlamıştır. Bu bağlamda bakıldığında, sosyal medyanın Arap dünyasında kadınların güçlendirilmesini etkilediği görülebilmektedir. Elbette önemli olan diğer bir nokta, elde edilen kazanımların sadece korunmasını değil, aynı zamanda sürekli sosyal medya kullanılarak ilerlemesini sağlamaktır. Nitekim buna en iyi örnek günümüzde Afganistan olacaktır. Kadın haklarında kısa da olsa bir yol kat etmeyi başaran Afganistan’da ne yazık ki 31 Ağustos 2021 tarihinde Amerika’nın Afganistan’dan çekilmesi ve Taliban yönetiminin tekrar iktidarı ele geçirmesiyle kadın hakları askıya alınmıştır.

4. Tarihsel Süreçte Afganistan’da Kadın Hakları

Afganistan pek çok Orta Doğu ülkesi gibi kadınların birey olabilme mücadelesini en sert şekilde verdikleri ülkelerden biri olmuştur. Tarihsel sürece bakıldığında, öncelikle SSCB’nin ülkeyi işgal etmesi, mücahit grupların başlattığı iç savaş ve ardından Taliban örgütünün ülkeyi ele geçirmesi ile Afganistan kadınları zorlu dönemler yaşamıştır.

Afganistan’ın tarihsel süreci 22 Şubat 1919’da tahta geçen Amanullah Han’ın bağımsızlık ilan etmesiyle başlamıştır. Afganistan’ı çağdaştırmaya çalışan ilk devlet başkanı olan Emir Amanullah Han 1923 yılında ilk Afgan anayasasını ilan etmiştir. Amanullah Han tutuculuğa şiddetle karşı çıkarak, gelenekçi tutumları değiştirmeye çalışan bir lider olmasına rağmen, hâkimiyeti ele geçirdiği ilk yıllarda dinî duyguları kullanarak Müslümanları birleştirmek ve İslam dünyasından bu konuda yardım almak istemiştir. Ama zamanla ülke içindeki tutumu, laiklik üzerine şekillendirmeye başlamıştır (Gregorian, 1969, s. 239). Amanullah bu dönemde siyasi, ekonomik ve sosyal alanda pek çok reform gerçekleştirmiştir. Gerçekleştirdiği önemli reformlardan biri kadınların sosyal hak ve özgürlükleri ile eğitim hak ve özgürlükleri konusunda olmuştur. Amanullah Han bu dönemde çocuk evliliğini ve çok eşliliği yasaklamış ve kadınları sosyal, siyasal yaşama katılımları için teşvik etmiştir.

Sosyal alanla ilgili reformlarda kılık kıyafete geniş yer verilmiştir. Erkeklere Avrupa tarzı kıyafet giyinme, kadınlara ise peçelerini açma zorunluluğu getirilmiştir. Eğitim alanında da kralın açık görüşlü olması önemli reformların gerçekleşmesini sağlamıştır. Eğitime ulaşmayı kolaylaştırmış, birçok okul açmış, ülkenin pek çok ilinde eğitim olanaklarını artırarak tüm halkın yararlanmasını sağlamıştır. Gelişmiş ülkelerle kültürel bağlar kurmuş ve Afganların eğitim görmesinde yardımcı olmaları için yurt dışından çeşitli eğitimecileri davet etmiştir. 1928 yılına kadar kız okulları açarak, kızların eğitim hayatına dâhil olmasını sağlamış, 1928 yılında ilkokulda karışık eğitime başlanmış, küçük yaştaki

kız çocukları erkek okullarına kaydolma imkânı bulmuşlardır. Aynı sene içinde gerçekleştirdiği Avrupa gezisinden dönen Amanullah Han, kız ve erkek öğrencileri yüksek ve mesleki eğitim almaları amacıyla yurt dışına gönderme kararı almıştır. Ancak Amanullah Han’ın çağdaş tutumu, ülkedeki tutucu dinî kesimlerden sert eleştiriler ve tepkiler almıştır. Ülkede ayaklanmalar baş gösterince, Amanullah Han tahtını bırakmak zorunda kalmış ve bir daha dönmek üzere Afganistan’dan ayrılmıştır (Yılmaz, 2010, ss. 159-161).

Afganistan’da kadınlar 1992 yılından itibaren, Mücahitlerin (Köktenciler) dönemiyle birlikte siyasi ve sosyal hayattan dışlanmaya başlanmış, Taliban döneminde (1996-2001) ise bu durum çok daha kötüye gitmiştir. Taliban yönetiminde kadınlara karşı katı ve gayriinsani kurallar ve uygulamalar getirilmiştir. Bu dönemde kadınların çalışmasına ve sekiz yaşından sonra eğitim görmelerine izin verilmemiş ve bu yaşa kadar sadece Kur’an okumalarına izin verilmiştir. Eğitim almak isteyen kadınlar yeraltı okullarına gitmiştir. Erkek refakatçi olmadan ve çorapsız, burkasız bir şekilde evden çıkmalarına, erkek doktorlar tarafından tedavi edilmelerine izin verilmemiştir. 16 yaşın altındaki kızların evlenmesinin yolu açılmıştır. Kurallara uymayan kadınlar üzerinde uygulanan yaptırımlar, ülkede bir korku kültürünün yayılmasına yol açmış, bunun sonucunda da kadınlar sosyal ve siyasi hayattan soyutlanmıştır (Gürkan, 2021). Taliban sadece kadınlar için değil, erkekler ve çocuklar için de birtakım kurallar koymuştur. Taliban lideri Molla Ömer bir bildiri yayımlayarak tüm erkeklere sakal bırakma zorunluluğu getirmiş, sakal bırakmayanların veya sakalını kesenlerin en sert biçimde cezalandırılacağını açıklamıştır. Ayrıca çocukların oyuncaklarla oynaması, uçurtma uçurması, futbol, bilye gibi oyunlar oynamasını da yasaklamıştır (Oğuz, 1998, s. 265).

11 Eylül 2001 yılında ABD’de yaşanan ikiz kulelere yönelik terör saldırısının ardından ABD saldırısının baş sorumlusu olarak Usame Bin Ladin’i işaret etmiştir. Afganistan, Taliban hareketinin Ladin’i himaye ettiği gerekçesiyle ABD ve koalisyon güçleri tarafından işgal edilmiştir. Kabil, Taliban’ın geri çekilmesiyle 14 Kasım 2001’de ele geçirilmiştir. Birleşmiş Milletler (BM) öncülüğünde düzenlenen konferansın ardından 5 Aralık 2001’de Bonn Anlaşması imzalanmıştır. Bu anlaşma sayesinde Afgan gruplarla geçici hükümet konusunda anlaşılmıştır. Afganistan’ın yeni Geçiş Hükümet Başkanı Hamid Karzai seçilmiş ve böylece yeni geçiş hükümeti kurulmuştur (Acet ve Doğan, 2017, s.64).

Böylece Afganistan’da yeni bir siyasi döneme adım atılmış, pek çok alanda olduğu üzere insan hakları konularında da bir iyileşme yaşanmaya başlanmıştır. 2004 anayasasında özellikle kadınların statüsü ile kadın ve çocuk haklarının tanınması konusundaki düzenlemeler önemlidir. Kadınların ülkenin siyasi ve sosyal yapılarına katılımı sağlanmış ve çağdaş okullar geleneksel okulların yerini almaya başlamıştır. Anayasanın 22. maddesi kadınlarla erkekler arasında ayrımcılığı yasaklarken, 44. maddesi hükümete, kadınlar için düzenli bir eğitim oluşturmak ve bunu teşvik etmek için etkili programların hazırlanması ve uygulanması görevini vermiştir. 33. madde kadın ve erkek tüm vatandaşların seçme ve seçilme hakkına sahip olduğunu belirtmektedir. 34. madde ise tüm vatandaşların ifade özgürlüğünün dokunulmazlığına sahip olduğunu ifade etmektedir. 48. madde her Afgan vatandaşının çalışma hakkı olduğunu, meslek seçiminde ise özgür olduğunu söylemektedir. Bununla beraber 52. madde tüm sağlık hizmetlerinin ücretsiz olduğunu ve bundan tüm vatandaşların yararlanabileceğini belirtmektedir (The Constitution of Afghanistan,

2004). Tüm bu maddelere bakıldığında 2004 Anayasasında kadınlara hak ve özgürlükler verildiği en azından yasal olarak görülmektedir. Ancak ataerkil bir topluma sahip olan Afganistan’da kadınların bu anayasadan sonra da ikinci sınıf statüsünde yer aldığı ne yazık ki bir gerçektir. Afganistan’ın belirli şehirlerinin dışında kadınlar hâlâ 1996 yılında olduğu gibi yaşamlarına devam etmiştir. Yine de Taliban yönetimi sonrasında pek çok hak elde etmiş olan kadınlar; ABD, Afganistan Hükûmeti ve Taliban arasında 2018 yılından beri süregelen Barış Müzakerelerine¹ de temkinli yaklaşmışlardır. Taliban zihniyetinin kadınlar konusundaki tutumunun değişmeyeceğini ve barış sağlanırsa elde ettikleri kazanımları tekrar kaybedeceklerini belirten kadınlar ne yazık ki bu konuda haklı çıkmıştır. Taliban militanları 2001 yılından, ABD’nin Afganistan topraklarından çekilme kararı aldığı 2021 yılına kadar, yabancı güçlere ve Afgan devletine karşı hareket etmiş ve nihayetinde 15 Ağustos 2021 tarihinde Taliban başkent Kabil’i ele geçirmiştir. Cumhurbaşkanı Eşref Gani’nin ülkeyi terk etmesiyle birlikte Taliban, iktidarı yeniden ele geçirdiğini ilan etmiştir (Güler, 24.12.2021).

Bu çalışmada 2019 yılında Barış Müzakere Süreci’nin devam ettiği dönemde hakları için mücadele vermeye devam eden kadınlar adına, Afganistanlı kadın gazeteci ve aktivist Farahnaz Forotan’ın 14 Mart 2019 yılında sosyal medya (Twitter ve Facebook) üzerinden “MyredLine” hashtagi ile başlatmış olduğu toplumsal hareket analiz edilmiştir.

5. Bir Dijital Aktivizm Örneği Olarak Afganistan Kadın Hakları Hareketi #MyredLine (Benim Kırmızı Çizgim) Hareketi’nin Sosyal Medya Paylaşımlarının İçerik Analizi

Gazeteci Farahnaz Forotan ve Ferdous Samim, 14 Mart 2019 yılında Twitter ve Facebook üzerinden #MyRedLine “Benim Kırmızı Çizgim” hashtagi ile bir toplumsal hareket başlatmıştır. Bu toplumsal hareket kampanyası kısa süre içerisinde Afganistan halkı tarafından büyük destek görmüş ve özellikle kadınlar ve genç kuşak, barış müzakeresi kapsamında kendi kırmızı çizgilerini Myredline hashtagiyle Facebook ve

¹“Afganistan’da barışın sağlanması amacıyla Taliban örgütü ile Afgan hükûmeti arasında barış görüşmeleri 2011 yılından itibaren devam etmekte ancak olumlu sonuçlar alınmamaktaydı. 2017 yılında ABD başkanlık koltuğuna oturan Trump, Afganistan barış görüşmelerini yeniden gündeme aldı, hükûmet ile örgüt arasındaki müzakerelerin başlamasına yönelik girişimlerde bulundu. Bu girişime destek veren Eşref Gani yönetimi Taliban ile önkoşulsuz müzakereye hazır olduklarını beyan etti; Taliban’a da zeytin dalı uzatarak (örgütü siyasi parti olarak tanıma, hapisteki Taliban unsurlarının salıverilmesi gibi) muhtelif vaatlerde bulundu. Ne var ki Gani’nin bu adımı Taliban’dan gerekli takdir ve onayı görmedi; aksine Taliban Gani ile değil, ancak ABD ile muhatap olacağını beyan ederek Kabil hükûmetine bir kez daha sırtını döndü. Taliban 2018’de sergilediği sert ve uzlaşsıdan uzak tutumunu kısıtlı da olsa terk etti; en azından ABD ile Taliban temsilcileri 2019 Şubat’ında Doha’da ilk kez barış görüşmeleri için bir araya geldiler. Yaklaşık altı ay boyunca sürediden görüşmeler neticesinde, ABD ve Taliban’ın anlaşmaya yakınlaştığı açıklandı. Oysa 2019 Ağustos’unda resmedilen olumlu hava kısa sürede dağıldı. Ertesi ay Afganistan Özel Temsilcisi Zalmay Halilzad, taraflar arasında anlaşmaya varıldığını ve Trump’ın onayının beklendiğini duyurmuştu. Kabil’de gerçekleşen terör saldırısında bir ABD askerinin ölmesi üzerine, Trump anlaşmayı rafa kaldırdığını beyan etti. Ancak 2019 Aralık’ında ABD ile Taliban arasındaki görüşmeler yeniden başladı; böylece Halilzad ile Taliban yetkilileri arasında gerçekleştirilen barış görüşmelerinde sona gelindiği düşüncesi giderek ağırlık kazandı, ilk defa Taliban ile barış müzakerelerinin bu kadar somutlaştığına tanıklık edildi” (Seren, 16.04.2021, Anadolu Ajansı, [AA]).

Twitter’da paylaşarak desteklerini vermiştir. Kadınlar bu hareketi başlatarak Barış Müzakere Sürecinde şimdiye dek elde ettikleri hakları kaybetmeme, kadın haklarına dair taleplerini yerel ve uluslararası kamuoyuna duyurma ve müzakerelerde kadınların hakları için kendilerini temsil etme olanağına sahip olmayı amaçlamıştır. Çalışmada #MyredLine hareketinin sosyal medya araçları Facebook ve Twitter’daki paylaşımları içerik analizi yöntemi kullanılarak niceliksel ve niteliksel olarak analiz edilmiştir.

5.1. Araştırmanın Amacı

Araştırma Afganistan’da gerçekleşen MyRedLine kadın hareketi üzerinde dijital medyanın rolü ve etkisini, kadın hareketinin Afganistan’da dijital medya sayesinde daha fazla kamuoyu desteği alıp almadığını ve kadınların taleplerini hangi değişkenler üzerinden tanımladıklarını ortaya koymayı amaçlanmaktadır.

5.2. Araştırmanın Objesi ve Yöntemi

Araştırma kapsamında MyRedLine Twitter ve Facebook sayfalarının paylaşımları 22 Eylül 2019 – 7 Şubat 2020 yılı ve hareketi başlatan Farahnaz Forotan’ın hareketle ilgili kişisel hesabından gerçekleştirdiği 14 Mart 2019 – 7 Şubat 2020 tarihleri arasındaki paylaşımları içerik analizi yöntemi kullanılarak niceliksel ve niteliksel olarak incelenmiştir. Araştırma kapsamında Twitter’da 519 adet tweet ve Facebook’ta 145 adet içerik analiz edilmiştir.

5.3. Araştırmanın Varsayımları

-Dijital medyanın MyRedline kadın hareketinin kamuoyunda bilinirliğini arttırdığı ve daha etkin olmasını sağladığı varsayılmaktadır.

-Afganistan halkının MyRedLine kadın hareketini desteklediği varsayılmaktadır.

-Kadınların dijital medyada kendilerini ve taleplerini daha özgür bir şekilde ifade edebildikleri varsayılmaktadır.

-Hareketin en fazla oranda kadın erkek eşitliği, barış, eğitim hakkı konularında hak elde etmeyi amaçladığı varsayılmaktadır.

5.4. Elde Edilen Bulgular

Araştırma kapsamında #Myredline hareketine dair Twitter ve Facebook’ta yer alan paylaşımlar niceliksel ve niteliksel olarak analiz edilmiştir.

Tablo 1: Sosyal Medya Platformlarına Göre Hareket ile İlgili Paylaşımların Sayısal Dağılımı

Sosyal Medya Platformlarına Göre Paylaşımlar	MyRedLine		Farahnaz Forotan	
	Sayı	Oran %	Sayı	Oran %
Twitter	302	85	217	70
Facebook	52	15	92	30
Toplam	354	100	309	100

Sosyal medya platformlarına göre paylaşımların sayısal dağılımı Tablo 1’de yer almaktadır. Buna göre Twitter ve Facebook’ta ilgili sayfaların paylaşımları ilk günden itibaren ele alınarak incelenmiş ve elde edilen bulgulara göre MyRedLine hareketine dair Twitter’da 302 içerik, Facebook’ta ise 52 içerik paylaşıldığı belirlenmiştir. Farahnaz Forotan’ın hareket ile ilgili paylaşımlarına bakıldığında ise, Twitter’da 217, Facebook’ta ise 93 paylaşım yapıldığı görülmektedir. Bu bağlamda toplumsal hareket ile ilgili Twitter’da Facebook’a oranla daha fazla paylaşım yapıldığı belirlenmiştir.

Tablo 2: Takip Eden Sosyal Medya Kullanıcı Sayısı

Sosyal Medya Kullanıcı Sayısı	MyRedLine		Farahnaz Forotan	
	Sayı	Oran %	Sayı	Oran %
Twitter	5378	43	59.980	21
Facebook	7253	57	223.456	79
Toplam	12631	100	283.436	100

Araştırma kapsamında harekete dair paylaşımların yer aldığı Twitter ve Facebook hesaplarını takip eden kullanıcı sayıları da incelenmiştir. Bu bağlamda elde edilen bulgulara göre, MyRedLine’in resmî Twitter hesabının 992, Facebook hesabının ise 7253 takipçisi olduğu görülmüştür. Farahnaz Forotan’ın kişisel hesabına bakıldığında ise Twitter’da 59.980, Facebook’ta ise 223.456 takipçisi olduğu belirlenmiştir. Facebook’un Afganistan’da yaygın olarak kullanılmasından dolayı daha fazla sosyal medya kullanıcısının bu platformu tercih ettiği söylenebilir. Her ne kadar hareket ile ilgili Twitter hesapları daha aktif kullanılmış ve daha fazla paylaşım yapılmış olsa da kamuoyu oluşumunda takip eden kullanıcı sayısı önem taşımaktadır. Bu bağlamda üstteki iki tabloya bakıldığında, her ne kadar Twitter’da paylaşım sayısı daha fazla olsa da, takipçi sayısının olduğu Facebook hesapları hareketin etkinliğinde daha fazla rol oynamaktadır.

Tablo 3: MyRedLine Hareketi’nin Twitter Paylaşımlarının İçerik Özellikleri

MyRedLine hareketinin Twitter Paylaşımlarının İçerik Özellikleri	Video		Fotoğraf	
	Sayı	Oran %	Sayı	Oran %
MyRedLine hareketinin içeriği	36	24	26	31
Farahnaz Forotan tarafından gerçekleştirilen aktivist eylemler	38	25	15	18
Afganistan Halkının Hareket ile İlgili Görüşleri	65	42	37	45
Müslüman Dinî Aktörlerin Hareket ile İlgili Görüşleri	2	1	-	-
Afganistan’ın Yurt dışındaki Büyükelçiliklerinin hareket ile ilgili görüşleri	-	-	1	1
Afganistan’daki Yabancı Ülkelerin Büyükelçiliklerinin hareket ile ilgili görüşleri	-	-	4	3
Afganistan Siyasi Aktörlerinin hareket ile ilgili görüşleri	9	6	-	-
Yabancı Siyasi Aktörlerin hareket ile ilgili görüşleri	-	-	2	2
Diğer	3	2	-	-
Toplam	153	100	85	100

#MyRedLine hareketine dair MyRedLine ve Farahnaz Forotan’ın Twitter hesaplarındaki paylaşımların içerik özellikleri analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre toplumsal hareket sürecine dair paylaşımlarda bulunan Twitter hesaplarında video paylaşımının fotoğraf paylaşımından daha fazla yapıldığı belirlenmiştir. Twitter’da yer alan videoların içerik özellikleri incelendiğinde ise en fazla oranda Afganistan halkının hareket ile ilgili görüşlerine yer verildiği belirlenmiştir. Bunu oran sırasıyla; Farahnaz Forotan tarafından gerçekleştirilen aktivist eylemler, MyRedLine hareketinin içeriği, Afganistan siyasi aktörlerinin hareket ile ilgili görüşleri, diğer ve Müslüman dinî aktörlerin hareket ile görüşleri takip etmektedir. Toplumsal hareket sürecine dair paylaşımlarda bulunan Twitter hesaplarında paylaşılan fotoğrafların içerik özelliklerine bakıldığında; yine en fazla oranda Afganistan halkının hareket ile ilgili görüşlerine dair fotoğrafların paylaşıldığı görülmektedir. Bunu oran sırasıyla MyRedLine hareketinin içeriği, Farahnaz Forotan tarafından gerçekleştirilen aktivist eylemler, Afganistan’daki yabancı ülkelerin büyükelçiliklerinin hareket ile ilgili görüşleri, yabancı siyasi aktörlerin hareket ile ilgili görüşleri ve Afganistan’ın yurt dışındaki büyükelçiliklerinin hareket ile ilgili görüşlerine dair fotoğrafların paylaşıldığı belirlenmiştir.

Tablo 4: MyRedLine Hareketi'nin Facebook Paylaşımlarının İçerik Özellikleri

MyRedLine hareketinin Facebook Paylaşımlarının İçerik Özellikleri	Video		Fotoğraf	
	Sayı	Oran %	Sayı	Oran %
MyRedLine hareketinin içeriği	19	23	11	29
Farahnaz Forotan Gerçekleştirilen Aktivist Eylemler	26	31	6	18
Afganistan Halkının Hareket ile İlgili Görüşleri	31	38	18	49
Müslüman Dinî Aktörlerin Hareket ile İlgili Görüşleri	1	1	1	1
Afganistan'ın Yurt dışındaki Büyükelçiliklerinin hareket ile ilgili görüşleri	-	-	-	-
Afganistan'daki Yabancı Ülkelerin Büyükelçiliklerinin hareket ile ilgili görüşleri	-	-	-	-
Afganistan Siyasi Aktörlerinin hareket ile ilgili görüşleri	6	7	2	2
Yabancı Siyasilerin hareket ile ilgili görüşleri	-	-	-	-
Diğer	-	-	1	1
Toplam	83	100	39	100

#MyRedLine hareketine dair MyRedLine ve Farahnaz Forotan'ın Facebook paylaşımlarındaki içerik özellikleri analiz edilmiştir. Facebook paylaşımlarında video paylaşımının fotoğraf paylaşımından daha fazla oranda olduğu belirlenmiştir. Paylaşılan videoların içerik özellikleri incelendiğinde en fazla oranda Afganistan halkının hareket ile ilgili görüşlerine dair videoların yer aldığı görülmektedir. Bunu oran sırasıyla; Farahnaz Forotan tarafından gerçekleştirilen aktivist eylemler, MyRedLine hareketinin içeriği ve Afganistan siyasi aktörlerinin hareket ile ilgili görüşlerine dair video paylaşımları takip etmektedir. Fotoğraf paylaşımının içerik özelliklerine bakıldığında ise en fazla oranda yine Afganistan halkının hareket ile ilgili görüşlerine dair fotoğrafların yer aldığı belirlenmiştir. Bunu oran sırasıyla; MyRedLine hareketinin içeriği, Farahnaz Forotan tarafından gerçekleştirilen aktivist eylemler, Afganistan siyasi aktörlerinin hareket ile ilgili görüşleri ve Müslüman dinî aktörlerin hareket ile ilgili görüşleri ile ilgili fotoğraf paylaşımları izlemiştir.

Tablo 5: Myredline Hareketine Dair İçeriklerde Vurgulanan Kırmızı Çizgiler

Harekete dair içeriklerde vurgulanan kırmızı çizgiler	Twitter		Facebook	
	Sayı	Oran %	Sayı	Oran %
Kadına şiddet	14	5	7	5
Anayasal haklar	48	9	12	9
Yoksulluk	7	2	4	3
Ekonomik özgürlük	18	3	9	7
Eğitim hakkı	56	12	15	10
Kadın erkek eşitliği	69	14	21	15
İfade özgürlüğü	63	13	17	12
Kalıcı barış	84	17	13	9
Sosyal yaşama katılım	26	5	9	7
Bireysel özgürlükler	51	10	19	14
Birkaçı bir arada	17	6	8	6
Diğer	9	4	3	2
Toplam	462	100	139	100

Analiz kapsamında MyRedLine hareketine dair sosyal medya platformları olan Twitter ve Facebook'ta yapılan paylaşımların içeriklerinde kadınlar tarafından vurgulanan kırmızı çizgiler belirlenmiştir. Analiz, "kadına şiddet, anayasal haklar, yoksulluk, ekonomik özgürlük, eğitim hakkı, kadın erkek eşitliği, ifade özgürlüğü, kalıcı barış, sosyal yaşama katılım, bireysel özgürlükler, birkaçı bir arada ve diğer" değişkenlerine göre gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgulara göre Twitter'da en fazla oranda sırasıyla; kalıcı barış, kadın erkek eşitliği, ifade özgürlüğü, eğitim hakkı, bireysel özgürlükler, anayasal haklar, sosyal yaşama katılım, ekonomik özgürlük, birkaçı bir arada, kadına şiddet, diğer ve yoksulluk değişkenlerinin vurgulandığı belirlenmiştir. Facebook'ta ise en fazla oranda sırasıyla; kadın erkek eşitliği, bireysel özgürlükler, ifade özgürlüğü, eğitim hakkı, kalıcı barış, anayasal haklar, ekonomik özgürlük ve sosyal yaşama katılım, birkaçı bir arada, yoksulluk ve diğer değişkenlerinin vurgulandığı belirlenmiştir.

Kadınların vurguladıkları kırmızı çizgilere örnek olarak; Afganistan kadın siyasetçisi olan Farkhunda Zahra Naderi kırmızı çizgisinin Afganistan'ın demokrasisi olduğunu "Benim kırmızı çizğim Afganistan Anayasasının korunması, kadınların eşit haklara sahip olmasıdır. Ben kadınların varlığının sembolik olmasını istemiyorum."

rum ve bunu reddediyorum. Benim kırmızı çizgim cinsiyet eşitliğinden daha ileridir.” şeklinde dile getirmiştir. Bununla beraber kadın gazeteci olan Norziya Mohammadi “Benim kırmızı çizgim okulların kapanmaması, özellikle kadınların yüzüne kapanmaması ve kadınların çalışmasının engellenmemesidir. Biz, Taliban ve ABD arasındaki barışı da kabul etmiyoruz. Barışın, Taliban ve Hükümetimiz arasında yapılması gerekiyor ve kısa vadeli barışı da bizler istemiyoruz.” demiştir. Bir din adamı olan Mesut Akhunzade ise “Barış müzakere sürecinin Afganistan toprakları içerisinde olması ve Afganistan halkı arasında yapılması gerekiyor. İkinci olarak Afganistan’da sürekli bir barışın sağlanması. Benim kırmızı çizgim de bunlar” şeklinde konuşmuştur.

Tablo 6: MyRedLine Hareketine Dair Sosyal Medya Paylaşımlarında Yer Alan Aktörlerin İletilerinin İçeriği

Aktörlerin İleti İçeriği	Twitter		Facebook	
	Sayı	Oran %	Sayı	Oran %
Kadın hareketini destekleyici	185	61	22	42
Kadın Hareketine karşı	0	0	0	0
Taliban’ı destekleyici	0	0	0	0
Taliban’a karşı	18	6	3	6
İnsan Hakları Odaklı	9	3	2	4
Barış Odaklı	40	13	6	12
Eşitlik Odaklı	9	3	2	4
Demokrasi Odaklı	2	1	0	0
Ulus odaklı	7	2	5	10
Diğer	5	2	5	10
Birkaçı Bir Arada	27	9	7	13
Toplam	302	100	52	100

Analiz kapsamında #Myredline toplumsal hareketine dair sosyal medya paylaşımlarında yer alan aktörlerin iletilerinin içeriği de incelenmiştir. Bu iletiler; “kadın hareketini destekleyici, kadın hareketine karşı, Taliban’ı destekleyici iletiler, Taliban karşıtı, insan hakları odaklı, barış odaklı, eşitlik odaklı, demokrasi odaklı, ulus odaklı, diğer ve birkaçı bir arada” değişkenlerine göre analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre; #MyRedLine hareketinin Twitter ve Facebook paylaşımlarında en fazla oranda kadın hareketlerini destekleyici iletiler ve barış odaklı iletilerin yer aldığı belirlenmiştir.

Hareketi destekleyici iletilere örnek olarak; Afganistan’ın en tanınan kadın siyasetçisi olan Fawzia Koofi’nin “Benim kırmızı çizgim, tüm insanlar, kadın, erkek ve azın

lıklar eşit haklara sahip olmalı ve özellikle kadınların bu ülke için yaptıkları fedakarlıklara saygı gösterilmeli ve kadınların hak ve hukukları eşit olmalıdır” şeklindeki açıklaması gösterilebilir. Barış odaklı iletilere örnek olarak ise; Afganistan’ın Helmand şehrinde Kadın İşleri Müdürü olarak görev yapan Vejiha’nın, “Eğer ülkeye barış gelecek ise biz bu durumdan çok mutluyuz. Bununla beraber biz kadınların hakları korunmalıdır. Ayrıca savaşta şehit olan tüm şehitlerimize saygı duyulmalı ve şehit ailelerini devlet desteklemelidir. Barış sağlanması ile birlikte kadınların, ekonomik, siyasi ve toplumsal faaliyetleri devam etmeli ve kadın hakları korunmalıdır. Toplum benim kırmızı çizgim!” açıklaması verilebilir. Bununla beraber bir diğer örnek olarak Dr. Mahdi “Savaşın bitmesi bence kırmızı çizgidir. Biz öyle bir barış müzakeresine imza atmamız ki Afganistan’da savaş bitirsin. İkinci kırmızı çizgi ise vatandaşlık haklarıdır. Barış müzakeresi ile bu haklar korunmalı ve bu haklar ihlal edilmemelidir.” diyerek harekete desteklerini vermiş ve barış odaklı bir ileti paylaşmıştır. Bununla beraber Afganistan’ın bir kadın vatandaşı “Biz sürekli olan barış istiyoruz. İki günlük barış istemiyoruz. Benim çocuğum bu savaşta yaşamını yitirdi ve gazi oldu. Bu nedenle biz artık sürekli bir barış istiyor ve savaşın bitmesini temenni ediyoruz” diyerek görüşlerini belirtmiştir.

Tablo 7: Farahnaz Forotan’ın Hesabında Yer Alan Paylaşımlarda Aktörlerin İletilerinin İçeriği

Aktörlerin İleti İçeriği	Twitter		Facebook	
	Sayı	Oran %	Sayı	Oran %
Kadın hareketini destekleyici	144	61	38	41
Kadın hareketine karşı	0	0	0	0
Taliban’ı destekleyici	0	0	0	0
Taliban’a karşı iletiler	12	6	9	10
İnsan hakları odaklı	8	4	7	8
Barış odaklı	26	12	8	9
Eşitlik odaklı	9	4	9	10
Demokrasi odaklı	2	1	3	3
Ulus odaklı	7	3	6	6
Diğer	4	2	2	2
Birkaçı bir arada	16	7	11	12
Toplam	217	100	93	100

Analiz kapsamında Farahnaz Forotan’ın toplumsal harekete dair sosyal medya paylaşımlarında yer alan aktörlerin iletilerinin içeriği de incelenmiştir. Bu iletiler; “ka

dın hareketini destekleyici, kadın hareketine karşı, Taliban'ı destekleyici iletiler, Taliban karşıtı, insan hakları odaklı, barış odaklı, eşitlik odaklı, demokrasi odaklı, ulus odaklı, diğer ve birkaçı bir arada” değişkenlerine göre analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre; Farahnaz Forotan'ın Twitter ve Facebook paylaşımlarında en fazla oranda kadın hareketlerini destekleyici iletiler, barış odaklı iletiler ve Birkaçı bir arada iletilerin yer aldığı belirlenmiştir.

İletilere örnek vermek gerekirse; Timor Sahran, “Benim kırmızı çizgim, son 18 yıl içerisinde elde ettiğimiz hakların korunması ve özellikle eşimin hak, hukuk ve özgürlükleri” diyerek Myredline hareketine destekleyici bir ileti paylaşmıştır. Afganistan ordusunda görev yapan ve adı belirtilmemiş bir asker, “Ben, ailem ve yakın akrabalarımın 28 kişiyi Taliban'la savaşta kaybettim, ben de 21 defa saldırıya uğradım ve hâlâ bu kutsal görevime devam ediyorum. Ben barışın ülkemde yapılanmasından mutluluk duyarım ve barışın sağlanması için ne gerekiyorsa da yapmaya hazırım. Askerlerin, polislerin hakları aynı zamanda görmezden gelinmesin bunlar benim kırmızı çizgim” demiştir. Taliban karşıtı iletilere örnek olarak; Afganistan'ın Helmand şehrinde yaşayan bir kadın vatandaş; “Ben bu Taliban savaşında 2 çocuğumu kaybettim ve iki çocuğum da engelli duruma düştü. Bunların acısına dayanamayan kocam ise kalp krizi geçirerek yaşamını yitirdi. Ben bunlara rağmen yine ülkeme barışın gelmesini istiyorum. Ben, Taliban'ı hiçbir zaman affetmem ama silah bırakıp barışa yönelmek isterseler ben desteklerim. Amacım ülkeye barış gelsin ve iki engelli çocuğum ile barış ve huzur içinde yaşayayım” demiştir. Afganistan vatandaşı olan kadın lise öğrencisi “Biz savaşta birçok yakınımızı ve sevdiğimizleri kaybettik, savaşta babamı kaybettim, henüz 19 yaşındaydık ki amcamı kaybettik. Ve benim gibi birçok kişi yakınlarımızı savaşta kaybetti. Ben, Taliban'ın tekrardan ülkemizi ele geçirmesini ve biz kadınların eğitim ve çalışmalarını engellemesini, kadınları tekrar evlere tabi bırakmalarını istemiyorum” diyerek Taliban militanlarına olan karşıt görüşlerini belirtmiştir. Bir diğer örnekte Afganistanlı kadın vatandaş, kırmızı çizgisinin barış olduğunu ifade ederek “Biz ülkemize barış gelirse mutlu oluruz., Çocuklarımız, kardeşlerimiz okula gider ve eğitim alırlar. Gelecekte birer birey olarak ülkenin gelişmesi için katkı sağlarlar. Biz eğitim alamadık, çünkü savaşta büyüdük bu nedenle çocuklarımızın eğitim almasını ve barışın sağlanmasını istiyoruz” demiştir. Afganistan'ın Helmand şehrinde polis olarak görev yapan bir vatandaş, “Afganistan halkı uyanmış durumda bizler eğer uyanık olursak kimse bize bir şey yapamaz. Ben bu savaşta babamı kaybettim ve yine de buradayım. Biz bu ülke için kurban olmaya hazırız. Bu ülke bizim annemiz, babamız, kardeşimiz ve her şeyimizdir. Biz huzur ve barış olsun istiyoruz” diyerek harekete destek vermiştir.

Tablo 8: MyRedline Hareketine Yönelik Facebook Paylaşımlarındaki Geri Bildirimlerin İleti İçeriği

Geri Bildirimlerin İleti İçeriği	Myredline Sayfası		Farahnaz Forotan Sayfası	
	Sayı	Oran %	Sayı	Oran %
Kadın hareketini destekleyici	60	28	204	24
Kadın hareketine karşıt	14	7	30	3

Barış odaklı	1	0	15	2
Ulus odaklı	7	3	15	2
Demokrasi odaklı	1	0	5	1
İnsan hakları odaklı	0	0	14	2
İslam dini odaklı	11	5	44	5
Dini aktörlerin iletilerine karşıt	2	1	2	0
Hareketin başarılı olamayacağına odaklı iletiler	4	2	22	3
Taliban'ı destekleyici	5	2	18	2
Taliban karşıtı	2	1	15	2
Batı karşıtı	2	1	12	1
Hareketin içeriği ile ilgili olmayan İletiler	99	46	457	53
Diğer	7	3	13	2
Toplam	215	100	866	100

Analiz kapsamında MyRedline hareketine yönelik Facebook paylaşımlarındaki geribildirimlerin ileti içeriği; “kadın hareketini destekleyici, kadın hareketine karşı, barış odaklı, insan odaklı, ulus odaklı, demokrasi odaklı, İslam dini odaklı, Afganistan din aktörlerine karşı, hareketin başarıya ulaşamayacağına dair iletiler, Taliban'ı destekleyici, Taliban karşıtı, Batı karşıtı ve hareketin içeriği ile ilgili olmayan iletiler” değişkenlerine göre incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre #MyRedLine ve Farahnaz Forotan Facebook paylaşımlarında en fazla oranda hareketin içeriği ile ilgili olmayan iletiler yer alırken, ikinci olarak kadın hareketini destekleyici iletilerin yer aldığı görülmektedir.

Hareketin içeriği ile ilgili olmayan iletilerde; “Afganistan'ın siyasi kişilerine, partilerine ve şahıslara yönelik alaycı yorumlar, gereksiz emoji kullanımı, kadınların fiziksel durumlarıyla ilgili aşağılayıcı yorumlar” yer almaktadır. Kadın hareketine yönelik destekleyici iletilere örnek ise, Nazar Kabiri'nin, “Başarılarınızın devamını dilerim, böyle bir harekete öncülük ettiğiniz için minnettarız” söylemi verilebilir. Moussa Nouri “Her zaman başarılarınızı dileriz, siz ve ekibinizi kutlarız” demiştir. Bir diğer vatandaş olan Mohammad Nazif Nouri “Hiç kimse siz kadınların hakkını ellerinizden alamaz” diyerek kadın hareketine yönelik desteklerini bildirmiştir. Abraham Joseph kullanıcı adlı bir vatandaş, “Kadınlar gelecekleri için karar alma hakkına sahiptir. Bu hakkı kadınlara dinimiz İslam vermiştir. Ben ve sen değil” diyerek geri bildirim desteğini verirken, Nasrullah Moshfiq isimli bir diğer vatandaş “Güçlü kadınlar sağ olsunlar, barış müzakerelerine kadınlar katılmalı” diyerek desteğini ifade etmiştir. Kadın hareketlerine karşıt geri bildirimlere örnek olarak bir vatandaş, “Kadınlar, devlet, siyaset ve toplumda olmamalı ve kadınların tek kırmızı çizgisi vardır o da başörtüleri ve kocalarıdır” diyerek harekete

yönelik olumsuz geri bildirim yapmıştır. Alizai adlı bir diğer vatandaş “*Sizler hareketiniz ile kadınların adını çok kirlettiniz*” sözleriyle kadın hareketine yönelik karşıt görüşünü belirtmiştir. İslam dini odaklı paylaşımlara örnek vermek gerekirse, Karimi kullanıcı adlı Afganistan vatandaşı “*Bizim kırmızı çizgimiz İslamdır*” demiştir. Yine bir diğer vatandaş “İslam nizamı bizim kırmızı çizgimizdir” diyerek geri bildirimde bulunmuştur. Ulus odaklı geri bildirimlere örnek vermek gerekirse, bir vatandaş “*Ülkemin işgalden kurtulup özgürlüğe kavuşması benim kırmızı çizgimdir*” diyerek görüşünü belirtmiştir.

Bu bağlamda Afganistanlı kadınların hak, özgürlük ve barışı hedefledikleri MyRedLine kadın hareketine dair Twitter ve Facebook’ta yer alan paylaşımlar içerik analizi yöntemi kullanılarak niceliksel ve niteliksel olarak analiz edilmiştir. Elde elde bulgular neticesinde öne sürülen varsayımların tamamının doğrulandığı görülmüştür.

SONUÇ

Kadın hareketleri tarihsel süreçte pek çok kazanım elde etmiş önemli hareketlerden biridir. Eski toplumsal hareketler döneminde elde edilmeye başlanılan kazanımlar, yeni toplumsal hareketler döneminde de güncelliğini korumakla birlikte, yeni toplumsal hareketlerin beraberinde getirdiği, kimlik, eşitlik ve farklılık temelli sorunlar çerçevesinde çözüm arayışında olmuştur. Dijital medyanın gelişimi ile tüm toplumsal hareketlerde olduğu gibi, kadın hareketlerinde de değişimler yaşanmış, etki alanı, katılım oranı, kamuoyu oluşumu gibi konular internetin sağladığı anıdalık özelliği ile daha etkin olmaya başlamıştır. Twitter, Facebook gibi sosyal medya araçları enformasyonu geniş bir kitleye yaymanın, toplumda bir kamu söylemini etkilemenin ve kullanıcıları sosyal tartışmalara dâhil etmenin en popüler yollarından bazıları olarak görülmektedir. Bununla beraber, her türlü iktidarın konvansiyonel medya üzerindeki hâkimiyeti karşısında sosyal medya bireyler için bir tür direniş alanı olarak varlık göstermektedir. Böylece baskıdan uzaklaşan bireyler, sosyal medyanın sunduğu özerklik ile her türlü enformasyona ulaşabilmekte ve bu enformasyon sürecine üreterek de katkı sağlayabilmektedir.

Dijital aktivizm örneklerine tüm dünyada rastlanmakla beraber, aktivizmin gerçekleştiği ya da başladığı bölgenin içinde bulunduğu siyasi, ekonomik ve sosyal koşullar hareketin nasıl sonuçlandığı konusunda farklılıklar göstermesine yol açabilmektedir. 11 Eylül terör saldırısının sorumlusu ilan edilen Usame Bin Ladin’in, Taliban tarafından korunduğu iddiası ile ABD’nin Afganistan’ı işgali mevcut siyasi koşullarda değişiklikler yaşanmasına yol açmıştı. ABD’nin Taliban örgütünü büyük ölçüde yok etmesi ve ülkede siyasi, ekonomik ve sosyal alanlarda başlatılan reformlar, kadınların hayatını bir nebze de olsa değiştirmişti. Ancak kadınların anayasal olarak elde etmiş oldukları haklar, Afganistan’ın pek çok bölgesinde uygulama aşamasında ne yazık ki geçerli olmamaktaydı. Bu süreçte ise Taliban örgütü, ABD ve Afganistan hükûmetine karşı siyasi savaşı sürdürmekteydi. Nihayetinde başlayan Barış Müzakereleri, Afgan kadınlarının elde ettikleri hakları kaybetme korkusu ile MyRedLine hareketinin başlamasına yol açmıştır.

MyRedLine hareketinde kırmızı çizgiler, ülkede barış, kadın erkek eşitliği, kız çocuklarının eğitim hakkı, sosyal hayatta kadınların daha özgür olabilmesi, iş yaşamında aktif olarak varlık gösterebilmeleri gibi haklar üzerine vurgulanmıştır. MyRedLine hareketine dair sosyal medya paylaşımlarının içerik analizi yöntemiyle niceliksel ve niteliksel olarak analiz edilmesi sonucu elde edilen bulgular değerlendirildiğinde, hareketin Afga-

nistan genelinde önemli bir oranda destek gördüğü ve bu desteğin sadece kadınlardan değil, erkeklerden de geldiği görülmüştür. Hareketin kırmızı çizgilerinin kadına şiddet, anayasal haklar, yoksulluk, ekonomik özgürlük, eğitim hakkı, kadın erkek eşitliği, ifade özgürlüğü, kalıcı barış, sosyal yaşama katılım, bireysel özgürlükler olduğu belirlenmiştir. Facebook ve Twitter hesaplarının takipçi sayılarına bakıldığında, kullanıcı sayılarının yüksek olduğu görülmektedir. Elbette bu değerlendirmeyi yaparken, daha önce de dijital aktivizmin etkili olmasının en önemli koşullarından biri olduğunu belirttiğimiz, internete erişim özgürlüğü kavramını göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Demokrasi kültürü bağlamında gelişmemiş bir ülke olan Afganistan’da bu açıdan kullanıcı sayısının niceliksel olarak önemli bir derecede olduğu söylenebilmektedir.

ABD’nin Ağustos 2021’de ülkeden çekilme kararı alması, ABD Başkanı Biden’in “*Afganistan’da bulunma amacımız hiçbir zaman ulus inşası ya da birleşik ve merkezi bir demokrasi inşası olmadı*” (Çopur, 16.08.2021) demesi, Taliban’ın ülkenin siyasi kontrolünü tekrar ele geçirmesine yol açmıştır. Taliban yönetimi, her ne kadar kadınların pek çok hakkının muhafaza edileceğine dair söylemlerde bulunmuş olsa da, gerçekleştirdiği uygulamalara bakıldığında bunun gerçekliği sorgulanabilmektedir. Bunun yanı sıra vurgulanması gereken bir diğer nokta da hareketin uluslararası kamuoyunda pek destek görmemiş olmasıdır. Bunun en önemli nedeni ise hareketin kökeninin bir Orta Doğu ülkesi olduğu gerçeğidir. İlgili tarihlerde New York Times ve BBC’nin haberleri incelenmiş ve MyRedLine hareketi ile ilgili New York Times’da 1, BBC’de ise 3 haberin yayımlandığı belirlenmiştir. Bununla birlikte hareket, dünya kamuoyundan destek görmek istemesine karşın, Twitter ve Facebook’ta çoğunlukla Arapça içerikler paylaşmıştır. Bazı içeriklerde İngilizce alt yazı kullanılmasına karşın, paylaşımların yerel dil kullanılarak uluslararası alanda görünürlüğe sahip olabilmesi de ne yazık ki olanaklı değildir.

Bir dijital aktivizm örneği olarak MyRedLine hareketi dijital medyanın beraberinde getirdiği tüm avantajlarla yerel düzeyde önemli bir kamuoyu oluşturmuş; hareketin içeriği, amacı ve kadınların taleplerini ifade edebilmeyi başarmış olmasına karşın, mevcut siyasi yapının değişmesiyle başarısızlıkla sonuçlanmıştır. Afganistan’da kadınlar 2004 Anayasası ile elde ettikleri hakları korumayı ve iyileştirmeyi amaçlarken, ne yazık ki tekrar hepsini kaybetmişlerdir. Bu bağlamda, dijital aktivizmde en önemli etkenin siyasi koşullar olduğunun altını çizmek gerekmektedir. Ekonomik ya da sosyal koşulların varlığı aktivizmin başarıya ulaşması için yeterli olmamaktadır. Bu nedenle demokrasi kültürünün gelişmiş olduğu ülkelerde dijital aktivizmin başarıya ulaşma şansı çok daha yüksek ve kolaydır. Ama bu dijital aktivizmin baskıcı ya da otoriter rejimlerde başarıya ulaşamayacağı anlamına da gelmemektedir. Başarıya ulaşan dijital aktivizm örneklerinin yanı sıra başarısızlıkla sonuçlanmak durumunda kalan bir dijital aktivizm örneği olarak MyRedLine hareketi, sosyal medyanın gücünün siyasi, sosyal ve ekonomik faktörlere bağlı olarak değişkenlik gösterebileceğini ortaya koymuştur.

KAYNAKÇA

- Acet, G. S. ve Doğan, F. (2017). 11 Eylül Olayları Sonrası ABD-Afganistan İlişkileri: İstiladan İşbirliğine. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (33), ss. 59-76.
- Buzzi, M., Buzzi, M. C. ve Leporini, B. (2011). Web 2.0: Twitter and the Blind. 9th ACM SIGCHI, *Italian Chapter International Conference* içinde ss. 150-156.
- Brünker, F., Wischnewski, M., Mirbabaie, M ve Meinert, J. (2020). The Role of Social Media during Social Movements – Observations from the #metoo Debate on Twitter. *Proceedings of the 53rd Hawaii International Conference on System Sciences* içinde ss. 2356-2365.
- Christiansen, J. (2011). Four Stages of Social Movements. The Editors of Salem Press (Ed.), *Sociology Reference Guide: Theories of Social Movements* içinde ss. 14-25. Pasadena, Calif: Salem Press.
- Collas, A. (2002). *International Civil Society Movements in World Politics*. Cambridge: Polity Press.
- Çakır, S. (1994). *Osmanlı Kadın Hareketi*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Çaycı, B. ve Karagülle, A. E. (2014). Mobil İletişim Teknolojileriyle Değişen Örgütlenme Biçimleri: Ağlarda Örgütlenen Toplumsal Hareketler. *Journal of Yasar University*, 9(36), ss. 6261 – 6380.
- Çoban, S. ve İnceoğlu, Y. (2015). *İnternet ve Sokak*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Çopur, H. (16.08.2021). ABD Başkanı Biden, Afganistan'dan Çekilme Kararını Savundu Ve Sorumluluğu Afgan Yönetimine Attı. Anadolu Ajansı (AA), <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/abd-baskani-biden-afganistandan-cekilme-kararini-savundu-ve-sorumluluğu-afgan-yonetimine-atti/2337307> Erişim: 7.02.2022.
- Flynn, S. I. (2011). New Social Movement Theory. The Editors of Salem Press (Ed.), *Sociology Reference Guide: Theories of Social Movements* içinde ss. 88-99. Pasadena, Calif: Salem Press.
- Giddens, A. (2006). *Sociology*. United Kingdom: Polity Press.
- Göker, G. (2009). “İnternetsiz devrim mümkün mü? Yeni Toplumsal Hareketler ve İnternet İlişkisi”. *Evrensel Kültür*, Aralık 2009, (216), ss. 73-76.
- Gregorian, V. (1969). *The Emergence of Modern Afghanistan: Politics of Reform and Modernization 1880-1946*. Stanford: Stanford University Press.
- Güler, B. (24.12.2021). Taliban 2021'de Yeniden Afganistan Yönetimini Ele Geçirdi. Anadolu Ajansı (AA), <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/taliban-2021de-yeniden-afganistan-yonetimini-ele-gecirdi/2456398> Erişim: 16.02.2022.
- Gürkan Aksoy, F. (2021). Afganistan'da ve Taliban İdeolojisinde Kadın Olmak. <https://strasam.org/kultur-sanat-ve-egitim/kultur/afganistanda-ve-taliban-ideolojisinde-kadin-olmak-203>

- Hira, İ. (2016). Yeni Toplumsal Hareketler: Politik Öncelikten Kimlik Vurgusuna. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 11(1), İstanbul, ss. 143-156.
- Isa, D. ve Himelboim, I. (2018). A Social Networks Approach to Online Social Movement: Social Mediators and Mediated Content in #FreeAJStaff Twitter Network. *Social Media + Society*, January-March 2018, ss. 1-14.
- Joyce, M. (2010). *Digital Activism Decoded The New Mechanics of Change*. NewYork: International Debate Education Association.
- Macionis, J. J. (2012). *Sosyoloji* (Çev. V. Akan). İstanbul: Nobel Yayıncılık.
- Mannheim, K. (2002). *İdeoloji ve Ütopya*. Ankara: Epos.
- McAdam, D. ve Snow, D. A. (2010). *Readings on Social Movements: Origins, Dynamics, and Outcomes*. 2nd ed. New York: Oxford University Press.
- Odine, M. (2013). Role of Social Media in the Empowerment of Arab Women. *Global Media Journal*, Spring 2013, ss. 1-30.
- Offe, C. (1985). New Social Movements: Challenging the Boundaries of Institutional Politics. *Social Research*, 52(4), ss. 817-868.
- Oğuz, E. (1998). *Afganistan: Sovyet İşgalinden İç Savaşa*. 1.Baskı, İstanbul: Cep Kitapları
- Önder, T. (2003). *Ekoloji, Toplum ve Siyaset*. Ankara: Odak Yayınevi.
- Özüdoğru Erdoğan, H. N. (2021). Yeni Toplumsal Hareketler Bağlamında Kadın Hareketleri: Dijital Aktivizm. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2), ss. 112 -119.
- Pathak, J. P. (2013). UGC Sponsored National Seminar on Popular Culture: A Cliche or Empowering the Masses?, Organised by Department of English, Netaji Nagar College, Kolkata.
- Ranney, K. (2014). *Social Media Use and Collective Identity within the Occupy Movement*. (Doktora Tezi), University of Hawaii at Manoa, Honolulu.
- Rinaldo, R. (2019). The Women's Movement and Indonesia's Transition to Democracy. Thushara Dibley ve Michele Ford (Ed.), *Activists in Transition: Contentious Politics in the New Indonesia* içinde ss. 135-152. Ithaka: Cornell University Press.
- Seren, M. (16.04.2021). Afganistan Barış Sürecinde Kritik Aşama. Anadolu Ajansı (AA), <https://www.aa.com.tr/tr/analiz/afganistan-baris-surecinde-kritik-asama/2211111> Erişim: 11.02.2022.
- Sivitanides, M. (2011). *The Era of Digital Activism. Conference for Information Systems Applied Research*. Wilmington North Carolina, USA.
- Şimşek, S. (2004). New Social Movements in Turkey Since 1980. *Turkish Studies*, 5(2), Summer.
- The Constitution of Afghanistan, (2004). https://www.constituteproject.org/constitution/Afghanistan_2004.pdf?lang=en, Erişim: 23.01.2022.

- Toffler, A. (1981). *Üçüncü Dalga*. İstanbul: Altın Kitaplar.
- Touraine, A. (1999). Toplumdan Toplumsal Harekete. Kenan Çayır (Ed.), *Yeni Sosyal Hareketler* içinde ss. 35-52. İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Touraine, A. (2007). *Modernliğin Eleştirisi* (Çev. H. Tufan). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Vernet, J-P. ve Butera, F. (2005). Women, Women's Rights and Feminist Movements. *Social Science Information*, 44(1), ss. 175-188.
- Yılmaz, A. (2010). Amanullah Han'ın Islahatları ve Atatürk. *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (21), ss.155-165.

TAŞRADA ÇOCUKLUK: 2000'Lİ YILLAR BAĞIMSIZ TÜRK SİNEMASINDA EBEVEYN TUTUMLARI

CHILDHOOD IN THE PROVINCE: PARENTAL ATTITUDES IN INDEPENDENT
TURKISH CINEMA IN THE 2000S

Ömer ERASLAN

Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Radyo, Televizyon ve Sinema Yüksek Lisans Öğrencisi
eraslanomer35@gmail.com
ORCID: 0000-0002-9863-7776

ÖZET

Ebeveyn tutumu, anne ve babanın çocukları için oluşturdukları beklenti ve inançları gerçekleştirilebilir adına çocuklarına gösterdikleri genel davranış ve tutumlarının bütünü olarak nitelendirilebilir. Sinema sanatı, ebeveyn tutumlarını incelemek için verimli bir kaynak sunmaktadır. Ebeveyn tutumlarını incelemek için önemli rolleri çocuk oyuncular tarafından canlandırılan, ebeveyn tutumlarının açıkça ortaya konulduğu, popüler anlatı kalıplarının dışında kalan, taşrada geçen ve çocuk karakterlerin psikolojik derinliklerine önem veren filmler amaçlı örnekleme yoluyla seçilmiştir. Çalışmada Karpuz Kabuğundan Gemiler Yapmak (Ahmet Uluçay, 2004), Beş Vakit (Reha Erdem, 2006), Bal (Semih Kaplanoğlu, 2010), Zefir (Belma Baş, 2010), Halam Geldi (Erhan Kozan, 2013), Sivas (Kaan Müjdecı, 2014) ve Rauf (Soner Caner ve Barış Kaya, 2016) örneklem olarak belirlenmiştir. Bu filmlerde ebeveyn tutumları 5 farklı ebeveyn tutumu üzerinden değerlendirilerek 2000'li yıllar bağımsız Türk sinemasında ebeveyn tutumları incelenecektir. Seçilen filmlerde anne- kız çocuk ilişkisinde aşırı baskılı ve otoriter tutum, anne-erkek çocuk ilişkisinde ise güven verici ve hoşgörülü tutum yaygın olarak görülmektedir. Baba kız çocuk ilişkisinde yaygın olarak görülen bir ebeveyn tutumu saptanamamışken baba ile erkek çocuk ilişkisinde ise güven verici ve hoşgörülü tutumun yaygın olduğu görülmektedir. Kız çocuklarının aşırı baskılı ve otoriter ebeveyn tutumlarına maruz kaldığı, erkek çocukların ise hem annelerinden hem de babalarından güven verici ve hoşgörülü bir ebeveyn tutumu ile karşılaştığı dikkat çekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Ebeveyn Tutumu, Çocuk ve Çocukluk, Taşra, Bağımsız Türk Sineması.

ABSTRACT

Parental attitude can be described as the whole of the general behaviors and attitudes that parents show to their children in order to realize the expectations and beliefs they have created for their children. The art of cinema offers a fruitful resource for examining parental attitudes. In order to examine parental attitudes, films in which important roles are played by child actors and parental attitudes are clearly revealed were chosen through purposive sampling. In addition, these films are outside the popular narrative patterns, take place in the province and give importance to the psychological depths of child characters. In the study, Karpuz Kabuğundan Gemiler Yapmak (Ahmet Uluçay, 2004), Beş Vakit (Reha Erdem, 2006), Bal (Semih Kaplanoğlu, 2010), Zefir (Belma Baş, 2010), Halam Geldi (Erhan Kozan, 2013), Sivas (Kaan Müjdecı, 2014) and Rauf (Soner Caner ve Barış Kaya, 2016) was chosen as a purposeful sample. By evaluating parental attitudes in 5 different types, it is aimed to express parental attitudes in independent Turkish cinema of the 2000s. In the selected movies, an overly oppressive and authoritarian attitude in the mother-daughter relationship, and a reassuring and tolerant attitude in the mother-son relationship are common. While a common parental attitude in the father-daughter relationship could not be determined, it is seen that a reassuring and tolerant attitude is common in the father-son relationship. It is noteworthy that while girls in these movies encounter excessively oppressive and authoritarian parenting attitudes, the boys are exposed to reassuring and tolerant parenting attitudes from both their mothers and fathers.

Keywords: Parental Attitude, Child and Childhood, Province, Independent Turkish Cinema.

GİRİŞ

Çocuk ve çocukluk, farklı disiplinlerde çalışan araştırmacıların ilgi alanına giren bir konu olduğu için çok sayıda tanımı mevcuttur. Birleşmiş Milletler tarafından hazırlanan ve çocuklar hakkında ilk uluslararası sözleşme olan Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin 1. maddesinde çocuk, "daha erken yaşta reşit olma durumu hariç on sekiz yaşın altındaki her birey" şeklinde tanımlanır (UNICEF, 1989). Gelişim evreleri dikkate alındığında bireyin yetişkinlik dönemine kadar olan zaman dilimi beş aşamada incelenebilir. Bireyin 2 ile 6 yaşları arasında ilk çocukluk dönemi ve kız çocuklarda 6 ile 11 yaş ile erkek çocuklarda 6 ile 13 yaşları arasında kapsayan döneme ise son çocukluk dönemi denir. Bu yaşlardan sonra yaklaşık 20 yaşına kadar olan yaşlar ise ergenlik dönemi olarak adlandırılır (Yavuzer, 2006, s. 29). Bu dönemlerini yaşayan çocuklar aileleriyle kurdukları ilişkiler çerçevesinde ele alınarak anlaşılabilir. Sağlıklı davranış kalıpları ve kişiliğin gelişmesinde aile bireyleri ile çocuk arasında kurulan yeterli ve doyurucu bir ilişki önemlidir (Yavuzer, 1992, s. 97).

Aile ile çocuk arasındaki etkileşim toplumsal ve kültürel değerlere göre farklılık gösterebilmekte hatta aynı toplumda aileler arasında bile çocuk yetiştirme tutumları açısından farklılıklar bulunabilmektedir (Kulaksızoğlu, 2001, ss. 102-103). Ebeveyn tutumları farklı sınıflandırmalara tabii tutulmuştur. 5 farklı ebeveyn tutumu üzerinden yapılan sınıflamaya göre aşırı baskılı ve otoriter tutum, aşırı hoşgörülü tutum, dengesiz ve kararsız tutum, aşırı koruyucu tutum ile güven verici ve hoşgörülü tutum şeklindedir (Yavuzer, 1992, s. 27). Aşırı baskılı ve otoriter ebeveyn tutumu, geleneksel aile yapımızda belirgin olarak bulunur ve ailenin çocuk üzerinde katı disiplin kuralları uygulaması esasına dayanır (Kulaksızoğlu, 2001, s. 122). Aşırı hoşgörülü tutum, geniş ailelerde tek çocuk olması durumunda daha çok karşılaştığımız bir tutum olup bu ebeveyn tutumunda çocuk ailenin merkezindedir (Yavuzer, 1992, s. 28). Dengesiz ve kararsız tutum, anne ve/veya babanın çocuk üzerinde belirgin ve tutarlı bir disiplin anlayışına sahip olmadığı ebeveynlik tutumu olarak açıklanabilir (Yavuzer, 1992, s. 30). Aşırı koruyucu tutum, ailenin çocuğa gerektiğinden fazla özen göstererek çocuğun aşırı kontrol altında tutulmaya çalışılması hâlidir (Yavuzer, 1992, s. 31). Güven verici ve hoşgörülü tutum ise anne babanın yeterli ve tutarlı bir disiplin anlayışına sahip olması hâlidir ve ebeveynlik tutumları arasında en sağlıklı olanıdır (Yavuzer, 1992, ss. 32-33). Anne babanın çocuklarıyla olan karşılıklı etkileşimi sanat dallarından biri olarak sinemada da kendine yer bulmaktadır. 2000'li yıllar bağımsız Türk sinemasında bu ilişki daha yoğun ve gerçekçi şekilde taşrada geçen filmlerde ele alınmaktadır.

Taşra kavramını tanımlayabilmek için karşısında yer alan merkez kavramını tanımlamak gerekir ve iki kavram birlikte kullanıldığında anlaşılır olmaktadır (Avcı ve Kıran, 2019, s. 247). Taşra-merkez kavramları, ikilikler ve karşıtlıklar üzerinden diyalektik bir bakışla ele alınmalıdır. Taşra, zamanın yavaş geçtiği, günlük yaşamın ve zamanın doğa döngüsü tarafından belirlendiği, büyük kentler tarafından sahiplenilen değerlerin geçerliliğinin olmadığı mekânlar olarak tanımlanabilir (Cerrahoğlu, 2009, s. 531). Taşrada yaşam, doğası itibarıyla şehir yaşamından farklıdır. Bu farklılıklardan biri ebeveyn tutumlarında kendini göstermektedir. Büyük şehirlerde ve il merkezlerinde yaşayan ailelerin nüfus bakımından daha küçük yerlerde yaşayan ailelere göre daha demokratik ebeveynlik tutumu sergileme eğiliminde olduğu bulunmuştur (Şanlı, 2007, s. 29).

Sinema ile çocuk ilişkisi değerlendirildiğinde sinemanın çocuğa iki farklı işlev yüklediği görülmektedir. Birincisi, çocuk araç olarak görülür ve imge olarak konumlandırılır. İkincisi ise çocuk amaç olarak görülür ve seyirci olarak konumlandırılır. Sinemada çocuk amaç olarak ele alındığında seyirci kitlesi çocuklardan oluşur. Çocuk araç olarak konumlandırıldığında ise çocuk filmde görülür, temsil edilir ya da çocuk temelli göndermeler film içerisinde görsel, simgesel ve düşünsel olarak bulunur. Başka bir sınıflandırma ise filmleri dört farklı grupta inceler. Bu sınıflandırma, çocuk imgesi bulunduran, çocuğu oyuncu olarak değerlendiren, çocuksu olan ve çocuğu izleyici olarak ele alan filmler şeklindedir (Pembecioğlu, 2018, ss. 39-40).

Dünya sineması ile Türk sinemasında filmlerin işlevlerine ve yapılarına bakış açısındaki farklılıktan kaynaklı olarak çocuk imgesinin sinemada yer alması farklı zamanlara denk gelmektedir. Dünya sinemasında Lumiere kardeşlerin ilk filmlerinden başlayarak çocuklar sinemada kendilerine yer bulurken Türk sinemasında çocukların sinemada boy göstermeleri oldukça geç zamanlara rast gelmektedir. Bunun nedeni ise ilk Türk filmlerinin doğal ve sıradan olaylar yerine tarihi öyküleri, tiyatro gösterilerini ve önceden planlanarak rol yapılması esasına dayalı senaryoları içermesidir. Ayrıca, sinemanın ülkemizde ilgi görmeye başladığı ilk yılların savaş zamanına denk gelmesi nedeniyle sinema ile ilgilenenlerin yeterli özeni ve sanatsal yaratma gücünü sinemaya veremedikleri söylenebilir (Pembecioğlu, 2018, s. 32). Bu sebeple Türk sinemasında çocuk imgeleri ancak ilk kez 1923 yılında Muhsin Ertuğrul tarafından yönetilen *Ateşten Gömlek* ve *Kız Kulesinde Bir Facia* adlı filmlerde görülmektedir (Pembecioğlu, 2018, s. 174).

Bağımsız Türk sineması 1960'lı yıllar itibarıyla kendini göstermeye başlar ve yaklaşık olarak her on yılda bir farklı isimlendirmelerle varlığını sürdürür (Akser, 2012, s.36). 1990'lı yıllar itibarıyla Yeşilçam sinemasının film üretme tarzlarını değiştiren yeni bir sinemacılar kuşağı ortaya çıkmıştır (Daldal, 2021, s.163). Bu dönemde film üretmeye başlayan yönetmenler özgün sanat anlayışları, Türk sinemasında daha önce ulaşılamayan teknik düzeyleri, yenilikçi sinema dilleri, dinamik kamera kullanımları, görüntü ve ses efektleri ile bağımsız ve bireysel sinema anlayışlarıyla öne çıkmaktadırlar (Sevinç, 2014, s. 99). Bu yönetmenler popüler sinemanın tanımlanmış ilkelerini alt üst ederler (Daldal, 2021, s. 163).

Çalışmada 2000'li yıllarda bağımsız Türk sinemasında kendine yer bulan ebeveyn tutumlarının incelenmesi ve karşılaştırılması amaçlanmıştır. Çalışmada önemli rolleri çocuk oyuncular tarafından canlandırılan, ebeveyn tutumlarının açıkça ortaya konulduğu, popüler anlatı kalıplarının dışında kalan, taşrada geçen ve çocuk karakterlerin psikolojik derinliklerine önem veren filmler amaçlı örnekleme yoluyla seçilmiştir. Çalışmanın örneklemini *Karpuz Kabuğundan Gemiler Yapmak* (Ahmet Uluçay, 2004), *Beş Vakit* (Reha Erdem, 2006), *Bal* (Semih Kaplanoğlu, 2010), *Zefir* (Belma Baş, 2010), *am Geldi* (Erhan Kozan, 2013), *Sivas* (Kaan Müjdecı, 2014) ve *Rauf* (Soner Caner ve Barış Kaya, 2016) oluşturmaktadır. Bu filmlerde taşrada geçen çocukluk yaşantıları, ebeveyn-çocuk ilişkileri, bu ilişkilerin hangi ebeveyn tutumuna girdiği ve 2000'li yıllar bağımsız Türk sinemasında ebeveyn tutumları tartışılacaktır. Ele alınan filmlerde çocuk bir araç olup sinemada imge olarak konumlandırılmıştır ve filmlerde çocuk, oyuncu olarak bulunmaktadır. Bu filmlerde ebeveyn tutumları, aşırı baskılı ve otoriter tutum, aşırı hoşgörülü tutum, dengesiz ve kararsız tutum, aşırı koruyucu tutum ile güven verici ve hoşgörülü tutum

üzerinden değerlendirilip 2000'li yıllar bağımsız Türk sinemasında ebeveyn tutumları incelenerek sınıflandırılacaktır.

1. Ebeveyn Tutumları

Çocuklar önceleri yetişkinlerin fiziksel açıdan küçük, güçsüz ve zekâ yönünden yetersiz birer kopyaları olarak ele alınırken 16. ile 18. yüzyıllar itibarıyla bu bakış açısı değişerek çocuk ev ekonomisine yaptığı katkı üzerinden değerlendirilmeye başlanılmıştır. 19. yüzyılda Avrupa kıtasında başlayan yenilik hareketleri neticesinde artık çocuk korunması gereken ve belirli birtakım haklara sahip olan birey konumuna gelmiştir (Ergün ve İpek, 2020, s. 161).

Anne ve baba, çocuklarının zihinsel, fiziksel ve duygusal gelişiminde en etkili ve birinci derecede sorumluluğa sahip bireylerdir (Dinç, 2015, s. 9). Çocuğun her açıdan sağlıklı olarak gelişmesine olanak tanıyabilmek için ona yeterince sevgi verebilmek, diğer çocuklarla eşit hakları olduğunu hissettirmek, hoşgörülü ve demokratik bir ortamda düşüncelerini açıkça ifade edebilmesine olanak sağlamak gereklidir (Yörükoğlu, 1998, ss. 172-173).

Ebeveynlik tutumları farklı toplumlarda, farklı kültürlerde, farklı zamanlarda hatta aynı kültürel değerlere sahip ailelerde bile birbirinden farklı şekilde kendini göstermektedir. Aileler kendilerine özgü hayat felsefesine, değerler sistemine ve kültürel özelliklere sahip olmaları dolayısıyla o aileye özgü ödül-ceza sistemine ve çocuğa yaklaşım tarzına sahip olmaktadır (Kulaksızoğlu, 2001, s. 117).

Mussen'in (1984) yaptığı tanıma göre anne ve babanın kendi çocukları için oluşturdukları beklentileri ve inançları gerçekleştirebilmek adına çocuklarına gösterdikleri genel davranış ve tutumlarının bütününe ebeveyn tutumları denilir (Mussen'den aktaran: Yaman, 2018, s. 2). Ebeveyn tutumları 5 grupta incelenebilir. Aşırı baskılı ve otoriter tutum, anne babanın çocuğun davranış ve tutumlarını istedikleri yönde değiştirmek için zorlayıcı yöntemler kullandıkları ve bu zorlayıcı yöntemlerin çocuk tarafından uygun görülerek kabul edilmesinin beklenildiği tutumdur. Bu tutumda anne-baba çocuğa yönelttikleri isteklerin herhangi bir sorgulama olmadan kabul edilmesini bekler. Ayrıca bu tutumda çocuk ile anne-baba arasındaki ilişki samimiyetten uzak, soğuk ve mesafelidir (Yaman, 2018, ss. 3-4).

Aşırı hoşgörülü tutumda anne-baba, çocuğun istek, arzu ve dürtüleri karşısında kabul edici, onaylayıcı ve cezalandırıcı olmayan bir tutuma sahiptir (Baumrind, 1966, s. 889). Ayrıca, anne baba disiplin uygulamada ve çocuğa belirli kurallar koymada esnekler. Çocuklarının davranış ve tutumları üzerinde kontrol sahibi değildirler. Anne babalar çocuklarına onların gelişim düzeylerine uygun ve yeterli sorumluluğu kazandırmakta yetkin değildirler. Ayrıca, ebeveynler çocuklarına disiplin sağlamada da yetkin olmadıkları için çocuklarının uygunsuz davranışlarını göz ardı ederler (Yaman, 2018, s. 5).

Dengesiz ve kararsız tutuma sahip anne babalar, çocuğa disiplin uygulama ve kural koyma konusunda hem kendi aralarında hem de bireysel olarak farklı zamanlarda değişen tutumlar sergilemektedirler. Bu tutumda anne babalar kimi zaman çocuklarını engelleyerek baskılama eğilimindeyken kim zaman da serbest ve aşırı hoşgörülü olabilirler. Buna bağlı olarak çocuklar, hangi davranış ve tutumun anne babaları tarafından

onaylanıp onaylanmayacağını tahmin edemeyip tutarsız davranışlar sergilerler (Aydoğdu ve Dilekmen, 2016, s. 571).

Anne babalar, çocuklarının başlarına kötü bir şey geleceği ya da olumsuz yaşam deneyimlerine sahip olacakları kaygısıyla bazen çocuklarına karşı aşırı koruyucu tutum ve davranışlar sergilemektedirler (Eroğlu ve Parlar, 2018, s. 91). Bu tür bir ebeveynlik tutumu ile karşılaşan çocukların bireyselleşme süreçlerinin sekteye uğrayacağı, benlik algılarının ve öz güvenlerinin düşük olacağı tahmin edilmektedir (Şenol ve Karaca, 2020, s. 10; Eroğlu ve Parlar, 2018, s. 91). Ayrıca bu çocuklar, düşük girişimcilik becerilerine sahip, çekingen, sürekli başkalarının yardımını bekleyen, sosyal ilişkilerde başarısız ve yaş grubuna göre bir takım beceri alanlarında beklenilenin altında gelişim gösteren bireylerdir. Toplum tarafından yeterince olgunlaşmamış olarak nitelendirilirler (Karabulut Demir, 2007, s. 22).

Güven verici ve hoşgörülü tutuma sahip ebeveynler, çocuklarının tutum ve davranışlarına karşı destekleyici olan, onların fikirlerine önem veren ve dinleyen, çocuklarının kişisel çıkarlarına değer veren ve bu çıkarlar ile yetişkin bireyler olarak ailenin diğer fertlerinin hakları arasında demokratik dengeyi oluşturmaya çalışan kişilerdir. Ayrıca bu ebeveynler, ailenin sahip olduğu kurallar konusunda dengeli ve tutarlıdır (Çoban vd., 2021, s. 4305). Bu ebeveyn tutumunun baskın olduğu ailelerde yetişen çocuklar, yüksek öz güven seviyesine sahip, keşfetmeye meraklı, iletişim becerileri güçlü, bağımsız ve sorun çözme konusunda başarılı olurlar (Baumrind'den aktaran: Çoban vd., 2021, s. 4305). Bu tutum, çocuğa karşılıksız sevginin verildiği, onun eşsiz ve biricik olduğunun kabul edildiği, gereksinimlerinin karşılandığı ve çocuğun yeteneklerini ortaya koyması için uygun ortam ve şartların hazırlandığı en sağlıklı ebeveynlik tutumudur (Şanlı, 2007, s. 25).

Ebeveynlik tutumlarına etki eden etmenler arasında annenin yaşı, anne babanın eğitim ve çalışma durumları, meslekleri, yaşadıkları yer, sosyoekonomik düzeyleri, aile tipi, ailenin parçalanmış olup olmaması, çocuk sayısı, çocuğun yaşı ve doğum sırası, cinsiyeti, anne babanın maruz kaldığı ebeveynlik tutumları, çocuk beklentileri, duygusal ilişki düzeyleri, çocuğun mizacı ve kronik hastalığa sahip olup olmaması bulunmaktadır (Şanlı, 2007, ss. 27-36). Erken yaşlarda çocuk sahibi olmak anne açısından çocuğunu kabul etmeyi ve ona yeterince ilgi ve sevgi vermeyi güçleştirmektedir. Bu sebeple erken yaşta anne olmak çocuk ile oluşan ilişkiye zarar verebilmektedir (Ayyıldız, 2005, s. 19). Eğitim düzeyi yüksek ebeveynler çocuk yetiştirme tutumları açısından yeniliklere açık ve modern olabilirken eğitim düzeyi düşük ebeveynlerin ise geleneksel tutumlara öncelik verdiği bilinmektedir (Şanlı, 2007, s. 28; Ayyıldız, 2005, s. 17). Annenin çalışıp çalışmaması çocuk ile ilişkisini etkilemektedir. Eğer anne stres düzeyi düşük bir işte doyum alarak çalışıyorsa bu durum çocuk ile ilişkisini olumlu etkilemektedir. Ancak eğer anne stres düzeyi yüksek bir işte çalışıyorsa bu durum çocuk ile ilişkisini olumsuz olarak etkilemektedir (Şanlı, 2007, s. 28). Ayrıca annenin bir mesleğe sahip olması, bu mesleğin kendi kişisel gelişimine katkı sağlaması ve kişinin meslekte aktif olarak yer alması daha demokratik bir ebeveynlik tutumuna sahip olması anlamına gelmektedir (Çetinkaya ve Başbakkal, 2005, s. 57). Büyük şehirlerde ve il merkezlerinde yaşayan ailelerin nüfus bakımından daha küçük yerlerde yaşayan ailelere göre daha demokratik ebeveynlik tutumu sergileme eğiliminde olduğu bulunmuştur (Şanlı, 2007, s. 29). Buna ek olarak, yüksek

sosyoekonomik düzeye sahip aileler düşük sosyoekonomik düzeye sahip ailelere göre eşitliği, merakı, başarıyı, sorun çözme yeteneklerini ve bağımsızlığı daha fazla, otoriteyi ise daha az önemsemektedirler. Ayrıca çocuklarıyla daha sağlıklı ve yoğun iletişim kurmakta, cinsiyet temelli ayrımcılığı daha az yapmakta ve onları kendi geleceklerini güvenceye alacak bireyler olarak görmemektedirler (Ayyıldız, 2005, s. 19). Çekirdek aile tipinde daha dengeli ve kararlı bir ebeveynlik tutumu sergilenirken geniş ailelerde çocuğa bakım veren kişi sayısının artmasından kaynaklı dengeli ve kararlı bir tutuma sahip olmak güçleşmektedir (Ayyıldız, 2005, s. 19). İki ebeveyni ile beraber yaşayan çocukların, ebeveynlerinden ayrı olarak devlet bakımında kalan çocuklara göre yetiştirilme tutumlarını daha demokratik olarak algıladıkları ve öz saygı düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir (Güçray, 1993, s. 65). Çocuk sayısının artması ile ebeveynlik tutumlarının sertleşmesi ve cezaların artması arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Şanlı, 2007, s. 30). Anne babanın çocuktan beklentileri çerçevesinde ilk çocuklar daha keskin sınırlara sahip bir disiplin anlayışıyla yetiştirilirken sonraki yıllarda dünyaya gelen çocukların ise daha kolay kabul gören ve hoşgörü düzeyi yüksek bir anlayışla yetiştirildiği belirlenmiştir (Şanlı, 2007, s. 31). Çocukların cinsiyetleri ve toplum tarafından cinsiyete yüklenen anlam farklı cinsiyetlerdeki çocukları farklı yetiştirilme tarzlarına maruz bırakmaktadır. Toplumsal cinsiyet kavramı ve toplumsal cinsiyet rolleri bu konuda öne çıkmaktadır (Ayyıldız, 2005, s. 17). Ebeveynlik tutumları kuşaklararası geçiş göstererek öğrenilebilir. Ayrıca bazı durumlarda da katı kurallar üzerinden ve sık sık cezalandırılarak yetiştirilen çocuklar, yetişkin olduklarında çocuklarına karşı aşırı hoşgörülü bir tutum benimseyebilirler (Şanlı, 2007, s. 32). Anne babanın çocuklarından beklenti düzeyi, duygusal ilişki düzeyleri, çocuğun mizacı ve çocuğun kronik hastalığa sahip olup olmaması da ebeveynlik tutumlarını etkilemektedir (Şanlı, 2007, ss. 35-36).

2. Türk Sinemasında Çocuk

Türk sineması tarihinde 1960 yılı önemli bir dönüm noktasıdır. Bu durumun temelinde 27 Mayıs 1960 ihtilalinin ardından 1961 Anayasası'nın sağladığı özgürlük ortamı sayesinde sinema dünyasının daha önce değinilemeyen toplumsal konulara değinmesi bulunmaktadır (Arslantepe, 2009, s. 136). 1960'lı yıllarda kültür hayatı canlanmış, düşünce yaşamında yenilikler baş göstermiş, Türk sineması olumlu bir değişim ve endüstrileşme hareketi içerisine girmiştir. Bu dönemde Sinematek Derneği kurulmuş ve ulusal ve uluslararası film festivalleri düzenlenmeye başlamıştır. (Güçhan, 1990, s. 130). 1960'lı yıllar gelecekte Türk sineması içerisinde oluşan akımlar için birer ilk adım olarak okunabilir (Scognamillo, 1979, s. 99). Bu dönemde bir yandan eril özellikler sergileyen kadın karakterleri odağına filmler, bir yandan popüler roman ve ticari başarı kazanmış yabancı film uyarlamaları ve bir yandan da Ayşecik karakterinin başlattığı başrolünde çocuk karakterlerin bulunduğu filmler piyasaya çıkmaktadır. Çocuk filmlerinin ilki olarak nitelendirilen *Ayşecik* (1960) Memduh Ün tarafından yönetilip başarı kazanınca çocuk filmleri furyası ortaya çıkar (Scognamillo, 1979, s. 99). Bu dönemde artan seyirci ilgisi ve film sayısı beraberinde konu çeşitliğini de sağlamış fakat çocuk kahramanı olan filmlerin genel olarak melodram kalıpları içerisinde kalarak birbirlerini tekrarladıkları (Doğan, 2019, s. 319) ve bu filmlerde çocukların yetişkin tavırlarına, zekâsına ve davranış örüntülerine sahip büyüyüp küçülmüş çocuklar şeklinde sunuldukları dikkat çekmektedir (Doğan, 2019, s. 322).

1970'li yıllar politik ve toplumsal olarak zorlu yıllardır. 12 Mart 1971 muhtırası sonrası artan siyasi baskılar, sinemanın maruz kaldığı sansür, 1974 yılı ile başlayan televizyon baskısı sinemayı krize sürüklemiştir (Arslantepe, 2009, s. 137). Tüm bu sıkıntılara ve kriz ortamına rağmen 1970 yılı Yılmaz Güney tarafından yönetilen *Umut* filmi sayesinde yeni bir dönem olarak anılır. Bu film sinemamızda bir kilometre taşı olarak değerlendirilmektedir (Kuyucak Esen, 2016, s. 138; Güçhan, 1990, s. 131). 1970'li yılların ikinci yarısı ise televizyon karşısında gerileyen Türk sineması, dünyada da bu dönemde sinemaları işgal eden komedi-seks filmleri üzerinden rekabet ortamı bulmaya çalışmış fakat bu hareket büyük seyirci kitlelerini sinemaya küstürmüş ve yozlaşmaya neden olmuştur. Bu dönemde bir yanda masal filmlerinde çocuk karakterler yer almaktayken diğer yanda masumiyet odaklı ve birer ulusal kahraman gibi sunulan çocuk oyuncular yer almaktadır (Düzcan, 2017, s. 415).

12 Eylül darbesiyle başlayan 1980'li yıllar başta sinema olmak üzere bütün sanat ve kültür dünyasında baskının, sansürün ve engellemelerin arttığı bir dönem olmuştur. 12 Eylül ile bir anda sinemalardan kalkan komedi-seks filmlerinin yerini arabesk şarkıcıların başrollerde bulunduğu filmler, komedi filmleri ve kadın odaklı filmler almıştır (Arslantepe, 2009, s. 138). 1970'li yıllarda başta Yılmaz Güney ve Genç Türk Sinemacıları olarak adlandırılan grup tarafından üretilen toplumsal sorun odaklı filmler (Kuyucak Esen, 2016, ss. 135-136) yerini bireysel sorunlara odaklanan filmler almıştır (Arslantepe, 2009, s. 138). Bu dönemin son beş yılında darbe etkilerinin azalması nedeniyle toplumsal içerikli filmlerde belirgin bir artış olmuştur (Orta, 2007, s. 133). Ayrıca, darbe ile beraber sinema örgütleri kapanmış, film festivalleri aksamış, sinema çalışanları yargılanmış ve sansür hiçbir dönemde olmadığı kadar sert şekilde kendini göstermiştir (Lüleci, 2015, s. 200). Bu dönem, arabesk filmler furyasında küçük Emrah ve küçük Ceylan başta olmak üzere arabesk şarkı söyleyen çocuk karakterlerin başrolde bulunduğu ve sinemamızda değişen çocuk karakterin ilk kez seyirciyle buluştuğu bir dönem olmuştur (Öcal, 1999, ss. 240-241).

1990'lı yıllar Türk sineması için neredeyse bir bitkisel hayat olarak ifade edilebilir. Sinema alanında atılan yanlış siyasal adımlar bu dönemde film çekebilemeyi ve gösterim imkânı bulmayı zorlaştırmıştır (Kuyucak Esen, 2016, s. 182). Bu dönemde yaratıcı yönetmenlerin filmin öykü aşamasından kurgu aşamasına kadar her aşamasında etkin olduğu ve sponsorluklardan, fonlardan, kültür bakanlığından ve festivallerden elde edilen maddi destekler aracılığıyla filmler çekebildiği bir dönem olmuştur. Bu durum ticari kaygının azalarak sanatsal sorun ve bireysel problemlerin filmlere yansımaları anlamına gelmektedir (Sevinç, 2014, s. 99; Saydam, 2020, ss. 418-419). 1990'lı yıllar boyunca 385 film üretilmiş olmasına rağmen bu filmlerden sadece 137 tanesi gösterim olanağı bulmuştur (Pösteki, 2012, s. 78). Bu dönem üretilen filmler suçlu filmleri, politik filmler, kadın filmleri, kent insanını anlatan filmler, beyaz sinema, oryantalist motifli ve tarihsel filmler, aşk filmleri ve çocuk filmleri olarak gruplandırılmaktadır (Pösteki, 2012, ss. 78-91). Bu dönemde çocuk karakterler toplumsal yaşamın içerisinde, politik koşulların etkilediği ve maddi zorluklar içerisinde sunulmaktadır. Bu durumun en açık örnekleri *Zikkımın Kökü* (Memduh Ün, 1992) ve *Soğuk Geceler* (Kadir Sözen, 1994) filmleridir.

2000'li yıllar yeni kuşak seyirci kitlesiyle beraber biçim, içerik ve estetik değerler bağlamında yenilikçi yapımların üretildiği bir dönem olarak karşımıza çıkmaktadır

(Saydam, 2020, s. 420). Bu dönemde Türk sineması belirgin olarak iki ayrı kola ayrılmıştır. Bu kollardan ilki seyirci kaygısı güderek seyirci beklentilerine hitap eden ticari kol, diğeri ise sanatsal üretimi öne çıkaran ve sinemayı sanatsal sorunları gündeme getirmek için kullanan sanatsal koldur (Pösteği, 2012, s. 188). Bu dönemde üretilen filmler politik filmler, komedi filmleri, aşk filmleri, tarihsel motifli dönem filmleri, korku filmleri ve çocuk filmleri olarak gruplandırılmaktadırlar (Pösteği, 2012, ss. 110-116). Bu dönemde sinemamızda *Beş Vakit* (2006), *Hayat Var* (2008), *Sivas* (2014) ve *Mustang* (2015) gibi filmlerde asi çocuk imgesi görülmektedir (Düzcan, 2017, s. 415). Bu dönemin yaratıcı yönetmenlerinden Reha Erdem, beş filminde çocuk ve ergen karakterlere ana rolleri vererek, büyüme-büyüyememe sorunsalına dikkat çekmesiyle ön plana çıkmaktadır. Ayrıca bu dönem filmlerinden *Karpuz Kabuğundan Gemiler Yapmak* (Ahmet Uluçay, 2004), *Bal* (Semih Kaplanoğlu, 2010), *Zefir* (Belma Baş, 2010) gibi filmlerde tek ebeveynli çocuklar dikkat çekmektedir. Örnekleme yer alan, *Karpuz Kabuğundan Gemiler Yapmak* (Ahmet Uluçay, 2004), *Beş Vakit* (Reha Erdem, 2006), *Sivas* (Kaan Müjdecı, 2014), *Rauf* (Soner Caner ve Barış Kaya, 2016) filmlerinde erkek çocuk ve ergen karakterlerin ilk aşkları konu edilmekte ve bu aşkların *Sivas* (Kaan Müjdecı, 2014) filmi hariç diğerlerinde erkek karakterlerin kendi yaşından büyük kadınlara âşık oldukları fark edilmektedir. *Halam Geldi* (Erhan Kozan, 2013) filmi ise çocuk gelin ve akraba evliliğine dikkat çeken önemli çocuk odaklı bağımsız filmlerden biridir.

3. Seçilen Filmler Üzerinden Ebeveyn Tutumlarının İncelenmesi

Çalışmanın örneklemini *Karpuz Kabuğundan Gemiler Yapmak* (Ahmet Uluçay, 2004), *Beş Vakit* (Reha Erdem, 2006), *Bal* (Semih Kaplanoğlu, 2010), *Zefir* (Belma Baş, 2010), *Halam Geldi* (Erhan Kozan, 2013), *Sivas* (Kaan Müjdecı, 2014) ve *Rauf* (Soner Caner ve Barış Kaya, 2016) oluşturmaktadır. Bu bölümde çalışmada örneklem olarak ele alınan filmler üzerinden 2000’li yıllar bağımsız Türk sinemasında kendine yer bulan ebeveyn tutumlarının incelenmesi ve karşılaştırılması amaçlanmıştır. Çalışmada 5 farklı ebeveyn tutumu üzerinden yapılan sınıflama temel alınmış olup bu sınıflandırma aşırı baskılı ve otoriter tutum, aşırı hoşgörülü tutum, dengesiz ve kararsız tutum, aşırı koruyucu tutum ile güven verici ve hoşgörülü tutum şeklindedir (Yavuzer, 1992, s. 27). Örnekleme yer alan filmlerde önemli rolleri çocuk oyuncular tarafından canlandırılan, ebeveyn tutumlarının açıkça ortaya konulduğu, popüler anlatı kalıplarının dışında kalan, taşrada geçen ve çocuk karakterlerin psikolojik derinliklerine önem veren filmler 2000’li yıllar bağımsız Türk sinemasından amaçlı örnekleme yoluyla seçilmiştir. Bu filmlerde taşrada geçen çocukluk yaşantıları, ebeveyn-çocuk ilişkileri, bu ilişkilerin hangi ebeveyn tutumuna girdiği ve 2000’li yıllar bağımsız Türk sinemasında ebeveyn tutumları tartışılacaktır.

Ele alınan filmlerde çocuk bir araç olup sinemada imge olarak konumlandırılmıştır ve filmlerde çocuk, oyuncu olarak bulunmaktadır. Filmlerde yer alan anne-çocuk, baba-çocuk ilişkileri ayrıntılı olarak ele alınıp bu ilişkilerde yer alan davranış örüntüleri, sözel, fiziksel, duygusal ve cinsel şiddet olup olmaması, anne-babanın karşılıklı ilişkisi, çocuğun anne-baba tarafından desteklenmesi, baskılanması ve engellenmesi, düşüncelerine önem verilip verilmediği, evin içindeki yeri dikkate alınarak, filmlerdeki ebeveyn tutumları sınıflandırılmıştır.

3.1. *Karpuz Kabuğundan Gemiler Yapmak* (Ahmet Uluçay, 2004) Filminde Ebeveyn Tutumlarının Çözümlemesi

Filmde taşrada yaşayan Recep ve Mehmet’in sinema tutkuları, aile ilişkileri, dostlukları, kasabada çıraklık hayatları ve Recep’in Nihal’e aşkı anlatılmaktadır.

3.1.1. Filmin Özeti

Recep ve Mehmet ergenlik döneminde iki yakın arkadaştır. Köyde yaşamakta ve kasabada farklı işlerde çıraklık yapmaktadırlar. İki yakın arkadaş sinema tutkusu konusunda birleşmekte ve köyde film göstermek için el yapımı makineler yapmaktadırlar. Recep, kasabada karpuzcunun yanında çalışırken şans eseri gördüğü kendinden yaşça büyük Nihal’e âşık olur. Film taşrada sıkışmışlığa, iki erkek ergen arasındaki dostluğa, sinema tutkusuna ve ilk aşk deneyimlerine odaklanmaktadır.

3.1.2. Filmde Ebeveyn Tutumları Çözümlemesi

Filmde Recep köyde annesiyle beraber yaşamaktadır. Babasını kaybetmiştir fakat nasıl ve ne zaman kaybettiğine dair bilgi izleyiciye verilmemiştir. Annesi, Recep’in sinema tutkusuna ilgi göstermez hatta bu tutkuyu yok etmeye çalışır. Filmde Recep evlerinde gaz lambası ışığında elleriyle duvarda gölgeler oluşturup eğlenirken annesi bu gölgeleri görüp korkar. Bu sahnede Recep ve annesi arasında şöyle bir diyalog geçer.

Anne: Recep, dedenin mumlarını yaktın mı?

Recep: Yok. Valla unutmuşum ana, şimdi yakarım.

Anne: Resimlerle oynamayı unutmuyorsun ama. Bizim şu dar dünyada bir Kayı dedemiz var. Şuradan kalkıp üç mum yakacaksın. Yapacağın iş bu. Mumu yakmadan uğraşıp durma! Evin bereketini kaçırma.

Bu sahne anneyi gördüğümüz iki önemli sahneden biridir. Diğer sahnede ise Recep ve Mehmet, akşam saatlerinde evin kullanılmayan bir kısmında kendi yaptıkları sinema makinesiyle film göstermeye çalışırlar fakat bir türlü başarılı olamazlar. Sabah birlikte kasabaya çalışmaya giderken film parçalarını sakladıkları yeri tam gizleyemediklerini anlarlar. Anne, şans eseri film parçalarını bulur ve köyün fırınında bunları yakar. Anne filmleri toplayıp yakmaya giderken kendi kendine söylenir.

Anne: Gıvımdak oynatacakmış da gidinin laneti seni. Ne zor işmiş bu yetim büyütmek. Allah kimsenin başına vermesin. Nerden sardırdu bu şeytan icadına bilmem ki. (kedi film parçalarını tutmaya çalışınca) Cinler asılıyor biliyorum ben. Hiçbir şey yapamazlar. Kayı dedenin türbesi var evde. Asılsınlar bakalım.

Bu iki sahnede temel olarak Recep’in en önemli tutkusu olan sinemaya annesinin bakışını görmekteyiz. Anne, Recep’in sinema tutkusunu şeytan icadı diyerek yok etmeye çalışmaktadır. Aşırı baskılı ve otoriter tutumun birer örneği olarak bu sahnelerde oğlunun tutkularını anlayamayan ve bu tutkuyu ortadan kaldırmaya çalışan bir anne görmekteyiz.

3.2. *Beş Vakit* (Reha Erdem, 2006) Filminde Ebeveyn Tutumlarının Çözüm- lenmesi

Filmde Ömer, Yakup ve Yıldız isimlerinde köyde yaşayan üç ergenin aile yaşamı, arkadaşlıkları, okul hayatları ve taşrada yaşam üzerinden başlarından geçen olaylar anlatılmaktadır.

3.2.1. Filmin Özeti

Ömer, köyün imamı olan babası, annesi ve küçük erkek kardeşiyle yaşamakta ve babasıyla oldukça sert ve yıpratıcı bir mücadele içerisinde bulunmaktadır. Yakup ise Ömer ile aynı sınıfta okumakta ve öğretmenine gizli bir sevgi beslemektedir. Yıldız ise annesi ile çatışma yaşamakta ve babasıyla sevgi dolu bir ilişkiyi sürdürmektedir. Üç ergen de kendi dertleri, sorunları, yaşam standartları, hayattan beklentileri, aileleriyle olan yoğun ilişkileri üzerinden filmde kendilerine yer bulmaktadırlar.

3.2.2. Filmde Ebeveyn Tutumları Çözümlemesi

Yakup, annesi ve babasıyla yaşamakta ve doğacak kardeşini beklemektedir. Yakup, filmde öğretmeninden hoşlanması ve onu gizli gizli izlemesi üzerinden tanıtılan bir ergendir. Babası ile sert bir ilişkisi varken annesiyle daha ılımlı bir ilişkisi olduğu görülmektedir. Mesela bir sahnede yemek sofrasında babası “Bu saate kadar sürteceğine anana yardım et biraz.” der. Yakup ellerini öğretmenin kanı bulaştığı için yıkamamıştır. Annesi durumu fark eder “Oğlum o ellerinin hâli ne. O ellerle yemek mi yenir!” deyince babası “Göster ellerini! Tüh Allah kahretsin seni. Kalk yıka ellerini!” diyerek sertçe uyarır. Annesi hemen kalkar ellerini yıkamasına yardım eder. Bu sahnede anne ile babasının farklı ebeveynlik tutumlarını görmekteyiz. Anne Yakup’un sağlığı ve kişisel temizliğini gözeterek ılımlı bir uyarıda bulunurken babası en sert tondan öfkeli bir şekilde konuşmaktadır. Bir diğer sahnede ise Yakup babasının paketinden sigara alırken yakalanınca babası hemen kulağını çeker ve neden sigara aldığını sorar. Annesi ise Yakup’un yardımına gelip onun yalanına ortak olarak araya girince babası bırakıp gider fakat bu sefer annesi üzerine yürür hafifçe vurmaya çalışır ve hakaret eder. Yani bu sahnede babanın şiddetine karşı anne oğlunu korumaktadır ama belirli sınırları da belirtmek için davranışının yanlış olduğunu kendi bildiği yollardan göstermektedir. Başka bir sahnede ise Yakup, annesi eklemek yaparken yanında olur, onunla konuşur hatta dizine yatar ve annesi onun başını okşarken doğacak kardeşinin cinsiyeti hakkında konuşurlar. Bu sahnede ayrıca Yakup ile babasının ilişkisinde önemli noktalardan birine şahit oluruz. Annesi daha önce babasından dayak yediği için çocuğunu kaybetmiştir. Bunu Yakup’un ağzından duyarız. Hatta bu olay üzerine “Sanki seni niye babama vermişler ki!” diyerek tepkisini belirtir. Başka bir sahnede ise babasının da kendisi gibi öğretmeni gizli gizli izlediğine şahit olunca aralarındaki ilişki tamamen bozulur. Annenin Yakup’a karşı ebeveynlik tutumunun güven verici ve hoşgörülü olduğu söylenebilirken babası ile Yakup’un film boyunca oldukça az sayıda karşı karşıya gelmeleri ve bu karşılaşmaların sözel ya da fiziksel şiddet içermesi nedeniyle babanın Yakup’a karşı aşırı baskılı ve otoriter tutuma sahip olduğu fark edilir.

Diğer ergen karakterimiz Ömer, imam olan babası, annesi ve küçük erkek kardeşiyle beraber yaşamaktadır. Ömer’in anne ve babasıyla ilişkisinde erkek kardeşi Ali’nin varlığı önemli bir yer kaplamaktadır. Ömer sık sık yaşça kendinden oldukça küçük karde-

şiyle kıyaslanır. Babası, kendisini muayene eden doktora Ali’yi övmek için Ömer’i göstererek “Şimdiden bunun kadar okuyor.” der. Annesi ise Ömer’e “Valla gördün mü seni şimdiden geçti. Sen hâlâ öyle dağda bayırda gez!” diyerek babasının yaptığı kıyaslamayı farklı bir boyuta getirir. Bu ailede anne-baba temelde benzer ebeveynlik tarzlarına sahiptir fakat daha belirgin bir durum vardır, o da Ömer ile kardeşi Ali’ye farklı davranıldığıdır. Ali, yaşının ve evin küçük çocuğu olmanın getirdiği avantajdan yararlanarak anne-babasının sevgisinin büyük kısmını alırken Ömer, hem ağabey olmuştur hem de yaşı gereği kendisinden beklenenler artmıştır. Ayrıca asi bir ergen izlenimi veren Ömer, seyircinin anlamakta zorlandığı şekilde babasıyla ölüm kalım mücadelesi içerisinde. Ömer ile babasının ilişkisini açıkça gösteren bir sahnede annesi, babası ve kardeşi yer sofrasında yemek yerken Ömer kenarda kalmıştır ve yemeğe katılmaz. Babasının ağız şapırtılarından rahatsız olduğu için kulaklarını kapatınca baba sinirlenir “Çık dışarı, çık dışarı!” der, dinlemeyince Ömer’i kolundan tutarak evin önüne çıkarır. Başka bir sahnede ise baba baskıcı bir şekilde başında bekleyerek Ömer’in ödevlerini yapmasını sağlar. Ona “Evladım çok tertipsizsin. Daha okunaklı yazman lazım. Düzelt.” der. Düzeltmeleri yapan Ömer “Çıkabilir miyim?” diye sorunca babası “Daha 20 dakikan var. Biraz da matematik çalış!” diyerek başından ayrılmaz ve odadan çıkmasına izin vermez. Başka bir sahnede ise Ömer ile Yakup tepeye tırmanırken kardeşi Ali peşlerinden gelince Ömer gelmemesini ister. Onu kovmak için taş atınca taş Ali’nin kafasına gelir ve Ömer bu yüzden babasından bir tokat yer. Bu sahne açık fiziksel şiddetin gösterildiği önemli sahnelerden biridir. Genel olarak Ömer ile babasının ilişkisinde psikolojik şiddet hâkimdir. Annesi, baba-oğul mücadelesinde tavrını Ömer’den yana koymaz. Hatta zaman zaman Ömer’in karşısında olduğu izlenimi verir. Bir erkek ergen olarak Ömer’in asıl mücadelesi film boyunca babasıyla. Başta babasının sonra da annesinin Ömer’e karşı aşırı baskılı ve otoriter tutum sergiledikleri söylenebilir. Ömer’in erkek kardeşi Ali ise annesi ve babasından güven verici ve hoşgörülü ebeveyn tutumu görmektedir. Anne babanın çocukta beklentileri çerçevesinde, ilk çocukların daha keskin sınırlara sahip bir disiplin anlayışıyla yetişirken sonradan dünyaya gelen çocukların ise daha kolay kabul gören ve hoşgörülü düzeyi yüksek bir anlayışla yetiştirildiği bulunmuştur (Şanlı, 2007, s. 31). İki kardeşe yönelik bu farklı tutumlar bu bilgiyi doğrular niteliktedir.

Filmdeki kız ergen Yıldız, annesi, babası ve henüz bebek olan kardeşi ile beraber yaşamaktadır. Filmdeki erkek ergenlerden farklı olarak Yıldız’ın asıl çatıştığı kişi annesidir. Bir sahnede annesi “Şuna bir şey de kız hâliyle dağlarda hava kararmadan eve gelmiyor. Onun yüzünden koyuna gidemedim. Koca kız gelecek kardeşine bakacak. Yardım edecek.” der. Annesi ev işlerinde ve kardeşinin bakımında Yıldız’ın yardımını beklerken babası onun daha küçük olduğunu ve yaşlılarıyla oynaması gerektiğini belirtmektedir. Sadece bu sahneden bile babasının Yıldız’a karşı hoşgörülü ve güven verici bir tutum sergilerken annesinin aşırı baskılı ve otoriter bir tutum sergilediği anlaşılmaktadır. Bu farklı tutumun Yıldız’a yansımaları başka bir sahnede de görürüz. Yıldız yaşıtı bir kızla en çok aileden kimi sevdiğini konuşurken “Babamı.” der. Kız “Babanı mı daha çok seversin kardeşini mi?” diye sorar Yıldız “Babamı.” der. Bu sefer “Kardeşini mi daha çok seversin anneni mi?” diye sorar “Kardeşimi.” yanıtını alır. Kız “Sen anneni sevmey misin?” diye sorunca Yıldız “Severim.” der. Kız “Az mı seversin?” diye sorunca Yıldız “En çok babamı.” cevabını verir. Ayrıca Yıldız film boyunca kardeşine bakar, evin işlerine yardım eder, bulaşık yıkar ve babasına yemek götürür. Tüm bunları yapması annesinin isteği sonucu olur. Yani Yıldız, annesi tarafından baskı ve kısıtlanmaya maruz kalmaktadır.

3.3. *Bal* (Semih Kaplanoğlu, 2010) Filminde Ebeveyn Tutumlarının Çözüm- lenmesi

Filmde 7 yaşındaki Yusuf'un arıcılık yapan babası ve çay tarlasında çalışan annesi ile taşrada yaşadığı ilişki anlatılır.

3.3.1. Filmin Özeti

Yusuf, sadece babası ile iletişim kuran, ona sorular sorabilen, onun yanında okuyabilen içine kapanık bir çocuktur. Bir gün babası arı kovanlarına bakmak için evden ayrılır ve bir daha geri gelmez. Annesi Zehra ise eşini aramak istemekte ve merak etmektedir. Film ailenin bu dönemine odaklanır.

3.3.2. Filmde Ebeveyn Tutumları Çözümlemesi

Yusuf ile babası arasındaki ilişki filmde vurgulanmıştır. Filmin ilk yarısında baba henüz kovanlara bakmak için evden ayrılmamıştır ve Yusuf ile oldukça yakın bir ilişkileri vardır. Filmde babası Yusuf'u kucağına alır, ona pabuç almıştır. Elleriyle giydirebilir. Rüyasını dinler. Öğüt verir. Beraber doğada dolaşırlar. Yusuf babasına sorular sorar, babası Yusuf'a sorular sorar. Açıklamalar yapar. Babası çalışırken Yusuf yanındadır. Ona yardım eder. Bir sahnede annesi yemek sonrası içmesi için Yusuf'a bir bardak süt verir ve babası, annesi görmeden sütü Yusuf yerine içer. Çünkü Yusuf süt içmek istememektedir. Bu sahnede Yusuf ve babası, seyirciye aynı suç ortak olmuş iki çocuk izlenimi verir. Sahnenin devamında bir elmayı Yusuf ortadan ikiye böler bir parçayı kendisi alır, diğerini babasına verir. Babası "Neler yaptın bugün?" der, Yusuf cevap vermeyince "İstersen kuşağına fıslıdayabilirsin." der. Yusuf babasıyla iyi anlaşmaktadır. Hatta neredeyse sadece onunla iletişim kurar. Yusuf annesiyle konuşurken bile kekeleymektedir fakat babasıyla daha akıcı konuşmakta ve babasına takvim yaprağı okurken oldukça akıcı okumaktadır. Babasıyla fısırlar konuşur bu sayede kekeleyemez. Babası çalışmaya giderken Yusuf'a söyler. Yusuf gelmek ister fakat babası "Annene kim bakacak?" diyerek gelmesine izin vermez. Babasının Yusuf'a karşı sahip olduğu ebeveynlik tutumunun güven verici ve hoşgörülü olduğu söylenebilir.

Annesi ile Yusuf özellikle filmin ilk yarısında daha az birlikte görülürken babası kovanları kontrol etmek için evden ayrıldıktan sonra bu ikili daha sık bir araya gelir. Fakat anne ile oğlu arasında baskın bir iletişim problemi olduğu dikkati çekmektedir. Annenin ebeveynlik tutumunu açıkça gösterebilecek en önemli sahnelerden birinde akşam yemeği için Yusuf ve annesi bir araya gelmiştir. Yusuf, annesiyle buldukları odanın ışığını sürekli açıp kapatır. Annesi böyle yapmamasını ister fakat Yusuf dinlemez. Sonra Yusuf masaya oturunca annesi kalkıp aynı Yusuf'un yaptığı gibi düzenli olarak ışığı açıp kapatarak "Böyle mi yapalım!" der. Sonra masaya oturarak konuşmaya normal bir şekilde devam eder. Bu sahne önemlidir çünkü evden baba ayrılmıştır ve artık gecikmesi nedeniyle ölmüş olabileceği düşünülmektedir. Yusuf ve annesi açıkça zor günler geçirmekte ve kaygılı bir bekleyiş içindedirler. Yusuf'un kaygısını dışarı vurma yolu olarak bu davranışı seçtiği düşünülebilir. Annesi ise sakinliğini koruyarak önemli bir sınavdan başarıyla geçmiştir. Öfkesine hâkim olmuş, Yusuf'u cezalandırma yoluna gitmemiş ve daha da önemlisi davranışı aynı şekilde ve sakince tekrarlayarak Yusuf'u kendi davranışıyla yüzleştirmeyi başarmıştır. Bu davranış tarzı iyi, sevgi dolu ve tatminkâr bir annelik tarzının açık bir göstergesidir. Bu sahneden başka annenin ebeveynlik tutumunu açıkça

okumamıza olanak tanıyan sahne bulunmadığından ve tek bir sahne üzerinden genelleme yapılmasının doğru olmadığından annenin ebeveynlik tutumu hakkında bir sınıflama yapılmadan sadece annelik tutumunun iyi, sevgi dolu ve tatminkâr olduğu söylenebilir.

3.4. *Zefir* (Belma Baş, 2010) Filminde Ebeveyn Tutumlarının Çözümlemesi

Filmde bir dağ köyünde dedesi ve anneannesiyle birlikte yaşayan Zefir isimli 11-12 yaşlarında bir kızın, taşrada yaşamı, annesini özlemle beklemesi ve doğayla ilişkisi anlatılmaktadır.

3.4.1. Filmin Özeti

Zefir, 11-12 yaşlarında öfkeli ve dikbaşlı bir çocuktur ve dedesi ve anneannesiyle birlikte bir dağ köyünde yaşamaktadır. Zamanını doğada dedesi ya da arkadaşlarıyla gezerek, evde şarkı dinleyerek ve yüksek bir tepede tek başına oturup köye gelen yola bakarak annesinin gelmesini bekleyerek geçirmektedir. Bir gün köylerine bir şenlik ekibi ve hemen arkasından annesi gelir. Zefir ve annesi arasındaki sert, çatışmalı ve yıpratıcı ilişki, sevgi ve nefret çatışması üzerinde şekillenmektedir.

3.4.2. Filmde Ebeveyn Tutumları Çözümlemesi

Filmin ilk yarısında Zefir'i tanırız. Onun taşra hayatına, arkadaş ilişkilerine, dedesi ve anneannesiyle yaşamına ve annesine olan özlemine şahit oluruz. Filmin ortasında Zefir'in annesi şenlik ekibinden hemen sonra bir sırt çantasıyla köye gelir. Zefir ve annesinin ilk çatışması bu sahneden çok kısa bir zaman sonra yaşanır. Zefir her gece süt içmektedir. Dedesi ya da anneannesi ona sıcak süt getirmektedir ama annesi geldiği için bu görevi annesi alır. Annesi sütü getirince Zefir sütü beğenmez, kaymaklı olduğunu söyler ve içmek istemez. Annesi ise sütü süzdüğünü söyler fakat Zefir geri çevirince tekrar süzmek için mutfığa gider. Annesi döndüğünde Zefir yine de sütü içmez ve "Dedem gibi yapamıyorsun!" der annesi sinirlenip "Başlarım dedenin şarap çanağına! O zaman artık deden yapar." der. Zefir annesinin kendisini alıp götürceğini düşünürken bu sahnede annesinin kendisi için başka planları olabileceğine dair soru işaretleri oluşur.

Köye gelen şenlik ekibinin toplandığı alana giden Zefir ve annesi orada zaman geçirirler. Bir ara Zefir, annesinin ekipten bir kadınla yaptığı konuşmaya kulak misafiri olur. Annesi kadına "Bu sefer uzun süre gelmeyeceğim. Belki de hiç gelmeyeceğim." der kadın Zefir'e ne olacağını sorduğunda annesi "Annemlere bırakacağım." der. Zefir bu konuşmaları duyar ve bu sahneden itibaren anne-kız ilişkisi çok daha sert bir hâl alır. Şenlik alanından eve dönünce Zefir, anneannesinin yanına yatmak ister fakat annesi bu isteğe sert bir şekilde karşı çıkar. Bu akşamın gecesinde Zefir uyurken annesinin, anneanne ve dedesiyle tartışmalarını duyar ve kalkıp dikkatlice onları dinler. Bu tartışmadan annesinin iş için ya da zorunlu bir sebep olmaksızın gitmek istediğini ve Zefir'i köyde bırakacağını anlar. Bu konuda en son Zefir ile konuşacaktır. Bu konuşma sabah kahvaltı sofrasında ve duygudan arındırılmış bir şekilde gerçekleşir. Annesi, "Zefir ben yakında gideceğim, yeni bir görev aldım. Sen de anneannenle dedenle kalacaksın. Okulunu da buraya aldıracağım. Hem o nefret ettiğin okuldan da böylece kurtulmuş olursun. Başkalarının evinde kalmaktan hoşlanmıyorsun ya, dedenlerin evinde kalırsın. Herkes için en iyisi bu. Zaten başka da çarem yok." der. Bu sahnede annesi böyle konuştuğundan sonra Zefir'in yedikleri boğazına takılır ve nefes almakta zorlanır. Annesi kararını Zefir'e bildirmeye gelmiştir ve

bildirdikten sonra hemen gidecektir.

Zefir'in annesinin belirgin kuralları vardır. Mesela, kahvaltıya pijamayla gelmez ve yüz yıkanmadan sofraya oturulmaz gibi. Bu kurallar oldukça yaygın olmasına rağmen annesi bu tür kuralları oldukça sert şekilde belirtmektedir. Ayrıca, Zefir odasında müzik dinlerken annesi sestem rahatsız olduğu için gelip müzikçaların pilini çıkartıp camdan dışarı fırlatır. Bu sahne ebeveyn tutumları açısından önemlidir çünkü filmin başlarında Zefir'in yüksek sesle müzik dinlediği bir sahne daha vardır. Anneannesi o sahnede "Zefir ya biraz sesini kıs ya da kapını kapat." diyerek duruma müdahale ederken annesinin bu sert tavrı annesi ile anneannesi arasında ebeveyn tutumları açısından büyük bir farklılık olduğunu göstermektedir.

Zefir'in annesinin gitme vakti geldiğinde annesi, anne ve babasıyla vedalaşır ve sabah erkenden yola çıkar. Fakat annesinin Zefir ile vedalaştığını görmeyiz. Zefir, annesi gibi sırt çantasını hazırlayarak annesinin peşinden gider ve yolda annesini yakalar. Annesi Zefir'in geldiğini görünce ona "Zefir, niye geliyorsun? Hadi dön. Olmaz hayatım hadi dön. Geri dön, yürü. Zefir, hayır geri dön, hadi git!" der. Zefir annesine karşı çıkınca "Gel şurada oturup konuşalım. Başka yolu yok. Gitmem gerekiyor." der. Zefir bu duruma sinirlenip annesini ittirerek uçurumdan düşüp ölmesine neden olur.

Zefir'in annesi sadece bir kere Zefir'in yanına gelerek ona sevgiyle sarılır. Bu sahne de anne ve babasına gideceğini açıklayıp tartıştıkları sahneden hemen sonradır. Bazı sahnelerde Zefir'in yanındadır ama genel anlamda köye gelmesi gideceğini açıklayıp Zefir ile vedalaşmak içindir. Bu nedenlerle annesinin Zefir'e karşı tavrı dengesiz ve kararsız ebeveyn tutumuna yakındır.

3.5. *Halam Geldi* (Erhan Kozan, 2013) Filminde Ebeveyn Tutumlarının Çözümlemesi

Film, Kıbrıs'ta yaşayan Reyhan, Huriye ve Halil isimli üç ergen karakterin ve ailelerinin farklı kültürlerle ilişkilerine, çocuk gelin olgusuna ve akraba evliliğine bakışını anlatmaktadır.

3.5.1. Filmin Özeti

Filmde Reyhan ve Huriye Kıbrıs'ta yaşamakta ve farklı kültürel özelliklere sahip öğrencilerin de olduğu bir okula gitmektedirler. Okula Halil isminde yeni bir öğrenci gelir. Reyhan ve Huriye, 13 yaşında ve ailelerinin onları evlendireceğinden korkan kız ergenlerdir. Huriye'nin bir kız kardeşi vardır ve annesi yeniden hamiledir. Babası oğlu olacağı için büyük sevinç yaşamaktadır. Doğacak bebeğin ismi Osman olacaktır. Reyhan'ın Down sendromlu bir erkek kardeşi vardır. Köye sonradan gelen Halil ise tek çocuktur. Bu üç ergen ve kardeşleri üzerinden akraba evliliği, çocuk gelin olgusu, kültürel farklılıklar ve aile içi şiddet gibi konular işlenmektedir.

3.5.2. Filmde Ebeveyn Tutumları Çözümlemesi

Filmde Huriye, Oya adında bir kız kardeşe sahip, 13 yaşında bir ergendir. Halasının oğlu ile evlendirilmesi planlanmıştır. Bu evliliğin gerçekleşmesi için Huriye'nin âdet görmesi beklenmektedir. Annesi ve babası hem kendisine hem de Oya'ya sert, sev-

gisiz ve uzak davranmaktadır. Daha filmin başında Huriye'nin 7-8 yaşlarında olan kardeşi Oya'nın oyuncak bebekle oynamasına izin verilmez ve annesi " O bebeği çöpe at. Senin oyuncak yaşı geçti. Kaç kere söyleyeceğim sana. Eşek kadar oldun." der. Huriye ise evlendirilmekten korktuğu için âdet gördüğünü annesi ve babasından saklamaktadır. Annesi bu durumu öğrenince Huriye'yi darbeder. Huriye, "Söyleyecektim ana valla söyleyecektim." der. Annesi ise "Derdin ne senin onun bunun diline mi düşmek istiyorsun!" diyerek tepki gösterir. Annesi, babasına durumu anlatırken "Âdet olmuş bizden saklıyor." der. Babası ise Huriye'yi döverken "Ne demek saklıyor. Sen kimsin de neyi neden saklıyorsun. Sen bu kuş kadar beyninle bizi millete sakız mı edeceksin? Geberteceğim lan seni. Bir de bizim yüzümüze baka baka öyle mi? Ya ablaamlar anlarsaydı ne diyecektik o zaman?" demektedir. Bu sahnede açık şekilde ebeveyn tutumları belli olmaktadır. Annesi ve babası hem Huriye'ye hem de kardeşi Oya'ya karşı aşırı baskılı ve otoriter bir tutum içerisinde dir.

Filmin diğer karakteri Reyhan'ın Down Sendromlu bir kardeşi vardır. Reyhan'ın kardeşinin adı Himmet'tir. Reyhan, Huriye ile kader ortaklığı yapmıştır. İki yakın arkadaşlardır. Birbirlerine akıl vermekte ve dertlerini dinlemektedirler. Reyhan'ın okula gidebilmesi Huriye'nin okula gitmeye devam etmesine bağlıdır. Babası okuldaki diğer öğrencilerin Müslüman olmadıklarını söyleyerek Reyhan'ı okuldan almakla tehdit etmektedir. Huriye'nin âdet gördüğü annesi ve babası tarafından fark edilince hemen okuldan alınır. Reyhan'ın babası Huriye'nin okuldan alındığını ve evleneceğini öğrenince Reyhan'ın okula gitmesine izin vermez. Fakat Reyhan kaçarak okula gider. Babası okula gelip Reyhan'ı okul bahçesinde Halil ile konuşurken bulunca onu döverek okuldan alır. Hemen evlendirir. Reyhan on üç yaşındadır. Bu evliliğe annesi karşı çıkmasına rağmen engel olamaz. Reyhan annesi ile ciddi bir konuşma yapar ve "Ana haksızlık bu. Daha zamanım gelmedi ki. Niye susuyorsun bir şey de, bir şey yap. Yeter ki sessiz kalma. Vermem kızımı de. Gerekirse babanın karşısına dikeleceğim de. De işte bir şey ne bileyim. Ben okula gitmek istiyorum. Beni buraya hapsediyorsun ana. Ne farkın kaldı ki babamdan." dediğinde annesi için bir kırılma anı yaşanır ama gücü gidişatı değiştirmeye yetmez. Reyhan ve kardeşi Himmet'e bakıldığında hasta çocuğa karşı değişen ebeveyn tutumu dikkat çekmektedir. Babası Reyhan'a karşı aşırı baskılı ve otoriter ebeveyn tutumuna sahip olsa da Himmet'e karşı sahip olduğu tutum belirgin değildir. Annesi ise Reyhan'a karşı dengesiz ve kararsız ebeveyn tutumuna sahipken Himmet'e karşı güven verici ve hoşgörülü ebeveyn tutumuna sahiptir.

Halil, Reyhan ve Huriye'nin sınıfına sonradan gelmiştir. 13 yaşında ve tek çocuktur. Filmin başından sonuna kadar anne ve babasının ona karşı değişmeyen güven verici ve hoşgörülü tutum içerisinde oldukları görülmektedir. Bu durumda Halil'in yaşadığı hastalığın payı belirgin değildir. Çünkü bu hastalığın tanısı filmin sonuna doğru koyulmuştur ama ebeveyn tutumları film boyunca değişmemiştir. Filmde hem annesi hem babası Halil'e karşı ilgili, sevecen, sıcak ve dikkatli davranmaktadırlar. Ona sarılıp derdini dinlemekte ve onunla zaman geçirmektedirler.

3.6. *Sivas* (Kaan Müjdecı, 2014) Filminde Ebeveyn Tutumlarının Çözümlemesi

Filmde 11 yaşında Aslan isimli karakterin Yozgat'ın bir köyünde yaşadıkları, Sivas isimli köpeğe tutkusu, Ayşe'ye olan ilk aşkı ve aile ilişkileri anlatılmaktadır.

3.6.1. Filmin Özeti

Aslan, Yozgat'ın bir köyünde anne-baba ve abisi ile birlikte yaşayan 11 yaşında öfkeli, hırçın ve ağzı bozuk bir çocuktur. Bir gün köpek dövüşleri sırasında dövüşü kaybedip terk edilen Sivas isimli köpeği alarak ona bakmaya ve istemese de köpek dövüşlerine sokmaya başlar. Filmde sınıf arkadaşı Ayşe'ye olan aşkı, okulda oynanacak tiyatro oyununda prens rolüne seçilememesinin öfkesi, başta abisi Şahin olmak üzere ailesine yönelen öfkesi anlatılmaktadır.

3.6.2. Filmde Ebeveyn Tutumları Çözümlemesi

Aslan, çobanlık yapan abisi Şahin, anne ve babasıyla beraber yaşamaktadır. Okulda Pamuk Prenses ve Yedi Cüceler oyunu sahnelenecektir ve Aslan bu oyunda prens rolünü oynamak istese de öğretmen ona cüce rolünü verir. Prens rolünü köy muhtarının oğlu Osman ve prenses rolünü de Ayşe oynayacaktır. Aslan prens rolünü oynamayacağı için öfkelenir ve okula gitmek istemez. Sivas isimli köpeği sahiplendikten sonra zamanını Sivas ile geçirir.

Aslan'ın filmde annesi ile karşılıklı tek bir sahnesi vardır. Annesi Aslan'ı yıka-mak ister. Aslan annesinin onu yıkamasını istemez. Fakat annesi güç kullanarak banyoya girer ve onu yıkar. Bu sahnede annesi Aslan'a, "Aslanım mısın benim?" ve "Sen erkek mi oldun?" der. Aslan ile annesinin bu sahneden sıcak bir ilişki geliştirdikleri anlaşılmaktadır.

Babası ile Aslan'ın sahnesi daha çoktur. Bu sahnelerden birinde Aslan okula gitmediği için öğretmen eve gelir ve durumu babasına bildirir. Babası, durumu Aslan'a sormak için "Oğlum öğretmenin gelip gitti. Duyuyor musun beni?" der. Bu durumla ilgili başka bir şey demez. Başka bir sahnede ise Şahin, Sivas'ı zincirlediği için sinirlenen Aslan babasına "Şahin nerede?" diye sorar. Babası "Bilmiyorum." deyince Aslan ise "Sen ne biliyorsun ki!" diyerek öfkesini yansıtır. Bu sahnede Şahin içeride yatıyordur gelip hemen yüzleşir, öfke patlaması yaşar ve abisine fiziksel şiddet uygular. Bunu gören babası gelip Aslan'a şiddet uygulayarak kavgayı ayırır. Aslan'ın öfkesi geçmediği için ahırın çatısına çıkarak küfür ederken bir yandan da soyunarak abisinin Sivas'ı zincirlemesine tepki gösterir. Çıkardığı kıyafetleri abisine fırlatarak "al bunları da sat!" der. Bu sahnede babası Aslan'a vurur fakat bu şiddet abisi ile Aslan'ın kavgasını ayırmak içindir. Bunun dışında herhangi bir olumsuz tavır görülmez. Tüm bu nedenlerle babasının Aslan'a olan tavrı dengesiz ve kararsız tutum olarak sınıflandırılabilir.

3.7. Rauf (Soner Caner ve Barış Kaya, 2016) Filminde Ebeveyn Tutumlarının Çözümlemesi

Filmde 9-10 yaşındaki Rauf'un, Kars'ın bir köyünde yaşadıkları, kendisinden yaşça büyük olan Zana'ya duyduğu aşk, arkadaşlarıyla ve anne-babasıyla ilişkileri anlatılmaktadır.

3.7.1. Filmin Özeti

Rauf, 9-10 yaşlarında Kars'ın bir köyünde, anne ve babasıyla yaşayan bir erkek çocuktur. Okulda yaşadığı bir sorun nedeniyle okula gitmek istemeyince babası Rauf'u marangozun yanına çirak olarak verir. Bu işte ustasının kızı Zana'yı görür ve ona âşık

olur. Zana'nın isteği üzerine pembe çiçekli yazma almak ister ama pembe rengini bilmemektedir. Filmde Rauf'un aşkı uğruna pembe rengin peşine düşmesi anlatılmaktadır.

3.7.2. Filmde Ebeveyn Tutumları Çözümlemesi

Rauf, okulda yaşadığı sorun nedeniyle okula gitmek istememektedir. Bu soruna neden olan yakın arkadaşlarıyla ahırda ata kim binecek diye tartışırlar. Bu tartışma boğuşmaya neden olur ve eve dönünce üstü başı pislenmiş ve kötü kokan Rauf'u annesi yıkar. Annesi yıkarken okula gitmek istememesine kızar kafasına vurur. Akşam annesi Rauf'un okula gitmek istemediğini babasına söyler. Babası "Okuyacağı yok, bu çocuğun!" diyerek hemen bir sonraki sabah marangozun yanına çirak olarak verir.

Babası, Rauf'un neden okula gitmek istemediğini araştırma gereği duymaz. Rauf'a bu konuyu sormaz. Çalışmak isteyip istemediğiyle ilgilenmez ve bu konuda da Rauf'un düşüncelerine önem vermez. Onu asker arkadaşı marangozun yanına çirak olarak verir. Film boyunca babasının Rauf'a karşı tutumunun, aşırı baskılı ve otoriter olduğu dikkat çekmektedir.

Annesi ise Rauf'un okula gitmek istememesini şiddetle cezalandırırken bu isteği hemen eşine söyleyerek eşinin tavır almasını sağlar. Okula gitmeyip çalışması konusunda eşine karşı çıkmaz. Eşi ne istiyorsa sorgusuz sualsiz yerine getirir. Filmde karar verici konumda baba bulunmaktadır. Ayrıca Rauf'un annesinin belirli birtakım kuralları vardır. Mesela, sabah işe gideceği için Rauf'un erken yatması ve ayaklarını yıkamadan yatması gibi. Bir sahnede Rauf annesine arka arkaya soru sorunca annesi tepki gösterir ve sorularına yanıt vermez. Bununla beraber Rauf'un annesine sorular sorabilmesi, babasından ziyade annesiyle iletişim hâlinde olması ve annenin daha önce bir çocuğunu kaybetmesi neticesinde yaşadığı duygusal sorunlar göz önünde bulundurularak bu tutumun dengesiz ve kararsız ebeveyn tutumuna örnek olduğu söylenebilir.

SONUÇ

Çalışmada 2000'li yıllar bağımsız Türk sinemasında yedi film ebeveynlik tutumları açısından incelenmiştir. Çalışmada *Karpuz Kabuğundan Gemiler Yapmak* (Ahmet Uluçay, 2004), *Beş Vakit* (Reha Erdem, 2006), *Bal* (Semih Kaplanoğlu, 2010), *Zefir* (Belma Baş, 2010), *Halam Geldi* (Erhan Kozan, 2013), *Sivas* (Kaan Müjdecı, 2014) ve *Rauf* (Soner Caner ve Barış Kaya, 2016) adlı filmler örnekleme oluşturmuştur. Çalışma kapsamında önemli rolleri çocuk oyuncular tarafından canlandırılan, taşrada geçen, ebeveyn tutumlarının açıkça ortaya konulduğu, popüler anlatı kalıplarının dışında kalan ve çocuk karakterlerin psikolojik derinliklerine önem veren filmler ele alınmıştır. 2000'li yıllar bağımsız Türk sinemasından yedi film amaçlı örnekleme yoluyla seçilmiştir. Bu filmlerde çocuk bir araç olup sinemada imge olarak konumlandırılmıştır ve filmlerde çocuk, oyuncu olarak bulunmaktadır. Bu filmlerde ebeveyn tutumları incelenmiştir.

Şekil 1: Filmlerde Baba Tarafından Uygulanan Şiddet

	<i>Karpuz Kabuğundan Gemiler Yapmak</i> (2004)	<i>Beş Vakit</i> (2006)	<i>Bal</i> (2010)	<i>Zefir</i> (2010)	<i>Halam Geldi</i> (2013)	<i>Sivas</i> (2014)	<i>Rauf</i> (2016)
Fiziksel Şiddet		X			X	X	
Sözel Şiddet		X			X	X	
Duygusal Şiddet		X			X	X	X
Cinsel Şiddet							
Yasaklama-Kısıtlama		X			X		
Anne-baba arasında fiziksel şiddet		X			X		
Anne-baba arasında duygusal şiddet		X			X		

Şekil 1’de incelenen filmlerde baba tarafından uygulanan şiddet tablo hâlinde sunulmaktadır. İncelenen ilk film olan *Karpuz Kabuğundan Gemiler Yapmak*’ta (Ahmet Uluçay, 2004) ana karakter Recep’in babası vefat etmiştir. İkinci film *Beş Vakit* (Reha Erdem, 2006) üç farklı ergen karakteri filmde önemli rollerde sunduğu ve bu karakterlerin yaşamlarına odaklanmamızı sağladığı için şiddet davranışının değişik boyutlarını filmde sıkça görmekteyiz. İlk ergen karakterimiz Ömer, babasından tokat yer, duygusal ve sözel şiddete maruz kalır, kolundan tutulup sarsılarak evin dışına çıkarılır ve sık sık küçük kardeşi Ali ile kıyaslanır. İkinci ergen karakter Yakup’un ise babası kulağını çeker, hakaret eder, bağırır. Ayrıca Yakup’un babası daha önce annesine şiddet uyguladığı için annesi düşük yapmıştır. Yakup bunu bilir ve annesine söyler. Filmdeki kız ergen Yıldız’ın ise, babasıyla arası çok iyidir, babasından herhangi bir şiddet davranışıyla karşı karşıya gelmez. Üçüncü film *Bal*’da (Semih Kaplanoğlu, 2010) ise çocuk karakterimiz Yusuf, babasıyla çok iyi anlaşmakta ve neredeyse yalnızca babasıyla iletişim kurmaktadır. Babasından Yusuf’a ve annesine herhangi bir şiddet davranışı olmaz. Dördüncü film olan *Zefir*’de (Belma Baş, 2010) film boyunca Zefir’in babası hakkında belirgin bir bilgi verilmez ve izleyiciye gösterilmez. Beşinci film olan *Halam Geldi*’de (Erhan Kozan, 2013) üç farklı baba karakterini izleriz. İki kız ergenin babası birbirine çok yakınken Halil’in babası bu iki babadan çok farklıdır. Reyhan ve Huriye’nin babaları kızlarını döver, sözel ve duygusal şiddet uygular. Reyhan’ın babası eşini de döver fakat bu şiddetten bir tek evin Down sendromlu oğlu Himmet kurtulur. Huriye’nin küçük kardeşi Oya da yaşı nedeniyle babasının şiddetine maruz kalmaz. Bu iki baba örneğinin aksine Halil’in babası sevecen, ilgili, anlayışlı ve sıcak bir babadır. Altıncı film olan *Sivas*’ta (Kaan Müjdecı, 2014) Aslan bir kere babasının fiziksel şiddetine maruz kalır. Asi ve öfkeli bir karakter olan Aslan babasının duygusal ve sözel şiddetine uğrar. Son film olan *Rauf*’ta (Soner Caner ve Barış Kaya, 2016) ana karakter 9-10 yaşında okuldan alınarak çalışmaya başlaması nedeniyle babasının duygusal şiddetine maruz kalır.

Şekil 2: Filmlerde Anne Tarafından Uygulanan Şiddet

	<i>Karpuz Kabuğundan Gemiler Yapmak</i> (2004)	<i>Beş Vakit</i> (2006)	<i>Bal</i> (2010)	<i>Zefir</i> (2010)	<i>Halam Geldi</i> (2013)	<i>Sivas</i> (2014)	<i>Rauf</i> (2016)
Fiziksel Şiddet		X			X		X
Sözel Şiddet		X			X		
Duygusal Şiddet	X	X		X	X		
Cinsel Şiddet							
Yasaklama-Kısıtlama	X	X		X	X		
Anne-baba arasında fiziksel şiddet					X		
Anne-baba arasında duygusal şiddet					X		

Şekil 2’de ise incelenen filmlerde anne tarafından uygulanan şiddet sunulmaktadır. İncelemede ele alınan ilk film olan *Karpuz Kabuğundan Gemiler Yapmak*’ta (Ahmet Uluçay, 2004) annesi, Recep’in sinema tutkusunu anlamaz ve bu tutkuyu yok etmeye çalışır. İkinci film *Beş Vakit*’te (Reha Erdem, 2006), üç farklı anne karakteri karşımıza çıkmaktadır. Ömer’in annesi açıkça Ömer’i kardeşi Ali ile kıyaslamakta ve babanın baskı ve yasaklamalarına karşı çıkmamaktadır. Yakup’un annesi diğer annelere göre daha koruyucu ve sevecendir. Bir sahnede babasının fiziksel şiddetinden oğlunu yalan söyleyerek korumaktadır. Üçüncü ergen Yıldız’ın annesi ise kızına karşı oldukça serttir. Açıkça yasaklama ve kısıtlamalar yapar, kızına çok sayıda ve altından kalkamayacağı görevler vererek duygusal şiddet uygular. Üçüncü film *Bal*’da (Semih Kaplanoğlu, 2010) ise anne ile oğlu Yusuf özellikle baba kovanlara bakmak için evden ayrıldığında tek başlarına kalırlar ama bu kaygılı süreci anne oldukça iyi yöneterek Yusuf’u bu sürecin dışında tutmaya çalışır. Filmde anneden yönelen herhangi bir şiddet davranışı bulunmamaktadır. Dördüncü film *Zefir*’de (Belma Baş, 2010) annesi Zefir’e uzun süre yanına gelmeyeceğini ve bundan sonra dedesi ve anneannesiyle yaşaması gerektiğini bildirmek için köye gelmiştir. Belirgin kuralları vardır ve bu kurallar Zefir’in yaşamını kısıtlamaktadır. Beşinci film olan *Halam Geldi*’de (Erhan Kozan, 2013) birbirinden belirgin olarak farklı üç anne figürü vardır. Huriye’nin annesi kızını döven, ona hakaret eden, anlayışsız bir annedir. Bu anne küçük kızı Oya’ya da hakaret ederek ona da duygusal ve sözel şiddet uygular. İkinci anne Reyhan’ın annesidir. Bu anne, babanın sert ve anlayışsız tutumu karşısında başta sessizken sonra bu duruma tepki gösterir ama bu tepki nedeniyle eşinden şiddet görür. Filmin sonunda Reyhan’ın başına gelenler karşısında mutsuz şekilde ona sarılmaktadır. Bu annenin oğlu Himmet’e karşı tutumu oldukça olumlu, sevgi dolu ve sıcaktır. Son anne ise Halil’in annesidir. Filmin başından sonuna kadar tutumunu hiç değiştirmeden oğluna karşı olumlu, sıcak ve sevecendir. Altıncı film *Sivas*’ta (Kaan Müjdecı, 2014), annesinden oğlu Aslan’a karşı herhangi bir olumsuz tutum görülmez. Son film *Rauf*’ta (Soner Caner ve Barış Kaya, 2016) annesi oğlunu yıkarken okula gitmek istemediğini söylemesi üzerine kafasına vurarak fiziksel şiddet uygular.

Şekil 1 ve Şekil 2, filmlerde çocuklara yönelen olumsuz davranışların sunumunu yapmak için kullanılmıştır. İki şekil birlikte ele alındığında daha bütünlüklü bir değer-

lendirme yapmak mümkündür. Filmlerin ortak özelliği taşrada geçmesidir. Bütün aileler belirgin olarak alt-orta sosyoekonomik seviyede bulunmaktadır. Ayrıca filmlerde (*Karpuz Kabuğundan Gemiler Yapmak, Bal ve Zefir*) tek ebeveyn tarafından büyütülmek yaygın olarak görülmektedir.

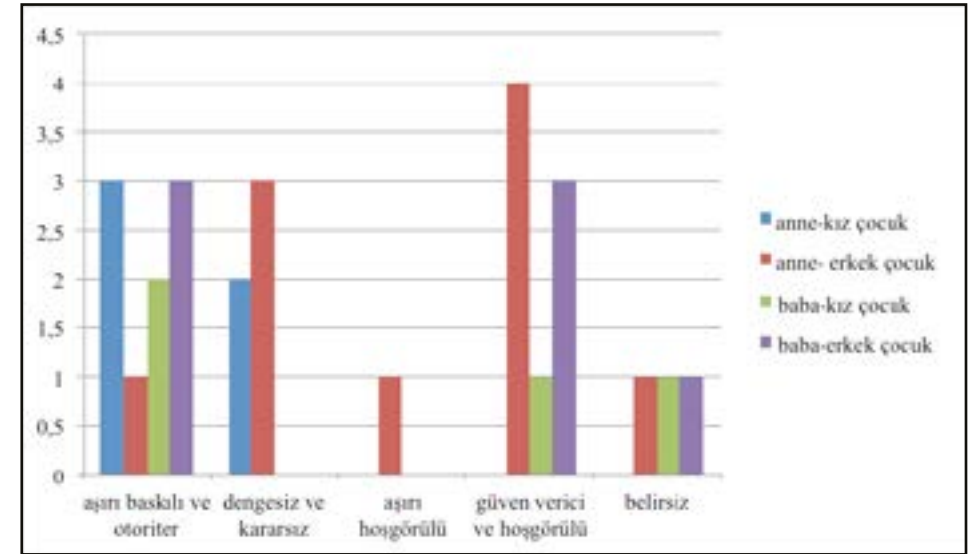
Şekil 3: Filmlerde Ebeveyn Tutumları

Filmler	Karakterler	Ebeveyn tutumları					Belirsiz
		Aşırı baskılı ve otoriter	Aşırı hoşgörülü	Dengesiz ve kararsız	Aşırı koruyucu	Güven verici ve hoşgörülü	
<i>Karpuz Kabuğundan Gemiler Yapmak</i> (2004)	Anne-Recep	X					
<i>Beş Vakit</i> (2006)	Anne-Ömer			X			
	Baba-Ömer	X					
	Anne-Ali					X	
	Baba-Ali					X	
	Anne-Yakup					X	
	Baba-Yakup	X					
	Anne-Yıldız	X					
<i>Bal</i> (2010)	Anne-Yusuf					X	
	Baba-Yusuf					X	
<i>Zefir</i> (2010)	Anne-Zefir			X			
<i>Halım Geldi</i> (2013)	Anne-Huriye	X					
	Baba-Huriye	X					
	Anne-Oya	X					
	Baba-Oya						X
	Anne-Reyhan			X			
	Baba-Reyhan	X					
	Anne-Himmet		X				
	Baba-Himmet						X
	Anne-Halil					X	
Baba-Halil					X		

Sivas (2014)	Anne-Aslan					X
	Baba-Aslan			X		
Rauf (2016)	Anne-Rauf				X	
	Baba-Rauf	X				

Şekil 3'te incelemeye konu olan filmlerdeki çocuk karakterlerin, tek tek ebeveynleri ile olan ilişkileri çerçevesinde ebeveyn tutumları açısından sınıflandırma yapılmış ve bu veriler tablo hâlinde sunulmuştur. Filmlerde 26 farklı ebeveyn- çocuk ilişkisi saptanmış olup tüm ebeveyn tutumlarının 9 tanesinin (%35) aşırı baskılı ve otoriter, 8 tanesinin (%31) güven verici ve hoşgörülü, 5 tanesinin (%19) dengesiz ve kararsız, 3 tanesinin (%12) belirlenemediği ve 1 tanesinin de (%4) aşırı hoşgörülü olduğu düşünülmektedir. İncelenen filmlerde aşırı koruyucu ebeveyn tutumu saptanamamıştır.

Şekil 4: Filmlerdeki Ebeveyn Tutumları



Filmlerde mevcut ebeveyn tutumlarına ayrıntılı bakıldığında anne ve kız çocuk ilişkisinin filmlerde %50 oranında aşırı baskılı ve otoriter olarak sunulduğu, %33'ünde dengesiz ve kararsız tutum bulunduğu, %16'sında ise ebeveyn tutumlarının belirlenemediği saptanmıştır. Anne ile erkek çocuklarının ilişkisinde ise %40 oranında güven verici ve hoşgörülü, %30 oranında ise dengesiz ve kararsız, %10'unda ise aşırı baskılı ve otoriter, aşırı hoşgörülü ve belirlenemeyen ebeveyn tutumlarına yer verildiği görülmektedir. Baba ile kız çocuk ilişkisinde ise %50 oranında aşırı baskılı ve otoriter, %25 oranında ise güven verici ve hoşgörülü ve belirlenemeyen ebeveyn tutumları saptanmıştır. Baba ile erkek çocuk ilişkisinde ise %43 oranında aşırı baskılı ve otoriter ile güven verici ve hoşgörülü tutum bulgulanırken, %14'ünde ise ebeveyn tutumları belirlenememiştir. Elde edilen veriler birlikte değerlendirildiğinde anne-kız çocuk ilişkisinde aşırı baskılı ve otoriter tutumun, anne-erkek çocuk ilişkisinde ise güven verici ve hoşgörülü tutumun yaygın

olarak görüldüğü dikkat çekmektedir. Baba-kız çocuk ilişkisinde aşırı baskılı ve otoriter, baba-erkek çocuk ilişkisinde ise güven verici ve hoşgörülü ile aşırı baskılı ve otoriter tutumun yaygın olduğu görülmektedir. Kız çocukların aşırı baskılı ve otoriter ebeveyn tutumlarına maruz kaldıkları, erkek çocukların ise hem annelerinden hem de babalarından güven verici ve hoşgörülü bir ebeveyn tutumları ile karşılaştıkları fark edilmektedir.

İncelemeye konu olan filmlerin psikolojik derinlikleri olduğu, farklı zamanlarda farklı izleyici gruplarına sunuldukları ve hem üretildikleri dönemlerin koşullarından etkilediği hem de dönemin koşullarını etkilediği için yapımları üzerinden geçen zamana rağmen ele alınıp değerlendirilmeleri oldukça önemlidir. Çalışma filmlerin incelenmesi üzerinden üretildikleri dönemin ebeveynlik tutumlarına da ışık tutmayı amaçlamıştır.

KAYNAKÇA

- Akser, M. (2012). Türkiye’de Bağımsız Türk Sineması Her Daim Bağımlı. *Panorama*, (7), ss. 36-39.
- Arslanteppe, M. (2009). Türk Romanı ve Türk Sineması İlişkileri. *Marmara İletişim Dergisi*, 14, ss. 125-142.
- Avcı, M. G. ve Kıran, E. (2019). Ahlat Ağacı: Taşrada Dönüşümü İzlemek. *sinecine: Sinema Araştırmaları Dergisi*, 10(2), ss. 241-262. DOI: 10.32001/sinecine.639702
- Ayyıldız, T. (2005). *Zonguldak İl Merkezinde 0-6 Yaş Çocuğu Olan Annelerin Çocuk Yetiştirme Tutumları*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Zonguldak.
- Aydoğdu, F. ve Dilekmen, M. (2016). Ebeveyn Tutumlarının Çeşitli Değişkenler Açısından Değerlendirilmesi. *Bayburt Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(2), ss. 569-585.
- Baumrind, D. (1966). Effects of Authoritative Parental Control on Child Behavior, *Child Development*, 37(4), ss. 887-907.
- Cerrahoğlu, Z. (2019). Sinemada Temsil Kurmak: Mustang (2015) Filmi Üzerine Bir İnceleme. *SineFilozofi*, Özel Sayı (1) Mayıs 2019, ss. 518-535.
- Çetinkaya, B. ve Başbakkal, Z. (2005). Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Kliniklerinde Çalışan Hemşirelerin Benlik Saygısı Düzeylerinin ve Çocuk Yetiştirme Tutumlarının İncelenmesi. *Ege Üniversitesi Hemşirelik Yüksek Okulu Dergisi*, 21 (2), ss. 47-57.
- Çoban, A., Bilgen, Z., İdrisoğlu, Ö., Sönmez, İ., Türe Köse, H. ve Ünlü Bozkurt, H. (2021). Karşılaşılan Duygusal ve Davranışsal Problemlerin Ebeveyn Tutumu ile İlişkisinin İncelenmesi: İçerik Analizi. *Uluslar arası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 11(18), ss. 4302-4335. DOI: 10.26466/opus.907851
- Daldal, A. (2021). 1990’ların Yeni Bağımsız Türk Sineması’nda Emekçi Öznenin Kayboluşu: Küreselleşme ve Festivalizm. *Kültür ve İletişim*, 24(1), ss. 159-189. DOI: 10.18691/kulturveiletisim.800820
- Dinç, B. (2015). Okulöncesi Eğitim Kurumuna Devam Eden Çocukların Ebeveynlerinin Çocuk Hakları Eğitimi Konusundaki Görüşleri. *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi*, 3(1), ss. 7-25.
- Doğan, E. (2019). Türk Sinemasında 1960-1970 Yılları Arasında Çocukluk: İki Farklı Ayşecik Filminde Çocukluk Temsiliyeti. *Turkish Studies*, 14(2), ss. 313-323.
- Düzcan, E. (2017). Çocuk Gözüyle Anlatmak: Sinemada Çocuğun Büyüme Serüveni. *TRT Akademi*, 2(4), ss. 398-417.

- Ergün, B. ve İpek, M. (2020). Erken Çocukluk Dönemi Temel Hak ve Özgürlüklerin Gerçekleştirilmesinde Ebeveyn Tutumlarının İncelenmesi. *Aydın İnsan ve Toplum Dergisi*, 6(2), ss. 159-180.
- Eroğlu, F. ve Parlar, H. (2018). Evli Kadın ve Erkeklerde Psikolojik İyi Oluşun Ebeveyn Tutumuna Etkisinin İncelenmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(33), ss. 89-101.
- Güçhan, G. (1992). *Toplumsal Değişim ve Türk Sineması*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Güçhan, N. (1990). Türk Sineması ve Dünya Sineması. *Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi*, 7, ss. 127-131.
- Güçray, S. (1993). Çocuk Yuvasında ve Ailesinin Yanında Kalan 9-10-11 Yaş Çocuklarının Öz-Saygı Gelişimini Etkileyen Bazı Faktörler. *Aile ve Toplum*, 3(1), ss. 58-66.
- Karabulut Demir, E. (2007). *Ebeveyn Tutum Ölçeği (ETÖ)*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kulaksızoğlu, A. (2001). *Ergenlik Psikolojisi* (4. Basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Kuyucak Esen, Ş. (2016). *Türk Sinemasının Kilometre Taşları (Dönemler ve Yönetmenler)* (3. Basım). İstanbul: Agora Yayınları.
- Lüleci, Y. (2016). 27 Mayıs ve 12 Eylül Askeri Darbelerinin Türk Sinema Sektörüne Etkileri. *Muhafazakar Düşünce*, 49, ss. 183-210.
- Orta, N. (2007). Türkiye’de Yaşanan Sosyal Olaylar ve Türk Sinemasına Yansımaları (1980-2004). *Selçuk Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Edebiyat Dergisi*, 18, ss. 125-143.
- Öcal, N. (1999). *Türk Çocuk Sineması ve Türk Sinemasında “Çocuk” İmgesi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Pembecioğlu, N. (2018). *Türk ve Dünya Sinemasında Çocuk İmgesi* (3. Basım). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Pösteği, N. (2012). *1990 Sonrası Türk Sineması (1990-2011)* (3. Basım). Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Saydam, B. (2020). Türk Sineması’nın Tarihine Genel bir Bakış. *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, 18(36), ss. 401-424.
- Scognamillo, G. (1979). Bir Dönemin Anatomisi Türk Sineması 1960-1977. *Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi*, 1(1), ss. 98-107.
- Sevinç, Z. (2014). 2000 Sonrası Yeni Türk Sineması Üzerine Yapısal bir İnceleme. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 40, ss. 97-118.

- Şanlı, D. (2007). *Annelerin Çocuk Yetiştirme Tutumlarını Etkileyen Etmenlerin İncelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Şenol, F. B. ve Karaca, N. H. (2020). Okul Öncesi Dönem Çocuklarının Benlik Kavramı ve Ebeveyn Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Eğitim Fakültesi Dergisi*, 54, ss. 1-19.
- Yaman, B. (2018). *Ebeveyn Tutumlarının Çocukların Mizaç Özellikleri ve Duygu Düzzenleme Becerileri Üzerindeki Rolü*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Işık Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yavuzer, H. (1992). *Ana-Baba ve Çocuk* (5. Basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Yavuzer, H. (2006). *Çocuk Psikolojisi* (29. Basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Yörükoğlu, A. (1998). *Çocuk Ruh Sağlığı* (22. Basım). İstanbul: Özgür Yayınları.
- UNICEF (1989). *Çocuk Haklarına Dair Sözleşme*. <https://www.unicef.org/turkey/çocuk-haklarına-dair-sözleşme> (Erişim tarihi: 26.10.2021)