

8. | 16. | 2023

cilt
volume

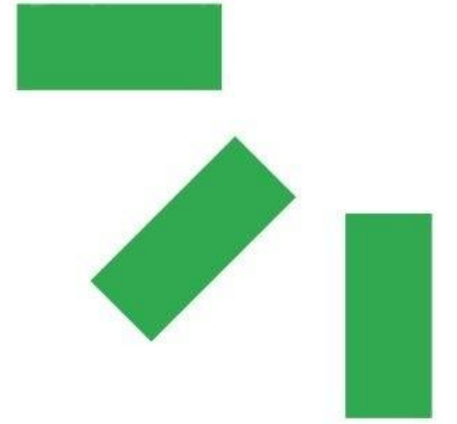
sayı
issue

ekim
october

ISSN: 2528-9403

Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR)

Abant Journal of
Cultural Studies



Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi

AKAR

Cilt: 8 Sayı: 16
Ekim 2023
eISSN: 2528-9403

SAHİBİ

Prof. Dr. Mustafa ALIŞARLI
Rektör, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu-Türkiye

BİLİMSEL YAYIN VE DERGİLER KOORDİNATORLÜĞÜ

Doç. Dr. Mustafa YİĞİTOĞLU - mustafayigitoglu@ibu.edu.tr
Koordinatör, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu-Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi Can DOĞAN - can.dogan@ibu.edu.tr
Koordinatör Yardımcısı, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu-Türkiye

Doç. Dr. Fatma DEMİRAY AKBULUT - demiray_f@ibu.edu.tr
Koordinatör Yardımcısı, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu-Türkiye

SORUMLU MÜDÜR

Prof. Dr. Emre TANDIRLI - emre.tandirli@ibu.edu.tr
Dekan, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye

BAŞ EDITÖR

Prof. Dr. Selami ÖZSOY - ozsoy_s@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye

ALAN EDITÖRLERİ

Doç. Dr. Hüsamettin AKAR - husamettinakar@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye

Doç. Dr. Ercan AKTAN - ercan.aktan@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye

Doç. Dr. Ahmet Tuncay ERDEM - ahmettuncayerdem@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye

Doç. Dr. Yaşar ZORLU - yasar.zorlu@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye

YAYIN KURULU

- Prof. Dr. Yusuf ADIGÜZEL** - yusufadiguzel@sakarya.edu.tr
Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi, Sakarya-Türkiye
- Prof. Dr. Ayşe CANATAN** - ayse.canatan@hbv.edu.tr
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Edebiyat Fakültesi, Ankara-Türkiye
- Prof. Dr. Samettin GÜNDÜZ** - gunduz_s@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye
- Prof. Dr. Muhsin HALİS** - muhsin.halis@kocaeli.edu.tr
Kocaeli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kocaeli-Türkiye
- Prof. Dr. Himmet HÜLÜR** - himmet.hulur@hbv.edu.tr
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi, Ankara-Türkiye
- Prof. Dr. Himmet KARADAL** - himmetkaradal@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye
- Prof. Dr. Ahmet OCAK** - ocak_a@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi, Bolu-Türkiye
- Prof. Dr. Aydemir OKAY** - aydemirokay@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye
- Prof. Dr. İbrahim SEZGÜL** - ibrahimsezgul@ybu.edu.tr
Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Ankara-Türkiye
- Prof. Dr. Hasan TUTAR** - hasantutar@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye
- Prof. Dr. Miñhat YILMAZ** - mithat.yilmaz@ibu.edu.tr
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Ankara-Türkiye

TEKNİK EDİTÖRLER

Öğr. Gör. Bahar AKBULAK – baharakbulak@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye
Arş. Gör. Sadullah M. BAĞ– sadullahbag@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye
Arş. Gör. Rifki ÜNAL– rifkiunal@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye

İLETİŞİM VE SEKRETERYA

Bilg. İşt. Özer Bayram - ozerbayram@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye

HAKEM KURULU

Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi [AKAR], en az iki hakemin görev aldığı çift taraflı kör hakemlik sistemi kullanmaktadır. Hakem isimleri gizli tutulmakta ve yayımlanmamaktadır. / **Bu konuda genel bilgi için:**
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

ADRES

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanlığı- Gölköy-Bolu
Telefon: 0 374 254 10 00 – 5401
0 374 254 56 56
e-posta: ilef@ibu.edu.tr

DİZİNLENME BİLGİLERİ

ASOS İndeks



Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi [AKAR] yılda iki kez yayınlanan hakemli, akademik bir dergidir. AKAR'da yayınlanan yazıların bilimsel ve hukuki sorumluluğu yazarlarına aittir. Yayın dili Türkçe ve İngilizcedir. Yazıların yayımlanıp yayımlanmamasından yayın kurulu sorumludur.

Abant Journal of Cultural Studies

AKAR

Volume: 8 Issue: 16 – October 2023

eISSN: 2528-9403

OWNER

Prof. Dr. Mustafa ALİŞARLI

President, Bolu Abant İzzet Baysal University, Bolu-Türkiye

SCIENTIFIC PUBLICATIONS AND JOURNALS COORDINATOR

Assoc. Prof. Dr. Mustafa YİĞİTOĞLU -mustafayigitoglu@ibu.edu.tr

Coordinator, Bolu Abant İzzet Baysal University, Bolu-Türkiye

Assist. Prof. Dr. Can DOĞAN-can.dogan@ibu.edu.tr

Coordinator Assistant, Bolu Abant İzzet Baysal University, Bolu-Türkiye

Assoc. Prof. Dr. Fatma DEMİRAY AKBULUT – demiray_f@ibu.edu.tr

Coordinator Assistant, Bolu Abant İzzet Baysal University, Bolu-Türkiye

RESPONSIBLE MANAGING EDITOR

Prof. Dr. Emre TANDIRLI - emre.tandirli@ibu.edu.tr

Dean, Bolu Abant İzzet Baysal University, Faculty of Communication, Bolu-Türkiye

EDITOR IN CHIEF

Prof. Dr. Selami ÖZSOY- ozsoy_s@ibu.edu.tr

Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye

FIELD EDITORS

Assoc. Prof. Dr. Hüsamettin AKAR - husamettinakar@ibu.edu.tr

Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye

Assoc. Prof. Dr. Ercan AKTAN – ercan.aktan@ibu.edu.tr

Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye

Assoc. Prof. Dr. Ahmet Tuncay ERDEM - ahmettuncayerdem@ibu.edu.tr

Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye

Assoc. Prof. Dr. Yaşar ZORLU – yasar.zorlu@ibu.edu.tr

Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye

EDITORIAL BOARD

Prof. Dr. Yusuf ADIGÜZEL – yusufadiguzel@sakarya.edu.tr

Sakarya University Faculty of Communication, Sakarya-Türkiye

Prof. Dr. Ayşe CANATAN– ayse.canatan@hbv.edu.tr

Ankara Hacı Bayram Veli University Faculty of Literature, Ankara-Türkiye

Prof. Dr. Samettin GÜNDÜZ- gunduz_s@ibu.edu.tr

Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye

Prof. Dr. Muhsin HALİS - muhsin.halis@kocaeli.edu.tr

Kocaeli University Faculty Economics and Administrative, Kocaeli-Türkiye

Prof. Dr. Himmet HÜLÜR - himmet.hulur@hbv.edu.tr

Ankara Hacı Bayram Veli University Faculty of Communication, Ankara-Türkiye

Prof. Dr. Himmet KARADAL- himmetkaradal@ibu.edu.tr

Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye

Prof. Dr. Ahmet OCAK– ocak_a@ibu.edu.tr

Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Arts and Sciences, Bolu-Türkiye

Prof. Dr. Aydemir OKAY- aydemirokay@ibu.edu.tr

Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye

Prof. Dr. İbrahim SEZGÜL – ibrahimsezgul@ybu.edu.tr

Ankara Yıldırım Beyazıt University Faculty of Humanities and Social Sciences, Ankara-Türkiye

Prof. Dr. Hasan TUTAR - hasantutar@ibu.edu.tr

Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye

Prof. Dr. Mithat YILMAZ – mithat.yilmaz@ibu.edu.tr

Ankara Hacı Bayram Veli University Faculty of Fine Arts, Ankara-Türkiye

TECHNIC EDITORS

Lecturer Bahar AKBULAK – baharakbulak@ibu.edu.tr

Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye

Res. Assist. Sadullah M. BAĞ– sadullahbag@ibu.edu.tr

Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye

Res. Assist. Rifki ÜNAL– rifkiunal@ibu.edu.tr

Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye

CONTACT & SECRETARIAT

Özer Bayram - ozerbayram@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye

REFEREE BOARD

Abant Journal of Cultural Studies [AKAR] uses double-blind review fulfilled by at least two reviewers. Referee names are kept strictly confidential. **For detailed information, please click here:** <http://akar.ibu.edu.tr/>

ADDRESS

Bolu Abant İzzet Baysal University, Faculty of Communication, Bolu-Türkiye

e-mail: ilef@ibu.edu.tr

INDEXING SERVICES

ASOS Index



Abant Journal of Cultural Studies [AKAR] is a peer-reviewed, journal published two times a year. The scientific and legal responsibility of the articles published in **AKAR Journal** belongs to the authors. Turkish and English articles are published. The editorial board is responsible for publishing the articles.

İçindekiler/Contents

Jenerik/Generic

Makaleler/Articles

- 49-63 | Mine ÇİMEN
Practical Possibilities of Being Flâneuse: Over the Act of Walking and Looking
Flâneuse Olmanın Olasılıkları: Yürüme ve Bakış Üzerine
- 64-80 | Rengim SİNE, Özge AKCAOĞLU ERDEM
Instagram'da Mahremiyet Algısının Benlik İnşasına Etkisi: BAİBÜ Öğrencileri Örneği
The Effect of Privacy Perception on Self-Construction in Instagram: The Example of BAİBÜ Students
- 81-94 | Elif TABAK, Güzin Yasemin TUNÇAY
Doru Çizgi Filminin Değerler Eğitimi Açısından İncelenmesi
Examining the Cartoon Doru in Terms of Values Education
- 95-108 | Doğukan BEYKOZ, Ahmet Tuncay ERDEM
Turgut Özal'ın Liderlik Tarzı: Özal'ın 1983 TRT Seçim Konuşmasının Söylem Analizi Yöntemiyle İncelenmesi
Turgut Özal's Leadership Style: Examining Özal's 1983 TRT Election Speech Using Discourse Analysis Method
- 109-125 | Cenk ATEŞ
Yeni Türk Sinemasında Değer Arayışları: Değerleri Keşfetmek
Seeking for Value in New Turkish Cinema: Exploring Values
- 126-137 | Atacan ŞİMŞEK
Türk Sinemasında Bir Yönetmen Biyografisi: Lütfi Ömer Akad
A Director Biography in Turkish Cinema: Lütfi Ömer Akad

- 138-147 | Emrah PAMUKLU, Ayşegül GÜRDAL PAMUKLU
Doğa Tarih Müzelerinde Eğitim Etkinlikleri ve Hedef Kitleye Etkisi
Educational Activities in Natural History Museums and Their Effect on the Target Audience
- 148-157 | Volkan EROL
Sanat ve Pastiş Çerçevesinde Video Oyunları: Thief: The Dark Project Örneği
Video Games in the Framework of Art And Pastiche: The Case of Thief: The Dark Project
- 158-164 | Dursun Can ŞİMŞEK
Sosyal Medya Mecralarında Kalokrasi ve Estetik
Kalocracy and Aesthetics in Social Media Channels
- 165-182 | Fatma AKAR
Siyasal Seçim Kampanyalarında Siyasal Reklam: 14 Mayıs 2023 Seçiminde Ak Parti ve CHP Reklamlarının Analizi
Political Advertising in Political Election Campaigns: Analysis of AK Party and CHP Advertisements in the 14 May 2023 Election
- 183-198 | Semih SÜTÇÜ, Hüseyin BATMAN, Ersin ERARSLAN, Aykut Can DEMİREL
Cumhuriyetin 100. Yılında Geçmişten Günümüze Türkiye’de Çocuk Koruma Sistemi
Child Protection System in Turkey from Past to Present on the 100th Anniversary of the Republic

Kitap Değerlendirmesi/Book Review

- 199-202 | Gülten ADALI
Bilinçaltını Ayartmak-Reklam Psikolojisi: Bir Kitap İncelemesi
Seducing the Subconscious: The Psychology of Advertising: A Book Review

AKAR Journal

- Yayın Esasları/Writing and Publishing Policies
Publication Principles & Representation of Footnotes and Reference



Practical Possibilities of Being Flâneuse: Over the Act of Walking and Looking

Flâneuse Olmanın Olasılıkları: Yürüme ve Bakış Üzerine

Mine ÇİMEN¹ 

Geliş Tarihi (Received): 02.04.2023

Kabul Tarihi (Accepted): 22.08.2023

Yayın Tarihi (Published): 23.10.2023

Abstract: Flâneuse is a relatively recently coined word as a female form of the nineteenth century flâneur, who was a representative figure of the modernity and urbanisation. In order to understand the flâneuse, we need to understand the flâneur. As he gained his meaning through the context of Modernity, the period -with its social, economic and political aspects- is introspected in detail in the first part of the study. In the second part, departing from this male figure, practical possibilities of its female counterpart will be scrutinised from a pro-urbanist and feminist perspective. The act of walking and the act of looking (or being looked) will be the main tropes. Within the context, overall feminist literature will be visited and the contradictory ideas of feminist scholars who have written about the topic will be put on the agenda. Overall, the notion is suggested to be adopted not literally, but in metaphoric senses, and that there is an urgent need for a perspective which does not deny the woman's space in urban studies.

Keywords: Flâneuse, Urban studies, Feminist Researches, Male Gaze, Female Gaze

&

Öz: Flâneuse, modernite ve şehirleşmenin temsili bir figürü haline gelmiş olan 19. Yüzyıl flâneur'ünden çıkışla, ancak yakın bir zaman önce onun kadın muadili olarak türetilmiş bir kavramdır. Bu sebeple, flâneuse'ü anlamak için önce flâneur kavramı üzerinde durulmalıdır. Flâneur, anlamını moderniteden aldığı için, çalışmanın ilk kısmında, bu dönem sosyal, politik ve ekonomik açıdan detaylıca incelenmiştir. İkinci kısımda ise söz konusu figürden yola çıkarak, onun kadın muadili olan flâneuse kavramının pratikteki olasılıkları, şehir çalışmaları kapsamında ve feminist perspektiften incelenmiştir. Yürüme ve bakma (bakılma) eylemleri çalışmanın ana izleğini oluşturmaktadır. Bu bağlamda, feminist literatür taranmış ve konu hakkında yazmış olan feminist akademisyenlerin farklı görüşlerine yer verilmiştir. Sonuç olarak, kavramın literal değil metaforik anlamlarla tartışılması ve şehir çalışmaları içerisinde kadının yerini yadsımayan bir bakış açısı önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Flâneuse, Şehir Çalışmaları, Feminist Araştırmalar, Eril Bakış, Dişil Bakış

Atıf/Cite as Çimen, M. (2023). Practical Possibilities of Being Flâneuse: Over the Act of Walking and Looking, Abant Journal of Cultural Studies, 8 (16): 49-63.

İntihal-Plagiarizm/Etik-Ethik: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

Introduction

Walking alone freely and aimlessly only to observe and report the nascent reflections of modernity on the streets and later within the arcades of Paris, flâneur was originally a male figure, who was mainly introduced to literature by Baudelaire in *The Painter of Modern Life*. His flâneur was utterly a city-aesthete, a dilettante, a “child-like passionate spectator”, who “set up house in the heart of the multitude” (Baudelaire, 1863: 9). Walter Benjamin, later on, in his posthumously published book *Passagen-Werk* (the Arcades Project), reconsidered this figure by conceptualising, and thus bringing him into academic

¹ Doktora öğrencisi, İstanbul Bilgi Üniversitesi, e-posta: minecimen@gmail.com, ORCID: 0000-0002-1149-1867

discussions. Despite being such a temporally and spatially restricted character, the flâneur's ongoing significance lies in the fact that he has served the first samples of how Modernity was experienced in metropolises. Being regarded as the urban practitioner and observer of everyday life, this 'modern hero' has been exhumed myriad times, only to be rediscussed in the context of urban studies. In addition to his urban setting background, his being resolutely male has also caused him to be the outset of discussions in the field of gender studies. Within the schemes of these fields, his female counterpart -aka flâneuse- and her 'practical' existence (or inexistence) will be searched in the second part of the article. Yet, before projecting on this 'crystallised' concrete piece of modernity, depicting the social-historical context of his birthplace will be prioritised. That is, as the figures of the flâneur (and disputably the flâneuse) have emerged in the context of urban modernisation, in what follows, the city and urban life in terms of its social, economic and political aspects will be projected in detail.

The Aim of the Study

The aim of the study is to search the possibilities of women's existence through Modernity within the urban schemes that were presented to men so readily. Some tropes like act of walking, or act of looking will be main trajectories as they are embodied in the character of the flâneur.

The Importance of the Study

Revisiting the history of Modernity, which is mostly written by males, is the first and most important attribute of this study. Taking the flâneuse in conceptual and metaphorical senses, the study wants to broaden the extensions of the context as well as to give their dues to certain woman writers like Virginia Woolf. That is, a new perspective is called out whenever we talk about women and city.

Methodology

Within the main scheme of gender and urban studies, this study employs qualitative methods. The theoretical framework of the study incorporates concepts and modes of analysis put forward by feminist film theory. Feminist critical discourse analysis and elements of semiotics and psychoanalytical theories are applied which gives an overall approach as interdisciplinary.

Modernity and Flâneur

Having been accelerated mainly by waxing capitalism, high-speed industrialisation and division of labor in the late eighteenth and the following century, the phenomenon of Modernity (or The Modern Era) turned out to be one of the most unprecedented, momentous experience of humanity. It was such a rapidly altering process that, to a modernist, everything which is new today was old the next day, metaphorically putting. This speedy changeness can be interpreted as changelessness as it was happening in the blink of an eye. Baudelaire articulates this temporal nature of Modernity as such: "By 'modernity' I mean the ephemeral, the fugitive, the contingent, the half of art whose other half is the eternal and immutable" (Baudelaire, 1964: 13). It is this transitory nature of modernity from which the flâneur was aiming to derive the eternal. This is what gave him a form of transcendence, a perpetual trial to seize what is already flying. What was beckoning Benjamin in the embodiment of the flâneur was most probably the same transitory entity.

This transient, fugitive nature of the Modern Era, which is named as "paradoxical unity of modernity" by Marshall Berman, accommodated various contradictions and dichotomies by forming a slippery ground where "all that is solid melts into air". In the introduction part of his book referring to Marx's well-known statement, Berman articulates this dualistic nature of modernity as such "(A) unity of disunity: it pours us all into a maelstrom of perpetual disintegration and renewal, of struggle and contradiction, of ambiguity and anguish" (Berman, 15). Having generated many upheavals and paradoxes in every dimension of

personal, political and social life, this 'unity of disunity' has brought various novel phenomena alongside, among which urbanisation can be counted as one of the most critical ones. The reason why I prioritise the phenomenon of urbanisation is also related to symbiotic relationship between urban environment and the embodiment of flâneur and flâneuse, on which I base my study.

Urbanisation and the City

The city, as we are familiar with today, started to have been established in the process of modernity. No doubt there had been cities before that period; however, this time, it was 'accelerated urbanisation' (term adapted from Janet Wolff). Even, the term 'urbanist' was coined in 1853 (Sennett, 2015). Following the Industrial Revolution, the spreading of factories in metropolises (particularly in London, and subsequently Paris and New York) were leading the mass of people to flee from rural areas to the cities, mainly for the sake of employment and so as to benefit from better opportunities. As the factory owners launching their business specifically in these mother cities (metropolises) grew in both size and wealth, their demand for more and more workers was supplied with a mass migration from the rural to urban areas, which led to a radical transformation of the long-lasting agrarian, feudal lifestyle to a modern lifestyle. Quite different from the former one, this city-based lifestyle has created major socio-economic problems as the gap between the classes was being rendered by far the most visible. What is more, with a dramatic increase of female labour force participation, a new dimension to urbanisation was triggered: the issue of gender. Overall, the process of urbanisation, which is the most notable output of modernity, was clearly being shaped and furiously stratified according to two dimensions: social classes and gender issues.

Beside aforementioned Berman's evaluation of Modernity as a 'unity of disunity', psycho-social analysis of Simmel is also an important reference to grasp the modernist urban life and its effects on the modern individuals so that we have a better understanding of the conditions encompassing the flâneur and the disputably invisible flâneuse. In his seminal work *The Metropolis and Mental Life* (1903), sociologist Georg Simmel has noted the significance of the nascent metropolis in changing lifestyle, culture and mainly subjectivity. This accelerated shift in every sphere of life has created both a radical rupture of the "sensory foundations of mental life" and a new type of "sensory mental imagery" (12). All together, the complexities of the modern city led a transformation of humans and their relations, alongside giving them a new understanding of time and space, instilling a 'blasé' attitude in the individuals. That was the scene the flâneur was born into, and supposedly as a protest (in Benjaminian phrase), he was keeping himself aloof. With his distant and spectatorial gaze, the flâneur was rejecting the modern ordering and fragmenting of space; instead, "the flâneur fully embraced uneasy, fleeting lifeworld of the modern city, enthralled by the pleasures and potentialities of a world removed from the presence, stricture and restraint of tradition, but also from the functional efficacy of modern rationality" (Clarke, 5). To rephrase it with Benjaminian terms, the flâneur, rejecting *erlebnis* -characterised by the shock to overwhelming sensory bombardment of modern city-life, has chosen *erfahrung*, which is a more welcoming response to the city's wealth of sights and sounds gained merely through wandering aimlessly. To Benjamin, it was Baudelaire's poetry as "a successful medium for *erlebnis* into *erfahrung*" (Benjamin, 2006:177).

In brief, it is mainly the discontinuity and fragmentation that characterised urban life according to the modernist historiographers, most of whom were unsurprisingly males. However, by the time feminist scholars reexamined the period, they have detected that this fragmented and disunited stratifications was merely a result of patriarchal perspective. That is, understanding the city as 'fragmented' and 'chaotic' has been suggested to be an outcome of 'male anxiety'. Deborah Parsons, for instance, enunciates "(F)ragmentary chaos and the bewilderment of the self is indeed the perception of the male observer whose possessive, ordering control of the city is frustrated by the frequent contestation of socio-cultural boundaries" (Parsons, 40). The city was clearly a growing threat and paranoia to men who have traumatized the woman alongside, whereas it meant freedom to women who did not internalise any desire for authoritarian order unlike men. As Elizabeth Wilson reclaims "(U)rban life is actually based on this

perpetual struggle between rigid, routinised order and pleasurable anarchy, the male-female dichotomy” (Wilson, 1991: 7-8). Despite being a pleasurable anarchy for women, the traces of modernist urban experience are mostly male, which needs to be in our mind when reading the modernist flâneur, who was invariably male.

Architecture and City Spaces

The architecture and city planning can be said to be the material aspect, culturally produced artefact that compose the city spaces. City planning (and modern architecture) has been one of the newborn extensions of modernity accompanied by critical dimensions to discuss. It was already 1955 when Guy Debord defined the term ‘psychogeography’, which basically refers to how our surroundings affect us. However, long before Debord, architects and city planners such as Haussmann, Olmsted and Cerdà had already realised “the physical environment is not only a representation but the real makings of social life” as Richard Sennett puts forward in a recent interview (Sennett, 2015). What these people had initially realised was that the cityscapes could have a ‘transformative’ force on the social relations. As Sennett quotes from Olmsted, who is the planner of Central Park and White House: “If we want to break free the black people, let’s make a park, a place where they can go”. This quotation is important as it sheds light on the immediate importance of certain public areas for its inhabitants, which reminds me of the worldwide protests in previous decade all of which were set in specific locations -mainly parks, or boulevards- with a demand to claim and transform these places into meaningful ‘spaces’ for the sake of the cities’ respective dwellers. In this point, it would be fitting to mention Haussmann, the planner of modern Paris, who had planned the large Parisian pavements, avenues, and boulevards as a precaution against possible protests (as it had been experienced in previous decades). Transferring the working people to the alleys, suburbs of Paris, he may not have solved the problem of poverty, rather replaced it, and this was how the class discrimination -one of the most notable outcome of modernity- was montaged into the city. Preferring the large pavements of the downtown, the modernist flâneur did not wander through these suburbs, but the pavements (and passages) of Haussmann.

One can easily notice that modern city is being fragmented while being established according to not only class but also gender. Everlasting intellectual tradition of the Western related to the dichotomies (of body vs mind, nature vs culture, reason vs emotion et cetera) has also been applied to the symbolic gendering of spaces. Places of consumption, to set an example, are usually regarded as feminine and places of business as masculine. While at the same time, however, the figures of the flâneuse was a stroller of window displays, an early archetype of a consumer; indicating the intimate and paradoxical relationship link between the flâneuse and early capitalism. In the recent decades, however, certain feminist theoreticians have thankfully read the modern city spaces from the gender perspective. In her book *The Sphinx in the City*, Elisabeth Wilson claims “the city is ‘masculine’ in its triumphal scale, its towers and vistas and arid industrial regions; it is ‘feminine’ in its enclosing embrace, in its indeterminacy and labyrinthine uncentredness” (Wilson, 1991: 7). From this perspective, as Wilson proposes, a city can be read and interpreted like a ‘text’, aka a ‘city-text’. It must be underlined that a reductionist view of city spaces has been disclaimed in this study; rather, city spaces are accepted to be composed of signs and representations which are waiting for being interpreted and deciphered like ‘a text’ as Wilson suggests. In our context, as flâneur and flâneuse are urban types, the issue of city spaces are worth mentioning.

What has been mentioned until here can be interpreted as a transformation of urban place into urban space. Since 1970s, social theory and cultural geography have undergone a spatial turn based on humanistic values. The focus which has shifted on the lived experience of everyday city can especially be observed in Foucault, Lefebvre and in De Certeau. To set an example, in his book *The Practice of Everyday Life* (1980), Michel de Certeau claims “[s]pace occurs as the effect produced by the operations that orient it, situate it, temporalise it, and make it function in a polyvalent unity of conflictual programs or contractual proximities... In short, space is a practiced place. Thus the street geometrically defined by urban planning is transformed into space by walkers” (Certeau, 117). Once the places have been practiced, then they do

become spaces; the city environment is no more material aspects, but culturally produced artefacts as claimed at the very beginning of this section. Now that this practice involves and necessitates the 'experience' of its claimers, the issue of urban space brings up everyday praxis of the individuals and their social relations (interactions) on the agenda.

Urban Experience and Everyday Life

"The city is a discourse that is truly a language: the city speaks to its inhabitants, we speak our city, the city where we find ourselves, simply by inhabiting it, moving around it, looking at it." Roland Barthes

The city is like 'a factory of experience', as Richard Sennett suggests, a full-pack-aged box in his aforementioned interview. It is neither a physical mechanism nor an artificial construction, hence it is not possible to define it with only its architecture or its environment. Rather, the essential processes and praxis of its dwellers are essential to attribute a meaning, a value to it. In the context of the city, the experiential realm is situated in the everyday places and objects of life. It must be the reason why the studies and discussions over urban experience of everyday life (starting from modernity and encompassing contemporary periods) have been attracting various writers and philosophers such as Lefebvre, Certeau, Simmel and Benjamin all of whom agreed on a common point: following the trivial practices of the quotidian, one can chase the traces of modernity (or any period). As Lefebvre utters "the quotidian and the modern mark and mask, legitimate and counterbalance each other" (Lefebvre, 27). This inductive methodology, which attributes a meaning to the micro-actions of everyday life, problematising the social relations and interactions as well on the backdrop, validates the importance of the flâneur and the flâneuse as a practitioner of everyday life, and the act of walking carries various associations to be discussed in the context of urban experience.

Being generally regarded as the emblem of modernity and "personification of contemporary urbanity," (Ferguson, 22) mainly in the field of literary and social analysis, the flâneur is, first and foremost, characterised by his walking in the city; that is, the act of walking -which seems to be a trivia, a routine, just an everyday operation- turns out to be a topicality embodied in this modern hero's character. Despite not using the word flânerie, De Certeau discusses the act of walking in his afore-mentioned book where he suggests that it is "an elementary form of [the] experience of the city" (De Certeau, 93). According to him, the practice of walking uncovers the meanings embedded in the city and gives rise to spaces in the city which cannot be seen. De Certeau's interpretations of the act of walking in the public spaces of the city and of the people who are practising this activity could be read as a post-modern version of modernist flânerie. As de Certeau puts, there is certainly a rhetoric to the act of walking, and walking the city streets is 'a form of utterance'; as he furthers, "to walk is to lack a place. It is the indefinite process of being absent and in search of something of one's own" (ibid., 103). Therefore, the trope of walking, as an everyday operation that could be seen as a transformative activity during which one is 'absent' and gains 'something of one's own' is the departing point of this study.

Though basically incorporating the act of walking through urban spaces, the act of flânerie moves beyond it as it accommodates several associations such as idling, observation, philosophical thinking et cetera. It is surely more specific than mere city strolling. Therefore, one can easily see the reason why the figure of flâneur has already walked away from its time and place restrictions, and enters into the pages of the commonplace as Keith Tester claims in the Introduction part of his compiled book with the same name of the figure. As he proves, the act of flânerie is an activity as "a recurring motif in the literature, sociology and art of urban and most especially of the metropolitan existence" (Tester, 1). However, in spite of his long-lasting popularisation, the precise meaning of the flâneur or its accompanying associations are somehow elusive and disputable. As a consequence, the debates over the flâneur (and the act of flânerie) have still been carrying on in the contemporary fields. This is even more so when we speak of the flâneuse.

Apart from the ambivalent definition, as for the origin of the word, we should note the earliest flâneur

dates back to 16th century (possibly 1585) according to P.P. Ferguson (39), and this untranslatable French word was possibly borrowed from the Scandinavian noun 'flâna', meaning "a person who wanders without an aim" (Wilson, 2001: 75). Encyclopaedia Larousse had defined the term as "a person who was 'a loiterer, a fritterer away of time". They suggested his existence was merely possible in the great city -the metropolis-, as provincial towns would provide "too restricted a stage for his strolling and too narrow a field for his observations" (ibid., 75). Wilson notes a French pamphlet published in Paris in 1806, detailing a day of a flâneur called M. Bonhomme. This 32-page anonymous leaflet "Le Flâneur au salon ou M. BonHomme" reflects and narrates the type in detail (see Wilson, 2001: 75 for more detail).

The flâneur, basically is someone who strolls, roams about cityscapes without a predefined itinerary and with a leisurely compartment, only to observe city landscapes. Carrying diverse set of associations, the word flâneur lacks a definite meaning, though, which leads to different writers' defining it in their own ways. Balzac, accentuating its visual trait, defines the act of flânerie as 'the gastronomy of the eye', for instance. Bazin, overestimating his position, writes "the only, the true sovereign of Paris is the flâneur". Fournel sees it as "a way of understanding the rich variety of the city landscape; it was like "a mobile and passionate photograph" of urban experience (Fournel, 268). Most practically, in David Frisby's words, flânerie refers to a "form of looking, observing (of people, social types, social contexts and constellations; a form of reading the city and its population (its spatial images, its architecture, its human configurations" (Frisby, 82-83). In the end, "both surveyor and surveyed, the flâneur is a beguiling but empty vessel, a blank canvas onto which different eras have projected their own desires and anxieties. He appears when and how we want him to" (Elkin, 22).

Although its root dates back to centuries, it was only in the middle of the nineteenth century, when the term flâneur did really catch on once Baudelaire introduced the illustrator Monsieur Guys as a flâneur with versatile depictions, which were deeply analysed by Walter Benjamin in the context of modernity, leading to its scholarly popularity. As a 'modern hero', Guys is said to be "by nature a great traveller and cosmopolitan" (Baudelaire, 1964: 6) and a passionate lover of crowds. The 'painter of modern life' is very much a 'man of the crowd' who is keen on observing the city like a child and "rapturously breathing in all the odours and essences of life" (Baudelaire, 1964: 7). Albeit forming the basis for the theory, Baudelaire's flâneur, was not the only flâ-neur in the Modern Era. Edgar Allen Poe, for instance, wrote The Man of the Crowd in 1840 where he was describing his Londoner flâneur as such: "The mere armature has remained: the pursuer, the crowd, and an unknown man who arranges his walk through London in such a way that he always remains in the middle of the crowd. This unknown man is the flâneur" (Poe). His 'detective' flâneur bore the questions whether the flâneur is the one who follows or being followed. Compared to Baudalarian, Poe's flâneur is more like an asocial person as Benjamin asserts: "Poe purposely blurs the difference between asocial person and the flâneur" (Benjamin, 1997: 48) who was not 'in', but 'of' the crowd. Just because he did not enjoy his own company, he paradoxically seemed to seek refuge amid the crowds. Unlike Poe's London, however, Paris (of Baudalarian flâneur) was more favourable for the act of flânerie. As not being so much industrialised as London (and as not provincial as Brussel), Paris which was in the threshold of modernity was a perfect place to welcome the flâneur in 1840s, in Baudelaire's time. "Paris created the flâneur type... It opened itself to him as a landscape, it enclosed him as parlour" (Frisby, 85).

Baudelaire saw the industrialised modern city as an enchanting, alluring playground for the flâneur who was the perfect spectator of that modern city. It was back then in 1840s, thanks to the construction of wide pavements of Haussmann, Baudelaire's flâneur was able to 'botanise' on the asphalts, and experience the Parisian landscape with all its modern boulevards, avenues, parks, passages et cetera. The spaces of the nascent metropole, being unfolded before him, literally belonged to him like a house. He clearly took 'visual possession' of the city by gazing at the city and moved by its visual aesthetics. As Bazin expressed he was "the only, the true sovereign of Paris". Encompassing all colours of Parisian life, the flâneur, thus resembled "a kaleidoscope gifted with consciousness, responding to each one of its movements, and reproducing the multiplicity of life and the flickering grace of all the elements of life" (Baudelaire, 1964: 9). He was clearly the practitioner of urban space in that sense. Moving freely about the city, he was making

the best of 'practicing the everyday life', by "unhiding the covered meanings" on the sidewalks as mentioned above with de Certeau's words. Geographically, he was circumscribing the peripheries of the city; and perceptually, incorporating all its 'ebbs and flows', harmony and turmoil. He was watching the river of life flowing past him in all its splendour. The city was like a stage, a spectacle, a performance, anytime ready to be watched by this child-like, curious and passionate spectator. He did not have to head to a defined destination; he could just stroll everywhere, searching for the traces of modernity, or what was the 'ephemeral, the fugitive, the contingent'. Neither did he have to have a purpose for his strolling, nor did he have to have a chaperon to accompany him. Bedecked with countless privileges, the flâneur was overtly relishing the urban experience. In addition to these gender-based privileges, he also had class-related advantages. One cannot deny that the flâneur clearly had enough time and money for his perambulations. He was in no rush to the factories unlike the majority, and even there are rumours of some flâneurs' taking the turtles to the walk. His pace and style of walking was clearly contradictory to the majority of modernist working class.

The flâneur's relishing urban experience was not merely restricted to the cityscapes. He was also highly well received by the crowds of people -most of whom were inferior to him; mainly composed of men, working class women or sex workers as criticised later by the feminist scholars. "The crowd is his element, as the air is that of birds and water of the fishes" writes Baudelaire in his famous paragraph depicting the flâneur (see Baudelaire, 1964: 9). To him, this crowd was a "magical society of dreams painted on canvas". Obviously, it was the crowd of the city that beckons the flâneur as a dream-like "phantasmagoria – now a landscape, now a room" (Benjamin, 1997:10). Baudelaire's flâneur could enter into this crowd as if it were "an immense reservoir of electrical energy", and thus making "the whole world his family" (Baudelaire, 1964: 9). The exterior, thus, has turned into the interior in favour of the flâneur as the boundaries between the public and private spaces are blurred for the sake of his urban spectacle, which will not be so in the case of the flâneuse. Quite opposite to its previously common depictions as menacing and competitive, the crowds were 'the elements' of Baudelaire's flâneur whose passion is to become one flesh with this crowd. No doubt that he was rejoiced to be among these human configurations. Nonetheless, his interaction with these crowds were practically limited to be physical. Keeping himself one step back from the crowds, he was definitely distancing himself emotionally, too. Not involving in their daily hassles has made him aloof, detached observer of the city surroundings; instead of an intimate participant of it, which will be subverted once the flâneuse is involved.

Conspicuously, the flâneur accommodates myriad dualistic traits, which made him a figure of ambiguity. He was "at the centre of the world and yet to remain hidden from the world" (Baudelaire, 1964: 9). He paradoxically seemed to seek solitude in the crowds of the people. This state of in-betweenness, being in the threshold is the common trait of the flâneur and of the era of modernity. They both do share these ephemeral, temporal traits. "The flâneur still stands on the threshold-of the metropolis as of the middle class. This state of in-betweenness is well reflected in the 19th century passages, which is neither interior nor exterior, not alike any pre-defined settings, rather more like a spatio-temporal setting. Threshold, like phantasmagoria, which is a Benjaminian term, stands for the situation of the flâneur, who was a response to ambivalent modernity. "He is an almost mythological or allegorical figure, who represented what was perhaps the most characteristic response of all to the wholly new forms of life that seemed to be developing. This response was one of ambivalence" states Elizabeth Wilson (Wilson, 2001: 75). He clearly involved dualities of modernity in his embodiment. He was a solitary character amid the crowds. Neither was he an outsider nor a member of the society. The flâneur's social and political state of in-betweenness does create the extant discussions on which scholars and academicians can hardly agree, which leads to still ongoing debates, and making the flâneuse even more disputable.

Although the movement of the flâneur -travelling through the urban spaces of modernity, yet looking at the past- creates anachrony, the flâneur has been a significant figure within the parameters of urban public life. From the nineteenth century onwards, the flâneur is acclaimed to be the processor of many occupations

from detective to photographer, from journalist to writer. Above all, he is regarded as the first consumer archetype in many ways, as a consumer of images (much like the tourist and the shopper) since “he stands wholly outside production. He heralds the society of consumption” (Wilson, 2001: 76). His invariably white and male oriented position has been opened to discuss as the city becomes the “geography of passage” (Bruno, 724) for women providing space for “female nomadic subjectivity” (ibid., 290) once the flâneuses transform and empower their lives through the act of flânerie with a claim of their rights of walking in the city.

The Invisible Flâneuse in Modernity

While the flâneur, enjoying the spectacle unfolded before his eyes, was mapping the peripheries of the metropolis, didn't he meet any of his female encounters by any chance? Or let us pose a simpler question: Didn't he meet any women out there on the streets? Baudelaire definitely met a (female) passer-by, as portrayed in one of his poems called “To a (Female) Passerby” from *Les Fleurs Du Mal* (1857):

“The deafening street roared around me

Tall, slender, in heavy mourning, majestic in her grandeur

A woman walked past me, her sumptuous hand

Lifting and swinging her hem as she went.

Swift and graceful, with legs like a statue's

Twitching like a madman, I drank in

Her eyes, a pallid sky where storms are born

the sweetness that charms and the pleasure that kills” (translation by Elkin, 20).

This woman (thought to be of the night) eludes from the frame as he cannot gauge her, thus leaving no footsteps but mystery, brimmed with ‘charm’ and ‘poison’. Baudelaire had clearly no inclination either to go after her or to get to know her. Had he done so, we would possibly be talking about a modernist flâneuse, which is a much later-coinage word, having been feminised by the scholars of gender studies and feminist writers. It was not until the second half of the twentieth century that the notion flâneuse was coined. Although women had started to go out, “the female flâneur was remained absent from debates over the status of the image and the perception of modernity” (Gleber, 1997: 69). Yet, Few people can deny that modernist literature was overtly male-dominated. Indeed, not only literature representation, but the overall experience of modernity could possibly be read as the experience of merely men (Wolff, 1985: 37). History had long been his-story; historiography written by him, same as the literature and the streets alike had long belonged to him. While ‘respectable’ women were meant to be interior in the domestic space of home, public space was masculinised and “for women to enter it entailed unforeseen risks” (Pollock, 2003: 97). That is, the spaces were genderly divided. This being the case, aimless wandering of women -aka flâneusing- seemed practically impossible for long periods, which is why the generic word flâneur had been associated with exclusively male.

It was not until the second half of the 20th century that the notion flâneuse was retro-fittingly coined by the feminist scholars so as to draw attention to a non-existent entity with an aim to point at a gender-biased exclusionary act. “There is no question of inventing the flâneuse, such a character was rendered impossible by the sexual divisions of the nineteenth century” writes Janet Wolff in her oft-cited essay “The Invisible Flâneuse” (Wolff, 1985: 45). Pollock, agreeing with her, overtly states: “(t)here is no female equivalent of the quintessential masculine figure, the flâneur: there is not and could not be a female flâneuse” (Pollock, 71). That is, to certain feminist scholars, flâneuse is a nominal- in-existent though with a name, just in imaginary word that most French dictionaries do not even include (Elkin, 2017: 17).

However, from the 1990s onward, certain feminist critics have disagreed with the idea that highlights the

'practical invisibility' of women walking out on streets. Critics like Elizabeth Wilson (1991), or Deborah L. Parsons (2000) were among those who discussed some of Wolff's arguments. In fact, claiming that there were not any respectable women out in the city until the twentieth century would be a highly reductionist point of view, and this idea does nothing, but serves to exclude women from the 'modern'. Indeed, women were there, though they were either marginalised in literature, or not represented in art. In her very recent book *Flâneuse* (2017), Lauren Elkin reminds a painting from 1884 called "A Meeting" where a couple of young boys gathered around a bird in the nest (symbolically reminds of the women's situation), and on the backdrop, we see a young girl (probably Marie Bashkirtseff herself) who is half-seen and whose other half is cut off from the frame, yet still she was 'practically' there.

Some Intruder Flâneuses

"Dancing was barely tolerated, if at all, so they danced in the forest where no one could see them, or in the basement, or on the way out to empty the trash." (Women Who Run With The Wolves, Clarissa P. Estes)

No-one can deny that patriarchal society begins to remind us when we are little girls that streets are unsafe for us. Out is a 'threat' for little girls who are to play inside and wait for the prince charm to be coming from outside. Once she is a grown up woman, she herself becomes a 'threat' for outside. As Wilson underscores: "writers definitely and clearly posed the presence of women as a problem of order, partly because their presence symbolised the promise of sexual adventure. This promise was converted into a general moral and political threat" (Wilson, 1991: 6). This being the case, flâneusing was rendered as such a distant possibility that even the word 'street-walker' has been applied to sex-workers. "The flâneur was simply the name of a man who loitered; but all women who loitered risked being seen as whores, as the term 'street-walker,' or 'tramp' applied to women makes clear" writes Susan Buck Morss in her provocative essay "The Flâneur, the Sandwichman and the Whore: The Politics of Loitering" where she equates female flânerie to prostitution (Morss, 1986: 119). Wilson, agreeing with Morss, adds up the class paradigm: "the prostitutes were even the working-class flâneuses" (Wilson, 2001: 85). Surely, apart from the prostitutes, there were some intruder flâneuses. Indeed, regarding her as a threat only serves to make her walking out a 'transgressive' act, which will always find its buyer. As Rendell clearly states: "Her movement was transgressive, blurring the boundaries between public and private, suggesting the uncontrollability of women in the city" (Rendell, 143).

Only in certain circumstances could this transgression be excused: If they were bourgeois, they needed a chaperon, a company. Or, making up a purpose would be valid as aimlessness was not for a woman, even a humble one like "to buy a lead pencil", which Virginia Woolf poignantly claims to be the "only spoil we have retrieved from all the treasures of the city, a lead pencil" (Woolf, 1930: 36). Another way of women's unlocking the doors and stepping out necessitated them to manifest masculine, mannish traits, had they wanted to be accepted in public territory. Referring to Richard Sennett, Janet Wolff indeed mentions, at the end of eighteenth century, women, even the ones "ideologically committed to emancipation" (Wolff, 1985: 42) were dressing like men and showing mannish bodily gestures. Within the same paradigm, one can do nothing, but sympathise with Amandine Aurore Lucile Dupin (aka George Sand) who disguised herself as a man (in 1831) only to taste the freedom of roaming around Parisian streets, enjoying to be an undisturbed solo-walker and observer, like "an atom lost in the crowd". As she documents:

"With those little iron-shod heels, I was secure on the sidewalk. I flew from one end of Paris to the other. It seemed to me that I could go round the world.... No one paid attention to me, and no one guessed at my disguise.... No one knew me, no one looked at me, no one found fault with me; I was an atom lost in that immense crowd" (Sand, 1831).

Similarly, in "Street Haunting", which is appreciated as one of the most notable written prototypes of flâneusing, Virginia Woolf depicts her perambulations around London on a late afternoon, and how deeply transformative it could be to be solo-walking; just walking for the sake of it and engaging with the city

surroundings. "But when the door shuts on us, all that vanishes", yet once we step outside of the "shell-like covering which our souls have excreted to house themselves", there will be "a champagne brightness" writes she (Woolf, 1930: 5). No doubt this metaphorical shutting down on us was far beyond the literal closing. The trappings of the self, one's identity resided in the house and the only solution was being out, to claim the streets, only then can we gain our authentic subjectivity. It was almost 1930s when Woolf gave the sensational speech in Cambridge (later published as *A Room Of One's Own*), when the women were just accepted in universities. Still, as she records, on the way to the campus, she was non-verbally warned to walk on the grave rather than the path due to her gender: "This was the turf; there was the path. Only the Fellows and Scholars are allowed here; the gravel is the place for me" (Woolf, 1977: 10).

As confirmed, despite their locked-down, surely there have been women who trespassed, transgressed, whose peripatetic bodies could hardly have been locked in; and those women (like Woolf, or G. Sand) are celebrated and commemorated as the forebears of flâneuses in the gender studies. As I claim, the flâneuse does exist whenever a woman voyages out and intrudes into a space she is not supposed to, deviating from the paths laid out for her, and lightening out for her own territories. In this sense, those women, who were stepping out of the 'shell-like' restrictions of the patriarchal society, whose only road was the 'gravel' but still walked by her; who trespassed, transgressed, poached in the public spheres; despite in disguise, but still insisted on claiming the city spaces, they can be regarded as flâneuses in their respective context as long as they were on move, walking, looking and transforming themselves and the spaces they have been to.

How to Define Flâneuse

For all these reasons, following her footsteps, we have to tunnel back and give an ear to her untold story. Surely, the women's urban experience, which is quite different and practically more challenging compared to men, needs not to be evaluated from the same projection. An attempt to fit her into an old-fashioned masculine concept dooms to fail in practice, so defining one kind of flâneuse is far from possibility, rather there are kinds of flâneuses with countless experiences. As confirmed by the very contemporary feminist writers, what we have to do is to re-define the concept of flâneuse. Tracing back her excluded, unrecorded footsteps, and collecting the subtle clues of her existence, we need to call her out to make her visible, fully-seen. Not ignoring the gender-biased restrictions, we need to shed lights on women's experience with the city; encompassing all its challenges and gifts, alongside with its all troubles and merits.

Agreeing with Elizabeth Wilson who calls out to project 'a feminine voice in favour of cities', this study claims to read the flâneuse from a pro-urban projection entailing women's urban experience. Along with Wilson, it is also important to note down Deborah L. Parsons' legitimacy of the flâneuse. In her book *Streetwalking the Metropolis* (2000), negating the previous feminist writers' ideas about the 'practical invisibility' of the flâneuse, she draws attention to a different arena. Parsons claims the critiques of Wolff and Pollock constitute a problematic point due to their regarding the flâneur as a merely socio-historical figure rather than a metaphor for a way of critical observation. According to her, the act of flânerie is more like "a metaphor for a style of observation adapted to the modern city" (Parsons, 2000: 40). She puts forward that "as a metaphor for the experiences and aesthetic styles of an increasingly urban society, "characteristics of flânerie (adaptability, multiplicity, boundary-crossing, fluidity) place it prominently within a well-established critical debate on masculine/feminine art-forms" (ibid., 41). Parsons thinks Benjamin has ambiguous and self-contradictory ideas about the flâneur, which keeps the door ajar for further discussions. As Keith Tester has also claimed the concept of the flâneur is much more flexible than its earlier definitions, Parsons states: "the post-Benjaminian flâneur is more influentially a conceptual metaphor for urban observation and walking that extends even to the present day and the flâneur of de Certeau's postmodern city" (ibid., 41). In fact, the most important contribution of Parsons's discussions of female flânerie was her breaking the limiting chains of the concept, and encouraging the potential studies of the female urban experience in a broader sense. All in all, flâneuse is more than a figure, and it can be held as more of a way of perception and interaction with women's urban settings.

Women as Commodity and Consumers

Department store was the last coup for the flâneur as Benjamin clearly states. However, it happened to be the birthplace of the flâneuse according to particular critics like Anne Friedberg. In her book *Window Shopping* (1993), she praises shopping as a way of flâneusing since it provided a relatively safe terrain for the woman to wander out anonymously and all by herself without a company. The city became accessible to women through the privilege of shopping to Friedberg. However, this idea knits subtle ties between the flâneuse and the capitalist (consumerist) praxis. Thus, another privilege of the flâneur, who had the autonomy to keep himself away from the capitalist system and its money-based economy, is not readily offered to women.

It may have been true that the increasing number of department stores (together with rising capitalism) let more and more women step out. However, there was another point Friedberg was missing to which Janice Mouton catches the attention: Shopping has had a notorious association with 'commodity fetishism' as women have long been exposed to commodification, and being fetishized. That's why, "the woman shopper could never be identified with the authentic flâneuse, or the shopping mall with the street" (Mouton, 8). Indeed, the shopping malls could never be equivalent of the streets since, unlike malls, "the life of the street-its risks, surprises, and endless variety-carries with it the transformative force" (ibid., 8). In addition to Mouton's counter-arguments, it would be fitting to remind that Walter Benjamin had also disallowed the shopping places as a space for flânerie as he points them as the denouement, final destination of the flâneur. His justification -different from Mouton- was about the contrast between 'detachment' and 'engagement'. The former was the component of flânerie, the latter was of the shopping. To him, one cannot be a detached observer, but an involved consumer when shopping (Benjamin, 54).

In brief, the discussions over women's relation with shopping generally revolve around two slippery grounds: women as being consumers and women as consumed (her body as a fetishised object). Both being a buyer and a seller, the prostitute- the street walker- was also incorporating these dualities according to Susan Buck Morss. In her aforementioned essay, she declares the modernist flâneuses were the prostitutes: "For Benjamin, while the figure of the flâneur embodies the transformation of perception characteristic of modern subjectivity, the figure of the whore is the allegory for the transformation of objects, the world of things. As a dialectic image, she is 'seller and commodity in one'" writes she (Morss, 1986: 120). It is possible to admit while the male flâneur experiences the city that is a public space as a consumer, the flâneuse experiences the city life as a consumer; her wandering is not only idling but related to the objects. Being connected with fashion and advertisement as a commodity and as a seller, she "mimics the commodity and takes on its allure: the fact that her sexuality is on sale is itself an attraction" (ibid., 120). All in all, women's problematic relation with the urban milieu already started as their path was related to commerce and consumption, leading to the commodification of her body as a fetishised object.

Women as Objects of Male Gaze

The gaze had long been mainly male-dominated, and as the beholder of the gaze, he was dominating her, restricting her vision, taking away her right "to look without being look at" (Mouton, 8). As the 'sovereign surveyor of the scene' as Bazin expresses, the flâneur was clearly taking the advantage of his gender as he had the privilege to look. His eyes, just like his feet, could ramble anywhere, announcing his dominance over, especially on the women. As Wilson articulates, "the flâneur as a man who takes visual possession of the city has emerged in feminist debates as the embodiment of the 'male gaze'. He represents men's visual and voyeuristic mastery over women" (Wilson, 2001: 79). As for the flâneuse, just like the act of walking, the act of looking also turns into an arena, a long-lasting challenge that she had to claim her right and finally win over as she cannot be "undisturbed onlooker" (Pollock, 112). As Pollock clearly accentuates in her analysis of Baudalarian text: "Women did not enjoy the freedom of incognito in the crowd. They were never positioned as the normal occupants of the public realm. They did not have the right to look, to stare,

scrutinize or watch (...) Women do not look. They are positioned as the object of the flâneur's gaze" (Pollock, 100). Thus, the objectification of women was assured by male dominated gaze. Indeed, women were just too 'visible' to be looked at by men. All in all, we can claim that she was either cloistered at home-deprived of the act of walking; or once out, she was deprived of looking, observing. For women, the act of looking can therefore said to be transgressive, as well. Kaplan even furthers by stating unlike men, even when women gaze, they do not possess the gaze; their gaze cannot instrumentalize and objectify (Kaplan, 1983).

It was 1972 when John Berger's *Ways of Seeing*, which was broadcast and subsequently published, resonated with the studies of western cultural aesthetics. Analysing the covered ideologies in visual images of woman representations, Berger unearths that the "ideal spectator is always assumed to be male and the image of the woman is designed to flatter him" (Berger, 2008: 98). The surveyor was invariably male, and the female was the surveyed in most visuals. As a consequence, he put this sensational phrase: "men act and women appear. Men look at women. Women watch themselves being looked at" (ibid., 68). The woman, who is aware of being constantly looked at begins to internalise this situation according to him; what is worse, this imaginary surveyor inside the female is also male. He states "the surveyor of woman in herself is male: The surveyed female. Thus she turns herself into an object – and most particularly an object of vision: a sight" (ibid., 68). This is recently discussed as 'internalized male gaze' in feminist studies.

Influenced by Berger's ideas and building her study on a psychoanalytical matrix, feminist film critical Laura Mulvey has probed this issue of women's objectification by the dominant male gaze in the fields of mainstream cinema (mainly in classical Hollywood of 1940s-1960s). In her oft cited essay "Visual Pleasure and Narrative Cinema" (1975), adopting the Lacanian gaze and applying it to feminist film studies, Mulvey has introduced the theory of male gaze into the field. As a socially constructed derivation of patriarchal discourses, the term has later been affiliated to voyeurism (looking as sexual pleasure mostly secretly), and scopophilia (Freudian term referring to the narcissistic pleasure of both looking and being looked at). The male oriented gaze, thus, has become an investigation subject, especially in the fields of cinema (more generally in visual arts) and in feminist film theories. Mulvey most famously states:

"In a world ordered by sexual imbalance, pleasure in looking has been split between active/male and passive/female. The determining male gaze projects its phantasy on to the female figure which is styled accordingly. In their traditional exhibitionist role women are simultaneously looked at and displayed, with their appearance coded for strong visual and erotic impact so that they can be said to connote to-be-looked-at-ness" (Mulvey, 62).

Unfortunately, it is too difficult to claim ways of seeing and relatedly representing women have changed through time in the mainstream cinema. The same old motto is continuously resonated: "Men do the looking, and women are to be looked at" although in independent cinema, we can find the subversion of this male gaze with a more recent notion of female gaze.

Female Gaze

Female gaze (aka feminine gaze) is not a direct counter-version of male-gaze objectifying men as a spectacle unlike one may presuppose, much like women are not a direct counter of men. Or, as Iris Brey, the writer of the book *The Female Gaze: A Revolution Onscreen*, suggests: "It is a gaze that allows us to share the lived experience of a female body onscreen. It is not a gaze created by female artists, but rather one that takes the point of view of a female character in order to embrace her experience" (Grey, 2020). In the female gaze, the women protagonists reclaim their space in the frame with an intention to open up their bodies not as fetishes, but to lay out their emotions, their inner world, their own subjectivity. The women's body is not underscored but serves as a medium to create a formal imagery that is specifically feminine, reflecting pleasure and pain, not denying its role, but reclaiming it as a tool to 'communicate'. In this kind of gaze, the representation of women's body and her feelings are to be in an equal treat(ment) and meshing with each other less her body is objectified.

Jill Soloway, in her very recent TIFF talk in 2016, divides female gaze's components into three. To her, first woman character claims to be the onlooker, that is, "the subjects of the look" (Soloway, 2016). Secondly, the women protagonists are aware of being looked (how could it be ignored!). In this second step, what Soloway calls "gazed gaze" functions as a disclosure of "how it feels to be gazed at". In other words, the camera (and thus the spectator) receives a feedback, full with consciousness and awareness. Last but not least, the third stage is where she returns the gaze by announcing "I see you are seeing me". Much more than a shooting style, female gaze is an 'empathy generator' in that sense. It is a way of saying that 'I was there, in that room', which is like a signature of female presence.

Therefore, the act of looking could be the initiator of flâneusing. And it does not have to be the same as in the patriarchal model of the subject/object dichotomy where the onlooker dominates the looked. An alternative model could be possible by the time she raises her eyes, claiming her right to look and to observe her surroundings. This would not be voyeuristic, but voyageur look (term adapted by Bruno). As Agnes Varda states: "The first feminist gesture is to say right, OK, I'm being looked at, but I'm looking too... it is the act of deciding to look, and that the world is defined by how I look and not how I'm looked at" (Mandy, 2000).

Conclusion

Departing from flâneur, the era of Modernity has been discussed with all its tropes such as urbanisation, city spaces and everyday life in the embodiment of the flâneur. Later, women's urban experience in modernity has been discussed. By mainly tracing the tropes of walking, I try to answer the questions over the practical existence or inexistence of women out there in the urban spaces. The different perspectives of various feminist scholars are mentioned, only to agree with a pro-urban perspective, which is in favour of women's presence in public spaces. Albeit restricted or not represented, or their walking out was seen as a transgression, those women were out there. Despite denying their 'practical existence', tracing back their ambiguous footsteps is what this paper humbly suggests. As for the act of looking, male gaze theory is discussed in detail, only to suggest to be replaced with a pro-feminine gaze, aka female gaze, which prioritises the woman as the subject of the look. This is a look endorsed with an awareness of being looked at, though still insisting on looking.

Patriarchal schemes that cause the commodification of woman body as a fetishised are meant to be subverted in favour of the women. What is made obvious is that while the flâneur 'enjoys the freedom to look, appraise and possess, in deed or in fantasy' (Pollock, 112), the flâneuse has never enjoyed the freedom of looking without being looked in return as she cannot be an "undisturbed onlooker". However, an alternative model of 'female gaze' is possible as these words of Varda highlight: "the first feminist gesture is to say they are looking at me, but I am look-ing at them'. Basically, female gaze is about how women look at the world, not how the world looks at them. Unlike male gaze, female gaze prioritises the 'communication' through an empathy, it is indeed a signature of female presence. Opening up the discussions of female gaze in this section, what I seek out is an alternative model of looking for the sake of the flâneuse. Surely, it does not have to be same as the flâneur. While the flâneur's look is more voyeuristic, the flâneuse's look is suggested as 'voyageur' (term adapted from Bruno), which is the main argument here. Overall, this study calls for a second thought of the modalities of our (women's) interaction with the city.

References

- Baudelaire, C. (1964). *The Painter of Modern Life and Other Essays*. Phaidon Press.
- Benjamin, W. (1997). *Charles Baudelaire: A Lyric Poet in the Era of High Capitalism*, trans. Harry Zohn. Verso.
- Berger, J. (2008). *Ways of seeing*. Penguin Classics.
- Berman, M. (1988) *All that is solid melts into air: The experience of modernity*. Canada: Penguin.
- Brey, I. (2020) *The Female Gaze: A Revolution Onscreen* Translated by Daniela Ginsburg. <https://static1.squarespace.com/static/5a68a5a4cf81e073e471d1ac/t/5f80921f4c46ce4f477e5145/1602261535527/Brey+Sample+Beginning.pdf>
- Bruno, G. (2018). *Atlas of Emotion: Journeys in Art, Architecture, and Film*. Verso. (first published 2002).
- Buck-Morss, S. (1986). *The Flâneur, the sandwichman and the whore: the Politics of loitering*. *New German Critique* no. 39, pp. 99–140.
- Clarke, D. B. (1997). "Introduction: Previewing the Cinematic City", *The Cinematic City*. Hoboken: Taylor and Francis, 1-17.
- De Certeau, M. (2002). *The Practice of Everyday Life*. University of California Press.
- Elkin, L. (2017). *Flâneuse: Women Walk the City in Paris, New York, Tokyo, Venice and London*. First American ed., Farrar, Straus and Giroux. Kindle Edition.
- Ferguson, P. P. (1994). "The Flâneur On and Off the Streets of Paris", *The Flâneur*. Ed. Keith Tester. Routledge, 22-42.
- Fournel, V. (1867). *Ce qu'on voit dans les rues de Paris*. p. 268 – via Bibliothèque nationale de France. (taken from wikipedia)
- Friedberg, A. (1993). *Window Shopping: Cinema and the Postmodern*. University of California Press.
- Frisby, D. (2014). "The Flâneur in Social Theory", In *The Flâneur* (pp. 81-110). Routledge. (edited by Tester K.)
- George Sand, *Story of My Life*, ed. Thelma Jurgrau (Albany: State University of New York Press, 1991), 893-9
- Gleber, A. (1997). "Female Flânerie and the Symphony of the City" In *Women in the metropolis: Gender and modernity in Weimar culture*, ed. K. von Ankum, 67–88. University of California.
- Kaplan, E. A. (2013). "Is the gaze male?" *Women & Film*. Routledge. (first published in 1983).
- Lefebvre, H. (1984). *Everyday Life in the Modern World*. Routledge. (first published in 1968).
- Mandy, M. (2000). *Filmer le desir. the factory/Saga Film/ARTE France/*
- Mouton, J. (2001). *From feminine masquerade to flâneuse: Agnès Varda's Cléo in the city*. *Cinema Journal*, 40(2), 3-16. from <http://www.jstor.org/sta-ble/1225840>
- Parsons, D. L. (2000). *Streetwalking the Metropolis: Women, the City and Modernity*. Oxford University Press.
- Poe, E. A. (2008). *The man of the crowd* (pp. 48-54). University of Virginia Li-brary. Available at: <http://162gettinglostfall2012.qwrit-ing.qc.cuny.edu/files/2012/08/Poe-Man-of-the-Crowd.pdf>
- Pollock, G. (2003). *Vision and Difference: Femininity, Feminism and the Histories of Art*. Routledge. (first published in 1988)
- Rendell, J. (1998). *West End rambling: gender and architectural space in London 1800–1830*. *Leisure Studies*, 17(2), 108-122.
- Sennett, R. (2015). *Uncomfortable Spaces: Richard Sennett on Urbanism*. Inter-viewed by The Architectural Review. YouTube. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=3_soJHqkzSs&t=46s (Accessed 19 June 2021).
- Simmel, G. *The Metropolis and Mental Life*. pp. 11-19. http://cast.b-ap.net/arc597f15/wp-content/uploads/sites/31/2015/09/Simmel_Metropolis_Men-tal_Life.pdf
- Soloway, J. (2016). *Jill Soloway on The Female Gaze | MASTER CLASS | TIFF 2016*. YouTube. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=pnBvppooD9I>
- Tester, K. (2015) "Introduction." *The Flâneur*. Ed. Keith Tester. Routledge. (first published in 1994) 1-21.
- Wilson, E. (1991). *The sphinx in the city: Urban life, the control of disorder, and women*. Univ of California

Practical Possibilities of Being Flâneuse: Over the Act of Walking and Looking

Flâneuse Olmanın Olasılıkları: Yürüme ve Bakış Üzerine

Press.

- Wilson, E. (2000). The contradictions of culture: Cities, culture, women. *The Contradictions of Culture*, 1-192.
- Wolff, J. (1985). "The Invisible Flâneuse: Women and the Literature of Modernity" *Feminine Sentences: Essays on Women & Culture*, Polity Press. p. 34-50.
- Woolf, V. (1930). *Street Haunting, A London Adventure*. Westgate Press (first published in 1927) <https://www.bl.uk/collection-items/street-haunting-an-essay-by-virginia-woolf>
- Woolf, V. (1977). *A Room of One's Own*. Grafton. (first published in 1929).



Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi

Abant Journal of Cultural Studies

2023, 8(16): 64-80



Instagram'da Mahremiyet Algısının Benlik İnşasına Etkisi: BAİBÜ Öğrencileri Örneği

The Effect of Privacy Perception on Self-Construction in Instagram: The Example of BAİBÜ Students

Rengim SİNE NAZLI¹ Özge AKCAOĞLU ERDEM²

Geliş Tarihi (Received): 14.09.2023

Kabul Tarihi (Accepted): 15.10.2023

Yayın Tarihi (Published): 23.10.2023

Öz: Araştırmanın temel amacı, mahremiyet algısı ile benlik inşası etkileşimini belirlemektir. Bu kapsamda araştırmanın temel sorusu "mahremiyet algısının benlik inşası üzerinde etkileşimi nasıl ve ne yöndedir" şeklinde belirlenmiştir. Araştırma sorusunun cevaplanabilmesi için Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinden (n=329) anket yöntemiyle veriler elde edilmiştir. Araştırma verileri SPSS 25 ve AMOS 24 programlarıyla analiz edilmiştir. Analiz bulgularına göre mahremiyet algısının benlik inşası üzerinde negatif yönlü anlamlı etkisi bulunurken, mahremiyet algısı ile benlik inşası arasında negatif yönlü ilişki belirlenmiştir. Araştırma bulgularına göre mahremiyet algısının benlik inşası üzerinde zayıflatıcı bir etkisi bulunmaktadır. Sonuç bölümünde analiz bulguları ışığında çeşitli öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Mahremiyet Algısı, Benlik İnşası, Instagram, İletişim, Fakülte.

&

Abstract: The main purpose of the research is to determine the interaction between the perception of privacy and self-construction. In this context, the main question of the research was determined as "How and in what direction does the perception of privacy interact with self-construction". To answer the research question, data were obtained from Bolu Abant İzzet Baysal University Communication Faculty students (n=329) by questionnaire method. Research data were analyzed with SPSS 25 and AMOS 24 programs. According to the analysis findings, while the perception of privacy has a negative and significant effect on self-construction, a negative relationship was determined between the perception of privacy and self-construction. According to the research findings, the perception of privacy has a debilitating effect on self-construction. In the conclusion part, various suggestions are presented in light of the analysis findings.

Keywords: Perception of Privacy, Self Construction, Instagram, Communication, Faculty.

Atıf/Cite as Sine Nazlı, R., Akcaoğlu Erdem Ö. (2023). Instagram'da Mahremiyet Algısının Benlik İnşasına Etkisi: BAİBÜ Öğrencileri Örneği, Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 8 (16): 64-80.

İntihal-Plagiarizm/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Doç. Dr., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, e-posta: rengimsine@ibu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9784-766X

²Yüksek Lisans Öğrencisi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, e-posta: ozgeakcaogluerdem@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8672-7600

Giriş

1990’lı yıllardan itibaren internet bireyler tarafından yaygın bir biçimde kullanılmaya başlanmıştır. İnternet ile birlikte teknolojik alanda yaşanan gelişmeler ve akıllı cihazların daha uygun fiyata temin edilebilmesi internet kullanımını daha farklı boyutlara yöneltmiştir. Bu doğrultuda günümüzde bireylerin interneti daha farklı amaçlar için kullanmaya başladıkları görülmektedir. Başlangıçta iş amaçlı kullanılan internet daha sonraları bireylerin eğlence ihtiyaçlarını karşılamak ve sosyalleşmek için de kullanılmaya başlanmıştır. Özellikle sosyal medya platformlarının insanlara sunduğu fırsatlar sayesinde bireyler, Instagram, Facebook, Twitter ve WhatsApp gibi uygulamalar ile daha fazla vakit geçirmeye ve sosyalleşme ihtiyaçlarını gidermeye başlamışlardır. Bu oluşum özellikle COVID-19 pandemi sürecinde daha da yoğun gözlenir hale gelmiştir. İnternetin bu denli yoğun kullanılması ve özellikle sosyalleşme amaçlı kullanılır hale gelmesi bazı sorunlara neden olmaktadır.

Etkileşime izin veren sosyal medya platformlarında insanların anlık durumlarını paylaşabilmesi, paylaşımlarına anında dönüt alması gibi özelliklerinden dolayı bireyler bu ortamlarda daha fazla vakit geçirmeye başlamışlardır. Yapılan bu paylaşımlarda insanlar mahrem sayılabilecek bazı bilgileri paylaşmakta, kendilerini olduklarından daha farklı bir durumda lanse edebilmektedir. Bunun altında yatan en önemli neden ise beğenilme arzusudur. İnsanlar kendi benlikleri dışında daha farklı bir benliğe bürünerek diğer kullanıcıların istediği biçimde kendilerini tanıtmaktadır. Diğer kullanıcıların çoğunluğu ise bu bilgilerin doğruluğunu teyit etmeden inanmaktadırlar.

Mahremiyet, insanlığın varoluşundan itibaren her dönemde sorun oluşturan bir kavram olmakla birlikte din, ahlaki sosyoloji, tıp ve psikoloji alanlarında birçok araştırmanın konusunu olmuştur (Lis ve Iwankowski, 2021; Farooq vd., 2023). Mahremiyet bireylerin özel hayatlarındaki gizlilik veya bireyin duygusal olarak en yakını tarafından bildiği özel durum ve yaşantıları olarak bilinirken özellikler internetin yoğun kullanılması ile sosyal medyada mahremiyetin ihlal edildiği de son zamanlarda bireyler tarafından şikâyet edilmektedir (Vural ve Bat, 2010; Xiao ve Mou, 2019; Zhao vd., 2019; Ayaburi ve Treku, 2020). Normalde mahrem sayılacak bilgiler hiç sorgulanmadan bu platformlardan paylaşılmaktadır. Beğeni ve takipçi sayısının popülerliği ve başarıyı sembolize ettiği sosyal medya platformlarında ön planda olabilmek için mahremiyet de ne yazık ki göz ardı edilmektedir. Fenomen adı altında popülerliği elde edebilmek için her şey artık sıradan ve normal gelmektedir. Özellikle 85.59 milyon nüfuslu ülkemizdeki internet kullanıcı sayısının 71.38 milyon ile nüfusun %83.4’üne karşılık gelmesi önemli bir veridir. Yine ülkemizde 2023 yılı itibariyle aktif sosyal medya kullanıcıları 62.55 milyon kişiye ulaşmıştır. Türkiye’de nüfusa göre aktif sosyal medya kullanıcılarının oranı %73.1 iken internet kullanıcılarının büyük bir çoğunluğu sosyal medya kullanmaktadır. Böyle bir ortamda sosyal medya kullanımının mahremiyet bağlamında benlik oluşumuna etkisi önem teşkil etmektedir.

Bu bilgilerden hareketle araştırmanın kapsamında mahremiyet algısı ile benlik inşası kavramları ele alınmıştır. Çalışmada, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesinde öğrenim görmekte olan lisans öğrencilerinin mahremiyet alguları ile benlik inşası algılarını belirlemeye çalışılarak Instagram’da mahremiyet algısının benlik inşasına etkisinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu kapsamda araştırmanın temel sorusu: “mahremiyet algısının benlik inşasına etkileri nasıl ve ne yöndedir” şeklinde belirlenmiştir. Araştırma sorusunun cevaplanabilmesi için nicel araştırma yönteminden anket yöntemi uygulanmıştır.

1. Yeni Medyanın Görsel Şöleni: Instagram ve Benlik İnşası

Her bir bireyin kendisini tanımlama şekli farklılık göstermektedir. Bireyler kendilerini tanımlayabilmek için; soy isimlerini, isimlerini, sosyal ve kültürel yapıları, fiziksel ve ruhsal özellikleri gibi farklı birçok kriterler kullanmaktadır. Bu tanımlamalar ile insanlar kendilerine has benlik algısı oluşturmakta ve yine bu tanımlara başvurarak kendilerine özgü iç dünyalarını yansıtmaktadırlar (Karaoğlu, 2010: 20). Goffman

(2014: 29), bu durumu performans olarak tanımlayarak, kişinin oynadığı role inandığını belirtir: “Bir kimse bir rolü canlandırdığında ima yoluyla gözlemcilerinden gözleri önüne serilen izlenimleri ciddiye almalarını talep eder. İzledikleri karakterin sahipmiş gibi görüldüğü niteliklere gerçekten de sahip olduğuna, yapmakta olduğu işin yol açacağı ima edilen sonuçlara gerçekten yol açacağına ve genelde her şeyin görüldüğü gibi olduğuna inanmaları istenir kendilerinden. Buna uygun olarak, kişinin performansını ve sahnelediği gösteriyi ‘başkaları için’ yaptığına dair popüler bir görüş de bulunmaktadır.”

Bu bağlamda benlik kişinin kendisine ait bilgiler, farklı kişilerin o kişiye ait görüşleri ve bireyin kendisini değerlendirmesinden elde edilmektedir. Genelde bu bilgiler ve elde edilen değerlendirmeler çevrede hazır olarak bulunmaktadır. Birey kendisi hakkında sunulan şeyleri kendi benliğinin bir parçası olarak görür ve o şekilde ifade etmektedir. Genellikle de ona atfedilen benliğe göre davranmaya çalışır. Bireyin kendisinin oluşturduğu benlik ile çevresi tarafından oluşturulan benlik çoğu zaman birbiri ile çelişmektedir. Bu durumun sonucu olarak da birey iç çatışma yaşamaktadır (Cüceloğlu, 1996). Landau vd. (2011) benliği bireyin eylemlerini kendisinin değerlendirmesinden öte çevresi tarafından değerlendirilmesi olarak görmektedir. Benliğin bazı işlevleri vardır. Bunlardan bazıları şu şekilde sıralanabilir (Güney, 2009: 77):

- Kişinin çevresinde yer alan nesnelere ve insanlar ile bağlantıya geçmesi,
- Doğru olana uyum sağlayabilmek,
- Doğru olanı anlamak, denemek ve tanımlayabilmek,
- Kavramlar arasında bütünlük kurmak ve kavramları birleştirebilmek,
- Geleceğe yönelik amaçları ve beklentileri belli etmek,
- Bireyin kişiliğinde etkili olan kaygıdan kurtulabilmek için savunma mekanizmaları kullanmaktır.

Bütün bu sayılanların dışında benliğin işlevini ve yönünü belli eden bilişsel ve duygusal olmak üzere iki boyutu yer almaktadır. Bilişsel boyutu kişinin kendisine ait düşünceleri, algıları ve bilgileridir. Duygusal boyut ise bireyin olumlu veya olumsuz duyguları ve bu duyguların sonucunda oluşan değerlendirmelerdir (Ersanlı, 1996: 10).

İletişimin günümüzde geldiği nokta insanoğlunun uygarlık alanında gösterdiği gelişimin toplamını göstermektedir. İnsanlar arasındaki ilk iletişim sesler ile başlayıp daha sonra resim, yazı, basım ve nihayetinde dijital iletişim ile devam edip günümüzdeki şeklini almıştır. İnternet kullanımı 1990’lı yıllarda başlayıp 2000’li yıllarda akıllı telefonların kullanılmaya başlanmasıyla dijitalleşme günlük hayatımızda kendine önemli bir yer edinmiştir. Dijitalleşmeyle birlikte dijital iletişim iyice yaygınlaşmaya başlayıp insanların davranışlarında, sosyalleşmelerinde ve hayat tarzlarında iyice etkisini göstermeye başlamıştır. İnternetin gelişmesi sonucunda kullanılmaya başlanan dijital platformlar insanlar arasındaki iletişim biçimini değiştirerek günümüzdeki en önemli iletişim şekillerinden biri haline gelmiştir (İşman vd., 2016).

İnternetin Web 1.0. dönemindeki tek taraflı hükümdarlığı Web 2.0. teknolojisiyle son bulmuştur. Bu yenilginin en büyük nedenleri olarak ise Web 2.0. teknolojiyle birlikte insanların yaşamına yeni eklenen medya teknolojilerinin üç özelliği gösterilmiştir. Bu üç özellik şu şekildedir (Rogers vd., 2014):

- Etkileşim: Yeni medya şu an eski kitle iletişim araçlarının olmadığı kadar etkileşimcidir, yeni medya bireylerin iletişimini daha kişilerarası iletişime dönüştürse de yüz yüze olan iletişimden daha çok kişiye ulaştırır. Bu nedenle yeni iletişim teknolojileri, iletişim araçlarının ve kişilerarası iletişim yollarının belirli özelliklerini birleştirerek daha geniş kitlelere hitap eder,
- Kitlesizleştirme: Yeni iletişim teknolojileri büyük bir kullanıcı kitlesi içinde, her bireyle belirli bir mesaj alışverişi yapılabilmesini sağlayacak kadar kitlesizleştirici olabilir. Böyle bir kitlesizleştirme, yeni medyayı yüz yüze kişilerarası iletişime benzetir ama yüz yüze değildir. Kitlesizleştirme, kitle iletişim sistemlerinin genellikle mesaj üreticisinden, medya tüketicisine taşınması demektir,

- Eşzamansız Olabilme (asenkron): Yeni iletişim sistemlerinde, katılımcıların aynı anda iletişimde olmasına gerek yoktur. Bilgisayar temelli iletişimin eşzamansız olma durumu genelde iletişim sürecini etkileyen bir değişken olan zamanla başa çıkma becerisine sahiptir.”

Toplum ve teknoloji arasında sürekli bir etkileşim vardır. Web 2.0'ın gelişim göstermesi beraberinde internete daha ucuz maliyet ve daha rahat bir şekilde ulaşmasına imkân tanımıştır. Web 2.0'ın sosyal uygulamaları sosyal medya olarak ifade edilmektedir (Çalışkan ve Mencik, 2015). Sosyal medya platformlarının dünya çapında yaygınlaşması sonucunda kullanıcı sayısında da hızlı bir artış gözlenmiştir. Sosyal medya platformlarının her birinin özellikleri birbirinden farklıdır ve bu özellikleri ile öne çıkmaktadır. Bunlar kimlik, sohbet, paylaşım, ilişkiler, itibar ve gruplar şeklinde ayrılmaktadır (Durak ve Seferoğlu, 2016: 528). Görüntünün ön plana çıktığı sosyal medya mecraları arasından Instagram, “görsel estetik kültürün yükselişi ve toplumsal iletişim sisteminin giderek daha fazla görsel içeriklere açık hale gelmesi ile birlikte, bireysel ve kolektif anlatıların inşa edildiği bir alana dönüşmesi” (Sönmez, vd., 2022: 129) sebebiyle yoğun ilgi görmektedir.

Instagram, insanların o anda yaşadıkları durumun resmini veya videosunu çekerek anında paylaşım yapma imkânı sunmaktadır (Sabuncuoğlu ve Gülay, 2016: 113). Ekim 2010'da piyasaya sürüldüğünden bu yana kullanıcı sayısı ve yüklenen görsellerin de hızla büyüdüğü Instagram, mobil lokasyon tabanlı bir sosyal ağ uygulamasıdır (Sine, 2017: 21). Instagram kullanıcıları farklı kişilerin yaptığı görsellere yorum ve beğeni yapabilmektedirler. Bunun dışında Instagram'da yer alan mesajlaşma özelliğini kullanarak karşılıklı sohbet edebilme imkânı bulmaktadırlar. Ayrıca Instagram, insanlara ürünlerini tanıtmaya imkânı ve canlı yayın yapabileceği fırsatı sunmaktadır. Günümüzde birçok firma Instagram'ın bu imkânından faydalanırken (Atasoy, 2018: 27), çoğu kişi de bireysel içerik üretirken markalarla iş birliği yapmaktadır.

Instagram'da yapılan paylaşımlar insanların kimlik ve benlik oluşumlarını etkilemektedir. Her gün paylaşılan fotoğraf ve videolarla insanlar kendi hikayelerini görsel olarak yazmakta, çevrimiçi kimliklerini inşa etmekte ve benliklerini olmak istedikleri gibi sunmaktadırlar (Tombul ve Sarı, 2021). Goffman, benliği ve bireyin benlik sunumunu "Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu" adlı kitabında bir tiyatroya benzetirken sahne önünde olanları bireyin gösterdiği benlik, sahne arkasında olanlar ise bireyin göstermediği benlik olarak açıklamaktadır. Bireyin asıl kendi olduğu bölüm sahne arkasında görülmektedir (Değer ve Sine Nazlı, 2022: 31). Goffman'ın kuramı ile Instagram'da yapılan paylaşımların benlik oluşumuna nasıl etki ettiği açıklanabilmektedir. Goffman bir oyuncu bir rolü canlandırdığında izleyicilerden ciddiye alınmayı talep ettiğini söyler. Buna göre kişi performansını başkaları için yapmaktadır (Tombul ve Sarı, 2021: 106-107). Instagram'da paylaşılan şahsi öğeler başkalarının onayını almayı bekleyen “-miş gibi” hayatlardır. Her bir bireyin kendisini tanımlama şekli farklılık göstermektedir. Bireyler kendilerini tanımlayabilmek için; soy isimlerini, isimlerini, sosyal ve kültürel yapıları, fiziksel ve ruhsal özellikleri gibi farklı birçok kriterler kullanmaktadır. Bu tanımlar ile insanlar kendilerine has benlik algısı oluşturmaktadır. Birey bu tanımlara başvurarak kendilerine özgü iç dünyalarını yansıtmaktadır. (Karaoğlu, 2010: 20). Gerçek anlamda benlik üzerinde bilişsel ve çevresel faktörler etkili olurken sosyal medyada sunulan benlik üzerinde kullanıcılar ve platformlar etkili olmaktadır (Kalafat Çat, 2021: 178).

Benlik kişinin kendisine ait bilgiler, farklı kişilerin o kişiye ait görüşleri ve bireyin kendisini değerlendirmesinden elde edilmektedir. Genelde bu bilgiler ve elde edilen değerlendirmeler çevrede hazır olarak bulunmaktadır. Birey kendisi hakkında sunulan şeyleri kendi benliğinin bir parçası olarak görür ve o şekilde ifade etmektedir. Genellikle de ona atfedilen benliğe göre davranmaya çalışır. Bireyin kendisinin oluşturduğu benlik ile çevresi tarafından oluşturulan benlik çoğu zaman birbiri ile çelişmektedir. Bu durumun sonucu olarak da birey iç çatışma yaşamaktadır (Cüceloğlu, 1996). Landau vd. (2011) benliği bireyin eylemlerini kendisinin değerlendirmesinden öte çevresi tarafından değerlendirilmesi olarak görmektedir. Benliğin bazı işlevleri vardır. Bunlardan bazıları şu şekilde sıralanabilir (Güney, 2009: 77):

- Kişinin çevresinde yer alan nesnelere ve insanlar ile bağlantıya geçmesi,
- Doğru olana uyum sağlayabilmek,

- Doğru olanı anlamak, denemek ve tanımlayabilmek,
- Kavramlar arasında bütünlük kurmak ve kavramları birleştirebilmek,
- Geleceğe yönelik amaçları ve beklentileri belli etmek,
- Bireyin kişiliğinde etkili olan kaygıdan kurtulabilmek için savunma mekanizmaları kullanmak.

Bunların dışında dijital dünyada yer alan gösterinin bir parçası olmak ve kendini arzu ettiği şekilde görünür kılmak isteyen birey, daha çok sosyal mecralarda aktifleşerek iletiler paylaşım “ben de buradayım” demektir. Ancak bu durum gündelik ve profesyonel hayata bir takım yeni alışkanlıklar eklerken bazı mevcut kavramların da anlamları değişmiştir. Benlik ve mahremiyet ilişkisi tam da bu noktada yer almaktadır. Dijitalleşmiş öznenin görünürlük ve mahremiyet ihtiyacı arasında bir çelişki bulunmaktadır. Pek çok konuda olduğu gibi sanal alanda da benlik sunumu, roller ve kimlikler arasında bir kaos söz konusudur (Tombul ve Sarı, 2021: 106).

2. Mahremiyet Kavramı

İnsanoğlu dünyaya gelişinden itibaren kendini arayış içerisinde. Bu gelişimin tarihine baktığımızda uzun çağlar içerisinde geçildiği ve büyük uygarlıklar inşa edildiği görülmektedir. Bütün bu gelişimlerin içerisinde insanların kendisini anlama çabasında büyük boşluklar olduğu ve bu boşlukları doldurmak içinde kendisini anlama çabasının hala devam ettiği görülmektedir. Bu merak uyandıran unsurlardan birisi de “mahrem”dir. İnsanın özüne indiğimizde mahrem bir varlık olduğunu görmekteyiz. İnsanın kendisi olabilmesi için mahremiyete ihtiyacı olduğu gibi, yine kendisi olabilmesi için mahrem alanını başkaları ile paylaşması da gerekmektedir (Köse, 2011; Vatandaş, 2020).

Mahremiyet kavramı ile ilgili bugüne kadar çok çeşitli görüşler ileri sürülmüştür. Mahremiyet “birey” kavramı ile birlikte değer kazanmaya başlamıştır. Günümüze değin yaşanan süreçteki değişimler, o dönemin içinde bulunduğu şartlar, kültür, dil, din, aile ve bireyler arasındaki farklılıklar sebebiyle mahremiyetin genel bir tanımının yapılmasını zor hale getirmiştir. Bauman (2009) toplumların genelini birer anlam üretme fabrikası işlevinin olduğunu ifade etmektedir. İnsan yaşadığı toplumdan etkilenmektedir; bu nedenle mahremiyetin anlamı da içerisinde yer aldığı toplumdan topluma değişkenlik göstermekte ve o toplum içerisinde anlamlı olabilmektedir (Kulluk, 2022).

Mahremiyet kelimesinin kökü Arapçadan gelmektedir. Türk Dil Kurumu bu kelimeyi, “kişisel gizlilik ve gizlilik” olarak tanımlamaktadır. Türk Dil Kurumu Atasözleri ve Deyimler Sözlüğünde ise “bir kimsenin özel hayatını öğrenecek kadar ona yakın olmak” şeklinde tanımlanmaktadır (Dalgaldere ve Kılıç, 2015: 208). Mahremiyet kelimesinin sınırlarının belirlenmesinde gizlilik kelimesi yer almaktadır. Gizlilik kelimesi mahremiyetin sınırlarını belirlediği gibi bu sınırları güçlendirmektedir de. Mahremiyet insanın kendi oluşturduğu bir krallıktır. Kişi ‘ben kimim’ sorusuna kendisinin karar verdiği, kişinin hem tanınıp hem de saygı duyulduğu, tek ve bölünmez egemenliğin olduğu topraklardır (Bauman, 2009).

Mahremiyet kavramını 1980 yılında ilk kullanan kişi Brandeis’tir. Bu kavramı “yalnız kalma hakkı ve özgürlüğüne değer veren insanlar tarafından en çok önem verilen hak” olarak tanımlamış ve bu tanımlı yaparken de özgürlüğe de değinmiştir. Post (1990) mahremiyet ihlal edildiği zaman bireyin dokunulmaz bir kişiliğe sahip olma hakkının ve bireyin tek kalma hakkının ihlal edildiğini vurgulamaktadır. Bir kişinin dokunulmazlığı o kişinin tekliğini, bağımsızlığını ifade etmektedir. Hür bir bireye yapılan mahremiyet ihlali o kişinin özgürlüğüne de yapılmış demektir.

Petronio ise mahremiyet teorisini altı tez üzerinden açıklamaktadır. Bu tezler şu şekildedir (Child vd., 2009):

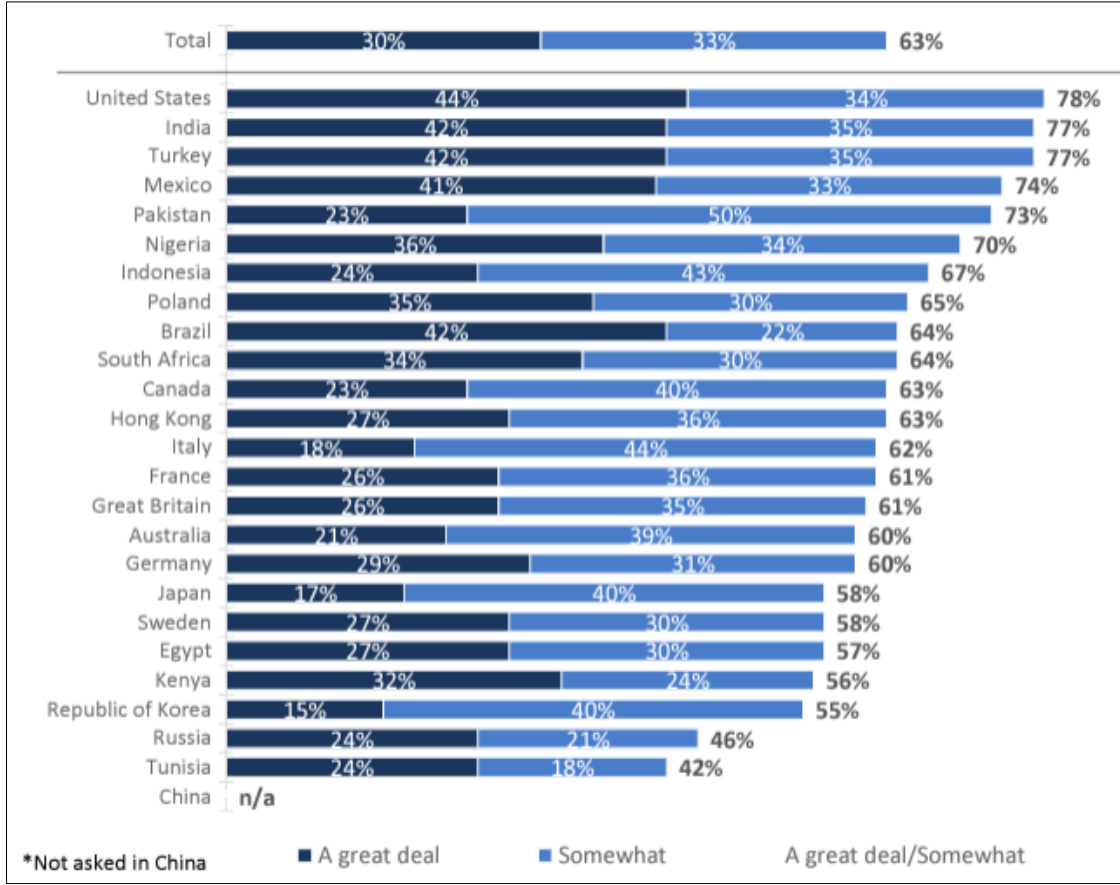
- Bireyin mülkiyeti nasıl kendisine aitse mahremiyeti de bu şekilde algılamaktadır. Mahremiyet de bireyin kendisine aittir.

- İletişime geçildiğinde de diğer bireyin özel bilgilerin erişimde belli kurallar vardır. Bu kurallar sayesinde mahremiyetin toplumsal ve özel kuralları belirlenmiş olur.
- Her bireyin kişisel bilgileri kendisine aittir. Bu sebeple paylaşımlardaki yetkinin de kendisine ait olduğunu düşünür.
- Bilgi denetimi hakkında sorunlar yaşanmaktadır. Var olan bilginin üçüncü bir şahsa aktarılmasında mahremiyetin belli kuralları üzerine tartışılmalı ve ortak bir karara varılmalıdır.
- Kişiyne ait özel bilgiler paylaşıldığı zaman ortak bir mahremiyet sınırı aşılmış olmaktadır. Bilgiye ulaşan kişilerle ortak bir alan oluşturulmalıdır.
- Ortak olarak tutulan bilgiler aktif olarak kullanılmadıkları zaman sınırlarla ilgili bir problem yaşanması kaçınılmazdır.

Mahremiyetin, insanın sosyal hayatı ve yaşamı üzerine önem arz eden bazı fonksiyonları bulunmaktadır. Mahremiyet ile birlikte insanlar kimlerle ne zaman ve hangi şekilde iletişime geçeceklerine dair önemli bir güce sahip olurlar. Örneğin; değer verdiğimiz insanlar ile kalabalık bir ortamda değil daha özel bir yerde baş başa görüşmek isteriz. Mahremiyet sayesinde iletişim anındaki kontrolü biz sağlamış oluruz. Kiminle yalnız kalmak istediğimize ve kim ile görüşmek istediğimize kendimiz karar veririz. Bizim kim olduğumuz ve karşımızdaki insanlar ile nasıl bir ilişkiye gireceğimize dair düşünme için gerekli olan zamanı kazanırız. Mahremiyet kimlik duygusunun gelişmesine katkı sağladığı gibi, kamusal alanlarda gün yüzüne çıkmayan duyguların açığa çıkmasına fırsat tanımıştır (Yüksel, 2003: 107).

Teknolojide yaşanan gelişmeler insanların yaşam tarzlarında da değişimlere sebep olmakla birlikte yeni teknolojik gelişmelerin küresel alanda kullanılması ile dünyadaki iletişim tarzı dijital ağlar üzerinden yapılmasında etkili olmuştur. Günümüzde toplumun çoğunluğu dijital platformu aktif olarak kullanmaktadır. Buna rağmen dijital mahremiyet bilgisi oldukça eksiktir ve bununla ilgili yasal düzenlemelerde mevcut değildir. (Zhao vd., 2023; Wilkowska, 2022: 4; Kulkarni ve Bedekar, 2022: 384). Prensky internetin yaygın olarak kullanıldığı dönemde doğan kişileri 'Dijital yerliler' olarak adlandırmıştır. Dijital ortamda dünyaya gelmemiş fakat dijital değişimlerden faydalanan kişilerde "Dijital Göçmenler" olarak adlandırmış ve bu kişilerin dijital ortamlara uyum sağladıklarında zorlandıklarını belirtmiştir (Prensky, 2021: 2).

Ipsos Araştırma ve Danışmanlık Şirketi'nin, Kanadalı düşünce kuruluşu CIGA (Center for International Governance Innovation) ile 2018 yılında gerçekleştirdiği 25 ülke ve Türkiye'nin de dâhil olduğu çalışmada insanların sosyal medya platformlarında mahremiyete olan bakış açılarını değerlendirmiştir. Yapılan bu çalışma sonucunda internet kullanıcıların bir yıl önceki seneye göre mahremiyet konusunda daha kaygılı olduklarıdır. Uygulanan çalışmaya katılan bu kişilerin %63'ü sosyal medyanın daha etkili olduğunu, %57'si ise arama motorlarının çok fazla etkiye sahip olduğunu düşünmektedir. Mahremiyet alanında yaşanan kaygıların sebebi olarak da: %74 oranında internet şirketleri, %66 oranında diğer internet kullanıcıları, %81 oranında da siber suçlar, %63 oranında da hükümet, %58 oranında yabancı hükümetler olarak sıralanmıştır. Mahremiyete karşı kullanıcıların aldıkları önlemlerde yapılan çalışmaya katılanların %36'sı anti virüs yazılımı kullandığını, katılanların %43'ü bilmedikleri bir adresten gelen e-mailleri açmadıklarını, %31'i şifrelerini düzenli değiştirdiklerini, %36'sı bazı web sitelerine özellikle girmediklerini %30'u ise bazı web uygulamalarını özellikle indirmelerini belirtmektedir (Ipsos, 2018). Şekil 1 de ülkelerin dijital ağda hissettikleri gizlilik kaygısı oranlarına yer verilmiştir:



Şekil 1. “Ipsos’un Yirmi Beş Ülkede Dijital Alanda Kaygı Düzeyi” Konusunda Yapmış Olduğu Araştırma (Kaynak: Ipsos, 2018: 6).

Yapılan araştırmada Amerika %78 oranla kaygı düzeyi yüksek olan ülkeler arasında ilk sırada yer alırken, Türkiye ve Hindistan %77 oranla kaygı düzeyi yüksek olan ikinci sırada yer alan ülkeler arasındadır. Tunus ise kaygı düzeyi en düşük ülkedir.

Chul Hun’ın (2017: 15-17) Şeffaflık Toplumu isimli kitabında belirttiği gibi “şeffaflık” günümüz moda kavramlarının en başında yer almaktadır. Mahremiyet sonrası olarak tanımlanan ideolojinin savunduğu gibi sosyal ağların getirdiği şeffaflıktan geri dönüş yoktur ve insanların bu duruma ayak uydurması gerekmektedir (Chul Han, 2017: 15-17). Mahrem olanın kalıplarını kırarak yeniden tanımlandığı sosyal ağlar arasında en önemlisinin Instagram olduğu kabulünden hareketle; çalışmanın bundan sonraki kısmında Instagram’da mahremiyet algısının benlik inşasına etkisi tespit edilmeye çalışılmıştır.

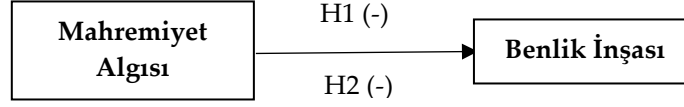
3. Yöntem

3.1. Araştırmanın Evren ve Örnekleme

Araştırmanın evreni Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesinde öğrenim görmekte olan öğrencilerden oluşmaktadır. İletişim Fakültesinde öğrenim görmekte olan 1103 öğrenci bulunmaktadır. Bu sayı araştırma evrenini oluşturmaktadır. Evrenden örneklem seçme işlemi basit tesadüfi yöntemle 329 birey örneklem olarak seçilmiştir. Araştırmanın örnekleme evreni temsil etme oranına göre %29 olarak belirlenmiş olup bu oran örneklemin evreni temsil ettiğini göstermektedir (Balci, 2001: 95; Tutar ve Erdem, 2020: 298).

3.2. Araştırma Modeli, Ölçekleri ve Veri Toplama Tekniği

Araştırmada alan araştırması yöntemi uygulanmıştır. Uygulama olarak anket yöntemi uygulanmıştır. Anket üç bölümden oluşmaktadır; mahremiyet algısı, benlik inşası ile demografik özellikler hakkında sorulara yer verilmektedir. Araştırmada kullanılan ölçeklerden ilki "Mahremiyet Bilinci Ölçeği"; Öztürk vd. (2019) tarafından geliştirilen ve 11 ifadeden oluşmaktadır. Araştırmanın ikinci ölçeği olan benlik sunumu ölçeği, Özkan vd. (2022) tarafından geliştirilmiş olup 51 ifadeden oluşmaktadır. Araştırma modeli Şekil 2'de belirtilmektedir.



Şekil 2. Araştırma Modeli

Araştırmada test edilecek hipotezler aşağıda belirtilmiştir;

H1: Mahremiyet algısı ile benlik inşası arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.

H2: Mahremiyet algısının benlik inşası üzerinde negatif yönlü etkisi vardır.

3.3. Araştırmada Kullanılan Ölçekler ile Güvenilirlik ve Geçerlilik Analiz Sonuçları

Araştırma ölçeklerinin güvenilirliklerini belirlemek amacıyla Cronbach Alfa testi uygulanmıştır. Alfa katsayıları; mahremiyet algısı ölçeği için $\alpha = 0.871$ ve benlik inşası ölçeği için $\alpha = 0.885$ olarak belirlenmiştir. Alfa sonuçları ölçeklerin güvenilir olduğu göstermektedir. Araştırma kapsamında yapılan temel bileşen analizine göre model yapısının geçerliliğini belirlemek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. DFA için AMOS programı kullanılmıştır. İyi uyum ve geçerlilik ölçüleri ile araştırma modeli Tablo 1'de belirtilmektedir.

Tablo 1. Model-Veri Uyum Değerleri ile Tek Faktör Modeli-Veri Uyum Değerleri

Veri-Model Uyum İndisleri	Tek Faktör Model Veri-Model Uyum İndisleri	Karşılaştırmalı Model Uyumu
Ki-Kare (X2) = 3018,16	Ki-Kare Tek Faktör (X2) = 5823,17	$\Delta X^2 = 2805,01$
CMIN/SD = 3.262	CMIN/SD = 9.546	
DF = 925, p<0,01	DF = 610	
NFI = 0.915	NFI = 0.518	
GFI = 0.891	GFI = 0.427	
TLI = 0.932	TLI = 0.572	
CFI = 0.929	CFI = 0.514	
RMSEA = 0.059	RMSEA = 0.181	

*RMSEA (Root mean square error of approximation); 0.08 altında iyi bir model kabul edilir (Browne, 1993)

χ^2/SD (Relative Ki-Kare); 1 ile 5 arasında olması beklenir (Marsh ve Hocevar, 1985)

CFI (Comperative fit index); İyi model için 1'e yakın olması beklenir (McDonald ve Marsh, 1990)

NFI (Normated fit index); İyi model için 1'e yakın olması beklenir (Bentler ve Bonett, 1980)

GFI (Goodness of fit index); İyi model için 1'e yakın olması beklenir (Tanaka ve Huba, 1985)

TLI (Tucker-Lewis indeksi); İyi model için 1'e yakın olması beklenir (Bentler ve Bonett, 1980)

Araştırma kapsamında tek faktörlü yapıya yönelik inceleme sonucunda elde edilen Ki-Kare (χ^2) bulguları değişkenler ile karşılaştırılarak anlamlı bir farkın bulunup bulunmadığı belirlenmiştir. Bu yöntemle araştırma modelindeki soruların ölçümünde ortak yöntem sapmasının var olup olmadığının belirlenmesi amaçlanmıştır (MacKenzie ve Podsakoff, 2012).

RMSEA, NFI, GFI, CFI ve TLI değerlerine yönelik sonuçlar Tablo 1’de gösterilmektedir. İki faktörlü araştırma modeline yönelik χ^2 değerlerinin anlamlı olduğu ($p < 0,01$) görülmektedir. Buna ek olarak, χ^2/SD değeri 3,262 olarak belirlenirken bu değer 5’ten düşük olması sebebiyle araştırma modeli geçerlilik açısından uyum ölçütünü sağlamıştır. Diğer yandan RMSEA = 0.059, GFI = 0.891, TLI = 0.932, NFI = 0.915 ve CFI = 0.929 değerlerine ilişkin verilerin iyi uyum sağladığı da araştırma kapsamında görülmektedir (Tablo 1). Bu bulgular neticesinde araştırma kapsamında ortak yöntem sapmasının olmadığı belirlenmiştir (MacKenzie ve Podsakoff, 2012). Verilerin analizinde tek faktörlü model ile çok faktörlü model arasında uyum olup olmadığını belirlemek amacıyla χ^2 değerlerine “Ki-Kare Fark Testi” analizi uygulanmış ve anlamlı farkın olduğu görülmüştür (Tablo 1). Elde edilen bu sonuçlar araştırma modelinin iyi uyum sağladığını göstermektedir. Tablo 2 ve Tablo 3’te ölçeklere yönelik t değerleri, standartlaştırılmış faktör yükleri ve ortalamalar belirtilmektedir.

Tablo 2. Mahremiyet Algısı Ölçeği Faktör Yükleri

Mahremiyet Algısı Ölçeği İfadeleri	Ort.	Standart	
		Faktör	t
		Yükleri	
Mahremiyetimi kesinlikle korumak isterim.	2,67	0,921	8,607
Başkalarının, arkadaşlarımla yaptığım konuşmaları dinlemelerini istemem.	3,01	0,945	9,443
Kişisel bilgilerim, herkes tarafından bilinmemelidir.	2,67	0,916	9,726
Kendi mahremiyetimi koruyacak şekilde davranırım.	2,39	0,821	8,821
Genellikle tanımadığım kişilerin mahremiyetini koruyacak şekilde davranırım.	2,59	0,903	9,237
Yabancı kişilerin mahremiyetini genellikle düşünmem.	3,21	0,901	9,425
Arkadaşlarımla mahremiyetini genellikle düşünmem.	2,71	0,877	8,742
Genellikle arkadaşlarımla mahremiyetini koruyacak şekilde davranırım.	2,71	0,812	8,866
Toplu taşıma araçlarını kullanırken başkalarının telefonlarına bakmamayı alışkanlık hâline getirdim.	3,12	0,972	9,652
Yabancı kişiler arasındaki konuşmaları kasıtlı olarak dinlerim	3,25	0,921	9,772
Yabancı biri yakınımda telefon ile görüşürken onu kasıtlı olarak dinlerim	3,51	0,911	9,921
Ortalama Değerler	2,89	0,900	9,292

Zenofobi ölçeğine ilişkin faktör bulguları Tablo 3’te belirtilmektedir.

Tablo 3. Benlik İnşası Ölçeği Faktör Yükleri

Benlik İnşası Ölçeği İfadeleri	Ort.	Standart	
		Faktör Yükleri	t
Başkalarının takdirini kazanmak için onları öven cümleler kurarım.	2,71	0,923	10,771
İnsanların sempatisini kazanmak için zayıflıklarımı kullanırım.	2,70	0,920	10,761
Beni kabul etmeleri için insanlara onlarla benzer tutumlara sahip olduğumu söylerim.	3,30	0,921	10,012
İnsanları kendi tarafıma çekmek için onlara iltifat ederim.	3,12	0,913	9,617
Bir şey istediğimde, başkalarına iyi görünmeye çalışırım.	2,59	0,901	8,138
Beni sevmeleri için insanlara iyilik yaparım.	2,62	0,873	9,617
Daha sonra bana yardım etsinler diye insanlara yardım ederim.	2,81	0,891	9,761
İnsanların benim için bir şeyler yapmalarını sağlamak adına onlara benden daha güçlü veya becerikli olduklarını söylerim.	2,77	0,882	9,561
İnsanlardan yardım almak için onların bazı şeyleri yapamayacağıma inanmalarını sağlarım.	2,91	0,865	9,551
Başka insanların hoşuna gidecek görüşler ifade ederim.	2,95	0,881	9,697
Yanlış bir şey yaptığımda özür dilerim.	2,31	0,902	9,712
Açık bir şekilde benim hatamdan kaynaklanan kötü bir davranış için suçlamaları kabul ederim.	2,76	0,953	8,232
Eğer birine zarar verirsem özür diler ve bunu bir daha yapmayacağıma dair söz veririm.	2,66	0,911	9,712
Yanlış bir şey yaptığımda pişmanlık ve suçluluk hissettiğimi ifade ederim.	2,90	0,876	9,792
Başkalarına verdiğim herhangi bir zararı telafi etmeye çalışırım.	3,12	0,891	9,661
İnsanlara nasıl davranmaları gerektiği konusunda model olmaya çalışırım.	3,12	0,812	9,512
İnsanlara örnek olmaya çalışırım.	3,25	0,881	9,217
İnsanların beni olumlu bir örnek olarak görüp model almaları için çabalarım.	3,06	0,915	8,872
Başkalarının da benim gibi doğru davranışlarda bulunmaları için çabalarım.	3,42	0,922	9,615
İnsanlara örnek olmaya çalışırım.	2,92	0,934	9,291
Başkalarının yanlış bulabileceği bir şeyi yapmadan önce davranışima dair açıklamalar yaparım.	3,12	0,899	9,553
İnsanlardan gelebilecek olumsuz tepkileri azaltmak için davranışımı gerekçelendiririm.	2,99	0,923	9,342
Başkalarının beğenmeyebileceği eylemlerimi önceden gerekçelendiririm.	2,92	0,913	10,332
Başkalarının olumsuz algılayabileceği bir şeyi yapmadan önce onların onayını almaya çalışırım.	3,02	0,902	10,432
Başkalarının gözünü korkuturum.	3,11	0,932	10,192
İnsanlara istediğim şeyleri yaptırmak için benden korkacakları şeyler yaparım.	3,21	0,914	9,452
İnsanların benden korkmasını sağlayacak şekilde davranırım.	2,98	0,903	8,334
İstediğimi elde etmeme yardımcı olacaksa insanları tehdit ederim.	2,77	0,912	9,344
İnsanları etkilemek için gerekirse bedenimi ve gücümü kullanırım.	2,89	0,934	9,243
Davranışım başkalarına ne kadar kötü görünürse görünsün, o davranışım için sağlam nedenler sunarım.	2,98	0,884	9,164
İnsanlar davranışımı olumsuz olarak değerlendirdiklerinde, davranışım da haklı olduğumu anlayacakları açıklamalar yaparım.	3,19	0,812	9,578

Olumsuz bir eylemden sonra, insanların benim yerimde olsalardı aynı şeyi yapacaklarını anlamaları için uğraşırım.	3,23	0,882	9,146
Suçlanmaktan kaçınmak için zarar verme niyetimin olmadığını söylerim.	3,31	0,901	9,346
İşler ters gittiğinde, neden bundan sorumlu olmadığını açıklarım.	3,14	0,956	8,842
Bir şey için suçlandığımda mazeretimi belirtirim.	3,66	0,900	9,234
İnsanları olumsuz olaylardan sorumlu olmadığıma ikna etmeye çalışırım.	3,33	0,893	9,182
Başkalarının zor bulduğu bir işi iyi yaptığım zaman insanlara bundan bahsederim.	3,43	0,872	9,682
Yaptığım ancak diğer insanların fark edemediği olumlu şeylere dikkat çekerim.	3,34	0,802	9,345
Sahip olduğum şeylerden bahsederken o şeylerin değerinden de söz ederim.	3,51	0,882	9,653
İnsanlara başarılarımdan bahsederim.	3,08	0,941	8,723
Verdiğim hediyelerin değeri azımsandığında o hediyelerin gerçek değerini vurgularım.	2,77	0,844	9,182
Bir işte başarılı olduğumda, o işin ne kadar önemli olduğunu vurgularım.	2,74	0,955	9,483
Kaygı performansımı engeller.	2,98	0,812	8,891
Bir şeyi iyi yapmak için çok fazla baskı hissettiğimde hastalanırım.	3,11	0,853	9,322
Eğitim hayatımda, kronik bir hastalığım olmasa da ortalama bir öğrenci olmamın nedeni sağlığımın pek de iyi olmamasıdır.	3,32	0,873	9,213
Başarımlarımın önüne engeller çıkarırım.	3,43	0,890	9,102
Yapmadığım şeyler üzerinde hak iddia ederim.	3,14	0,934	8,921
Popüler olmayan gruplar hakkında olumsuz şeyler söylerim.	3,64	0,930	8,734
Kendimi daha iyi göstermek için başkalarını eleştiririm.	3,31	0,862	8,882
Bir grupla bir proje üzerinde çalışırken sunduğum katkıyı olduğundan daha fazlaymış gibi gösteririm.	3,25	0,921	8,531
Benimle yarışan kişilerin olumsuz özelliklerini abartırım.	3,44	0,943	9,452
Ortalama Değerler	3,06	0,896	9,390

Araştırmada kurgulanan modele göre ölçek ifadelerinin mevcut durumu ölçüp ölçmediğine yönelik iki yöntem kullanılmış olup bu yöntemler; yakınsama geçerliği (convergent validity) ve ıraksama geçerliği (discriminant validity) yöntemleridir (Churchill Jr, 1979; Erdem, 2021a). Tablo 2 ve Tablo 3'te görüleceği üzere ölçeklere yönelik ifadelerin standartlaştırılmış faktör yükleri 0,5'ten yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca faktör yüklerine yönelik incelemede parametrik değerlendirme t değerlerinin 8,13 ile 10,77 arasında değiştiği belirlenmiştir. Analiz sonuçlarında elde edilen bu değerler ışığında araştırma modeli anlamlı ve uyumlu olarak belirlenmiştir (Hair vd., 2006). Tablo 4'te ölçeklerin toplam değerleri belirtilmektedir.

Tablo 4. Ortalama, Korelasyon, Standart Sapma Değerleri

Değişkenler	Ortalama	S. S	CR	AVE	1	2
1. Mahremiyet Algısı	2.89	.981	.867	.781	-	
2. Benlik İnşası	3.06	.973	.832	.779	-.616**	-

Not: SS, standart sapma; *0,05 düzeyinde anlamlıdır (çift-yönlü). **0,01 düzeyinde anlamlıdır (çift-yönlü)

Tablo 4'e göre araştırma kapsamında elde edilen verilerin Average Variance Extracted-(AVE) yani ortalama açıklanan varyans değerlerine göre yakınsama geçerliliği belirlenmiştir. Araştırma modelinin AVE değeri 0,5'ten yüksek olması (Mahremiyet algısı: 0,781 ve Benlik İnşası: 0,779) ile ölçek ifadelerinin örtük değişkenlerinin geçerli olduğu söylenebilir (Fornell ve Larcker, 1981; Hu ve Bentler, 1999). Ayırt edici geçerliliğe yönelik ölçekler arasında korelasyon değerinin (0,616) 0,80'den küçük olması ile araştırma

modelinin iraksama ayırt edici geçerliliğini sağladığını göstermektedir (Kline, 2014; Erdem, 2021b). Diğer yandan Tablo 4'te belirtildiği üzere korelasyon değerlerinin 0,80 değerinden düşük ve anlamlı olması iraksama ayırt edici geçerliliğinin sağlandığını göstermektedir.

4. Bulgular

4.1. Demografik Bulgular

Araştırmadaki katılımcıların yaş, cinsiyet, sınıf ve alan değişkenlerine göre demografik bilgileri, Tablo 5'te belirtilmektedir

Tablo 5. Demografik Bulgular

Cinsiyet	F (Sıklık)	% Yüzde	Alan	F (Sıklık)	% Yüzde
Kadın	159	48,3	Gazetecilik	76	23,1
Erkek	170	51,7	Radyo	165	50,2
			Televizyon		
			Sinema		
			Halkla İlişkiler Tanıtım	88	26,7
Toplam	329	100,00	Toplam	329	100,00
Yaş	F (Sıklık)	% Yüzde	Sınıf Düzeyi	F (Sıklık)	% Yüzde
18-20	148	44,9	1. Sınıf	94	28,6
21-24	105	31,9	2. Sınıf	81	24,6
25-30	67	20,5	3. Sınıf	76	23,1
31-35	9	2,7	4. Sınıf	78	23,7
Toplam	329	100,00	Toplam	329	100,00

Tablo 5'e göre araştırmaya katılan öğrencilerin %48,3'ü kadınlardan, %51,7'si erkeklerden oluşmaktadır. Yaş değişkenine göre katılımcıların %44,9'u 18-20, %31,9'u 21-24, %20,5'i 25-30 ve %2,7'si 31-35 yaş arası bireylerden oluşmaktadır. Katılımcıların alanlarına yönelik bulgulara göre %23,1'i Gazetecilik bölümünde, %50,2'si Radyo Televizyon Sinema bölümünde ve %26,7'si ise Halkla İlişkiler Tanıtım bölümünde olduğu belirlenmiştir. Son olarak katılımcıların %28,6'sı 1. Sınıf, %24,6'sı 2. Sınıf, %23,1'i 3. Sınıf ve %23,7'si ise 4. Sınıfta oldukları belirlenmiştir.

4.2. Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi

Araştırmada kurgulanan ilk hipotezin test edilmesine yönelik Korelasyon analizi uygulanmış olup korelasyon değerleri Tablo 6'da belirtilmektedir.

Tablo 6. Korelasyon analizi sonucu

Değişken	Benlik İnşası
Mahremiyet Algısı	-0.616**

Korelasyon analizinde mahremiyet algısı ile benlik inşası arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki belirlenmiştir ($r=-.616$, $p<.001$). H1 hipotezi desteklenmiştir.

Araştırmada kurgulanan ikinci hipotezin test edilmesi için verilere yapısal eşitlik modeli uygulanmıştır. Yapısal Eşitlik Modeli analizine sonucunda doğrudan etki sonuçlarına yönelik değerler Tablo 7'de belirtilmektedir.

Tablo 7. Doğrudan Etki

Değişkenler	β	t	SE	P
Mahremiyet algısı-Benlik İnşası	-0.561	-7.153	0.081	***

Not: SH, standart hata; *0.05, **0.01, ***0.001 düzeyinde anlamlı (çift yönlü)

Tablo 7'de görüleceği üzere Mahremiyet algısının benlik inşası üzerinde negatif yönlü anlamlı etkisinin olduğu belirlenmiştir ($\beta=-.561$, $t=-7.153$, $p<0.001$). Elde edilen bu sonuca göre mahremiyet algısının benlik inşasını negatif yönde anlamlı olarak etkilediği görülmektedir. H2 hipotezi desteklenmiştir.

Sonuç

Bireyler ancak ihtiyaçları karşılandığı sürece toplum ile birlikte ve kurallara uyarak yaşarlar. Bireyler istek ve ihtiyaçlarının karşılanmasıyla huzurlu bir şekilde yaşayabilirler. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde de belirttiği gibi bireylerin ilk ihtiyaçları fizyolojik ihtiyaçlardır. Bireyler hayati ihtiyaçları olan fiziksel ihtiyaçlarının karşılanmasını birincil sırada talep ederler. Fizyolojik ihtiyaçları karşılanan bireylerin ikincil ihtiyaçlarının güvenlik ihtiyacı olduğunu belirten Maslow, bireylerin bu ihtiyaçlarının karşılanmasından sonra üçüncü basamak ihtiyaçlarını tatmin etmek istediklerinden bahsetmektedir. Üçüncü ihtiyacının ise sevmeye, sevilme ve sosyalleşme ihtiyacı olduğunu belirten Maslow'a göre bu ihtiyacın tatmin edilmesi önemlidir. Maslow'un da belirttiği bireylerin sosyalleşme ihtiyaçları tatmin edilmediği sürece toplumlarda sorun ve huzursuzluk baş gösterecektir. Bu doğrultuda bireyler sosyalleşme ve eğlence ihtiyaçlarını internet ortamındaki sosyal medya platformlarında giderme eğilimi göstermektedir.

Sosyal medya alanında bireyler rahatlıkla iletişim kurmakta, mesajlarını doğru kanallarla doğru kişilere ulaştırmaktadır. Sosyal medya bu kapsamda kolaylıkla mesaj atılabilecek, kolaylıkla mesaj, resim ve fotoğraf gönderilebilecek bir alan olması açısından bireylerin işlerini kolaylaştırmaktadır. Diğer yandan teknolojinin gelişmesi ile bireyler her ne kadar kolay iletişim kurar hale gelmişlerse de toplumların durumları ve dünyada görülen birtakım krizler iletişimin zorlaşmasına da neden olmaktadır. İnternetin de birçok etik sorunlara yol açtığı da bilinmekle birlikte bu sorunların başında mahremiyet ve benlik gelmektedir.

Araştırmada mahremiyet algısı ve benlik inşası alguları Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi lisans öğrencileri örnekleminde bir uygulama yapılmıştır. Araştırma bulgularına göre mahremiyet algısının benlik inşası algısı üzerinde negatif yönlü anlamlı bir etkisinin ($p<0.001$) bulunduğu belirlenirken buna ek olarak mahremiyet algısı ile benlik inşası arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki ($p<0.001$) de tespit edilmiştir. Araştırma bulgularından mahremiyet algısının benlik inşası algısını zayıflattığı belirlenmiştir. Bireyler Instagram ve diğer internet platformlarında kendilerini ya çok farklı olarak tanıtmaya eğiliminde olmakta ya da kendileri ile ilgili bilgileri göstermeme eğiliminde olmaktadır. Bu doğrultuda beğenilme arzusu içerisinde olan bireyler benliklerini doğrudan sergilememekte veya daha manipülatif yollarla kendilerini farklı olarak göstermektedirler. Diğer bir ifadeyle Instagram gibi internet ortamlarında benliklerini sergilemek istemeyen ve bu platformlara güvenmeyen, mahremiyet algıları yüksek olan bireylerden internet ortamında benliklerini olduğu gibi göstermeleri beklenmemelidir.

Gelişen teknoloji ile birlikte bireylerin kendilerini topluma kabul ettirmeleri, beğenilme arzusu, kendini gerçekleştirme isteği gibi durumlar nedeniyle bireyler kendilerini topluma daha açık hale getirmişlerdir. Bu doğrultuda araştırma kapsamında mahremiyet algısı yüksek olan bireylerin benlik inşalarının düştüğü belirlenmiştir. Literatürde araştırma bulgularını destekleyen çalışmalara rastlanılmıştır. Yang vd. (2018) bireylerin sosyal medya ve internet ortamında mahremiyet algılarından dolayı benliklerini ya manipülatif olarak ya da hiç göstermeme eğiliminde olduklarını belirtmişlerdir. Bu doğrultuda ilgili yazar mahremiyet

algısının benlik inşasını zayıflattığını belirlemektedir. Karayel Bilbil ve Atalay (2020) Instagram kullanıcılarının mahremiyet ve benlik algıları üzerine yaptıkları kavramsal araştırmalarında mahremiyet algısı ile benlik inşası kavramlarını sadece cinsiyet değişkenine göre incelemişlerdir. Suveren ve Zeren Kosal (2021) benlik inşası ve mahremiyet algısının etkileşimi üzerine yaptıkları sosyolojik kavramsal araştırmalarında iki değişken arasında bir gerilimin olduğundan bahsetmektedirler. Zhou (2022) iki farklı sosyal medya olan WeChat ve Weibo örneğinde yaptığı araştırmada muhafazakâr internet platformlarından bireylerin benliklerini daha kolay ortaya koyduklarını belirtirken bireylerin güvenmedikleri ve muhafazakâr olmayan internet platformlarında daha korumacı olduklarını belirlemişlerdir. Bu araştırmaya sonucunda mahremiyet algısının benlik inşasını zayıflattığı sonucuna ulaşmışlardır. Literatürde de görüleceği üzere mahremiyet algısının benlik inşası üzerinde negatif yönlü etkileşiminin olduğuna dair görüşün hâkim olduğu görülmekle birlikte bu durumda araştırma bulguları ile literatür sonuçları örtüşmektedir.

Araştırma vereninin Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinden elde edilmesi bir sınırlılıktır. Bu kapsamda araştırmanın teorik önerileri olarak daha farklı üniversitelerde veya daha farklı kurum ve kuruluşlarda araştırma yapılması farklı örneklerle araştırma uygulamasının tekrarlanması önerilebilir. Diğer yandan araştırma verilerinin anket yöntemiyle uygulanması yani nicel araştırma yöntemi uygulanırken ilgili öğrencilerden derinlemesine mülakat yapılmaması da bir kısıt olarak gösterilebilir. Bu doğrultuda daha farklı örneklerle mülakat yöntemiyle karma araştırma yapılması da önerilmektedir. Diğer yandan araştırmanın pratik önerileri olarak mahremiyet algısı ve benlik inşasını konu edinen ilköğretim okulları ile üniversitelerde eğitici çalışma ve derslerin müfredata konulması önerilebilir. Ayrıca medya okuryazarlığı, mahremiyet algısı ve benlik inşası gibi durumları kapsayan internet ortamında nasıl davranılacağına yönelik televizyon, gazetece ve internet ortamlarında eğitici yayınların yapılması da pratik öneriler arasında gösterilebilir.

Kaynakça

- Atasoy, M. U. (2018). İnternet reklamlarının tüketicilerin satın alma davranışları üzerindeki etkisi. Yaşar Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Ayaburi, E. W. ve Treku, D. N. (2020). Effect of penitence on social media trust and privacy concerns: The case of Facebook. *International Journal of Information Management*, 50: 171-181.
- Balcı, A. (2001). Sosyal bilimlerde araştırma. Yöntem, Teknik ve İlkeler, Ankara: PegemA Yayınları.
- Bauman, Z. (2009). Sosyolojik Düşünmek (6. Baskı). Çeviren: Abdullah Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bentler, P. M. ve Bonett, D. G. (1980). Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological bulletin*, 88(3): 588.
- Browne, M. W. (1993). Alternative ways of assessing model fit. *Testing structural equation models*, 136-162.
- Child, J. T., Pearson, J. C. ve Petronio, S. (2009). Blogging, communication, and privacy management: Development of the blogging privacy management measure. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60(10): 2079-2094.
- Cüceloğlu, D. (1996). İnsan ve davranışı (7. Baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Çalışkan, M. ve Mencik, Y. (2015). Değişen dünyanın yeni yüzü: Sosyal medya. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi* (50): 254-277.
- Dalgaldere, S. ve Kılıç, E. (2015). Büyük veri ve mahremiyet sorununa eleştirel bir bakış. R. Çelik & S. Dalgaldere (Edt.), *Yeni ve geleneksel medya okumaları*, İstanbul: İskenderiye, 201-219.

- Değer, B. E. & Sine Nazlı, R. (2022). Sosyal Medyada Influencer Etkisi Bağlamında Benlik Sunumu. Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi , 15 (2) : 25-45 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/pub/usaksosbil/issue/74678/1210396>
- Durak, H. ve Seferoğlu, S. S. (2016). Türkiye'de Sosyal Medya Okuryazarlığı ve Sosyal Ağ Kullanım Örüntülerinin İncelenmesi. Journal of International Social Research, 9(46).
- Erdem, A. T. (2021a). The Moderator Role Of Generations X And Y İn The Effect Of Resource Dependency Management Strategy on Corporation Entrepreneurship: Ankara Ostim Industry Case. Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 13(1): 55-62.
- Erdem, A. T. (2021b). Ethical Leadership, Service İnnovation and Psychological Capital İnteraction: A Research in Nevşehir Hotel Sector. Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi, 5(2), 515-532.
- Ersanlı, K. (1996). Benliğin gelişimi ve görevleri. Eser Ofset, Samsun.
- Farooq, A., Dahabiyeh, L. ve Javed, Y. (2023). When Whatsapp Changed Its Privacy Policy: Explaining Whatsapp Discontinuation Using in Enablers-İnhibitors' Perspective. Online Information Review.
- Fornell, C. ve Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models With Unobservable Variables And Measurement Error. Journal of Marketing Research, 18(1), 39-50.
- Goffman, E. (2009). Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity: Simon and Schuster.
- Güney, S. (2009). Sosyal Psikoloji, Nobel Yayın Dağıtım, 1. Basım, Ankara.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. ve Tatham, R. L. (2006). Multivariate data analysis (Vol. 6).
- Hu, L. t. ve Bentler, P. M. (1999). Cutoff Criteria For Fit İndexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives. Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal, 6(1), 1-55.
- Ipsos. (2018, mayıs 25). Game Changers. <https://www.ipsos.com/tr-tr/internet-ve-mahremiyet-ipsos-25-ulkede-arastirdi-adresinden-alindi>. Erişim Tarihi: 01.08.2023.
- İşman, A., Buluş, B. ve Yüzüncüyıl, K. S. (2016). Sosyalleşmenin Dijitale Dönüşümü ve Dijital Benliğin Sunumu. TRT Akademi, 1(2), 608-619.
- Kalafat Çat, A. (2021). Virtual Identities and Self-Presentation in Social Media Instagram Mothers, New Paradigms within the Communication Sciences, (Ed. Enes Emre Başar, Pınar Bacaksız). UK: Cabridge Scholar Publising, 172-187.
- Karaoğlu, G. (2010). Kamusal ve Özel Alan Ekseninde Medya ve Mahremiyet. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Karayel Bilbil, E. ve Atalay, D. (2020). Sosyal Medya Ekseninde Mahremiyetin Dönüşümü ve Benlik İnşası. Global Media Journal TR Edition, 10(20), 176-195.
- Kırık, A. M. ve Yazıcı, N. (2017). Instagram Örneği Üzerinden Sosyal Medyada Hikâye Anlatıcılığı. Erciyes İletişim Dergisi, 5(2), 82-99.
- Kline, P. (2014). An Easy Guide to Factor Analysis: Routledge.
- Köse, H. (2011). Medya Mahrem: Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar: Ayrıntı Yayınları.
- Kulkarni, S., & Bedekar, M. (2022). Perception of Privacy in a Data Driven World. Int. J. Mod. Trends Sci. Technol, 8, 380-388.

- Kulluk, R. (2022). Sosyal Medyada Mahremiyetin Değişiminin Habitusun Dönüşümü Üzerinden İncelenmesi: Konya Örneği. Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,
- Landau, M. J., Vess, M., Arndt, J., Rothschild, Z. K., Sullivan, D. ve Atchley, R. A. (2011). Embodied metaphor and the "true" self: Priming entity expansion and protection influences intrinsic self-expressions in self-perceptions and interpersonal behavior. *Journal of Experimental Social Psychology*, 47(1), 79-87.
- Lis, A. ve Iwankowski, P. (2021). Why is dense vegetation in city parks unpopular? The mediative role of sense of privacy and safety. *Urban Forestry & Urban Greening*, 59, 126988.
- MacKenzie, S. B. ve Podsakoff, P. M. (2012). Common method bias in marketing: Causes, mechanisms, and procedural remedies. *Journal of retailing*, 88(4), 542-555.
- Marsh, H. W. ve Hocevar, D. (1985). Application of confirmatory factor analysis to the study of self-concept: First-and higher order factor models and their invariance across groups. *Psychological bulletin*, 97(3), 562.
- McDonald, R. P. ve Marsh, H. W. (1990). Choosing a multivariate model: Noncentrality and goodness of fit. *Psychological bulletin*, 107(2), 247.
- Özkan, Ö. S., Durna, G. ve Arzu, A. (2022). Psychometric Evaluation Of The Turkish Version Of The Self-Presentation Tactics Scale. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(2), 779-800.
- Öztürk, D., Eyüboğlu, G. ve Göçmen Baykara, Z. (2019). Mahremiyet bilinci ölçeği: Türkçe geçerlilik ve güvenirlik çalışması. *Turkiye Klinikleri J Med Ethics*, 27(1)(1), 57-64.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 2: Do they really think differently?. *On the horizon*, 9(6), 1-6.
- Prensky, M. (2009). H. Sapiens Digital: From Digital Immigrants and Digital Natives to Digital Wisdom. *Innovate: Journal of Online Education*, 5(3).
- Post, R. C. (1990). Rereading Warren and Brandeis: Privacy, property, and appropriation. *Case W. Res. L. Rev.*, 41, 647.
- Rogers, E. M. (1986). "Communication Technology" (Vol. 1). Simon and Schuster.
- Rogers, E. M., Singhal, A., & Quinlan, M. M. (2014). Diffusion of innovations. In *An integrated approach to communication theory and research* (pp. 432-448). Routledge.
- Sabuncuoğlu, A. ve Gülay, G. (2016). Sosyal Medyada Görsel Paylaşımından Reklamcılığa: Instagram Reklamlarının Genç Kullanıcılar Üzerine Etkisine Dair Bir Araştırma. *Gümüşhane University Electronic Journal of the Institute of Social Science/Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 7(15).
- Sine, R. (2017). *Alternatif Medya ve Haber, Literatürk: Konya*.
- Sönmez, G. , Keskin, S. , Laleh, N. & Kömür, G. (2022). Dijital Hikâye Anlatısı Olarak Instagram Kimliği: 'Biyografi' Yazma Kültürü Üzerine İnceleme . *Yeni Medya* , 2022 (13) , 127-147 . DOI: 10.55609/yenimedya.1150306
- Suveren, Y. ve Zeren Kosal, A. G. (2021). Sosyal medyada 'benliğin sunumu': Benlik ve mahremiyetin sunumunun bireysel ve toplumsal anlamı üzerine sosyolojik bir değerlendirme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(4), 1226-1241.
- Tanaka, J. S. ve Huba, G. J. (1985). A fit index for covariance structure models under arbitrary GLS estimation. *British journal of mathematical and statistical psychology*, 38(2), 197-201.

- Tombul, I. (2018). Sosyal Medyada Mahremiyetin Dönüşümü ve Gençlerin Mahremiyete Bakışı, Yeni Medyaya Yeni Yaklaşımlar, Literatürk: Konya, 131-175.
- Tombul, I. & Sarı, G. (2021). Transformation of Self Presentation in Virtual Space. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi , 2021 (53) , 93-108 . DOI: 10.47998/ikad.85284
- Tutar, H., ve Erdem, A. T. (2020). Örnekleriyle bilimsel araştırma yöntemleri ve SPSS uygulamaları. Seçkin Yayıncılık. Ankara.
- Vatandaş, S. (2020). Mahremiyetin Dönüşümü Ve İletişim Araçları. HUMANITAS-Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 8(16), 437-458.
- Vural, Z. B. A. ve Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: ege üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. Yaşar Üniversitesi E-Dergisi, 5(20), 3348-3382.
- Wilkowska, W., Offermann, J., Spinsante, S., Poli, A., & Ziefle, M. (2022). Analyzing technology acceptance and perception of privacy in ambient assisted living for using sensor-based technologies. Plos one, 17(7), e0269642.
- Xiao, L. ve Mou, J. (2019). Social media fatigue-Technological antecedents and the moderating roles of personality traits: The case of WeChat. Computers in Human Behavior, 101, 297-310.
- Yang, M., Cao, C. ve Liao, H. (2018). Social media privacy concerns and self presentation. Paper presented at the 2018 International Joint Conference on Information, Media and Engineering (ICIME).
- Yüksel, M. (2003). Modernleşme ve mahremiyet. Kültür ve İletişim, 6(11), 75-108.
- Zhou, S. (2022). The Influence of Social Platform Privacy on Self-Construction and Public Opinion Tendency--Sina Weibo and WeChat as Examples. Journal of Education, Humanities and Social Sciences, 4, 155-161.
- Zhao, J., Wang, G., Dally, C., Slovak, P., Edbrooke-Childs, J., Van Kleek, M. ve Shadbolt, N. (2019). I make up a silly name' Understanding Children's Perception of Privacy Risks Online. Paper presented at the Proceedings of the 2019 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems.
- Zhao, Y., Yao, Y., Fu, J., & Zhou, N. (2023). {"If} sighted people know, I should be able to {know:"} Privacy Perceptions of Bystanders with Visual Impairments around Camera-based Technology. In 32nd USENIX Security Symposium (USENIX Security 23) (pp. 4661-4678).



Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi

Abant Journal of Cultural Studies

2023, 8(16): 81 – 94



Doru Çizgi Filminin Değerler Eğitimi Açısından İncelenmesi*

Examining the Cartoon Doru in Terms of Values Education

Elif TABAK¹ Güzin Yasemin TUNÇAY²

Geliş Tarihi (Received): 01.09.2023

Kabul Tarihi (Accepted): 21.10.2023

Yayın Tarihi (Published): 23.10.2023

Öz: Değerler, toplumların günümüze kadar getirdikleri tarihi birikimleridir ve toplumlar bu tarihi birikimlerini nesilden nesille aktararak geleceğe emin adımlarla ilerlemek isterler. Bu nedenle değerler hem toplumlar hem de toplumu oluşturan bireyler için önemlidir. Millî ve manevî değerlerin nesilden nesille aktarılması için çocukların eğitimine önem verilmelidir. Değer eğitimi aile de başlayarak, okul ve sosyal çevre ile devam eder. Günümüzde ise kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ile çizgi filmlerde bu görevi üstlenmeye başlamıştır. Bu bağlamda ekranlara gelen yapımların içeriklerinin incelenmesi önem arz etmektedir. Bu çalışmamızın amacı TRT Çocuk kanalında yayınlanan Doru çizgi filminde yer alan değerlerin nasıl ele alındığını belirlemektir. Doru çizgi filminde yer alan değerler Millî Eğitim Bakanlığı (MEB) tarafından yenilenen müfredat da kök değer olarak belirlenmiş olan; adalet, dostluk, dürüstlük, öz denetim, sabır, saygı, sevgi, sorumluluk, vatanseverlik ve yardımseverlik değerleri çerçevesinde değerlendirilmiştir. Bu çalışmadaki veriler nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesi kullanılarak toplanmıştır. Çizgi filmde değerlerin nasıl ele alındığı, hangi sıklıkla ele alındığı betimsel analiz yöntemiyle incelenmiştir. Doru çizgi filminde yapılan analizler sonucunda; en çok yer verilen değer sevgi değeri olduğu, onu öz denetim ve yardımseverlik değerlerinin izlediği sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanı sıra çalışmada en az adalet değerine yer verilirken; vatanseverlik değerine hiç yer verilmediği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Çizgi Film, Çocuk, Değer, Değerler Eğitimi, Doru

&

Abstract: Values are the historical accumulations that societies have brought so far, and societies want to move to the future confidently by passing down such historical accumulations from generation to generation. Therefore, values are important for both societies and members who make up societies. To pass down national and spiritual values from generation to generation, great importance should be given to children's education. Value education begins with the family and continues with the school and social environment. With the spread of mass media, cartoons have today undertaken this task. It is thus of critical importance to analyse the content of shows aired on TV channels. The aim of this study was to explore how values are treated in the cartoon called Doru aired on the Kids Channel of the Turkish Radio and Television Corporation (TRT). The values in the cartoon Doru were analysed in relation to the following values defined as core values in the curriculum revised by the Ministry of National Education: justice, friendship, honesty, self-control, patience, respect, love, responsibility, patriotism, and helpfulness. The data were collected using document analysis, which is a form of qualitative research. Descriptive analysis was used to determine how values are treated in the cartoon Doru aired on the TRT Kids Channel and how often they are treated. The results of the analysis of the cartoon Doru showed that the most often treated value was love, followed by the values of self-control and helpfulness. The least often treated value was justice, while the value of patriotism was never treated.

Keywords: Cartoon, Child, Value, Values education, Doru

Atıf/Cite as: Tabak, E., Tunçay, G. Y. (2023). Doru Çizgi Filminin Değerler Eğitimi Açısından İncelenmesi, Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 8 (16): 81-94.

İntihal-Plagiarizm/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

* Makale ilk yazarın, ikinci yazarın danışmanlığında Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Çocuk Gelişimi Yüksek Lisans programı kapsamında yazmış olduğu tez çalışmasıdır.

¹ Çocuk Gelişim Uzmanı, Mareşal Çakmak İlkokulu Anasınıfı Öğretmeni, e-posta: eliftabak22@gmail.com, ORCID: 0000-0003-0862-5593

² Dr. Öğr. Üyesi, Çankırı Karatekin Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi, e-posta: gyasemintuncay@gmail.com, ORCID: 0000-0003-4872-1096

Giriş

Çocukların gelişimine etki eden birçok faktör bulunmaktadır. Bunlardan birisi de kitle iletişim araçlarıdır. Çocukların üzerinde en çok etkiye sahip olan kitle iletişim aracı televizyondur. Televizyonda yayınlanan programlar çocuğun duygularına, hayallerine ve yaşantısına hitap ederek çocukları etkisi altına almaktadır. Çocuğun izlediği programların çocuğu etkileme durumu çocuğun yaşına, gelişim özelliğine, ailesel yapısına, izlediği programın içeriğine göre farklılık göstermektedir (Büyükbaykal, 2012; Dinç, 2010; Karaca, 2019). Televizyon çocukların gelişimlerine etki ettiği kadar, değerlerin ve kültürel özelliklerinde aktarılmasını sağlayan bir araçtır. Televizyon, kültürel değerleri ve bireyin üstlendiği rolleri işitsel ve görsel öğeler ile destekleyerek bireylerin öğrenmesini kolaylaştırmaktadır (Sadioğlu, Turan, Dikmen, Yılmaz ve Özkan, 2018). Çocuklar toplumlar için önemli olan değerleri farklı yollarla öğrenebilir. Gelişen teknoloji ile basılı, yazılı ve dijital ortamda birçok program geliştirilmektedir. Bu programlar çocukları olumlu veya olumsuz olarak etkileyebilir. Bu programların uzmanlar tarafından incelendiğinde çocukların değer öğretimine ve gelişimlerine olumlu katkı sağlayacaktır.

Türk Dil Kurumu sözlüğünde değer kavramı şöyle tanımlanmaktadır: “Bir ulusun sahip olduğu sosyal, kültürel, ekonomik ve bilimsel değerlerini kapsayan maddi ve manevi öğelerin bütünü” (TDK, 2020). Evrensel değerler, dünya üzerinde bireylerin birbirlerini anlamasına ve ortak bir noktada buluşmasını sağlarlar. Yerel değerler ise bir topluluk içerisinde bireylerin kendisi olabilmeyi, öz benliğini ve kendisini koruyabilmesini ayrıca toplumda refah ve huzur için de yaşamasını sağlayan değerlerdir (İnan, 2016). Değerler, toplumun kültürel kimliğinin oluşmasını sağlayan yapı taşlarıdır (ŞahinS., 2019). Temelini ailenin attığı değerler eğitimi okul ve sosyal çevrede devam eder. Değerler eğitimi çocuklara oyun yoluyla ya da kitle iletişim araçları ile de verilebilir (Bozkurt, 2017). Çocuklarda değerler eğitiminin amacı; insanların evrensel, ahlaki, toplumsal ve kültürel değerlerin önemi üzerinde durup kültürüne sahip çıkan sorumluluk sahibi, hoşgörülü, demokratik, bilinçli bireylerden oluşan bir toplum oluşturmaktır. Ayrıca amaç bireylerin değerlerini özümsemesini, benimsemesini ve sahip çıkmasını sağlamaktır. Böylece yaşadığımız dünyayı daha yaşanabilir ve güvenilir bir hale gelmesine katkı sağlar (Altan, 2011; Şahin N., 2019).

Değer aktarımı konusunda toplumlar yenilikçi tutumlar sergilemekte ve bu konuda eğitimler düzenlemektedirler. Çocukların en çok ilgisini çeken çizgi filmler değer aktarımında olumlu ve olumsuz bir etkiye sahip olmaktadır. Bu amaçtan hareketle değer kazanımındaki rolünü belirlemek amacıyla TRT Çocuk kanalında yayımlanan Doru çizgi filmi analiz edilmiştir. Doru çizgi filminin araştırma konusu olarak alınmasında; Sadioğlu ve vd. (2018) yaptıkları çalışmada çocuklar tarafından en çok izlenen ikinci çizgi film olması ve İnan’ın 2016 yılında yaptığı çalışmada Doru çizgi filminin reytinglerde ilk 100’ün içinde olması etkili olmuştur. Bu nedenle Doru çizgi filmi değerler eğitimi açısından derinlemesine analiz edilmiştir.

Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı’nın 18 Temmuz 2017 tarihinde “Müfredatta Yenileme ve Değişiklik Çalışmalarımız Üzerine” başlığıyla yayınladığı bu bildirisinde Değerler Eğitimi’ne ilişkin “on kök değer” den bahsedilmiştir. Bu değerler: “adalet, dostluk, dürüstlük, öz denetim, sabır, saygı, sevgi, sorumluluk, vatanseverlik, yardımseverlik” olarak sunulmuştur. Bu araştırma da MEB tarafından belirlenen on kök değerlerin Doru çizgi filminde nasıl ele alındığını belirlemeye çalışılmıştır.

Yöntem

Araştırmanın Modeli

Bu çalışmanın temel amacı MEB tarafından belirlenen on kök değerlerin Doru çizgi filminde de nasıl ele alındığını belirlemektir. Değerlerin Doru çizgi filminde nasıl işlendiğini belirlemeye yönelik yapılan bu çalışma nitel araştırma özelliği taşımaktadır. Araştırmanın verileri, çizgi filmin bölümlerinden

oluşmaktadır. Her bir bölümün videosu belge niteliği taşıdığı için araştırmanın tekniği “Doküman İncelemesi” olarak belirlenmiştir. Doküman incelemesi; araştırılması amaçlanan olgu ve olayların yer aldığı basılı, yazılı ve elektronik materyallerin analizini kapsayan bir veri toplama yöntemidir (Kıral, 2020).

Veri Toplama Araçları

Doru çizgi filminde yer alan verilerin toplanması için hazırlanan sorular çocuk gelişimi, okul öncesi alanında uzman olan, çalışma alanları çocuk gelişimi ve medya olan uzmanların görüşlerine sunulmuştur. Uzman görüşlerine uygun olarak düzenlenen form verilerin toplanması için kullanılmıştır.

Verilerin Toplanması

Doru çizgi filmi bu araştırmanın temel veri kaynağıdır ve verilerin toplanmasında nitel veri toplama tekniklerinden doküman incelenmesi kullanılmıştır. Çalışmada doküman inceleme sürecinde TRT Çocuk kanalında yayınlanan Doru çizgi filminin 45 bölümünün videoları ele alınmıştır. Bu bölümler MEB’in belirlemiş olduğu on kök değer çerçevesinde incelenmiştir. 2012 yılında yayınlanmaya başlanan ve hala tekrar bölümleri TRT Çocuk kanalında yayınlanan Doru çizgi filminin bütün bölümleri araştırmaya dâhil edilmiştir. Araştırma için 1 Mart 2021 tarihinde Çankırı Karatekin Üniversitesi Etik Kurul’undan izin alınmıştır.

Verilerin Analizi

Bu çalışmanın verileri betimsel araştırma yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Betimsel araştırma; “Araştırma için bir çerçeve oluşturma, tematik çerçeveye göre verilerin işlenmesi, bulguların tanımlanması ve bulguların yorumlanması” olmak üzere dört aşamadan oluşur (Çimen, 2019).

Betimsel araştırma için çerçeve oluşturma

Araştırmanın en önemli basamağı yapılacak olan analiz ile ilgili bir çerçeve oluşturmaktır. Bu araştırmanın çerçevesini kök değerler olarak belirlenen; Adalet, Dostluk, Dürüstlük, Sabır, Saygı, Sevgi, Sorumluluk, Öz Denetim, Vatanseverlik ve Yardımseverlik oluşturmaktadır. Doru çizgi filminin 45 bölümü çerçeveye yerleştirilen bu değerler etrafında incelenmiştir. İnceleme sırasında bu değerlere ilişkin olumsuz örneklerinin olup olmadığına da bakılmıştır.

Tematik çerçeveye göre verilerin işlenmesi

İzlenen bölümlerdeki değerlerin görülebilmesi ve doğru bir yorumlama yapılabilmesi için word üzerinde 5 ana başlık belirlenmiştir. Bu başlıklar “kişi, zaman, söz, değer ve fiil” dir. Değer sütununda izlenen bölümlerde geçen değerler belirtilmiştir. Zaman sütunu incelenen belgenin görsel yayın olması nedeniyle gerekli görülmüştür. Zaman sütununda değer verildiği cümlenin veya davranışın hangi dakikada başladığı belirtilmiştir. Söz sütununda ilgili kök değere ulaşılmasını sağlayan açıklamalara, cümlelere, diyaloglara yer verilmiştir. Fiil sütununda ise ilgili kök değer için belirlenmiş olan jest ve mimikler, davranışlar yer almaktadır. Kişi bölümünde ise o değere ilişkin olan açıklamanın, cümlenin, jest, ses tonu ve mimiğin kimin tarafından ortaya konulduğu hakkında bize bilgi vermektedir. Bu bilgilerin her biri birbiriyle ilişkilidir ve bir sonraki adım olan bulgular bölümünde bize çıkarım yapmakta yardımcı olacaktır. Veri toplama sürecinde her biri 13-14dk. arası süren bölümler izlenmiş ve tablo şablonuna her bölüm için bulunan veriler yazılarak çözümlene yapılmıştır.

Bulguların tanımlanması

Bulguları yorumlayabilmek için çözümlene yapılan 45 bölümde yer alan değerlerin sıklığına bakılmış ve bir tablo oluşturulmuştur. Bu değerler yüzdelik ve frekans değerleri alınmıştır.

Bulguların yorumlanması

Bu bölümde ele alınan bulgular geniş ifadelerle ifade edilmiştir. Ele alınan değerler anlamlandırılmış ve diğer değerler ile bağlantısının olup olmadığına bakılmıştır. Ayrıca o değer büyük resimde ne ifade ettiğine bakılmıştır. Tanımlanan ve şablona aktararak çözümlenen bölümler sistematik bir şekilde incelenerek değerlendirme ve yorumlama yapılmıştır.

Geçerlik ve Güvenirlik

Araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliğini sağlamak amacıyla ilk öncelikle bulgulara ulaşma süreci bütün ayrıntıları ile raporlaştırılmıştır. Raporlaştırma sürecinde kişi, zaman, söz, fiil ve değer başlıkları altında veriler tablolandırılmıştır. Zaman belirteci verildiği için istenildiğinde o bölümdeki zaman aralığına bakılarak ulaşmak istenilen bilgilere ulaşılabilecektir.

Uzman görüşlerine göre yapılan kapsam geçerlilik oranlarında ilk olarak elde edilen kapsam geçerlilik oranı 0,99 altında olduğu için uzman görüşüne yönelik sorulan sorularda ifadelerde değişikliğe gidilmiş ve ifadelerdeki değişikliklerden sonra elde edilen sonuçlar 0,99 üzerinde olduğu için formdan madde çıkarılmamıştır.

Araştırmanın güvenilirliği için bu konuda bilgi sahibi olan bir uzman da Doru çizgi filminin bölümlerini incelemiş ve raporlaştırma sürecinde kişi, zaman, söz, fiil ve değer sütunlarından oluşan tabloya gerekli verileri işlemiştir. İki gözlemci arasında uyum istatistikleri incelendiğinde anlamlı ve yüksek derecede uyumun olduğu görülmüştür ($p < 0,05$; ICC=0,734; Kappa=0,733).

Tablo 1. Güvenirlik İstatistikleri

Kappa	ICC	95% Confidence Interval for ICC		P
0,789	0,803	0,641	0,821	0,0001

Bulgular

Doru çizgi filminin başlangıcında, tanıtım şarkısı yer almaktadır. Şarkının sözleri şu şekildedir:

Koş hadi koş hadi koş

Koş özgürce ormanda

Yelen uçuşsun rüzgârda

Koş hadi koş hadi koş

Doru gidiyor dörtnala

Koş koş Doru hadi koş

Karatay hemen yanında

Hadi koş hadi koş hadi koş

Peşinden ayrılma sürünün

Koş Doru koş Doru koş

Her gün yeni bir macera (TRT Çocuk, 2021).

Şarkı sözlerinde “Karatay hemen yanında” derken dostluk ve sevgi değerine ulaşılabilir. Peşinden ayrılma sürünün” ifadesinde ise birlik ve beraberliğin ifade edildiğini söyleyebiliriz. Bu ifadelerden yola çıkarak Doru çizgi filminin şarkı sözlerinde de değerlere vurgu yapıldığı söylenilebilir.

Tablo 2. Doru çizgi filminde yer alan değerler ve sayısı

DEĞERLER	n	%
Sevgi	138	17,06
Özdenetim	128	16
Yardımselik	119	14,7
Sorumluluk	99	12,3
Dostluk	98	12,2
Saygı	71	8,84
Olumsuz saygı (hayvan için)	33	4,1
Dürüstlük	23	2,7
Doğaya sevgi	22	2,7
Sabır	22	2,7
Hayvana sevgi	20	2,5
Olumsuz sevgi (hayvan için)	11	1,4
Olumsuz saygı (insan için)	7	0,87
Adalet	5	0,62
Olumsuz saygı (doğa için)	3	0,2
Olumsuz yardımselik	3	0,2
Olumsuz adalet	3	0,2
TOPLAM	804	100

Doru çizgi filminde yer alan değerler alt kategorilere ayrılarak değerlendirilmiştir. Doru çizgi filminde değer ve alt değerler incelendiğinde 19 değer içerisinde en çok kullanılan değer %17,06 oranında sevgi değeri olduğu, bu değeri %16 oranında ise öz denetim değerinin izlediği görülmüştür. Gözlemlenen değerler içinde en az kullanılan değer %0,62 oranı ile adalet değeri olduğu görülmüştür. Doru çizgi filminin izlenen 45 bölümünde 804 değere rastlanmıştır, bunlardan sadece 60 tanesinde olumsuz ifadelerle değerler verilmeye çalışılmıştır.

Tablo 3. Doru çizgi filminde davranışlar ile ifade edilen değerler dağılımı tablosu

DEĞERLER	n	%
Sevgi	35	36,84
Yardımseverlik	15	15,79
Olumsuz Saygı (hayvan için)	9	9,47
Saygı	8	8,42
Sorumluluk	7	7,37
Dostluk	6	6,32
Öz Denetim	3	3,16
Sabır	3	3,16
Olumsuz Sevgi (hayvan için)	2	2,11
Adalet	2	2,11
Hayvana Sevgi	2	2,11
Olumsuz Saygı (insan için)	1	1,05
Olumsuz Saygı (doğa için)	1	1,05
Dürüstlük	1	1,05
TOPLAM	95	100,00

Doru çizgi filminde davranışsal olarak ekrana yansıyan değerlerin dağılımına baktığımızda en çok davranışsal olarak ifade edilen değerlerin %36,84 oranında sevgi değeri olduğu görülmüştür. Davranışsal olarak en az ifade edilen değerlerin ise %1,05 ile dürüstlük değeri olduğu görülmüştür.

Tablo 4. Tanışma bölümünde yer alan değerlerin dağılımı tablo

DEĞERLER	n	%
Sevgi	5	21,73
Öz Denetim	5	21,73
Yardımseverlik	4	17,39
Saygı	2	8,69
Sorumluluk	2	8,69
Dostluk	2	8,69
Hayvana Sevgi	1	4,34
Olumsuz saygı (insana karşı)	1	4,34
Sabır	1	4,34
TOPLAM	23	100,00

Doru çizgi filminin "Tanışma" bölümünde gözlenen değerlerin dağılımı incelendiğinde en çok kullanılan değerlerin %21,73 oranında öz denetim ve aynı oranında sevgi değerinin olduğu görülmüştür. En az gözlenen değer %4,34 oranı ile sabır değeri olmuştur. Doru çizgi filminin bu bölümünde sadece bir ifadesinde olumsuz ifadeye yer verilmiştir.

Tanışma bölümünde; sirkten kaçan hayvanların Doru ile tanışmasını ve dost olmasını, bu sırada Doru'nun annesi Doru Kırsak'ın çiftlik sahipleri tarafından yıldıya bırakılması anlatılmaktadır. Bu bölümde gözlemlenen değerlerin sözel ve davranışsal ifadelerine:

6.35 dk. Pars'ın sirk sahiplerinden kaçarken yorulmasından dolayı "Şurada bir çiftlik var oraya saklanabiliriz" ifadesi öz denetim değerini,

9.54 dk. Sirk sahibi olan Patron'un çiftçiye "Rahatsız ettiğim için özür dilerim" ifadesi saygı değerine,

10.45 dk. Çiçi'nin sığındıkları ahırdan çıkmak için Doru'ya "Hey dostum buradan çıkmamız gerekiyor. Bize yardım eder misin?" ifadesi yardımseverlik değerine,

11. 12.28 dk. Doru'nun sirkten kaçan hayvanlar ile birlikte ormana ilerlerken "Beni izleyin bu taraftan" ifadesi öz denetim değerine örnek olarak verilebilir.

Tablo 5. Zafer bölümünde yer alan değerlerin dağılımı tablosu

DEĞERLER	n	%
Dostluk	8	40,0
Yardımseverlik	4	20,0
Sorumluluk	2	10,0
Olumsuz saygı(hayvana)	2	10,0
Sevgi	1	5,0
Özdenetim	1	5,0
Saygı	1	5,0
Olumsuz Yardımseverlik	1	5,0
TOPLAM	20	100,00

Doru çizgi filminin "Zafer" bölümünde gözlenen değerlerin dağılımı incelendiğinde en çok kullanılan değer %40 oranıyla dostluk değeri olduğu ve dostluk değerini %20 oranıyla yardımseverlik değerinin izlediği tespit edilmiştir.

Bu bölümde Kiki, Çiçi, Dobi; Parsı aramaya başlamışlar ve onu bulmuşlardır. Doru Kırak ve Çalkır da yıldıya bırakılan ama tekrar yakalanan atları kurtarmaya çalışmaktadır. Bu sırada Doru da Badi ve Patron tarafından yakalanmıştır. Hepsinin farklı mücadeleler yaşadığı bu bölümde gözlemlenen değerlerin sözel ve davranışsal ifadelerine:

48 sn. Kurt kötü bir şekilde kahkaha atarak "Önce sizi teker teker yakalayacağım. Sonra Doru denilen o at bizi Kırak'a götürecektir. Kırak'ı yendiğimde ise ormanın hâkimi olacağım ve sizde bana hizmet edeceksiniz" ifadesi olumsuz saygı değerine,

2.02 dk. Çiçi'nin "Parsı bulmalıyız. Başı dertte olabilir" ifadesi dostluk değerine,

9.29 dk. Kiki'nin Pars'ın ipini çözmeye çalışması davranışı yardımseverlik değerine,

9.38 dk. Pars'ın "İyi ki geldiniz dostlarım. Beni yalnız bırakmayacağınızı biliyordum" ifadesi dostluk ve sevgi değerine,

11.52 dk. Yıldıya bırakılan atların yakalandığını gören Çalkır'ın "Atları oradan kurtarmalıyız" ifadesi yardımseverlik değerine örnek olarak verilebilir.

Tablo 6. Yeni Arkadaşlık bölümünde yer alan değerlerin dağılımı tablosu

DEĞERLER	n	%
Sorumluluk	4	22,2
Öz Denetim	3	16,7
Sevgi	3	16,7
Saygı	2	11,1
Dostluk	2	11,1
Yardımselik	2	11,1
Doğaya Sevgi	1	5,6
Hayvana Sevgi	1	5,6
TOPLAM	18	100,00

Doru'nun Karatay ile tanıştığı "Yeni Arkadaşlık" bölümünde gözlenen değerlerin dağılımı incelendiğinde en çok kullanılan değer %22,2 oranında sorumluluk değeri olduğu, sorumluluk değerini, öz denetim ve sevgi değerinin takip ettiği görülmüştür.

Yeni arkadaşlık bölümünde Doru'nun annesini yakalayan çiftlik sahiplerinin arkasından giderken Karatay ile karşılaşmasını ve dost olmasını anlatmaktadır. Bu bölümde gözlemlenen değerlerin sözel ve davranışsal ifadelerine:

2.04 dk. Doru'nun "Annemi bulmalıyım" ifadesi sorumluluk değerine,

8.51 dk. Doruya etrafı gezdiren Karatay'ın şelaleyi göstererek "İşte bu civarda en sevdiğim yer" diye söylemesi doğaya sevgi değerine,

11.22 dk. Yeltay'ın yavrusuna gidebilmek için şaha kalkarak kurtulmaya çalışması sevgi değerine,

12.24 dk. Karatay sürüsünün de çiftlik sahipleri tarafından yakalandığını gördüğünde üzülmüştür. Karatay'ın bu haini gören Doru, Karatay'a "Üzülme kurtaracağız onları dostum. Hiç merak etme" diye söylemesi dostluk değerine örnek olarak gösterilebilir.

Tablo 7. Ağrı Otu bölümünde yer alan değerlerin dağılımı tablosu

DEĞERLER	n	%
Sevgi	5	23,8
Öz Denetim	4	19,0
Saygı	4	19,0
Dostluk	4	19,0
Sorumluluk	2	9,5
Yardımselik	2	9,5
TOPLAM	21	100,00

Doru çizgi filminin "Ağrı Otu" bölümünde yer alan değerlerin dağılımı incelendiğinde en çok kullanılan değer %23,8 oranında sevgi değeri olduğu görülmüştür. Sorumluluk ve yardımselik değerinin %9,5; dostluk, saygı ve öz denetim değerinin %19 oranında olduğu gözlenmiştir.

Ağrı otu bölümünde; Karatay çok sevdiği böğürtlenlerden fazlaca yiyince hastalanır. Sürünün üyeleri Karatay'ı iyileştirmek için ağrı otu ararlar ancak çiftçiler hepsini toplamıştır. Doru'nun da ağrı otu bulmak için çiftliğe gittiği bu bölümde gözlemlenen değerlerin sözel ve davranışsal ifadelerine:

4.25 dk. Hastalanan Karatay'a annesi Yeltay'ın "Karatay yavrum iyi misin" demesi sevgi değerine,

5.09 dk. Kırat'ın "Mide ağrısını geçirmek için bildiğim bir bitki var. Ağrı otu. Ama çiftçiler ağrı otunu bu mevsimde toplar. Hayvanları hastalanırsa çiftlikten çıkmayıp, kolayca ulaşım yedirebilsinler diye. O yüzden civarda ağrı otu bulmak pek kolay olmayabilir" ifadesi yardımseverlik ve öz denetim değerine,

8.15 dk. Doru'nun "Karatay dayan dostum. Ağrı otunu bulup geleceğim, sık dişini" diye söylemesi yardımseverlik ve dostluk değerine,

10.07 dk. Doru'nun çiftlikteki hayvanlardan arkadaşı için ağrı otu isterken "Merhaba arkadaşım için ağrı otu alabilir miyim?" ifadesi saygı değerine örnek olarak verilebilir.

Tablo 8. Yumurta bölümünde yer alan değerlerin dağılımı tablosu

DEĞERLER	n	%
Yardımseverlik	4	25,0
Öz Denetim	4	25,0
Dostluk	3	18,8
Sevgi	3	18,8
Sorumluluk	1	6,3
Sabır	1	6,3
TOPLAM	16	100,00

Doru çizgi filminin "Yumurta" bölümünde yer alan değerlerin dağılımı incelendiğinde en çok kullanılan değerlerin %25 oranında öz denetim ve yardımseverlik değerleri olduğu görülmektedir. Bu değerleri %18,8 oranlarıyla sevgi ve dostluk değeri takip etmektedir.

Yumurta bölümünde; Doru ve Karatay'ın şelaleye giderken kayalıklarda buldukları yumurtayı kırılmadan yuvalarına götürmeleri sırasında yaşadıklarını, Demirkır ve Kırat'ın da yardımıyla yumurtayı yuvaya ulaştırmalarını anlatmaktadır. Bu bölümde gözlemlenen değerlerin sözel ve davranışsal ifadelerine:

4.18 dk. Doru'nun yerde gördüğü yumurtaya bakarak "Yumurtayı burada tek başına bırakamayız. Ya bir şey olursa" ifadesi sorumluluk ve yardımseverlik değerine,

4.49 dk. Şahin yumurtasını bulsun diye Doru ve Karatay'ın şaha kalkarak onun dikkatini çekmeye çalışması öz denetim değerine,

5.16 dk. Doru'nun "Hayır, hemen vazgeçmeyelim her zaman başka bir yolu vardır" ifadesi sabır ve öz denetim değerine,

11.41 dk. Karatay'ın "Doru'yu ve yumurtayı merak ettim" ifadesi sevgi değerine örnek olarak verilebilir.

Tablo 9. Birlik Olmak bölümünde yer alan değerlerin dağılımı tablosu

DEĞERLER	n	%
Saygı	4	18,2
Dostluk	3	13,6
Yardıms severlik	3	13,6
Öz Denetim	3	13,6
Sorumluluk	2	9,2
Dürüstlük	2	9,2
Sevgi	2	9,2
Olumsuz Sevgi (Hayvan için)	1	4,5
Adalet	1	4,5
Sabır	1	4,5
TOPLAM	22	100,00

Doru çizgi filminin “Birlik Olmak” bölümünde yer alan değerlerin dağılımı incelendiğinde en çok gözlemlenen değer %18,2 oranı ile saygı değeri, saygı değerinden sonra en çok gözlenen değerlerin öz denetim, dostluk ve yardıms severlik değerleri olduğu gözlenmiştir. Ayrıca Birlik Olmak bölümünde, incelenen on kök değerden vatanseverlik hariç hepsine yer verildiği de tespit edilmiştir.

Birlik Olmak bölümünde; Karatay, Alaca, Doru ve Gelincik ormanda oyun oynarken Gelincik’in bir anda yere düşüp polenlerle kaplanması nedeniyle hep birlikte şelaleye gitmişlerdir. Şelalede yıkanırken Bilge’nin yardım isteğine kayıtsız kalamayıp ona yardım etmelerini ve Bilge’yi kartal yuvasından kurtarmalarını anlatmaktadır. Bu bölümde gözlemlenen değerlerin sözel ve davranışsal ifadelerine:

2.02 dk. Gelincik’i şelaleye götürmek isteyen Doru’nun “Karatay buna ben sebep oldum. O yüzden Gelincik’i yalnız bırakamam. Siz bizi burada bekleyin hemen döneriz” ifadesi sorumluluk ve dürüstlük değerine,

6.24 dk. Kartalın yuvasına götürdüğü Bilge’ye Kırat’ın “Endişelenme eski dostum seni oradan kurtaracağız” diye söylemesi yardıms severlik değerine,

8.04 dk. Kırat’ın kaplumbağaya “Eski dostum biraz daha sabret” diye söylemesi sabır değerine,

10.04 dk. Kurtarılan Bilge’nin “Çocuklar benim için yaptığımız bu iyiliği asla unutmayacağım. Beni kurtardığınız için size çok teşekkür ederim” ifadesi saygı ve sevgi değerine örnek olarak gösterilebilir.

Tartışma

Ateş ve vd. (2021) yaptıkları çalışmada belirledikleri 15 değer Pisi çizgi filmde ne sıklıkta ele alındığı ele almışlar ve en çok sevgi değerine yer verildiğini tespit etmişlerdir. Sevim (2013)’in yaptığı araştırmasında da üç yerli üç yabancı çizgi film değerler açısından karşılaştırmış ve en çok sevgi değerine yer verildiği tespit edilmiştir. Kaymak ve Öğretir Özçelik (2020)’in yaptığı araştırmalarında Vikingler çizgi filmde de ne çok yer verilen değer sevgi değeri olduğunu bulmuşlardır. Buna göre konuyla ilgili yapılan araştırmalarda filmlerde çoğunlukla sevgi değerine yer verildiği görülmüştür. Bu araştırmada aynı sonuç elde edilmiştir.

Çizgi filmler çocukların en çok tercih ettikleri program olması ve çizgi film kahramanlarının rol model olması nedeniyle kahramanların taşıdığı özelliklerde önem arz etmektedir. Türkmen'in 2012 yılında yaptığı "Çizgi Filmlerin Kültür Aktarımındaki Rolü ve Pepee" çalışmasında; çizgi filmler ile evrensel değerleri yeni nesillere aktarıldığı ve kültür aktarımında çizgi filmlerin önemli olduğunu, ayrıca kültürel değerlerin aktarımında çocukların Pepee'yi rol model alabileceğini ifade etmiştir. Doru çizgi filminde değerler; kahramanların ifadeleri ve davranışları ile olaylara karşı yaklaşımları ile çocuklara sunulmuştur.

Çizgi filmlerde yer alan değerlerin incelenmesi ile yapılan çalışmalar incelendiğinde Sevim 2013 yılında yaptığı çalışmada 12 yerli, 43 yabancı çizgi film incelemiştir. Araştırma sonucunda incelenen çizgi filmlerde "sevgi, saygı, hoşgörü, iş birliği, adil olma, çalışkanlık, sorumluluk, temizlik, dürüstlük, yardımseverlik, aile birliğine önem verme, paylaşma" değerlerine yer verildiği görülmüştür. Turp Özdemir'in 2020 yılında yaptığı çalışmada Rafadan Tayfa, ANKA, Nasreddin Hoca Zaman Yolcusu, Alpman, Hızlı Ayaklar, İstanbul Muhafızları çizgi filmlerini hem değerler eğitimi açısından hem de Türkçe öğretimine olan katkısı bakımından incelemiştir. Araştırma sonucunda sorumluluk, öz denetim, sevgi, dostluk, yardımseverlik değerlerinin incelenen çizgi filmlerde yaygın olarak yer verildiği görülmüştür. Yapılan bu araştırmalarda Doru çizgi filmine yer verilmemiştir. Ancak ele alınan değerlerden dostluk, yardımseverlik, sorumluluk, saygı, dürüstlük, adil olma incelenen değerler olarak bu araştırmalarla benzerlik göstermiştir. Bu değerlerin tamamına Doru çizgi filminde de yer verilmiştir.

Doru çizgi filminde kuşaklar arasında uyumlu bir ilişkinin olduğu, büyüklerine saygı duydukları ve tecrübelerin aktarıldığı sahneler yer almaktadır. Bu sahneler yaşlılara duyulan saygı ve toplumsallaşma açısından önem taşımaktadır. Canatan (2008) yaygın olarak kullanılan kitle iletişim araçlarında yaşlılara ve yaşlılığa dair olumlu bilgilere yer verilmesinin toplumsallaşmada ve kültürel değerlerimizin korunmasında yararlı olacağı ifade edilmiştir. Bu açıdan bakıldığında Doru çizgi filminde yaşlılar ile ilgili bölümlerin benzerlik gösterdiği görülmüştür.

Doru çizgi filminin değerler açısından incelenmesi sonucunda en az işlenen değer adalet değeri olduğu görülmektedir. Adalet hem davranışsal hem de sözel olarak işlenmesi en zor olan değerlerden biri olması ayrıca izleyici grubunun çoğunluğunun somut işlemler döneminde (adalet gibi soyut bir kavramı algılayamaması) olması nedeniyle en az işlenen değerlerdendir. Ateş ve vd. (2021) yaptıkları araştırmalarında da en az işlenen değer adalet değeri olduğu sonucuna varmışlardır.

Uzman ellerden çıkmış çizgi filmlerin çocuğun gelişimine katkı sağladığı, çocukların hayal dünyasını zenginleştirdiği ve olaylara karşı farklı bakış açısı kazandırdığı görülmektedir. Çizgi filmlerin yapım ekibinde bir pedagojik danışmanın bulunması sayesinde hedef kitle olarak çocuklara değerlerin aktarılabilmesini ifade edilmektedir (Türkmen, 2012; Yağlı, 2013; İnan, 2016; Karakuş, 2015) Yapılan bu çalışmalara baktığımızda yapım ekibinde bir Pedagojik Danışman olan Doru çizgi filminin çocukların gelişimini iyi yönde destekleyeceğini ve değer aktarımında da etkili olacağını söylenebilir.

Doru çizgi filminde olumlu değerlerin yanı sıra az sayıda da olsa olumsuz ifadeler yer verildiği görülmektedir. Yaşam sadece olumlu duygulardan ibaret değildir. Bu nedenle çocukların hayatında yer alan ve etkilendiği bir merci olan ekranda sadece olumlu ifadeleri ve davranışları görmesi çocuk için olumsuz sonuçlara yol açabilir. Az sayıda da olsa olumsuz ifadeye yer verilmesinin bu sebepten olduğu düşünülebilir. Şahin S.'in 2019 yılında yapmış olduğu tez çalışmasında Arı Maya ve Rafadan Tayfa çizgi filmlerinin Türkçe öğretimi ve değer aktarımı ile ilişkisi incelemiştir. Araştırma sonucunda değerlerin aktarımında izlenen iki çizgi filmde de olumlu örneklerin yanında olumsuz örnek teşkil eden davranışlarında olduğu görülmüştür. Ayrıca Karaca'nın 2019 yılında yapmış olduğu tez çalışmasında da Rafadan Tayfa çizgi filmindeki değerler incelenmiş sonucunda çok sayıda olmasa da olumsuz öğelerin olduğu sahnelerinde varlığından söz edilmiştir. Doru çizgi filminde Patron'un sirkten kaçan hayvanlara kötü davranması gibi az sayıda da olsa olumsuz örnek içeren sahnelerin olması nedeniyle Karaca (2019) ve Şahin S. (2019)'in çalışmalarının sonuçlarıyla örtüşmektedir.

Bunun dışında Doru çizgi filmde tespit edilen değerler arasında vatanseverlik değerine hiç yer verilmediği görülmüştür. Sadioğlu ve vd. (2018) yaptıkları araştırmada izlenen Rafadan Tayfa bölümlerinde vatanseverlik değerine yer verilmediğini ifade etmişlerdir. Sevim (2013)'in yaptığı üç yerli, üç yabancı yapım çizgi filmlerin izlenen bölümlerde vatanseverlik değerine yer verilmediğini saptamıştır. Aynı şekilde Ateş ve vd. (2021) Pisi çizgi filmi için aynı sonucu bulmuştur.

Doru çizgi filmde izleyiciye değerler aktarılırken sadece sözel ifadelerle değil; davranışlarla, jest, ses tonu ve mimikler ile de değerlerin aktarıldığı görülmüştür. Doru çizgi filmde yer verilen genç ve yaşlı karakterler; milli ve manevi değerlere önem veren, sevecen, bilge kişiliğe sahip, birbirleriyle sıkı dostluklar kuran, yardımsever kişiler olarak kurgulanmıştır. Bu da çocukların karakterler özdeşim kurmasını kolaylaştıracaktır.

Sonuçlar ve Öneriler

Yapılan betimsel araştırma sonucunda Doru çizgi filmde doğruluk, dürüstlük, saygı, sevgi, sabır, öz denetim, yardımseverlik, adalet ve sorumluluk değerlerine yer verildiği görülmüş ancak vatanseverlik değerine hiç yer verilmediği tespit edilmiştir. Olumlu ve olumsuz içeriklere sahip değerler bir arada düşünüldüğünde Doru çizgi filmde en çok yer verilen değerlerin sevgi değeri, sevgi değerine en yakın olan iki değer ise öz denetim ve yardımseverlik değeri olduğu görülmüştür. Doru çizgi filmde en az yer verilen değer ise adalet değeri olduğu tespit edilmiştir.

On kök değerden biri olan vatanseverlik değerine Doru çizgi filmde hem görsel hem de sözel ifadelerde rastlanmamıştır. Çizgi filmde 804 ifade de değerlerin ele alındığı gözlenmiştir. Bu değerlerden 60 tanesi olumsuz örnek teşkil eden sözel ve davranışsal ifadelerden oluşmaktadır. Bundan hareketle Doru çizgi filmde değerler aktarılırken çok az olsa da olumsuz ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.

Araştırma sonucunda;

- Çizgi filmlerinde vatanseverlik değerine yer verilmesi,
- Çizgi filmlerinde adalet değerine daha çok yer verilmesi,
- Çocuk kanallarında yayımlanan diğer çizgi filmlerde farklı konular veya kök değerler açısından incelenebilir.

Kaynakça

- Altan, M. Z. (2011). Çoklu Zekâ Kuramı ve Değerler Eğitimi. *Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi*, 1(4): 53-57.
- Ateş, M. A.; Durmuşoğlu Saltalı, N. ve Asit, G. (2021). Pisi Çizgi Filminin İçerdiği Değerler Açısından İncelenmesi. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25: 506-522.
- Bozkurt, E. (2017). *Çocuk Oyunları İle Değerler Eğitimi* Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ankara.
- Büyükbaykal, G. (2012). Televizyonun Çocuklar Üzerindeki Etkileri. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. (28): 31-44.
- Canatan, A. (2008). Toplumsal Değerler ve Yaşlılar. *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi*, 1: 62-71.
- Çimen, M.F. (2019). *Kamu Yayıncısı TRT Çocuk Kanalında Yayımlanan Rafadan Tayfa Çizgi Filminin Değerler Eğitimi Açısından İncelenmesi*, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara.
- Sayar K. ve Dinç, M. (2010). Televizyon ve çizgi filmlerin çocukların değer oluşumuna etkileri. https://www.tavsiyeediyorum.com/makale_5354.html adresinden erişildi, erişim tarihi: 1.9.2023, Ağustos 2010 tarihli yazı, psikiyatri.org.tr web sayfasında yayımlanmıştır.

- İnan, T. (2016). Çocuk Medyasında Evrensel ve Yerel Değerlerin Aktarımı: TRT Çocuk Kanalı Örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 25: 200-212.
- Karaca, S. S. (2019). *Çizgi Filmlerde Değerler Eğitimi, Değerler Eğitimi Açısından Rafadan Tayfa Çizgi Filminin İncelenmesi*. İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) İzmir.
- Karakuş, N. (2015). Okul Öncesi Döneme Hitap Eden Tema İçerikli Çizgi Filmlerin Değerler Eğitime Katkısı Yönünden Değerlendirilmesi (Niloya Örneği). *Değerler Eğitimi Dergisi*, 30 (12): 251-277.
- Kaymak, N., Öğretir Özçelik, A.D. (2020). Evrensel Değerler Üzerine Bir İnceleme: Vikingler Çizgi Filmi Örneği. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*. 41: 26-43.
- Kıral, B. (2020). Nitel Bir Veri Analizi Yöntemi Olarak Doküman Analizi. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (15): 170-189.
- Sevim, Z. (2013). *Çizgi Filmlerin Değerler Eğitimi Bakımından Karşılaştırılması*, Uşak Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Uşak.
- Sadioğlu, Ö., Turan, M., Dikmen, N., Yılmaz, M., Özkan, Y. (2018). Değerlerin Öğretiminde Çizgi Filmler: Rafadan Tayfa Örneği. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 19 (3): 240-251.
- Şahin, N. (2019). TRT'nin Çocuklara Yönelik Çizgi Filmlerinin Türkçe Öğretimi ve Değer Aktarımı Açısından İncelenmesi. *Nosyon: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi*, 2: 1-10.
- Şahin, S. (2019). *Türkçe Dersi Öğretim Programı'nda Yer Alan Kök Değerler Açısından Rafadan Tayfa Çizgi Filminin İncelenmesi*. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Bolu.
- TRT Çocuk. (2021). Doru Çizgi Filmi, <https://www.trtcocuk.net.tr/video/kos-doru-kos> erişim tarihi: Mart 2021
- Turp Özdemir, Z. (2020). *Türkiye'de Çocuk Kanallarında Yayımlanan Çizgi Filmlerin Değerler Eğitimi Açısından İncelenmesi ve Bu Çizgi Filmlerin Türkçe Öğretimine Katkısı*. Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul.
- Türkmen, N. (2013). Çizgi Filmlerin Kültür Aktarımındaki Rolü ve Pepee. *Cumhuriyet Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 36 (2): 139-158.
- Yağlı, A. (2013). Çocuğun Eğitiminde Ve Sosyal Gelişiminde Çizgi Filmlerin Rolü: Caillou Ve Pepee Örneği, *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature And History Of Turkish Or Turkic*, 8 (10): 707-719.



Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi

Abant Journal of Cultural Studies

2023, 8(16): 95-108



Turgut Özal'ın Liderlik Tarzı: Özal'ın 1983 TRT Seçim Konuşmasının Söylem Analizi Yöntemiyle İncelenmesi

Turgut Özal's Leadership Style: Examining Özal's 1983 TRT Election Speech Using
Discourse Analysis Method

Doğukan BEYKOZ ¹ Ahmet Tuncay ERDEM ²

Geliş Tarihi (Received): 14.09.2023

Kabul Tarihi (Accepted): 15.10.2023

Yayın Tarihi (Published): 23.10.2023

Öz: TRT'de yapılan seçim konuşmaları, Türkiye'nin siyasi tarihi ve seçim süreçleri açısından oldukça etkili olmaktadır. Toplumun büyük kesimine daha hızlı, etkin, aynı anda ve daha yaygın bir şekilde hitap etme olanağı sunan TRT seçim konuşmaları, siyasi parti liderleri açısından da oldukça önemsenmiş, seçmen davranışlarını ve dolayısıyla seçim sonuçlarını etkileyeceği göz önünde bulundurulmuştur. Bu çalışmada, Türkiye'nin 80'li yıllarına damgasını vuran öncelikle bir siyasi parti lideri ardından başbakan ve son olarak cumhurbaşkanı olan Turgut Özal'ın 1983 seçimlerinde TRT'de yaptığı seçim konuşmasının söylem analizi yapılmıştır. Seçim konuşmasında kullandığı söylemden yola çıkarak, "Turgut Özal hangi liderlik tarzına sahiptir" sorusuna cevap aranmaktadır. Çalışmada nitel araştırma yöntemi olan söylem analizi yöntemi uygulanmış olup elde edilen veriler Voyantools analiz programıyla analiz edilmiştir. Gerçekleştirilen çözümleme sonucunda çıkan kelimelerin hangi amaçla söylendiği irdelenerek, söyleniş amacı kapsamında çıkarsamalarda bulunulmuştur. Turgut Özal'ın kullandığı söylemler sonucunda vizyoner ve hizmetkâr liderlik tarzlarına sahip olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: TRT Seçim Konuşmaları, Söylem Analizi, Turgut Özal, Liderlik

&

Abstract: Election speeches on TRT are very effective regarding Turkey's political history and election processes. TRT election speeches, which offer the opportunity to address the majority of the society more quickly, effectively, simultaneously, and more widely, were also considered very important for political party leaders, and it was assumed that they would affect voter behavior and therefore election results. In this study, the discourse analysis of the election speech of Turgut Özal, who left his mark in the 80s Turkey, first as a political party leader, then the prime minister, and finally as the president, was made on TRT in the 1983 elections. Based on the discourse he used in his election speech, the answer to the question "Which leadership style does Turgut Özal have?" is sought. In the study, the discourse analysis method, a qualitative research method, was applied and, the obtained data were analyzed with the Voyantools analysis program. As a result of the analysis carried out, it was examined for what purpose the words were said and inferences were made within the scope of the purpose of saying. As a result of the discourses used by Turgut Özal, it has been determined that he has visionary and servant leadership styles.

Keywords: TRT Election Speeches, Discourse Analysis, Turgut Özal, Leadership

Atıf/Cite as Beykoz, D., Erdem, A. T. (2023). Turgut Özal'ın Liderlik Tarzı: Özal'ın 1983 TRT Seçim Konuşmasının Söylem Analizi Yöntemiyle İncelenmesi, Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 8 (16): 95-108.

İntihal-Plagiarizm/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, e-posta: beykozdogukan@hotmail.com, ORCID: 0009-0007-9330-3455

² Doç. Dr., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi, e-posta: ahmeterdem@ibu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4573-8415

Giriş

Başbakanlık müsteşarlığında başlayan kariyerine devletin en üst zirvesine tırmanarak neticelendiren Turgut Özal, Türk siyaset tarihinin en önemli liderleri arasında gösterilmektedir. Öyle ki Türkiye'nin yaşadığı 80'li yıllar, 'Özal'lı yıllar' olarak ifade edilmektedir. Özellikle başbakanlık müsteşarıyken Ortodoks bir program olarak ifade edilen yeni bir ekonomik istikrar programındaki etkinliği ile 1983 seçimleri sonucunda başbakan olması 80'li yıllar ile özdeşleşmesini sağlamaktadır. Alışılmış liderlik tarzının dışına çıkarak iç ve dış siyasette etkin rol üstlenmesi günümüze kadar birçok tartışmaya konu olmaktadır.

Politik liderler topluma iç içe gerçekleştirdikleri söylemlerinde birçok noktaya temas etmektedirler. Örneğin lider, kendi politikalarını ifade ederken aynı zamanda karşı karşıya kalınan süreçle ilgili değerlendirmeler de yapar ve rakip görüşteki isimleri ve onların politikalarına da söylemlerinde yer verir (Güngör, 2021: 109). Söylem birçok yönden belirleyici ve etkin faktördür. Dolayısıyla Turgut Özal'ın liderliği ile ilgili değerlendirmeler yapılmıştır. İzmirli vd. (2015) yaptıkları çalışmada Turgut Özal'ı, ülkenin karşı karşıya kaldığı problemleri çözümlenebilen ve içerisinde bulunan atmosferi doğru analiz etme yeteneğine sahip olan transformasyonel yol gösterici diye nitelmişlerdir. Bir diğer çalışmaya bakıldığında ise Turgut Özal'ın pragmatist bir siyasal lider olduğu ifade edilmektedir (Gaytancıoğlu, 2016: 145). Söz konusu çalışmalarda Turgut Özal'ın miting konuşmaları, politik kararları ve gerçekleştirdiği uygulamalar gibi unsurlar ele alınmıştır.

Araştırmanın kapsamında Turgut Özal'ın seçim konuşması analiz edilmiştir. Araştırmanın amacı; Turgut Özal'ın 1983 seçimleri öncesi Anavatan Partisi (ANAP) ile ilk kez seçime girdiği ve TRT'de gerçekleştirdiği halka sesleniş konuşmasında kullandığı ifadeler incelenerek, analiz edilen verilerle hangi liderlik tarzına sahip olduğunun belirlenmesidir. Bu doğrultuda araştırma sorusu, "Turgut Özal hangi liderlik tarzına sahiptir?" şeklinde belirlenen çalışmada söylem analizi yöntemi uygulanmıştır.

Liderlik Kavramı

Literatür tarandığında liderliğin iki formda ifade edildiği görülmektedir. Bu formlar özellik ve süreç olarak ifade edilir. Yol göstericiliğe süreç bağlamında bakıldığında; topluluk içerisindeki bireylerin çalışmalarını topluluk hedefleri, gayeleri doğrultusunda sürdürmelerini sağlayan olarak tanımlandığı görülürken özellik bağlamında bakıldığında; topluluktaki insanları etkinlikle kendisine hayran bırakacak, ilgi çekecek ve takip edilecek kişiliğe sahip olarak ifade edildiği görülmektedir (Özkalp, 2003: 148). Liderlik günümüzde olduğu gibi geçmiş dönemlerde de oldukça önem arz etmektedir. Liderlik, bir amaç etrafında toplanan grup üyelerini koordine eden ve çabalarını yöneten düzeltici davranışlar bütünüdür. Hiç kuşkusuz lider olarak tanımlanan insan, örgütteki diğer insanları belirlenen amaçlar doğrultusunda çalışmaya yöreklendiren, yol gösteren ve gönüllü çalışmalarını sağlama özelliklerine haizdir (Tunçer, 2011: 59). Liderlik kavramının ortaya çıkışı ise insanoğlunun tarihi kadar geçmişe dayanmaktadır. Zira insan, ilk çağlarda yaşamını devam ettirmek amacıyla gruplar halinde, sosyal varlıklar olarak yaşamayı seçmiş ve bu doğrultuda amaçlarını gerçekleştirmek için söz konusu gruplara yön verebilecek kişi, liderleri seçmişlerdir. İnsanlığın var oluşundan bu yana ilk topluluk liderinden, tarihsel süreç içerisinde kendisine liderlik rolü biçilen tüm yöneticilere kadar süregelen liderler birbirlerinden ayrı formlarda da olsa insanlara yol gösterici bir rol üstlenmişlerdir (Çalışal ve Yücel, 2019: 169). Günümüzde de geçmişten gelen önemine hız kesmeden devam etmektedir. Zira küreselleşmenin getirileri lider ve liderlik özelliklerine haiz kişilere duyulan ihtiyacı arttırmaktadır. İletişim teknolojilerinin getirdiği hız ve değişim hayatı bir bütün olarak etkisi altına almaktadır. Liderlerin ortaya koyacakları liderlik özellikleri de toplumların kaderini etkileme kabiliyetine sahiptir. Dolayısıyla çağın gerekliliklerini iyi analiz edebilen ve buna uygun aksiyonları hayata geçirebilen kişi topluma yol gösterici olabilir (Genç, 2005: 147).

Liderlikle ilgili literatürde araştırmacıların birçok tanımlaması bulunmaktadır. Bu durum ise liderlik tanımlaması konusunda henüz fikir birliği oluşturulamadığını göstermektedir. Araştırmacıların liderlik tanımlamalarından bazıları ise şöyledir;

- Örgüt amaçlarını ve yol haritasını belirleme, örgütteki insanlara yol göstericilik yapma, onları yöreklendirme ve örgüte bağlılık noktasında teşvik edici olma özelliklerinin bulunmasıdır.
- Gönüllülük esasına bağlı ve herhangi bir zorlamaya mahal vermeden, kişisel özellikleri ve davranışlarıyla diğer insanlara tesir etmesidir.
- İçerisinde bulunduğu faaliyet sahasına kendisini vakfetmektir. Diğer insanlara olumlu duygular yansıtabilmek ve onları motive edebilmektir. Aynı zamanda grift sorunları bile anlaşılır hale getirebilme yetilerine haiz olmaktır (Kaya, 2002: 17).

Topluma yol gösteren kişi, toplumun tembelleşmemesi, hareketliliğini yitirmemesi adına elde edilen kazanımları; kısa ömürlü, riskli diye tanımlamak ve de bu durumu topluma lanse etmek, kabul ettirmekle görevlidir. Toplumda iş görenlerin, iş yapma becerilerini ve kabiliyetlerini teşvik ederek, tesis etmek ve iş görenlerin söz konusu kabiliyetlerini sürdürülebilir biçimde çağın gerekliliklerine göre revize ederek günümüz kapitalist, yarışmacı ortamda öne geçmek için uygulamalıdır (Kaya, 2002: 17-18). Liderlik kavramı ile yöneticilik kavramını ayırt etmek önemlidir. Yönetici; grift koşullarda toplumu manzum, insicamlı neticeler ortaya koymasıyla, lider; topluma yeni bir bakış açısı sunarak, farklı varyasyonları hayata geçirebilmekle ilintilidir (Koçel, 2003: 586). Ayrıca her yöneticinin topluma yön gösterici olmadığı gibi bazı yöneticilerin lider olabileceği unutulmamalıdır. Söz konusu bir yöneticinin bir lidere evrimi ise alışlagelmişin dışındaki süreçlerde ortaya çıkardığı sorumluluk alma, gözü pek özellikleridir (Genç, 2005: 147). Köklü bir geçmişe sahip olan liderlik kavramı beraberinde farklı liderlik yaklaşımlarını da getirmiş ve dolayısıyla söz konusu yaklaşımlara süreç içerisinde yenileri eklenmiştir. İlgili literatür tarandığında, liderlik kuramlarının; modern, klasik diye ikiye ayrıldığı görülmektedir.

Liderlik Türleri

Literatürde liderlik klasik ve modern liderlik türleri olarak ikiye ayrılmaktadır. Aşağıda klasik liderlik türleri belirtilmektedir;

Özellikler yaklaşımı: Söz konusu yaklaşımda bireyin hayata gelişiyi beraber kendisinde bulunan birtakım niteliklerden dolayı yol göstericiliğe evirildiği belirtilir. Kendisine haiz olan söz konusu niteliklerden ötürü diğer insanlardan farklı kabul edilmektedir (Güney, 2012: 288; Erdem, 2021b; Merdan, 2022). Yaklaşımda liderin doğuştan sahip olduğu özellikler arasında bedensel özelliklerinin yanı sıra mensubiyeti olan millet ve kadın mı erkek mi olduğu gibi özellikler ifade edilmektedir. Yol göstericiliği sığ ve yalın bakış açısıyla irdelemesi ve analizin güçleşmesi nedenleriyle akamete uğramıştır (Yıldız, 2019). Söz konusu yaklaşımın aksine Türkiye'de 80'li yıllara damgasını vuran ve çalışmanın da içeriğini oluşturan Turgut Özal kısa boylu bir liderdir.

Davranışsal yaklaşım: Liderlik davranışının yetersiz kalması üzerine ortaya çıkan davranışsal yaklaşımla beraber liderlerin davranışlarına odaklanılmaya başlanılmıştır. Niteliklerden ziyade ortaya koyduğu işler, ürünlerin diğer insanlardan tarafından takdir edilmesi ve ilgi uyandırmasıyla bağdaşmaktadır (Aksel, 2008: 36). Böylelikle liderliğin yalnızca doğuştan gelen özelliklere dayanmadığı ve sonradan geliştirilebilir olduğu düşüncesi de ortaya çıkmıştır.

Durumsallık yaklaşımı: Söz konusu yaklaşımdaki odak nokta niteliklerden ve faaliyetlerden ziyade bahsedilenlerin ne tür şartlarda tesire sahip olduğuyla ilişkilidir (Köseoğlu, 2019). Kabul gören düşünce ise karşı karşıya kalınan durumun şartlarına uygun bir biçimde ve topluluğun amaçları doğrultusunda yol göstericinin özelliklerinin değişebileceği yönündedir (Chau vd., 2023).

Klasik yaklaşımların ardından ortaya çıkan modern liderlik kuramları ise şöyledir;

Etkileşimci liderlik: Bir örgütteki yol gösterici ile diğer insanların iletişimsel faaliyetlerine odaklanılmaktadır. Yol gösterici; diğer insanları motive ederek, yüreklendirerek çalışma faaliyetlerini tetiklemektedir. Böylelikle lider, daha önceden belirlenmiş olan yol haritasına yönelik faaliyetlerin başarılı bir biçimde sürdürülmesini sağlayarak topluluğun kazanımlar elde etmesini sağlamaktadır (Werhane, 2023).

Dönüşümcü liderlik: Etkileşimci liderliğin karşıtı bir yaklaşım olan dönüşümcü liderlikte yenilik ve gelişim merkezde yer almaktadır. Dönüşümcü liderin odak noktası olarak değişim esas alınmaktadır. Söz konusu yaklaşımda yalnızca kazanımlar elde etmesinden ziyade, karşı karşıya kalınan sorunlara yönelik getirdiği çözüm önerileri, analiz yeteneği ve etkin iletişim nitelikleri de diğer insanlarla etkileşimini arttırarak bir köprü kurulmasını sağlamaktadır (Ulukök ve Merdan, 2022; Ahmed ve Al Amiri, 2022; Bakker vd., 2022; Greimel vd., 2023). İçerisinde bulunan süreç hiç kuşkusuz kapitalist, rekabetçi bir ortamı beraberinde getirmiş ve örgütler, topluluklar arasındaki yarış özellikle teknolojik atılımlar sayesinde giderek hızlanmış. Dolayısıyla yaşanan yeniliklerle ilgili liderin, bahse konu olan liderlik yaklaşımını benimsemesi günümüzde çok daha önemlidir. Zira hızla gelişen teknolojinin yansıması olarak örgütler ve bireylerin beklentileri de değişmekte ve söz konusu beklentilerin karşılanması noktasında da etkin faktörün liderin yaklaşımları, analizleri ve çözüm önerileri olacağı düşünülmektedir (Köseoğlu, 2019).

Hizmetkâr liderlik: Literatürde yaklaşıma ilk değinen ise Greenleaf olmuştur. Hizmetkâr liderlikle ilgili Greenleaf bir çalışmada, yol göstericiyi; "Hizmetkârdır" diye tanımlamıştır (Çalışal ve Yücel, 2019: 169). Yaklaşımdaki temel prensip, yol göstericinin içerisinde bulunduğu toplumun, örgütün geniş kesimlerine karşı iş görme, faaliyet gerçekleştirme ve dahası hizmet etmesiyle doğru orantılıdır. Lider tarafından gerçekleştirilen eylemler neticesinde diğer bireylerin de birtakım özelliklere haiz olacakları (kazanımlarının gelişeceği, iş birliklerinin artacağı vb.) ve böylelikle onların da hizmetkâr lidere dönüşeceği beklenmektedir (Balay vd., 2014: 230; Erdem, 2021). Literatürde kendine özgü, müstesna bir yaklaşım olarak ifade edilen söz konusu liderlik tarzında, ahlak ve insani yaklaşımların zirveye çıktığı ifade edilmektedir. Hiç kuşkusuz yol gösterici olarak seçilen birey, diğer insanlardan farklı bir takım niteliklere sahip ise ifade edilen yaklaşımın da yalnızca seçkin yol göstericilere haiz niteliklerle ortaya çıktığı belirtilmektedir (Fındıkçı, 2009). Bahsedilen yaklaşımda temel esas toplumun diğer insanları hiçbir fark ve ayırıştırma yapılmadan tamamına yönelik faaliyetlerin, çalışmaların, ihtiyaçların karşılanmasının esas alınmasıdır (Balay vd., 2014: 232).

Karizmatik liderlik: Bu yaklaşımda yol göstericiler, toplumun geri kalanını fazla çaba göstermeksizin tesir altına alma niteliklerini hayata geçirerek, amaçladıkları yol haritasına kitleleri dâhil edebilirler (Çağlar, 2004: 10). Liderin, bir tılsım sahip olduğu, insanları kolaylıkla etkileyebilme kabiliyetine haiz olduğu ve onları istediği biçimde yönlendirebildiği ifade edilmektedir. Bahse konu olan niteliklere sahip olanlar toplumun karşı karşıya kaldığı sorunlarda en çok özlemi hissedilen kişilerdir (Demircioğlu, 2015: 53) Yaklaşımda ele alınan yol göstericilerin sahip oldukları nitelikler arasında ise kendilerine güven, etkili iletişim yeteneği, gözü peklik yer almaktadır (Bektaş, 2016: 48).

Vizyoner liderlik: Yaklaşımdaki temel beklenti liderin, topluluğun içerisinde bulunduğu sürece dâhil olmasını sağlamak, yeniliklere, farklılaşmaya açık olmasına ön ayak olmak ve topluluktaki insanların yarınuna yönelik öngörülerini hayata geçirerek netlik kazanmasını sağlamaktır (Utomo vd., 2022; Kim vd., 2023; Kusumawati, 2023). Stratejik liderlik ile benzer yanları bulunan vizyoner liderlik, izleyenler ile lider arasındaki ilişki nedeniyle stratejik liderlikten ayrılmaktadır (Çelik, 1997: 475). Vizyoner liderliğin üç önemi rolüne vurgu yaparak şöyle demektedir;

- Geleceği öngörmek: Yaklaşımın ilerleyen süreçteki yansımasıdır. Örgütün amacına yönelik alınması gereken mesafedir.
- Yolda yürümek: Liderin kararlılığını göstermektedir.
- Kitleleri harekete geçirmek: Lider sahip olduğu niteliklerle örgütte yer alan diğer insanları belirlediği doğrultuda beraberinde harekete geçirmesidir.

Etik liderlik: Etik liderlikteki odak nokta ahlaki ve etik değerlerden geçmektedir. Öncelikle yaşamının tüm boyutunda doğru kabul edilen yargılara göre fiillerde bulunarak, örgütteki diğer insanlara rol modellik yapmalıdır (Çelik, 1997: 476). Söz konusu yaklaşımdaki nitelikler oldukça zor haiz olunan bir tarzı ifade etmektedir. Zira bu yaklaşımda yol gösterici, örgütteki insanların tümüne yönelik verdiği sözleri hayata geçirmeyi taahhüt etmesinin yanı sıra özverili olmalı ve örnek yaklaşımlarda bulunmalıdır (Hermond, 2006: 4).

1983 Genel Seçim Döneminde Türkiye

1983 Genel Seçimleri Türkiye'nin demokrasi tarihi bağlamında dikkat çekicidir. Seçim döneminin demokrasi bağlamındaki önemi ise Türkiye'de 12 Eylül 1980 yılında askeri darbe yaşanmasıdır. Dönem koşulları içerisinde derinleşen ekonomik kriz ve siyasi atmosferin giderek sertleşmesi sonucu yaşanan sokak hareketleri, Türkiye'de huzur ortamının giderek bozulmasına ve iç karışıklığın artmasına neden olmuştur. Yaşanan tüm bu süreçlerin sonucunda ise 12 Eylül 1980 günü askeri darbe yaşanmıştır. Darbe süreciyle beraber birçok siyasi partiye ve aynı şekilde birçok siyasi aktöre de siyasi yasak getirilmiştir. Dolayısıyla Türkiye yasakların gölgesinde 1983 seçimlerini gerçekleştirmiştir. Sandığa giden seçmen sayısının %90'ı aştığı atmosferde birçokları tarafından nispeten dezavantajlı olarak ifade edilen Anavatan Partisi, özellikle dönemin idaresini üstlenen askeri yapının baskısına karşın toplumun %45,1'lik desteğiyle ipi göğüslemeyi başarmıştır (Altan, 2005: 177).

ANAP'ın başarısının altındaki önemli faktörlerden biri ise seçim kampanyası kapsamında kullanılan araçlardır. Basılı yayıncılıkta yer alan seçim vaatleri ve gerçekleştirilen görsel kayıtlar söz konusu dönemde bir ilki ifade ediyordu ve parti, Türkiye propaganda tarihinde bir ilki hayata geçirmişti (Özkan, 2007: 66). Parti süreç içerisinde yüz yüze ikna kampanyalarının yanı sıra medyayı bir propaganda aracı olarak kullanmaya başlayarak, rakip partilere nazaran bu alandaki faaliyetlerini en çok yoğunlaştıran parti olmuştur (Çavuşoğlu, 2022: 81). Genel Başkan Turgut Özal, seçim süresince geniş kitlelere daha kolay ve yaygın bir biçimde erişebilmek amacıyla gerçekleştirdiği televizyon konuşmalarında toplumun tamamının rahatlıkla kavrayabileceği söylemlerde bulunarak, samimi üslubuyla seçmenlerin beğenisini ve ilgisini üstüne çekmeyi başarmıştır (Topuz, 1991: 24).

1983 seçimleri için TRT kanalında yapılan seçim konuşması, Turgut Özal'ın geniş kitlelere hitabı açısından oldukça etkili olmuştur. Söz konusu konuşma toplam 1557 kelimededen oluşmaktadır. Turgut Özal, görev yaptığı dönemden bahsetmiş akabinde ise ANAP için oy talebini dile getirmiştir.

Yöntem

Bu çalışmada Turgut Özal'ın 1983 seçimleri için TRT kanalında Türkiye kamuoyuna yaptığı seçim konuşması söylem analizi yöntemiyle incelenmiştir. Söylem analiz türünü diğerlerinden ayıran en önemli husus, söylemin içeriğinde anlatılmak istenin, söylemin arkasındaki anlamın çözümlenmesi gayretidir. Dolayısıyla ifade edilenin çözümlenmesi esnasında her okuyucu veya dinleyici kişisel yargılarda bulunabilir. Söylem analizindeki hedef, söylemi gerçekleştiren kişinin kullandığı kelimeler bütünüyle ne ifade etmek istediğinin, amaçladığının, arzuladığının çözümlenmesidir (Tutar ve Erdem, 2020: 398). Eylem ile söylem arasında doğrusal bir bağ bulunmaktadır. Kişinin ifadeleri ile gerçekleştirdiği faaliyetler birbirini desteklemektedir ve şekillendirmektedir. Dolayısıyla kullanılan sözcükler, kişinin sosyal yaşamının bütününe tesir etme özelliğine de sahiptir (Büyükduman, 2022: 73).

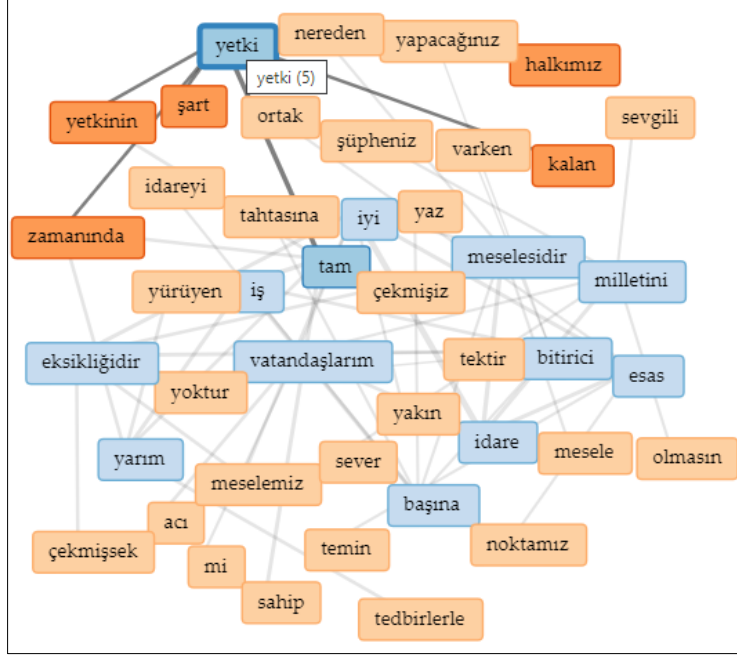
Araştırma kapsamında Turgut Özal'ın seçim konuşması word belgesine aktarılmıştır. Aktarım sonucunda toplamda 1557 kelime veri elde edilmiştir. Elde edilen bu veriler incelenerek tema, kod ve kelime bulutları oluşturulmuş ve araştırmanın bulguları analiz edilmiştir. Konuşma metni ve kelimeleri üzerinden kodlama yöntemiyle oluşturulan temaların şekil biçiminde gösterilmesinde Voyant Tools çevrimiçi programı ile analiz edilmiştir.

Söylem analizi kapsamında nitel verilere kodlama yöntemi yapılmıştır. Takay ve Tüzün (2015: 253) "Kodlama yöntemi" temelde konuşma metninin içinden konuyla ilgili "veri parçaları" (bit of data)

bizdedir. (...)Demokrasiye yeniden geçişimizi, milli refaha geçiş dönemine geçiş dönemi haline getirmemiz gerek. Bu imkân sizin ellerinizdedir. (...)

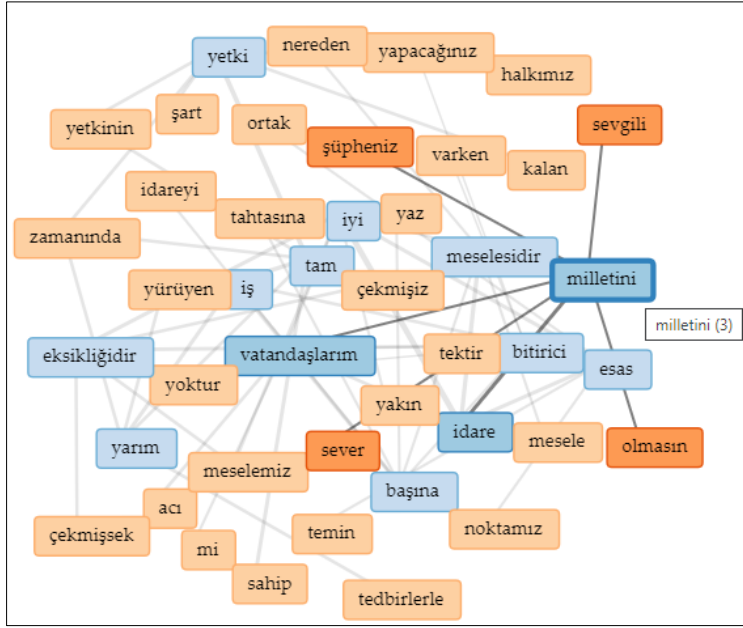
Turgut Özal'ın 1983 seçimleriyle ilgili TRT'de gerçekleştirdiği halka hitap konuşmasında topluma dönük yüreklendirici bir dil kullanmıştır. 12 Eylül sonrası demokrasiye geçişin milli refaha geçiş dönemi haline getirilmesi gerektiği ifade edilmiş ve Türkiye'nin gelecek vizyonu ile ilgili olarak 24 Ocak kararlarını alan ekibin Anavatan Partisi'nde olduğunun altı çizilerek, Avrupa ülkeleriyle kıyaslamalar yapılmış ve Türkiye'de insanların kendilerine güvenmeleri gerektiği ifade edilmiştir.

Kelime bulutu analizi akabinde Özal'ın söylemlerine yönelik ağ haritası analizi uygulanmıştır. Şekil 2'de "yetki" kelimesine yönelik ağ haritası belirtilmektedir.



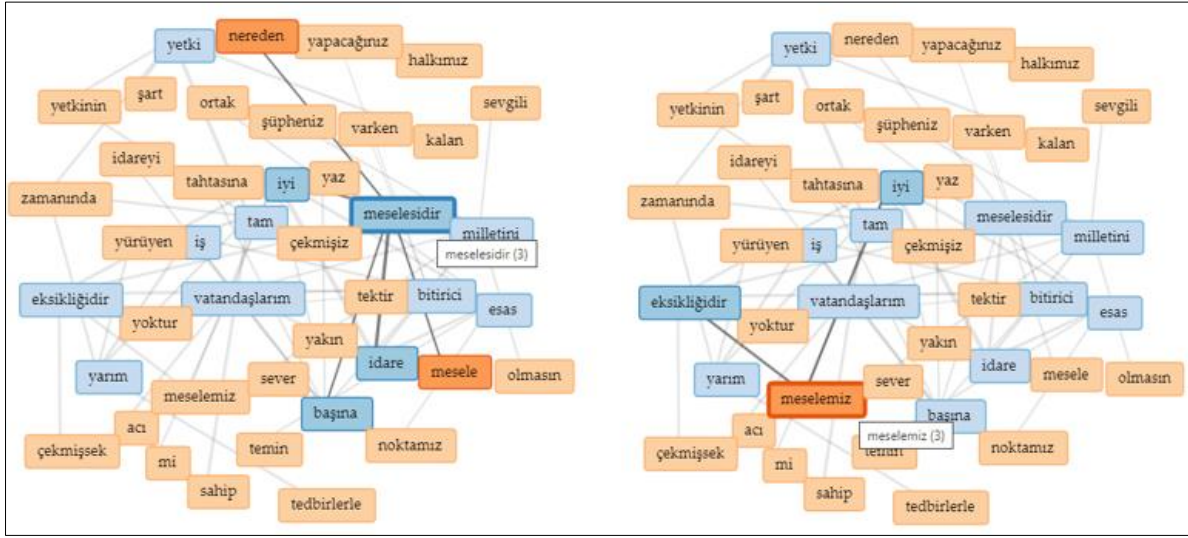
Şekil 2. "Yetki" kelimesine yönelik ağ haritası

Şekil 2'de "yetki" kelimesine yönelik ağ haritasına bakıldığında yetkinin "şart olduğu", "zamanında verilmesi gerektiği", "tam olarak verilmesi gerektiği" gibi sonuçların olduğu belirlenmiştir. Diğer bir ifadeyle Özal, yetkiye tam, zamanında ve şart olduğunu mesajını vermiştir. Şekil 3'te "millet" kelimesine yönelik ağ haritasına yer verilmektedir.



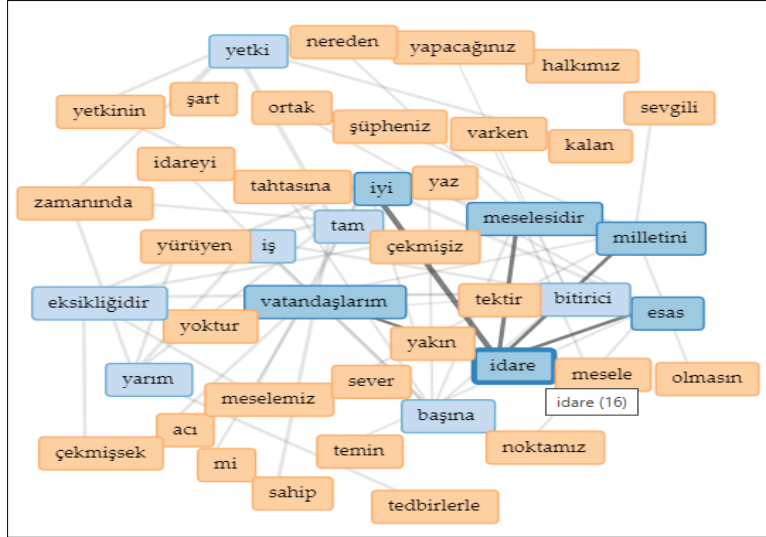
Şekil 3. "Millet" kelimesine yönelik ağ haritası

Şekil 3'te "millet" kelimesine yönelik ağ haritasına bakıldığında milletin "idare", "sevgi", "vatandaşlarım" kelimeleri ile özdeşleştiği görülmektedir. Bu doğrultuda Özal'ın milletine sevgi atfettiği, vatandaşlarım şeklinde ifade ederek onlara sevgiyle hitap ettiği belirlenmiştir. Şekil 4'te "mesele" kelimesine yönelik ağ haritasına yer verilmektedir.



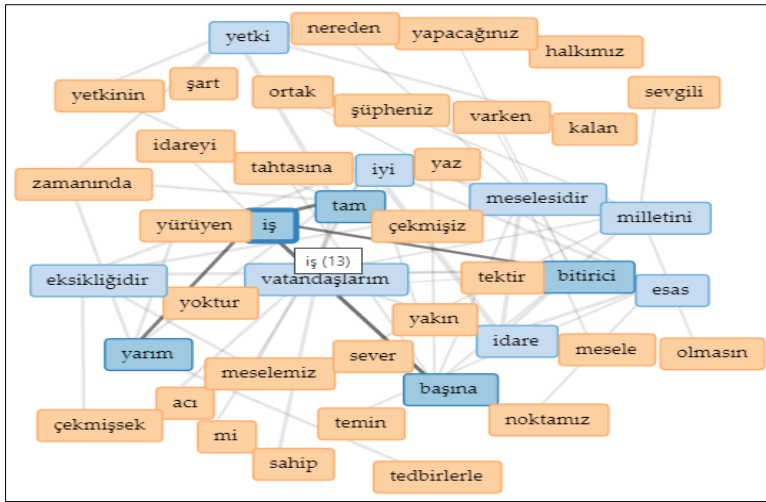
Şekil 4. "Mesele" kelimesine yönelik ağ haritası

Şekil 4'te "mesele" kelimesi ağ haritasında meselenin "idare", "idare eksikliği", "iyi ve tam idare" kelimeleriyle ilişkilendirmiş olup Özal'ın belirlediği esas meselenin idarenin yeterince yapılamamasından olduğu şeklinde yorum yapılabilir. Şekil 5'te "idare" kelimesine yönelik ağ haritasına yer verilmektedir.



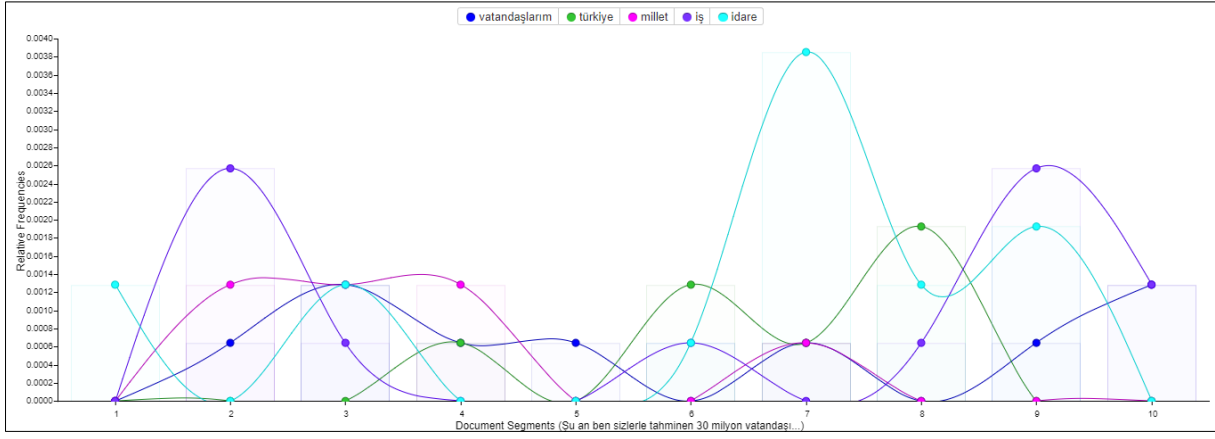
Şekil 5. "Mesele" kelimesine yönelik ağ haritası

Şekil 5'e göre idare kelimesi "vatandaşlar", "iyi", "bitirici", "esas" ve "millet" ile ilişkilendirildiği görülmektedir. Bu kapsamda iyi idarenin esas olduğu ve milletin idare edilmesinin esas konu olduğu vurgulanması açısından önemli olduğu söylenebilir. Son olarak Şekil 6'da "iş" kelimesine yönelik ağ haritasına yer verilmiştir.



Şekil 6. "İş" kelimesine yönelik ağ haritası

Şekil 6'da "iş" kelimesinin "iş başına", vatandaşlar", bitirici" ve "tam" kelimeleri ile ilişkilendirildiği belirlenmiştir. Özal'ın verdiği mesaja göre bir idarecinin iş başında, vatandaşlarına hizmet eden, iş bitirici yani vatandaşların sorununu hızlıca çözen ve bu işi layıkıyla tam olarak yapan kişiler olarak belirttiği analiz bulgularında elde edilmiştir. Şekil 7'de Özal'ın söylemlerine yönelik frekans diyagramına yer verilmektedir.



Şekil 7. Özal'ın söylemlerine yönelik söylem frekans diyagramı

Şekil 7'de frekans dağılımında en yüksek frekansa sahip beş kelimenin (vatandaşlar, Türkiye, millet, iş ve idare) olduğu belirlenmiştir. Frekans dağılımında en yüksek frekansa sahip olan kelimenin "idare" olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle Özal'ın söyleminde en temel etkenin "idare" etme olduğu belirlenmiştir. Bu çerçevede söylemlerde; milleti idare etme, işi idare etme, vatandaşları idare etme ve nihayetinde Türkiye'yi idare etmenin temel olduğu belirlenmiştir. Bu doğrultuda Özal'ın söylemlerinde idare, yönetim, millete yardım ve iş üretme diğer bir ifadeyle vatana, millete ve Türkiye'ye hizmet etmenin esas olduğu görülmektedir.

Turgut Özal'ın 1983 seçimleri için TRT'de yaptığı halka sesleniş konuşmasında sahip olduğu liderlik anlayışına göre vizyoner lider, insanları amaçlarına ulaştırarak ve davranışlar bütünüyle motivasyon sağlayan kişi olarak ifade edilmektedir (Ersan, 2020: 59). Ersan (2020: 60) vizyonu, günümüz ile geleceği ilişkilendiren, yarınlarla ilintili yüreklenirici ve destekleyici olan ve bireylerin faaliyetlerine mana katan unsur olarak ifade etmekle birlikte, vizyoner liderliğin belirli aşamalar dâhilinde ileri görüş, iletişim, destekleme olduğunu ifade etmiştir. Turgut Özal'ın konuşmalarında vizyoner liderlik özelliklerini gösteren kesitler ise şöyledir:

Konuşmasında Turgut Özal, *yiğit olanın millet rızası için çalışması gerektiğini ancak bunun ekip işiyle olacağını, birbirine inanan ve bir program etrafında kenetlenen insanların işi olduğunu* söylemiştir. Ortak dile, ortak görüşe sahip insanların sayesinde iktidar olunabileceğini belirtmiş ve bu ekibin Anavatan Partisi olduğunu vurgulamıştır. Ayrıca Turgut Özal konuşmasında, Türkiye ile Avrupa ülkelerini yer altı, orman, tarım zenginlikleri bağlamında kıyaslayarak, *Türkiye'nin 11 Avrupa ülkesinden daha çok ekilebilir topraklara sahip olduğunu, Avrupa'nın en geniş ormanlarının Türkiye'de olduğunu, Türkiye'deki akarsuların enerji üretme potansiyelinin Almanya, Fransa ve İngiltere'dekilerden daha fazla olduğunu* belirtmiş ve *Türkiye'deki insanların kendilerine inançla güvenmeleri gerektiğini* söylemiştir. Bu doğrultuda Özal'ın liderlik anlayışı vizyoner liderlik ve hizmetkâr olarak belirlenmiştir.

Hizmetkâr liderlik; bireysel düşüncelerden sıyrılarak, topluma odaklanmasın ve insanların ihtiyaçlarını önceliklendiren yaklaşımdır (Fındıkcı, 2009: 378; Duyan ve Van Dierendonck, 2014: 5). Hizmetkâr liderliğin karakteristiğini şöyle listelemektedir; karşısındakini etkin biçimde anlamaya çalışma, psikolojik destekleme, ileri görüşlülük, kendisini toplumun ilerlemesine vakfetme, bütünleştirme.

Turgut Özal'ın hizmetkâr liderlik anlayışı özellikleri gösteren söylemleri de bulunmaktadır. Konuşmasında Turgut Özal, *ülkedeki esas eksikliği iyi idare eksikliği* olarak belirtir ve *30 seneye yakın bir müddet boyunca memleketi hizmet ettiğini* vurgulamıştır. 12 Eylül öncesinde *devletin en yüksek kademesinde memur olduğunu, başbakanlık müsteşarı, planlama müsteşarı görevlerini üstlendiğini* söylemiştir. 12 Eylül sonrası görevine devamı istenen şahıs kendisi olduğunu belirten Turgut Özal, *bakan olmakla bile ülkede iş bitirilemediğini* belirterek, *başbakan olarak hizmet etmeye devam etmek istediğini* söylemiştir. Ayrıca Turgut Özal, 1979 yılının sonlarında *Türkiye'de benzin, mazot, yağ ve tüp gaz eksikliği bulunduğunu ve bunlar için uzun*

kuyrukların oluştuğunu ancak 24 Ocak kararlarını hazırlayarak 1981'de Türkiye'yi bolluk ülkesi haline getirdiklerini söylemiştir. Kararları birlikte uyguladıkları çalışma ekibiyle şöhret peşinde olmadıklarının altını çizmiş ve hizmet peşinde olduklarını belirterek, millet hizmetinde olduklarını dile getirmiştir. Yaptıkları hizmetlerle ihracatı % 62 arttırdıklarını, fiyat artış hızlarını ise % 35'e gerilettiklerini belirterek, Türkiye'ye sihirli değnek mi dokunmuştu sorusunu sormuş ve cevap olarak başarılı bir hizmet anlayışı yürüttüklerini söylemiştir. Anavatan Partisi'ni neden kurduklarını da konuşmasında açıklayan Turgut Özal, tam yetki edinme zaruretiyle, millete daha iyi hizmet etmek için partiyi kurduklarını vurgulamaktadır.

Ayrıca Turgut Özal'ın liderlik tarzının incelendiği akademik çalışmalarda Özal'ın liderlik özelliklerinin dış politikada da belirleyici bir unsur olduğu ifade edilmektedir. Çalışma içeriğinde ele alınan 1983 seçimleriyle ilgili TRT halka sesleniş konuşmasındaki Turgut Özal'ın söylemleriyle ilgili yapılan incelemeler doğrultusunda *vizyoner ve hizmetkâr liderliğe* ait özelliklere sahip olduğu tespit edilmektedir.

Sonuç

Turgut Özal'ın Türkiye'ye ve Türk toplumuna yaptığı kazanımlar ve katkıların önemli olduğu açıktır. Özal'ın öncüsü olduğu dönüşüm ile Türkiye ciddi bir kalkınma ve dönüşüm faaliyetleri gerçekleştirmiş olup Özal'ın verdiği kararlar Türkiye'nin daha güçlenmesine katkı sağlamıştır.

Araştırma kapsamına Özal'ın seçim konuşmaları ele alınmaya çalışılmıştır. TRT konuşmaları, siyasi parti liderlerinin geniş kitlelere aynı anda erişme imkânı sunmasıyla ve onlarla etkili iletişim kurulabilmesi sebebiyle oldukça etkili bir hitap şekli olarak kabul edilmektedir. Türk siyasi tarihinde köklü bir geleneğe sahip olan TRT seçim konuşmaları, ilgi ve dikkatle takip edilmektedir. Çalışmanın içeriğinde Turgut Özal'ın 1983 seçimleriyle ilgili TRT'de gerçekleştirdiği halka sesleniş konuşmasında ifade ettiği kelimeler ve söylemlerinde öne çıkan konular incelenmiş ve bu doğrultuda Turgut Özal'ın sahip olduğu liderlik özelliği ifade edilmeye çalışılmıştır.

Turgut Özal'ın liderlik türlerinin vizyoner ve hizmetkâr liderlik olduğu belirlenmiştir. Hizmetkâr liderlikte lider, elde ettiği yönetme gücünü yalnızca hizmet etmek bağlamında kullanmaktadır. Diğer yandan vizyoner liderler, elde ettikleri gücü diğer insanlara ilham kaynağı olmak onları geliştirmek için kullanır. Araştırmanın analizi bulgularına göre Özal'ın söylemlerindeki en çok tekrarlanan kelimeler, kelime bulutları, ağ haritaları ve söylem frekans diyagramları olan Şekil 1, 2, 3, 4, 5, 6, ve 7'de "idare", "Türkiye", "millet", "anavatan" ve "iş" olarak belirlenmiş olup Özal'ın idare etmenin öneminden ve millete hizmet etmenin önemini vurguladığı belirlenmiştir. Bu doğrultuda Özal'ın hizmetkâr liderlik ve vizyoner liderlik özelliği taşıdığı belirlenmiştir.

Araştırma kapsamında Özal'ın söylemlerinden yola çıkılarak Turgut Özal'ın hizmetkâr liderlik ve vizyoner liderlik özellikleri taşıdığı belirlenmiştir. Literatürde Turgut Özal'ın siyasi görüşü ve politikaları hakkında birçok araştırma (Öniş, 2004; Eştürk, 2006; Laçiner, 2009; Derin ve Demirel, 2010; Uluç, 2014; Baykal, 2019; Keskin ve Akin, 2022; Atmaca, 2023; Kizilkaya, 2023) yapılmasına rağmen Özal'ın kişilik özellikleri (Dündar, 2016) ile liderlik (Keskin, 2002; İzmirli vd., 2015; Türkoğlu ve Kahraman, 2016; Şener Balıkcıoğlu, 2018) yaklaşımları hakkında yapılan araştırmaların oldukça kısıtlı olduğu görülmektedir. Liderlik özellikleri hakkında yapılan araştırmalarda Özal'ın "dönüşümcü ve karizmatik liderlik" özelliği gösterdiği belirlenmiş olup. Yapılan bu araştırma kapsamında ise Özal'ın "vizyoner ve hizmetkâr liderlik" özelliklerinin de olduğu analiz bulguları sonucunda belirlenmiştir. Bu yönüyle Özal'ın farklı liderlik tarzlarına yönelik yapılan bu araştırma literatüre katkı sağlayacak nitelikte olduğu düşünülmektedir.

Araştırmada tek bir siyasi liderlin (Turgut Özal) söylemlerinin incelenmesi, bu incelemenin nitel araştırma yöntemi ile yapılması, Özal'ın başka konuşmalarının incelenmemesi gibi durumlar araştırma kısıtları arasında gösterilebilir. Bu doğrultuda gelecekte araştırma yapacak araştırmacıların başka siyasi liderlerin söylemlerini analiz etmeleri, Voyantools dışında başka nitel analiz programlarını kullanmaları, Özal ve diğer siyasi liderlerin başka demeçlerini analiz etmeleri öneri niteliğinde olmaktadır.

Kaynakça

- Ahmed, G. ve Al Amiri, N. (2022). The transformational leadership of the founding leaders of the United Arab Emirates: Sheikh Zayed Bin Sultan Al Nahyan and Sheikh Rashid Bin Saeed Al Maktoum. *International Journal of Technology, Innovation and Management (IJTIM)*, 2(1).
- Aksel, İ. (2008). Liderlik teorileri. In Serinkan, C. (Ed.), *Liderlik ve Motivasyon, Geleneksel ve Güncel Yaklaşımlar*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Altan, C. (2005). Genel seçimler-yerel seçimler ilişkisi (1983-2004). *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(12): 174-190.
- Atmaca, A. E. (2023). *Economy based foreign policy understanding and implementation of Turgut Özal (1983-1993)*. (Master Thesis). Middle East Technical University,
- Bakker, A. B., Hetland, J., Olsen, O. K. ve Espevik, R. (2022). Daily transformational leadership: A source of inspiration for follower performance? *European Management Journal*.
- Balay, R., Kaya, A. ve Yılmaz Geçdoğan, R. (2014). Eğitim yöneticilerinin hizmetkâr liderlik yeterlikleri ile farklılıkları yönetme becerileri arasındaki ilişki. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 229-249.
- Baykal, Ö. (2019). Türkiye’de siyasetin konsolidasyonu: Turgut Özal dönemi. *Akademik Hassasiyetler*, 6(12): 143-179.
- Bektaş, Ç. (2016). Liderlik yaklaşımları ve modern liderden beklentiler. *Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokulu Sosyal Bilimler Dergisi* 48.
- Büyükduman, D. (2022). Televizyon reklamlarında eleştirel söylem analizi: Kasap döner reklam filmi incelemesi. *Spor, Eğitim ve Çocuk*, 2(2): 67-97.
- Chau, K. Y., Zheng, J., Yang, D., Shen, H. ve Liu, T. (2023). Contingency approach for tourism industry: The application of China model in crisis management during the outbreak and pandemic of COVID-19. *Journal of China Tourism Research*, 19(2): 133-154.
- Çağlar, İ. (2004). İktisadi ve idari bilimler fakültesi öğrencileri ile mühendislik fakültesi öğrencilerinin liderlik tarzına ilişkin eğilimlerinin karşılaştırmalı analizi ve Çorum örneği. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*(2): 91-108.
- Çalışal, S. ve Yücel, L. (2019). Hizmetkar liderlik: Refik Saydam örneği. *Sağlık Akademisyenleri Dergisi*, 6(3), 167-172.
- Çavuşoğlu, H. (2022). 1983 Genel Seçimleri ve Anavatan Partisi. *Ekonomi İşletme Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 8(1): 77-86.
- Çelik, V. (1997). Eğitim yönetiminde vizyoner liderlik. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 12(12), 465-474.
- Demircioğlu, E. C. (2015). Karizmatik Liderliğin Yönetimsel Açısından Değerlendirilmesi *Uluslararası Akademik Yönetim Bilimleri Dergisi*, 53.
- Derin, N. ve Demirel, E. T. (2010). Kurum İmajının Kurum Kimliği Açısından Açıklanabilirliği: İnönü Üniversitesi Turgut Özal Tıp Merkezi Örneği. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 13(2): 155-193.
- Duyan, E. ve Van Dierendonck, D. (2014). Hizmetkar liderliği anlamak: Teoriden ampirik araştırmaya doğru. *Istanbul Journal of Sociological Studies*(49).
- Dündar, L. (2016). Özal Dönemi Türk Dış Politikasında Turgut Özal’ın Kişisel Özelliklerinin Rolü. *Atatürk Yolu Dergisi*, 15(58).

- Erdem, A. T. (2021a). Yıkıcı liderliğin örgütsel sapmaya etkisinde örgütsel sinizmin rolü: Konya ili gıda sektöründe bir uygulama. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(Toplum & Siyaset), 159-172.
- Erdem, A. T. (2021b). Ethical leadership, service innovation and psychological capital interaction: A research in Nevşehir hotel sector. *Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2): 515-532.
- Ersan, E. (2020). Vizyoner Liderlik Özellikleriyle Mustafa Necati Bey. *Uluslararası Liderlik Çalışmaları Dergisi: Kuram ve Uygulama*, 3(Özel Sayı-1): 58-64.
- Eştürk, Ö. (2006). Türkiye'de Liberalizm: 1983-1989 Turgut Özal Dönemi Örneği. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı.
- Fındıkcı, İ. (2009). *Hizmetkar Liderlik Bir Gönül Yolculuğu*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Gaytancıoğlu, K. (2016). "Batı'ya Doğudan da Gidilir": Pragmatist Bir Siyasal Lider olarak Turgut Özal. Paper presented at the International Turgut Özal Congress on Business Economics and Political Science PROCEEDINGS E-Book I: Political Science and International Relations.
- Genç, N. (2005). *Yönetim ve organizasyon: Çağdaş sistemler ve yaklaşımlar*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Greimel, N. S., Kanbach, D. K. ve Chelaru, M. (2023). Virtual teams and transformational leadership: An integrative literature review and avenues for further research. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(2), 100351.
- Güney, S. (2012). *Liderlik*: Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Güngör, S. (2021). Siyasal dilde metafor kullanımı: Devlet Bahçeli'nin örnek metinlerinin söylem analizi. *Milliyetçilik Araştırmaları Dergisi*, 3(1): 107-141.
- Hermond, D. (2006). Ethical Leadership Is Not Optional: How LPPs can Help. *International Journal Of Scholarly Academic Intellectual Diversity-Electronic*, 4.
- İzmirli, R., Gökbunar, R. ve Özer, B. (2015). Dönüşümcü bir Lider Olarak Turgut Özal. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(42).
- Kaya, Ç. (2002). Liderler: Liderliğe giden yollar. *Beta Yayınları, İstanbul*, 1.
- Keskin, Y. (2002). *Türk Siyasal Hayatında Bir Karizmatik Lider Örneği: Turgut Özal*. (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı Siyaset ve Sosyal Bilimler Bilim Dalı.
- Keskin, Y. Z. ve Akın, G. (2022). Reservation Discussions in Turkey During The Governments of Prime Minister Turgut Özal. *Erzincan University Journal of Social Sciences Institute*, 67-85.
- Kim, J. J., Waldman, D. A., Balthazard, P. A. ve Ames, J. B. (2023). Leader self-projection and collective role performance: A consideration of visionary leadership. *The Leadership Quarterly*, 34(2): 101623.
- Kizilkaya, N. (2023). Malatya Yerel Basınında Başbakan Ve Cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın Malatya Ziyaretleri. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)*, 8(1): 206-219.
- Koçel, T. (2003). *İşletme yöneticiliği*. Ankara: Beta Yayıncılık.
- Köseoğlu, D. (2019). *Liderlik tiplerinin insan kaynakları yönetimini algılamaya etkisi: yerel yönetimlerde insan kaynakları yöneticileri üzerinde bir araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi), Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Kusumawati, E. (2023). Analysis of the relationship between the school principal's visionary leadership and kindergarten teachers' performance. *Journal of Innovation in Educational and Cultural Research*, 4(1), 89-97.

- Laçiner, S. (2009). Turgut Özal period in Turkish foreign policy: Özalism. *USAK Yearbook of Politics and International Relations*(2), 153-205.
- Merdan, E. (2022). Etik liderliğin politik davranış üzerine etkisinde işyeri maneviyatının aracılık rolü. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2): 38-52.
- Öniş, Z. (2004). Turgut Özal and his economic legacy: Turkish neo-liberalism in critical perspective. *Middle Eastern Studies*, 40(4): 113-134.
- Özkalp, E. (2003). *Örgütsel davranış: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları* Yayın No: 782.
- Özkan, N. (2007). *Seçim kazandıran kampanyalar Türkiye ve dünyadan örneklerle*. İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Şener Balıkcıoğlu, E. (2018). *Mizah dergilerinde siyasal lider temsilleri: Gırgır dergisi ve Turgut Özal örneği (1983-1989)*. (Yüksek Lisans Tezi), Çankaya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi Ana Bilim Dalı.
- Takay, B. ve Tüzün, İ. K. (2015). Kadın girişimciler Schumpeter'in girişimcisi olursa. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1): 249-259.
- Topuz, H. (1991). *Siyasal Reklamcılık Dünyadan ve Türkiye'den Örneklerle*. İstanbul: Cem Yayınevi.
- Tunçer, P. (2011). Örgütsel değişim ve liderlik. *Sayıştay Dergisi*(80): 57-84.
- Tutar, H. ve Erdem, A. T. (2020). *Örnekleriyle bilimsel araştırma yöntemleri ve SPSS uygulamaları*, 1. Baskı. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Türkoğlu, H. ve Kahraman, Y. (2016). Türk işadamlarının yurtdışına açılımında dönüştürücü bir lider olarak Turgut Özal. *International Turgut Özal Congress on Business Economics and Political Science PROCEEDINGS E-Book II: Business and Economics*, 112.
- Uluç, A. V. (2014). Liberal-muhafazakar siyaset ve Turgut Özal'ın siyasi düşüncesi. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 12(23): 107-140.
- Ulukök, E., & Merdan, E. (2022). Laissez-faire liderlik: Alanın bir haritası ve bibliyometrik bir analiz/Laissez-faire leadership: A map of the field and a bibliometric analysis. *Uluslararası Ekonomi İşletme ve Politika Dergisi*, 6(2): 371-396.
- Utomo, W. A., Udin, U. ve Haryono, S. (2022). Visionary leadership and employee quality in the public service sector. *International Journal of Applied Economics, Finance and Accounting*, 12(2): 31-37.
- Werhane, P. H. (2023). Women leaders in a globalized world. In *Leadership, Gender, and Organization* (pp. 255-273): Springer.
- Yıldız, M. L. (2019). Etik liderlik ve örgütsel adalet: iletişim tatmininin aracı rolü. *İş Ahlakı Dergisi*, 12(1): 75-112.



Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi

Abant Journal of Cultural Studies

2023, 8(16): 109 – 125



Yeni Türk Sinemasında Değer Arayışları: Değerleri Keşfetmek

Seeking for Value in New Turkish Cinema: Exploring Values

Cenk ATEŞ¹ 

Geliş Tarihi (Received): 04.09.2023

Kabul Tarihi (Accepted): 21.10.2023

Yayın Tarihi (Published): 23.10.2023

Öz: Bu çalışma, Yeni Türk Sinemasını "değer" kavramı üzerinden sorunsallaştırmakta; bağımsız yönetmenler evrenselinden Derviş Zaim ve Semih Kaplanoğlu'nu örnekleme almaktadır. Her iki yönetmenin de insanın topluma ve kendine yabancılaşmasına sebep olan modern değerler tarafından kuşatıldığını düşünmeleri ve modern bireyin bu değerleri değerlendirme tarzına itiraz ettiklerini söylemeleri, bu seçimi anlamlı bir zemine oturtmaktadır. Çalışmada yanıtı aranan soru, her iki yönetmenin modernizmin birey üzerinde yarattığı tahribatı aşma girişimine filmlerinde nasıl cevap verdiği üzerinedir. Felsefi çözümlemenin parametrelerinden yararlanan çalışma nitel desen üzerine tasarlanmıştır. Çalışma, Derviş Zaim ve Semih Kaplanoğlu sinemasıyla sınırlanmıştır; Yeni Türk Sineması'nda benzer değer arayışlarından bahsetmenin mümkün olabileceği varsayılmıştır. Elde edilen bulgular, Derviş Zaim ve Semih Kaplanoğlu'nun filmlerinde, modern dönemin hastalığı olarak tanımlanan nihilizmi, geleneksel değerleri ön plana çıkararak aşmaya çalıştıklarını ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler: Değer keşfetmek, Derviş Zaim, Semih Kaplanoğlu, Nihilizm, Geleneksel Sanatlar.

&

Abstract: This study problematizes New Turkish Cinema through the concept of "value" and takes independent directors Derviş Zaim and Semih Kaplanoğlu to the center. The fact that both directors think that people are surrounded by modern values that cause alienation from society and themselves and that they criticize the adoption of these values by the modern individual puts this choice on a meaningful ground. The question sought to be answered in the study is how both directors responded in their films to the attempt to overcome the destruction caused by modernism on the individual. Utilizing the parameters of philosophical analysis, the study was designed on a qualitative pattern. In this study, it is assumed that it is possible to talk about the seek for value in New Turkish Cinema and the study is confined to Derviş Zaim and Semih Kaplanoğlu cinema. The findings revealed that Derviş Zaim and Semih Kaplanoğlu tried out to overcome nihilism, which is defined as the disease of the modern era, by emphasizing traditional values in their films.

Keywords: Value Discovering, Derviş Zaim, Semih Kaplanoğlu, Nihilism, Traditional Arts.

Atıf/Cite as: Ateş, C. (2023). Yeni Türk Sinemasında Değer Arayışları: Değerleri Keşfetmek, Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 8 (16): 109-125.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Arş. Gör. Dr., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü. e-posta: cenkates83@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0209-4026

Giriş

Camus *Denemeler* adlı eserinde 20.yüzyıldan korku çağı olarak bahseder (1994, s. 57). İkinci Dünya Savaşı'nı yaşamış olsa da yazarın kastettiği yalnızca savaşın sonucu olarak milyonlarca insanın ölümü değil, Feodal dönemin ardından gelenekselle kopuşu başlatan Rönesans, Reform ve Fransız Devrimi gibi dünya tarihini değiştiren olayların insan üzerinde yarattığı tahribattır. "Yaşadığımız dünyada en göze çarpan şey" der Camus, "çoğu insanların, her çeşit inanç sahipleri dışında gelecekte yoksun olmalarıdır" (1994, s. 57). Zira 20. yüzyıl, kendinden önceki zamanlara kıyasla yaşamı değerlendirmedeki aşkın değerlerin gerilediği döneme karşılık gelen bir zaman dilimidir dolayısıyla değer atfedilen inançlara güvensizlik modern insanın anlam krizi yaşamasının temel nedenidir (Yalom, 2001, s. 351). 'Güvenli bölgeden' uzaklaşan, kendini kaybolmuş ve kaygılı hisseden insanın imdadına bilim, tüketim, uyum gibi modern dönem pratikleri yetişmiş ancak hayatı anlamlı kılmaya yönelik yeni değerler Simmel'in belirttiği gibi (2011, s. 23-24) ruhun merkezindeki boşluk nedeniyle bireyi hep yenilenen uyarıcılarda, dışsal etkinliklerde doyum aramaya itmiştir. Sonuç, modern bireyin tek tipleşmesi (Swingewood, 1996, s. 16), Adorno'nun deyişiyle "şeyleşmesi, yabancılaşması ya da 'hiçleşmesi'dir" (Adorno, 2005, s. 78).

Yaşanan anlam krizine çözüm arayışı Kierkegaard'dan Sartre'a, Brecht'den Beckett'e, Dostoyevski'den Herman Hesse'e kadar düşünce dünyasında ve sanatın her dalında gözlemlenebilir. Elbette 19. Yüzyılın icadı olan sinema da bu duruma karşı kayıtsız kalmamış, insanın yaşadığı buhrana çare aramıştır. Dünya sinemasında Tarkovski, Bergman, Ozu gibi isimlerin yanında ülkemizde de özellikle 1990 sonrası yönetmenlerin, Tanzimat'la başlayan ve Cumhuriyetle yerleşen Batı'ya özgü modern değerlerin birey üzerindeki olumsuz etkisini ele aldığını gözlemlemek mümkündür (Işıklar, 2021, s. 45). Bu bağlamda Yeni Türk Sineması'nda üslup ve konu bakımından farklılık gösteren 1990 sonrası yönetmenleri ortak paydada buluşturan temel öğenin, film üretme konusunda takındıkları 'bağımsız' tavra (Daldal, 2015, s. 22), modernite dolayısıyla tüketim kültürüne karşı duydukları alerji de eklenebilir (Atam, 2011). Örneğin Nuri Bilge Ceylan, moderniteye karşı tavrını şöyle ifade eder: "Modern hayat, bireyi geleneklerine, dolayısıyla geçmişine olan bağlılıklarından tecrit etmeye çalışıyor. Böylece bireyin yeni olan ile daha kolay ilişkiye girmesi hedefleniyor. Böyle konulara yöneliyor oluşum, belki de bir türlü organik bir bağ kuramadığıma inandığım modern yaşantının değerlerine karşı bir direnme, geçmişime, geleneklerime ve sevdiklerime sahip çıkmaya çalışma olarak da nitelendirilebilir" (Atam, 2011, s. 113). Konuya ilişkin Zeki Demirkubuz "Artık modern dünyada, itirazlarını kaybettikleri üzerine kuran, kaybettiklerinin acısını çeken insanlar yok. Şimdi insanlar daha akli, daha rasyonel bir hayat duygusu taşımalarına rağmen, ruhlarında özellikle birey olarak kaçırdıkları, özlemlerini yaşadıkları çok fazla şey var" ifadelerini kullanır (Öperli ve Yücel, 2006, s. 20). Meseleyi modern yaşamın dayattığı zaman kavramı üzerinden değerlendiren Reha Erdem için "Şuan bizden istenen hızlı bir zaman"dır ve yapılması gereken "zamanı bize empoze edilen şekilde yaşamamak ve başka bir zaman talep etmek"tir (Yücel, 2009, s. 159). Benzer bir görüşe Semih Kaplanoğlu'nda rastlanır: "Kapitalizmin dayattığı zaman algısı, dolayısıyla zamanı kullanma biçimi, sadece bizim kültürleri ya da toplumları değil bütün dünyanın zaman tasavvurunu etkiliyor ve zamanla insanın kurduğu ilişkiyi tahrip edici bir noktaya ulaştırıyor" (Er ve Civan, 2010, s. 78). Eleştirel kuramdan hareketle modernizm ve nihilizm arasındaki ilişkiye dikkat çeken Derviş Zaim için de, "Modernizm herkesi birbirine benzetmeye çalışı(r)" (Tezcan ve Tonbaz, 2013, s. 31). İfadelerden yola çıkarak adı geçen yönetmenlerin, günümüzde insanın topluma ve kendine yabancılaşmasına sebep olan modern değerler tarafından kuşatıldığını düşündükleri ve modern bireyin bu değerleri değerlendirme tarzına¹ itiraz ettikleri söylenebilir. Ancak sorunun tespitine yönelik bu fikir birliği, üretilen filmlerde sunulan çözüm önerileri bakımından farklılaşır. Zikredilen her ismin, eserlerinde değerleri değerlendirmesiyle açığa çıkan bu farklılığı, Derviş Zaim ve Semih Kaplanoğlu'nun başını çektiği, geleneksel değerleri ön plana çıkaran

sinema anlayışı ve aksi yönde, geleneksel-modern değerleri hiçleyerek yeni değer yaratma çabasına giren Zeki Demirkubuz ve Reha Erdem'in öncülük ettiği sinema anlayışı şeklinde iki ayrı kategoride ele almak mümkündür. Nuri Bilge Ceylan filmlerinin 'hastalığın' tedavisine yönelik çözüm önerisinde, her iki gruba da temas ettiği düşünülebilir. Yazara bu yönlü kategorilendirme olanağı sağlayan, düşünce tarihinde modernizmin birey üzerinde yarattığı tahribatı (Fromm, 1996,s. 104); (Horkheimer ve Adorno, 2014, s. 49-50) aşma girişiminde bulunan Kierkegaard, Tolstoy ve Dostoyevski ile; Nietzsche, Sartre, Camus gibi zıt görüşleri savunan iki farklı yaklaşımdır (Şestov, 2017); (Çestov, 2007). Bu çalışma modern dönemin hastalığı nihilizmden (Kierkegaard, 2007); (Nietzsche, 2002) kurtulma çabasında, geleneksel değerleri ön plana çıkaran Derviş Zaim ve Semih Kaplanoğlu filmlerine odaklanacaktır.

Nihilizm ve Modernizm

Nihilizm, kişinin kendini ve dünyayı anlama sürecinde toplumsal ve kültürel sistemlerde köklü değişimlerin yaşanmasıyla deneyimlediği varoluşsal bir krizi ifade eder (Işıklar, 2021, s. 169). Böyle zamanlarda yaşama anlam verdiğine inanılan toplumsal ve kültürel pratikler ile bu pratiklere anlam veren değerler arasında ilişki kurmak güçleşebilir. Dolayısıyla nihilizm, "dünyayı deneyimleyişimiz ile bu deneyimimizi yorumlamak için başvurduğumuz kalıtım yoluyla bize miras kalan hizmetimizdeki kavramsal aygıt arasında karşılıklı bulduğu bir durumu" (Pearson, 1998, s. 57), başka bir ifadeyle dünyayı ve insanı yorumlamada başvurulan değerlerin anlam kaybını tanımlar. Öyleyse nihilizmin, değerlerin değerinin değiştiği herhangi bir zaman diliminde deneyimlenebileceği söylenebilir. Ülkesinde Fransız devriminin yansımalarına şahit olan ve kendi ifadesiyle 'entelektüel donanımı' aracılığıyla tüm değerleri reddetmeyi savlayan Schopenhauer'a yakınlık duyan Rus yazar Tolstoy (2005, s. 61), bu görüşe bir örnektir.

Tolstoy otobiyografik eseri *İtirafımlarım*'ın başında, bir zamanlar inanmış olduğu tanrıyla arasındaki mesafeden, dinin yaşamla çelişki içerdiğinden ve ondan kopuşun normal oluşundan bahseder (2005,s. 1-18). "Ama" der Tolstoy, "bundan beş yıl önce bana tuhaf bir şey olmaya başladı. İlk başlarda bir kafa karışıklığına ve hayatın durmuş olduğu gibi bir hisse kapıldım. Ne yapmam ve hayatımı nasıl yaşamam gerektiğini bilemiyordum... Bu dönemlerde aklıma hep şu sorular geliyordu: Ne için? Amacı ne?" (2005, s. 19). Yaşadığı anlam krizinde hayatında yaptığı her şeyi sorgulamaya başlayan ve anlamlı olanın bozulmasından muzdarip olan Tolstoy (2005, s. 10-14), yaşamını inşa ettiği dayanak noktalarında çözümler yaşandığından söz eder: "Üzerinde durduğum şeyin çökmüş olduğunu ve ayaklarımın altında hiçbir şeyin olmadığını hissediyordum. Üzerine hayatımı kurduğum o şey artık yoktu ve ondan geriye hiçbir şey kalmamıştı" (2005, s. 20). Tolstoy'un yaşadığı problemin Yalom literatüründe karşılığı kozmik anlam yoksunluğudur: "...anlam sistemlerinden yerine bir şey konmaksızın vazgeçilemez. Belki, Neden yaşıyoruz? sorusunun yanıtından vazgeçebiliriz, fakat, Nasıl yaşayacağız? sorusunu ertelemek kolay değildir" (2001, s. 668). Yalom'a göre tanrı inancından kopmuş modern insanın temel sorunu, herhangi bir dış işaret olmaksızın hayat için bir yön bulma göreviyle karşı karşıya olmasıdır (2001, s. 668), oysa dinsel dünya görüşüyle kazanılan kozmik anlamda, kişi "hayatta koordinatlar üstü ve uyumlu bir örüntünün bulunduğu ve her bireyin bu düzende bir rol oynaması gerektiği inancıyla olağanüstü derecede rahatlar. (Dinsel dünya görüşünde) İnsana yalnızca bir amaç ve rol değil, hayatını nasıl yaşayacağına dair kurallar da verilmiştir" (2001, s. 668).

Tolstoy'un yaşadığı anlam krizi ve bu krize psikiyatr Yalom'un getirdiği açıklama felsefi bir zeminde tartışıldığında Nietzsche'nin kavramsallaştırdığı nihilizmle karşılaşırız: "Nihilizmin anlamı nedir? En üst değerlerin değersizleşmesi. Hedef yok: 'Niçin'e bir yanıt verilebilmiş değil" (2002, s. 23). Tolstoy'un tanrı inancından uzaklaşarak yaşadığı anlam sorununa benzer şekilde, nihilizm de aklı önceleyen modernite yani 'Tanrı'nın ölümüyle' (Diken, 2011, s. 13) açığa çıkmıştır (Nietzsche, 2002). Gerçi Savater'e göre: "Tanrı, aşağı yukarı Rönesans'tan beri edepli bir şekilde ölüm döşegine yatırılmıştı ancak vefatını hızlandıran Aydınlanma oldu. Ölüm sancuları on yıllar boyunca sürebilirdi ancak Fransız devrimi... onun son

günlerini kısalttı" (2008, s. 59). Tanrı'nın ölüm döşeğinde ne kadar yattığı bir kenara bırakıldığında, onun ölümüyle "kاپıya dayanan bütün konukların en tekinsizi"nin, nihilizmin (Nietzsche, 2002, s. 20) bireyin yaşamında nelere sebep olacağını Nietzsche'nin Zerdüş'tü duyurur: "Biz nereye gidiyoruz şimdi?... Dalmıyor muyuz boyuna: geriye doğru, yana, ileriye doğru, bütün yönler? Aşağı diye, yukarı diye bir şey kaldı mı? Sonsuz bir yokluk içindeymiş gibi yoldan sapmıyor muyuz?... Gece üstüne gece değil mi yaklaşan? Sabahları fener yakmamız gerekmez mi?" (1964, s. 11). Görünen o ki Zerdüş, tanrının ölümüyle Tolstoy'un yaşadığı kişisel anlam krizinin tüm insanlığı derinden etkileyeceğini, artık insan varlığına değer ve anlam verecek hiçbir merkezin kalmadığını (Küçükakalp, 2017, s. 24) duyurmaktadır. Ve ona göre insanın yönsüz kalmasına sebep olan değerlerin değerini yitirmesiyle yaşanan kaotik durum ancak yeni değerlerin üretilmesiyle aşılabacaktır (Nietzsche, 1964). Çünkü ölen yalnızca Hıristiyan tanrı değil, bu ölüme kadar bütün değerleri onun buyruğu altında değerlendiren insanların iyi ve ya kötü dedikleri değerlerdir (Heidegger, 2001, s. 23). Peki nihilizmi ve onun moderniteyle ilişkisini açıklamak için anahtar kelime olarak kullanılan değer, değerler, değerlerin değeri, değerlendirme, değer üretme, geleneksel ve modern değerler ne anlama gelir?

Yaşamı Yorumlamada Değer(ler), Değerlendirme, Geleneksel ve Modern Değerler

İonna Kuçuradi *Etik*'te (1999a) çağımıza damga vurduğunu düşündüğü bir olguya odaklanır: Değerler adına değer harcamak. Yazara göre günlük yaşamımızın hemen her anında rastladığımız bu harcamalarda değerler bir perde olarak kullanılır. Benzer bir çıkarıma Bilge Karasu'da rastlarız: "Bir takım kurallara uyararak yaşamak güzel de, yaşamın yerini kurallara bırakmak sık işlenmiş bir cinayettir" (1999, s. 99). Peki değerler adına değer harcamanın ya da yaşamın yerini kurallara bırakmasının sebebi nedir? Soruya, toplumunda edilgenlikle benimsenen değerleri sorunsallaştıran Gasset'in (Işık, 2015, s. 7) cevabı şöyledir: "Herhangi bir kendiliği ilke düzeyine yükseltmemizin nedeni onda üstün bir değer bulmamızdır. Bize öteki şeylerden daha değerliymiş gibi görüldüğünden ötürü, onu yeğleriz ve öbürlerini ona bağımlı kılarız" (2015, s.94). Öyleyse yaşamın katili, yaşam yerine geçen kurallar; değer katili, onun üretilmesine engel olan değerlerdir.

Kuçuradi'ye göre birbirine zıt olmasalar da değer ve değerler birbirinden ayrı şeylerdir. "Değerler varolan şeylerdir, var olan imkanlardır; Değer ise bir şeyin değeridir, bir şeyin bir çeşit özelliğidir" (Kuçuradi, 2013, s. 40). Örneğin sanatın değeri ve sanatın değerleri ya da kişinin değeri ve kişinin değerleri birbirinden farklı anlama gelir. 'Kişinin değeri' kişinin toplumla ilgisi bakımından özel durumu, bir sayıdan fazla bir şey olması; 'Kişinin değerleri' kişilerarası ilişkilerde ortaya çıkan sevgi, dürüstlük, saygı vb; 'Bir kişinin değeri' ise toplumdaki diğer kişilere göre onun o tek olan yapı bütünlüğüne sahip olması, onun o kişi olma özelliği dolayısıyla farklı imkanları, yaşantıları, farklı gerçekleştirmeleridir (Kuçuradi, 2013, s. 41). Meseleye sanat üzerinden bakıldığında karşımız şöyle bir tablo çıkacaktır: 'Sanatın değeri', sanatın diğer insan başarılarından, mesela siyasetten farklı olarak kişilerin yaşamı için ifade ettiği şey; 'Sanatın değerleri' sanat eserinde biçim, içerik, kompozisyon gibi unsurlar; 'Bir sanat eserinin değeri' ise o eseri aynı alandaki diğer eserlerden ayıran özelliği, tekliği, biricikliğidir. Buradan hareketle 'değer', bir şeyin kendisiyle aynı türden olan şeyler arasındaki özel yeri; 'bir şeyin değerliliği', kendisiyle aynı türden olan şeyler arasındaki yerinden dolayı insanla olan özel ilgisi, insan için taşıdığı özel anlam; 'değerler' ise "bütün insan başarıları... düşünceleri, ülküleri, bilimi, sanatı, felsefesi, dini, moralleri, tarihi, manalı gördüğü her şeydir" (Kuçuradi, 1967, s. 29).

Değer, değerler ve değerlerin değerinin ardından uğranması gereken diğer bir durak da değerleri derecelendirme ve onları değerlendirmedir. Her değerın kişinin değerlendirme yetisini güçlendirdiği söylenebilir. Gasset'den alıntıyla ifade edilecek olursa (2015, s. 94-95), İsa atılan tokadı sineye çekerek alçakgönüllülüğü ortaya koyduğunda, zamanındaki toplulukların değerlendirme deneyimini zenginleştiren bir değer üretmiştir. Öte yandan üretilen her değer, biricik olması bakımından bir değerliliğe sahip olsa da insanlık tarihi boyunca olumlu ya da olumsuz şekilde değerlendirilmiştir. Örneğin adalet kadar adaletsizlik de bir değerdir ama ilki olumlu diğeri olumsuz olarak değerlendirilir. Ya da zarafet olumlu bir değer olmasına karşın, dürüstlikle karşılaştırıldığında değerliliğini yitirmemekle

birlikte dürüstlüğü altında kendine yer bulur, dürüstlük zarafetten daha değerli bir değerdir (Gasset, 2015, s. 95). Peki değerlerin kategorilendirilmesinde ya da onların olumlu-olumsuz şeklinde değerlendirilmesindeki temel etken nedir? Soruya Nietzsche'nin cevabı, moraldir (Kuçuradi, 1967, s. 27).

Geleneksel ve Modern Değerler

Moral, "şeylerin değeriyle ilgili hazır yargılar bütünü... belirli bir çağın değer yargıları ve 'iyidir-kötüdür' dediği şeylerin tablosudur" (Kuçuradi, 1967, s. 18-19). Burada, bahsedilen değerler tablosunun neye göre oluşturulduğu, bunların kendi değerinin ne olduğu yani yaşamı güçlendiriyor mu yoksullaştırıyor mu sorularıyla karşılaşırız. Nietzsche'ye göre kendi zamanına kadar değerleri değerlendirme pratiğinin temel ölçütü, tek doğru olarak kabul edilip dokunulmazlık atfedilen Platon felsefesi (2002, s.141-142) ve filozofun, halkın Platonculuğu (2013) olarak bahsettiği Tanrı inancıdır (2014, s. 24-35). İki öğretiyi ortak paydada buluşturan da 'öte' fikridir. 'Öte', din için 'öte dünya'; bilgi için 'idea, kendinde şey vb'dir (Kuçuradi, 1967, s.33) ve bu dünyayı değersizleştiren böyle bir moral (Nietzsche, 2002), kişinin yaşamı kendi gözleriyle görüp değerlendirmesinin ve yeni değer yaratmasının önündeki en büyük engel, yaşama karşı işlenmiş en büyük 'günah'tır (Nietzsche, 1964, s. 30). Günah'tır, zira yaşam olmadan hiçbir şey olmayacağından değerler yaşam perspektifinden değerlendirmeli, değer ile değer olmayan arasındaki ayrıma değil, değer ve değerlerin yaşamla ilişkisine odaklanılmalıdır (Diken, 2011, s. 47). Diğer tüm değerlerin değerlendirmesine temel olan Platon felsefesi ve tanrı inancı, oluşun amaçsızlığı karşısında yaşama belirli bir anlam vermesi bakımından nihilizmin panzehiri olsa da (Nietzsche, 2002, s. 23), değişimin ardında değişmeyi arayarak, bireyi yaşamdan alıkoymas ve yaşamı hiçleştirmesi bakımından nihilizmi besleyen bir içeriğe sahiptir (Copleston, 1998, s. 164).

Öte yandan modernite yani tanrının ölümüyle kendi gizleyen nihilizm son bulmamış, açığa çıkmıştır (Diken, 2011, s. 13). Yaşamı değerden düşüren 'öte' tasviriyle hiçlik istemini ifade eden Hıristiyanlık, idea gibi geleneksel değerler ve onların ürettiği moral, aydınlanma dönemiyle birlikte değerlerini kaybetmiş olsa da seküler bir formda varlığını sürdürmüştür (Küçükalp, 2005, s. 171). Bu dönem verili olduğuna inanılan değerlerin yanılmalı doğasıyla karşılaşan insan, yaşamını yönlendirmede kılavuzunu kaybetmiş olmanın çöküntüsünü yaşamış ancak aradığı otoriteye çok geçmeden kavuşmuştur. Deleuze, bahsedilen durumu şöyle özetler: "Tepkin yaşam uzun süre kendi değerlerini üretmeye çabalar, tepkin insan Tanrı'nın yerini alır: Uyum sağlama, evrim, ilerleme, herkesin mutluluğu, cemaatin iyiliği; İnsan-Tanrı, ahlaki insan, doğru sözlü insan, toplumsal insan. Üstün değerlerin yerine bize önerilen yeni değerler, Tanrı'nın yerine bize önerilen yeni kişilikler bunlardır" (2010, s. 217-218). Nietzsche felsefesinde geleneksel değerlerin ve bu değerleri değerlendirmenin etkinliğini yitirdiği aşama, insanın değerleri kendi değerlendirebilmesi, yeni değerler üretebilmesi için büyük fırsat anlamına gelirken (Nietzsche, 2002), Kierkegaard'a göre modern dönemde tanrı insandan yüz çevirmiştir (2007). Kentleşme ve sanayileşmeyle birlikte kendine yabancılaşma süreci yaşayan, anonimleşen insan, teknolojik ilerleme sonucu yaşanan II. Dünya Savaşıyla birlikte geleneksel değerlerin ardından yaşamına yön veren yeni değerlerden de umudunu kesmiş (Simmel, 2011, s. 24), Deleuze'un ifadesiyle hiçlik isteminden istem hiçliğine geçmiştir (2010, s.180-183). Yaşanan anlam krizi düşünce dünyasından sanata kadar yaşamın her alanına sirayet etmiş ve yılgınlığın, değersizliğin ya da nihilizmin üstesinden gelmek için farklı düşünceler ileri sürülmüştür. Genel olarak ikiye ayrılabilir bu yaklaşımların ilki, modern nihilizmi aşmak için tanrı inancına dönülmesi gerektiğini düşünen Kierkegaard, Rus filozofları olarak anılan Tolstoy ile Dostoyevski'dir. İkinci yaklaşım, modernizmin insan üzerinde yarattığı çöküşü çare olarak geleneksel değerlere geri dönmeyi değil, eskiyle bağını koparan yeni bir değer ve değerlendirme, yeni bir moral oluşturmak isteyen Nietzsche, Camus ve Sartre'dir (Barret, 2016). Söz konusu iki farklı görüş Herman Hesse'den Cioran'a; Tarkovsky'den Bergman'a kadar sanatın her alanında gözlemek mümkündür. Elbette 1990 sonrası Türk Sinemasındaki yönetmenler de modern değerlerle çevrilmiş bireyin yaşadığı anlam krizine çare aramış ve bu arayışta yukarıda değinilen ilk ya da ikinci yolu tercih etmişlerdir.

Derviş Zaim ve Semih Kaplanoğlu Sinemasında Değer Arayışı: Değerleri Keşfetmek

Türk Sineması üzerine düşünen çoğu akademisyen ve eleştirmen 1990'lı yılların ortalarında Yeşilçam'ın yapımcılık anlayışının çökmesiyle, kaynağını kendi bulan yönetmenlerin evrensel ve yerel meseleler hakkındaki görüşlerini ticari kaygı duymadan filmlerine yansıttığı konusunda hem fikirdir (Teksoy, 2007, s. 83; Pösteki, 2012). 12 Eylül'ün ideal ve değerleri yok etmesinin, sanayileşmeyle birlikte gelişen kentleşmenin birey-toplum üzerinde yarattığı olumsuz etkinin altını çizen bu filmlerin (Atam, 2011, s. 490), 2000'li yıllarda giderek artan bir ivmeyle nihilizme ya da çıkışsızlığa vurgu yapan örneklerle kaydı iddia edilir (Daldal, 2016, s. 91). Bahsi geçen dönemde yoksulluk artarken konformizmin de yaygınlaştığını, dolayısıyla vasata, sıradana, özensiz ama cilalı olan her şeye bağlanma eğiliminin arttığını söyleyen Zeynep Tül Akbal Süalp, Türk Sineması'nda bu durumun sıradanlaştırıldığını, lümpenliği ve düşkünlüğü kutsayan, dibe çekilmeyi romantize eden filmlerin üretildiğini söyler (2010, s. 11). Benzer şekilde Tuba Deniz (2010), 1990 sonrası filmlerde modern dönemin sebep olduğu nihilizme atıf yapıldığı ancak perdeye yansıyanın nedensiz bir can sıkıntısı olduğu sonucuna ulaşır. Konuya ilişkin önemli düşüncelerden biri, son dönem Türk sinemasında film üretmesi nedeniyle Derviş Zaim'e aittir: "Türk Sineması nihilizm batağında" (Çıplak, 2014). Zaim, sinemada nihilizmin bu denli sık görülmesinin toplumdaki değer yoksunluğunun sonucu ve yansıması olduğunu düşünür: "Evet, bizler bugün toplum olarak geçmişle kıyaslandığında daha fazla boşluk duygusu içerisindeyiz; evet, hayata dair 'saçma' bir durum birçoğumuz için söz konusu, ama bu hali aşabilmemiz için bir değer üretme çabasında olmamız gerekiyor. Ben de Kafka, Dostoyevski'den çok etkilendim ama Dostoyevski eserinin yapıtaşlarını kurarken başlangıç aşamasında belirttiği boşluğun, hiçliğin içinden bir değer sistemi çıkarmaya çalışır. Bu çabası benim açımdan önemlidir, ayırt edicidir" (Deniz, 2009, s. 80). Modernizm ve nihilizm arasında kurduğu benzerlik ve bunun sonuçlarına (değersizlik) yönelttiği itiraz, Zaim'i yeni bir arayışa yöneltir: "Yapmaya çalıştığım sinemada değer üretme çabası var" (Deniz, 2009, s. 75). Dönemindeki diğer yönetmenlerin bireyin bulantı hikayelerini sürekli tekrar ettiğini düşünmesi ve belirli bir değer skalasının bulunmadığını söylemesi dikkate alındığında (Çıplak, 2014); 'değer'in bir şeyi, örneğin bir eseri benzerlerinden ayıran özellik (Kuçuradi, 1998, s. 41-44), değer üretmenin de insanın insanlık adına yaptığı girişimleri ifade ettiği (Kuçuradi, 1967, s. 30-31) hesaba katıldığında, Zaim'in çabasının başarılı olduğu söylenebilir.

Şöyle ki, *Filler ve Çimen*'den itibaren üsluba dair farklı arayışlara giren Zaim, ebru, minyatür, hat, gölge oyunu gibi geleneksel sanatlarla sinema dili arasında organik bir bağ kurmayı hedeflemiş (Kabil, 2009, s. 5), özellikle ilk üçlemesindeⁱⁱ bu girişimi başarıyla uygulayarak Türk Sinemasına yenilik getirmiş, değer üretmiştir (Atam, 2010, s. 63). Zira hakim anlayışa göre "bir yapıtın taşıdığı sanat değeri açısından önemli olan, o yapıtın biçimidir... biçem olmadan yapıtın içeriği ve özünden söz edilemeyeceği gibi; yeniliğinden, özgünlüğünden, biricikliğinden de söz edilemez" (Savaş, 2019, s. 30). Zaim'in geleneksel sanatları kullanarak oluşturmak istediği sinema dili, Batı'nın beklediği oryantalist yaklaşıma ve nihilizme kapı aralama ihtimali olan minimalist bakış açısına alternatif olarak doğu-batı kültürlerinin bir sentezidir (TRT Akademi, 2018, s. 366). Sözü edilen çabanın en belirgin örneklerinden biri *Cenneti Beklerken*'dir (Derviş Zaim, 2006). Filmin öyküsü 17. Yüzyılda Osmanlı İmparatorluğunda yaşayan bir nakkaşın, isyan başlatan şehzadeyi resmetmesi için Anadolu'ya gönderilmesi üzerine kuruludur. Ancak biçimin özgünlüğü jeneriğin hemen ardından kendini hissettirir. Çerçeveye eklenmiş bir resim çerçevesi belirir ve yabancılaştırma öğesi olarak seyirciye izleyeceği filmin klasik yapıda olmayacağı mesajını verir (Topçu, 2010, s. 169-170).

Peki biçimsel arayışı bir yana bırakılırsa ki bu çalışma filmlerin içeriği üzerine kurgulanmıştır, Zaim filmlerinde 'boşluk duygusu' yaşayan bireylere yani seyirciye kurtuluş için neyi tavsiye eder? Ya da bir yapıtı değerlendirmede, onu benzerlerinden ayıran temel noktaya odaklanılması gerektiğini düşünen Kuçuradi'nin ifadesiyle, yapıtta gösterilen yaşantı ve eylem olanaklarının anlamı nedir? (Kuçuradi, 1999, s. 98). Yönetmenin filmografisine bakıldığında *Tabutta Röveşata* (Derviş Zaim, 1996) ayrıksı bir yere sahiptir. Film, düzenin dışına itilmiş, nihilizm-modernizm gibi konulara kafa yoramayacak kadar varkalma mücadelesi veren Mahsun karakterini empati ya da merhamet duygusu uyandırmadan anlatır. Mahsun'un yaşama tutunma çabasının ardında ne kültür ne ideoloji ne de felsefi bir düşünce vardır. O, ısınmak için araba, tepki için kamuya ait otobüs ve ambulans çalar. Sevdiği kıza karşı tutkusu, hayatını kolaylaştıracak

rasyonel yaşama yüz çevirmesine olanak sağlar. Osmanlı'da tavus kuşunun bolluk getirdiğine yönelik rastgele öğrendiği bilgi ve hayvan sevgisi, Rumeli hisarından tavus kuşu çalmasına sebep olur ama bu yaşama bolluk değil kötülük getirir. Finalde açlık duygusu, tavus kuşunun güzelliğiyle birlikte taşıdığı simgesel anlama da galip gelir (Civan, 2009, s. 19). Yani Mahsun egemen değerlerle savaşıyor, geleneksel değerlerle başını belaya sokan ama ötekileştirildikçe hayata tutunmaya çalışan, rasyonel yaşamı reddederek alternatif yaşam şekli sunan nihilist bir karakterdir (Daldal, 2018, s. 287).

Mahsun ne kadar yaşamın tarafındaysa, *Cenneti Beklerken*'in Eflatun'u o kadar hayattan kaçmak ister. Onun gerçeği, ölen annesi, eşi ve oğludur. Bu gerçeğe ulaşmanın yolu da İslam felsefesine etki eden Platon'un idea dünyasıyla uyumlu düşünce ve tahayyüldür (Topçu, 2010, s. 172). Üslubu belirleyen minyatürün, gerçeğin temsilinden uzak oluşuyla desteklenen içeriğe, Eflatun'un batılı tarzda resim yapmaktan duyduğu vicdan azabı eşlik eder. Çünkü her ne kadar ölen oğlunun suretini unutmamak için resmetse de, onun inandığı dinde ve bağlı olduğu gelenekte portre tasvir edilmez. Kendi arzusuyla, dini-geleneksel değerlerin arasında kalan Eflatun, tercihini genel geçer doğrulardan yana kullanır. Çırağı Gazal'in, Eflatun'a fondaki ezan sesi eşliğinde söyledikleri yaşanan trajediyi açıklar niteliktedir: "Keşke Frenk ressamlarının yaptıklarında da bir hakikat olsaydı. Bize Allah'ın alemini hissettirecek başka bir hava olsaydı". Çünkü Frenk resmi gerçeği göstermez, karşısındakini temsil eder (Süalp A, 2006, s. 183).

Eflatun'un kendine yabancılaşması, dolayısıyla yaşadığı vicdan azabı onu sanatından uzaklaştırır: "Bundan sonra tasvir yapmayacağım, kafir resmi de... Avuntu için sadece benim olacak bir güzelliğin peşine düştüm, kafirler gibi". Ancak Zaim, yarattığı karakteri günahının kefareti için ödeme adına imparatorluğun görevlendirmesiyle isyan eden bir şehzadenin portresini yapmak için Anadolu'ya gönderse de, onun kimlik bunalımı yaşayıp anlamsızlığa sürüklenmesine izin vermez. Eflatun'un çıktıkları yolculukta portre yapmamak için kendini yaralaması, her fırsatta kaçma çabası sonuçsuz kalır. Başkaldıran şehzadenin eline düşer ve onun portresini yapmakla görevlendirilir. Eli varmaz düşüp bayılır ama annesinin, eşinin ve oğlunun düşleri onu ayakta tutar. Hayalinde ve minyatürlerinde oğlunu eşinin kucığında ve ikisini bir meleğe doğru uzanırken düşler/tasvir eder. Yolda karşılaştığı esir bir kadına aşık olur. Seyirciye aşkın günümüzdeki algısından farklı olarak sadece hırçın, hoyrat, tüketici değil, üretken, özgürleştirici, yaralayıcı olmaktan çok onarıcı olduğunu gösterir (Süalp A, 2010, s. 18). Değerleri yeniden değerlendirmeye yönelik bu tutum, filmin sonunda zirveye ulaşır. Eflatun İstanbul'a döndüğünde çırağı Gazal'i tıpkı kendisi gibi vicdan azabı içinde, 'hastalığa' yakalanmış şekilde bulur. Zira Gazal, isyan eden şehzadeden etkilenmiş ve onun portrelerini yapmaya başlamıştır. Eflatun'dan isteği ise 'kendisini iyileştirmesi, eskisi gibi olmasını sağlaması', başka bir ifadeyle günahattan kurtarmasıdır. Yönetmen biçimle yapmak istediğini, Eflatun'a söyler bu sahnede: "Eskiye dönmek için yeni bir yolculuğa çıkacaksın. Bir Frenk resmi yapacağız. Kimi vakit tasvir tarzıyla nakşedeceğiz, bazen her iki tarzı birbirine sirayet ettireceğiz. Ondan sonra ben belki yeniden tasvir yaparım. Hatalar yapacağız. Senin gibi en başa dönmeyi umacağım. Hep iyileşmeyi bekleyeceğiz, hep. Arayacağız". Zaim'in seyirciye verdiği mesaj, Tanpınar'dan esinle 'devam ederek değişmek, değişerek devam etmek'tir. Bu yaklaşıma göre yaratımın temel ilkesi devamlılıktır, büyük kopuşlar yani gelenekle bağın kesilmesi ancak yaratış ucubeleri meydana getirir (Ayvazoğlu, 1997, s. 223). Çünkü atılım gerçekleştirmek, değer üretmek hatta bakış açısını değiştirmek için bile sağlam bir yere basmak gerekir (Ayvazoğlu, 1997, s. 226). Eflatun'un eskiye dönmek için yeni bir yolculuğa çıkma önerisi, 'günaha' girmeden önceki yaşama duyulan özlemi; bunu gerçekleştirebilmenin yolu da geçmişi yeniden kurmak, kaybedilen değerlere tekrar sarılmak ve bunu batının değerleriyle harmanlamak anlamına gelir. Ancak bu mesajın yeni bir değer ortaya koymak mı, varolan değerleri kolajlamak mı olduğu seyircinin zihninde sorusu işareti olarak kalır.

Hayatın anlamı nedir sorusuna cevap veren değerler kavramına eğilen, sinemacılığının değiştirme özelliği olduğunu söyleyen Derviş Zaim (Çıplak, 2014), değerleri keşfetmekle değer yaratmak arasındaki (Nietzsche, 2002, s. 280) seçimini *Nokta*'yla belirginleştirir. Film, 'İhcamla güzel yazı yazmak, hayatı daha geniş zaptetmek manasındadır' cümlesiyle açılır. İfade, yönetmene göre "değerlerle ilgili bir arayışı estetik

deneyim çerçevesinde geniş şekilde tecrübe etmek" anlamına gelir (Deniz, 2009, s. 93). Bu anlayıştan yola çıkarak, ihcamla yazı yazmanın sinematografik ya da estetik anlamda karşılığının tek plan-sekans tekniğini uygulamak, yönetmenin bu tekniği kullanmasındaki düşünsel boyutun da bütünsel zaman-mekân algısıyla tanrıya gönderme yapmak olduğu düşünülebilir. Nitekim ilk sahne, bu iddiayı güçlendirecek türdendir. 13. Yüzyıl'da Konya'yı Moğol saldırılarından korumak isteyen Malik Usta, tuz gölüne Arapça 'Tanrı onu affetsin' yazmak ister. Ancak mürekkep, 'nun' harfinin noktasını koyamaya yetmez. Yanındaki çırağından mürekkep bulmasını ister. Çırak, Malik Usta'nın yaptığına anlam veremez ve sitem eder: "Moğollar yakında hepimizi öldürecekler; halbuki biz buraya "Allah onu affetsin" yazıyoruz. Eğer Allah her şeye kadir ise onları yok etmeli... Allah sevgisini bize neden göstermez? Gün bu yazıyı yazma günü müdür?". Allah'ın kendilerini imtihan ettiğini, ahlaken, ruhen gelişmeleri için belki de bunun şart olduğunu söyleyen ustasına karşı koyar çırak: "Allah'ın evlatlarına daha kolay imtihanlarla yol göstermesi gerekmez mi?". "Biz Allah'ın hikmetini anlayamayabiliriz" cevabından da tatmin olmayan çırak hemen uzaklaşmaları gerektiği konusunda diretir. Sahne, Kierkegaard felsefesinde önemli bir yer tutan İbrahim peygamberin hikayesini (Kierkegaard, 2002) anımsatır. Tanrı'nun, oğlunu kurban etmesini istemesi üzerine tüm akılsal çıkarımlara gözünü kapatarak, yani imanı akla üstün tutarak emri gerçekleştirmek isteyen İbrahim Peygamber gibi Malik Usta da Moğollar'ın yaklaşmış olmasına, hayatlarını kaybetme ihtimallerine rağmen yazıyı eksik bırakmaz. Çünkü ona göre "Bitmeyen yazı bırakılmaz" ve "İnanmayan adam yazamaz". Yazılan yazıya inanmadığını ama yardım için çabuk döneceğini söyleyen çırak uzaklaşır ama inanmadığı için dönemez.

Film akıl-iman gerilimini zamansal bir kaydırmayla günümüze taşır. Genç hattat Ahmet, kendisinden beklenen ahlaki ya da manevi değerlerden uzaklaşmış, değeri yüksek el yazması Kuran'ları satan ve bu yüzden hapis yatan biridir. Üstelik çıktıktan sonra dönemin ünlü hattatlarından Hamdullah Hoca'nın yeğeni Selim'in, amcasının hastalığından dolayı elindeki el yazması Kuran'ı satıp Hamdullah Hoca'yı ameliyat ettirme isteğini kabul eder, hapiste tanıdığı kaçakçılıkla uğraşan mafyadan yardım ister. Ancak Selim son anda vazgeçer. Anlaşma bozulduğu için çıkan kargaşada Ahmet, hem arkadaşı Selim'i hem de Kuran'ı almaya gelenleri öldürmek zorunda kalır. Ancak Ahmet'in tek suçu işlediği cinayetler değil, geçmişinde Kuran'ı satmasına neden olan inanç krizidir. O, aynı sanatla uğraşmasına rağmen Malik Usta'nın aksine döneminin ideal insan tipine uygun olarak bencil, hırslı ve para kazanma arzusuyla donatılmıştır. Diğer bir ifadeyle Ahmet, tipik bir modern bireydir. Vicdan azabı da en az cinayet kadar, icra ettiği sanatın yaşadığı dönemle uyumlu oluşunu tasvip etmemesindedir. Ahmet Kirkegaard felsefesiyle uyumlu şekilde, modern yaşamla birlikte tanrının geri çekilmesinden (2007) ve yaşadığı boşluk duygusundan muzdariptir. Bu yüzden gözleri giderek bozulmakta, sağlığını kaybetmektedir. Onun *Cenneti Beklerken*'in Eflatun'u gibi sanatını icra edememesinin altında yatan etkenin, Kierkegaard'ın estetik varoluşⁱⁱⁱ olarak tanımladığı hayat şekli olduğu düşünülebilir. Suçluluk duygusundan kurtulmak isteyen Ahmet, bunu vicdan sorgulamasıyla aşmaya çalışır ve Hamdullah Hoca'nın yanına gider. Ahmet suçunu itiraf etmeye gelmiştir ancak yazı sanatıyla ilgili fikir de almak ister. Aralarında tanrı, kötülük, inanç ve inançsızlık konusunda bir diyalog geçer. Allah ve iyiliği birleştirmeye yönelik söz konusu diyalog, paradoksu tanrı katında yaşamayı hedefleyen Kierkegaard ve Dostoyevski'den çok, kopuşun ardından tanrıya dönerek rahatlık bölgesine çekilen Tolstoy'la (2005) benzerlik gösterir.

Bu sahne, birçok felsefi içeriğe sahiptir. Öncelikle Hamdullah hoca, Ahmet'in aksine değerlerinden sapmadığından boşluk içinde değildir, bu anlamda Malik Usta gibi İbrahim peygambere benzemektedir. Ahmet'in görme zorluğu da tanrının varlığını sorgulaması ve kötülüğü yaratmış olmasına isyanından ileri gelir. Kaybettiği değerlerinin acısını çeken Ahmet, Kierkegaard'ın umutsuz insan (2007) kategorisinde yer alır. Zaim, insanın yaşadığı hiçlikten kurtulmasına örnek teşkil ettiğini düşündüğü Dostoyevski ile benzer şekilde karakterine cinayet işletir. Ancak Dostoyevski ve Zaim'in karakterleri arasındaki temel fark, Raskolnikov'un (Dostoyevski, 2006) geleneksel değerlerden tümüyle kopması, cinayeti gönül rahatlığıyla işlemesi ve vicdanının 'iyi'ye değil, 'kötü'ye hizmet etmesi (Şestov, 2017: 103); Ahmet'in vicdanının 'iyi'ye 'iyi' demesidir. Biri (Raskolnikov) sıradan insanlığı aşıp aşamayacağını test etmek için, diğeri (Ahmet) mafyanın eline verdiği silahı kullanmaya mecbur kaldığı için cinayet işler. Raskolnikov 'iyi' ile 'kötü'nün

yerini değiştirmek için çabalar; Ahmet yaptıklarının suç olduğunu sürekli hatırlar. Dolayısıyla Ahmet'i Raskolnikov'dan ayırmanın temel ögenin, değerlerinden kopması değil, sapması olduğu düşünülebilir.

Öte yandan Zaim, tıpkı *Cenneti Beklerken*'de olduğu gibi karakterini yaşadığı vicdan azabıyla baş başa bırakıp, değersizlik ve hiçlik duygusuyla yaşamına izin vermez. Çünkü yönetmene göre böyle bir yönelim, egemen paradigmanın temel özelliğidir: "Modern toplumlar insanların kendilerine yenik düşüşünü bir değer olarak önermekte... Bu nedenle günümüz insanının kendisine yenikliği, bugünkü medeniyetin esas sermayesidir" (Zaim, 2009a). Dolayısıyla Zaim, Ahmet'i yaşadığı karanlıktan çıkarıp 'değer arayışı'na yönlendirir. Yönetmenin konuya ilişkin görüşleri şöyledir: "Projemiz, geçmişindeki konumundan ötürü pişman olan ve artık affedilmek isteyen bir adamın bireysel tercihlerinin hikayesidir. Film, 'insan' denen şeyi, tarihin, medeniyetin belli bir anında sadece dışsal olayların akıntısına kapılıp sürüklenen bir özne olarak değil; bunların yanı sıra, kendi ayakları üzerinde durmaya çalışan, kendi kaderi üzerinde bağımsız kararlar alabilen, sorumluluk sahibi bir özne olarak görmeyi yeğleyen bir bakış açısıyla yazılmıştır" (Zaim, 2009a). İfade, Raskolnikov'un sıradan insanı aşma çabasıyla işlediği cinayeti, Ahmet'in zorunluktan (dışsal olaylardan) işlediği cinayetten ayırmak için önemlidir. Değerlerden sapmanın ya da kopmanın farkı bir yana bırakıldığında, anlam arayışının her iki karakter için de aynı yönde olduğu söylenebilir. "Bu anlamda" der Derviş Zaim, "projenin orientalistlerin Doğuya, özellikle İslam toplumlarına bakışlarında yer alabilen özellikle insanın bireyselliği ile ilgili olumsuz temsil biçimlerinin dışına çıkan bir yaklaşımı vardır" (Zaim, 2009a). Yönetmenin ifadesinden ve Ahmet'in yöneliminden filmin Kierkegaard düşüncesine uygun olarak estetik varoluştan etik varoluşa^{iv} geçme çabası olduğunu, kişinin birey olabilmesi için seçim yapma vurgusunun ön planda tutulduğunu söylemek yanlış olmaz. Zaim bir kez daha modernitenin yarattığı anlamsızlık ve boşluk duygusundan kurtulmanın yolunu, tanrı inancı başta olmak üzere geleneksel değerler olarak gösterir.

Filmin sonunda Ahmet, Hamdullah Hoca'ya ait Kuran'ı geri verir. Ona istemeden öldürdüğü yeğenin mezarını gösterir ve açılışa beliren, film boyunca da değişmeyen mekanda (tuz gölü) yığılıp 13. Yüzyılda eksik kalmış noktayı nihayete erdirir (Yavuz, 2010, s. 193). Bu son, bir anlamda insanın işlediği tüm günah ve kötülüklerden arınmış olarak yaratılması anlamına gelse de (Yavuz, 2010, s. 194) zamanın moral anlayışının aksine bireyin sorumluluk alması gerektiği mesajını verir. Yönetmenin konuya yönelik düşünceleri yapılan çıkarımı destekler niteliktedir: "İnsan acizdir ama o durumdan çıkabilecek kabiliyeti vardır. Bunun için kendine ait değerleri bulmak zorundadır, aksi takdire acı çeker, belki de yok olup gider" (Deniz, 2009, s. 92).

Nokta'yı tasavvufla okumanın kendisini mutlu edeceğini söyleyen Derviş Zaim (Deniz, 2009, s. 92) gibi, Semih Kaplanoğlu da filmlerinde modern dönemin yarattığı boşluk duygusunun tanrı inancı ve geleneksel değerlerle aşılabileceği mesajını verir. Türkiye'de yaklaşık yüzyıl önce insanların maneviyatla ilişkilerinin koptuğunu ifade eden Kaplanoğlu, bahsedilen süreci "maneviyat gündelik hayattan dışarı atıldı. Sadece camilerin olması, onun gündelik hayatın içinde devam ediyor olduğu anlamına gelmez. Çünkü bir yaşama biçimine, sanata dönüşmediği sürece bu, sadece görünen bir şey olarak kalır. Yaşanan bu kopuşla birlikte manevi derinlik azaldı, insanların kendi hayatlarıyla ilişkisi tek yönlü materyalist bir bakış açısıyla sınırlandı" şeklinde yorumlar (Terek, 2010). Yerine yenilenmiş, diri bir şey koyulamadığı sürece modernitenin insan hayatını karmaşık bir hale getirdiğini düşünen Kaplanoğlu için (Büyükcoşkun, 2009) sanat bir çıkış yolu olabilir ve sanat "Allahu Teâlâ'nın izlerini aramak... İnsan yüzünde, eşyada, yaratılmışların hepsinde, O'nun izlerini görmek, şahid olmak ve o şahidliği kendi çapında paylaşmak"tır (Alcan ve Aparı, 2020). Günümüzde bunun aksine sanat algısının nihilizm vadettiğini dolayısıyla sanat aracılığıyla kendimize sorduğumuz sorulara uzun bir süredir cevap bulamadığımızı söyleyen Kaplanoğlu (NTV, 2010), bu noktayı aşabilmek için ürettiği filmlerde "görselliğin bütünlük ve güzellik içermesi, aynı zamanda içinde hakikate dair bir mana barındırması ve bütün bunların bir dengede olup insanda bir aşkınlık duygusu uyandırması" için çabalar (Şirin, 2017, s. 130). Söz konusu çabasını modern nihilizmin anlatım kalıpları dışında sürdürdüğünü söyleyen Kaplanoğlu (Aytaç ve Yücel, 2007: 22), sinematografisini

giderek aşkın bir sinema dili üzerine kurmayı amaçlar (Sözen, 2010). Onun filmlerinde bireyin iç dünyası ve yaşadığı çevreyle ilişkisi, yapılan soyutlamalar aracılığıyla daha üst bir anlam düzeyine taşınır ve böylelikle dünyevi olanın ötesine geçilir (Saydam, 2010, s. 59). Çünkü Kaplanoğlu için nihilizmden kurtulmanın yolu, bireyin kendi kudretini tek güç gibi görmeyip aczini idrak etmesidir (Şirin, 2017, s. 186). Modern döneme özgü değer hiçliğinin karşısına tanrı inancını koyarak Kierkegaard ve Dostoyevski'yle aynı yolu yürüten Kaplanoğlu'nun *Buğday'ı* (2017), yönetmenin değerleri değerlendirmesine yönelik önemli örneklerden biridir.

Film zaman- mekânın belli olmadığı bir dünyada şehirler ve ölü topraklar adıyla anılan ve keskin sınırlarla ayrılan iki farklı coğrafyada geçer. Ölü topraklar besin kaynaklarının tükendiği, iklim değişiminin en üst noktaya eriştiği, hayata dair izin neredeyse bulunmadığı bir mekândır. Şehir ise ölü toprakları terk etmiş insanların yeni bir yaşam kurduğu, teknolojinin-bilimin en üst düzeye ulaştığı korunaklı bir dünyadır. Ölü topraklardan şehre geçiş manyetik kalkanlarla kontrol edilmekte, yalnızca hastalığı bulunmayan 'seçilmişler' bahsedilen rahatlık bölgesinde yaşam şansına sahip olabilmektedir. Şehir her şeyin düzenli olduğu, güvenilir ve yaşanabilir dünyayı temsil eder ancak sinematografik öğelerle distopik bir mekân olarak gösterilir. Bu tasvir Kaplanoğlu'nun insanın doğadan kopuşuna, modernizme bir eleştirisi olarak okunabilir. Tıpkı Kierkegaard felsefesinde olduğu gibi *Buğday'* da rahatlık bölgesinde yaşayanlar, birey olma şansını kaçırmış, umutsuz ancak umutsuz olduğunun farkında olmayan insanlardır. Ne var ki varkalmanın yeterli olduğu bu yaşam tarzında besin kaynakları tükenir ve bir kaos yaşanır. Bu tehlikeyi önceden sezen şirketler, sahip oldukları teknolojik imkânlarla bir süredir genetiği değiştirilmiş tohum üretme çabasıdadır. Ana karakter Erol Erin'de sözü edilen şirkette görev yapan önemli bir bilim insanıdır. Araştırmalarında kendisinden önce aynı şirkette, aynı görevde bulunan Cemil'in çalışmalarına ve onun konuya ilişkin konuşmasının yer aldığı görüntülere rastlar. Cemil'in genetiği değiştirilmiş tohumlarla ilgili görüşleri şöyledir: "Kainattaki her şeyde bir M maddesi var ama bizim ürettiğimiz tohumlarda yok. Çünkü hiçbir şeyin ilk örneğini yapamıyoruz. Sıfırdan bir tohum yaratamıyoruz. Yaratsak da bir yerde bozuluyor işte. Çünkü havada, suda, toprakta olan özellik bu tohumlarda yok. Bizim ürettiğimiz tohumlar hayatı sağlayan bu döngünün bir parçası olamıyorlar, uyum sağlayamıyorlar. Hayat onları bir şekilde dışarı atıyor... Her genetik müdahalenin milyonlarca yıl devam eden köprüyü koparma tehlikesi var". Tüketime dayalı modern kültürün ulaştığı aşamayı distopik bir anlatıyla inşa eden film, bu andan sonra bambaşka bir hikâyeye yönelir. Erol aklındaki sorulara yanıt bulmak adına şehri terk edip ölü topraklarda yaşamı yeniden başlatmak için çabalayan, gittiği her bölgeye tohum bırakarak onların kaybolup kaybolmadığını yani yaşama dair bir izin olup olmadığını kontrol eden Cemil'i bulmaya karar verir ve manyetik alanı geçip ölü topraklara, Cemil'e ulaşır.

Bu, Erol'un kendini arayışına, sıradanlıktan kurtularak birey oluşuna şahitlik ettiğimiz filmin ikinci bölümüdür. İkili arasında Kuran'da yer alan Musa-Hızır kıssasından alıntılanan bir hikâyeye aktarılır. Tıpkı Kuran'da yer verildiği gibi Cemil, Erol'a kendisiyle yolculuk yapmanın zor olduğunu, bunu başaramayacağını söyler. Erol, Cemil'in bindikleri kayığı batırmak, bir çocuğu öldürmek gibi anlam veremeyip isyan etme noktasına geldiği olaylara şahit olsa da onun yanından ayrılmaz. Çünkü Cemil kıssalara atıfta bulunarak kayığı şehir yönetiminin ölü topraklardaki insanları öldürmek için kullandığı bir araçtan korunmak amacıyla batırmış ve ölü taklidiyle bu tehlikeyi savuşturmuştur. Çocuğu da tohumları ekecekleri temiz toprağı taşımaları sırasında Erol'u işten alıkoymasını nedeniyle öldürmüştür. İkili arasında geçen diyaloglar da yönetmenin değer arayışına yönelik ipuçları içermektedir. Örneğin Erol rüyasında tanımadığı anne ve babasını, hiç olmamış çocuklarını gördüğünü, onları hayatta tutmaya çalışırken bir ağacın bilmediği bir dilde kendisine bir şeyler söylediğini anlattığında Cemil şöyle karşılık verir: "Hep bir rüyadayız, öldüğümüz an uyanacağız". Benzer şekilde Erol, şehirde yaşanan olumsuzluklara bulduğu çözümden bahseder. Cemil alaylı bir ifadeyle cevap verir: "Kurtardınız yani dünyayı". "Bir süreliğine" der Erol. Tekrar Cemil alır sözü: "Ya kendinizi". Cemil'in neyi kastettiğini anlamayan Erol, başarısının terfiyle sonuçlandığından söz eder. Bu kez meseleyi belirginleştirmek adına "Peki öyleyse burada ne arıyorsunuz" diye sorar Cemil. "Sizi" cevabı üzerine niyetini açıkça belli eder: "Kendinizi arayın". Kierkegaard'ın insanın seçim ve tercihlerle tanrıyı bulma arayışı olarak tarif ettiği birey olma aşamasını (2007) Cemil bir

başka sahnede şöyle dile döker: “Bende sizin gibiydim. Benliğim ile yaşıyordum. Sonra ondan kurtulmak için elimden geleni yaptım. Ancak o zaman varlığın tek vücut olduğunu, benimde o vücudun bir parçası olduğunu görmeye başladım”.

Filmin mesajını taşıyan önemli anlardan biri de Cemil’in Erol’u saklanan temiz toprağa götürdüğü sahnedir. Bu toprağa ekilen doğal tohumlarla yaşam, ölü topraklarda yeniden başlayabilecektir. Ne var ki sözü edilen toprağın olduğu yer Cemil’in çabasına dayanak oluşturan, duvarlarında Arapça yazıların bulunduğu eski bir ibadethanedir. Her iki karakter de temiz topraklarla abdest alır ve filmin sonunda ekilen tohumla canlı yaşam tekrar başlar. Kaplanoğlu’nun modernizm karşısında sunduğu öneri nettir: Kierkegaard ve Dostoyevski’de olduğu gibi Tanrı inancı. Ancak eskiye dönüşe bir önderin, liderin öncülük etmesi (filmde Cemil) *Buğday’ı* Kierkegaard ve Dostoyevski’nin düşüncelerinin diğer kutbuna yerleştirir. Üstelik bu durum yalnızca Kaplanoğlu’nun *Buğday’ıyla* sınırlı değildir. Derviş Zaim’in ve Semih Kaplanoğlu’nun hemen her yapıtında, tanrı inancını egemen moral değer olduğu için sahiplenilen karakterlere rastlanır.

Örneğin Taşra Üçlemesinin kronolojik olarak ilk; hikâye bakımından son filmi *Yumurta* (Semih Kaplanoğlu, 2007), tanrı inancı yanında Kierkegaard’ın kalabalıklar (2007), Dostoyevski’nin sıradan insanlar olarak tanımladığı (2006) ve birey olabilmenin önünde engel olarak yorumladıkları toplumun yaşamını-inançlarını kutsayan bir filmidir. Şöyle ki serinin ilk filmi *Bal’da* (Semih Kaplanoğlu, 2010) Yusuf’un çocuk yaşta şiirle tanışmasına ve doğayla iletişim kurmasına vesile olan babasının ölümü, onun doğayla bağı yitirmesine, doğadan uzaklaşıp özne olmaya başlamasına neden olmuştur (Civan, 2010, s. 69). Kültürel özne oluşun belirginleştiği serinin ikinci filmi *Süt* (Semih Kaplanoğlu, 2008), Yusuf’un annesiyle yaşadığı ekonomik sıkıntılara, epilepsi nedeniyle askere alınmamasına ve taşradan uzaklaşma isteğine odaklanır. Yusuf’un hayali, yazdığı şiirleri yayınlamak ve şair olabilmektir. *Yumurta* seyirciye Yusuf’un hayalinin peşinden koştuğunu ancak yapabildiği tek şeyin İstanbul’da sahafılık olduğunu gösterir. Kaplanoğlu’nun ifadesiyle *Süt’de* hormonal, duygusal ve eylemsellik olarak doğadan kopuş *Yumurta’da* “daha materyalist ve dünyevi bir bakış(a)” evrilmiştir (Şirin, 2017, s. 223). Filmin başında orta yaşlardaki Yusuf’u “Sahaf dükkanının bir köşesinde tek kişilik yatağına girip uyumaya hazırlanan, omuzları çökmüş, şarap şişesinin sonuna gelmiş, tek başına, suskun, yalın bir adam” (Suner, 2012, s. 68) olarak görürüz. ‘Ev’den uzakta olmasının yarattığı sıkıntı, mutsuzluk ve huzursuzluk Camus’nün kahramanlarını andırır da (Büker ve Akbulut, 2009, s. 4), örneğin Meursault’un (Camus, 2006) egemen değerlerden bilinçli kopuşuna, başkaldırısına ya da yaşamı kutsamasına tanıklık etmeyiz Yusuf’da. Onun sorunu, içinde yaşadığı çağın pratiklerine ayak uydurarak kendini kaybetmek değil, kabuğuna çekilmek başka bir deyişle yabancılaşmak değil yalnızlaşmaktır (Büker ve Akbulut, 2009, s. 162). Dolayısıyla Yusuf’u değerlerinden kopmuş olmaktan çok, sapmış biri olarak okumak yanlış olmayacaktır. Kaplanoğlu değer yaratmakla değerleri keşfetmek arasındaki tercihi Yusuf’u köyüne döndürerek gösterir. Annesinin ölüm haberini alan Yusuf bir zamanlar uzaklaşmak, ‘kopmak’ istediği köyüne geldiğinde bir süre uyum sağlayamaz. Zira modern kültürün içindeki yalnızlığı, onu geleneksel değerlere yabancılaştırmıştır. Yönetmenin modern yaşama alternatif olarak sunduğu taşra hayatını betimlerken Kierkegaard’dan ya da Dostoyevski’den uzaklaşması da bu noktadan sonra başlar. Aklında sürekli İstanbul’a dönme fikri olan Yusuf, çeşitli sebeplerle amacını gerçekleştiremez. O, bir yandan ezan sesiyle rahatlar, diğer yandan bir süre dirense de toplumun baskısına karşı koyamayarak annesinin vasiyeti üzerine kurban kesip arınma yaşar. Taşradaki insanların samimiyetini, Yusuf’un annesine yardıma gelen Ayla karakteriyle yansıtan Kaplanoğlu, kapitalizm ve modernizmin karşısına tanrı inancını koymak isterken, köydeki insanların yaşama karşı sade bakışına odaklanmakta böylelikle sorgulanmayan geleneksel değerleri olumlamaktadır.

Bağlılık Aslı’da (Semih Kaplanoğlu, 2019) şehir yaşamının içindeki koşuşturmayla annelik duygusundan uzaklaşan Aslı’nın, bebeğine bakmak için gelen yardımcısına hissettiği güvensizliğin altını çizen yönetmen, vicdan-merhamet gibi duyguları filmin sonunda kurtuluş olarak göstermekte, Aslı ölen yardımcısının çocuğuna da annelik etmektedir. Aynı şekilde Tolstoy’un *İnsan Ne ile Yaşar* (2014) romanını

anumsatan *Bağlılık Hasan'* da (Semih Kaplanoğlu, 2021), kamerasını taşrada yaşamını sürdüren bir çiftçinin para kazanma hırsına çeviren Kaplanoğlu, Hasan karakteriyle arasına mesafe koyarken; köyün inanan insanlarına sempatiyle yaklaşmakta, hak, helallik vb geleneksel değerleri olumlamaktadır. Örneğin eşiyle hacca gitmek isteyen ve görünüşte İslam'a göre yaşamını sürdüren Hasan, abisini kandırarak onun topraklarını alır, borcu nedeniyle tarlasını satmak zoruna kalan ancak alıcı çıkmadığı için zorlanan arkadaşıyla tarlayı satın almak için olması gerekenin çok daha altında bir fiyata anlaşır. Hasan, 'gerçek'lerle ya da anlatıda altı çizilen 'iyi'yle hacca gitmek için imamın tavsiyesine uyup herkesten helallik istediği zaman karşılaşır. Film, seyircide Hasan'ın elma bahçesinden başına yağın elmaları, daha fazla ürün almak için kullandığı metotlarla eşinin baktığı hayvanlara verdiği zararı göstererek doğanın intikam aldığı duygusu uyandırır. Ancak doğaya yapılan vurgu, beraberinde sorgulanmadan öğreti olarak kabul edilen ve adına gelenek diyebileceğimiz toplumsal inanışları da taşır. Dolayısıyla Hasan'ı 'doğru yola' iten neden, değerlerden kopma ya da Bataille'in belirttiği gibi (2004, s. 163) toplumsal kabulleri bilinçli olarak yıkmaya girişimini ifade eden pozitif kötülük değil, kendi çıkarlarına göre davranan, değerlerinden sapmış birinin yaşadığı kötülüktür.

Batı'nın doğayı ehlileştirme çabasının karşısında politik bir duruşu olan Derviş Zaim'in filmlerinde de doğaya yapılan vurgu beraberinde 'sürü/son insan'ın (Nietzsche, 1964) yaşamını kutsayan bir aşamaya ulaşır. Yönetmenin ifadesiyle "kökü çok eskilere giden koyun yıkama geleneğini odağına alan *Devir*, insanlığın çevre ile ilişkisinin kapitalist topluma göre daha doğrudan yaşandığı zamanları hatırlatır" (Zaim, 2013a). Filmde Kierkegaard, Dostoyevski gibi nihilizmi aşmak için 'değer üreten' isimlerin kurtuluşa giden yol olarak önerdiği birey olabilme düşüncesinin aksine 'herkes gibi' olma arzusu ön plana çıkar. Yağmur duası sahnesiyle kuraklığa dolayısıyla iklim değişikliğine gönderme yapan *Devir* (Derviş Zaim, 2013), doğal yollarla ölen ya da yenmek için kesilen bir hayvanın kemiklerini gömen, bu durumda hayvanın tekrar dünyaya geldiğinde sağlıklı olacağına inanan köylülerin yaşamına odaklanır. Kutsal olduğuna inanılan bir ağaca dua etmek gibi sahnelerle desteklenen geleneksel inanca-yaşama yapılan vurgu, koyun yıkama şenliği gibi bir ritüel vasıtasıyla kapitalizme karşı da duruş sergiler. Çobanların yayladan indiklerinde sürü lideri olarak seçtikleri bir koyunu, köyün yakınındaki mezrada bulunan bir kayadan yonttukları kırmızı tozla boyamaları ve her çobanın sürüsünü dereden geçirerek yarıştıkları seremoni, mermer ocağının kayaların bulunduğu mekânı satın almasıyla sona erer. Durum köyde yaşanan kıtlık nedeniyle İstanbul'a çalışmaya giden Ali'ye haber verilir ve Ali çözümü tüccardan boya tozu almakta bulur. Ancak bu toz tıpkı Kaplanoğlu'nun *Buğday*'ında genetiği değiştirilmiş tohumların sürdürülememesi gibi gerçeğinin yerinin tutmaz. Televizyonda genetiği değiştirilmiş yemlerle beslenen hayvanların eksik uzuvla doğduklarına yönelik metaforlarla güçlendirilen içerik, Ali'nin köye dönüp geleneği sona erdiren şirkette işe girmesiyle nihayete erer. Şirketin mühendisi, kedisine şoförlük yapan Ali'yi de alıp geyik avına çıkar ve öldürdüğü hayvanın boynuzlarını alıp cesedi gömmeden oradan uzaklaşır. Ali kendisine öğretildiği şekliyle ölen hayvana tahtalardan boynuz yapar. Eski bir inanışın yerine getirilmesi nedeniyle olsa gerek, Ali dönüş yolunda toz elde edilen bir kayaya rastlar. Böylelikle kapitalizmin karşısına doğayı koymayı hedefleyen *Devir*, en az doğa kadar geleneksel inanışları ve bu inanışları sürdüren insanların yaşam tarzlarını olumlamış olur.

Balıkçı kasabasında yaşayan ve konuşamayan bir kız çocuğuna sahip olan Kaya-Filiz çiftin öyküsünü anlatan *Balık*'da da (Derviş Zaim, 2014) aynı temalar ön plandadır. Filmde, kızları Deniz'in iyileşmesi için tıbbı güvenen Kaya ile; rüyalarında kızının iyileşmesi için nasihatler veren ölmüş babasını gören ve bunları eyleme geçirmek isteyen anne Filiz arasındaki gerilim yoluyla, geleneksel-modern çatışması sergilenir. Zaim seçimini Filiz'den yana kullanır ve para kazanma hırsıyla dolu Kaya'ya, daha fazla balık avlaması için kimyasal kullanır. Ancak bu, köydeki birçok kişinin zehirlenmesine, Filiz'in ölümüne neden olur. Bu andan sonra Kaya, tıpkı Raskolnikov gibi hiç kimse gerçeği bilmemesine rağmen polise teslim olur. Kaya'nın Raskolnikov'dan farkı, *Nokta*'nın Ahmet'inde olduğu gibi göle kimyasal zehir bırakırken yaptığının yanlış olduğunu bilincinde taşımasıdır. Film bu 'değer arayışı'nun yanında, Kaya'yı hapisten izin alıp çıktığında kızına dedesinin nasihat ettiği bir balığı almasıyla, yani köy sakinlerinin ve Filiz'in ilk andan buyana sahip oldukları vicdan duygusuyla final yapar.

Geleneksel sanatlarla bağıni gölge oyunuyla kuran *Gölgeler ve Suretler*'de (Derviş Zaim, 2010) ise geleneksel inanca yapılan vurgu açılıştadır. Film seyircisini Hacivat ve Karagöz'ün şu diyaloguyla selamlar: "Hacivat'ım, insanlar görünmez olsalardı neler yaparlardı?" Hacivat: "Çalar, çırpır ham yaparlardı, isterlerse katliam yaparlardı". Karagöz: "Hacivat'ım, insanlar bu rezillikleri neden yaparlardı?". Hacivat: "Yakalanmaktan korkmayacakları için yaparlardı". Karagöz: "Peki Hacivat'ım, hem görünmez olmak hem de iyi bir insan olmak mümkün müdür?". Hacivat: "Gölgene dikkat edeceksin müdür, karanlık tarafına hükmedeceksin. Gel şu mağaraya da gölgene bak şimdi". Dionysos-Apollon karşıtlığında seçimini Apollon'dan yana kullanan diyalog bu aşamada kesilir ve gölge oyuncusu kızımdan kendisine yardım etmesini ister. Kızının Hacivat ve Karagöz'den hoşlanmadığını söylemesi üzerine baba şunları söyler: "Bu oyun bana gölgeyi gösterdi. Böylece beni kurtardı. İlerde seni de kurtarabilir kızım". Kıbrıs'ta yaşanan Rum-Türk gerilimini insanın içindeki kötülük olgusundan hareketle inceleyen film, bu sahnenin ardından baba kızın çıkan çatışmalardan kaçışlarına ve babanın konuşmadığı kardeşinin yaşadığı eve ulaşmalarını anlatır. Bir sohbette baba, kızına yukarıda bahsedilen içeriğe benzer şeyler söyler: "Gölge oyunu ruh terbiyesi içindir. Akli ve kalbi terbiye etmek için". Ertesi gün kardeşine ve kızına evinden kaçarken yanına aldığı tek şeyi, gölge oyununda kullandığı Karagöz maketini verir baba, öldüğünde onu gömmeleri gerektiğini söyleyerek. Çünkü ona göre maket gömülmezse ruhuna azap verecek, geride kalanlara uğursuzluk getirecektir. Kardeşinin ve kızının batıl inanç olduğuna yönelik telkinlerine kulak asmayan baba, çıkan bir çatışma sonrası ortadan kaybolur. Amca-kız film boyunca onu arar. Kızı, babasının öldüğünü düşündüğü anda maketin gömülmesini ister. Bu andan sonra çatışmalar durur, kızı babasını Türklerin bulunduğu bir mekanda gölge oyunu yaparken bulur. Kızına kavuşan baba, oyunu şu sözlerle sürdürür: "Belki bir gün aklımız, ruhumuz, hırslarımız arasında denge olur. İyi insanlar olur, olursa mağaradan korkmadan da çıkarız". Filmin mesajı nettir: Kurtuluş geleneksel değerlerde, geçmiştir.

Sonuç

1990'lı yılların ortalarından itibaren Yeşilçam'ın anlatı kalıplarını ve ticari mantığını kırarak yeni bir döneme giren Türk Sineması, modernizmin insan üzerinde yarattığı tahribata, bireyin yeni değerlere uyum sağlama sürecinde yaşadığı anlamsızlık duygusuna ve benimsenmesi istenilen yeni değerlerin doğurduğu anonimleşme tehlikesine başka bir deyişle nihilizme sebep olduğuna odaklanmıştır. Dönemin öncü yönetmenleri, aynı dertten mustarip 19. yüzyıl düşünce ve edebiyat insanları gibi nihilizmi aşmanın yollarını aramış, bu arayışta Nietzsche, Camus, Sartre'la; Kierkegaard, Tolstoy, Dostoyevski arasındaki farklılığa benzer şekilde birbirlerini yadsıyan yollara başvurarak, bambaşka sonuçlara ulaşmışlardır.

Yapılan inceleme, nihilizmi aşmayı ve değer yaratmayı amaçlayan Derviş Zaim ve Semih Kaplıanoğlu sinemasında nihilizmin nasıl tasvir edildiği, adı geçen yönetmenlerin değersizlik duygusuna çare olarak sundukları yol haritasının felsefeyle olan ilişkisi ve bunun değer üretmek mi değerleri keşfetmek mi anlamına geldiği sorularını cevaplamaya çalışmış, aynı zamanda Derviş Zaim ve Semih Kaplıanoğlu'nun nihilizmi aşmak için sunduğu önerilerle, sorunun çözümünde aynı noktayı işaret eden düşünür/yazarlar arasındaki benzerlikleri/farklılıkları ortaya koymayı amaçlamıştır. Genel cepheden bakıldığında açığa çıkan sonuç, nihilizmin Zaim ve Kaplıanoğlu sinemasında modernizmin ve kâr odaklı kapitalizmin sebep olduğu değer kaybıyla tasvir edilmiştir. Zira her iki yönetmenin de daha fazla para kazanmayı ya da kişisel çıkar elde etmeyi, sahip oldukları değerlere önceleyen karakterler kurguladıkları dolayısıyla değerlerinden kopan değil, değerlerinden sapan insana yöneldikleri gözlemlenmiştir. Derviş Zaim sinemasında inançlarının ve değerlerinin aksine zevk için Frenk resimleri çizen Eflatun, el yazması kuranı satan Ahmet, daha fazla balık avlamak için gölü zehirleyen Kaya; Semih Kaplıanoğlu sinemasında kazanç için, kasabasını terk ederek İstanbul'a yerleşen Yusuf, çocuğuna yeterli ilgiyi gösteremeyen Aslı, arkadaş ve akrabalarını dolandıran Hasan sözü edilen karakterler arasındadır. Öte yandan nihilizmi değerlerin ikinci plana itilmesiyle açıklayan bu yaklaşım çözümü tanrı inancında, toplumsal ahlakta, vicdanda ve geleneksel değerlerde arama yoluna girmiştir. Çalınmasına sebep olduğu kuranı sahibine teslim eden ve

öldürdüğü arkadaşının mezarını ailesine gösteren Ahmet, zehir döktüğü gölden beslendiği için eşi ölen ve kimsenin haberi olmasa da polise suçunu itiraf eden Kaya, avlanarak parçalanan bir geyiğin boynuzlarını hayvanın yanına koyarak eski bir inancı yerine getiren ve bu yolla geleneksel köy şenliğinin devam etmesine imkân veren Ali, geleneksel değerleri ve vicdanı kurtuluş olarak resmeden Zaim karakterleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Benzer şekilde hor gördüğü ve haksız yere şüphelendiği bakıcısının ölümü üzerine onun çocuğuna annelik yapan Aslı, uzun yıllar sonra döndüğü kasabasında kendisine gösterilen ilgiyle seyirci kalamayan Yusuf, dolandırdığı kardeşinin yakaladığı ölümcül hastalığı öğrenen pişman olan Hasan, Kaplanoğlu'nun nihilizmi aşmada vicdanı ön plana çıkaran karakterleri olarak perdeye yansımıştır.

Çalışmada elde edilen diğer bir sonuç, kurtuluşu tanrı inancına ve geleneksel değerlere dönmekte bulan her iki yönetmenin sundukları öneriyle, benzer bir iddiayı dile getirirler de düşünce dünyasında derin izler bırakan Kierkegaard, Tolstoy ve Dostoyevski'yle uyumsuzluk yaşadıklarıdır. Zira Zaim ve Kaplanoğlu, kişinin ancak bireysel varlığını kazanarak tanrı inancına sahip olabileceğini iddia eden Kierkegaard'ın, nihilizmin değerleri tümüyle yadsıyarak iyi ile kötünün yerini değiştirdikten sonra aşılacağına inanan Dostoyevski'nin ve tanrıya inanmasındaki en büyük etkenin, onu yitirmesi olduğundan bahseden Tolstoy'un aksine toplumsal kabullerin dışına çıktıkları için vicdan azabı çeken ve hakim değerlerin korunaklı limanına çekilen karakterler yaratmışlardır. Öte yandan *Buğday*'de Erol'un; *Devir*'de Ali'nin anlamsızlık ve boşluk duygusunu aşmalarına bir başkasının öncülük etmesi, bireyin anonimleşmesi dolayısıyla nihilizmin yeniden üretilmesi tehlikesini doğurmuştur. Özetle çalışmada, yaptıkları sinemada nihilizmi aşma çabasına giren Zaim ve Kaplanoğlu'nun, hem gösterdikleri hedefin bir zamanlar egemen değer olması hem de karakterlerinin bu hedefe yönelimlerinde bir başkasının etkisi altında kalmaları nedeniyle değer yaratmaktan çok değerleri keşfeden bir yola başvurdukları sonucuna ulaşılmıştır.

Notlar

¹ Bu değerleri baş değer olarak değerlendirmek.

² *Cenneti Beklerken* (2006), *Nokta* (2009), *Gölgeler ve Suretler* (2010).

³ Kierkegaard kişisel tatmine ve hazza odaklanan, gündelik tutkuluların esiri olan, seçimleriyle kendini belirlemekten uzak insanı tanımlamak için ilk varoluş aşaması olarak değerlendirdiği estetik varoluş ifadesini kullanır. Filozofa göre estetik varoluş aşamasındaki kişi, anlamı kendisi bulmaktan çok dışsal faktörlerde arar dolayısıyla gerçeği bulma notasında umutsuzluğunun farkında olmadan derin bir umutsuzluk yaşar (2013, ss.70-75).

⁴ Bu aşamada birey anlık hazların peşinden sürüklenmeyi ve kendi dışındaki dünyaya duyarsızlığını sona erdirir. Seçimlerini kendi belirler, kendi olmanın yollarını arar ve sorumluluklarını üstlenir. Ahlak kuralları ve sınırlamalar bu aşamada kişinin kendini belirlemede önemlidir (Cevizci, 2012, ss. 940-942).

Kaynakça

Adorno, T. (2005). *Minima Moralia*, Çev. Orhan Koçak. İstanbul: Metis Yayınları.

Alcan, M - Aparı, S. F. (2020). Yönetmen Semih Kaplanoğlu: Bizim Şimdi Ütopyalar Üretmemiz Lazım. AA.com.tr. <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/yonetmen-semih-kaplanoglu-bizim-simdi-utopyalar-uretmemiz-lazim/1799731#> (04.01.2022).

Atam, Z. (2010). *Uzun Bir Yolculuğun Hikayesi; Ayrık Bir Yönetmenin İzinde. Derviş Zaim Sineması: Toplumsalın Eleştirisinden Geleniğin Estetiğine Yolculuk*, Ed. Aslıhan. Doğan Topçu, ss. 56-93. İstanbul: De Ki Yayınları.

Atam, Z. (2011). *Yakın Plan Türkiye Sineması*. İstanbul: Cadde Yayınları.

Aytaç, S & Yücel, F (2007). Semih Kaplanoğlu'ndan Yumurta: 'Dünyevi Olanın Arka Planı'. *Altyazı Dergisi*. Sayı: 67, ss. 20-22.

- Ayvazoğlu, B. (1997). Geleneğin Direnişi. İstanbul: Ötüken Yayınları.
- Barrett, W. (2016). İrrasyonel İnsan. Çev. Salih Özer. Ankara: Hece Yayınları.
- Bataille, G. (2004). Edebiyat ve Kötülük. Çev. Ayşegül Sönmezay. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Büker, S & Akbulut, H. (2009). Yumurta: Ruh'a yolculuk. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Büyükcoşkun, M. E. (2009). Miracın İçkisi Süt. <https://www.dunyabizim.com/soylesi/miracin-ickisi-sut-h418.html> (14.02. 2022).
- Camus, A (1994). Denemeler. Çev. Sabahattin Eyuboğlu ve Vedat Günyol. İstanbul: Say Yayınları.
- Camus, A (2006). Yabancı. Çev. Vedat Günyol. İstanbul: Can Yayınları.
- Cevizci, A. (2012). Felsefe Tarihi: Thales'ten Baudrillard'a. İstanbul: Say Yayınları.
- Civan, C. (2009). Tabutta Rövaşata: Vicdanı Yaralamak. Yönetmen sineması: Derviş Zaim. Ed. Ayşe Pay, ss. 9-23. İstanbul: Küre Yayınları.
- Civan, C. (2010). Bal'ın Katmanları: Zaman, Deneyim ve Şiir. Yönetmen Sineması: Semih Kaplıanoğlu, Ed. Ayşe Pay, ss. 61-73. İstanbul: Küre Yayınları.
- Copleston, F. (1998). Nihilizm ve Materyalizm. Çev. Deniz Canefe. İstanbul: İdea Yayınevi.
- Çestov, L. (2007). Nietzsche ve Tolstoy'da İyilik Fikri. Çev. Işık Ergüden. İstanbul: Versus Kitap.
- Çıplak, C. (2014). 'Sinema Nihilizmin Batağında'. Cumhuriyet Gazetesi, <https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/sinema-nihilizmin-bataginda-123646> 26 Eylül. (11.12.2021).
- Daldal, A. (2015). Ulusal Sinema Kavramı Ve Yeni 'Türk Sineması' Üzerine. Türk Film Araştırmalarında Yeni Yönelimler 11: Sinema Ve Yeni. Ed. Deniz Bayraktar, ss. 13-29. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Daldal, A. (2016). Caligari'den Hitler'e Distopyalardan Yeni Türkiye'ye. Birikim Dergisi, S. 323: 91-98.
- Daldal, A. (2018). 1995 Sonrası Türkiye Bağımsız Sineması'nda Yeni "Siyasallaşma" Biçimleri: Masumiyet, Doğa, Kimlik. Doğu Batı Dergisi- Floraya Ağıt: Doğa, S. 83: 278-299.
- Deleuze, G. (2010). Nietzsche Ve Felsefe. Çev. Ferhat Taylan. İstanbul: Norgunk Yayınları.
- Deniz, T. (2009). Derviş Zaim: Yapmaya Çalıştığım Sinemada Değer Üretme Çabası Var. Yönetmen Sineması: Derviş Zaim. Ed. Ayşe Pay, ss. 75-92. İstanbul: Küre Yayınları.
- Deniz, T. (2010). Canı Sıkılan Filmler: Türk Sinemasında Nihilist İzler. Hayal Perdesi Dergisi, <https://www.hayalperdesi.net/dosya/58-cani-sikilan-filmler-turk%20sinemasinda%20nihilist-izler.aspx> (21.11.2020).
- Diken, B (2011). Nihilizm. Çev. Aylin Onacak. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Dostoyevski, F. (2006). Suç ve Ceza. Çev. Mazlum Beyhan. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Er, F & Civan, C. (2010). Semih Kaplıanoğlu ile Taşra ve Zaman ve Sinema. Yönetmen Sineması: Semih Kaplıanoğlu, Ed. Ayşe Pay, ss. 73-85. İstanbul: Küre Yayınları.
- Fromm, E. (1996). Özgürlükten Kaçış. Çev. Şemsa Yeğın. İstanbul: Payel Yayınları.
- Gasset, O. (2015). Tarihsel Bunalım ve İnsan. Çev. Neyire Gül Işık. İstanbul: Metis Yayınları.
- Heidegger, M. (2001). Nietzsche'nin Tanrı Öldü Sözü. Çev. Levent Özşar. Bursa: Asa Kitabevi.
- Işıklar, U. (2021). Nuri Bilge Ceylan Sinemasında Nihilizm. İstanbul: Klaros Yayınları.
- Kabil, İ. (2009). Önsöz. Yönetmen Sineması: Derviş Zaim. Ed. Ayşe Pay, ss. 5-6. İstanbul: Küre Yayınları.

- Kaplanoğlu, S. (2017). Buğday [Sinema Filmi].
- Kaplanoğlu, S. (2007). Yumurta [Sinema Filmi].
- Kaplanoğlu, S. (2008). Süt [Sinema Filmi].
- Kaplanoğlu, S. (2010). Bal [Sinema Filmi].
- Kaplanoğlu, S. (2019). Bağlılık Aslı [Sinema Filmi].
- Kaplanoğlu, S. (2021). Bağlılık Hasan [Sinema Filmi].
- Karasu, Bilge. (2009). Öteki Metinler. İstanbul: Metis Yayınları.
- Kierkegaard, S. (2002). Korku ve Titreme. Çev. İbrahim Kapaklıkaya. İstanbul: Anka Yayınevi.
- Kierkegaard, S. (2007). Ölümçül Hastalık Umutsuzluk. Çev. M. Mukadder Yakupoğlu. İstanbul: Doğu Batı Yayınları.
- Kierkegaard, S. (2013). Kişiliğin Gelişiminde Etik- Estetik Dengesi. Çev. İbrahim Kapaklıkaya. İstanbul: Araf Yayınları.
- Kuçuradi, I. (1967). Nietzsche ve İnsan. İstanbul: Yankı Yayınları.
- Kuçuradi, I. (1998). İnsan ve Değerleri. İstanbul: Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları.
- Kuçuradi, I. (1999). Sanata Felsefeyle Bakmak. Ankara: Ayraç Yayınevi.
- Kuçuradi, I. (1999a). Etik. İstanbul: Türkiye Felsefe Kurumu.
- Küçükalp, D. (2005). Politik Felsefede Nihilizm Sorunu: Nietzscheci Bir Tartışma. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Bursa: Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Küçükalp, K. (2017). Nietzsche ve Postmodernizm. İstanbul: Kibele Yayınları.
- Nietzsche, F. (1964). Böyle Buyurdu Zerdüşt. Çev. A. Turan Oflazoğlu. İstanbul: Bilgi Yayınevi.
- Nietzsche, F. (2000). Deccal. Çev. Ayça Kaya. İstanbul: Hil Yayınları.
- Nietzsche, F. (2002). Güç İstenci. Çev. Sedat Umran. İstanbul: Birey Yayıncılık.
- Nietzsche, F. (2013). Ahlakın Soykütüğü Üstüne. Çev. Ahmet İnam. İstanbul: Say Yayınları.
- NTV (2010, Mar 31). Semih Kaplanoğlu İle Söyleşi: Altın Ayı Etkili Olacak Mı Göreceğiz. <https://www.ntv.com.tr/turkiye/altin-ayi-etkili-olacak-mi-gorecegiz,-7adEEoWuEyJg47NzwiRMg> (05.09.2019).
- Öperli, N & Yücel, F. (2006). Zeki Demirkubuz Söyleşisi. Altyazı Dergisi, S. 56: 18-25.
- Pearson, K. A (1998). Kusursuz Nihilist. Çev. Cem Soydemir. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Pösteği, N. (2012). 1990 Sonrası Türk Sineması. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Savaş, H. (2019, Jul). Film Eleştirisinde Biçim-İçerik Sorunu. Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi. 6 (17): 18-36.
- Savater, F. (2008). Nietzsche'nin İdeası. Çev. Saliha Nilüfer. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Saydam, B. (2010). Soyutlamalar Aracılığıyla Bir Dil Yaratma Çabası: Süt. Yönetmen Sineması: Semih Kaplanoğlu. Ed. Ayşe Pay. ss. 49-60. Küre Yayınları.
- Simmel, G. (2011). Modern Kültürde Çatışma. Çev. Tanıl Bora-Nazile Kalaycı-Elçin Gen. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Sözen, M. F. (2010). Türk Sinemasında İki Farklı Deneme: Derviş Zaim Ve Semih Kaplanoğlu Sinemasında Dil Arayışları. Akdeniz Sanat Dergisi, (3). S. 5: 127-145.

- Suner, A. (2012). Yusuf'u Yanlış Anlamak: Semih Kaplanoğlu'nun Yumurta-Süt-Bal Üçlemesi Üzerine. Bir Kapıdan Gireceksin: Türkiye Sineması Üzerine Denemeler. Ed. Umut Tümay Arslan. ss. 57-71 İstanbul: Metis Yayınları.
- Süalp A, Z. T. (2006). Sırları Dökük Aynadan Geçerken. Radikal II.
- Süalp A, Z. T. (2010). Geniş Zamanlı Tarihin Şiiri. Derviş Zaim Sineması: Toplumsalın Eleştirisinden Geleneğin Estetiğine Yolculuk. Ed. Aslıhan Doğan Topçu. ss. 10-26 İstanbul: De Ki Yayınları.
- Swingewood, A. (1996). Kitle Kültürü Efsanesi. Çev. Aykut Kansu. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Şestov, L. (2017). Dostoyevski ve Nietzsche Trajedinin Felsefesi. Çev. Kayhan Yükseler. İstanbul: Notos Yayınevi.
- Şirin, U. (2017). Yusuf'un Rüyası. İstanbul: H Yayınları.
- Teksoy, R. (2007). Rekin Teksoy'un Türk Sineması. İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Terek, T. (2010). Bal. Taraf Gazetesi http://www.kaplanfilm.com/tr/honey_news_tugba_tekerek.php (27.06.2021).
- Tezcan, G & Tonbaz Y. (2013). Derviş Zaim: "Modernizm Herkesi Birbirine Benzetmeye Çalışıyor". Film Arası Aylık Sinema Dergisi, S. 32: 31.
- Tolstoy, L. N. (2005). İtirafımlarım. Çev. İhsan Özdemir. İstanbul: Antik Dünya Klasikleri.
- Tolstoy, L. N. (2014). İnsan Ne İle Yaşar. Çev. Hasan İlhan. İstanbul: Alter Yayıncılık.
- Topçu, A. D. (2010). Minyatür Aynasından Sinemaya Yansıyanlar: Cenneti Beklerken'de Anlatı ve Anlam. Derviş Zaim Sineması: Toplumsalın Eleştirisinden Geleneğin Estetiğine Yolculuk. Ed. Aslıhan Doğan Topçu. İstanbul: De Ki Yayınları.
- TRT Akademi (2018). Röportaj- Derviş Zaim: "Türkler Yapı Bozumunun Ustalarıdır". S. 5, 362-372
- Yalom, I. (2001). Varoluşçu Psikoterapi. Çev. Zeliha İ.Babayiğit. İstanbul: Kabalıcı Yayınevi.
- Yavuz, H. (2010). Derviş Zaim Filmlerinde İslam Estetiğinin Yeniden İnşası: Cenneti Beklerken ve Nokta. Derviş Zaim Sineması: Toplumsalın Eleştirisinden Geleneğin Estetiğine Yolculuk. Ed. Aslıhan Doğan Topçu. ss. 190-195. İstanbul: De Ki Yayınları.
- Yücel, F. (2009). Reha Erdem'le A Ay'dan Kosmos'a. Reha Erdem sineması: Aşk ve İsyan Ed. F. Yücel. ss. 143-191. İstanbul: Çitlembik Yayınları.
- Zaim, D. (1996). Tabutta Rövaşata [Sinema Filmi].
- Zaim, D. (2006). Cenneti Beklerken [Sinema Filmi].
- Zaim, D. (2009). Nokta [Sinema Filmi].
- Zaim, D. (2009a). Nokta. <https://www.derviszaim.com/film/nokta/> (20.04.2021).
- Zaim, D. (2010). Gölgeler ve Suretler [Sinema Filmi].
- Zaim, D. (2013). Devir [Sinema Filmi].
- Zaim, D. (2013a). Devir. <https://www.derviszaim.com/film/devir/> (23.04.2021).
- Zaim, D. (2014). Balık [Sinema Filmi].
-



Türk Sinemasında Bir Yönetmen Biyografisi: Lütfi Ömer Akad

A Director Biography in Turkish Cinema: Lütfi Ömer Akad

Atacan ŞİMŞEK¹ 

Geliş Tarihi (Received): 26.09.2023

Kabul Tarihi (Accepted): 21.10.2023

Yayın Tarihi (Published): 23.10.2023

Öz: Lütfi Ömer Akad, yaşamı boyunca Türk sinemasına önemli katkılar vermiştir. Türk sinemasında sinemacılar dönemini başlatan, eşik filmi olarak kabul edilen *Kanun Namına* filmi çekerek yönetmen, kamerayı sokağa taşımıştır. Yalın ve sade bir sinema dili benimseyen yönetmen halk hikâyelerinden, atasözlerinden yararlanmış, Türk sinemasına özgü bir üslup geliştirmek istemiştir. Toplumsal gerçekçi bir çizgide çektiği filmlerle içinde yaşadığı topluma ayna tutan bir sanatçı olmuştur. Bu sebeple yönetmenin filmlerinin ve hayatının akademik bir çalışma içerisinde incelenmesi önemlidir. Çalışmanın amacı, çektiği ilk filmlerden televizyon için yaptığı filmlere kadar Lütfi Ömer Akad sinemasını incelemektir. Çalışma nitel bir çalışma olup, yönetmenle ilgili kitaplardan, gazete haberlerinden, çeşitli belgelerden elde edilen bilgiler analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda Lütfi Ömer Akad'ın Türk sinemasına önemli katkılar veren bir yönetmen olduğu, yalın ve sade bir sinema dili kullanarak, Türk sinemasına özgü bir üslup oluşturmaya çalıştığı gibi sonuçlara ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Lütfi Ömer Akad, Türk Sineması, Kanun Namına

&

Abstract: Lütfi Ömer Akad made significant contributions to Turkish cinema throughout his life. He shot *Kanun Namına* film, which is considered to be the film that started the era of filmmakers in Turkish cinema, and took the camera to the streets. The director adopted a plain and simple cinema language and benefited from folk stories and proverbs. He wanted to develop a style specific to Turkish cinema. He made films in a social realist line. He became an artist who held a mirror to the society he lived in. For this reason, it is important to examine the director's films and life in an academic study. The aim of the study is to examine the cinema of Lütfi Ömer Akad, from his first films to his television films. The study is a qualitative study. Information obtained from books, newspaper news and various documents about the director was analyzed. As a result of the study, it was concluded that Lütfi Ömer Akad was a director who made significant contributions to Turkish cinema and that he tried to create a style specific to Turkish cinema by using a plain and simple cinema language.

Key Words: Lütfi Ömer Akad, Turkish Cinema, Kanun Namına

Atıf/Cite as: Şimşek, A. (2023). Türk Sinemasında Bir Yönetmen Biyografisi: Lütfi Ömer Akad, Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 8 (16): 126-142.

İntihal-Plagiarizm/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, e- posta: atacansmsk@gmail.com, ORCID: 0000-0002-7380-3678

Giriş

Yüzüncü yılını geride bırakan Türk sineması, sinema teorisyenleri tarafından çeşitli dönemlere ayrılmaktadır. Başlangıç döneminden 40'lı yıllara kadar olan dönem "Tiyatrocular Dönemi" olarak adlandırılmaktadır. Bu dönemde Türk sineması, Muhsin Ertuğrul gibi önemli tiyatrocuların etkisinde tiyatro sanatının etkisi içerisinden çıkamamış, ayrı bir sanat olarak gelişme gösterememiştir. Tiyatro sahnesini andıran dekorlar, tiyatro kökenli oyuncuların filmlerde yer alması, çekilen filmleri bir tiyatro oyununun ötesine taşıyamamıştır.

Sinemamızda yaşanan geçiş dönemiyle birlikte 50'li yıllardan itibaren sinemamızda "Sinemacılar Dönemi" olarak adlandırılan dönem başlamıştır. Bu dönemde sinemamız tiyatro etkisinden çıkmış, sinema sanatının gerektirdiği teknik ve sanatsal beceriler oluşturulmaya çalışılmıştır.

Sinemacılar dönemi içerisinde sinemanın ayrı bir sanat olarak gelişiminde Lütfi Ömer Akad'ın önemli katkıları olmuştur. Bu dönem içerisinde özellikle bir eşik filmi olarak görülen, kameranın sokağa taşındığı film olan *Kanun Namına* filmi ayrı bir yer tutmaktadır. Bu filmle birlikte sinema sokağa taşınarak, İstanbul sokaklarına çıkmıştır.

1940'lı yılların sonundan televizyon filmleri dahil olmak üzere yaklaşık kırk yıl Türk sineması içerisinde üretimde bulunan Akad, çektiği toplumsal gerçekçi filmleriyle, Türk sinemasına özgü üslup denemeleriyle sinemamızdaki en önemli yönetmenlerden biridir. Halk hikâyelerinden esinlenerek oluşturmaya çalıştığı yalın ve sade üslubu, entelektüel birikimi ve yazdığı sayısız senaryo ile sinemamıza önemli katkılar yapmıştır.

Sinemanın tiyatro yerine roman ile eş değer tutulması gerektiğini belirten Akad, sinemanın romanın yerini aldığını ve büyük bir sanat olduğunu vurgulamıştır. Akad'a göre sinemayı kullanarak büyük romanlar yazılabilir (Onaran, 2013:165). Sinemaya bir romancı hassasiyetiyle yaklaşan Akad, film senaryolarını oluştururken bir romancı gibi araştırmalar yapmaktadır.

Akad, filmlerinde bazen karakterlerini kameraya baktırarak, dördüncü duvarı yıkma yaklaşımı sergilemektedir. Akad'ın *Vurun Kahpeye*, *Lüküs Hayat*, *Ak Altın*, *Kanun Namına*, *Tanrının Bağıışı Orman*, *Katil*, *Çalsın Sazlar Oynasın Kızlar* filmlerinde bu yaklaşımı görürüz. Akad'ın karakteri kameraya baktırarak, dördüncü duvarı yıkma girişiminin sebebi, seyircinin filmdeki karakterlerle özdeşleşmesi yerine vurgulanmak istenen düşünceye odaklanmasını sağlamaktır (Kirel ve Yetimoğlu, 2022: 644).

İyi bir gözlemci olan Akad, Türk toplumu içerisinde yaşanan sorunları beyaz perdeye başarılı bir şekilde aktarmıştır. *Gelin* (1973), *Düğün* (1973) ve *Diyet* (1974) filmlerinden oluşan Göç üçlemesinde Akad, taşradan büyük şehirlere gelen insanların portresini ustalıkla çizmiştir.

Çektiği ilk filminden televizyon için yaptığı filmlere kadar Lütfi Ömer Akad sinemasını incelemeyi amaçlayan bu çalışmada ilk olarak yönetmenin ilk dönem filmleri incelenmiş, daha sonra üçleme olarak nitelendirilen filmleri incelenerek, son dönem televizyon filmlerine bakılmıştır. Çalışma, nitel bir çalışma olup, yönetmenle ilgili kitaplardan, gazete haberlerinden, çeşitli belgelerden elde edilen bilgiler analiz edilmiştir.

Lütfi Ömer Akad Sineması

1916 yılında İstanbul'da doğan Akad, ilk öğrenimini Saint Jeanne d'Arc Fransız okulunda gördükten sonra Galatasaray Lisesi'nden mezun olmuş, yüksek öğrenimini de Yüksek İktisat ve Ticaret bölümünde tamamlamıştır. Yüksek öğrenimi sonrası askere giden Akad, sorumlu batarya komutanı olarak İstanbul ve Bursa'da askerliğini tamamlamıştır. Akad, askerde komutan olarak bataryasını yönetmesinin, sinema yönetmenliğine de etki edebileceği üzerinde durmuştur. Akad'a göre iki iş farklı işler gibi görünse de

temelinde ortak noktalar vardır ve askerlikte yaşadığı yönetim deneyimi, sinemadaki ekip yönetimine olumlu katkılar sağlamıştır (Onaran, 2013:5).

Osmanlı Bankası'nın açtığı sınavı kazanarak kısa süreli memurluk deneyiminde bulunan Akad, daha sonra memurluktan ayrılarak Sema Film'de yapım müdürlüğü yapmış, Lale Film'de çalışmış, daha sonra birlikte önemli filmler çekecek olan Hürrem Erman'ın kurmuş olduğu Erman Film'de çalışmıştır.

Akad'ın sinema yönetmenliği ile ilgili ilk deneyimi Hürrem Erman'ın yapımcılığı, Seyfi Havaeri yönetmenliğindeki *Damga* filmiyle gerçekleşmiştir. Seyfi Havaeri'nin filmi bitirmeden ayrılmasıyla kalan son iki sahneyi çeken Akad için bu filmle birlikte yönetmenlik serüveni de başlamıştır.

Lale Film'den ayrıldıktan sonra Erman Film'de müdür olarak çalışmaya başlayan Akad'ın yönettiği ilk film, Halide Edip Adıvar'ın romanından uyarlanan *Vurun Kahpeye* isimli film olmuştur. Erman Film'de çalışırken Hürrem Erman'ın isteğiyle romanı okuyan, İbrahim Sepil ile birlikte kitabın filme uyarlanması için sinopsisini yazan Akad, filmi yöneteceğini bilmeden film hakkında çalışmalar yapmıştır. Yapımcı Hürrem Erman ve oyuncu Sezer Sezin'in ısrar ve teşvikleriyle teklifi kabul eden Akad, filmin senaryosunu yazmış, plan plan resimli olarak sahneleri tasarlamıştır (Onaran, 2013: 16-18).

Millî Mücadele döneminin anlatıldığı filmde İstanbullu, idealist Aliye öğretmen, Anadolu'da bir köyde öğretmenlik yaptığı sırada çağdaş giyimi ve modern eğitim anlayışıyla köydeki insanların tepkisini çekmiştir. Kurtuluş Savaşı'nda Mustafa Kemal Atatürk'ü ve Kuvâ-yi Miliyeyi destekleyen Aliye öğretmen, köydeki padişah destekçileri tarafından kışkırtılarak halk tarafından linç edilmiştir.

İlk filmi olmasına rağmen sinemasal anlatımı ve etkili sahneleriyle dikkat çeken Lütfi Ömer Akad'ın bu başarısında kültür birikimi ve iyi bir gözlemci olmasının yanı sıra nitelikli yabancı filmleri izlemesinin de önemli katkısı olmuştur. Film halk tarafından coşkuyla karşılanırken, eleştirmenler tarafından da beğenilmiş, Sezer Sezin başarılı bir oyun ortaya koymuştur (Kuyucak Esen, 2016:80,81).

Akad'ın Erman Film yapımcılığında çektiği ikinci film, *Lüküs Hayat* olmuştur. Ekrem Reşit Rey tarafından yazılan ve Cemal Reşit Rey tarafından bestelenen operet, 1950 yılında filme uyarlanmıştır. Akad'ın ilk filmi kadar sinemada başarılı olamayan film, buna rağmen sinemamızda denenilen yenilikçi yapım teknikleri anlamında önemli bir filmidir. *Lüküs Hayat* filminde çekim özelliği olarak ilk defa "playback" kullanılmıştır. Film çekiminden önce filmin müziklerini yapacak olan orkestrayla birlikte filmde kullanılacak olan genel müzikler ve şarkılar, 35 mm. film üzerine ses filmi olarak kayda alınmıştır. Daha sonra şarkılar ve şarkılı bölümler ayrılmış, çekim alanına projeksiyon makinesi getirilerek sese işaretler koyulmuş, mizansen ve oyun hazırlanmıştır. Projeksiyon makinesi çalıştığında ses geçtiği zaman müzik de duyulmuş, oyuncular duyulan sese uymuş ve film senkron bir şekilde çekilmiştir (Onaran, 2013: 23).

Lütfi Ömer Akad'ın Erman filmle çalıştığı son iki film *Tahir ile Zühre* ve *Arzu ile Kamber* olmuştur. Orta Doğu'nun iyi bir film pazarı olacağını düşünen Hürrem Erman, Akad'ı araştırma yapması için bu bölgeye göndermiştir. Önce Suriye'ye giden Akad, oradan Bağdat'a geçmiş, Bağdat'ta gördüğü büyük stüdyolar, çekim alanları ilgisini çekmiştir. Zamanında İngilizlerin kurduğu bu stüdyolarda Fransızlar filmler çekmiş, kullandıkları dekorları orada bırakmışlardır. Film çekimi için elverişli bir ortamın olduğu Akad tarafından tespit edilmiş ve Bağdat'taki stüdyoyla anlaşma yapılmıştır. Anlaşmaya göre çevrilecek filmleri Erman film teklif edecek, oyuncular ve teknisyenler yapım evinin sorumluluğunda olacaktır. Film çekimi için gerekli olan imkanları da karşı taraf sağlayacaktı. Bu amaçla *Tahir ile Zühre* ve *Arzu ve Kamber* filmlerinin senaryosu Akad tarafından yazılmış, Akad'ın kendi ifadesiyle bu filmler Amerikanvari Doğu filmlerinin bir özentisi şeklinde olmuştur. İki film de gişede başarısız olmuş, beklenen gişe hasılatı sağlanamamıştır (Onaran, 2013: 24-26).

Başarısız olan son iki filmden sonra Erman Film'den ayrılarak Kemal Film'e geçen Akad, burada sadece kendi filmografisi içinde değil, sinemamız için de önemli bir eşik filmlerinden olan *Kanun Namına* filmi 1952 yılında çekmiştir. Birçok sinema teorisyeni tarafından sinemacılar dönemini başlatan film olarak görülen *Kanun Namına* filmi, sinemamızdaki tiyatro kökenli yönetmenler tarafından oluşturulan tiyatroya benzer sinema kalıbını yıkmıştır. Kamerayı sokağa taşıyarak, gündelik İstanbul yaşantısını, sokaktaki

insanı beyaz perdeye aktarmıştır. “Ben kamerayı aldım, seyircinin gözünün... sokaktaki insanın gözünün içine soktum. İstanbul’un günlük yaşayışı içine girdik. Arefe günü Kapalıçarşı’nın kapısında bir sahnenin dört kere çekimini yaptık. Köprü üstünde çekimler yaptık.” (Onaran, 2013:29).

1946 yılında İstanbul’da gazetelere yansıyan gerçek bir cinayet haberinden esinlenerek çekilen filmde araba tamircisi Nazım, sevdiği kadın olan Ayten ile evlenir. Fakat Ayten’in kız kardeşi Nezahat da Nazım’ı sevmektedir. Ayten’i seven Halil ve Nezahat, plan yaparak Nazım ile Ayten’i ayırmak istemektedir. Ayten’in Halil’in evine gittiğini öğrenen Nazım, Halil ve Nezahat’ı öldürürken, eşi Ayten’i de yaralar ve kaçar. Uzun bir kaçış sekansının yer aldığı filmde Nazım Usta kaçarken, bizde izleyiciler olarak kamerayı gerçek hayatın içerisinde İstanbul semtlerinde görürüz. Beyazıt, Karaköy, Galata, Beyoğlu gibi semtler beyaz perdede görülür. Film izleyiciler tarafından oldukça sevilirken, Ayhan Işık ismi de sinemamızda anılmaya başlamıştır.

Bu filmle birlikte Akad’ın sinemasının dilinin, kullandığı tekniğin Amerikan sinemasına benzediği, oradan esinlendiği gibi eleştirilere karşı Akad, bu durumun doğallığına vurgu yapmıştır: “Tabii... o öyle. Zaten ne olacak, başka bir şey olamaz ki. En ilerlemiş sinema Amerikan sineması. Gördüğümüz filmler onlardı. Sonra, yıllar sonra kendimize has bir üslup arama endişesi olduğu zaman yeni bir şey getirmeye çalıştık. O da 60’larda başlıyor.” (Onaran, 2013:33).

Kemal Film adına Akad’ın çektiği ikinci film, *İngiliz Kemal Lawrence Karşı* isimli film olmuştur. 1952 yılında çekilen film, İstanbul’un işgal yıllarında Türk casusu İngiliz Kemal’in başından geçenleri konu almaktadır. Bu filmde sonra Akad, Kemal Film’den ayrılmadan Duru Film’e *İpsala Cinayeti* diğer ismiyle *Altı Ölü Var* filmi çekmiştir. Gerçek bir cinayet olayının konu edildiği film, bazı eleştirmenler tarafından ağır tempolu olduğu için eleştirilse de ruhbilimsel çözümleme çabaları, cinayete yol açan olayların incelenmesi ve yalın anlatımıyla tam bir Lütfi Ömer Akad filmi olarak değerlendirilmiştir (Kuyucak Esen, 2016:82).

Kemal Filmle çalışmalarına devam eden Akad, 1953 yılında *Katil* filmi çekmiştir. Sinop’taki hapisaneden kaçarak kendini temize çıkarmak ve kendisine ihanet eden kadını bulmak için İstanbul’a yolculuk yapan Kemal’in hikâyesinin anlatıldığı filmde Ayhan Işık başrolde. Aynı yıl tamamen ticari amaçlarla Kemal Film adına *Çalsın Sazlar*, *Oynasın Kızlar* filmi Akad tarafından çekilmiştir.

Lütfi Ömer Akad ile Kemal Film birlikteliğinde 1953 yılından sonra beş film daha çekilmiştir. Bu filmler: *Öldüren Şehir*, *Bulgar Sadık*, *Vahşi Bir Kız Sevdim*, *Kardeş Kurşunu ve Görünmez Adam İstanbul’da* isimli fantastik filmidir. Bu filmler içerisinde yönetmenin filmografisi içerisinde önemli olarak üzerinde durulacak film *Öldüren Şehir* filmidir.

Akad’a göre bu film siyah beyaz film çekiminin en gelişmiş ilk filmidir.

Ha, bir kere siyah beyazın en gelişmiş ilk filmi vermiş olduk *Öldüren Şehir*’le... Kriton’un kamera çalışması burada çok önemlidir ve bu filmin dekorlarını da ben çizdim... ve şöyle bir yöntem getirdim. Derinliğine bir dekor kurduk. Oyuncuları dekorun ağzına aldık. Arkada plastik mekân kaldı. Yani dekorun içinde çekmedik. Dekorlar üç boyutlu, sinemaya yatkın dekorlardı ve filmi dekorun içinde çekmedik. O zaman ister istemez derinliğine bir mizansen zorunluluğu çıktı. (Onaran, 2013:41).

Kemal Film adına son olarak *Görünmeyen Adam İstanbul’da* filmi çeken Akad, bu filmde sonra Kemal Film’den ayrılmıştır. Ayrıldıktan sonra çektiği ilk film, Yaşar Kemal’in hikâyesinden uyarlanan *Beyaz Mendil* filmi olmuştur. Duru filmle daha önce *İpsala Cinayeti* diğer ismiyle *Altı Ölü Var* filmi için çalışan Akad, Duru Film’in isteğiyle *Beyaz Mendil* filmi çekmiştir. Kemal Film’de yaptığı filmlerin tarzından ve birbirine benzerliğinden sıkıldığını belirten Akad, Yaşar Kemal’in hikâyesini beğendiğini, farklı şeyler deneyebilmek için Duru Film’in sahibi Naci Bey’le anlaşacağını söylemiştir. Yaşar Kemal ile film için kısa bir çalışma fırsatı bulunmuş, bu sebeple filmin diyaloglarını da Yaşar Kemal’in yazma tarzına benzeterek Akad yazmıştır. Diyaloglar, Yaşar Kemal’in yazma tarzına o kadar uygun bir şekilde oluşturulmuş ki Yaşar Kemal, diyalogların kendisine ait olduğunu sanmıştır (Onaran, 2013: 48,49).

Filmin hikâyesi Yaşar Kemal'e ait olmasına rağmen senaryonun sahibi Lütfi Ömer Akad olmuştur, Akad bu filmle ilgili Alim Şerif Onaran'a verdiği mülakatta uyarılama yapımlarla ilgili görüşlerini paylaşmıştır. "Senaryo, senaryo benimdir. Şimdi, Yaşar Kemal'in getirdiği hikâyenin bir yerinde şöyle der: Kaçarlar, kaçarlar, kaçarlar... ötekiler günlerce onları kovalar. Bu bir çift satır, filmin yarısıdır bende... Bu kadar." (Onaran, 2013: 49).

Lütfi Ömer Akad'a göre edebiyattan uyarılama yapımlarda en sık yapılan hata sinemanın görselliğini ve simgeselliğini yok sayıp, dil çevirisi gibi bire bir çeviri yoluna gitmektir.

Zaten sinemada edebiyat uyarlaması demek bir anlamda tercüme demektir. Tercümeden bir dilden bir dile çeviri anlaşılmalıdır. Çince bir metinde pencereden baktı sözcüğü başka bir dile de pencereden baktı diye tercüme edilir. Ama sinemada pencereden baktının tercümesi belki de bir çiçektir ya da bir kedi, iskemledir. Sinemada şöyle bir uyarılama hatasına düşülüyor. Pencereden baktı sözcüğü pencereden bakan adam olarak görüntüye dönüşüyor. Böyle olunca sinemasal bir tehlike söz konusu oluyor. (Kayalı, 1994: 139).

İki düşman köyden birbirini seven Hasan ve Zeliha'nın hikâyesinin anlatıldığı filmde, filmin sonunda iki âşık da ölür, düşmanlık iki kurban verir, sevenler kavuşamaz. İlk gerçekçi köy filmi olarak değerlendirilerek, eleştirmenlerden övgü alan film, Akad tarafından da sevilmesine rağmen ilk gerçekçi köy filmi olarak tanımlanmaz.

Seyirci ve basın filmi çok iyi karşılıyor, birçok övgünün yanında "ilk gerçekçi köy filmi" olarak da niteliyorlar. Şimdi çok uzaklardan baktığımda o kadar gerçekçi bulmuyorum. Üstelik ilk de değil. Önce Metin Erksan'ın, sansür ön girişimi ile bitirme fırsatını bulamadığı "Aşık Veysel'in Hayatı" ile ilgili bir ilk film çalışması var, önemli bir kısmını ancak yıllar sonra görebilmişim. Gerçeklik işte orda vardı. (Akad, 2004:225).

Beyaz Mendil filmi Yaşar Kemal'i öyküsüyle sinemaya katan ilk filmidir. Film, "yalın çerçeve düzeni, yalın fon/tek sazla/ müziği ile köy gerçekçiliğine yönelik bir deneme" olarak dikkat çeker (Makal, 2011:90).

Beyaz mendil filmini filmografisi içerisinde sayan ve çektiği için memnun olan Akad'a göre *Vurun Kahpeye* çektiği ilk film, *Kanun Namına*, *Öldüren Şehir* ve *Beyaz Mendil* de sonradan gelen filmleridir (Onaran, 2013:53). Bu filmden sonra Akad, 1959 yılına kadar çeşitli yapımcılar için filmografisi içinde önemli yer tutmayan *Meçhul Kadın*, *Kalbimin Şarkısı*, *Ak Altın*, *Kara Talih*, *Dağları Delen Ferhat* ve *Meyhanecinin Kızı* filmlerini çekmiştir.

1959 yılında çektiği *Zümrüt* filminde ilk defa zoom mercekle çalışma imkânı bulan Akad için zoom merceği tehlikeli bir araçtır. Para vererek iyi niyetiyle film izlemeye gelen izleyiciyi tek bir yere bakmaya mecbur bırakmak, onu sömürmektir (Onaran, 2013:62,63).

Lütfi Ömer Akad sinemasına baktığımızda kameranın sabit tutulduğunu ya da asgari kamera hareketleri kullanılarak planların çekildiğini görürüz. Kamerayı sabit tutan Akad, bu sayede uzun sahneler yaratabildiğinden bahsetmektedir. "Kamerayı zorda kalmadıkça sabit tutuyorum, bu da beni oyuncularla, sağa, sola, daha önemlisi derinliğine bir hareket yaratmak zorunda bırakıyor. Böylece kesme yapmadan oyuncuların sırasına göre tek tek değişik değerlerde çekim ölçekleri, ikili üçlü toplu çekimler, dutumun gerginliğini sağlayacak uzun sahneler sağlayabileceğim." (Akad, 2004: 203).

Akad'ın asgari kamera hareketi kullanımını tercih etmesi sinemasını hareketsiz yapmamaktadır. Özellikle *Kanun Namına* filminde kullandığı hızlı kurgu, filmi sürükleyici hale getirmiştir. Akad'a göre sinemayı hareketli kılmak; oyuncuları koşturmakla, resimleri kısa kesmekle, zoom ya da travelling yapmakla değil, filmin bütün kurgusunun sürükleyiciliğiyle ilişkilidir (Onaran, 2013:63).

Zümrüt filminden sonra *Ana Kucağı* filmini çeken Akad, aynı yıl *Yalnızlar Rıhtımı* filmini çekmiştir. Ali Kaptanoğlu takma ismiyle Attilâ İlhan tarafından senaryosu yazılan *Yalnızlar Rıhtımı* filminde döviz kaçakçısı ve pavyon sahibi Ali (Turgut Özatay)'nin pavyonunda çalışan ve sevgilisi olan konsomatris Güner (Çolpan İlhan)'le uzun yol kaptanı Rıdvan'ın (Sadri Alışık) aşk ve macera öyküsünün

anlatılmaktadır. Filmin çekim senaryosu Akad tarafından resim resim oluşturulmuş, filmin dekorları da Akad tarafından yapılmıştır (Onaran, 2013: 65).

Atilâ İlhan'ın "Şiirsel Gerçekçilik" akımı etkisinde kalarak yazdığı film senaryosu, Türk insanına yabancı gelen bir dünya ve karakterleri yansıtmaktadır. Bu yabancı dünya içerisinde Akad, o güne değin denenmemiş sinema teknikleri ve estetiğiyle filmini oluşturmuştur (Serter, 2009:139).

Akad, bu filmle birlikte bugün bile etkisini taşıyan derinliğine mizansen tekniğini kullanmıştır.

İşte dediğim gibi, derinliğine mizansen var. Çok etkilemiştir... ve birtakım meseleler çok kolaylıkla çözülmüştür. Oyunculara tabii bir davranış vererek... aynı görüntü içinde, aynı plan içinde değişik büyüklüklere girmesi bir oyuncunun, uzakta iken orta plana gelmesi, orta planda iken böyle yürüyüp yakın planına girmek. Uzaktan belli bir orta plana getiriyorum. Sonra yan yürümeyle hemen burnumuzun dibinde olan bir adamın yakın resmi çıkıyor. Bu gibi şeylerle, bugün hâlâ kullanılmakta olan birtakım yenilikler getirdim. (Onaran, 2013: 69).

Bu filmde sonra Akad, 1961 yılına kadar *Cilalı İbo'nun Çilesi*, *Yangın Var-Eski İstanbul Kabadayları*, *Dişi Kurt*, *Sessiz Harp* gibi filmografisinde önemli yer tutmayan ticari amaçlı, yapımcı filmleri çekmiştir.

1962 yılında Akad, Vedat Türkali'nin "Hüsametdin Gönenli" takma adını kullanarak Orhan Kemal'in bir eserine dayanarak senaryosunu yazdığı *Üç Tekerlekli Bisiklet* filmini çekmiştir. Cinayet suçuyla aranan kanun kaçağı bir gencin (Ayhan Işık) yaralı olarak evine sığındığı kadınla (Sezer Sezin) arasında geçen aşk öyküsü anlatılmaktadır. Filmin ismi simgesel bir isim olarak oluşturulmuştur. Filmdeki çocuk Ali'nin üç tekerlekli bisikleti, üç kişilik aileyi simgelemektedir. Bisikletin bir tekerleği eksilince nasıl yürüyemezse, ailenin içinden de bir kişi eksilirse ailenin yürüyemeyeceği bisiklet simgesiyle filmde sunulmaktadır (Akt. Scognamillo, 2010:191). Film Lütfi Ömer Akad tarafından yönetilmesine rağmen çeşitli sebeplerden dolayı kalan bir iki sahneyi Memduh Ün çekerek filmi tamamlamıştır.

Üç Tekerlekli Bisiklet filminden sonra belgesel çalışmalarına yoğunlaşan Akad, 1962 yılında *Unilever, Bir Gazetenin Hikâyesi ve Tanrının Bağışı: Orman* isimli üç belgesel film ortaya koymuştur. Özellikle *Tanrının Bağışı: Orman* belgeseli ses getiren ve eleştirmenler tarafından beğenilen bir belgesel olmuştur. Film, Orman Genel Müdürlüğü'nün ormanlarla ilgili farkındalık oluşturmak için bir propaganda filmi yaptırmak istemesiyle ortaya çıkmıştır. Orhan Asena'nın yazdığı senaryo klasik anlamda "Aman Ağaç Kesilmesin" mantığı içerisinde. Senaryoyu okuyan Akad, bu klasik, romantik bakışın ötesinde filmin ormanla ilgili ekonomik gerekçelere de değinmesini gerektiğini belirtmiştir. Ormanın ekonomik gerçekliği üzerinde durulurken, insanların boş yere ayakta güç durabilecekleri bir yere tarla açmayacakları, onları iten hayati zaruretlerin olduğu filmde vurgulanmıştır. Film 1964 yılında Antalya Film Şenliği'nde "En İyi Belgesel Film" ödülünü almıştır (Onaran, 2013:87,88).

Anadolu Üçlemesi

1966 yılından itibaren film yapma döneminin kapandığını, bunun yerine sinema yapma döneminin açıldığını belirten Akad, bu yeni döneminin ilk filmi olarak, üzerinde durduğu film *Hudutların Kanunu* olmuştur (Onaran, 2013:93,94). 1967 yılında sırasıyla *Hudutların Kanunu*, *Kızılırmak-Karakoyun* ve *Ana* filmlerini yöneten Akad, bu filmlerinde Anadolu'da yaşanan sosyo-ekonomik ve toplumsal sorunları beyazperdeye aktarmıştır. "Anadolu Üçlemesi" olarak tanımlanan filmler toplumsal gerçekçi sinemanın önemli örneklerindedir.

Lütfi Ömer Akad, üçleme olarak düşünülen bu filmleri çekerken, bir üçleme yapmak için filmleri çekmediğini, Türk sinemasına özgü bir üslup yaratımı için filmleri planladığını belirtmiştir (Onaran, 2013:97). Sinema yapma dönemi olarak nitelendirdiği bu yeni dönemde Akad, senaryo ve anlatacağı konular üzerinde detaylı çalışmalar yapmaya, gerçekçi bir yol izlemeye ve özgün bir Türk sineması dili oluşturmaya çalışmıştır (Kuyucak Esen, 2016:91,92).

Hudutların Kanunu filmiyle yalın bir sinema dili oluşturmaya çalışan Akad, halk masallarındaki gibi sade ve kesik bir anlatım denemiştir. Bu yolun Türk sinemasına has bir üslup kazandıracağına inanmış, meseleleri açıklarken çözüm yolu göstermekten çekinmiş, çözüm yolunu izleyiciye bırakmıştır (Akt. Scognamillo, 2010:192).

Halk masallarından ve destanlardan yararlanma, sade ve öz bir anlatım tarzını benimseme Akad'ı "Ulusal Sinema" akımına yakınlaştırmıştır. Halit Refiğ'in yazar Kemal Tahir'in fikirlerinden etkilenerek ortaya koyduğu Ulusal Sinema düşüncesi, sanatta, sinemada ve tüm toplum hayatında ulusal olmayı, kaynağını Batı yerine, bu topraklardan alan bir sanat anlayışını savunmaktadır (Refiğ, 2009). Lütfi Ömer Akad'ın Anadolu üçlemesi olarak tanımlanan filmleri "Ulusal Sinema" akımı içerisinde düşünülse de Akad'ın Refiğ kadar "Ulusal Sinema" akımı içerisinde aktif olmadığı söylenebilir.

Hudutların Kanunu filminin öyküsü Yılmaz Güney tarafından yazılmıştır. İlk senaryosu Akad'ın eline geldiğinde, çekilen filmin senaryosuyla önemli farklar içermektedir. Akad'ın belirttiği üzere ilk senaryoda gözü pek olan kaçakçı; Suriye sınırından istediği gibi mal alıp götüren, kadınların uğruna kavga ettiği, attığını vuran, atına atladığında kurşun işlemeyen, güvenlik güçlerinin baş edemediği biri olarak tasarlanmış. Yanında gezdirdiği oğlunu köye yeni atanan bir öğretmene emanet etmeyi düşünüyor. Senaryo bu cesur kaçakçının maceraları üzerine odaklanıyor (Akad, 2004: 429).

Senaryoyu değiştirmeye karar veren Akad, bunun için Yılmaz Güney'le görüşür. Güneydoğu Anadolu'da gerçekleşen kaçakçılık olayına gerçekçi bir gözle bakmak isteyen Akad, sorunun sosyo-ekonomik nedenlerine odaklanır. "Bu insanların, tel örgüleriyle kaplı, mayınla döşeli, üstelik iki tarafın güvenlik güçlerinin kurşunlarına hedef olarak, üstüne üstlük başkaları hesabına neden iki sınır arasından mal götürüp getirmeyi göze aldıkları" filmin ana sorunsalı olarak ortaya konur (Akad, 2004: 430).

Çorak topraklarda ekim yapmanın zorluğu, ekonomik faaliyetlerin sınırlılığı Hıdır'ın sınırda kaçakçılık yapmasına neden olmuştur. Kaçakçı olmayı istemeyen, ağaların baskısına direnen Hıdır, şartlar gereği koyunlarını sınırdan geçirirken mayına basarak hayatını kaybeder. Akad filmde Hıdır üzerinden o bölgedeki tüm toplumsal sorunları irdelemektedir. Hıdır ölürken, şartlar düzelmediği sürece geleceğin Hıdır'ı altı yaşındaki oğlu olacaktır.

Akad, kaçakçılık meselesine filmde ekonomik açıdan yaklaşmaktadır. Bölgede yaşayan insanların kaçakçılığı niçin ve nasıl yaptığı, asıl kaçakçılığın bölgedeki ağalar tarafından yapılırken, diğer insanların kaçakçı işçisi olduğu filmde vurgulanmaktadır. Filmin anlatımı için üslup arayışlarına giren Akad, filmin anlatımı için halk hikâyelerinden yararlanmıştır. Halk hikâyelerinin derlendiği kitaplarda hikâyeleri anlatan yaşlı kadınların, dedelerin, ninelerin kısa, süssüz ve yalın anlatımları, tavırları, dilleri ve anlatım tarzları Akad'ı etkilemiştir (Onaran, 2013:99). Akad, sinemanın bir gösteri değil, bir anlatı olması gerektiğine inanmış, her filmde büyük laflar etmek yerine özgün bir dille insanı anlatmak gerektiğini düşünmüştür (Algan'dan akt. Atıcı, 2016:107). Akad sineması Yeşilçam'ın dayandığı sözün gücüne dayanmazken, seyircisine ulaşmak istediği asıl kanal görselliktir (Bostan, 2021:151).

Film eleştirilenler tarafından oldukça beğenilirken, gişesi de yüksek olmuştur. Kaçakçılık sorununu ekonomik açıdan ele alması, bölge insanının gündelik yaşamını başarılı bir şekilde göstermesi, yalın bir sinema diliyle sorunu gösterip, çözüm önermemesi filmin belirgin ve üstün özellikleri olarak görülmektedir (Kuyucak Esen, 2016:92).



Hudutların Kanunu (1967)

Üçlemenin ikinci filmi olarak daha önce çekildiği için *Kızılırmak-Karakoyun* filmi ele alınabilir. Nazım Hikmet'in Ercüment Er imzasıyla hazırladığı ve Muhsin Ertuğrul'un çektiği bir senaryodan esinlenilerek oluşturulan filmde, Akad tarafından *Hudutların Kanunu* filminde oluşturulmaya çalışılan anlatım tarzı bu filmde geliştirilmeye çalışılmıştır. Ayrıca ilk filme göre içerik anlamında yenilikler getirilmiştir. Filmde Anadolu'daki tefeci sermayenin oluşumuna değinen Akad, bu sermayenin üretici değil, tefeci bir sermaye olduğunu vurgulamıştır (Onaran, 2013:100).

Ali Haydar isimli bir çoban ile köyün ağasının güzel kızı Hatice birbirlerini sevmektedir. Ali Haydar'ın bir çoban olması, Hatice ile evlenmelerine engel olmaktadır. Ali Haydar ve Hatice birbirlerini çok sevdiği için köyde bir mahkeme kurulur ve Ali Haydar'dan üç aşamalı bir sınavı geçmesi istenir. Ali Haydar, sınavları geçmesine rağmen ağa sözünde durmaz, borcunun olduğu oba beyinin oğluyla kızını evlendirmek ister. Bu duruma tepki gösteren oba halkı, damat tarafını durdurmak isterken Kızılırmak üzerindeki köprü yıkılır, Ali Haydar da Hatice de oba halkı da sulara kapılıp, ölürlür.

Üçlemenin son filmi, 1967 yılında çekilen ve Türkan Şoray'ın Karadenizli bir anayı canlandırdığı *Ana* filmidir. *Ana* filminin senaryosu Lütfi Ömer Akad tarafından yazılmıştır. Filmde kocası Şevket'in kan davası sonucu öldürülmesi sonucu karısı Döndü'nün tüm ailenin sorumluluğunu üstlenmesi, yoksulluk ve kan davası gibi sorunlarla uğraşması anlatılmaktadır.

Filmin ilk senaryosu Sadık Şendil tarafından Pearl Buck'un "Ana" isimli eserinden uyarlanarak yazılmıştır. Analık kavramının tüm toplumlarda olan, uluslararası bir kavram olmasına rağmen her milletin "analık" anlayışının farklı olduğunu söyleyen Akad, bu sebeple senaryoyu tekrar yazmak istemiştir (Onaran, 2013:105).

Filmin senaryosu bir gazetede kan davası haberinden esinlenilerek yazılmıştır.

Bir sabah gazetenin üçüncü sayfasında sıradan bir habere takılıyorum, kısa bir an sonra sayfayı çeviriyorum derken geri alıyorum. Haberi baştan sona okuyorum. Bana göre sıradan değil, bir baş haber olduğuna karar veriyorum. Bir kan davasıdır olay. Karadenizli bir aile. Bu yüzden uzak yere göç etmiş. Kanlıları gelip bulmuşlar ve erkeği çarşıda vurmuşlar. Gazeteci ağzıyla bu haber bir sütun kadar uzatılmış. O noktada bırakmıyorum olayı, aileden kalanları düşünüyorum, çocukları da vardır diye düşünüyorum, yaban elde tek başına kalan kadını, erkek çocuğu koruma kaygısını, kanlıların nasıl insanlar olduklarını... (Akad, 2004:468).

Kent Üçlemesi

Anadolu üçlemesinden sonra tekrar kentte geçen, kent insanının hikâyesine odaklanan Akad, kent üçlemesi olarak adlandırılacak filmler çekmiştir. 1968 yılında çektiği *Vesikalı Yârim*, *Kader Böyle İstedi* ve 1969 yılında çektiği *Seninle Ölmek İstiyorum* filmi kent üçlemesi içerisinde sayılabilecek filmlerdir.

Akad, *Seninle Ölmek İstiyorum* filminin çekiminin planlı bir şekilde olmadığını, kendilerinin *İnce Memed* filmini çekmek isterken, sansür kurulundan gelen ret sonrası alelacele bu filmin çekildiğinden bahsetmektedir. Bu sebeple Akad'a göre bu filmleri üçleme olarak tanımlamak yanlıştır (Onaran, 2013:112). Akad, filmlerini üçleme olarak tanımlamasa da birçok yazar ve eleştirmen tarafından kentte geçmesi, aşk temasını işleme bakımından üçleme olarak kabul edilmektedir.

1968 yılında çekilen *Vesikalı Yârim* filmi, Sait Faik Abasıyanık'ın Menekşeli Vadi öyküsünden senarist Safa Önal tarafından uyarlanmıştır. Manav Halil (İzzet Günay) kendi halinde yaşayan, evli biridir. Bir gün arkadaşlarının ısrarıyla eğlenmek için pavyona gitmesiyle hayatı değişir. Pavyonda Sabiha (Türkan Şoray) ile tanışır ve birbirlerine âşık olurlar. Birlikte yaşamaya başlayan Halil ve Sabiha'nın aşkı, Halil'in evli olmasının ortaya çıkmasıyla imkânsız bir aşka dönüşür.

Anadolu üçlemesiyle sinemada toplumsal gerçekçiliğin önemli örneklerini veren Akad, kent üçlemesi olarak adlandırılan filmlerinde imkânsız aşk temasını başarılı bir şekilde işlemiştir. Vesika ve yar kelimelerinin alışılmışın dışında yan yana geldiği filmde, İstanbul'da mekân olarak filmdeki yerini almaktadır. Şükran Ay'ın seslendirdiği "Kalbimi Kır Kır" şarkısı filmin konusuyla uyumlu olarak filmin ana müziğini oluşturmaktadır.



Vesikalı Yarım (1968)

Üçlemenin ikinci filmi olarak aynı yıl *Kader Böyle İstedi* filmi Akad tarafından çekilmiştir. Filmde ailesinden habersiz okumak için İstanbul'a gelen, zengin bir iş insanının kızı olan Nilüfer ile taksici Ahmet'in aşkları konu edilir. İlk filmle benzer olarak, birbirine kavuşamayan âşıkların hikâyesinin konu edildiği filmde sınıf farklılıklarına vurgu yapılmaktadır.

Üçlemenin son filmi olarak 1969 yılında *Seninle Ölmek İstiyorum* filmi çekilmiştir. Filmde varlıklı çevresine rağmen mutlu olamayan, ruhsal sorunlar yaşayan Selma (Türkan Şoray) akıl hastanesine düşer. Kendi mutsuzluğu içerisinde sıkışan Selma'nın kurtuluşu Nihat (İzzet Günay)'a duyduğu aşkla mümkün olmaktadır.

Göç Üçlemesi

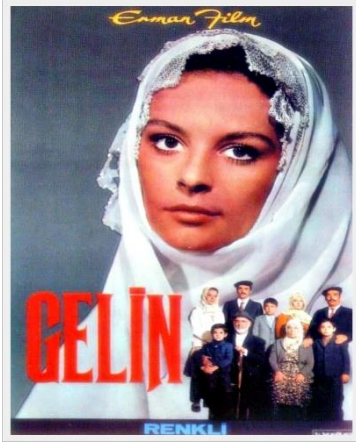
Lütfi Ömer Akad, 1973 ve 1974 yıllarında Erman Film adına sinemamızda göç üçlemesi olarak tanımlanan *Gelin*, *Düğün* ve *Diyet* filmlerini çekmiştir. Filmlerinde göç sorununa gerçekçi bir şekilde yaklaşan Akad, taşradan gelip İstanbul'da tutunmaya çalışan insanların hayatlarına odaklanır. Akad, taşradan gelen tüm

insanları aynı durumda değerlendirmez. *Gelin* filminde İstanbul'a gelenler, memleketlerindeki tüm malları satıp, küçük sermayeleriyle gelen taşra esnafıdır. *Düğün* filminde gelen insanların ne sermayeleri vardır ne de zanaatları, seyyar satıcılık yaparak, şehirde tutunmaya çalışmaktadır. *Diyet* filminde ise sermayesiz gelerek, fabrikalarda çalışan insanların hayatlarını görürüz (Onaran, 2013:127).

Göç üçlemesi Akad'ın diğer üçlemelerine göre bilinçli olarak tasarlanmış, yönetmenin üçleme olarak kabul ettiği filmlerdir. *Gelin* filmi 1973 yılında çekilmiştir. Filmde daha iyi bir yaşam koşuluna sahip olmak için memleketteki her şeyini satıp, ailesiyle Yozgat'tan İstanbul'a gelen Hacı İlyas ve ailesinin hikâyesi anlatılmaktadır. Hacı İlyas, bakkal dükkânı işletmekte, oğulları ise işlerini büyütme için para biriktirmektedir. Oturdukları ev, avlulu bir gecekondudur. Kent kültüründen uzak yaşayan bu insanlar, kendi memleketlerinde olduğu gibi yaşamaktadır. Kayınvalidesi, Meryem (Hülya Koçyiğit)'i uyarırken, "İstanbul, bu duvarın arkasında burayı yine Yozgat bil" diye tembihler. Evde sadece babanın söz hakkı vardır. Gelenekçi kurallar geçerlidir. Kadının çalışmasına izin verilmez, fabrikada çalışan köylülerinin eşini kötü yola düşmüş olarak tanımlarlar. Filmin sonunda Meryem'in çabalarına rağmen küçük çocuğun para hırsı için tedavi edilmeyip, ölmesiyle gelenekçi anlayış da sorgulanır. Meryem, fabrikada işe başlar, kocasının da kendisine katılmasıyla film noktalanır (Şimşek, 2016: 62,63).

Düğün filminde Güneydoğu Anadolu'dan İstanbul'a gelen aile ekseninde göç ve başlık parası konuları işlenmektedir. Büyük şehre sermayesiz olarak gelen ve seyyar satıcılık yaparak tutunmaya çalışan aile, kızlarını başlık parası karşılığı evlendirerek, ekonomik durumlarını düzeltmek istemektedir. Fakat ablası Zeliha (Hülya Koçyiğit) bu duruma karşı çıkar ve düğün günü kardeşini evlenmekten kurtarır.

Üçlemenin son filmi olan *Diyet*, 1974 yılında çekilmiştir. Fabrikada çalışan göç etmiş bir aile ekseninde işçi-işveren ilişkileri, sendikalaşma ve sınıf bilinci gibi konular üzerinde durulmaktadır. Bu film, Akad'ın yönettiği son sinema filmidir. Bu filmde sonra televizyon için çeşitli filmler çekmiştir.



Gelin (1973)



Düğün (1973)



Diyet(1974)

Televizyon Filmleri ve Diğer Filmler

Kent üçlemesinden sonra 1971 yılında *Anneler ve Kızları*, *Rüya Gibi*, *Bir Teselli Ver*, *Maşere Kadar*, *Vahşi Çiçek* gibi yapımcı isteğiyle yapılan tecimsel filmler çeken Akad, 1972 yılında yönetmen filmi olarak nitelendirilecek *Irmak* filmini çekmiştir. *Irmak* filmi Sait Faik Abasıyanık'ın "Mahpus" isimli öyküsünden uyarlanmıştır. Salıcılık yaparak geçinen Nuri, sevdiği kız olan Zeynep'i kaçıtır. Zeynep'in kendisini sevmediğini öğrenmesiyle birlikte Zeynep köye geri döner ama kimse onu kabul etmez. Zeynep'in kötü yola düşmesini engellemek isteyen Nuri, vurularak öldürülür.

1972 yılında *Yaralı Kurt*, 1974 filminde çektiği *Esir Hayat* filmleri Akad'ın filmografisinde önemli yer tutan filmler değildir. Göç üçlemesinden önce 1973 yılında çektiği *Gökçe Çiçek* filmi bu iki filmden ayrılır. Filmde konargöçer bir beylikte yaşayan Gökçeçiçek ve Selman Ali'nin aşkı anlatılmaktadır. Filmde aşk hikâyesi üzerinden yürüklerin yerleşim meselesine değinilmiştir. Filmde birçok meseleye değinilmek istenilmesi nedeniyle dağınık bir senaryo yapısı ortaya çıkmıştır.

Yani yürüklerin yerleşmesi meselesi denince o kadar kolay değil. Yerleşmek isteyenler var, istemeyenler var. Bir de yerleşmeyi önleyenler var. Yerleşildiği halde, halkı nasıl ırgat olarak kullanacağını düşünenler var. Yani mal sahibi yapmaktan ziyade bir işgücü olarak kullanmayı düşünenler var. Bir de yürüklerin töreleri var. Biz buna en eski kaynaklarımızdan ışık tutmak istedik. Şamanlık meselesi var. Bütün bunları bir filmin içine yerleştirip derli toplu anlatmak oldukça zordur. (Onaran, 2013: 123).

1974 yılında İsmail Cem'in TRT Genel Müdürü olarak atanması sonrası TRT'nin kapıları Türk sinemasında önemli filmler çekmiş olan yönetmenlere açılmıştır. Türk sinemasında önemli filmler çekmiş olan Halit Refiğ, Lütfi Ömer Akad ve Metin Erksan gibi yönetmenler TRT için mini seriyal tarzda yapımlar çekmiştir. İsmail Cem'in Türk Edebiyatı klasiklerinden uyarlanarak mini seriyaller yaptırmak istemesi sonucu Lütfi Ömer Akad, Ömer Seyfettin'in hikâyelerinden *Diyet*, *Pembe İncili Kaftan*, *Ferman* ve *Topuz* hikâyelerini uyarlamıştır. Bu hikâyelerin seçilmesinin nedeni hikâyelerin ortak temalar içermesidir.

Bu hikâyelerde müşterek olan, benim kendi açımdan bulduğum vasıf şu oldu: Ferdin devlet içinde kişisel dinamizmini kaybetmeden- burası benim için çok önemli bir nokta- "kişisel dinamizmini kaybetmeden" devlet ile ferdin bütünleşmesi... Her şeyin devlet için olduğu fikri vardır. Bu nereden geliyor? Öteden beri bir gerçek ifade edilir: Türkler tarihin her devrinde bir devlet kurmuşlardır. Türkler devlet kurucu bir millettir. Bu üç hikâyede bu vasıf buldum. O zaman Ömer Seyfettin'in sırf bir kahramanlık olayı diye anlattığı hikâyeleri bu açıdan alıp açıklamayı, sinemaya uygulamayı düşündüm. (Onaran, 2013:132).

1979 yılında TRT kurumu adına Faruk Erem'in "Bir Ceza Avukatının Anıları" isimli kitabından *Isı*, *Kuma*, *Emekli Başkan* ve *Çekiç ve Titreşim*'i isimli dört öyküyü uyarlamıştır. Çekimlerden sonra 80 ihtilalinin gerçekleşmesi sebebiyle yapımlar televizyonda gösterilmemiş. Ancak 1989 yılında gösterilebilmiştir.

Akad, 1990 yılında "Dört Mevsim İstanbul" isimli dört bölümden oluşan, çeşitli konular ve karakterler ekseninde İstanbul'un anlatıldığı yarı-belgesel bir yapım çekmiştir. Bu yapım onun çektiği son proje olmuştur.

Akad, 1976 yılından itibaren uzun süreli olarak Mimar Sinan Üniversitesi, Sinema ve Televizyon Araştırma ve İnceleme merkezinde dersler vermiş, 1997 yılında aynı üniversiteden "Onursal Profesör" unvanı almıştır. Türk sinemasında önemli izler bırakan yönetmen 2011 yılında İstanbul'da vefat etmiştir.

Sonuç

Lütfi Ömer Akad, kırk yılı aşkın bir zamanda kurmaca filmleri, belgeselleri ve televizyon filmleriyle Türk sinemasına önemli katkılar yapmıştır. Özellikle Türk sinemasında sinemacılar dönemini başlatan film olarak kabul edilen *Kanun Namına* filmini çeken Akad, kamerayı sokağa taşıyarak, sinemacılar dönemini başlatmıştır. Sinemasında yalın ve sade bir dil kullanan yönetmen, kamera hareketlerini minimal kullanmayı tercih etmiştir. Kamerayı sabit tutmayı tercih eden Akad, bu sayede uzun sahneler oluşturabildiğinden bahsetmiştir. Kameranın sabit olması ya da minimal kamera hareketleri Akad'ın filmlerini akmayan, hareketsiz filmler yapmamaktadır. Akad, hızlı kurguyu tercih etmiş, filmlerinin kurgusundaki süreklilik filmlerinin sürekliliğini sağlamıştır.

Hudutların Kanunu filmiyle yönetmenin kendi tabiriyle film yapma dönemi bitmiş, sinema yapma dönemi başlamıştır. Bu filmle birlikte Türk sinemasına özgü bir üslup yaratma çabası içerisinde olan Akad, halk hikâyesi anlatımını örnek almış, kesik, sade ve vurucu bir anlatımı sinemasında denemiştir. Entelektüel birikimiyle çektiği filmlerin çoğunun senaryosunu kendi yazan Akad, halk hikâyelerinden, atasözlerinden ve deyimlerden yararlanmıştır. *Hudutların Kanunu* filmi ve Anadolu üçlemesiyle toplumsal gerçekçi filmler

çeken Akad, içinde yaşadığı toplumun meselelerini bilen biridir. Çektiği filmlerde anlattığı sorunların asıl nedenlerini ortaya koymaktan çekinmemiştir. Anlattığı sorunlar üzerine filmlerinde çözüm yolları göstermemiş, çözümü izleyiciye bırakmıştır.

Yönetmenin *Düğün*, *Diyet* ve *Düğün* filmlerinden oluşan “Göç Üçlemesi” Türk sinemasında çekilen en önemli göç filmlerinden olmuştur. Yönetmen üç ayrı filmde taşradan büyük şehre gelen insanların hayatlarına odaklanmış, gerçekçi bir bakış açısıyla göç eden insanların sorunlarını beyaz perdeye aktarmıştır.

Sonuç olarak Lütfi Ömer Akad, Türk sinemasına önemli katkılarda bulunan bir yönetmendir. Yaşamı boyunca çektiği önemli filmler, belgeseller ve televizyon filmleriyle sinemamıza önemli katkılar veren Akad, üniversitede sinema üzerine teorik ve uygulamalı dersler vererek, yeni sinemacıların yetişmesini sağlamıştır.



Kaynakça

- Akad, L.Ö. (2004). *Işıklı Karanlık Arasında*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Atıcı, F. (2016). *Ömer Lütfi Akad Sinemasında Aşk*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi.
- Bostan, M. (2021). Yeşilçam'da Bir “Romancı” Yönetmen: Lütfi Akad. *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, 19 (1): 147-164.
- Kayalı, K. (1994). *Yönetmenler Çerçevesinde Türk Sineması*. Ankara: Ayyıldız.
- Kirel, S., Yetimoğlu, A. B. (2022). Lütfi Ömer Akad Sineması'nda Anlam Yaratımında Sinematografik Tercihlerin *Diyet* Filmi Üzerinden Tartışılması. *Selçuk İletişim*, 15(2): 637-671.
- Kuyucak Esen, Ş. (2016). *Türk Sinemasının Kilometre Taşları (Dönemler ve Yönetmenler)*. İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Makal, O. (2011). Türk Sinemasının Usta Yönetmeni Ömer Lütfü Akad Üzerine. *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5: 83-88.
- Onaran, A.Ş. (2013). *Lütfi Ömer Akad*. İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Refiş, H. (2009). *Ulusal Sinema Kavgası*. İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Scognamillo, G. (2010). *Türk Sinema Tarihi*. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Serter, S.S. (2009). Lütfi Ömer Akad ve *Yalnızlar Rıhtımı* (1959): Biçemsel Bir Analiz. *Selçuk İletişim*, 5(4): 136-147.
- Şimşek, A. (2016). *Türk Sinemasında İstanbul Temsili: Ah Güzel İstanbul ve Anlat İstanbul Filmleri Örnekleme*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi, 2016.



Doğa Tarih Müzelerinde Eğitim Etkinlikleri ve Hedef Kitleye Etkisi

Educational Activities in Natural History Museums and Their Effect on the Target Audience

Emrah PAMUKLU¹  Ayşegül GÜRDAL PAMUKLU² 

Geliş Tarihi (Received): 26.09.2023

Kabul Tarihi (Accepted): 21.10.2023

Yayın Tarihi (Published): 23.10.2023

Öz: Müzeler temel işlevleri olan toplayıcılık ve sergileme işlemlerinin yanı sıra günümüzde bir eğitim kurumu gibi etkinlikler yürütmektedir. Müzelerin bu yeni işlevleri okullara informal eğitim açısından en uygun yerler olarak görülmektedir. Özellikle doğa tarihi müzeleri birçok duyu organına hitap eden bilimsel deneylerin yapıldığı ve eğitimin ön planda olduğu eğitim kurumlarına dönüşmeye başlaması, halkın bu kurumlara talebini arttırmaktadır. Bu çalışmada Londra Doğa Tarihi Müzesi ve Maden Tetkik Arama (MTA) Şehit Cuma Dağ Tabiat Tarihi Müzesinin eğitim etkinlikleri karşılaştırılmıştır. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi deseni kullanılmıştır. Veriler literatür taramasından (ikincil kaynaklar olan çeşitli çalışmalar ve kurumsal internet sitelerinden) elde edilmiştir. Toplanan veriler analiz edilerek yorumlanmıştır. Bulgulara göre iki müze arasındaki etkinlik farkları ortaya çıkartılmıştır. Çalışmada Londra Doğa Tarihi Müzesi'nin eğitim alanındaki çalışmalarını incelenmiştir. Bu çalışmaların Türkiye'deki müzelerde de uygulanması, müzelere ilgiyi artırabileceği ile ilgili öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Müze, Etkinlik, Hedef Kitle, Londra Doğa Tarihi Müzesi, MTA Şehit Cuma Dağ Tabiat Tarihi Müzesi.

&

Abstract: In addition to the basic activities of collecting and exhibiting, museums now carry out activities such as an educational program. Museums are seen as suitable places for these new schools of life from an informal education perspective. Especially in natural history museums, where scientific experiments that appeal to many senses are carried out and education, which is in the preliminary program of education, begins to turn into learning, the public's demand for these institutions is increasing. In this research, the educational activities of the London Natural History Museum and the Mineral Research and Exploration (MTA) Şehit Cuma Dağ Natural History Museum were compared. Complementary analysis design, one of the qualitative research methods, was used in the study. Data were obtained from literature review (various studies and corporate websites that are secondary sources). The collected data was analyzed and reported. According to the findings, differences in effectiveness between the two museums were revealed. In the study, what are the activities of the London Natural History Museum in the field of education? During this period, suggestions have been made about how to increase interest in museums that can survive in museums in Turkey.

Keywords: Museum, Event, Audience, Natural History Museum of London, MTA Martyr Cuma Dağ Natural History Museum.

Atıf/Cite as: Pamuklu, E., Gürdal Pamuklu, A. (2023). Doğa Tarih Müzelerinde Eğitim Etkinlikleri ve Hedef Kitleye Etkisi, Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 8 (16): 138-147.

İntihal-Plagiarizm/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Araştırmacı, Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi eposta: emrahpamuklu@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3083-0438

² Dr. Öğr. Üyesi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Bölümü eposta: aysegulgurdal@ibu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1782-7330

Giriş

Günümüzde giderek artan sayıda müze; organizasyon, sergi tasarımı, programlar ve hizmetlerdeki değişen beklentilere uyum sağlamak için kendilerini yeniden keşfetmekte ve yenilemektedir. Müzenin yenilikçi olması, müzeye ziyaretçi çekmek için de önemlidir. Bu sayede ziyaretçilere satılacak ürünler sayesinde müze gelirleri de artmaktadır. Müzenin gelirleri genelde hediyelik mağazası, yiyecek, içecek ve özel sergilerden oluşmaktadır. Müze ve toplum arasındaki bağı kurmak etkinlikleri hedef kitlesini belirlemek Halkla ilişkiler departmanının görev tanımını yapmakta ve bu alanın önemi de böylece ortaya çıkmaktadır. Tanıtımın yapılması istenen görsel ile insanların dikkatini çekmesi amaçlanmakta ve anlatılmak istenen bilgiler doğrudan hedef kitleye anlatılmalıdır (Okay ve Okay, 2021: 63). Televizyon reklamlarında nasıl hedef kitle odaklı çalışma yapılıyorsa müze de reklamlarında aynı olguyu benimsemelidir. Bu konuda kurumun internet sitesi ve sosyal medya ağırlıklı kullanılabilir.

Doğa tarihi müzeleri, toplayıcılık ve sergileme işlevlerinin olmasından dolayı hedef kitlesi geniş, en önemli müzelerdendir. Doğa tarihi müzelerinin kurulma amacı doğayı koruma, doğaya sahip çıkma, geçmiş ve gelecek hakkında bilgiler toplamaktır. Bu toplanan kaynakları tanıtım yoluyla halka aktarmak amaçlanmaktadır (Kılıç, 1992: 36). Dünyanın oluşmasından bugüne kadar yaşayan canlılar, değerli taşlar, kayalar, mineraller, insan anatomisi, dünyaya düşen meteorlar ve evrim gibi konular doğa tarihi müzesinin konuları arasındadır. Elde edilen bilgiler ışığında anaokulundan doktora eğitimine kadar birçok öğrenciye katkı sağladığı bilinmektedir. Müzelerin herkese karşı özel sorumlulukları vardır. Birincil bilgilerin bakımı, erişilebilirliği ve yorumlanması toplanan koleksiyonlarda tutulan kanıtların halka eksiksiz sunulması bu sorumluluğun başında gelmektedir.

Müze hedef kitleyi belirlerken yaş, cinsiyet, eğitim durumu, gelir durumu ve tüketim alışkanlıkları gibi bir çerçeve çizmelidir (Süar, 2017, s. 25). Bu kriterlerin herhangi birisi hedef kitleyi belirleyemeye yetebilir. Özellikle eğitim durumu müzelerin iç düzenini sağlamak için önemli bir kriterdir. Okul öncesinden lisans üstü eğitime kadar olan geniş yelpazede öğrencilere en iyiyi sunmak müzeler için bir zorunluluktur. Görmek, dokunmak, hissetmek, koklamak, tatmak ve duymak müzeye gelen ziyaretçilere eğitim anlamında çok fazla bilgi sağlayabilir. Bunu genişleterek görme, işitme ve fiziksel engellilere eserleri yasaklamak yerine onları tanımaları için beş duyu organının harekete geçebileceği ortamlar yaratmak hedef kitlenin hem çevresini büyütebileceği hem de ziyaretçi sayısını artırabileceği düşünülmektedir.

Araştırmanın temel amacı, Londra Doğa Tarihi Müzesi'nin topluma yönelik özellikle eğitim etkinliklerinin analiz edilmesidir. Bu müzenin seçilmesinin en önemli nedeni doğa tarihi müzelerinin eğitime yönelik ağırlığının olmasıdır. Ayrıca bünyesinde birçok eser barındırmakta ve bunlar dünyaca ünlü olmasıyla bilinmektedir. Türkiye'de ise gelişmekte olan Maden Tetkik Arama (MTA) Şehit Cuma Dağ Tabiat Tarihi Müzesi informal eğitim açısından iyi bir kaynaktır. Bu iki müze birtakım yönleri birbirlerine benzemelerinden dolayı rastgele seçilmiştir. Bu bağlamda Londra Doğa Tarihi Müzesi'nde uygulanan etkinlikler, MTA Şehit Cuma Dağ Tabiat Tarihi Müzesinde uygulanan etkinlikler ile karşılaştırılmıştır.

Araştırmada literatür tarama yöntemi kullanılmıştır. İkincil veri kaynakları olarak Londra Doğa Tarihi Müzesi ve MTA Şehit Cuma Dağ Tabiat Tarihi Müzesinin internet sitesi kullanılmıştır. Bu müzeler hakkında yazılan çeşitli kaynakların içeriği analiz edilerek yorumlanmıştır.

Müze Tanımı

Uluslararası Müzeler Konseyi (International Council of Museums -ICOM) (2018)'ne göre müzelerin, doğal, kültürel ve bilimsel mirasın korunmasına katkı olarak koleksiyonlarını edinme, koruma ve tanıtma görevi vardır. Koleksiyonlar önemli bir kamu mirasıdır. Hukukta özel bir konuma sahiptir ve uluslararası mevzuatla korunmaktadır. Bu kamu güveninin doğasında, yasal mülkiyet, kalıcılık, dokümantasyon (belgelendirme), erişilebilirlik ve sorumlu elden çıkarmayı içeren bazı kavramları vardır.

Türkiye’de de ilk kez kurulan müzeler, tarihi eserleri toplayıp korumak görevini misyon edinmiştir. Özellikle Kurtuluş Savaşı sırasında ülkenin işgal kuvvetleri tarafından ele geçirilmesi ve tarihi eserlerin ülke dışına çıkarılmasından dolayı müzecilik hareketlerinin önemi ortaya çıkmıştır. Kamu Hizmeti veren müzeler topluma hizmet etmekte ve onu geliştirmektedir. Toplulukların geçmiş ve şimdiki durumlarının anlaşılmasını sağlamakta ve böylece toplumda birlikteliği teşvik etmektedir. Müzeler; mirası elde etmekte, korumakta, araştırmakta, iletmekte ve sergilemektedir. Miras, içeriğin edinilmesiyle başlayıp yayılmasıyla sonuçlanan yaşam döngüsünde yer alan aşamaları yürütmektedir. Müzelerin odak noktası, doğanın ve insanlığın mirasına sahip çıkmaktır. Faaliyetleri; insanlık, kültür, tarih ve diğer yaşam formları, doğa ve çevrenin incelenmesi etrafında dönmektedir. Müzelerin amaçları arasında eğitim, araştırma ve eğlence gibi uygulamalar bulunmaktadır. Öğrencilerin öğrenebileceği, araştırmaların yapılabileceği ve bulguların üretilebileceği yerlerdir. Ayrıca, gezginlerin tatilde ziyaret edebileceği veya hafta sonları yerel ailelerin ziyaret edebileceği bir yer olarak da rekreasyonel amaçlara hizmet etmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı’na göre (2022); müze, bulunduğu çevrenin tarihi eserlerini koruyan, sergileyen, bilgi ve belgeyi inceleyen, kâr amacı gütmeyen kurumlar olarak tanımlanmıştır.

21. yüzyılda müzeler sadece sergileme, koruma işlevlerini yapmamakta birlikte bilime, halka ve doğaya yönelik çalışmalar da yapmaktadır. Kendi bünyesinde bulunan laboratuvarlarda araştırma yaparak bilime katkı sağlamaktadır. Eğitim alanında her yaştan öğrenciye hizmet vermektedir. Kurslar, seminerler ve konferanslar ile eğitim desteklenmiştir. Özellikle rehberli müze gezilerine katılan öğrenciler için öğrenme ortamı görevi görmektedir. Botanik bahçesi kurarak dünyada bulunan nadir bitkileri korumayı görev edinmiştir. Diğer canlılarla insanları tanıştırmak, onları korumak ve soylarını devam ettirmek için çalışmalar yapmaktadır.

Kültür ve ticaret arasındaki ayrımın çöküşünden sonra, post-endüstriyel, post-modern bir toplumda müzenin yeni bir rolü ortaya çıkmıştır. Müzenin yeni amacı, küratörler ve halk arasında bir forum veya diyalog kurmak; hatta ziyaretçilerin kendi deneyimlerini bir araya getirebilecekleri bir halka açık erişim sistemi oluşturmaktır. Bu sistemi Avrupa’da yer alan köklü müzeler kullanmaktadır. Londra Doğa Tarihi Müzesi bu öneriye göre etkinlikler düzenlemekte ve ziyaretçilerin sadece gözle değil o eserlerin arasında yaşayormuş gibi gezmelerini sağlamaktadır.

Müzelerde Hedef Kitlenin Önemi

Müzeler için aileler önemli bir hedef kitledir. Müze yöneticileri onları müzeye çekebilmek için ebeveynlere hitap ederken çeşitli reklam ve tanıtım girişimlerini de kullanmaktadır. Bununla birlikte, çocuklar genellikle ailelerin karar verme süreçlerini önemli ölçüde etkileyebilmektedir. Müze ziyaretçilerinin tercihleri doğrultusunda etkinlikler karakterize edilebilir. Bu nedenle müze pazarlama yöneticileri genellikle izleyicilerini yaş (çocuklar, gençler, yetişkinler, emekliler), ziyaret amacı (bireyler, okul ziyaretleri, turist grupları) veya müzeye ilgili (yeni başlayanlar, meraklılar) gibi demografik özelliklere göre kategorilere edilerek hedef kitleyi bölümlere ayırabilir (Cicero, Teichert, 2018: 147). Ana hedef hem öğrenmeyi hem de eğlenceyi ve ayrıca sosyal etkileşimi içermektedir. Tatil ve boş zamanın motive ettiği birçok aktivite, aile ilişkilerini geliştirmeyi amaçlamaktadır. Böylece müzelerin düzenledikleri etkinlik ve eğitim faaliyetlerine de aileler ile birlikte çocukların katılımı sağlanmış olmaktadır.

Müzelerin pazarlama alanına girmeleri günümüzde neredeyse zorunlu hale gelmiştir. Bunun nedeni büyüme ve rekabettir. Belirli günlerde ziyarete açılan önemli sergiler (dinozor sergisi gibi), müzede çocuklar için düzenlenen geceyi orada geçirdikleri pijama partileri ve bilim geceleri gibi etkinlikler hem ailelerin hem de çocukların sosyalleşmeleri için önemli girişimlerdir. Ayrıca müzenin prestijine de katkı sağlamaktadır. Çağdaş toplumlarda pazarlama stratejisi, organizasyonların kusursuzluğu, halkla ilişkiler departmanının çalışmalarına, ekonomik karlılık hedef kitle tanımının daha da genişlemesini sağlamıştır. Bir veya birkaç kişi değil herkes bu alana dahil edilmiştir (Kanışlı, 2013, s. 71).

Halkla ilişkiler, kurumları daha çok insana tanıtmak ve kurumun prestijini artırmak için çalışmalar yapmaktadır. Halkla ilişkilerin amacı iletişimi kesintisiz devam ettirmek, hedef kitleyi korumak ve

genişletmek, müzedeki etkinlikleri insanların bilgileneyeceği şekilde duyuru yapmak ve müze tanıtım organizasyonlarını yönetmektir (Abrak ve Küçüksaraç, 2017: 5045).

Londra Doğa Tarihi Müzesi

Tamamen halka açık genelde ücretsiz ya da çok az miktarda ücret alınan bu müzelerde, görsel zenginlikler ve etkinlikler birçok kişiyi bu kurumlara çekmektedir. Müzelerdeki doğa tarihi koleksiyonları, doğal dünyanın ve toplumların çevreleriyle ilişkilerinin üç boyutlu bir arşividir. Çoğu durumda, artık var olmayan bir dünyayı belgeleyebilirler. Bu nedenle, bu koleksiyonlar, böylesine önemli bir kaynağın hak ettiği özen ve dikkatle ele alınmalıdır (ICOM, 2013). Toplama yeri ve toplama tarihi gibi yardımcı verilerin, herhangi bir materyalin değerine önemli ölçüde katkıda bulunduğu kabul edilmektedir. Doğa tarihi müzelerindeki koleksiyonlar genellikle hızla yok olan veya soyu tükenmiş türlerden ve genellikle Dünya'nın en erişilemeyen bölgelerinden toplanan materyalleri içermektedir. Bilgiye açılan kapılar olarak müze sergileri ise, toplumun ilerlemesi ve kendini algılaması için kritik öneme sahiptir. Bu nedenle sergi geliştiriciler ve tasarımcılar hem iletişimci hem de öğretmendir; etkileri geniş kapsamlıdır ve sonuç olarak muazzam bir sorumluluk üstlenirler (Chicone ve Kissel, 2016: 153).

Dünyada en değerli eserleri barındıran Londra Doğa Tarihi Müzesi, 1881 yılında Jeoloji Müzesi olarak kurulmuş olup Britanya Müzesinin jeoloji ile ilgili koleksiyonlarından oluşmaktadır. 1859 yılında Britanya Müzesi yerine kurulan Doğa Tarihi Müzesi günümüzde bu alanda en gelişmiş müze oldu (Şener ve Yüksel, 2016, s. 221). Yıllar geçtikçe kendini geliştirerek ek binalar ile genişlemiş ve İngiltere'nin en önemli müzesi haline gelmiştir. Bu ek binalardan en göze çarpanı Darwin Merkezi'dir. Darwin Merkezi 2009 yılında halka açılmıştır ve müzenin tarihi koleksiyonlarının yanı sıra çalışan bilim adamlarına ev sahipliği yapmaktadır. Merkezin benzersiz Koza benzeri yapısı, müzenin en önemli bitki ve böcek örneği koleksiyonlarını sergilemektedir ve son teknoloji araştırma tesisleriyle donatılmıştır. Londra Doğa Tarihi Müzesi, doğal dünyanın biyolojik ve jeolojik çeşitliliği ile ilgili en büyük küresel veri setlerinden bazılarını oluşturmakta ve elinde bulundurmaktadır. Londra'da yer alan doğa tarihi müzesi, karşılaştırıldığında en büyük müzelerinden biri olduğu bilinmektedir. Müzenin merkezi mekânı olan Hintze Salonu, 2017 yılında yeniden geliştirilmiştir. Diplodocus iskeleti yerine, 25,2 metrelik mavi balina iskeleti ile getirilmiştir. Bunun nedeni günümüzde yaşayan mavi balinanın soyu tükenme tehlikesiyle karşı karşıya olmasıdır. İnsanların artık hayvanlara karşı duyarlı olmaları ve dünyayı koruma farkındalığının artması için bu devasa ve bir o kadar da zararsız hayvanın modeli kullanılmıştır.

MTA Şehit Cuma Dağ Tabiat Tarihi Müzesi

Türkiye'nin ulusal anlamda ilk Tabiat Tarihi Müzesi, MTA Şehit Cuma Dağ Tabiat Tarihi Müzesi MTA Genel Müdürlüğü bünyesinde 7 Şubat 1968 tarihinde kurulmuş, yeni binasına ise 2003 yılında taşınmıştır. Müzenin sergi salonlarında, Türkiye'nin ve dünyanın çeşitli yerlerinden derlenmiş hepsi birbirinden önemli ve değerli, 5000'i aşkın örnek bulunmaktadır (Ankara Şehit Cuma DAĞ Tabiat Tarihi Müzesi, 2023). Müze üç kattan oluşmaktadır. Giriş katı uzay ile ilgili bölüm yer almaktadır. Özellikle okul öncesi ve ilkokulların eğitimi için etkinlikler düzenlenmekte, ayrıca görme engelli vatandaşlar için hazırlanmış özel bölümler bulunmaktadır.

Müze Etkinlikleri

Müzelerin geleneksel tanımına göre müzeler, kültürel ve eğitsel işlevi olan, eserlerin sergilendiği, incelendiği ve depolandığı yerler olarak tanımlanabilir. Müzeler, farklı hedef kitleleri çekmek amacıyla ana faaliyetlerini genişletmiş ve zenginleştirmiştir. Yeni ve geleneksel olmayan müze ziyaretçilerinin ilgisini çekmek için müzede gece etkinliğini düzenleme fikri düşünülmüştür. Geleneksel olmayan müze çeşitleri arasında; çevrimiçi sergiler, açık hava sergileri ve artırılmış gerçeklik gibi sergiler bulunmaktadır. Müzede gece etkinliği, karma karakterli, kültürel bir olayı temsil etmektedir. Etkinlik sırasında insanlar müzeleri ziyaret etmektedir. Burada performanslar düzenlenir, film gösterimleri, müzik etkinlikleri, ekoloji ve bilim

alanındaki eğitim programları, çocuklar için programlar etkinlikler ziyaretçilerin ilgisi çekmektedir (Resim 1). Gece geç saatlere kadar sürekli animasyonlar, farklı sergiler, programlar ve sunumlar sayesinde insanlar müzelerle yeni ve alışılmadık bir şekilde tanışmaktadır. Bu, kültürün etkilerini genişletmekte ve aynı zamanda kültürel kimliğin oluşumunu katkı sağlamaktadır. Müzelerin sabaha kadar açık kalması planlandığı günler, müzeye her insanın gelmesini engellemek için bilet satışı ve rezervasyon sistemi kullanılmaktadır.



Resim 1: Londra Doğa Tarihi Müzesi Dino Horlamaları. <https://l24.im/zCYouIL>

Resimdeki etkinlikler Londra Doğa Tarihi Müzesinde düzenlenen “Dino Horlamaları” etkinliğine aittir. Ziyaretçiler saat 18:45 ve 10:00 arasında geceyi mavi bir balinanın altında kamp kurarak geçirmektedir. Gece boyunca öğrenecek ve keşfedilecek çok şey içeren aktivitelerle dolu bir akşam düzenlenmektedir. Çocukların yapabilecekleri etkinlikler; müzeyi meşale ışığında gezmek, atölyede dinozor tişörtü yaratmak, bilim adamları tarafından verilen eğitim rehberliği eşliğinde müzenin daha derinlerini araştırmaktır.

21. yüzyılın müzeleri, mirasın korunması, muhafaza edilmesi ve sunulması gibi olağan işlevlerinin ötesine geçerek, bugün ile geçmiş arasındaki zaman engelini ortadan kaldırmaktadır. Günümüzde müzeler, modern teknolojinin tüm avantajlarını kullanarak, eğitim ve eğlenceyi birleştiren mekanlardır. Modern toplumdaki yeni, ek rolünü kabul eden müze kurumları, başarıya giden yolları sürdürüyor ve geleneksel rolünü sürdüren müzeler, daha az ilgi çeken mirasın kapalı koruyucuları olmaya devam ediyor. Modern müzelerin dijital çağdaki kilit rollerinden biri kesinlikle sürekli olarak yeni müze izleyicileri yaratmaktır. Müze ziyaretçilerinin katılımı, müzenin hayatta kalması için anahtar haline gelmektedir.

Müzeler, gerçekleştirdikleri etkinliklerin geniş yelpazesi göz önüne alındığında çoğu zaman önemli kültür merkezleri haline gelmektedir. Kültür turizmi, yalnızca turistik olmayan yerlerin kültürel ürünlerini insanlara sunmasını mümkün kılan toplumun çağdaş mirasıdır. Bu tür turizm, çekici içeriğe sahip yerlerin ziyaret edilebilir hale getirilmesi ihtiyacından motive olurken, kültür turizminin temel işlevi, ulusal veya yerel değerleri turistlere başarıyla sunmaktır (Bjeljac, Brankov, ve Lukić 2011, s. 229).

Yöntem

Bu çalışmada Türkiye'nin Ankara ilinde bulunan MTA Şehit Cuma Dağ Tabiat Tarihi Müzesi ve Londra Doğa Tarihi Müzesinin yaptığı etkinlikler, kurumların internet siteleri, daha önce yapılmış araştırmalardan ve kullanıcı yorumlarından yararlanılarak doküman analizi oluşturulmuştur. Nitel araştırma yöntemi kullanılarak hazırlanan çalışmada yerli ve yabancı kaynaklardan veri analizi yapılmıştır.

Bulgular

Tablo 1. MTA Şehit Cuma Dağ Tabiat Tarihi Müzesi Etkinlikleri. <https://124.im/Ja6Rx> Erişim Tarihi: 22.12.2021.

MTA Şehit Cuma Dağ Tabiat Tarihi Müzesi		Etkinlik Çeşidi
1.	Dinozorlar	Müzedeki ve yer yüzünde yaşamış dinozorların açıklaması yapılmıştır. Çocuklar müzede bulunan Allosaurus dinozoru maketini ve fosilini yakından tanıma şansına sahiptirler.
2.	Dinozorları Boyayalım	Okul öncesi ve sonrası çocuklar için planlanan eğitim türüdür. Boyanacak alanlara numara verilmiş ve her numara da renk ile kodlanmıştır. Okul öncesi çocukları yetişkin yönlendirmeleri ile kutucuklar boyanarak dinozoru ortaya çıkarmaya çalışmaktalar.
3.	Dinozorları Boyayalım 2	Okul öncesi ve sonrası çocuklar için bir veya birden çok içi boş çizilen dinozorun içini taşırmadan boyamaları istenmektedir.
4.	Filler	Müzedeki yer alan Maraş Fili (<i>Elephas maxima asurus</i>) fosili incelenmektedir. Maraş Filinin ve yer yüzünde yaşayan diğer fillerle ilgili ipuçları, ne ile beslendikleri gibi özellikleri anlatılmaktadır. Çocuklar öğrendiklerini desteklemek için çeşitli sorular, kesme-yapıştırma etkinlikleri, fil resmi çizimi gibi etkinlikler hazırlanmaktadır.
5.	Müze Rehberi	İlkokul 1-2-3. Sınıflar için hazırlanmıştır. Müzenin ne anlama geldiği, müzede hangi eserlerin olduğu gibi ön çalışma ile başlamaktadır. Çalışma yaprakları ile özelliği belirtilen eserin resmini eşleştirmesi istenmektedir. Ayrıca çocuklardan karikatür çizimleri istenmiştir. Diğer çalışmalarda ise çocuklara müzede en çok hoşuna giden eserler sorulmuştur. Ayrıca müze ile ilgili resim, şiir veya hikâye yazmaları istenmiştir.
6.	Eğitim Paketleri	Okul öncesi ve sonrası çocuklara özel hazırlanmıştır. Çizim, boyama çalışması ve çeşitli bulmacalarla etkinlikler düzenlenmiştir.
7.	Diğer Etkinlikler	Gezici Müze ile müzeye gidemeyecek çocuklara hizmet etmektedir. Yurt içindeki okulları gezerek müzede bulunan eserler tanıtılmış, bilimsel deneyler yapılmıştır. Uzay ve dünya tanıtılmıştır.

MTA Şehit Cuma Dağ Tabiat Tarihi Müzesi, müze içi etkinlik paketleri genellikle okul öncesi ve ilkökul seviyesi ile sınırlı kalmıştır (MTA Eğitim Birimi, 2021). Çocuklar burada Türkiye ve Dünya’da yaşamış tarih öncesi canlılarla tanışmaktadır. Allosaurus maketi ve iskeleti çocukların en çok ilgilendikleri eser olmaktadır. Bu nedenle etkinliklerin birçoğu dinazorlar üzerine planlanmıştır. Doğa tarihi müzelerinin vazgeçilmez eserinin burada da sergilenmesi Türkiye açısından büyük önem taşımaktadır. Diğer ilgi çeken eser Elephas maximus asurus (Maraş Fili), Gomphotherium ve Uzun (Fin) Balınadır. Filler etkinliklerde kullanılmış olup, onlarla ilgili çocuklara çeşitli eğlenceli etkinlikler hazırlanmıştır (MTA Paleontoloji, 2021). Gezici Müze projesiyle müzeye gelemeyen, köydeki ve illerdeki çocuklara tanıtım etkinlikleri düzenlenmektedir (MTA Duyurular ve Etkinlikler, 2021). Öğretmenler ve öğrenciler bu projeden memnuniyet duyduklarını dile getirmişlerdir. Bilimsel açıdan çeşitli projelere de imza atılmakta olup bu çalışmalar sayesinde müzeye çeşitli eserler kazandırılmaya devam etmektedir.

Tablo 2. Londra Doğa Tarihi Müzesi Etkinlikleri. <https://124.im/wI5jb0c> Erişim Tarihi: 21.12.2021.

Londra Doğa Tarihi Müzesi		Okul Grupları Etkinlikleri
1.	Süper Stegosaurus Atölyesi (5-7 Yaş)	Bu uygulamalı atölye çalışmasında, öğrenciler dünyanın en eksiksiz Stegosaurus fosili olan Sophie ile yüz yüze gelmektedir. Paleontolog rolünü üstlenen öğrenciler, Sophie'nin yaşam tarzı hakkında bize neler söyleyebileceklerini anlamak için devasa 3D yapboz stegosauruları bir araya getirmekte ve dinazor anatomisinin farklı kısımlarını incelemektedir.
2.	Dino Kazısı (7-11 Yaş)	Bu eğlenceli uygulamalı atölye çalışmasında, öğrenciler bir dizi fosili tanımlamak, kendi fosil kazılarını yapmak, gözlem ve ölçüm yoluyla gizemli örneklerin neler olabileceğini bulmak için gruplar halinde çalışma yapılmaktadır.
3.	Mars Görevi: Lego Kaşifleri Atölyesi (7-11 Yaş)	Bu atölyede öğrenciler küçük ekipler halinde bir Lego Marslı gezici tasarlamak ve inşa etmek için çalışmaktalar. Daha sonra, keşif araçlarının gerçekçi bir Mars yüzeyinde nasıl performans gösterdiğini görmeden önce tasarımlarını kodlar, test eder ve değerlendirilmektedir.
4.	Okyanus Yaşamı ve Habitat Gösterisi (1. Grup: 6-7 Yaş, 2. Grup: 3-4 ve 7-9 yaş, 3. Grup: 5-6 ve 9-11 yaş)	Bu sürükleyici gösteri, okyanusların önemini vurgulamakta ve bu muhteşem yaşam alanını korumaya yardımcı olmanın önemini göstermektedir.
5.	Acil Durum! Depremler ve Volkanlar Gösterisi (7-11 Yaş)	Bu gösteri, gezegenimizin doğal güçlerinin müthiş gücünü vurgulamakta ve doğal afet tahmininin önemini ve zorluğunu göstermektedir. Bu sürükleyici deneyimde öğrenciler sadece bir gösteri izlemeyecek, aynı zamanda hikâyenin bir parçası olacaktır.
6.	Çocuklar için Dino Horlamaları (7-11 Yaş)	Saat 18:45 ve 10:00 arasında geceyi mavi bir balinanın altında kamp kurarak müzenin en inanılmaz yaratıkları arasında bir keşif ve macera gecesi düzenlenmiştir. Gece boyunca öğrenecek ve keşfedilecek çok şey içeren harika aktivitelerle dolu bir akşam düzenlenmektedir.

Londra Doğa Tarihi Müzesi, belli yaş aralığında bulunan çocukları gruplara ayırarak eğitim vermektedir. Birinci grup 5 ile 7 yaş arasındaki; ikinci grup 7 ile 11 yaş arasındaki; üçüncü grup ise 11 ile 14 yaş arasındaki çocukları kapsamaktadır. Eğitim belli kontenjan dahilinde ve ücretli yapılmaktadır. Birinci grup eğitimi; hayvan ve insan, organları dinazorlar ve fosiller, habitatlar ve besin zincirleri, ünlü insanlardan oluşmaktadır. İkinci grup eğitimi; evrim ve kalıtım, volkanlar ve depremler, yaşam döngüleri, habitatlar ve sınıflandırma insanlar ve hayvanlar, bilim ve bilim adamları, kayalar, fosiller ve dinozorlardan oluşmaktadır. Üçüncü grupta ise eğitim; temalar iklim değişikliği, kirlilik ve kentsel yaşam alanlarını kapsamaktadır. Ayrıca 5 – 14 yaş arasındaki tüm çocukları kapsayan müzeyi ziyaret eden çocuklara ön bilgilendirme hazırlığı için ve müze hakkındaki ipuçların bulunduğu etkinlik broşürü ücretsiz olarak dağıtılmaktadır. Müzeye gidemeyecek öğrenciler için ise gruplar arasında sanal konferanslar düzenlenmektedir. Ayrıca telefonlarına yükleyebilecekleri uygulamalar ile hem eğlenip hem de bilgi almaları sağlanmaktadır.

Müze, ilk ve orta öğretim dışında lisansüstü eğitimi de vermektedir. Yüksek lisans eğitimi için kurslar açılmaktadır.

1. Biyoçeşitlilik ve Küresel Değişim Kursu: Bu kurs, biyoçeşitlilik krizinin üstesinden gelmek için gerekli olan bilimde bir temel sağlar ve gelecek nesil koruma profesyonellerini eğitir.
2. MRes Biyoçeşitlilik, Evrim ve Koruma: Biyoçeşitlilik araştırmalarında kariyere hazırlanan öğrencilere yönelik bir yıllık araştırmaya dayalı lisansüstü kursu.
3. Taksonomi, Biyoçeşitlilik ve Evrim: Filogenetik, evrimsel biyoloji, paleobiyoloji ve taksonomi ilkelerine dayalı biyoçeşitlilik alanında bir yıllık yüksek lisans derecesi.
4. MRes Biyosistematiği: Biyoçeşitlilik ve sistematik araştırmalarında bir kariyere hazırlanan öğrencilere yönelik bir yıllık araştırmaya dayalı lisansüstü kursu (NHM Master Courses, 2021).

Müze, çeşitli doktora araştırma fırsatları sunmak için akademik kurumlarla ortak çalışmaktadır. Bunlardan bazıları müzede, diğerleri ise müze ziyaretleri ile ortak kurumda bulunmaktadır. Doktora projeleri beş ana başlıkta toplanmıştır. Her proje kendi alt dallarına ayrılmıştır. Doktora öğrencileri genellikle Birleşik Krallık araştırma konseyleri veya Avrupa araştırma girişimleri tarafından finanse edilen doktora eğitim programları bağlamında düzenlenmektedir (NHM Phd Research Opportunities, 2021).

1. Değişen Bir Gezegen için Bilim ve Çözüm projeleri
2. Batıdaki Büyük Dörtlü projeleri
3. Değişen Ortamın Zorluklarına Uyum Sağlama projeleri
4. Orta İngiltere NERC Eğitim Birliği projeleri
5. Çevreyi Araştıran Müfettişler İçin Disiplinler arası Southampton Ortaklığı projeler

Sonuç

Günümüzde müzeler çok sayıda turist ilgisini çekmektedir. Bu nedenle kurumların kültür turizminin gelişmesinde önemli rolü göz ardı edilmemelidir. Büyük rekabet nedeniyle, geleneksel anlayış, müzelerin toplumdaki rolünü önemli ölçüde değiştirmiş ve müzelerin kendisi, modern eğilimlere ve turistlerin taleplerine uyum sağlayarak, kendilerini ziyaretçiye yönelik mekanlara dönüştürmektedir.

Yüzlerce yıldır, dünyanın dört bir yanındaki doğa tarihi müzeleri, genel halka ve bilim insanlarına doğal dünyamız hakkında daha fazla bilgi edinmeleri için sayısız fırsat sağlamaktadır. Doğa tarihi müzeleri, daha önce sormayı düşünmediğimiz soruların ele alındığı disiplinler arası buluşma merkezler olarak işlev

görmektedir. Bu kurumlar kullanımlarını en üst düzeye çıkarmak için, örneklerin yalnızca günümüzün taleplerini değil, aynı zamanda yeni, öngörülemeyen ihtiyaçları da karşılayacak şekilde nasıl örnekleneyeceğini, korunacağını, işleneceğini ve saklanacağını dikkatlice düşünmek zorunlu olduğu görülmüştür.

İletişim stratejisini değiştirmek ve gençleri müzelere çekmek, yaratıcı olmayan, çekici olmayan, yalnızca mirasın korunmasına odaklanan, yeterli sunum stratejisi olmayan müzeler için zorunlu hale gelmiştir. Yeni ziyaretçi kitlesi yaratmak ve mevcut ziyaretçileri kaybetmemek, 21. yüzyıl müzeleri için ortaya çıkan görevlerdir. Müze gecesi etkinlikleri iyi bir etkinliktir ancak yetersiz olduğu düşünülmektedir. Her kurumda net bir strateji tanımlamadan, müzeler yavaş yavaş bir gecelik cazibe biçiminde gösteri kültürünün bir parçası haline gelmektedir. Analiz edilen araştırmalarda müze gecesi etkinliğini kültürel ihtiyaçlarını eğlenceli bir şekilde ve toplu ziyaretlerle karşılama fırsatı olarak gören kadın nüfus, erkek nüfustan daha sık etkinliklere katılma eğilimi göstermişlerdir (Bjeljac, Brankov ve Lukić, 2011: 233).

Çalışmada iki müzenin etkinlikleri karşılaştırılmış ve elde edilen bilgiler tablolar halinde düzenlenmiştir. MTA Şehit Cuma Dağ Tabiat Tarihi Müzesi, etkinlikleri çocuklara yönelik yapmakta ve genelde basit programlarla öğrencilere eğitim vermektedir. Ancak Türkiye şartlarında olabilecek müfredata bağlı kalındığı için Avrupa'daki kadar geniş ve bilimsel değildir. Gezici müze projesi ile MTA yurt içinde eğitime önemli katkı sağlamaktadır. Londra Doğa Tarihi Müzesi eğitim açısından müzeden ziyade üniversite gibi çalışmaktadır. Birleşik Krallıkta ve Avrupa'daki müfredat, müzelerde de eksiksiz uygulanmakta ve başarılı sonuçlar vermektedir. Çocukları müzeye alıştırmada çok etkili yöntemler kullanılmakta ve aileleri de etkinliklere dahil ederek büyük küçük herkesin müze kültürünü alması sağlanmaktadır. Bulgular bir müzenin eğitime sağladığı katkının önemini ortaya çıkarmaktadır. Türkiye bu konuda projeler yürütmekte ancak yeterli düzeye henüz ulaşamadığı görülmüştür.

Kaynakça

- Abrak, E., ve Küçüksaraç, B. (2017). Postmodern müzelerde dijital halkla ilişkiler ve deneyimsel pazarlama pratikleri: İstanbul'daki postmodern müzelere yönelik nitel bir araştırma. *International Journal of Human Sciences*, 14(4).
- Ankara Şehit Cuma DAĞ Tabiat Tarihi Müzesi. (2023). <https://turkishmuseums.com/museum/detail/12295-ankara-sehit-cuma-dag-tabiat-tarihi-muzesi/12295/1>.
- Bjeljac, Z., Brankov, J., ve Lukić, V. (2011). The'Museum Night'Event-the Demographic Profile of the Visitors in Serbia. In *Forum geografic* (Vol. 10, No. 2).
- Chicone, S. J., ve Kissel, R. A. (2016). *Dinosaurs and dioramas: creating natural history exhibitions*. Routledge.
- Cicero, L., ve Teichert, T. (2018). Children's influence in museum visits: antecedents and consequences. *Museum Management and Curatorship*, 33(2), 146-157.
- ICOM, (2013). *ICOM Code Of Ethics For Museums*. <http://icom.museum>. France. Erişim Tarihi: 04.12.2021.
- Kanışlı, E. (2013). Hedef Kitle ve Paydaşlar ile İletişim Aracı Olarak "Sosyal Medya": Gaziosmanpaşa Üniversitesi (Goü) Örneği. *Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi*, 5 (2), 69-78. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sobiadsbd/issue/22122/237590>
- Kılıç, A. Y. (1992). Doğa Tarihi Müzeleri ve Önemi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(6), 35-37.
- MTA Duyurular ve Etkinlikler. (2021). <https://www.mta.gov.tr/v3.0/muze/duyurular-etkinlikler>. Erişim Tarihi: 22.12.2021.
- MTA Eğitim Birimi. (2021). <https://www.mta.gov.tr/v3.0/muze/egitim-birimi>. Erişim Tarihi: 22.12.2021.
- MTA Paleontoloji. (2021). <https://www.mta.gov.tr/v3.0/muze/paleontoloji>. Erişim Tarihi: 22.12.2021.

- NHM Dino Snores For Kids. (2022). <https://www.nhm.ac.uk/events/dino-snores-for-kids.html>. Erişim Tarihi: 10.12.2021.
- NHM Explore Discover Guides. (2021). <https://www.nhm.ac.uk/schools/school-visits-at-south-kensington/explore-discover-guides/free.html>. Erişim Tarihi: 24.12.2021.
- NHM Master Courses. (2021). <https://www.nhm.ac.uk/our-science/courses-and-students/masters-courses.html>. Erişim Tarihi: 25.12.2021.
- NHM Phd Research Opportunities. (2021). <https://www.nhm.ac.uk/our-science/courses-and-students/phd-research-opportunities.html>. Erişim Tarihi: 25.12.2021.
- NHM School visits at South Kensington. (2021). <https://www.nhm.ac.uk/schools/school-visits-at-south-kensington.html>. Erişim Tarihi: 24.12.2021.
- Okay, A. ve Okay, A. (2021). Halkla İlişkiler Kuram Strateji ve Uygulamaları. Der Yayınları: İstanbul.
- Süar, A. (2017). Sosyal Medyanın Geleneksel Reklam Araçlarına Göre Hedef Kitle Belirlemedeki Avantajları. AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi, 8 (28), 21-44. DOI: 10.5824/1309-1581.2017.3.002.x
- Şener, O. ve Yüksel, E. (2016). Avrupa Müzeleri. Beta Yayınları.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2022). Türkiye’de Müzecilik. <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-69904/turkiye39de-muzecilik.html>. Erişim Tarihi:07.12.2021.



Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi

Abant Journal of Cultural Studies

2023, 8(16): 148 – 157



Sanat ve Pastiş Çerçevesinde Video Oyunları: Thief: The Dark Project Örneği

Video Games in the Framework of Art and Pastiche: The Case of Thief: The Dark Project

Volkan EROL¹ 

Geliş Tarihi (Received): 26.09.2023

Kabul Tarihi (Accepted): 22.10.2023

Yayın Tarihi (Published): 23.10.2023

Öz: Sanatın tarihinin nereye kadar uzandığı ve sanatın ne olduğu konusunda fikir birliğine varılamıyor olsa da insan üretimi olan her metnin ve dolayısıyla da sanatın diğer pek çok metinden bilinçli ya da bilinçsiz etkilenecek ortaya çıktığı söylenebilir. Bu etkileşim pastiş ve metinlerarasılık gibi kavramların doğmasına zemin oluşturmuştur. Sanatsal değeri üzerine tartışmalar yürütülen video oyunları da hem görsel hem de işitsel bir ürün olduğundan pek çok metinden esinlenerek oluşturulmaktadır. Çalışmada pastiş ve metinlerarasılık kavramlarından bahsedilerek 1998 yapımı Thief: The Dark Project adlı yapım müzik, mimari, anlatı yapısı çerçevesinde çözümlenmiştir. Literatür taraması ve betimsel analiz kullanıldığı çalışmanın amacı Thief: The Dark Project adlı oyunun metinlerarasılık aracılığıyla esinlendiği metinleri yeni bir anlatı ortaya çıkarmak için nasıl bir araya getirdiğini incelemektir. Aksiyon oyunlarının yaygın olduğu bir dönemde anlatıyı ve atmosferi ön plana çıkartarak gizlilik temelli oyunlara öncülük etmiş ve kendinden sonra gelen pek çok oyunu etkilemiş olması örneklem olarak seçilmesinde rol oynamıştır. Çalışmanın sonucunda oyunun referanslar aracılığı ile yarattığı evreni ve anlatıyı nasıl zenginleştirdiği ortaya konmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Pastiş, Metinlerarasılık, Sanat, Video Oyunu, Thief

&

Abstract: Although there is no consensus on how far the history of art extends and what art is, it can be said that every human-made text, and therefore art, emerges by being consciously or unconsciously influenced by many other texts. This interaction laid the groundwork for the emergence of concepts such as pastiche and intertextuality. Video games, whose artistic value is debated, are inspired by many texts, as they are both visual and audio products.

In the study, the concepts of pastiche and intertextuality were mentioned and 1998 production Thief: The Dark Project was analyzed within the framework of music, architecture and narrative structure. The aim of the study, using literature review and descriptive analysis, is to examine how the game Thief: The Dark Project brings together the texts it is inspired by through intertextuality to create a new narrative. At a time when action games were common, it pioneered stealth-based games by highlighting narrative and atmosphere, and the fact that it influenced many games that came after it played a role in being chosen as a sample. As a result of the study, it was tried to reveal how the game enriches the universe and narrative it creates through references.

Keywords: Pastiche, Intertextuality, Art, Video Game, Thief

Atıf/Cite as: Erol, V. (2023). Sanat ve Pastiş Çerçevesinde Video Oyunları: Thief: The Dark Project Örneği, Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 8 (16): 148-157.

İntihal-Plagiarizm/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Galata Üniversitesi Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi İletişim ve Tasarım Bölümü, e-posta: volkan.erol@galata.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7508-5454

Giriş

Sanat tarih boyunca insanı insan yapan en önemli özelliklerinden biri olagelmıştır. Gerek birbirleriyle gerekse kendilerinden daha üstün olduklarına inandıkları varlıklarla iletişim kurmak amacıyla oluşturdukları ilk çizimler, zihin özgürleştikçe bambaşka formlara bürünmüş, insanın kendi iç dünyasını aktarmasının bir aracı haline gelmiştir. Sanatın bu yolculuğu elbette birbirini takip eden bir süreç içinde gerçekleştirmiş, her sanat eseri, üretilmiş olan her metin bir diğerini etkilemiştir. Bu etkilenme kimi zaman netken, kimi zaman ise daha örtük şekillerde olmuşsa da referansları, esinlenilmiş metinleri anlayabilmek hem eseri anlayabilmek açısından önemlidir hem de bulmaca çözmeyi seven insan zihni için adeta bir oyun gibidir.

Sanat formları geliştikçe ve çeşitlendikçe kurulan referanslar ağı da zenginleşmiştir. 7. Sanat olan sinema ele alındığında bu durum özellikle dikkat çekici hale gelmektedir. Sinema, müziği, resim ve heykel gibi plastik sanatları, edebiyatı kendi bünyesinde bir araya getirir. Ancak sinema yalnızca bundan ibaret değildir. Sinematografi ve özellikle kurgu gibi kendine has araçları aracılığı ile anlam yaratır. Kamera hareketleri, ses tasarımı, sahne geçişleri, ışık, müzik, oyunculuk gibi pek çok etmen birleşerek bir bütün oluşturur. Böylece bir ekip işi ortaya çıkar. Ancak yine de yönetmen kendi imzasını atabilir. Böylece filmi izlerken o filmin, örneğin bir Hitchcock filmi olduğunu anlarız.

Görece yeni bir ortam olan ve sinema gibi en başlarda yalnızca eğlence olarak düşünülen video oyunları da aynı sinema gibi sanatın çeşitli dallarını bünyesinde toplar ve yine sinema gibi kendine has araçlara sahiptir. Öncelikle etkileşimlidir. Yalnızca izlemez, anlatının bir parçasına dönüşürüz. Bu da beraberinde oyun mekanikleri denilen yapıyı getirir. Oyun mekanikleri, yani oyunun genel yapısını belirleyen kurallar oyuncu deneyimini ve anlatıyı etkiler. Böylece ortaya sinemayla ortak noktalara sahip ama etkileşimli olmasıyla farklılaşan yeni bir biçim çıkar. Dolayısıyla, sinemanın metinlerarası zenginliği, oyunlar söz konusu olduğunda daha da yoğundur.

Referans, ya da gönderme yapmak kimi zaman bir amaç halini de alabilmektedir. Bu da oluşturulan eserin anlaşılması için, en azından yeterince kavranabilmesi için diğer eserleri bilmeyi zorunlu kılar. Bu yaklaşımın uçlara yaklaşıldığı durumlarda eserin özgünlüğü, alıntı mı çalıntı mı yaptığı gibi konular gündeme gelmektedir.

Bununla birlikte pastiş, parodi gibi kavramlar da özellikle söz konusu sanat eserleri olduğunda tartışılan kavramlar olmuştur.

Bu çerçevede *Thief: The Dark Project* (Looking Glass, 1998), kurduğu fantastik evrende pek çok mitolojiyi, sanatsal akımı ve pop kültür ürününü birleştirmesi açısından göze çarpmaktadır. Ayrıca hayranlar tarafından üretilen görevler (bu noktadan itibaren fan mission'un kısaltması olan FM olarak geçecektir) de oyuna sürekli yeni anlatılar eklemeyerek evrenini zenginleştirmektedir. Çalışmada oyun pastiş ve metinlerarasılık çerçevesinde incelenecektir.

Pastiş, Metinlerarasılık ve Video Oyunları

Pastiş, geçmişin genellikle postmodern, maddesel kullanımının en radikal biçimlerinden biridir. Postmodern pastiş, geçmişin tarzlarını eklektik bir şekilde alıntılar yapmak, yeniden yaratmak ve birleştirmek olarak tanımlanabilir. (Wortel,2008:14) Kelime, İtalyanca "pasticcio"dan gelmektedir ve turta anlamına gelmektedir. Hamurla birlikte karıştırılmış, sebze, et veya diğer yiyecekleri tanımlayan kelime daha sonra sanata uygulanmıştır. Böylece pasticcio, bir ressamın diğer ressamların motiflerini kullanarak oluşturduğu resmi tanımlamak için kullanılmaya başlanmıştır (Dyer,2007:8).

Bir sanat eserinin sahiplenilmesi eski zamanlara kadar uzanmaktadır. Özellikle Yunan ve Rönesans dönemlerinde ünlü sanat eserlerini kopyalamak yaygındı (Lankford, 2007:4). Bununla beraber postmodern pratik ilk olarak Braque ve Picasso gibi ünlü kübistler tarafından geliştirilmiştir.

Günümüzdeyse Jeff Koons, Andy Warhol, Robert Rauschenberg, Sherrie Levine ve Cindy Sherman gibi pek çok sanatçı pastişten faydalanmalarıyla ünlüdür (Winczewski,2008:37).

Özdüşünümsel bir yapıya sahip olan pastişin değeri onun parodik olmaksızın eleştirel olabilmesinde yatmaktadır. Bir pastiş çalışması, kaynağın keyfiliğine işaret ederek ödünç aldığı orijinal çalışmanın öz değerini düşürür, taklit eder ya da öykünür (Cupit,2009:4).

Pastiş ayrıca gönderme yaptığı şeyin tarzını deforme eder: seçer, vurgular, abartır ve yoğunlaştırır. Göndermesinin bütün detaylarını yeniden üretmez, belli bir parçayı seçer ve o parçayı abartır ve yoğunlaştırır (Dyer, 2007: 56).

Sanatın bütünleşik bir hale geldiği, neredeyse her bir sanat eserinin diğer eserlerini bir şekilde refere ettiği ya da o eserlerden parçalar ödünç aldığı günümüzde, pastiş, sanatı anlamakta önemli bir unsur haline gelmiştir. Yukarıda da değinildiği üzere Andy Warhol gibi sanatçılar, pastişini yoğun şekilde kullanmaktadırlar.

Bu çerçevede video oyunları, hem yeni bir medya olarak, hem de etkileşimli yapısıyla, izleyicileri oyuncular haline getirerek eserin içine katan sanat eserleri olarak önemlidir. Mikse Salmond'a göre ise ", o zaman ticari oyunlar henüz film ya da tiyatro gibi sanat biçimleri değildir... Ama eğer video oyunları ortamını meşrulaştırmayı denersek o zaman sanat temelli oyunlar yapmaya başlayabiliriz." (Salmond'dan aktaran Stalker, 2005:11).

Kristeva'ya göre metinlerarasılık bir veya daha fazla gösterge sisteminin bir değerine aktarılmasını ifade eder (Kristeva, 1986: 111).

Pastiş, bu çerçevede metinlerarası çalışmalardır ve popüler medyada da örnekleri sıklıkla görülmektedir. Örneğin *The Matrix* (Wachowski kardeşler, 1999), William Gibson'un dönüm noktası niteliğindeki siberpunk romanı *Neuromancer*'dan (1985) neo-noir distopik bilimkurgu filmi *Dark City*'e (Alex Proyas, 1998) ve *Ghost in the Shell*'e (Mamoru Oshii, 1995) kadar filmi şekillendiren çok sayıdaki birbirinden bağımsız kaynaklar sebebiyle bir pastiş örneği olarak tanımlanabilir. Bu yapısıyla *The Matrix* metinlerarası bağlantılar yönünden oldukça zengin bir filmidir.

Video oyunlarından ise *GTA:Vice City* (Rockstar Games, 2002)'i örnek gösterebiliriz. Oyun *Scarface* (De Palma, 1983) ile arasındaki benzerlikler açısından hemen dikkati çekmektedir. Oyunun protagonistinin adı olan Tommy Vercetti, *Scarface*'in protagonisti olan Tony'yi aklı getirmektedir. Hem Tommy Vercetti hem de Tony Montana kendilerini suç dünyasında bulan ve bu dünyada hızla eski mahkûmlardır. Bu ve bu gibi pek çok benzerlikle oyun ve daha önce yaratılmış metinler arasında metinlerarası bağlar kurulur.

GTA'da tasvir edilen şehirler yirminci yüzyıl kent manzaraları olarak tanıdık olsa da bunlar hayal edilen Amerikan şehir yaşamının parçalarından birleştirilerek oluşturulmuştur. Tasarımcılar İskoçya'da yaşadığı için bu imgeler büyük oranda gerçek yaşamdan değil Hollywood sinemasından alınmıştır. *Vice City*'deki villa *Scarface*'den ödünç alınmıştır. Çete üyelerinin sürdüğü kamyonetler ise *Boyz in the Hood*'dakilere benzemektedir (Chesher, 2004:111).

Metinlerarasılık ve Pastiş Çerçevesinde *Thief: The Dark Project*

Sinopsis

Oyun, steampunk (bilim kurgunun buharlı makinelere odaklanmış bir alt türü) bir ortaçağ atmosferine sahip olan ve Şehir diye adlandırılan bir metropoliste geçmektedir.

Oyun, Garrett adlı evsiz bir çocuğun, kendilerine Muhafızlar (*Keepers*) adını veren gizli bir topluluk tarafından bulunup kendilerinden biri olacak şekilde eğitilmesiyle başlamaktadır. Ancak, Garrett, belli bir yaşa geldiğinde Muhafızlar'dan ayrılır ve eğitimini hırsızlık için kullanır. Caduca adındaki yaşlı kadın, *glyph* denilen işaretlerle yazılmış eski kehanetleri yorumlamakta ve bir hırsızın, Şehir'de meydana gelecek olaylarda çok önemli roller oynayacağını belirtmektedir. Bu hırsızın Garrett olabileceğini düşünen

Muhafızlar, bu sebeple onunla ilişkilerini kesmemektedirler. Ancak kehanetlere inanmayan Garrett kendi yoluna gitse de bazen istemeden de olsa onlara yardım etmeyi sürdürmektedir.

Trickster adındaki bir Pagan tanrısı tarafından kandırılan Garrett, Göz denilen, telepatik olarak iletişime geçme gücüne sahip bir nesneyi, hayaletli bir katedralden çalması için ikna edilir. Trickster, Göz'ü kendi dünyasının kapılarını tamamen açmak için kullanacaktır, ancak bunu yapabilmek için gerçek bir göz ile birleştirilmesi gerekmektedir. Trickster, Garrett'in tek gözünü söker ve onu ölüme terk eder.

Bir Muhafız tarafından kurtarılan Garrett, Paganlar'ın düşmanı olan ve Master Builder adını verdikleri bir tanrıya tapan bir topluluk olan Hammeritelar'dan yardım ister. Göz'ün sahtesi yapılıdır. Trickster'in dünyasına geçen Garrett, fark edilmeden, Göz'ü sahtesiyle değiştirir. Böylece Trickster'in kapıları açmak için yaptığı tören başarısız olur ve Trickster mağlup edilir.

Bir Hammerite olan Karras, minnetlerinin bir ifadesi olarak, kaybettiği gözünün yerine Garrett'a mekanik bir göz armağan eder.

Oyunun son sinematik sahnesinde, Garrett'i bulan ve onun en güvendiği Muhafız olan Artemus'la konuşmaktadırlar. Garrett, bir daha onlara yardım etmeyeceğini, hiçbir Muhafız'ı görmek istemediğini söyler ve diğer Muhafızlar'a bunu iletmesini istediğini belirtir.

Garrett uzaklaşır, Artemus ise kendi kendine konuşur ve her şeyin kehanetteki gibi gerçekleştiğini söyleyerek Metal Çağı'nın gelişi konusundaki uyarıları tekrarlar.

Yapım Aşamaları ve Oyun Mekanikleri

Oyun 1998 yılında *Looking Glass Studios* tarafından Microsoft Windows için geliştirilen ve *Eidos Interactive* tarafından yayımlanan, gizlilik temelli bir video oyunudur. Oyun ilk olarak *Better Dead Than Undead* isimli bir fikir olarak başlamıştır ancak bu fikir kısa süre bir kenara bırakılmış ve oyunun temelleri *Dark Camelot* ile atılmıştır. *Dark Camelot*'taki temel fikir, Kral Arthur'un hikâyesini distopik bir anlatı içerisinde yeniden kurgulamaktır. Bu ilk versiyonda Kral Arthur, Kutsal Kâse mitini halkı yönetebilmek için uydurmuş bir tiran, Merlin bir psikopat ve şövalyeler gösterişli zırhlar içindeki haydutlar olarak tasarlanmışlardır.

Programcılardan Marc LeBlanc şunları söylemektedir:

Kurduğumuz evren geleneksel Arthuryen elementlerden daha moderndi. Steampunk, ama barutsuz. Silindir şapkalı Merlin'in skeçlerini gördüğümü hatırlıyorum, ayrıca NASCAR sürücülerini gibi kurum logolarıyla donatılmış şövalyeler hakkında konuşmalar vardı... Basit bir şekilde orkları ve elfleri kopyalamak istemedik; eşsiz ve akılda kalıcı bir şey inşa etmek istedik. Sahiplenebileceğimiz bir şey (Hivemind, 2013).

Oyunun tasarımı aksiyon, rol yapma ve macera türünü birinci kişi görüş açısıyla bütünleştiriyordu (Leonard, 1999). Ancak *Looking Glass* ekibi, *Dark Camelot*'u temelde bir kılıç dövüşü oyunu olarak tasarlamıştı ve etkili bir kılıç dövüşü sistemi geliştiremediklerinden, *Dark Camelot* fikri de yavaş yavaş başka bir şeye doğru dönüşüm geçirmeye başlamaktaydı (Hivemind, 2013).

Doug Church oyundaki temel gizlilik modelinin gardiyanların diğer yöne bakması oyuncunu hızlı bir şekilde geçmesi üzerine kurulu olduğunu, Paul Nerath'ın ise, oyunun bu hırsızlık kısmının çok ilginç olduğu konusunda ısrar ettiğini ve neden hırsızlık kısmını merkeze alan bir oyun yapmadıklarını sorduğunu belirtmektedir (Rouse, 2004:518).

Böylece *Better Red Than Undead* projesinden zombiler başta olmak üzere doğaüstü öğeleri, *Dark Camelot*'tan ise kılıç dövüşü mekaniğini ve genel atmosferi ödünç alan *Thief: The Dark Project* ortaya çıkmıştır (Hivemind, 2013).

Oyun, FPS (*First Person Shooter*) olarak adlandırılan, oyuncuların önlerine çıkan düşmanları öldürdüğü oyunların ağırlıklı olduğu bir dönemde piyasaya sürülmüş ve pek çok yönden kendinden sonra gelecek

olan oyunlara ilham vererek, bir kilometre taşı haline dönüşmüştür. TDP, gizlilik sistemini birinci kişi görüş açısıyla ilk defa eklemlendirerek *First Person Sneaker* denilen türün öncüsü olmuştur.

Dövüşten kaçınmayı ödüllendirmesiyle çıktığı dönemde bir devrim niteliği taşıyan oyun, ses açısından da öncü bir yapıya sahiptir. Yönetici programcı Tom Leonard, *Thief*'te sesin diğer oyunlardan daha merkezi bir rol oynadığına inanmaktadır: "Yapay zekânın oyuncunun hem içsel durumu hem de konumuyla bağlantı kurduğu ilk ortamdı." (Williams, 2009:11). Objeler tarafından oluşturulan sesler yapay zekâyı kendilerini saran ortam hakkında bilgilendirmektedir. *Thief* sesin hem yapay zekâ hem de oyuncu için, büyük rol oynadığı ilk oyunlardan biri olarak görülmektedir (Williams,2009:12).

Oyun bu yenilikçi mekaniklerin yanında özellikle ara sahneleri açısından da kendine has bir tarza sahiptir. Dan Thron ara sahne tasarımları hakkında şunları söylemektedir:

Ben ekibe katıldığımda sinematikleri Rob ve Ken geliştiriyordu. İlk tasarımıımız aktif bir çizgi roman sayfası gibiydi ve çok etkileyici görünüyordu. Sonra John Randall ve ben onları biraz değiştirdik, Randall beni After Effects ile tanıştırdı ve bu tarz animasyona bir kez başladıktan sonra her şey yerli yerine oturdu... Ama dürüst olmak gerekirse sinematiklerin imzası haline gelen karanlık çok az zamanımızın olması ve gölgelerden daha hızlı boyanan bir şey olmaması gerçeğinden kaynaklandı. Hepimiz çok iyi düşünmeliydik çünkü prodüksiyon üzerinde çok kesin sınırlarımız vardı. (TTLG, 2009).

Bundan sonraki bölümlerde ekibin oyunun hem görsel hem de anlatsal yapısını oluştururken etkilendiği kaynaklar incelenecektir.

Zaman ve Mekân

Thief, hem zaman hem de mekân olarak belli bir döneme ait değildir ve çeşitli zaman ve mekânların bir araya gelmesinden oluşmuştur. Bu belirsizlik hissi oyunun geçtiği mekânın bir isminin olmaması ve sadece. Şehir (*The City*) olarak adlandırılmasıyla daha da vurgulanmaktadır.

Oyunun atmosferi genel olarak Orta Çağ'ı andırmakla beraber 19. Yüzyıl'a ait Victoria dönemi mimarisi, 1920'lerde ortaya çıkan Art Deco gib pek çok mimari tarza rastlamak mümkündür. Daniel Thron, Dickensyan ve Barok karışımı mimariyi özellikle benimsediklerini, böylece zengin ve fakir arasındaki farkı çok net bir şekilde gösterebildiklerini belirtmektedir (TTLG, 2009).

Oyunun başlangıç ve eğitim bölümü olan *A Keeper's Training*'te görülen yapılar ortaçağ mimarisini andırmakla beraber, metal plaka kaplı yüzeyleri daha en baştan oyunun belirli bir döneme ait olmadığı izlenimini uyandırmaktadır.

Lord Bafford's Manor adlı ilk bölüme baktığımızda, oyunun mimari yapısını ve atmosferini çok daha net bir şekilde görebilmekteyiz. Sokaklar ortaçağ ve 1485-1603 Tudor dönemi mimarisine sahiptir. Ancak Lord Bafford'un kalesinin içi, Viktorya dönemini (Kraliçe Viktorya'nın hükümdarlığına gönderme yapan 1837-1901 yılları arasındaki dönem) andırmaktadır. Ayrıca sokaklarda göze çarpan demir su boruları da Ortaçağ'dan daha ileriki dönemleri çağrıştırmaktadır.

Hammerite adlı dini grubun (ki ileride işleneceği gibi Hristiyanlığa ve İspanyol Engizisyonu'na yapılmış bir göndermedir) kiliseleri yoğun şekilde Roma Katolik kiliselerini andırmaktadır. *The Haunted Cathedral*, *Return to The Cathedral* ve *Undercover* bölümlerinde *Hammerite* kiliselerini detaylı bir şekilde gösterilmektedir.

The Lost City adlı bölümde, oyunun protagonisti Garrett, Şehir'in üstüne inşa edilmiş olduğu, sular altındaki Kayıp Şehir, *Karath Din*'i bulmak üzere yola çıkar. *Karath Din* ismi büyük ihtimalle Lovecraft'ın *Kadath*'ına, yine bu bölümde ismi geçen *N'Lahoptep*, Lovecraft'ın *Nyarlathotep*'ine bir göndermedir.

The Lost City Maya ve Mısır mimarisi ile göze çarpmaktadır. Bölümün haritası da, Mısır hiyerogliflerini andıran sembollerle bezelidir.

The Sword adlı bölümde Garrett, oyunun kötü karakteri Constantine'in villasına, çok iyi korunan sihirli bir kılıç çalmak üzere girer. Kılıcı çalmak, Constantine'in kendisi tarafından verilmiş bir görevdir ve Constantine böylece Garrett'in yeteneklerini test etmektedir. Bölüm, tasarımıyla oyunun en dikkat çekici bölümlerinden biridir. Oyunun fantastik yapısı içinde bile tuhaf bir tasarıma sahip olan villa, sürreal bir mimariye sahiptir ve oyuncuları (ve Garrett'i) son derece şaşırtmaktadır.

Art Deco (1920-1940 yılları arasında gelişen, geleneksel el sanatı motifleri ile Makine Çağı imgelerini ve materyallerini birleştiren bir tarz), daha çok serinin ikinci oyunu olan *Thief: The Metal Age*'de etkili olmakla beraber, çok az da olsa TDP'de de yansımaları gözükmemektedir.

Oyun zamansızlık duygusunu, teknolojiyi kullanarak pekiştirmektedir. Meşalelerle aydınlatılan sokaklar birdenbire yerini elektrikli sokak lambalarına bırakmaktadır. Işık Kulesi denilen, ortada parlayan sarı bir küre tarafından emilen partiküller yayan dört kolu bulunan cihazlarla, jeneratörlerle, asansörlerle, kameralarla (tüm oyun içinde sadece *Cragscleft* Hapishanesi'nde görülsede), alarm sistemleriyle ve tanımlanamayan pek çok cihazla donatılan oyun, bir zaman ve mekân pastışı olarak tanımlanabilir.

Din ve Mitoloji

Oyunun dine olan en açık göndermeleri Çekiç Tarikatı'nda (*Order of the Hammer* ya da *Hammerite*) kendini göstermektedir. Tarikatın kökeni tam olarak bilinmemekle beraber, Şehir'in kurucuları arasında yer aldıklarına inanılmaktadır. Tarikat, *Master Builder* ismini verdikleri bir tanrıya tapmaktadır ve Paganları kâfir olarak görmektedir. Paganlar ve Çekiç Tarikatı birbirlerinin ezeli düşmanıdır.

Tarikat temel olarak Katoliklere ve İspanyol Engizisyonu'na yapılan bir göndermedir. Kiliseleri Roma Katolik kiliselerini, sembolleri olan çekiç ise haçı akla getirmektedir. Azizleri, tespihleri, duaları, dua kitapları, dua kandilleri, azizlerin kemiklerini içeren kutsal emanetleri vardır. Kırmızı üniformaları, kendi inançlarından olmayanlara uyguladıkları şiddet ve işkenceler ise İspanyol Engizisyonu'nu akla getirmektedir.

Tarikatı katolik inancına bağlayan bir diğer faktör *Master Builder* ile İsa'nın kökensel benzerlikleridir. *Master Builder*'in çekiç ve keski ile evrene şekil verdiğine inanılmaktadır ve bu sebeple inşa etmeyi severler. Bu onlar için bir tapınma yoludur. İsa da İncil'de bir marangozun oğlu olarak geçmektedir. Ancak genellikle marangoz olarak çevrilen kelime olan *tekton*, bir şeyler inşa eden (*builder*), demirci gibi el hüneriyle bir şeyler yaratan (*craft*) anlamlarını da karşılamaktadır (Murdock, 2011:177). Bu çerçevede bakıldığında *Master Builder* ve İsa arasındaki benzerlikler dikkat çekicidir.

Serinin üçüncü oyunu olan *Thief: Deadly Shadows*'da, tarikatın, çok sıkı güvenlik önlemleri alarak koruduğu, *Builder*'in Kâsesi (*chalice*) adı verilen bir kutsal emanet bulunmaktadır. Bunun, Hristiyanlıkta, hem törenler esnasında içinden şarap içilen kâseye dolayısıyla Kutsal Kâse'ye bir gönderme olduğu açıktır. Oyunun temeli olan *Dark Camelot* projesinin Arthur mitini ele alınacağı düşünüldüğünde gönderme daha fazla anlam kazanmaktadır.

Tarikat, *Master Builder*'in, *Trickster*'ı (Pagan tanrısı, Constantine'in gerçek kişiliği) Şehir'den sürdürdüğüne ve böylece karanlığı uzaklaştırdığına inanılmaktadır.

Paganlar, *Trickster* adlı tanrıya tapmaktadır ve Çekiç Tarikatı düzeni simgelerken, Paganlar kaosu temsil etmektedir. *Trickster*, çeşitli şekillerde tasvir edilmektedir. Temel (ve oyunun içinde görülen) şekli ise Yunan mitolojisinde bir keçinin sağrısına, bacaklarına ve boynuzuna sahip olan, yabanın, çobanların, sürülerin tanrısı olan tanrı Pan ile büyük benzerlik göstermektedir. Pan'dan farklı olarak ise kertenkele benzeri bir kuyruğa ve şekil değiştirebilme yeteneğine sahiptir. Ayrıca doğaya hükmedebilmektedir.

Constantine'in villasında bulunan bazı duvar kabartmaları, *Green Man* tasviriyle benzerlikleri göz önüne alındığında, *Trickster*'in, Pan'ın yanısıra *Green Man* (Yeşil Adam) mitolojisine de göndermeler içerdiği görülmektedir. *Green Man* insan ve bitkinin birleşik bir imgesidir ve insanlık ile bitkisel dünyanın

birleşimini, doğanın sırlarını sembolize etmektedir. Genel olarak Ortaçağ kiliselerinde görülmesine karşın kökleri Pagan zamanına kadar uzanmaktadır (Anderson'dan aktaran Cheade, 2013).

Trickster'in sağ kolu olan Viktoria ise Trickster gibi şekil değiştirme gücüne sahip, gerçekte ise yeşil ağaç kabuğu benzeri deriyle kaplı insansı forma sahip bir *nymph*dir. Mitolojide *nymph* dişi doğa perilerine verilen isimdir. *Nymphler* genellikle tanrıların yardımcıları olarak tasvir edilmektedirler (Parada, 1997).

Paganlar bozuk bir İngilizce ile konuşmaktadırlar. Kelimelere sıklıkla "s" ya da "ie" ile bitmektedir; Trickster'a hitaben kullandıkları *Woodsie Lord* gibi (*Wood Lord*- Ağaç Lordu). Ayrıca kendi ürettikleri kelimeler de bulunmaktadır. Uygur insanlar için *cityhead* (şehirkafa), hırsızlar için *sneaksie* (sinsi, sinsice hareket etmek anlamlarına gelen anlamına gelen *sneak*'ten) gibi.

Geliştirici ekibin esinlendiği kaynaklar arasında *Hobbit* de bulunmaktadır. Dolayısıyla Paganların bu konuşma tarzının Gollum'dan etkilendiği düşünülebilir. Gollum da, çoğul kelimelerin sonuna "es" getirmektedir; *Hobbittses*, *Bagginses* gibi.

Edebiyat, Sinema, Popüler Kültür

Ekip, oyun üzerinde en büyük etkisi olan kitaplardan birinin Umberto Eco'nun *Name of the Rose* (Gülün Adı) olduğunu belirtmektedir (TTLGü t.y.). Keşifler, büyük kütüphaneler, engizisyon, labirentvari mekânlar gibi temalar özellikle Çekiç Tarikatı ve Bekçiler üstünde büyük etkisi olduğu görülmektedir.

Ekip, Frank Hurbert'in *Dune*, Fritz Leiber'in *Fafhrd and the Grey Mouser* romanlarının da büyük etkisi olduğunu söylemektedir (TTLG, t.y.). Bu romanların etkisini etkisini fütüristik teknoloji, tarihi silahlar, tanrısal güçler, kehanetler, boyutlar arası sihir gibi elementler üstünde görmek mümkündür.

Charles Dickens'in *Oliver Twist* ve *Tale of Two Cities* romanları, ne sıkı sıkıya Ortaçağ'a ne de Victoria dönemine ait olmaları bakımından oyunu oldukça fazla etkilemiştir. Emil Pagliarulo bu konuda şunları söylemektedir:

"Bana göre, Garrett Artful Dodger'un genişletilmiş bir hali... Victoria dönemi hırsızının en mükemmel örneği: etkileyici, yetenekli, sinik. Bu mükemmel bir kombinasyon. Bütün Thief hayranlarını *Oliver Twist* okumaya daver ediyorum; Victoria Londrası'nın suç yaşamının harika bir tarihsel kaydı." (TTLG, t.y.).

Daniel Thron, Caleb Carr'ın *The Alienist* adlı romanından çok etkilendiğini, ancak onu en çok çeken faktörün kitabın kapağı olduğunu belirtmektedir. Alfred Stieglitz'in bir fotoğrafı olan kapağın kendisini Stieglitz'in fotoğraflarına yönelmiş ve Şehir hakkında düşünürken ilham vermiş olduğunu söylemektedir (TTLG, 2009).

Tolkien'in mitolojisi, özellikle de *The Lord of the Rings* ve *Hobbit*, oyunu etkileyen diğer kaynaklardandır. Daha önce de değinildiği gibi özellikle Paganları ve konuşma tarzlarını etkilemiştir. *Cragscleft* hapisanesinde bir mahkûm "I like the dark! Dark for dark business!" (Karanlığı severim! Karanlık iş için karanlık.) demektedir. Bu, *Hobbit*'e doğrudan bir göndermedir:

"We like the dark," said the dwarves. "Dark for dark business!" ("Karanlığı severiz", dedi cüceler. "Karanlık iş için karanlık!") (Tolkien,2012:23).

Eyes Wide Shut, *Meet Joe Black* ve *The Haunting* filmleri 18. yüzyıl mimarisi ile oyundaki bölümlerin inşasını etkilemiştir. Disney'in *Robin Hood*'u da oyunun genel yapısını etkileyen filmler arasındadır. Oyunun görsel tarzı ve anlatsal elementleri (dedektiflik gibi) yoğun olarak kara filmlerden ve Alman dışavurumculuğundan etkilenmiştir. Ekip, *M*, *The Maltese Falcon*, *Dead End* ve özellikle de *The Third Man* filmlerinin bu açıdan çok büyük etkisi olduğunu belirtmektedir. Bu filmlerdeki dedektiflerin Garrett'in kişiliği üzerinde büyük etkileri olduğunu, Philip Marlowe adlı dedektifin bu çerçevede oldukça önemli olduğunu söylemektedirler (TTLG, t.y.).

Blade Runner, kara filmi bilimkurguyla birleştirmesi açısından etkili olmuştur. Oyunun son sahnesi, Garrett'in mekanik gözünü yakın çekim göstererek, Blade Runner'in açılış sekansına gönderme yapmaktadır.

Müzik

Oyunun müzikleri Eric Brosius tarafından düzenlenmiştir. Özellikle (Josh Randall'ın da katkısının bulunduğu) giriş ve çıkış müzikleri, endüstriyel metal ve elektronik müziğin bir türü olan *breakbeat*'in bir karışımı olarak, oyunun hem zamansız ve mekânsız yapısıyla, hem de teknolojinin ve sihrin tekinsiz bir şekilde iç içe geçmiş olduğu karanlık atmosferiyle uyum içindedir. Görünüş itibariyle tarihi bir oyun olduğu izlenimini yaratan oyunun müzikleri bu modern yapısıyla, farklı zamanları bir araya getirmekte, bir pastiş ortaya çıkarmaktadır.

Giriş ve çıkış müziklerinin bu yapısı oyunun genelinde de kendini hissettirmektedir. *Assassins* adlı bölümün briefing videosunda ve *Thieves' Guild* bölümünün kumarhane kısmında fonda çalan müziğe modern tınlar ve enstrümanlar hâkimdir.

FM ve Modlar

Thief: The Dark Project 'in (ve genel olarak *Thief* üçlemesinin), halen sevilmesinin ve oynanmasının en büyük nedenlerinden birinin, yayınlanan editörler sayesinde hazırlanan fan yapımı görevler ve diğer oyunların yapısını değiştirerek *Thief* tarzına ve atmosferine sahip olmasını sağlayan modlar olduğunu söyleyebiliriz.

1999 yılından bu yana hayranlar tarafından yapılan yüzlerce FM bulunmaktadır. Bunlardan bazıları çok küçük görevlerken, bazıları *Thief:2X* gibi çok kapsamlı olabilmektedir. FM'ler, oyuncuların *Thief* evrenine kendi hikâyelerini, kendi karakterlerini eklememesine olanak sağlayarak, oyunun ömrünü uzatmakta ve evreni genişletmektedir. FM'ler oyuncuların kendi zevklerini yansıtan tamamen deneysel çalışmalar olduğundan, ortaya, *Thief*'in atmosferi ve anlatisıyla ters düşen pek çok FM de çıkabilmektedir.

Modlar açısından bakıldığında *The Dark Mod* göze çarpmaktadır.

The Dark Mod (TDM) ise *Doom 3* (id Software, 2004) için geliştirilmiş bir moddur. *The Dark Mod*, oyunun mekaniklerini tamamen değiştirmektedir. Oyunun mekanikleri *Thief*'in mekaniklerine oldukça benzer olmakla kalmayıp, onları geliştirmiştir. Oyun, resmi sitesinden tamamen ücretsiz olarak indirilebilmekte ve başka hiçbir şeye ihtiyaç duyulmadan oynanabilmektedir. Bu da bir bakıma TDM'yi mod olmaktan çıkarmakta, başlı başına bir oyun yapmaktadır.

Oyun, oyuncular tarafından yapılan ve yine ücretsiz olarak indirilebilen FM'lerden oluşmaktadır.

Modlar bu yapısıyla, hem oyuncuların kendi içeriklerini oyuna katmalarına izin vererek, hem de farklı oyunların grafikleri ve/veya mekanikleri üzerine başka bir oyunun atmosferini/mekaniklerini inşa ederek bir pastiş meydana getirmektedirler.

Sonuç

Zaman içinde çok basit yapılardan oldukça karmaşık yapılara doğru evrilen video oyunları, anlatı yapıları ve görsel tarzlarıyla, kendine has mekanikleriyle başlı başına bir sanat olma yolunda ilerlemektedir. Görsel yapısıyla özellikle sinemadan etkilenen video oyunları, zaman içinde kendine has bir görsellik oluşturmuş ve sinemayı etkilemeye başlamıştır.

Video oyunları, oyuncuların anlatıyla etkileşim haline girmesini sağlamış, böylece karakterlerle özdeşleşme ve anlatı yapısına dâhil olma yönünde yepyeni bir kapı açmış, teknolojinin gelişmesi, gözlükler, eldivenler gibi araçlarla bu etkileşimi bir üst boyuta taşımıştır.

Kimi oyunlar ile birlikte oyuncuların kullanımına sunulan editörler ise oyunların içeriğinin isteğe göre değiştirilmesini ve hayranlar tarafından oyuna eklenilebilecek yeni bölümler yapılabilmesini sağlamış, internet oyuncuları birbirine bağlayarak bu modların ve bölümlerin paylaşılmasına imkân sağlamıştır.

Böylece video oyunları, oyuncuların tamamlanmış bir ürünün yapısını değiştirmesine olanak vermiştir. Başka hiçbir popüler kültür ürününde ya da sanat dalında mümkün olmayan bu özellik, video oyunlarının “etkileşimli bir sanat” olarak konumlandırılmasını sağlayabilmektedir.

Bilgisayar oyunları hem edebiyat, resim, sinema gibi sanat dallarıyla ve popüler kültür ürünleriyle metinlerarası bir ilişki kurduklarından, hem de etkileşimli yapısıyla oyuncuların, yaratıcı ekibin düşüncesinin dışında kendi yaratımlarını oyuna eklemeye izin verdiklerinden, zengin bir referans ağına sahiptirler.

Thief: The Dark Project hem din ve mitolojiye göndermeleri, edebiyat, resim, müzik gibi alanlarda pek çok eserden beslenmesiyle metinlerarası bir yapıya sahiptir, hem de zamansız ve mekânsız yapısıyla (ya da pek çok zamanı ve mekânı bir araya getirmesiyle) geniş bir evren yaratmaktadır. Yüzlerce FM ile oyuncuların kendi içeriğini oluşturmasına izin veren oyun, modlar aracılığıyla da diğer oyunlarla ve metinlerle kurduğu bağlar derinleşmektedir.

Pastiş, gönderme yaptığı kaynaklara olan benzerliği vurgular (Sloan, 2016: 39). *Thief*'in yapısına baktığımızda genellikle referansların altının çizildiğini ve hatta kimi zaman anlatının bu referanslar aracılığı ile anlam kazandığını görülmektedir. Bütün bu özellikleriyle *Thief: The Dark Project*, video oyunlarında pastişe başarılı bir örnek teşkil etmektedir.

Kaynakça

- Cheade, S. (2013). Green Man Mythology. 13.08.2023 tarihinde http://library.tarvalon.net/index.php?title=Green_Man_Mythology adresinden alındı.
- Chesher, C. (2007). Neither Gaze nor Glance, but Glaze: Relating to Console Game Screens. *Scan Journal*. 4(2): ss. 98-117.
- Cupit, K. (2009). Pastiche and Parody: Imitation's Role in Julie Heffernan's Self-Portraiture, *Kuzey Karolina: Regional Collegiate Art History Symposium*.
- Dyer, R. (2007). *Pastiche*. New York: Routledge.
- Hivemind. (2013). Stealing History: Dark Camelot and Thief. 05.09.2023 tarihinde Stealing History: Dark Camelot And Thief | Rock Paper Shotgun adresinden alındı.
- Kristeva, J. (1986). Revolution in Poetic Language. *The Kristeva Reader*, Ed. Toril Moi. ss. 89-136. New York: New York Columbia University Press.
- Lankford, E.M. (2007). *Sampling Real Life: Creative Appropriation in Public Spaces*. Towson University.
- Leonard, T. (1999). Postmortem: Thief: The Dark Project. 01.09.2023 tarihinde http://www.gamasutra.com/view/feature/131762/postmortem_thief_the_dark_project.php adresinden alındı.
- Murdock, D.M. (2011). *Who Was Jesus? : Fingerprints of the Christ*. Oregon: Stellar House Publishing.
- Parada, C. (1997). *Nymphs*. 05.08.2023 tarihinde <http://www.maicar.com/GML/NYMPHS.html> adresinden alındı.
- Rouse, R. (2004). *Game Design Theory & Practice*. İkinci Basım. Texas: Wordware Publishing.
- Stalker, J.P. (2005). *Gaming In Art: A Case Study of Two Examples of the Artistic Appropriation of Computer Games and The Mapping of Historical Trajectories of 'Art Games' Versus Mainstream Computer Games*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Johannesburg: University of Witwatersrand.

- Tolkien, J.R.R (2012). *The Hobbit*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt Publishing.
- TTLG.(2009). Out of the Shadows-Interview with Daniel Thron. 10.08.2023 tarihinde Out of the Shadows – interview with Daniel Thron (ttl.g.com) adresinden alındı.
- TTLG. (t.y.). Thief 2 Development Team TTLG Exclusive Interview. 10.08.2023 tarihinde Thief2-MetalAge.com -- A TTLG / Digital Nightfall Production adresinden alındı.
- Williams, C. M. (2009). *The Oral History Project: A History of The Video Game Industry*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Worcester: Worcester Polytechnic Institute.
- Winczewski, M.J. (2008). *Consumption, Pastiche and Identity in Postmodern Visual Culture*, Yayınlanmamış Doktora Tezi. Pretoria: University of Pretoria.
- Wortel, E. (2008). *Textures of Time, A Study of Cinematic Sensations of Anachronism*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Hollanda: Nijmegen Radboud.



Sosyal Medya Mecralarında Kalokrasi ve Estetik

Kalocracy and Aesthetics in Social Media Channels

Dursun Can ŞİMŞEK¹ 

Geliş Tarihi (Received): 04.09.2023

Kabul Tarihi (Accepted): 21.10.2023

Yayın Tarihi (Published): 25.10.2023

Öz: Sosyal medya mecraları sanal kamusal alanlar olarak gündelik yaşam pratiklerinin siber kültür içerisinde yeniden tanımlandığı bir yapıya sahiptir. Bu yapı reel kamusal yaşamla etkileşim içindedir. Bu iki biçim birbirini hem dönüştürmekte hem de etkilenmektedir. Kapitalizm sonrası toplumda kritik bir konuma sahip olan hız kültürü 'şeylerin' yapısını kökten değiştirmiştir. Bu değişime 'zaman' da dahildir. Bağlam ve zaman şimdiye indirgenmiş ve pürüzsüz, negatiftikten arındırılmış bir güzellik anlayışı estetiğe hâkim olmuştur. Byung-Chul Han bu hakimiyeti 'kalokrasi' kavramıyla açıklamıştır. Çalışmanın temel amacı kalokrasi kavramıyla sosyal medya mecralarının yapısını okumak ve kavramı hermenötik bir yaklaşımla serimlemektir. Diğer yandan yapılan tartışmalar sonucunda kalokrasi tarafından baskılanan öznenin durumuna dair yeni sorular ortaya atılmıştır. Bu sorular beraberinde yeni çalışmaları bir gereklilik haline getirmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kalokrasi, Şeffaflık toplumu, Birey, Güzellik, Sosyal medya

&

Abstract: As virtual public spaces, social media channels have a structure in which daily life practices are redefined within cyber culture. This structure interacts with real public life. These two forms both transform and affect each other. The culture of speed, which has a critical position in post-capitalist society, has radically changed the structure of 'things'. 'Time' is also included in this change. Context and time have been reduced to the present, and a smooth, negativity-free understanding of beauty has dominated aesthetics. Byung-Chul Han explained this dominance with the concept of 'kalocracy'. The main purpose of the study is to read the structure of social media channels with the concept of kalocracy and to expose the concept with a hermeneutic approach. On the other hand, as a result of the discussions, new questions have been raised about the status of the subject oppressed by kalocracy. These questions have made new studies a necessity.

Keywords: Kalocracy, Transparency society, Individual, Beauty, Social media

Atıf/Cite as: Şimşek, D. C. (2023). Sosyal Medya Mecralarında Kalokrasi ve Estetik, Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 8 (16): 158-164.

İntihal-Plagiarizm/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Araştırmacı, eposta: csimsek05@gmail.com, ORCID: 0000-0002-2528-6434

Giriş

Sosyal medya mecraları birer sanal kamusal alan olarak gündelik yaşamın büyük bir kısmını memetik olarak kendine aktarmış durumdadır. En temel manasıyla iletişim yani kamusallaşmak edimini kendine dahil ederek sosyal medya mecraları çokça parçadan oluşan devasa bir klonlama işlemini organik olarak durmaksızın gerçekleştirmektedir. Bu refleks ya da doğallık kendi başlangıcını, öncesini ve sonrasını birbirinden kopararak bireyi şimdide hapseder. Dolayısıyla klonlamanın başlangıç çizgisini belirlemek bir yana bunun hakkında düşünülmez bile.

Bu mecraların iletişimi ve pratiklerini dönüştürmesi beraberinde diğer birçok şeyi de dönüştürdükleri anlamına gelmektedir. Dilin dönüşümü, düşünme biçimini etkilemektedir. Düşünme biçimleri, hayatı anlamlandırmak, nesnelere adlandırmak, etik kodları var etmek ve kavramların manasını belirlemek gibi kritik eylemleri doğrudan etkilemektedir. Bunun bireyleri şimdiki zamana sıkıştırılması da olumsuz bir çıktıya karşılık gelmektedir. Bu kopukluk, olumsuzun kamusal alandan kovulmasıyla, sanal kamusal mekanların bu anlayış üzerine inşa edilmesini beraberinde getirmiştir. Bu temel sürekli tatmin arayışını besleyen bir niteliğe karşılık gelmektedir. Tam olarak performans/üretici toplumun arzu ettiği bir işleyiştir bu. Performatif özneyi sürekli ayakta tutabilmek, mekânın jargonuyla ifade etmek gerekirse sürekli güncel/çevrimiçi tutabilmek için temel yapı taşı şimdide ve negatiflikten arındırılmış bir güzellik anlayışına ihtiyaç duymaktadır.

'Şimdici kültür' akışkan modern bir olgu olarak tüketiciliğin doğasını kavramak noktasında önemli bir kavramdır. Bauman (2023, s.44) bu kavramı Stephen Bertman'dan almış ve akışkan modern tüketiciliğin şimdide dek eşine rastlanmamış bir biçimde zamanın anlamının yeniden müzakere edilmesini 'şimdici kültür' ve 'aceleci kültür' kavramlarıyla ilişkilendirerek açıklamıştır.

Kültürün değişmesi yukarıda bahsi geçen edimlerin biçimlerinin de değişmesi anlamına gelmektedir. İletişimsel eylemin dönüşümü kendisiyle bağlantılı her türlü eylemin ve olgunun biçimini değiştirmeye muktedirdir. Dolayısıyla sosyal medya mecralarında yeniden inşa edilmiş bir güzellik ve estetik algısı mevcuttur. Güzel artık yönetilebilen bir yapıya sahiptir. Byung-Chul Han (2021, s.48) bu durumu 'kalokrasi' kavramsallaştırmasıyla açıklamaktadır. Çalışmanın amacı ise kendini bu noktada var etmektedir; Han'ın ortaya attığı kalokrasi kavramıyla birlikte sosyal medya mecralarında yeniden inşa edilen güzellik ve estetik yaklaşımının, algısının nasıl bir yapıya karşılık geldiğini ve beraberinde ortaya çıkarabileceği yeni sorular sormak çalışmada amaçlanmıştır.

Sosyal medya ve olumluluk toplumu

Sosyal medya mecraları çok çeşitli gündelik yaşam pratiklerine dair içerikleri barındırmaktadır. Bu çeşitlilik sınırsız, siber bir ortamın varlığıyla mümkün kılınmıştır. Kapatılma ya da kesintiye uğraması mümkün değildir çünkü tek bir çatı altında toplanmaz. Kullanım pratikleri internet çatısı altında yekpare görünmesine rağmen altyapısal olarak şirketlere bölünen bu mecraların birbirleriyle olan bağlantısallıkları tam olarak bu bütünlük yanılımasını yaratan şeydir. Kesintisizlik ve kapatılmama hali bu noktada kendini var eder. Gündelik yaşamın sınırsız ve sıfır noktası bilinmeyen bir taklidi, kendi kültürünü yani siber kültürü yaratır.

Bu kültürün dolaşımında olduğu soyut mekanlardan bağlantıyı sağlayan somut cihazlara dek 'pürüzsüzlük' ve negatif olanı dışlama pratiği esas teşkil eder. Bu soyut algının kendini somutladığı nokta yalnızca bağlantıyı sağlayan cihazların varlığında değil bir bütün olarak yaşamın birçok alanına sirayet etmiştir. Han, dokunma hissini gizem bozucu yapısına dikkat çeker. Bu gizemin bozulması ise her şeyi eğlence unsuru yapmakta ve dolayısıyla tüketilebilir bir hale evirmektedir: "Dokunma hissi ötekinin negatifliğine zarara verir. Dokunduğu şeyi sekülerleştirir. Görme hissini aksine, dokunma şaşırtmaya muktedir değildir. İşte bu yüzden pürüzsüz dokunmatik ekran gizemin bozulmasının ve tüm tüketimin mekanıdır" (Han, 2021a: 7).

Pürüzsüzlük ve şeffaflık sosyal mecralar ve bu mecraların varlığını tesis eden şirketler için önceliklidir. Yapıları bu temeller üzerine inşa edilmiştir. Han'a göre (2022a: 11) "enformasyon toplumu, şeffaflık toplumdur". Han (2021b, s.12), pürüzsüzlük, şeffaflık ve negatiflikten arındırılmış bir toplum tahayyülü olarak olumluluk toplumu gibi kavramları bir örgü içinde kullanmıştır. Şeffaflığın insanı camlaştırdığını ve şiddetinin de buradan geldiğini belirtir. Sınırsız özgürlük ve iletişim tümüyle bir kontrol ve gözetime dönüşmüştür der.

Şeylerin pürüzsüzleştirilmesi ancak her türlü olumsuzluktan arındırılması yoluyla gerçekleşebilir. Bu gerçekleştiğinde sermayenin iletişim ve enformasyonun pürüzsüz akıntularına direnç göstermeksizin katıldığında şeffaflaşır. Eylemler işlemsel hale gelir ve hesaplanabilir, yönlendirilebilir, kontrol edilebilir süreçlere dahil olarak şeffaf bir yapıya bürünürler. Bu süreçlerden kurtulabilen hiçbir şey yoktur. Zaman da şimdi dizisine getirildiğinde, geleceğin de olumlulaştırıldığı noktada şeffaflaşır (Han, 2021b: 15).

Düşünürün şeffaflığın tesisi noktasında ortaya koymuş olduğu süreçler, aydınlanma sonrası bir benzerliği çağrıştırmaktadır. Modernite, somut dünyaya dair bilinmezliği, tekinsizliği ve gizi yok etmiştir. Tanrısal, mitik ya da değil modernitenin yapmış olduğu şey tam olarak bilinmez dünyayı bilinir hale getirmek olmuştur. Şeffaflık da benzer bir pratikle işlemektedir. Bilinmez, görünmez ya da Han'ın deyimiyle 'örtük', 'örtülü olan'ı bağlamdan kopuk, temelsiz bir enformasyon ve şeffaflık şiddetiyle ortadan kaldırır.

Sosyal medya mecraları olumluluk toplumunun merkezidir. Kurgusallığa, siber dünyaya bağlantıyı sağlayan telefon ve tablet ekranları pürüzsüzleştirilenin en somut halidir. Sürekli gelişen ekran ve kamera teknolojileri, görünmez ve bilinmezi ortadan kaldırır. İnsanın gündelik yaşamında gizemli hiçbir şey kalmamalıdır. Aksine gönüllü bir enformasyon/şeffaflık pornografisi dolaşıma girmektedir. Olumluluk toplumu içinde hiçbir olayın kalmamış olduğu bir yapıda enformasyonun şeffaflığı ve müstehcenliğinin hakimiyeti altındadır der Han, "şeffaflık zorlaması bizzat insanı sistemin işlevsel bir ögesi düzeyine indirir. Şeffaflığın şiddeti buradadır" (2021b: 17). Şeffaflığın şiddetinin modernist akli çağrıştırmasına rağmen ondan ayrılır. Bu ayırma örnek olarak; insanın zamandan bağımsızlaştırılarak geçmişsiz ve geleceksiz bir şimdiye yine şeffaflık yoluyla hapsedilmesi gösterilebilir.

Zamanın şeffaflaştırılması kendini en kuvvetli biçimde kesintisiz bir şimdiki zamanı yaşayan sosyal medya mecralarında göstermektedir. Dokunmanın güzelin gizemini yerle bir eden yapısı, bu mecraların kapılarında başlamaktadır. Pürüzsüz bir ekranda zamandan bağımsız bir biçimde sürekli olarak fotoğraflar ve videolar beğenilmektedir. Olumlama toplumunun yarattığı bu şeffaflık bağlamı ortadan kaldırarak, güzel olanı, manayı ve estetiği pornografikleştirmektedir.

Güzel bir mesafeye karşılık gelmektedir. Örtülü olanın güzelliği aynı zamanda mesafeyi zorunlu kılar. Sosyal medya mecraları mesafenin kendisini ortadan kaldırdığı için güzel ya da 'başka' ile öznenin arasındaki mesafe kalkmış dolayısıyla erotik olandan pornografik olana bir geçişe sebebiyet vermiştir. Sosyal medya mecralarının idealize ettiği değerlerden birisi olan çoğulculuk ve demokrasi aslında şeffaflığın enformatik hale getirdiği 'şeylerden'dir. Han, sosyal medyanın gerçekleştirdiği bu şeffaflaştırma halini şu şekilde açıklar:

Bugün dijital medyalar aracılığıyla Başka'yı olabildiğince yakınlaştırmaya, yakınlık kurabilmek için onunla aramızdaki mesafeyi ortadan kaldırmaya uğraşyoruz. Ama böylelikle Başka'nın çoğaldığı anlamına gelmiyor bu; daha çok, onu ortadan kaybolmaya itiyoruz. Yakınlık, uzaklığı da kaydettiği ölçüde, bir negatifliktir. Şimdi gerçekleşen ise uzaklığın bütünüyle feshedilişi (2020: 20).

Bu fesih düşünülenin aksine bir yakınlık üretmemektedir. Ortaya çıkan şey ise 'mesafesizliktir'. Han'a göre yakınlık bir negatifliktir. Bu nedenle bir gerilime karşılık gelir buna karşın mesafesizlik ise bir pozitifliktir (2020a: 20). Böylece 'şeyler' bu mecralarda şeffaflaştırılarak yalnızca bir enformasyon haline dönüştürülmektedir. Bağlamsız yakınlık ya da mesafesizlik günümüzde sıkça dolaşımda olan kavram ve olguları pürüzsüz hale getirmektedir.

Şeffaflığın şiddeti kendisi gibi görünmeyecek, seçilemeyecek kadar parlak ve kusursuzdur. Öylesine parlatılmış ve yumuşatılmıştır ki gönüllü bir kabulü kolayca yaratmaktadır. Bireyin güzele karşı

yüklenmiş olduğu motivasyon tıpkı performans toplumunda olduğu gibi hatayı kendisinden başka hiçbir yerde aramaz.

Böylelikle 'şeyler' aynılaştırılmış olur. Olumluluk toplumu, performans öznesinin 'karaktersiz' olmasını buyurur. Çünkü 'karakter' bir olumsuzluk olgusudur, dışlama ve reddiyeyi şart koşar. Bu toplumun insanı kendini hiçbir konuda nihai olarak bağlamaması üzerine kuruludur. Başarıya odaklı çalışan insan esnek bir insan olmalıdır (Han, 2021c, s.53). Performans öznesinin negatifiğe ve keskinliğe tahammülü yoktur. Hızlı bir biçimde dönüşmek ve uyum sağlamakla yükümlüdür zira kendini sömürmek için gönüllü olmuş olan bu özne aynı zamanda kendini sergilemek ve varlığını pürüzsüz bir güzelliğe yükseltmekle de yükümlüdür dahası bunu arzulamaktadır. Han, öznenin pürüzsüzleşmesini öncelikle bir ötekiden bir dışarıdan bağımsızlaşması ya da onu mesafesizleştirerek yok etmesinden, görünmez kılmasından bahseder; "Özne dışarıyla, nesnelere ve dünyayla bağını gitgide yitirir. Yeni medya ve iletişim biçimleri bu gelişimi güçlendirmektedir... Virtüel mekân, geç modern öznenin öncelikle kendisine rastladığı bir projeksiyon sahası hizmeti görüyor" (2021c: 55).

Kalokrasi: pürüzsüz güzelliğin yönetimi

Kalokrasi kavramı Byung-Chul Han'ın ortaya attığı bir kavramdır. Bu kavramın etimolojisi Yunanca güzel manasına gelen 'kalos' ve tıpkı demokrasi, bürokrasi gibi kelimelerde olduğu gibi bir yönetim rejimi anlamı veren '-krasi' eklerinden türetilmiştir. Kalokrasi, pürüzsüz olanı mutlak şeyler olarak kabul eden günümüz toplumunun güzeli saf dışı etmesi, hayatta kalmanın yerine sadece sağlıklı hayatı koyan bir düzene karşılık gelmektedir (Han, 2021a: 48).

Kalokrasinin yarattığı ya da arzuladığı toplumda anlatılara yer yoktur. 'Anlatı' Han'a göre bir kapanış biçimidir. Pürüzsüzlüğün aksine bir mesafeyi korur, başı ve sonu vardır. Kapalı bir düzense anlatının ayırt edici bir unsurudur. Anlatıya karşın enformasyon toplumsaldır, anlatsal değildir (2022b, s.39). Anlatının kayboluşu beraberinde zamansallığın da kayboluşunu getirmektedir. Şimdinin dışında hiçbir zaman görünmez, mesafe dışarıya itilerek görünmez hale getirilmiştir. Dolayısıyla çalışmak da şimdiye hapsedilmiş ve kesitselliği elinden alınmıştır. Kalokrasinin yönetiminde güzelin pürüzsüzlüğü çalışmanın kesintisizliğine dönüşmüştür; "çalışmanın bir başlangıcı ve sonu vardır. Dolayısıyla çalışma periyodu dinlenince periyodunu izler. Buna karşılık performansın ne başlangıcı vardır ne de sonu. Performansın periyodu yoktur. Neoliberal bir buyruk olarak performans, çalışmayı sürekli hale getirmektedir" (Han, 2022b: 52).

Pürüzsüz güzellik, doğrudan ve açık olandır bu sebeple de pornografiktir. Anlatıdan ve mesafeden uzak bir güzellik söz konusudur. Sürekli şimdinin akışı içerisinde tüketilen, durup dinlenecek ve bununla ilintili olarak tefekküre dalacak yani güzeli anlamlandıracak vakit bireyin elinden alınmıştır. Güzel sürekli tüketilmeli ve yoksunluğu çekilmelidir. Çünkü tüketim asla sekteye uğramamalıdır. Bunun için de uyarıların güzelliği başat bir hale gelmiştir. Günümüzün estetik rejimi daha çok uyarıcı üretir. Bu uyarıcı ve heyecan selinde güzel kaybolur. Nesneye yönelik derin bir düşünsel uzaklığa izin verilmez (Han, 2021a: 49).

Han, güzelin tecrübesine dair yaptığı değerlendirmede; tüketimin zamansallığından bahseder. Zaman güzelin tecrübesini tüketimden kurtarmıştır çünkü tüketilen her zaman yeni olandır bunun aksine güzel bir tecrübe ve hatırlamayla bağlantılıdır. "Tüketim parçalara ayrılmış zamanda yaşar" (2021a: 78). Dijital imgeler dikkati uzun süre tutmak adına inşa edilmemişlerdir tam tersine şimdinin imgeleridirler. Tüketimi ateşler ve yerini kendinden sonra gelecek olana bırakırlar. Tüketilen imgeden sonra gelecek olanın ise özgünlük ya da estetik gibi bir kaygısı yoktur. Tek amacı tüketimin uyarıcısı görevini yerine getirmek olan enformatik işlevi tamamlamaktır.

Akıllı telefonlar ve tabletler somut varlıkları gereği pürüzsüzlüğün süper maddeleridir. Kalokrasinin siber mecralarının portalları olarak gerçek yaşamla sanal mekanlar arasındaki geçişi tesis ederler. Böylece hem

tüketimleri hem de pazarlandıkları mekanlar arkaik bir ritüelistikliğe karşılık gelmektedir. Han'a göre akıllı telefonlar dijital kutsal nesnenin ta kendisidir;

Tabi kılma aracı olarak tıpkı elde taşınma kolaylığıyla bir tür cep telefonunu andıran teşbih gibidir. Her ikisi de insanın kendini sınımasına, kendini kontrol etmesine himet eder. İktidar, göetleme işini bireylere devrederek verimliliğini artırmış olur. Like/Beğendim dijital 'Amin'dir. Akıllı telefonda sadece etkili bir gözetleme aracı değil, aynı zamanda taşınabilir bir günah çıkarma sandalyesidir. Facebook dijitalin kilisesi, sinagogudur (Sinagog'un kelime anlamı 'toplantı'dır) (Han, 2020b: 22).

Güzelin modern estetiğinin kendini gösterdiği günümüzün kutsal mekanları olarak sosyal medya mecraları toplumsallığı dönüştürmektedir. Yalnızca onlarca saniyelik videolardan ve pornografik fotoğraflardan yaratılan akış bahsedildiği üzere bağlamdan ve içerikten yoksundur. Bu akış içerisinde hem güzele dair geliştirilen estetik algısı hem de özgürlük, toplumsallık, şeffaflık, çoğulculuk gibi kavramlar tıpkı 'güzel' kavramı gibi hıza ve olumluluk toplumuna kurban edilmiştir. Dijital ağın başlangıçta sınırsız özgürlükler ortamı sunmasının coşkuyla karşılanmasının nasıl bir yanılsamaya dönüştüğünü görmek için şeffaflığın tiranlaştırılmasına bakmak yeterlidir. Güzelin katli gönüllü bir şeffaflık ve mahrem sonrasına işaret etmektedir.

Dönüştürülmüş veya baştan yaratılmış değerler yalnızca siberkültür içerisinde bir değere sahiptirler. Dışarıya çıktıkların herhangi bir gerçekliğe karşılık gelmezler ya da güzel değerlerdir. Karşılıklı bir etkileşimin varlığı elbette yadsınamaz ancak siber güzelin estetiği, sanal mecraların dışında karşılıksızdır. Tıpkı Avelina Lesper'in *Çağdaş Sanatın Sahtekârlığı* adlı manifestovari eserinde bahsedildiği gibi;

Gerçek sanata yer veren müzeler koleksiyonlarını duvarları dışındayken de sanat olarak tanımlanabilecek eserler üzerinden yaratırken çağdaş denen sahte sanat insanların gözünde sanat diye tanımlanabilmek için bu duvarlara, bu kurumlara, bu bağlamlara gereksinim duyar. Çağdaş sanat eserleri olağanüstü niteliklere sahip değildir ve bu nitelikleri içinde buldukları bağlam üzerinden sağlamaya ihtiyaç duyarlar (2023: 16).

Çağdaş sanatın varlığını sürdürmesi için desteklenmesi gerekmektedir. Bağlam doğal değil yapaydır. Bağlamı ya da içeriği oluşturan şey ise Han'ın vurguladığı gibi enformasyonla sağlanır. Sürekli bir bilgilendirme ve içerik oluşturma çabasının destekleriyle çağdaş sanat eseri etkileyicilik unsurunu bünyesinde barındırma yetisine sahip olabilir. Ancak bu da pornografiktir çünkü enformasyon yığını sanatı talep eden birey için boşluk bırakmaz. Yorumu ve tefekküre kapalıdır. Güzelin modern estetiği sanat eserini de şeffaflaştırır. Bağlamı dönüştüren Kalokrasi, sanatı da estetiği de pürüzsüz hale getirir. Estetik neoliberal bir yaklaşımla bireyin beceri ve hürriyetlerini merkeze alan bir yaratım sürecine karşılık gelmektedir (Harvey, 2015: 10). Bireyi güzeli yaratmak arzusu kalokrasi tarafından bir zorunluluğa dönüştürülmüştür. İmgenin gerçek dünyadaki boyutlarının birini saf dışı edilerek yanılsamanın gücüne yapılan atıfa karşılık sanal bireyi imgenin içine sokarak üç boyutlu bir imgeyi yeniden yaratır. Sanallık böylelikle kusursuz bir yanılsamaya meyleder. Bunun amacı gerçekliği yok etmek ve eksiksiz bir gerçekdışılıkla büyümlü bir gerçekliği yaratmak olmuştur (Baudrillard, 2010: 30-31). Böylece pürüzsüzlük gerçeği bükerek yeniden yaratır ve yanılsamaya mitik bir karakter katar.

Modern güzel kavramı birey ve eser arasındaki müşterekliği de bozuma uğratmıştır. Roland Barthes (1996: 35) bu müşterekliği ya da ikiliği fotoğraf üzerinden okur. Barthes, Studium ve Punctum kavramlarını önerir. Studium'u fotoğrafçının niyetiyle karşı karşıya gelmek olarak niteler; eseri oluşturan öznenin ortaya koyduğu anlamla karşı karşıya gelmek, onlarla uyum içinde olmak, kabul etmek ya da reddetmek üçünü olarak da tartışmak anlamına gelir. Yani Studium içerisinde hem olumluluğu hem olumsuzluğu barındırır. Studium ile girilen münasebetin pozitif ya da negatif olmaya muktedir olduğunu belirtmek gereklidir. Yazara göre Studium'un geldiği kültür yaratanlarla tüketenler arasında varılan bir anlaşmasıdır.

Studium'u bozan bu ögeye punctum denir. Punctum aynı zamanda ısırık, benek, kesik ya da küçük delik anlamına gelmektedir, O acı verir. Bu acı artık tespit edilebilir ya da önlenemez bir şey değildir. Studium

ve punctum birbirini tamamlayan kavramlar olarak tasavvur edilmişlerdir. Studium'un imgelerden meydana gelen bir bütündür, kültüre atıfta bulunur (Barthes, 1996).

Punctum, studium'u kırar ya da deler. Bu kez onu arayıp bulan özne değildir. Bu öge Barthes'a göre sahnedeki yükselir, bir ok gibi dışarı fırlar ve saplanır;

Bu yarayı, bu diken batmasını, sivri uçlu bir aletle yapılan bu izi anlatan Latince bir sözcük var: bu sözcük benim durumuma daha da iyi uyuyor, çünkü bu sözcük delme kavramına gönderme yapıyor, hem de sözünü ettiğim fotoğraflar aslında delinmiş, hatta bu hassas uçlarla delik deşik olmuşlardır; bu izler, bu yaralar, kesinlikle birer noktadır (1996: 34).

Günümüzde Studium halen varlığını korumaktadır ancak Punctum dışlanmış ve şeffaflaştırılmış olmaktadır. Han'a göre göz ile resim arasındaki doğrudan temas yalnızca 'affectum'a imkân verir; "Dijital araçlar, affekt araçlarıdır. Affektler hislerden veya diskurlardan daha hızlıdır. Affectumun ne studiuma sabırı, ne de punctuma hassasiyeti vardır" (2021a: 41). Kalokrasi, güzelin ortaya çıkarabileceği bir punctuma karşı bağışıklığa sahiptir. Şeyler evreni o denli şeffaflaştırılmıştır ki punctum'ın delip geçebileceği bir opaklık bulunmaz.

Studium ise varlığını enformatik bir evrende devam ettirmektedir. Mütakabat ya da müştereklik söz konusu değildir; kültür artık imgelerden ziyade enformasyonların kümülatif yığınları haline gelen bir düzlemi sunar. Böylece imgeler ve görüntüler 'çakma' bir studium içerisinde süzülürler. Temelde birey bir düzlem arayışı içinde değildir çünkü şimdiki zamanda var olan performans öznesi, bağlamın eksikliğini hissedemeyecek kadar fazla şeffaflığın/ekranın ışığına maruz kalmaktadır.

Sonuç yerine: kalokrasi'nin gasp ettiği öznellik ve yeni sorular

Güzel günümüzde bir dayatmaya, tirana dönüşmüş durumdadır. Şeylerin ne'liğinden bağımsız bir biçimde arzu edilen bir güzelliğe sahip olması, olamıyorsa dönüştürülmesi ve uzaklaştırılması bir zorunluluğa karşılık gelmektedir. Çünkü şeyler tahmini mümkün olmayan bir hızla akış içindedir. Han'a göre "şeffaflık toplumu aynının cehennemidir" (2021b: 16). Pürüzsüzlüğün yarattığı aynılık şeyleri seçilmez bir hale getirmiştir. Böylece bireyin talebi yalnızca kendinden ve kendinedir. Performans öznesinin arzusu kendine dönüktür çünkü neo-liberal akıl yapıp etmelerin tüm sorumluluğunu ve imkânını bireyin kendisine yüklemiş durumdadır.

Başarı ve başarısızlık ihtimallerinin tümünün bireyin kendine dönüşü aynı zamanda punctumun kayboluşunu, bütünü gündeşik yaşamdaki yekpareliğini pekiştirir niteliktedir. Han'ın ortaya attığı kalokrasi kavramı güzelin yönetimselliğine işaret etmektedir. Yazarın kavram üzerine derinlemesine bir açıklaması bulunmamakla birlikte bu çalışmanın niyeti de tam olarak kavramı açmak, hermenötik bir yolla serimlemek olmuştur. Kalokrasi de birey üzerinden kendini var eden bir yapıya sahiptir. Dikkatin ve mahremiyetin gönüllü teslimi ya da erişimi, güzele olan yaklaşımın da değişmesine sebebiyet vermektedir. Bu imgelem alanındaki dolayımlanmış bir baskının çıktısı niteliğindedir; zihinsel 'otonomi' alanı o kadar daraldı ki ne hakkında düşünüleceği, neyin üzerine konuşulacağı ya da neyin gündem haline geleceği seçilmez hale gelmiştir (Berardi, 2021: 46).

Kalokrasi, aydınlanmanın dünyayı mitlerden arındırma girişiminin post-modern bir güvenlik valfini andırmaktadır. Siber uzayın kendi mitlerini güvenli bir biçimde var etmesini tesis eden bir baraj görevi gördüğünü söylemek yanlış olmayacaktır. Sosyal medya mecralarında mitik hale getirilen öğelerin her birisi temelde hız, şeffaflığa, çoğulculuğa ya da demokrasiye, denetlenemezliğe atıfta bulunarak tüketildikleri ölçüde daha şeffaf bir biçimde yeniden üretilmektedirler. Mitten arındırılmış, mesafesini kaybetmiş ve pornografikleştirilmiş bir yaşamın içerisinde şimdiki verimli kılmakla meşgul olan post-kapitalist toplumun öznesi her açıdan yine verimli bir denetime tabi görünmektedir. Artık fotoğrafın tam ortasında yer alan sergileme ve kült değerleri arasındaki gerilimin başka bir boyuta taşındığı söylenebilir. Benjamin (2002: 60), resimden fotoğrafa geçişte kült değerinin fotoğrafta yarattığı son sınağı olarak insan

yüzünün kaldığına dikkat çeker. İnsanın fotoğraftan çekildiği anda kült değeri de onu terk etmiştir. İnsanın denklemden çıkarılması fotoğrafı yalnızca sergi değeriyle doldurur. Günümüzde insanın sergilenmesi ve dolayısıyla kendi varlığıyla orada olmasına rağmen fotoğrafın insansızlaştığını söylemek yanlış olmayacaktır. Kalokrasi, güzeli insanı bir 'suç mahalline' dönüştürerek var eder. Yani onu kült değerinden ayırarak sergileme değerine indirgemektedir.

Bu noktada Han'a getirilebilecek temel eleştirilerden birisi parçalanmaz, aşılamaz bir denetimin temelini bireylere dayandırması yönünde olacaktır. Çözümlenen toplumsal normlar bireyi statik/edilgen bir noktaya konumlandırmakta ve kapanmanın aşılamaz, engellenemez ve kaçınılmaz bir olgu olarak toplumsal yaşamda özneyi gasp ettiği sonucuna varmaktadır. Bireyin performatif bir çarka itildiği gerçeği yadsınamaz bir olgu olarak kendini var etmektedir. Bununla birlikte direnişin ya da alternatifliğin tümüyle ortadan kalktığını söylemek teoriyi tekno-determinist bir çıkmaza sürüklemektedir. Oysa yazar teorisinin sonu geldiği iddialarına karşın şeylerin seyrini biçimlendiren ve onları bir çerçeveye dahil ederek çığırından çıkmalarını engelleyen şeyin teori olduğunu öne sürmektedir (Han, 2020a: 53).

Teori, dataizm karşısında bireyi kökten bir belirlenimciliğin tercihsizliğine karşın korur. Onlara alternatifin yolunu gösterir. Zira teorisinin yanılması, onun için bir kayıp değil aksine öznenin küresel müşterekleri açısından birer kazanım, ilerlemedir. Fakat enformasyon kapitalizmi ya da big data için yanılığa karşı sistem sürekli teyakkuz halindedir. Tahmin edilebilirlik ve belirlenimcilik bilgi çağında sistem için her şey demektir. Çünkü şimdinin reddi mümkün değildir. Arzular sürekli tüketilmeli ve yeniden yaratılmalıdır, devamlılık şimdinin kesintisiz bir üretimine bağlıdır. O halde birey bu kesintisizliği ne tür yöntemlerle sekteye uğratabilir?

Güzelin ve gizemin çalınması sonsuz bir çıkmaza mı işaret eder? Şeffaflaştırılmış ve şimdiki sürekli dolaşıma sokan sosyal medya mecraları içerisinde yeni bir alternatifliğin varlığı pürüzsüzlüğün kaçınılmazlığından sıyrılıp kendine bir yaşam alanı bulabilir mi? Birey gerçekten aşılmaz bir şimdiliğin kısıkaç içerisinde seçeneksiz ve güzeli yaratmaktan mahrum mu edilmiştir?

Kaynakça

- Bauman, Z. (2023). Tüketici Hayat. Çev.: K. Oğuz. İstanbul: Tellekt.
- Baudrillard, J. (2010). Sanat Komplosu *Yeni Sanat Düzeni ve Çağdaş Estetik-1*. Çev.: E. Gen, I. Ergüden. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Barthes, R. (1996). Camera Lucida Fotoğraf Üzerine Düşünceler. Çev.: R. Akçakaya. İstanbul: Altıkkırkbeş Yayınları.
- Berardi, F.B. (2021). Üçüncü Bilinçdışı Viral Çağda Psikosfer. Çev.: M. Çelik. İstanbul: Otonom Yayıncılık.
- Benjamin, W. (2002). Pasajlar. Çev.: A. Cemal. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Han, B.C. (2020a). Eros'un İstirabı. Çev.: Ş. Öztürk. İstanbul: Metis Yayınları.
- Han, B.C. (2020b). Psikopolitika Neoliberalizm ve Yeni İktidar Teknikleri. Çev.: H. Barışcan. İstanbul: Metis.
- Han, B. C. (2021a). Güzeli Kurtarmak. Çev.: K. Filiz. İstanbul: İnsan Yayınları.
- Han, B.C. (2021b). Şeffaflık Toplumu. Çev.: H. Barışcan. İstanbul: Metis Yayınları.
- Han, B. C. (2021c). Şiddetin Topolojisi. Çev.: D. Zaptçioğu. İstanbul: Metis Yayınları.
- Han, B. C. (2022a). Enfokrasi Dijitalleşme ve Demokrasinin Krizi. Çev.: M. Özdemir. İstanbul: Ketebe.
- Han, B.C. (2022b). Ritüellerin Yok Oluşuna Dair. Çev.: Ç. Taner. İstanbul: İnka Kitap.
- Harvey, D. (2015). Neolizberalizmin Kısa Tarihi. Çev.: A. Onacak. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Lesper, A. (2023). Çağdaş Sanatın Sahtekârlığı. Çev.:E. İmre. İstanbul: Tellekt.



Siyasal Seçim Kampanyalarında Siyasal Reklam: 14 Mayıs 2023 Seçiminde Ak Parti ve CHP Reklamlarının Analizi

Political Advertising in Political Election Campaigns: Analysis of AK Party and CHP Advertisements in the 14 May 2023 Election

Fatma AKAR¹ 

Geliş Tarihi (Received): 25.08.2023

Kabul Tarihi (Accepted): 15.10.2023

Yayın Tarihi (Published): 23.10.2023

Öz: Siyasal seçim kampanyalarının önemli bir unsuru olan siyasal reklamlar seçim dönemlerinde siyasi aktörler tarafından yoğun bir biçimde kullanılmaktadır. Siyasal reklamlar seçmeni etkileme, bilgilendirme, oy vermeye ikna etme, seçimde parti ya da adaya karşı olumlu bir tutum yaratma amacıyla hazırlanmakta ve dijital ortamlarda yayınlanmaktadır. Bu çalışma kapsamında 2023 Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekiliği seçiminde Ak Parti'nin "Her Şey Senin İçin" ve CHP'nin "Sana Söz" reklam filmleri örneklem olarak alınmış ve göstergebilim yöntemi ile analiz edilmiştir. Analiz neticesinde her iki reklam filminin de pozitif reklam türünde olduğu ancak içerik açısından CHP'nin reklam filminin negatif siyasal reklam özellikleri taşıdığı görülmüştür. CHP reklam filminde bir yandan güzel bir gelecek vaadinde bulunurken öte yandan da söylemleri ve kullandığı görsellerle mevcut iktidarın eleştirisini yapmaktadır. Ak Parti'nin reklam filminde ise herhangi bir negatif siyasal reklam unsuruna rastlanmamıştır. Ak Parti şimdiye kadar gerçekleştirmiş olduğu icraatları ön plana çıkaran mesajlara yer vererek seçmenlere bu icraatların devam etmesi için kendilerine oy vermelerinin önemli olduğu mesajını sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Siyasal Seçim Kampanyaları, İkna, Siyasal Reklam, Ak Parti, CHP.

&

Abstract: Political advertisements, which are an important element of political election campaigns, are used extensively by political actors in the election process. It is prepared and published digitally with the aim of influencing the election of political advertisements, informing, persuading with voting results, and creating a positive attitude towards the party or candidate in the election. Within the scope of this study, the 2023 Presidential and Parliamentary elections were watched as the AK Party's "Everything is for You" and CHP's "Word to You" commercials were made and analyzed using semiotics. As a result of the analysis, both commercial films were positive advertisement types, but in terms of content, CHP's advertisement film had negative political advertisement features. While the CHP commercial promises a good future on the one hand, it also criticizes the current government with its rhetoric and visuals. No negative political advertising elements were found in the advertisement film of the Ak Parti. By giving a place to the messages that highlight the actions taken by the AK Party until the failure, it presents the message to the audience that it is important that they vote for these actions to continue.

Keywords: Political Election Campaigns, Persuasion, Political Advertising, AK Party, CHP.

Atıf/Cite as Akar, F. (2023). Siyasal Seçim Kampanyalarında Siyasal Reklam: 14 Mayıs 2023 Seçiminde Ak Parti ve CHP Reklamlarının Analizi, Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 8(16): 165-182.

İntihal-Plagiarizm/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Öğr. Gör. Dr., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, e-posta: fatmaakar@ibu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6451-2281

Giriş

Siyasal reklamcılık, merkezi odak noktasını siyasi kavramlar ve siyasi adayların oluşturduğu, bununla birlikte kamusal meselelerle ilgili fikirlerin, tutumların ve kaygıların pazarlanması için başvuru reklamcılık türüdür. Siyasal reklamcılığın temel görevi halkın güvenini kazanmaktır. Siyasi kampanya reklamcılığı söz konusu olduğunda ise siyasal reklamın görevi seçmenin oylarını etkilemektir. Siyasal reklamcılık, ürün ve hizmetten ziyade bir kişi veya bir dizi değeri tanıtması bakımından ticari reklamdan farklılaşır. Ayrıca, reklam hedeflerinin belirli bir zaman dilimi içinde karşılanması gerekir (Glavas, 2017: 7).

Seçmenlerin desteğini kazanmak için siyasal reklamcılık, siyasetin doğal bir unsurudur. Günümüzde reklamlar, geleneksel iletişim araçlarının yanı sıra sosyal medyada da çevrimiçi olarak dağıtılmaktadır. Bu reklamlar ikna edici argümanlar sunarak, seçimde aday, rakipler ve politika önerileri hakkında çeşitli duygular uyandırarak destek toplamaya çalışır (Gruning ve Schubert, 2022: 1).

Siyasal reklamlar çeşitli türlere ayrılır ancak en çok bilinen ve en çok kullanılanlar negatif siyasal reklam ve pozitif siyasal reklamdır. Negatif siyasal reklamların seçmeni motive etmede etkili olduğu her ne kadar kabul edilse de bazen geri tepme potansiyeli mevcuttur. O nedenle son yıllarda pozitif reklamların siyasal kampanyalarda daha fazla ön plana çıktığı söylenebilir. Ancak günümüzde siyasi partilerce yürütülen seçim kampanyalarına bakıldığında her iki reklam türünün birlikte kullanıldığı görülmektedir.

Çalışmada 2023 Cumhurbaşkanlığı Seçiminde Ak Parti ve CHP'nin seçim kampanyaları için hazırlanmış oldukları CHP'nin "Sana Söz Yine Baharlar Gelecek" reklam filmi ile Ak Parti'nin "Her Şey Senin İçin" reklam filmleri göstergebilim yöntemi ile analiz edilmiştir. Analiz neticesinde her iki reklam filminin de pozitif siyasal reklam türünde olduğu, ancak CHP'nin reklam filminin negatif içerikli mesajlara da yer verdiği tespit edilmiştir. Reklam filminde kullanılan görseller ve söylemler pozitif siyasal reklamın özelliklerini yansıtsa da dış sesin söylemlerine ve görsellerin içeriklerine bakıldığında mevcut iktidarın eleştirildiği görülmektedir.

Ak Parti tarafından hazırlanan reklam filminin ise tamamen pozitif siyasal reklam türünde olduğu bulgulanmıştır. Parti iktidar partisi olması vesilesiyle reklam filminde kendi iktidarları döneminde hayata geçirilen projeleri, gelişmeleri ön plana çıkarmak istemiştir. "Her Şey Senin İçin" reklam filminde herhangi bir rakip parti eleştirisi bulunmamaktadır. Bunun yerine seçmene, kendi iktidarları döneminde gerçekleştirilen icraatlar anlatılarak parti ve liderinin başarısı vurgulanmakta ve seçmenden oy istenmektedir.

Siyasal Seçim Kampanyalarında Siyasal Reklamın Önemi

Siyasal seçim kampanyaları, genel ve yerel seçimlerde siyasi parti ya da adayların seçimleri kazanmak için yürüttükleri faaliyetlerde kullandıkları yöntem ve tekniklerdir (Aziz, 2003: 68). Genel olarak siyasal kampanyalar, özel olarak planlanmış bir tema ve süre ile sınırlandırılarak, dramaturjik yaklaşımla hazırlanır ve iletişim araçları vasıtasıyla seçmenin dikkatini çekerek onların oylarını almayı amaçlar (Çiftçi ve Soyer, 2020: 25). Seçim kampanyaları gerçekleştirilirken siyasi partiler öncelikli olarak seçmenlerin beklentilerini, ihtiyaçlarını ve şikayetlerini öğrenmeye ve sonraki süreçte de onlardan alınan geri bildirimler doğrultusunda kampanya stratejisini belirlemeye çalışırlar.

Bu noktada siyasal parti ya da adaylar seçmenin kararını etkilemek ve oylarını almak için çeşitli iletişim araç ve yöntemlerinden faydalanırlar (Kalender, 2003: 31). Kampanya sürecinde adaylar, geleneksel medya ve yeni medya ortamlarında tartışma programlarına katılırlar; bu programlarda sorulan sorulara cevap verirler, medya reklamları ve mesajlar hazırlatırlar, basın toplantıları ve mitingler düzenlerler; bebekleri öper, insanların ellerini sıkırlar; posterler, afişler hazırlatırlar ve bazen kapı kapı dolaşarak destek

toplamaya çalışırlar. Tüm bu faaliyetler medya ve seçmen ile iletişim kurup onlara kendini tanıtarak destek bulma amacını gütmektedir (Oktay, 2002: 144).

Siyasal seçim kampanyalarında, seçmenler tarafından en dikkat çeken ve bilinen siyasal iletişim aracı siyasal reklamdır. Siyasal reklam, aday ya da parti tarafından medyada yer ve zaman satın alınarak, seçmenlerde kendilerine yönelik pozitif algı oluşturarak onların oylarını almak amacıyla mesajların hazırlanması ve yayınlanması (Uztuğ, 2004 :315) olarak tanımlanmaktadır. Bir başka tanımda siyasal reklam, bir adayın, partinin, görüşün toplum tarafından kabul edilmesini sağlamak amacıyla gerçekleştirilen ve ticari reklamcılık yöntemlerini kullanan faaliyetlerdir (Karahan, 1995: 57).

Seçim kampanyalarının ve kampanya reklamlarının seçmen üzerinde bir etkiye sahip olup olmadığı siyasal iletişim alanında tartışılan önemli konulardan birisi olmuştur. İlk yapılan araştırmalar, genel olarak medyanın, özel olarak da siyasi reklamların seçmenlerin oy verme davranışı üzerinde minimum etkiye sahip olduğunu belirtmektedir (Lazarsfeld, Berelson ve Gaudet 1944'ten aktaran, Granato ve Sunny Wong 2004: 349).

Ancak günümüzde siyasal reklamlar, seçmene ulaşmak için kullanılan en önemli araç haline gelmiştir. Siyasal reklamlar, seçmenin gündemdeki konular ile ilgili bilgisini artırır, adayların karakterine ilişkin seçmen algısını etkiler, tutumları değiştirir ve sonuç olarak seçmen tercihini etkileyebilir (Benoit vd, 2007 :508). Ancak siyasal reklamın etkili olması seçmen beklentilerine, adayın gerçek politik görüşlerine, kişisel özelliklerine ve seçmenin siyasal reklama maruz kalma durumu ve sıklığına bağlıdır (Granato ve Sunny Wong, 2004: 358).

Birçok iletişim bilimciye göre siyasal reklam propagandadan doğmuştur. Ancak ikisi arasında birçok farklılık yer almaktadır. Reklamı propagandadan ayıran en önemli fark, seçmenle kurduğu iletişimin çift yönlü olmasıdır. Çünkü, siyasal reklam seçmen ile karşılıklı iletişim kurduğu oranda başarılı olabilmektedir. Bunun yanında propaganda da mesajın kaynağı çoğu zaman bilinmezken, reklamda kaynak ortadadır. Ayrıca propaganda kitle iletişim araçlarından ücretsiz yararlanır ancak siyasal reklamcılıkta kitle iletişim araçlarında yer almak için yer ve zaman satın alınır (Özkan, 2004: 17).

Siyasal reklam ilk olarak 1952 yılında ABD'de başkanlık seçiminde kullanılmıştır. Başkan adayı General Dwight Eisenhower'ın kampanyası ile ilgili siyasal reklamlar 48 eyaletin 40'ında yayınlanmış ve bu eyaletlerin 11'inde seçmenler günde dört beş kez bu reklamlara maruz kalmışlardır. Demokratik ülkelerde zaman içinde siyasal reklamın önemi ve etkisine olan güven artmış ve bu araç daha fazla kullanılmaya başlanmıştır. Günümüzde de siyasi kampanyaların en önemli unsuru haline gelen siyasal reklamlar siyasal kampanyada en büyük harcamanın yapıldığı alan olmuştur (Benoit vd, 2007 :509). Örneğin ABD'de 2016 yılında gerçekleştirilen başkanlık seçimlerinde reklamlar için Hillary Clinton 157 milyon dolar harcarken; Donald Trump 44 milyon dolar harcamıştır (www.aa.com.tr (a)). Yine 2020 ABD başkanlık seçimlerinde de reklamlar için Biden 127,3 milyon dolar, Trump ise 65 milyon dolar harcamıştır (www.aa.com.tr (b)).

Kitle iletişim araçları ve internet teknolojilerinin gelişimi siyasal reklamcılığın önemini artırırken seçim kampanyalarının yapısını da değiştirmiştir. Siyasal reklamda ürün, parti ya da adaydır. Ticari reklamda ürün ve hizmetin satışı hedeflenirken siyasal reklamda adayın ya da parti ideolojisinin satışı hedeflenmektedir. Bunu yaparken aynı ürün ve hizmet pazarlamasında olduğu gibi gerçekle az uyuşan ya da hiç uyuşmayan bir imaj inşa edilerek, seçmenin dikkati çekilmeye ve adaya ya da partiye karşı seçimde olumlu bir algı yaratılmaya çalışılmaktadır.

Tüketiciler bir ürün veya hizmet satın almaya niyetlendiklerinde reklamda sunulan mesajlar doğrultusunda satın alma eylemini gerçekleştirmektedirler. Reklamlarında dikkat çekici ve inandırıcı göstergeler kullanan marka diğer markalara göre daha fazla tercih edilmektedir. Çünkü günümüz kapitalist sistemde tüketiciler ürünü değil göstergeleri satın almaktadırlar. Yani ürünün manevi faydası maddi faydasına tercih edilmektedir (Baudrillard, 1997: 149'dan aktaran; Balcı, 2008: 212). Bu kapsamda siyasal reklamcılık, ticari reklamcılığın değişik yöntemler uygulanarak siyasete uyarlanması olarak

tanımlanabilir (Bektaş ,2002: 229). Siyasal reklamlarda, kampanya planlayıcıları en iyi ve en çarpıcı göstergeler kullanarak seçmenleri etkilemeye çalışmaktadırlar.

Reklamcılık faaliyetleri, bir ürünü tüketiciye tanıtmak, rakiplerinden farklılıklarını ortaya koymak ve işletmenin karını artırmak için kullanılan teknikleri içermektedir. Buradan hareketle bir adayın siyasal reklamlar aracılığıyla seçmenlere tanıtılması neticesinde, diğer adaylardan farklılıklarının ön plana çıkartılabileceğini, doğru tercih olduğuna seçmenlerin inandırılabilceğini ve bunların sonucu olarak adayın alacağı oy miktarının artırılabilceğini söylemek mümkündür (Bektaş, 2002: 230). Siyasal seçim kampanyasında kullanılan önemli bir araç olan siyasal reklamın, yeni bir partiyi, adayı ya da yeni vaatleri ve icraatları seçmene tanıtmak, kampanyayı desteklemek, yüz yüze iletişim kurulamayan seçmene ulaşmak, seçmenin oyunu almak, aday ya da parti için olumlu bir imaj ve kimlik geliştirmek, fikir ve tutumlara etki etmek, seçmeni bilgilendirmek ve siyasal katılma noktasında seçmeni ikna etmek gibi birçok amacı vardır (Uztuğ, 2003: 8) Bu açıdan değerlendirildiğinde siyasal reklamın bir pazarlama yöntemi olduğu söylenebilir. Çünkü siyasal reklamda politik fikirler ve kişiler birer pazarlama metası olarak kurgulanıp seçmenlerin beğenisine sunulmaktadır (Göker, 2010:36). Ancak siyasal reklamcılığın en önemli ve temel amacı taraftar kazandırmak olduğu düşünülduğünde siyasal reklamın başarısı, adaya veya partiye kazandırdığı oy oranıyla ölçülmelidir (Özkan, 2004: 13).

Siyasi reklamın adaya ve partiye, seçmenlere iletilen mesajı tam olarak kontrol edebilme olanağı vermesi siyasi reklamcılığın siyasetçilere sağladığı en önemli avantajdır (Kaid, 2004: 156). Yani aday veya parti reklamı istediği şekilde kurgulayabilir. Bu noktada toplumun temel değerlerinin iyi analiz edilmesi önemlidir. Reklam içeriği kurgulanırken toplumsal normlara, gelenek-göreneklere, örf ve adetlere dikkat edilmelidir.

Siyasal Reklam Türleri

Siyasi parti ya da adaylar seçmeni kendilerine oy vermeye ikna etmek için siyasal reklamı siyasal kampanya sürecinde kullanırlar. Çünkü, siyasal reklamın görsel, sözel öğeler ve müzik içermesinden dolayı seçmen üzerinde etkili olduğu düşünülmektedir. Siyasal reklam içerik ve amaç açısından farklı şekillerde sınıflandırılmaktadır.

Çankaya (2008: 48-53) siyasal reklamı, partiyi ön plana çıkararak (partizan) reklamlar, lider imajını ön plana çıkarmayı amaçlayan ve bunun için adayın kişisel özelliklerini vurgulayan reklamlar, iktidara yönelik reklamlar, toplumdaki bazı kesimlere yönelik reklamlar, gizli siyasal reklamlar, sosyal amaçlı reklamlar olarak sınıflandırmaktadır. Kaid (2004: 160) ise siyasal reklamları temelde, konu/imaj reklamları ve pozitif/negatif reklamlar olarak sınıflandırmıştır.

Bu kapsamda konu/imaj reklamları daha duygusal bir nitelik taşımaktadır. Bu tarz siyasal reklamda ya aday ve parti imajı üzerinde durulur ya da toplumun yakından ilgilendiği gündemde olan konu ön plana çıkarılır. Aday imajının ön plana çıkarıldığı reklamda adayın kişisel özellikleri yetenekleri, eğitimi ön plana çıkarılır. Konu/imaj reklamlarından dikkat çekmek, seçmeni etkilemek ve seçimde adaya karşı pozitif yönde bir algı yaratmak için yararlanılır.

Pozitif siyasal reklam, partinin veya adayın olumlu yönlerinin ön plana çıkarıldığı reklam türüdür ve olumlu bir imajın oluşturulmasına hizmet eder. Bu süreçte adayın vaatleri ve toplum tarafından olumlu görülen yönleri ön plana çıkarılır. Pozitif siyasal reklam adayın iyi özelliklerini ortaya çıkararak geleceğe yönelik seçmene olumlu vaatler sunmaktadır (Vodinalı ve Akıncı Çötak, 2015: 503).

Negatif siyasal reklam ise rakip parti ya da aday ile ilgili olumsuz mesajlara yer verir. Bu tür reklamlarda rakip parti ve adayı kötülemek, itibarını zayıflatmak ve onlarla ilgili seçmen kitlesinde olumsuz bir algı yaratmak amaçlanır (Agocuk, 2021: 482). Negatif reklamlar farklı stil ve biçimlerde olur, farklı türde konuları ele alır, farklı bağlamlarda kullanılır. Renk, müzik, hız, anlatım ve reklamda yapılan çağrışımlar dahil olmak üzere pozitif reklamdan oldukça farklı olan negatif siyasal reklam en yaygın olarak siyasal kampanya döneminde kullanılır ancak bazen halkın gündemindeki bir konuyu etkilemek için de kullanılabilir (Belt, 2017: 49).

1980'li yıllara kadar siyasiler, siyasal reklam türlerinden en çok konu/imaaj reklamlarını ve pozitif reklamları kullanmayı tercih etmişlerdir. Çünkü negatif reklamın olumsuz, eleştirel dilinin toplumu ve kurumları yıpratacağı düşünülmüştür (Holtz-Bacha, 2017: 5). Ancak 1980'den sonra siyasiler kendilerini ön plana çıkarmak kadar rakiplerin hatalarını ve eksikliklerini göstermenin de iktidar yarışında ellerini güçlendirdiğinin farkına varmışlar ve negatif siyasal reklamları yoğun bir şekilde kullanmaya başlamışlardır (Basil ve ark, 1991'den akt, Balcı, 2008:123).

Yöntem

Çalışmada 2023 Milletvekiliği ve Cumhurbaşkanlığı Seçimi döneminde Adalet ve Kalkınma Partisi ve Cumhuriyet Halk Partisi tarafından hazırlanan reklam filmlerinden birer tanesi amaçlı örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Seçilen reklam filmleri göstergebilim yöntemi ile analiz edilmiştir. Seçim kampanyası sürecinde her iki parti tarafından kampanya kapsamında birçok reklam filmi hazırlanmıştır. Ancak çalışmada Ak Parti'nin "Her Şey Senin İçin" ve CHP'nin "Sana Söz Yine Baharlar Gelecek" reklam filmleri örneklem olarak alınmıştır. Bu reklam filmlerinin seçilmesinde, her iki reklamın da pozitif reklam türünde olmaları, partilerce ön plana çıkarılmaları ve izleyiciler tarafından en fazla beğenilen reklamlar olmaları etkili olmuştur.

Göstergebilim yöntemi siyasal reklamların analizinde araştırmacılar tarafından çokça tercih edilen bir analiz yöntemidir. Göstergebilim, gösterilenin arkasında yatan anlamları ortaya çıkarmaya çalışan bir yöntem olarak tanımlanabilir. Bu nedenle de reklam verenin aslında ne demek istediğinin yani hedef kitleye vermek istediği mesajın ne olduğunun anlaşılmasında göstergebilim etkili bir analizdir. Saussure (1998:46) göstergebilimi yaşam içerisinde insanların karşılaştıkları göstergelerin anlamlarını ve maksatlarını araştıran bir bilim olarak açıklamaktadır.

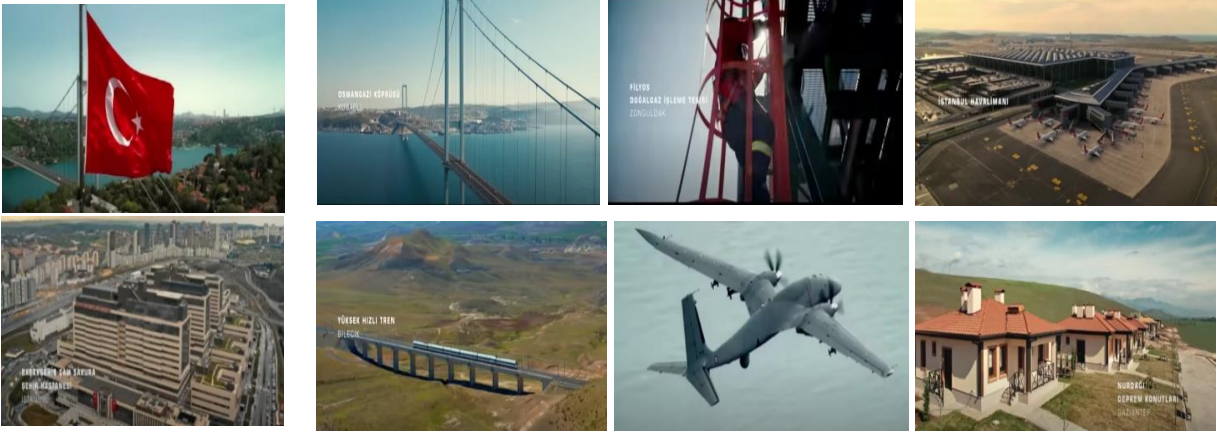
Çalışma kapsamında AK Parti ve CHP tarafından hazırlanan televizyonda ve sosyal medya ortamlarında yayınlanan "Her Şey Senin İçin" ve "Sana Söz" reklam filmlerinin ürettiği anlamlar, verdikleri mesajlar ve görsel özellikleri göstergebilim yöntemi ile çözümlenmeye çalışılmıştır. Reklam filmleri öncelikle sekanslara ayrılarak genel betimlemesi yapılmış, kesitlere ayrılarak gösteren-gösterilen ilişkisi incelenmiş ve karşıtlıklar tablosu yapılarak reklamın anlamlandırılmasına katkı sağlayan faktörler belirlenmiştir.

Bu çalışmada aşağıdaki araştırma soruları cevaplandırılmaya çalışılmıştır.

1. 2023 Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekiliği seçiminde Ak Parti ve CHP'nin seçime yönelik hazırladıkları reklamların mesaj türü nedir?
2. Ak Parti ve CHP'nin siyasal reklamlarında hangi görsel-işitsel öğeler ön plandadır?
3. Ak Parti ve CHP'nin siyasal reklamlar aracılığıyla ulaşmak istediği hedef kitle arasında farklılık var mı?
4. Ak Parti ve CHP'nin siyasal reklamlarında öne çıkarılan konular nelerdir?

Ak Parti “Her Şey Senin İçin” Reklam Filmi Analizi

Reklam Filminden Kesitler



Reklam Filminin Genel Betimlemesi

İktidar partisi olan Ak Parti tarafından 14 Mayıs Seçimleri sürecinde hazırlanan reklam filmlerinden birisi olan “Her Şey Senin İçin” reklam filmi 4 Mayıs 2023 tarihinde partinin kendi web sitesinde ve diğer dijital platformlarda yayımlanmıştır. “Her Şey Senin İçin” reklam filmi iki dakika on bir saniye sürmektedir. Reklam filmi, pozitif siyasal reklam türündedir. Reklam filminde mevcut iktidarın gerçekleştirdiği icraatlar ve aday ön plana çıkartılmaktadır. İcraatlar ve adayın ön plana çıkartılmasındaki amaç partiye ve adaya karşı seçimde olumlu bir tutum geliştirmek ve seçmenin oyunu almaktır. Değinilen konulara bakıldığında “gelecek, umut, ilerleme, teknolojik gelişme, millî birlik bütünlük” konuları reklamda ön plana çıkmaktadır. Ayrıca reklam filminde Ak Parti iktidarı döneminde teknoloji alanında, sanayide, sağlıkta ve sosyal alanda hayata geçirilen projelerin özellikle vurgulandığı görülmektedir.

Bu reklam filminde müzik kullanımı mevcuttur. Reklam filminde müzik olarak şarkıcı Cengiz Kurtoğlu'nun 1996 yılında çıkarmış olduğu albüme de adını veren “Seviyorum” şarkısı kullanılmıştır. “Her Şey Senin İçin” reklam filmi görüntü açısından incelendiğinde reklam filminde hem iç mekan hem de dış mekan çekimlerin kullanıldığı tespit edilmiştir. Reklam filminde ayrıca partinin amblemi olan “lambda” görseline en sonda Ak Parti adayı Recep Tayyip Erdoğan'ın fotoğrafı ile birlikte yer verilmiştir. Reklamda slogan kullanımı da mevcuttur. Slogan olarak “Türkiye Yüzyılı İçin Doğru Adam Doğru Zaman” cümlesi kullanılmaktadır.

Ak Parti'nin “Her Şey Senin İçin” reklam filmi, arka fonda İstanbul, onun önünde dalgalanan Türk Bayrağı görüntüleri ile başlıyor. Bu ilk sekans Eskişehir Ana Jet Üstünde havacı bir askerin üniformasının kolundaki tür bayrağı görüntüsü ile devam ediyor. Asker elinde kaskı üstünde üniforması ile uçağa yürüyor bu sırada reklam filminin müziği çalmaya başlıyor ve asker müzik eşliğinde yürüyüp uçağa biniyor. Bu sahne gökyüzünde uçan iki uçağın görüntüsü ile bitiyor.

İkinci sekansın ilk sahnesi Osman Gazi Köprüsü görüntüleri ile başlıyor. İkinci sahnede köprü üzerinde hareket halinde bir araç görünüyor. Kamera arabanın içerisine döndüğünde araç içerisinde bir erkek çocuğu ile babasının yer aldıkları ve her ikisinin de reklam müziğine gayet mutlu bir yüz ifadesiyle eşlik ettikleri görünüyor.

Üçüncü sekansta Zonguldak Filyos Doğalgaz İşleme Tesisi ve tesiste çalışan personelin görüntüleri yer alıyor. İlk sahnede tesis içerisinde merdivenlerden kuleye tırmanan bir işçi gösteriliyor. Kulede onu başka bir çalışan karşıyor ve kuleye çıkmasına yardımcı oluyor. Bu görüntülerin yanı sıra sahnede Türk Bayrağı ve TPAO'nun bayrağı da yer almaktadır. Yine bu sekansın ikinci sahnesinde tesis önce geniş açıdan gösteriliyor daha sonra ise tesiste çalışan işçiler yer alıyor. Yakın çekimde çalışan işçi gösterildiğinde işçinin de mutlu bir şekilde hem çalıştığı hem de müziğe eşlik ettiği görülmektedir.

Dördüncü sekansta ise İstanbul Havalimanı görüntüleri yer alıyor. Dördüncü sekansın görüntü düzleminde seyahatten dönen bir genç kız ve onu karşılayan ailesi vardır. Genç kız elinde valizi çıkış kapısına gelir, anne ve babasını görür, yüzünde kocaman bir gülümseme ile onlara koşar, anne ve babada kızlarını görür ve sevinçle ona el sallar ve ona doğru koşup sarılırlar.

Beşinci sekansta ise ikinci sekansta olduğu gibi yine Osman Gazi köprüsü yer almaktadır. Köprü üstten ve yandan geniş açı ile gösterilmektedir. Köprü üzerinde ise yine ikinci sekansta yer alan baba ve oğlu araç içinde reklam müziğini söyleyerek huzur ve mutluluk içinde seyahat etmektedirler.

Bir diğer sekans olan altıncı sekans ise Başakşehir Çam Sakura Şehir Hastanesi'nin geniş açıdan bir görüntüsü ile başlıyor. Bu görüntünün devamında iç mekan çekime geçiliyor ve görüntü düzleminde hasta yatağında yatan bir çocuk, onun yanında yer alan anne babası ve bir bayan doktor görülüyor. Doktor güler yüzlü bir şekilde çocukla ve ailesi ile ilgilenmektedir.

Yedinci sekansta ilk sahnede bir askeri kışlada reklam müziğini coşkuyla hep birlikte söyleyen askerler, ikinci sahnede ise iftar masasında her kesimden genç, yaşlı, çocuk, kadın ve erkeğin olduğu kalabalık bir grubun dualar eşliğinde iftar açtığı görüntüler yer alıyor.

Sekizinci sekans yine iktidar partisinin icraatlarının gösterimi ile devam ediyor. Görüntü düzleminde hareket halinde yüksek hızlı tren, yerli üretim helikopter ve uçaklar görülüyor. Sahnenin devamında hızlı trende seyahat eden ve aynı zamanda reklam müziğini söyleyen genç bir çift yer alıyor. Görüntülerde genç çiftin oldukça mutlu oldukları dikkat çekiyor.

Reklam filminin dokuzuncu sekansında, Serik Millet Bahçesi geniş açı ile yukarıdan görülüyor. Daha sonra millet bahçesinin içinden görüntüler sunuluyor. Bu görüntülerde spor yapan, birlikte şarkı söyleyen her kesimden gençlerin görüntüleri yer alıyor.

Onuncu sekans 6 Şubat depreminden etkilenen illerden biri olan Gaziantep'in Nurdağı ilçesinde depremde sonra yapılan deprem konutlarının gösterimi ile başlıyor. Bu sekansta ilk olarak deprem konutları genel olarak dışarıdan gösteriliyor. Daha sonra ise bu konutlardan birisinin içine iki çocuklu bir aile giriyor. İlk olarak içeriye çocuklar sonra ise anne ve baba giriyor. Aile evin her yerini geziyor ve evi ne kadar çok beğendikleri yüzlerindeki mutlu ifadeden anlaşılabilir.

Son sekans olan on birinci sekansta ise ilk sahnede Ak Parti'nin adayı Recep Tayyip Erdoğan ve kız çocukları yer alıyor. Çocukların mutluluk gözyaşı döktükleri ve Recep Tayyip Erdoğan'a sevgi ile sarıldıkları, onun da çocukları sevgi ile kucakladığı görülüyor. On birinci sekansın ve reklam filminin son sahnesinde ise Recep Tayyip Erdoğan'ın fotoğrafı ile birlikte reklamın sloganı ve Ak Partinin amblemi sunuluyor.

Reklam Filminin Anlatı Yapısı

Ak Parti tarafından 2023 Cumhurbaşkanlığı seçim kampanyası kapsamında hazırlanan "Her Şey Senin İçin" reklam filminin içeriğine bakıldığında reklam filminin pozitif siyasal reklam türünde olduğu anlaşılmaktadır. Reklam filminde 20 yıllık Ak Parti iktidarı süresince gerçekleştirilmiş olan icraatlar sunulmuş ve seçmenden oy istenmektedir. Bu kapsamda yapılan köprüler, hızlı tren, yerli helikopter, yerli uçak, şehir hastaneleri, millet bahçeleri ve 6 Şubat depremi sonrasında yapılan deprem konutları reklam filminde gösterilmektedir.

Reklam filminde köprüler ve bu köprüleri kullanan mutlu insanlar gösterilerek, kendi iktidarları sayesinde insanların güven içinde ve hızlı bir şekilde seyahat edebildikleri, askeri uçaklar ve helikopterler gösterilerek savunma sanayinde meydana gelen gelişmeler vurgulanmaktadır. Filyos Doğal Gaz İşleme Tesisi ve burada çalışan mutlu işçiler gösterilerek yer altı kaynaklarının keşfi konusunda meydana gelen gelişmeler anlatılmaktadır. Aynı zamanda bu gelişmenin Türkiye'nin en önemli sorunlarından birisi olan istihdam sorununun çözümü noktasında da önemli katkılar sunduğuna değinilmeye çalışılmaktadır. Bir diğer sahnede geniş açı ile İstanbul Havaalanı ve bu havaalanını kullanan insanlar görülmektedir.

Havaalanının geniş açıdan ve yukarıdan gösterilmesindeki amaç havaalanının büyüklüğünü ve ihtişamını göstermektir.

Reklam filminde gösterilen bir diğer yapı ise Başakşehir Çam ve Sakura Şehir Hastanesidir. Bu sahnede de önce şehir hastanesi dışarıdan geniş açı ile gösterilerek büyüklüğüne vurgu yapılmaktadır. Daha sonraki sahnede hastane içerisindeki güler yüzlü, ilgili doktorlar ve mutlu hastalar görülmektedir. Bu sahne ile reklam filmi, seçmene Ak Parti tarafından sağlık alanında önemli yatırımların yapıldığını ve insanların bu hastaneler ve doktorlar sayesinde mutlu olduklarını anlatmaya çalışmaktadır.

Sonraki sahnede kışlada hep bir ağızdan reklam müziğini coşku ile söyleyen, eğlenen askerler görülmektedir. Bu sahnede eğlenen askerler gösterilerek iktidarları döneminde terör olaylarının azaldığına gönderme yapılmaktadır denilebilir. Bir diğer sahnede ise birlikte iftar açan her kesimden insanlar yer almaktadır. Bu sahne ile birlik beraberlik vurgusu yapılarak insanların huzur ve hoşgörü içinde yaşadıkları algısı yaratılmak istenmektedir.

Millet bahçeleri de reklam filminde iktidar partisi tarafından gerçekleştirilen sosyal yaşam ile ilgili yapılan yatırımlara örnek olarak sunulmaktadır. Bu sahne ile millet bahçelerinde insanların huzur içinde spor yapabildikleri, hep beraber eğlenebildikleri bunların da Ak Parti iktidarı sayesinde olduğu mesajı verilmektedir.

Nurdağı Deprem Konutları'nın yer aldığı sahnede deprem konutları hem dışarıdan hem de içeriden gösterilmektedir. Depremzede insanların kendilerine verilen konuttan içeriye girdikleri anda yüzlerindeki mutluluk reklamda sunularak, Ak Parti'nin sorunları kısa sürede ve en iyi şekilde çözüme kavuşturduğu mesajı seçmene aktarılmak istenmektedir.

Reklamda birden çok sahnede Türk Bayrağı gösterilmektedir. Bayrak özelinde birlik/bütünlük mesajı verilmektedir. Son sahne de yer alan parti amblemi ve partinin adayı Recep Tayyip Erdoğan'ın fotoğrafı özelinde ise seçmene kendini hatırlatma ve seçimde evet demeleri için seçmene yönlendirme yapılmaktadır. "Her Şey Senin İçin" reklamının hedef kitlesi toplumun her kesimden seçmendir. Ancak reklam filminin neredeyse her sahnesinde çocukların ve gençlerin daha yoğunlukta yer aldığı görülmekte bu durum reklamda geleceğe ve umuda vurgu yapıldığını göstermektedir. Reklam boyunca hem dış ses hem de reklamda yer alan kişilerce seslendirilen film müziği de "Her Şey Senin İçin" sözleriyle yapılanların halk için yapıldığını vurgulamak için seçilmiştir denilebilir.

Anlamlandırma

"Her Şey Senin İçin" reklam filminin anlamlandırmasına katkı sağlayan temel karşıtlıklar Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Karşıtlıklar

Umut	Ümitsiz
Gelişme	Gerileme
Birlik/Berberlik	Çatışma
Kucaklaşan	Ayrışan
Üretim	Tüketim
Genç	Yaşlı
Çalışan	Çalışmayan
Mutluluk	Hüzün
Çözüm	Sorun

“Her Şey Senin İçin” reklam filmi ile ilgili karışıklıklara Tablo 1’den bakıldığında Ak Parti, bu reklam filmi ile seçmene iktidarları döneminde gerçekleştirdiği icraatları hatırlatarak, kendilerinin üretimden, teknolojiyen, ilerlemeden yana olduğunu ve yeniden seçilmeleri durumunda bu gelişmelerin devam edeceğini vaat etmektedir. Ayrıca Ak Parti reklam filminde deprem konutları üzerinden depreme vurgu yaparak sorunları kısa sürede çözdüklerini yani vatandaşların karşılaştıkları sorunlara çözüm bulmada iyi olduklarını iddia etmektedir. Kısacası yaptıklarının yapacaklarının teminatı olduğunu söyleyerek seçmene daha iyi bir geleceğe sahip olmak için kendilerini desteklemeleri gerektiği mesajını vermektedir.

“Her Şey Senin İçin” reklam filminde gösteren-gösterilen ilişkisi, reklam filmi on bir kesite ayrılarak aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 2. “Her Şey Senin İçin” reklam filminde gösteren-gösterilen ilişkisi

Kesit 1	
Gösteren	Gösterilen
Asker	Güç
Bayrak	Bağımsızlık
Askeri Uçak	Savunma
Köprü	Kavuşma

Kesit 2	
Gösteren	Gösterilen
Köprü	Kavuşma
Çocuk	Gelecek

Kesit 3	
Gösteren	Gösterilen
Doğal gaz işleme tesisi	Üretim
Çalışan işçi	İstihdam
Türk Bayrağı	Bağımsızlık/Birlik/Beraberlik
Birbirine yardım eden işçiler	Dayanışma

Kesit 4	
Gösteren	Gösterilen
Havaalanı	Kavuşma/Büyük yatırım
Genç kız	Gelecek
Aile	Mutluluk

Kesit 5	
Gösteren	Gösterilen
Hastane	Sağlık
Başörtülü doktor	Özgürlük/eşitlik
Çocuk	Gelecek/umut

Kesit 6	
Gösteren	Gösterilen
Askeri kışla	Güvenlik
Eğlenen askerler	Huzur
İftar açan insanlar	Birlik/Beraberlik
Gülen Çocuklar	Gelecek/Umud

Kesit 7**Gösteren**

Hızlı Tren
Şarkı söyleyen yolcular
Uçan askeri Jet/helikopter

Gösterilen

Teknolojik gelişme
Mutluluk/Huzur
Güç gösterisi

Kesit 8**Gösteren**

Park alanı
Yeşil alan
Spor yapan gençler
Şarkı söyleyen/eğlenen gençler

Gösterilen

Sosyalleşme
Huzur
Sağlık
Mutluluk

Kesit 9**Gösteren**

Ev
Deprem konutu
Gülen çocuklar

Gösterilen

Yuva
Barınma
Gelecek/Umut

Kesit 10**Gösteren**

Lider
Kız çocukları
Lidere ağlayarak sarılan çocuklar
Birbirine yardım eden işçiler

Gösterilen

Güç/Otorite
Gelecek/Umut
Sevgi/Güven
Dayanışma

Kesit 11**Gösteren**

Slogan "Türkiye Yüzyılı İçin Doğru Zaman Doğru Adam"

Parti Amblemi

Lider

Gösterilen

Ülkenin gelişimi için içinde bulunulan zamanın çok önemli olduğu ve bu gelişimi de ancak kendi adaylarının gerçekleştirebileceği vurgulanıyor.
Seçimde diğer partilerden ayırt edilme
Güç/Otorite

CHP "Sana Söz" Reklam Filmi Analizi

Reklam Filminden Kesitler



Reklam Filminin Genel Betimlemesi

14 Mayıs 2023 seçim kampanyası sürecinde CHP tarafından hazırlanan ve 27 Mart 2023 tarihinde yayınlanan "Sana Söz" reklam filmi bir dakika otuz yedi saniye sürmektedir. Reklam filmi, içeriğinde yer alan söylemler ve görsellerle mevcut iktidarı üstü kapalı bir şekilde eleştirdiği için negatif siyasal reklam nitelikleri taşımaktadır. Ancak genel manada değerlendirildiğinde "Sana Söz" reklam filmi pozitif siyasal reklam türündedir. Bu reklam türünde amaç, parti ya da adayın iyi özelliklerini göstererek seçmenlerin parti ya da aday ile ilgili tutum ve algılarını olumlu şekilde değiştirmektir (Cömert, 2019: 295). Reklam filminde öne çıkan konulara bakıldığında; "gelecek, umut, özgürlük, farklılıklara ve farklı olana saygı, liyakat, milli birlik bütünlük, ekonomi" konularının reklam filminde özellikle vurgulandığı görülmektedir. Bu reklam filminde de Ak Parti reklam filminde olduğu gibi müzik kullanımı mevcuttur. Reklam filminde müzik olarak şarkıcı Levant Yüksel'in 1993 yılında çıkarmış olduğu "Med Cezir" albümünde yer alan "Tuana" adlı şarkının nakarat kısmı biraz değiştirilerek kullanılmıştır. "Sana söz" reklam filmi görüntü açısından incelendiğinde reklam filminde hem iç mekan hem de dış mekan çekimlerin kullanıldığı tespit edilmiştir. Reklam filminde ayrıca partinin amblemi olan altı ok reklam boyunca ekranda yer almaktadır. Reklamda slogan kullanımı da mevcuttur. Slogan olarak "Sana söz yine baharlar gelecek, Bay Kemal sözünden dönmeyecek" kullanılmaktadır.

Reklam filmi yağmur ve şimşek sesleri ile gece uykusundan uyanan ve camdan dışarı bakan 9-10 yaşlarındaki bir kız çocuğunun görüntüleri ile başlamaktadır. Bu ilk sahnede dışarıya bakan kız çocuğunun yüzünde mutsuzluk, umutsuzluk ve korku vardır. Daha sonraki sahnede kız çocuğu uyanır, cama doğru yürür, perdeyi açar içeriye gün ışığı dolar, dışarı bakar tam o sırada annesinin sesini duyar. Annesi "sana söz" şarkısını söylemektedir. Kız çocuğu annesinin yanına gider, anne mutfakta bir taraftan kahvaltı hazırlamakta bir taraftan da kızına bakarak "sana söz" şarkısını söylemektedir. Her ikisi de birbirlerine sevgiyle ve mutlu bir şekilde bakarlar.

İkinci sekansta kız çocuğu kırlarda pembe ve beyaz renklere oluşan bir kıyafetle çiçek toplarken görülür. Bu sırada arka fonda sana söz şarkısının müziği ile birlikte dış ses olarak Kemal Kılıçdaroğlu'nun sesi duyulur. Kemal Kılıçdaroğlu "Sana söz, birbirini incitmeyen, farklı olanı olduğu gibi seven sayan, uzaklaşan değil kucaklaşan Türkiye" derken görüntü düzleminde; üzerinde pembe ve beyaz renklere oluşan bir kıyafet ile çiçek toplayan bir kız çocuğu, kırlarda yürüyen bir bebek, birbirine sevgi ile sarılan biri kız diğeri erkek iki çocuk görülmektedir.

Üçüncü sekansta dış ses devam eder “karnı tok gönlü bol, yaşamayı seven bir Türkiye” derken; duvarında Türk Bayrağı ve Atatürk büstü olan bir işyerinde kaynak yapan bir işçinin yanı sıra neşe içinde aynı sofrada iftar yapan ve pide bölüşen işçiler görülmektedir.

Dördüncü sekansta dış ses; “bilime, sanata, geleceğe inanan, ayakları yere sağlam basan, uzmanlığa saygı duyan bir Türkiye” derken görüntü düzleminde; Boğaziçi Üniversitesi kampüsü, ders çalışan kız öğrenciler, kütüphanede dolaşan ve öğrencileri tarafından ayakta alkışlarla karşılanan bir üniversite hocası görülür.

Beşinci sekansta görüntü düzleminde; ellerinde meşaleler, davul ve bir maça gittiklerini düşündüren kırmızı beyaz bayraklar olan yine kırmızı beyaz renklerde forma giymiş büyük bir taraftar grubu, davul çalan bir kadının müzisyen, şarkı söyleyen bir kadın şarkıcı ve en sonda pembe çiçekler açmış ağaca neşeyle bakan ve gülümseyen pembe beyaz renkli kıyafetler giymiş kız çocuğu ile bu kız çocuğuna beyaz çiçekler açmış bir dal parçası uzatıp “sana söz yine baharlar gelecek” diyen Kemal Kılıçdaroğlu’nun görüntüsü yer almaktadır. Eş zamanlı olarak ses düzleminde ise “seyirci kalmayan, korkusundan susmayan, sözün dinlenen, kıymeti bilinen, en güzel şarkıları bağıra çağıra söyleyebilen, neşesi çocukların gözünden okunan bir Türkiye için geliyoruz” sözleri duyulmaktadır.

Altıncı sekansta “sana söze” şarkısı tekrar çalınmaya başlamaktadır. Bu sekansın görüntü düzleminde; Kemal Kılıçdaroğlu’nun, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu, Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı Mansur Yavaş ve eşi Selvi Kılıçdaroğlu ile birlikte görüldüğü bir miting anına ve yine Kemal Kılıçdaroğlu’nun, Millet İttifakı’nda koalisyon ortaklığı yaptığı İyi Parti Genel Başkanı Meral Akşener, Deva Partisi Genel Başkanı Ali Babacan, Saadet Partisi Genel Başkanı Temel Karamollaoğlu, Gelecek Partisi Genel Başkanı Ahmet Davutoğlu ve Demokrat Parti Genel Başkanı Gültekin Uysal ile el sıkıştığı görüntülere yer verilir.

Yedinci sekansta ise Kemal Kılıçdaroğlu’nun görüntüsü, partinin amblemi ve sloganı ekranda belirir. Kemal Kılıçdaroğlu reklamın sloganı olan “Sana söz yine baharlar gelecek, Bay Kemal sözünden dönmeyecek” sözlerini söyler ve reklam filmi bu sahne ile son bulur.

Reklam Filminin Anlatı Yapısı

CHP’nin 2023 Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekiliği Seçiminde yapmış olduğu “Sana söz” reklam filminde kullanılan dile, renklere ve konulara bakıldığında reklamın pozitif siyasal reklam türünde olduğu görülmektedir. Pembe çiçekler açmış bir ağaç, kırlarda koşan bir bebek ve birlikte kırlarda yürüyen ve birbirine sarılan çocuklar, eğlenen taraftarlar, okullarında neşe içinde ders çalışan üniversite öğrencileri, iş yerinde birlikte yemek yiyen yüzü gülen işçiler, konser veren sanatçılar ve CHP’nin adayı Kemal Kılıçdaroğlu’nun reklamda kız çocuğuna beyaz çiçek açmış bir ağaç dalı vermesi reklamın pozitif bir yapıda olduğunu göstermektedir.

Reklamda slogana yer verilmiştir. Reklamda reklamın temasına uygun olarak bahar renkleri (pembe, yeşil, beyaz) kullanılmıştır. Reklam pozitif reklam türünde olduğu için koşulsuz sevmeyi, anlayışı ve düşünceli olmayı, empati kurmayı simgeleyen ve aynı zamanda baharın rengi olan pembe renge yoğun bir şekilde yer verilmiştir. Bunun yanında taraftarların formlarında hem Türk Bayrağı’nın hem de CHP’nin ambleminin renkleri olan kırmızı beyaz renkleri kullanılarak bayrak özelinde birlik/bütünlük vurgusu, parti amblemi özelinde ise seçmene hatırlatma ve evet vurgusu yapılıyor. “Sana söz yine baharlar gelecek” reklamının hedef kitlesi toplumun her kesimden seçmendir. Ancak özellikle sorun yaşadığı düşünülen bazı meslek gruplarına reklamda özel olarak yer verilmiştir.

Reklamda CHP “Sana söz yine baharlar gelecek” sloganı ile seçmenlere güzel bir gelecek vaat ederken iktidarı da üstü kapalı bir şekilde eleştirmektedir. Yani sloganda yer alan “Yine baharlar gelecek” sözü ile halkın yaşadığı sıkıntılara vurgu yaparak bu sıkıntıların kendilerinin iktidara gelmeleri ile son bulacağı mesajını vermektedirler. Reklamın başında kız çocuğunun yüzünde yer alan umutsuzluk insanların

aslında iktidardan mutlu olmadıklarına ve bir şeylerin değişmesi gerektiğine bir gönderme olarak yorumlanabilir.

Reklam filminde çocuklara birçok sahnede yer verilmektedir. Reklam kız çocuğunun yer aldığı bir sahne ile başlamaktadır. Reklamda çocuklara yer verilmesi geleceğe, umuda ve dinamikliğe gönderme olarak yorumlanabilir. Reklam filminde genel olarak seçmenin tamamına seslenilmektedir. Ancak reklamda yer alan sahnelerden de görüldüğü üzere özellikle bazı meslek gruplarına özellikle yer verilmiştir. Bunlardan biri işçilerdir. Reklamda asgari ücret alan ve ekonomik krizden en fazla etkilenen gruplardan biri olan işçilere güzel günler vaat edilmektedir. Reklam filminde yer alan bir diğer grup üniversite öğrencileridir. Burada da öğrencilerin sıkıntılarına vurgu yapılmaktadır. Bir diğer grup ise “liyakat” söylemlerinde çokça yer alan akademisyenlerdir. Reklam filminde yer verilen bir diğer meslek grubu ise sanatçılardır. Reklam filminde davul çalan bir kadın müzisyene ve neşe içinde şarkı söyleyen bir kadın sanatçıya yer verilmiştir. Bu sahne ile muhalefet partisi, konserleri iptal edilen ve söylemlerinden dolayı sıkıntı yaşayan sanatçılara gönderme yaparak iktidarı eleştirmektedir.

Reklam filminde, Kemal Kılıçdaroğlu tarafından seslendirilen dış seste yer alan “Sana söz; birbirini incitmeyen, farklı olanı olduğu gibi seven, sayan, uzaklaşan değil, kucaklaşan bir Türkiye” cümlesi ile birlik beraberlik içinde, farklılıklara saygılı bir toplum vaat ediliyor. “Karnı tok, gönlü bol, yaşamayı seven bir Türkiye” cümlesi ile ekonomik sıkıntılardan bahsedilerek bunları çözecekleri, “Bilime, sanata, geleceğe inanan, ayakları yere sağlam basan uzmanlığa saygı duyan bir Türkiye” cümlesinde bilime ve liyakate önem verileceği ifade ediliyor. “Seyirci kalmayan, korkusundan susmayan, sözü dinlenen, kıymeti bilinen, en güzel şarkılarını bağıra çağıra söyleyebilen, neşesi çocukların gözünden okunan bir Türkiye için geliyoruz”, cümlesinde vatandaşlarının özgürce düşüncelerini ifade edebildikleri, sanatçıların sanatlarını rahatça icra edebildikleri, sanata ve sanatçıya önem veren bir iktidar olacakları mesajı veriliyor. Bir taraftan da bu cümlelerde yer alan ifadelerle mevcut iktidar döneminde bunun tersi işlerin yapıldığı ve toplumun mutsuz olduğu anlatılmaya çalışılarak iktidar eleştiriliyor.

Anlamlandırma

“Sana Söz” reklam filminin anlamlandırmasına katkı sağlayan temel karşıtlıklar Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3. Karşıtlıklar

Bahar	Kış
Umut	Ümitsiz
Uzman	Acemi
Cesur	Korkak
Özgür	Esir
Kucaklaşan	Ayrışan
Ayrıştırmayan	Ayrıştıran
Genç	Yaşlı

Karşıtlıklar tablosuna bakıldığında CHP’nin seçmene, bahar yani güzel günler, umut, uzmanlığa saygı, cesurca düşüncesini dile getiren insanların olduğu bir ülke, özgürlük, her kesimi kucaklayan, ayrıştırmayan bir iktidar vaat ettiği görülmektedir. Karşıtlık tablosunun sağ sütununda yer alan ve CHP’nin vaatlerinin tam zıttı olan kavramları ise iktidar partisi ile ilişkilendirdiği anlaşılmaktadır.

“Sana söz” reklamında gösteren-gösterilen ilişkisi, reklam filmi yedi kesite ayrılarak aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 4. "Sana söz" reklamında gösteren-gösterilen ilişkisi

Kesit 1	
Gösteren	Gösterilen
Çocuk	Umut
Gök gürültüsü	Korku
Karanlık	Umutsuzluk
Kuş sesleri	Huzur
Yaprak açmış dal	Yeni başlangıçlar
Kesit 2	
Gösteren	Gösterilen
Kız Çocuğu	Umut
Beyaz kır çiçekleri	Safılık/Temizlik
Kırlarda koşan bebek	Gelecek
Birbirine sarılan çocuklar	Barış/Sevgi
Kesit 3	
Gösteren	Gösterilen
Atatürk büstü	Atatürk ilkelerine bağlılık
Kaynak yapan işçi	İşçilerin sorunları
Birlikte yemek yiyen işçiler	Birliktelik/Paylaşım
Türk Bayrağı	Bağımsızlık/Birlik/Berberlik
Kesit 4	
Gösteren	Gösterilen
Üniversite binası	Bilim
Ders çalışan üniversite öğrencileri	Gelecek
Üniversite hocası	Bilgi/Donanım
Üniversite hocasının alkışlanması	Liyakat
Kesit 5	
Gösteren	Gösterilen
Sokakta eğlenen taraftar grubu	Özgürlük/isyen
Kırmızı beyaz forma	Türk Bayrağının renkleri
Bateri çalan kadın sanatçı	Özgürlük/eşitlik
Şarkı söyleyen kadın sanatçı	Sanatçıların sorunları
Konser	Özgürce eğlenmek
Pembe çiçekler açmış ağaç	Baharın gelişi/güzel günler
Kız çocuğu	Gelecek/umut
Beyaz çiçekli ağaç dalı	Safılık/Temizlik
Lider	Otorite

Kesit 6

Gösteren	Gösterilen
Miting	Destek /güç gösterisi
Parti lideri ve belediye başkanları	Birlik beraberlik
Lider eşi	Aile/Değerlere bağlılık
Diğer parti liderleri ile tokalaşma	Ortaklık

Kesit 7

Gösteren	Gösterilen
Slogan “Sana söz yine baharlar gelecek, Bay Kemal sözünden dönmeyecek”	Mevcut durumun eleştirisi
Parti Amblemi	Seçimde ayırt edilme
Lider	Güç/Otorite

Tartışma ve Sonuç

Yaşadığımız yüzyıldaki teknolojik gelişmeler özellikle de bilişim teknolojilerindeki gelişmeler her alanı olduğu gibi siyaset alanını da derinden etkilemiştir. Bir zamanlar ulaşılmaz olan ve seçmen kitlesi ile ancak miting ortamlarında yüz yüze ve birebir iletişim kurabilen siyasetçiler günümüzde seçmenleri ile iletişim teknolojileri sayesinde istediği her yerde ve zamanda iletişim kurabilmektedir. Siyasetçiler özellikle seçim dönemlerinde seçmenlerine kendilerini ve partilerini anlatmak için hem geleneksel medya araçlarını hem de internet teknolojisinin sağlamış olduğu platformları kullanmaktadırlar. Seçim kampanyalarında eski ve yeni medya araçlarını birlikte kullanarak seçmenlerini ikna etmeye çalışmaktadırlar. Seçim kampanyalarında en çok kullanılan argümanlardan birisi de siyasal reklamlardır. Seçime katılım ve seçim sonuçları üzerinde ne kadar etkili olduğu tam olarak bilinmese de hem dünyada hem de ülkemizde son yıllarda siyasal reklamlar siyasal seçim kampanyalarında daha fazla kullanılır hale gelmiştir. Ancak bu kadar yoğun kullanılan siyasal reklamın, siyasal seçimlerde seçmenin oyunu almada ne kadar etkili olduğu tartışılan önemli konulardan birisidir. Spenkuchhand ve Toniatti (2018: 1) yapmış oldukları çalışmada siyasal reklamın seçmenin seçime genel katılımı üzerinde etkisinin olmadığını ancak adayların ve partilerin oy dağılımları üzerinde olumlu ve ekonomik açıdan anlamlı bir etkiye (%0,5) sahip olduğunu dile getirmişlerdir.

Siyasal reklamın seçmenin oy verme davranışı üzerinde etkisini ölçmek oldukça zordur. Çünkü, siyasi reklamın etkisi ile ekonomik iklim, ulusal güvenlik veya egemenliğe yönelik dış tehditler, seçmenlerin kendilerini adaylarla özdeşleştirmesi ve savaş gibi seçmenleri etkileyen diğer faktörlerin etkisini birbirinden ayırmak pek de mümkün değildir (Steenburg, 2015: 196).

Bu çalışmada 2023 Cumhurbaşkanlığı Seçiminde Ak Parti ve CHP'nin seçim kampanyaları için hazırlanmış oldukları reklam filmleri analiz edilmiştir. CHP'nin “Sana Söz Yine Baharlar Gelecek” reklam filmi ile Ak Parti'nin “Her Şey Senin İçin” reklam filmi göstergibilim yöntemi ile analiz edilmiştir. İlk olarak her iki reklamın genel betimlemesi yapılmış daha sonra, gösteren-gösterilen ilişkisi bağlamında reklam filmleri değerlendirilmiş ve karşıtlıklar tablosu yapılarak reklam filminin anlamlandırılmasına etki eden faktörler belirlenmiştir.

Bu değerlendirme sonucunda Ak Parti'nin yapmış olduğu “Her Şey Senin İçin” reklam filminin tamamen pozitif siyasal reklam unsurlarını barındırdığı tespit edilmiştir. Reklam filminde hem parti hem de aday ön plana çıkarılmaya çalışılmıştır. Ancak reklamda adayın daha fazla ön planda olduğu yani partinin önüne geçtiği söylenebilir. Reklam filminde Ak Parti iktidar partisi olduğu için bugüne kadar yaptıkları yatırımlar ve icraatlar anlatılarak, bu icraatların devam etmesi için kendilerine oy verilmesi gerektiği mesajı

verilmektedir. Reklam filminde değinilen konulara bakıldığında ise “gelecek, umut, ilerleme, teknolojik gelişme, milli birlik bütünlük” konuları reklamda ön plana çıkmaktadır Reklam filminin hedef kitlesini toplumun tüm kesimlerinde yer alan bireyler oluşturmaktadır. Bu farklı kesimlere ulaşabilmek için reklam filminde gençlerin ve çocukların biraz daha fazla ön plana çekildiği görülmektedir. Aslında reklam filminde gençlere ve çocuklara daha fazla yer verilmesinin sebebi geleceğe ve umuda vurgu yapmaktır. Aynı zamanda ilk defa bu seçimde oy kullanacak genç kitleyi etkilemek ve onların oylarını alma isteğidir. Reklam filminde rakip partilere yönelik açık ya da gizli herhangi bir negatif söylem ya da görsel yer almamaktadır. “Her Şey Senin İçin” reklam filmi CHP’nin reklam filminin aksine tamamen pozitif siyasal reklam unsurlarını taşımaktadır.

CHP’nin seçim kampanyasında ön plana çıkan “Sana Söz Yine Baharlar Gelecek” reklam filminin ise bir takım negatif reklam unsurları taşısa da pozitif reklam türünde olduğu tespit edilmiştir. Çünkü pozitif reklam filminde daha çok aday ve partinin kişisel özellikleri ön plana çıkarılarak iyi bir imaj yaratılmaya çalışılır. Ancak CHP’nin reklam filminde kullanılan görseller ve verilen mesajlarla iktidar eleştirilmektedir. Reklam filminde kullanılan renkler reklamın ana temasına uygun olarak bahar renklerinden oluşmaktadır. Pembe çiçekler açmış ağaçlar, pembe giyinmiş çocuklar, yeşil kırlar gibi görseller reklamda çokça kullanılmıştır. Bahar teması ile parti, seçmenlere güzel günler vaat etmektedir. Güzel günleri vaat ederken bir taraftan da verdiği sözlü mesajlarla mevcut iktidarı eleştirmektedir. Reklam filminde; “gelecek, umut, özgürlük, farklılıklara ve farklı olana saygı, liyakat, milli birlik bütünlük, ekonomi” konuları ön plana çıkmaktadır. CHP’nin reklam filminin hedef kitlesi de aynı Ak Parti’nin reklam filminde olduğu gibi tüm toplumdur. CHP’nin reklam filminde de gençlerin ve çocukların daha fazla yer aldığı görülmektedir. Burada da amaç gençleri kendilerine oy vermeye yönlendirmektir.

Sonuç olarak CHP’nin muhalefet partisi olması sebebiyle reklam filmi, pozitif türde olsa da iktidarın eleştirisine yer vermiştir. Ancak Ak Parti’nin reklam filmi pozitif reklamın tüm özelliklerini yansıtmaktadır. Reklam filminde parti ve adayın olumlu yanları vurgulanmış, aday ve partiye karşı seçimde olumlu bir imaj yaratılmaya çalışılmıştır. Ak Parti reklam filminde yaptığı icraatları ön plana çıkarırken; CHP reklam filminde görseller ve söylemler vasıtasıyla güzel günler vaat etmektedir. Ak Parti ve CHP reklam filmlerinde değindikleri konular bakımından da birbirlerinden farklılaşmaktadırlar. Ak Parti, teknoloji, yatırım, ilerleme konularına reklam filminde yer verirken, CHP ise daha çok liyakat, bireysel özgürlükler, farklı olana saygı konularını ön plana çıkarmaktadır. Reklamın hedef kitlelerine bakıldığında ise her iki reklam filminin de hedef kitlesinin tüm toplum olduğu ve her iki partinin de reklamlarında toplumun farklı kesimlerine seslenmeye çalıştıkları görülmektedir.

Kaynakça

- Agocuk, P (2021) Filmlerde Küresel Siyaset ve Siyasal Reklamcılık: No (2012) Filmi Örneği, Ö. Seçim ve D. Çiftçi (Ed.), Siyasal İletişimciler Diyor ki (ss.473-495). Konya: Literatürk.
- Aziz, A (2003). Siyasal İletişim. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Balcı, Ş (2008). Medya ve Siyaset İlişkilerinde Siyasal Reklam: Güncel Örnekler Üzerinde Bir Değerlendirme. Z. Damlapınar (Ed.), Medya ve Siyaset (ss. 209-244). Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları.
- Belt, T. L (2017). Negative Advertising. Holtz-Bacha, C ve Just, M.R (Ed.), Routledge Handbook of Political Advertising, (pp.49-61). New York: Taylor and Francis Group.
- Bektaş, A (2002) Siyasal Propaganda: Tarihsel Evrimi ve Demokratik Toplumdaki Uygulamaları. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

- Benoit, W. L; Leshner, G. M ve Chattopadhyay S (2007). A Meta-Analysis of Political Advertising, Human Communication. A Publication of the Pacific and Asian Communication Association. 10(4), 507-522.
- Cömert, N.Ç. (2019). Siyasal İkna ve Anlam Yaratma Aracı Olarak Siyasal Reklam, Ö. Kutlu (Ed.), Yeni Nesil Reklamcılık, (ss. 281-309). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çankaya, E (2008) İktidar Bu Kapağın Altındadır, Gösteri Demokrasisinde Siyasal Reklamcılık. İstanbul: Boyut Kitapları.
- Çiftçi, D ve Soyer, F (2020) Seçim Kampanyalarında İdeoloji ve Değerin Göstergibilimsel İncelenmesi: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti 2020 Cumhurbaşkanlığı Aday Tanıtım Reklamları Örneği. Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi, 2(2). 24-47.
- Glavas, D (2017) Political Advertising and Media Campaign During The Pre- Elections Period: A Comparative Study, Commissioned by the OSCE Mission to Montenegro.
- Granato, J ve Sunny Wong, M.C (2004). Political Campaign Advertising Dynamics. Political Research Quarterly, 57(3), 349-361.
- Göker, G ve Alpman, P. S (2010). İktidarın üretiminde İdeolojik Bir Araç Olarak Siyasal Reklamcılık. e-Journal of New World Sciences Academy, 5(1), 28-44.
- Gruning, D.J ve Schubert, T.W (2022). Emotional Campaigning in Politics: Being Moved and Anger in Political Ads Motivate to Support Candidate and Party. Frontiers in Psychology, 12, 1-15.
<https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2021.781851/full>
- Holtz-Bacha, C (2017). Ample Opportunities-Mostly Regulated: Political Advertising Across The World. Holtz-Bacha, C ve Just (Ed.) Routledge Handbook of Political Advertising, (s.3-13). New York: Taylor and Francis Group.
[https://www.aa.com.tr/tr/abd-baskanini-seciyor/abdde-secimin-maliyeti-100-milyar-dolari-asacak/676149](https://www.aa.com.tr/tr/abd-baskanini-seciyor/abdde-secimin-malियeti-100-milyar-dolari-asacak/676149) (a)
- <https://www.aa.com.tr/tr/abd-baskanlik-secimleri-2020/abdde-secim-harcamaları-10-8-milyar-dolari-bulacak/2016257> (b)
- Karahan, Z (1995). 1991 Erken Genel Seçimleri ve Reklam Ajansları'nın Etkinlikleri. Marmara İletişim Dergisi, 9, 57-79.
- Kalender, A (2003). Seçmenin Karar Sürecinde İletişim Araç ve Yöntemlerinin Önemi Üzerine Bir Çalışma. Selçuk İletişim Dergisi, 2(4), 30-41.
- Kaid, L.L (2004). Political Advertising, L.L. Kaid (Ed.) Handbook of Political Communication Research, (s. 155-203). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Özkan, N (2004). Türkiye ve Dünyadan Örneklerle Seçim Kazandıran Kampanyalar. İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Sausure, F (1998). Genel Dilbilim Dersleri, Çev. Berke Vardar. İstanbul: Multilingual.
- Spenkuch, J. L ve Toniatti, D (2018). Political Advertising and Election Results. The Quarterly Journal of Economics, 133(4), 1981-2036.
- Steenburg, E.V (2015). Areas of Research in Political Advertising: A Review and Research Agenda. International Journal of Advertising, 34(2), 195-231.
- Uztuğ, F (2004). Siyasal İletişim Yönetimi, Siyasette Marka Yaratmak. İstanbul: MediaCat Yayınları.

- Uztuğ, F (2003). Siyasal Marka Konumlandırma ve Siyasal Mesaj Stratejileri İlişkisi: 1991-1995-1995 Seçimleri Türkiye Siyasal Reklam Mesaj Türleri Analizi. Selçuk İletişim Dergisi, 3(1), 4-19.
- Oktay, M (2002). Politikada Halkla İlişkiler. İstanbul: Derin Yayıncılık.
- Vodinalı, S ve Çötak Akıncı, N (2015). Siyasal Propaganda Bağlamında Siyasal Reklamlar: 2015 Türkiye Genel Seçimlerinde AKP/CHP/MHP Partileri TV Reklamları Üzerine Bir Değerlendirme. Global Media Journal Turkish Edition 6(11), 497-531.



Cumhuriyetin 100. Yılında Geçmişten Günümüze Türkiye’de Çocuk Koruma Sistemi Child Protection System in Turkey from Past to Present on the 100th Anniversary of the Republic

Semih SÜTÇÜ¹ Hüseyin BATMAN² Ersin ERASLAN³ Aykut Can DEMİREL⁴

Geliş Tarihi (Received): 20.09.2023

Kabul Tarihi (Accepted): 21.10.2023

Yayın Tarihi (Published): 23.10.2023

Öz: Korunmaya ihtiyacı olan çocuklar sorunu geçmişte olduğu gibi günümüzde de en çok üzerinde durulan ve iyileştirilmeye çalışılan alanlardan birisidir. Çocuklar savunmasız ve riske açıktır bu nedenle yakından izlenmeleri ve takipleri gerekmektedir. Osmanlı Devleti döneminde korunma ihtiyacı olan çocuklara ilişkin çalışmaların daha çok vakıflar aracılığıyla yürütülmesinin yanında daha çok kültürel ve dini temellere dayanarak bireysel girişimler düzeyinde kaldığı görülmektedir. 1920’li yıllarda Kurtuluş savaşında şehit olan askerlerin çocuklarının durumu bu alanda ivedi hizmetlerin sunulmasını zorunlu kılmıştır. Çocuk Esirgeme Kurumunun kurulması korunma ihtiyacı olan çocuklara yönelik hizmetlerin kurumsal kimlik altında yürütülmesi çabalarının önemli bir sonucudur. 1990’lı yıllar korunma ihtiyacı olan çocuklara yönelik hizmetlerin çok daha farklı bir boyuta ulaşmasına imkan sunmuştur. Bunda en önemli gelişme Türkiye’nin BM Çocuk Hakları Sözleşmesini imzalaması ve sorumluluklarını yerine getirmeye başlamasıdır. 2011 yılında Çocuk Esirgeme Kurumunun kapatılarak yerine Aile Bakanlığının kurulması Çocuk Hizmetlerinin Genel Müdürlük çatısı altında çok daha farklı hizmet modelleriyle hizmet sunulmasına fırsat vermiştir.

Anahtar Kelimeler: Cumhuriyet, Çocuk, Koruma, Kurum, Model.

&

Abstract: The problem of Children in Need of Protection is one of the areas that is most emphasized and tried to be improved today, as in the past. Children are vulnerable and open to risk thus close monitoring and follow up are required. It is seen that during the Ottoman Empire, studies on children in need of protection were carried out mostly through foundations, and remained at the level of individual initiatives based on culture and religion. The situation of children of martyred soldiers in the War of Independence in the 1920s made it necessary to provide urgent services in this field. The establishment of the Child Protection Agency is an important result of the efforts to carry out services for children in need of protection under an institutional identity. The 1990s enabled services for children in need of protection to reach a much different dimension. The most important development in this regard is that Turkey has signed the UN Convention on the Rights of the Child and started to fulfill its responsibilities. The closure of the Child Protection Agency in 2011 and the establishment of the Ministry of Family in its place gave the opportunity to provide services with much different service models under the umbrella of the General Directorate of Children’s Services.

Keywords: Republic, Child, Protection, Establishment, Model.

Atıf/Cite as: Sütçü, S., Batman, H., Eraslan, E., Demirel, A. C. (2023). Cumhuriyetin 100. Yılında Geçmişten Günümüze Türkiye’de Çocuk Koruma Sistemi, Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 8 (16): 183-198.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Zübeyde Hanım Sağlık Bilimleri Fakültesi Sosyal Hizmet Bölümü, e-posta: semihsutcu@ohu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6833-3464

² Dr. Öğr. Üyesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sandıklı Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Sosyal Hizmet Bölümü, e-posta: socialbatman@gmail.com, ORCID: 0000-0001-8902-1577

³ Dr. Öğr. Üyesi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Niğde Sosyal Bilimler MYO Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü, e-posta: ersin_eraslan@ohu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0800-8966

⁴ Öğr. Gör. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Muğla MYO Sosyal Hizmetler ve Danışmanlık Bölümü, e-posta: aykutcandemirel@mu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6388-7313

Giriş

Çocuk kelime anlamı itibariyle bebeklik ile erginlik arasındaki dönem...velet olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2023). Kanunlarımızda ise çocuk; daha erken yaşta erginliğe ulaşmış olsa da on sekiz yaşını doldurmamış birey olarak nitelenmektedir (md.3/1) (ÇKK, 2005). Çocuklar tarih boyunca korunma, yönlendirilme ve desteklenme ihtiyacı içinde olmuşlardır. Çocuklara yönelik bakış açısı genel olarak buldukları toplumsal yapıdan ve dini inanıştan etkilenmektedir. Örneğin İslam dini bütün canlı varlıklara yönelik şefkat ve merhametle yaklaşan bir inanç sistemi olup anne-babası olmayan çocuklara ilişkin olarak “yetimi sakın azarlama, senden bir şeyi isteyen kovma (Düha, 93/9-10) ayeti ile bu konuya ilişkin net mesajlar verilmiştir (Yıldız, 2017). Osmanlı döneminde çocukları da içine alan sosyal hizmete yönelik çalışmalar daha çok aile içi yardım, vakıflar, dini temelli destekler ve örgütler dahilinde yapılan yardımlarla gerçekleştirilmiştir (Ünal, 2017). Osmanlı İmparatorluğunun son dönemlerinde Çocuklara ilişkin hizmetlerin yerine getirildiği kuruluşların oluşturulmaya başlandığı görülmüştür. Bunun temel nedenlerinden biri yaşanan savaşların beraberinde getirdiği kayıplar ve korunma ihtiyacı içindeki çocuk sayısının artışıdır. Öyle ki yetimler yurdu manasına gelen “darüleytam” Balkan ve 1. Dünya savaşlarının ardından kimsesiz kalan çocukların barınma ihtiyacını karşılamak amacıyla 1914 yılında kurulmuş ve 1915 yılı başlarından itibaren hizmet sunmaya başlamıştır (Ünal, 2017).

Cumhuriyetin kurulması sürecinde korunma ihtiyacı içinde olan çocuklara yönelik hizmetlerin kurumsallaşma çabalarının olduğu görülmektedir. Bu süreçte 1921 yılında Ankara Himay-i Etfal Cemiyeti kurulmuştur. 1925 yılında Himay-i Etfal cemiyetine bağlı olarak Anneler Birliği kurulmuş ve bu çerçevede Ankara’da Keçiören Ana Kucağı hizmete açılmıştır. 1934 yılında Himaye-i Etfal Cemiyetinin ismi Çocuk Esirgeme Kurumu olarak değiştirilmiş, 1937 yılında ise yapılan yasal düzenlemeyle Çocuk Esirgeme Kurumu kamu yararına çalışan dernek statüsüne alınmıştır. 1938 yılında ise daha önce hizmete giren Ana Kucağı, Yetimevi ve Şefkat yuvaları adlı kuruluşlar “Çocuk Yuvası” adı altında birleştirilerek tek çatı altında toplanmıştır (ASHB, 2023).

Bu çalışmanın amacı; cumhuriyetin 100. yılında korunma ihtiyacı içinde olan çocuklar konusunu irdelemek, geçmişten günümüze korunma ihtiyacı içinde olan çocuklara sunulan hizmetleri ortaya koymak ve konuya ilişkin değerlendirmeler yapmaktır. Bu kapsamda çalışmada Cumhuriyet öncesi dönemin ve Cumhuriyet sonrası dönemin çocuk koruma hizmetlerine ilişkin tarihsel süreç incelenerek yaşanan gelişmeler çocuk hakları perspektifinden değerlendirilecektir.

Cumhuriyet öncesi korunma ihtiyacı olan çocuklara yönelik çalışmalar

Tüm dünyada olduğu gibi 21. yüzyılda Türkiye’de de toplumsal ve kültürel değişimler hız kazanmıştır. Bu değişimler küresel birçok etkiyle ortaya çıksa da “korunma ihtiyacı olan çocuklar” gibi konular yüzyıllardır devletlerin üzerine düşünüp politika ve planlamalarda yer verdikleri konulardan olmuştur. Türkiye’de cumhuriyet rejiminin benimsenmesinden hemen önce ve sonrasında çocuklara verilen önem vurgulanmış, çocuk odaklı, çocuğun yüksek yararına yönelik politika ve uygulamalar hayata geçirilmiştir. Türkiye’de cumhuriyet öncesi ve sonrasında çocuk koruma konusunu açıklayabilmek için cumhuriyet öncesi dönemde özellikle Osmanlı Devleti’nin son dönemlerinin iyi anlaşılması gerekmektedir. Osmanlı Devleti’nin son dönemlerinde yaşanan yoğun savaşlar, kayıplar ve maddi sorunların artması ile özellikle ebeveyn bakımından yoksun kalan çocukların bakım, barınma, eğitim, sağlık gibi konularda desteklenmesi önemli bir sorun haline dönüşmüştür.

Dağılma ve yıkılma öncesi dönemde Osmanlı Devleti, tarih boyunca toplumun farklı kesimlerinde yer alan korunma ihtiyacı olan çocukların durumuyla ilgilenmiş ve çeşitli dönemlerde bu çocuklar için önlemler almıştır. Osmanlı Devleti’nde halkın dayanışmaya ve yardımlaşmaya önem vermesi, korunma ihtiyacı olan çocukların korunmasına sivil girişimlerin etkili olmasını sağlamıştır. Bu girişimlerin başında Osmanlı toplumunu karakterize eden vakıfların önemli rolü bulunmaktadır. Ancak Cumhuriyet öncesi Osmanlı’nın son dönemlerinde toplumsal ve ekonomik yapının zayıflamasıyla Osmanlı vakıf sistemi eskisi kadar etkili

olamamaya başlamış ve kurumsal bir destek ihtiyacı ile devlet daha fazla rol almak durumunda kalmıştır. Devlet, “darüleytamlar, darülaceze, darülhayr-ı ali, himeye-i etfal” gibi kurumsal yapılarla da çocukların korunması, bakımı ve eğitimi gibi konulara destek vermiştir (Kesgin, 2016).

Osmanlı döneminde “korunma ihtiyacı olan çocuk” kavramı daha çok “kimsesiz çocuklar” kavramı ile kullanılmıştır. Bu bağlamda kimsesiz çocuklara sunulan hizmetler, toplumun değerleri ve dini inançlarına dayalı olarak şekillenmiş, hizmetler daha çok vakıflar ve yakın aile üyeleri tarafından verilmiştir. Osmanlı Devleti, temelde korunma ihtiyacı olan çocuklara yönelik “vakıflar ve sosyal uygulamalar” olmak üzere iki farklı uygulama modeli geliştirmiştir. Bu uygulama modellerinden ise öncelikli olarak aile yanında bakımı esas alan bir politikayı benimsemiştir (Bay, 2014). Osmanlı’nın dağılma döneminde savaşlar neticesinde kimsesiz çocukların sayısında artış olmuş ve bu durum kurumsal bir bakımı zorunlu kılmıştır. Osmanlı Devleti’nde kimsesiz çocuklara sunulan hizmetler en temelde beş başlık altında ele alınabilmektedir. Bunlar şu şekildedir:

Yetimhaneler (Darü’l-eytamlar): Osmanlıda kimsesiz ve yetim çocuklar için kurulan yetimhaneler, bu çocukların barınma, beslenme ve eğitim ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlamıştır. Yetimhanelerde daha çok çocuklara dini temelli bir eğitim verilmiş ve bunun yanında çocukların meslek sahibi olmaları için gerekli becerilerin kazandırılması hedeflenmiştir (Erkan ve Erkan, 1987). 19. yüzyılda 1877-1878 Osmanlı-Rus savaşları neticesinde, önemli ölçüde kayıplar ve verilen şehitlerle çok sayıda çocuk yetim kalmıştır. Kimsesiz çocukların sayısında yaşanan bu hızlı artış, devletin yeni önlemler almasını zorunlu hale getirmiştir. Darüleytamlar, ilk olarak bu savaşlarda şehit düşen askerlerin çocukları için açılacak da kimsesiz çocuk sayısında yaşanan hızlı artış yeni bir düzenlemeyi de zorunlu hale getirmiştir. Bu bağlamda ilk olarak şehit çocukları sonrasında da diğer yetim ve kimsesiz çocuklar darüleytamlara yerleştirilmiştir (Özkan, 2006).

Vakıflar ve Yardım Kurumları: Hayırseverler tarafından kurulan vakıflar, kimsesiz çocukların bakımını ve eğitimi üstlenmiştir. Bu vakıflar, çocukların temel ihtiyaçlarını karşılamak ve onları topluma kazandırmayı hedeflemiştir. Osmanlı devletinde sosyal hizmet alanına giren tüm hizmetler, 19. yüzyıla kadar vakıflar tarafından sağlanmıştır (Ünal, 2012). Osmanlı devletinde kimsesiz çocukların bakımını Tanzimat dönemine kadar ağırlıklı olarak vakıflar üstlenmişlerdir. Vakıflar daha çok dolaylı bir koruma politikası ile çocukların daha çok beslenme, barınma ve iş sahibi olmaları yönünde çalışmalar yürütmüştür (Bay, 2014). Osmanlı Devleti bir vakıf medeniyeti olarak, kimsesiz çocuklara yardım etmeyi amaçlayan sivil toplum kuruluşları ve dernekler desteklenmiştir. Bu kurumlar, çocukların ihtiyaçlarını karşılamak ve onların eğitimine destek olmak için çalışmıştır (Ünal, 2012).

Evlât Edinme Uygulamaları: Osmanlı Devleti’nde, aileleri olmayan çocukların yeni ailelere evlatlık verilmesi uygulamasına istinaden kimsesiz çocukların bir aile ortamına sahip olmaları hedeflenmiştir. Osmanlıda evlat edinme gibi bir sosyal uygulamadan bahsedilse de evlat edinilen çocuğun soy bağı ve mirasa gibi haklarının oluşmaması bakımından bu uygulama daha çok günümüz “koruyucu ailelik” uygulamasına benzemektedir (Bay, 2014).

Aile Yakınları ve Toplumun Yardımı: Osmanlı Devleti’nde kimsesiz çocuklar, genellikle aile yakınları veya komşular tarafından korunmuş ve bakılmıştır. Toplum içinde dayanışma ve yardımlaşma geleneği, bu çocukların yaşamını kolaylaştırmıştır. Bunun yanında Osmanlıda anne ve babasını kaybeden veya terk edilen çocukların bakım ve terbiyesi için kadı tarafından görevlendirilen vasiler de çocukların himaye edilmesi için bir yöntem olarak kullanılmıştır (Çelikdemir ve Arıkan, 2022).

Osmanlıda çocuklar için oluşturulmuş, ıslahhaneler, darüşşafaka, darülaceze, darülhayr-ı Ali ve Himaye-i Etfal Cemiyeti de önemli görevler üstlenmişlerdir. Bu kuruluşlara ilişkin temel bilgiler şu şekilde ifade edilebilir:

Islahhaneler: Islahhaneler, “yetim ve öksüz veya aileleri kendilerine bakamayacak kadar fakir olan müslüman ve gayrimüslim çocuklara temel eğitim vermek ve meslek kazandırmak” amacıyla kurulmuştur. İlk Islahhane, 1863 yılında Tuna Valisi Mithat Paşa tarafından Niş’te kurulmuştur. Islahhaneler, meseli eğitimin yanında korunma ihtiyacı olan çocukların eğitim, bakım ve korunması bakımından önem taşımaktadır (Öztürk, 2023).

Darüşşafaka: Osmanlı Devleti’nde Darüşşafaka, 19. yüzyılın sonlarına kurulan bir eğitim kurumu olarak öne çıkmaktadır. Yetim ve kimsesiz çocuklara ücretsiz eğitim ve barınma imkanı sağlayarak, onları topluma yararlı bireyler olarak yetiştirme amacıyla kurulmuştur (Altun, 2020).

Darülaceze: 1877 Osmanlı-Rus savaşlarından sonra yaşanan göç dalgası neticesinde sokaklarda evsiz, hasta, kimsesiz çocuk ve dilenciler artmıştır. Darülacezeler, II. Abdülhamid’in fermanı ile “İstanbul’daki dilencileri, sokaklarda başıboş gezen kimsesiz çocukları, cami avlusunda yatan kimsesiz muhtaçları bir araya toplayıp ıslah ederek sanat sahibi yapmak” amacıyla kurulmuştur (darulaceze.gov.tr).

Darulhayr-ı Ali: Darülhayr-i Âli 1903-1909 yılları arasında hizmet vermiş, Abdülhamid döneminde kurulmuş küçük bir ilk mektep, kimsesiz müslüman çocuklar için bir tür yetimhane olarak planlanmıştır (Özbek, 1999).

Himaye-i Etfal Cemiyeti: 1908’de çocukların bakımı ile ilgili diğer kurumların yetersiz kalmasıyla kurulmuştur; ancak asıl yapılanması 1917 de kurulmuştur. 1. Dünya Savaşı nedeniyle cephede savaşanların çocukları ile kaybedilen topraklardan Anadolu’ya göç eden ailelerin kimsesiz ve yoksul kalan çocuklarına bakmak amacıyla “İstanbul Firuzağa’da 100 kapasiteli çocuk misafirhanesi” açılarak ilk uygulama başlamıştır. 1917’de kurulan ve 1923’e kadar hizmet sunan bu yapı zamanla tüm Anadolu’ya yayılmıştır. “Himaye-i Etfal Cemiyeti”, 1935 yılında “Türkiye Çocuk Esirgeme Kurumu” adını almış ve 1937 yılından itibaren de kamu yararına çalışan bir dernek statüsünü kazanmıştır. 2828 sayılı “Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu Kanunu”nun yürürlüğe girdiği 27.5.1983 tarihine kadar, kamu yararına çalışan dernek statüsü içinde faaliyetlerini sürdürmüştür (Ünal, 2012).

Osmanlı devletinin son dönemlerinde çocukları korumaya yönelik sosyal hizmet kuruluşların oluşumunda beş temel etkenden söz edilebilmektedir:

- Savaşlarda alınan yenilgiler sonucunda toprak kayıplarına bağlı olarak göçlerin hız kazanması, göç ve savaşlarla bağlantılı çocukların aile ve yakınlarını kaybetmesi,
- Tanzimatla birlikte yeniliklerin ve reformların toplumun her kesimini etkilemesi, eğitim reformlarının hız kazanması,
- Kuruluşların meslekî eğitim görmüş nitelikli eleman ihtiyacının ortaya çıkması,
- Osmanlı’nın son dönemlerinde kimsesiz çocuklar üzerinde çeşitli misyonerlik faaliyetlerinin artmış olması,
- Savaşlar sonucunda yetim ve kimsesiz kalan şehit çocuklarına sahip çıkılması gerektiği inancı (Ünal, 2012).

Osmanlı Devleti’nin son dönemlerinde ekonomik sıkıntılar ve toplumsal değişiklikler, kimsesiz çocukların durumunu olumsuz etkilemiştir. Bu dönemde yetimhanelerdeki koşullar kötüleşmiş ve kaynaklar yetersiz kalmıştır. Bu durum I. Dünya Savaşı’nın ardından vatanın işgali ve Kurtuluş Savaşı sırasında da önemli bir sorun olarak gündemde bulunmuştur. Kurtuluş Savaşı yılları ve sonrasında Türkiye Cumhuriyeti’nin kuruluşuyla birlikte, çocuk haklarına ve kimsesiz çocukların korunmasına daha fazla vurgu yapılmasıyla, modern sosyal hizmet kurumları oluşturulmuş ve çocukların refahını artırmak için daha kapsamlı önlemler alınmaya başlanmıştır.

Cumhuriyet döneminde korunma ihtiyacı olan çocuklara yönelik çalışmalar (1920-1946)

Geç Osmanlı ve Erken Cumhuriyet döneminin kesişiminde yer alan ve bir ulusun hayatta kalmasını ifade eden milli mücadele yıllarında Anadolu hem maddi hem de manevi yönden büyük bir felaketin içerisinde bulunmaktaydı. Bu felakete karşı canını ortaya koyarak zafer kazanan Anadolu halkı, savaşlardan yorgun, sağlık yönünden kötü, eğitimsiz kalmış, yoksulluk ve salgın hastalıkların pençesinde bir halk olarak ayakta kalabilmiştir. Kuşkusuz bu felaketten en çok etkilenen kesim yaşlılar, kadınlar ve çocuklar olmuştur (Özüçetin ve Sanatasan, 2021, s. 1).

Milli mücadele yıllarında yönetimde ikili bir yapı bulunmaktaydı. Bunlardan ilki Saltanat ve İstanbul Hükümeti diğeri ise Ankara Hükümetidir (Çağlar, 1982, s. 1). İstanbul Hükümeti çerçevesinde Birinci Dünya Savaşı ve sonrası milli mücadele yıllarında savaşa katılan Anadolu halkının arkalarında bıraktığı, felaketin eşliğindeki kimsesiz kalmış çocuklara bakmak üzere bazı hayırseverler ve kamu görevlerinin çabasıyla 6 Mart 1917 tarihinde Himaye-i Eftal Cemiyeti’nin İstanbul’da kurulduğu ve bazı şehirlerde de kısa sürede yapılanarak kimsesiz çocuklar açısından önemli görevler yürüttüğü görülmektedir.* Diğer taraftan Ankara merkezli yeni filizlenen yapılanma tarafında ise 1921 yılında yeni bir Himaye-i Eftal Cemiyeti’nin kurulduğu izlenmektedir (T.C. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, 2023). Söz konusu bu yeni cemiyetin üstlenmiş olduğu misyon açısından Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM) tarafından büyük ölçüde desteklendiği sonrasında (1922 yılında) meclisin cemiyette yaptığı yardımları artırdığı görülmektedir (Çağlar, 1982, 2-4). Özellikle bu cemiyetin yardım heyetleri işgal altında bulunan Batı Anadolu’da kimsesiz çocuklara yönelik oldukça kıymetli hizmetlerinin olduğu yine bu dönemin öne çıkan olayları arasındadır (Kocabıyık, 2019, 30).

Milli mücadele döneminde kimsesiz çocuklara yönelik önemli bir diğer faaliyet Şark Orduları komutanı olan Kazım Karabekir Paşa tarafından gerçekleştirilmiştir. Kazım Karabekir Paşa’nın Doğu Cephesinde bulunduğu dönem içerisinde savaş sebebiyle kimsesiz çocuklara yönelik oldukça önemli hizmetler verdiği görülmektedir. Karabekir Paşa’nın Doğu’ya ilk geldiği dönemden itibaren (Erzurum Kongresi’nden önce) Erzurum Darüleytamından aldığı 12 yaş üzeri 33 çocuğun sanayi takımına yerleştirerek eğitimleriyle bilhassa ilgilendiği ilk faaliyetleri arasındadır. Eğitime özel bir önem veren Paşa’nın bu çizgisinde Doğu illerinde sosyokültürel teşebbüsleri geliştirmek ve bakıma muhtaç kimsesiz çocukları hayata hazırlamak amacı üzerine Sarıkamış merkezinde 12 Kasım 1921 tarihinde Çocukları Himaye Cemiyeti kurulmuştur. Bu cemiyetin ilk faaliyeti anasınıfları açmak üzerine olmuştur. Kars Antlaşması’ndan sonra bakıma muhtaç kimsesiz çocuklar için açılan Sarıkamış Anasınıfı Mektebi Karabekir Paşa’nın Amerikalı eğitimcilerden gördüğü tarzda eğitim faaliyetlerine devam etmiştir. Sarıkamış’ta bu çizgide açılan okullardan bir diğeri de Sıhhiye mektebi olmuştur. Şehit ve fakir çocukları yetiştirmek amacıyla açılan bu okuldan birçok öğrenci mezun olarak Doğu illerinde sağlık alanında görev yapmıştır. Bu çizgide açılan bir diğer okulda Leyli Eytam İbtidai Mektebi’nin beş sınıflı olmasıyla Sarıkamış Askeri İdadisi’dir (Sarıkaya, 2004, s. 239-242). Bu okulların yanı sıra açılan birçok kursla çocukların vasıflı hale getirilmeye çalışıldığı yine bu dönemde görülen önemli faaliyetler arasındadır. Kısaca Kazım Karabekir Paşa’nın kendi sorumluluk bölgesinde kimsesiz kalmış ve koruma ihtiyacı olan bir ordu büyüklüğündeki (sayısı 4000’e yakın) çocuğu mahalli yardımlar sayesinde korumaya alarak, onlar için eğitime öncelikli uygun bakım hizmet olanağını sağladığı anlaşılmaktadır (Çağlar, 1982, s. 2-4).

Milli mücadele yıllarında kimsesiz çocuklar açısından bir diğer gelişme Darüleytamlar üzerinedir. Osmanlı’da uzun savaş yıllarında, savaşın ortaya çıkardığı ve perçinlediği çocuk koruma ve eğitim problemlerinin üstesinden gelmek amacıyla kurulan Darüleytamların, milli mücadele yıllarında da olağanüstü hizmetlerinin bulunduğu bilinmektedir. Oldukça önemli hizmetleri bulunan bu kurumların yönetimlerinde birlikteliği sağlayacak bir yönetmeliğin bile olmadığından hareketle söz konusu kurumların işlevselliğini artırmak amacıyla bu dönemde Darüleytamların, Maarif Nezaretinden alınarak Sıhhat ve İçtimai Vekâletine bağlandıkları ve hemen ardından yönetimde birlikteliği sağlamak üzere 1922 yılında 2042 sayılı Darüleytam Yönetmeliğinin çıkarıldığı görülmektedir (Çağlar, 1982, s. 1-3).

Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş sürecini yansıtan Erken Cumhuriyet dönemine damgasını vuran bu dönemdeki entelektüellerin çocuk olgusuna bakış açısı ise Batılı anlayış çerçevesindeki modern çocuk algısı üzerine olduğu görülmektedir. Bu anlayış çerçevesinde çocuğa; ulus, ulus-devlet inşasında önemli bir misyon yüklediği anlaşılmakta (Çiçek, 2020: 960) ve bu doğrultuda çocuklara yönelik birçok düzenlemeye gidildiği izlenmektedir.

Cumhuriyetin ilk yıllarında ortak kültür bağları ile birbirine kenetlenmiş sınıfsız bir topluma ulaşma gayret içerisinde olan bu yeni rejimin merkezinde anahtar unsur olarak görülen çocuk olgusu bulunmaktaydı (Kocabıyık, 2019, s. 33). Ancak Osmanlı'dan yeni devralınan dönemin Türkiye Cumhuriyeti'nde metruk, kaybolmuş, sefalet içerisinde, sokakta yaşayanlar gibi birçok alt grubu bünyesinde barındıran korunma ihtiyacı olan çocuk nüfusu, yeni oluşan ulus devlet, savaşlardan miras kalan sorunlarına ilave niteliğindedir. Özellikle İstanbul ve İzmir'de kimsesiz çocuk sorunu kronik bir nitelik taşımaktaydı. Birçok sorunla büyük fedakârlıklarla mücadele eden ulus devlet kurucu kadroları diğer sorunlarla olduğu gibi korunma ihtiyacı olan çocukların sorunlarıyla da yakından ilgili oldukları görülmektedir (Çiçek, 2020, s. 964). Bu bağlamda 1923-1946 yılları arasında çocukları korumaya yönelik çıkarılan kanun ve tüzükleri şu şekilde sıralamak mümkündür (Çağlar, 1982, s. 7);

- 03.03. 1924 tarih ve 430 sayılı Tevhidi Tedrisat Kanunu
- 07.04.1924 tarih ve 68 sayılı Köy Kanunu
- 01.02.1926 tarih ve 743 sayılı Türk Kanuni Medenisi
- 21.06. 1927 tarih ve 1117 sayılı Küçükleri Muzır Neşriyattan Koruma Kanunu
- 04.06. 1929 tarih ve 1412 sayılı Ceza Muhakemeleri Kanunu
- 14.04. 1930 tarih ve 1412 sayılı Belediyeler Kanunu
- 24.04.1930 tarih ve 1593 sayılı Umumi Hıfzıssıhha Kanunu
- 12.11.1933 tarih ve 15264 sayılı Fuhuşla ve Fuhuş Yüzünden Bulaşan zührevi Hastalıklarla Mücadele Nizamnamesi
- 04.07.1934 tarih ve 15264 sayılı Polis Vazife ve Salahiyeti Nizamnamesi
- 08.06.1936 tarih ve 3008 sayılı İş Kanunu

Cumhuriyet döneminde ele alınan bu kanunların yanı sıra tek parti döneminde Cumhuriyet Halk Partisi Meclis Grubunda Prof. Fahri Ecevit'in başkanlığında korunma ihtiyacı olan çocukların sorunlarının saptanması ve buna yönelik bir kanun tasarısının hazırlanması amacıyla 30 kişiden oluşan bir komisyon kurulmuştur. Komisyon söz konusu amaç doğrultusunda çalışmasını tamamlayarak kanun tasarısını Saraçoğlu hükümetine teslim etmiştir (Çağlar, 1982: 7). Ancak II. Dünya Savaşı'nın etkileri yeni dünya düzeni gibi nedenler yüzünden doğrudan doğruya korunma ihtiyacı olan çocuklara yönelik hazırlanan kanunlar II. Dünya Savaşından sonra ele alınmıştır.

1920'li yıllarda Erken Cumhuriyet döneminin bir sosyal hizmet kurumu rolünü üstlenen Himaye-i Eftal Cemiyeti'nin "Çocuk Davası" olarak literatürde anılan felsefi ile elde kalan çocukları yaşatmak, eğitmek, zeki, zinde ve kültürlü Cumhuriyet'in gülbüz Türk çocuğunun yetiştirilmesini gaye edinmiştir. 1921 yılında Yirmi liralık temsili bütçesi ile oldukça kısıtlı imkânlarla kurulan cemiyet, Gazi Mustafa Kemal Atatürk, TBMM ve hayırseverlerin kesintisiz desteklerinin yanı sıra cemiyetçe düzenlenen etkinliklerden, cemiyetin sahip olduğu gayrimenkul ve işletme gelirleriyle söz konusu dönem içerisinde Anadolu'da hem hizmet çeşitliliği hem de şube açısından yaygınlaştığı görülmektedir (Atatürk Ansiklopedisi, 2023). Bununla birlikte cemiyet faaliyetlerinin 1923-1925 yılları arasında Anadolu'da her ilde şube açılarak yaygınlaşmasının yanı sıra ideal anlamda dönem şartları dahilinde çok yönlü çocuk hizmetleri verebilecek bir kapasiteye ulaştığı da ifade edilmektedir. Diğer taraftan ülkenin birçok yerinde 0-6 yaş grubundaki çocuklar için çocuk yuvalarının açılması da bu dönemde gerçekleşen önemli atılımlar

arasındadır (Çağlar, 1982, s. 4). 1934 yılının son aylarına gelindiğinde ise dildeki sadeleşme akımının etkisiyle Çocuk Esirgeme Kurumu adını alan Erken Cumhuriyet döneminin bu güzide kuruluşunun otonomisini gerçekleştirmek ve gelirlerini artırmak üzere 1935 yılında Ankara’da Kavacık Suyu İşletmesi’ni işlettiği ve Kıbrıs pullarını bastırdığı görülmektedir Kurumun çocuklara yönelik genel hizmetlerinin yanı sıra söz konusu dönem dahilinde 1940’lı yıllarda İstanbul Serseri ve Satıcı Çocuklar Projesini gerçekleştirdiği yine bu dönemde öne çıkan faaliyetleri arasındadır (Sarıkaya, Türkiye Himaye-i Etfal Cemiyeti, 2021).

Cumhuriyetin ilanından sonra yoksul ve kimsesiz çocuklar için ilk karma girişim 31 Ocak 1928 yılında kurulan ve Bakanlar Kurulunun 12 Aralık 1939 tarih ve 2/12441 sayılı kararı ile kamuya yararlı kabul ettiği Türk Eğitim Derneği eliyle gerçekleştirilmiştir. Diğer taraftan bu dönemde korunma ihtiyacı olan çocuklara yönelik mahalli idarelerinde çeşitli girişimlerinin olduğu görülmektedir. Bunlar İstanbul Belediyesine ait Cibali ve Ortaköy Fukaraperver Cemiyetleri, İstanbul valisi Muhittin Üstündağ’ın teşebbüsüyle kurulan Galata Çocuk Kurtarma Yurdu ve İzmir Belediyesince kurulan Çocuk Sevenler Derneği’dir (Çağlar: 1982, s. 6). Bu dönemde dikkat çeken bir diğer gelişme ise suça karışmış olan çocuklar üzerinedir. Bu çerçevede suça karışmış çocuklar için ilk Çocuk Islah Evinin 1 Şubat 1938 tarihinde Edirne’de açılması yine bu dönemde gerçekleştirilen faaliyetler arasındadır (Çağlar, 1982, s. 4).

Anadolu’da yeni kurulan cumhuriyet rejiminin kuruluşundan 1950’lere kadar olan dönem boyunca çocuk meselesine yönelik hem ciddi kaygıları hem de oldukça önemli atılımların olduğu görülmektedir (Kocabıyık, 2019, s. V). Nitekim Türkiye Cumhuriyeti’nin söz konusu dönemde amblemi haline getirilen “Çocuk Davası” bu durumun tipik örneği niteliğindedir. Ancak çocukların sorunlarına yönelik her ne kadar yoğun bir mesai harcanmış olsa da 1929 Dünya Ekonomik Buhranı, Osmanlı’dan kalan borçlar, yeni devletin inşası için gereken sermaye gibi mali nedenlerin yanı sıra cumhuriyetin çocuğa yüklediği değer toplumdaki kitlese düzeyde destek verecek şekilde karşılığının olmayışı Cumhuriyetin ilk döneminde istenilen düzeye çekilmemesine neden olmuştur (Çiçek, 2020, s. 965). Diğer taraftan 1930’lu ve 1940’lı yıllarda ilköğretime özel bir önem verildiği görülmektedir. Yoksulluğun okullarda daha görünür hale gelmesiyle bu dönemde yeni rejim çocuk koruma politikası bağlamında okullarda sivil toplum kuruluşları, dernekler gibi çeşitli desteklerinde yardımıyla çocuk yoksulluğuyla mücadele etmek ve ilgisini bu alana kaydırmak zorunda kalmıştır (Karatay, 2007, s. 165).

1946 - 1980 yılları arasında korunma ihtiyacı olan çocuklara yönelik çalışmalar

Çocuk koruma ile ilgili uygulamaların ve mevzuatın dönüşümünü gerek ulusal gerekse uluslararası gelişmelere paralel dönemin siyasi, ekonomik ve toplumsal konjonktüründen bağımsız düşünmek oldukça zordur. 1946 ile 1980 arası dönem Türkiye’de çocuk koruma sistemini ulusal düzeyde çok partili yaşama geçiş, 1961 Anayasası, ilk sosyal hizmet okulunun açılması vb. gelişmeler uluslararası düzeyde ise II. Dünya Savaşı’nın son bulması, kapitalizmin altın çağı ve petrol krizi gibi gelişmelerin etkilerinin olduğu söylenebilir.

Türkiye’de çocukların korunmasına yönelik olarak özel olarak çıkarılan ilk kanun “23 Mayıs 1949 tarihli 5387 sayılı Korunmaya Muhtaç Çocuklar Hakkındaki Kanun” dur (Serdar, 2000). Kanunda “korunma ihtiyacı olan çocuk” (korunmaya muhtaç çocuk) kavramı örtük bir şekilde de olsa tanımlanmaya çalışılmıştır. 5387 sayılı kanunun birinci maddesi “Beden, ruh, ahlâk gelişmeleri tehlikede olup ana ve babasız, ana ve babası belli olmayan ve Türk Medeni Kanunu hükümlerine göre haklarında korunma tedbirleri alınmasında zaruret görülen çocukların mahkeme kararıyla ve reşit oluncaya kadar bu kanunla belli edilen şartlar içinde bakılma ve yetiştirilerek meslek sahibi edilmeleri köy ihtiyar heyetleri, mahallî belediyeler, Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığı ve Millî Eğitim Bakanlığınca sağlanır.” şeklinde bir tanımlama ve görevlendirme yapmıştır. İlgili kanun maddesi incelendiğinde korunma tedbiri alınan çocukların bakımı, korunması ve yetiştirilmesi konusunda yerel yönetimler (köy muhtarı, ihtiyar heyeti ve belediyeler), Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığı ve Millî Eğitim Bakanlığınca görevler verilmiştir.

5387 sayılı kanun 2. maddesi "... mahallin en büyük millî eğitim memuruna haber verilir. Millî Eğitim memuru çocuğun durumuna göre gerekli tedbirleri aldirmekle beraber keyfiyeti derhal mahkemeye bildirir." ifadesi ile korunma ihtiyacı olan çocukların tespitinde nasıl bir yol izleneceğini göstermektedir. Dahası çocuğun koruma altına alınması için mahkeme kararını şart koşmaktadır. 5387 sayılı kanun korunma ihtiyacı olan çocuğun bir aileye veya bir kurum (çocuk bakım yurdu) bakımına yerleştirilmesi öngörmekte ve "çocuğun bakımı, korunması, iş ve güç sahibi" (5387 S.K. 3. madde) olmasını hedeflemektedir (Gölcüklü, 1957). Kanun çocukların yaşı ile ilgili bir tanımlama yapmasa da okul çağına kadar olanların bakım ve korunmasını sağlamak üzere (çocuk bakım yurtları) kurma görevini Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığına vermiştir. Okul çağı gelen çocukların ise bakım, korunma ve eğitimi ile uğraşmak üzere Millî Eğitim Bakanlığı tarafından kurumlar (yetiştirme yurtları) kurması planlanmıştır.

Her ne kadar 5287 sayılı kanun çocukların korunmasına yönelik ilk özel kanun olsa da yeterli olmadığı için 1957 tarih 6972 sayılı Korunmaya Muhtaç Çocuklar Hakkındaki Kanunun yasallaşması ile yürürlükten kaldırılmıştır (Zevkliler, 1968). 6972 sayılı kanun ile mahalli düzeyde (belediyeler ve il özel idareleri) Korunmaya Muhtaç Çocukları Koruma Birlikleri kurulmuş ve çocuklara yönelik sosyal hizmetler sunumu gerçekleştirilmeye çalışılmıştır (Karataş vd., 2004).

6972 sayılı kanun korunmaya muhtaç çocuk kavramını 5287 sayılı kanunun aksine açıkça tanımlama yoluna gitmiştir. Buna göre korunmaya muhtaç çocuk "beden, ruh ve ahlak gelişimleri tehlikede olup ana ve babasız; ana ve babası belli olmayan, ana ve babası tarafından terk edilen; ana ve babası tarafından ihmal edilip fuhşa, dilencilige, alkollü içkileri veya uyuşturucu maddeleri kullanmaya veya serserilige sürüklenmek tehlikesine maruz bulunan çocuklardır." (Elmacı, 2019). Kanun ayrıca okul öncesi ve okul çağı çocuklarda bir yaş sınırlaması getirmiştir. 0-6 yaş çocukların (okul öncesi) Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığı tarafından kurulan çocuk bakım yurtlarında, 7-18 yaş arasındaki (okul çağı) çocukların ise Millî Eğitim Bakanlığına bağlı yetiştirme yurtlarına yerleştirilmesi kararlaştırılmıştır (Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı - ASHB, 2023; Zevkliler, 1968).

6972 sayılı kanun korunmaya muhtaç çocuğa yönelik olarak iki tedbir öngörmektedir. Bunlardan birincisi çocuğun bir ailenin yanına yerleştirilmesi (evlat edinme ve koruyucu aile uygulaması), ikincisi ise çocuğun bir kuruma (yetiştirme yurdu veya Millî Eğitime bağlı yurtlar) yerleştirilmesidir (Zevkliler, 1968). 6972 sayılı kanun 2828 sayılı sosyal hizmetler kanunu yasalasınca kadar yürürlükte kalmıştır (Türkmen, 2015). Diğer taraftan Karataş vd. (2004)'ünün da belirttiği üzere hem 5387 sayılı kanun hem de 6972 sayılı kanun korunmaya muhtaç çocuklar sorununa bütüncül bir yaklaşımdan yoksundur. Bu duruma etki eden bir faktörün Türkiye'de sosyal hizmet biliminin ve mesleğinin gelişimin geç ortaya çıkmasından olabilir.

1946 ile 1980 arası dönemde çocuk koruma sistemine ilişkin önemli bir gelişme ise 1961 Anayasasıdır. 1961 Anayasası devleti "Sosyal Devlet" olarak tanımlaması hem dezavantajlı nüfus grupları hem de çocuk koruma sistemleri açısından bir dönüm noktası olmuştur. Aslında dönemin uluslararası konjonktürü göz önüne alındığında bu durum son derece olağandır. Nitekim II. Dünya Savaşı sonrasında devletlerin refah sağlamada önemli ve hatta en başat rolü üstlenmeleri Türkiye'de de benzer politikaların izlenmesini beraberinde getirmiştir. Bu kapsamda 1963 yılında Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığı bünyesinde Sosyal Hizmetler Genel Müdürlüğü'nün kurulması, 274 Sayılı Sendikalar Kanunu ve 275 sayılı Toplu İş Sözleşmesi, Grev ve Lokavt Kanunu, I. Beş Yıllık Kalkınma Planında (1963- 1967) sosyal yardım, sosyal sigortalar ve sosyal güvenlik haklarının tanımlanması bu gelişmelerden bazılarıdır (Yörük, 2021). Dahası Türkiye'de koruyucu aile uygulaması 1961 yılından itibaren başlamıştır (Yolcuoğlu, 2009).

1959 yılında Birleşmiş Milletler (BM) Çocuk Hakları Bildirgesi ışığında "Türk Çocuk Hakları Bildirisi" 28 Haziran 1963'te UNESCO Türkiye Milli Komisyonu tarafından kabul edilmiştir (Beydağ Kaymakamlığı, 2023). Türk Çocukları Hakları Bildirisinin, tüm anne ve babalar ile özel ve resmî kurumlara uyulması gereken temel ilkeler doğrultusunda baskıyı öngören bir belgedir (Kobat, 2009). Bildirinin kaynakları arasında 1961 Anayasasının 10. 14. 35. 43. 48. 49. ve 50. maddeleri belirtilmiştir (Kobat, 2009).

1946 ile 1980 arası dönemde çocuk koruma sistemine ilişkin bir diğer önemli gelişme ise 1959 yılında Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığı bünyesinde Sosyal Hizmetler Enstitüsü'nün açılması ve 1961 yılında bu

enstitüye bağlı Sosyal Hizmetler Akademisinin açılmasıdır (Karataş vd., 2004; Taşğın ve Özel, 2011). 1967 yılında ise Hacettepe Üniversitesinde yılında ikinci okul (Sosyal Çalışma ve Sosyal Hizmetler) açılmıştır (Alptekin, Topuz ve Zengin, 2017).

Çocuk koruma politikalarına bağlı olarak Emniyet Genel Müdürlüğü bünyesinde Türkiye’de ilk çocuk bürosu 1962 yılında İstanbul’da kurulmuştur (Dalda, 2017). Emniyet Genel Müdürlüğünün yayınladığı genelge ile 18 yaşından küçük evden kaçmış çocuklar bu bürolara teslim edilmekteydi (Öntaş, 2008). Bu dönemdeki gelişmelerden bir diğeri ise BM Çocuk yılının da etkisi ile 1979 tarihinde 2253 sayılı Çocuk Mahkemeleri Kanunu kabul edilmiş ve 1982 yılında yürürlüğe girmiştir (Karataş vd., 2004).

1980-2023 yılları arasında korunma ihtiyacı olan çocuklara yönelik çalışmalar

Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu (SHÇEK) 27.05.1983 tarihinde 2828 sayılı kanunla kurulmuştur (Shçek Kanunu, 1983). SHÇEK mevcut sosyal hizmet kurumlarının modern ilkeler çerçevesinde yeniden düzenlenmesi amacıyla oluşturulmuş bir kombinasyonu ortaya koymuştur. Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu Kanunu başta çocuklara ilişkin olmak üzere sosyal hizmetler ve sosyal yardım içerikli diğer hizmetler dahil olmak üzere sosyal hizmet unsurlarını bir araya getirmiştir (Çengelci, 1998; akt., Elmacı, 2019).

Bu kanun kapsamında SHÇEK’e verilen görevler şunlardır.

i) Sosyal yardım ve hizmetlerine ilişkin usul ve esasları sosyal hizmetlerin mevcut politikası ve hedeflerine uyumlu şekilde belirlemek, buna yönelik çalışma planı ve uygulamaya yönelik programları oluşturmak, uygulamaya koymak, bu kapsamda bağlı bulunulan bakanlık, kurum ve kuruluşlar arasında bakanlık adına gerekli koordinasyonu ve iş birliğini temin etmek (Türkmen, 2015).

ii) Bunun yanı sıra korunma, bakım ve yardım ihtiyacı içinde olan çocuk, engelli ve yaşlı bireyleri tespit etmek, korumak, bakımlarını sağlamak, yetiştirmek ve rehabilitasyonlarının gerçekleştirilmesi için ihtiyaç duyulan hizmetleri uygulamaya koymak (Türkmen, 2015).

2828 sayılı SHÇEK kanunu beraberinde birtakım değişiklikleri getirmiştir. Örneğin daha önce korunma ihtiyacı olan çocuklarla ilgili hizmetler yerel yönetimlerin sorumluluğunda iken kanunla beraber tüm yetki SHÇEK Genel Müdürlüğüne verilmiş bu durum hizmetlerin tek bir yerden ve merkez üzerinden yürütülmesini ve denetlenmesini mümkün kılmıştır (Akyüz, 2000; akt. Elmacı, 2019). Kanun kapsamında koruyucu – önleyici hizmetlerin yanı sıra aynı nakdi yardım, koruyucu aile, evlat edinme ve kuruluş bakımı hizmetleri yer almıştır. SHÇEK bu kapsamda hizmetlerini merkezi yönetim kapsamında illerdeki birimler ve taşrada bulunan uzantıları aracılığıyla gerçekleştirmeye çalışmıştır (Elmacı, 2019). SHÇEK’in yürürlükte olduğu dönemde hakkında herhangi bir nedenle korunma kararı verilen çocuklara ilişkin hizmetler genel itibariyle çocuk yuvaları ve yetiştirme yurtları üzerinden yürütülmeye çalışılmıştır. O süreçte koruyucu aile sisteminin geliştirilmesi istenmiş ancak beklenen sonuçlara ulaşılamamıştır (Elmacı, 2019).

Korunma ihtiyacı içinde bulunan çocuklara ilişkin hizmet verecek kuruluşlara yönelik esaslar bağlı bulunulan bakanlığın talimatları doğrultusunda 1985 yılında şu şekilde belirlenmiştir:

- a) 0-6 yaş çocuk yuvası
- b) 7-12 yaş çocuk yuvası
- c) 13-18 yaş erkek yetiştirme yurdu (okula giden)
- ç) 13-18 yaş kız yetiştirme yurdu (okula giden)
- d) 13-18 yaş mesleğe yönelik erkek yetiştirme yurdu
- e) 13-18 yaş mesleğe yönelik kız yetiştirme yurdu (Türkmen, 2015).

SHÇEK Genel Müdürlüğü'nün kurulduğu 1983 yılında korunma ihtiyacı olan çocuklara ilişkin kuruluş sayısını gösterir tablo aşağıda sunulmuştur (Türkmen, 2015):

Tablo 1. Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu 1983 yılı kuruluş sayıları

Kuruluş	Kuruluş Sayısı	Bakılan Çocuk Sayısı
Çocuk Yuvaları	44	5520
Yetiştirme Yurtları	81	11252
Toplam	125	16772

1990'lı Yıllar

Türkiye'de çocuk koruma alanındaki çalışmalar özellikle BM. Çocuk Hakları Sözleşmesinin (ÇHS) 14.09.1990 tarihinde imzalanmasından sonra hız kazanmış ve daha çok hissedilmeye başlanmıştır. Çocuk Hakları Sözleşmesi kapsamında oluşturulan "Çocuk Hakları Komisyonu" bu çerçevede oluşturulan ilk komisyon olma özelliği taşımaktadır. BM. Çocuk Hakları Sözleşmesinin TBMM'de oylanıp resmî gazetede yayınlanmasından sonra daha önce korunma ihtiyacı olan çocuklara hizmet verilen kuruluşların bağlı bulunduğu resmi kurumları destekleyen sivil toplum kuruluşları, bu gelişmenin ardından desteği doğrudan çocukların kaldığı kuruluşlara yöneltmeye başlamıştır (Dağlı, 2016; akt., Doğan & Özkan, 2021).

Sokak Çocukları Sorunu: Türkiye'de 1950'li yıllarda ortaya çıkan ve halen günümüzde de varlığını sürdüren iç göç ve çarpık kentleşme ile birlikte "1990'lı yıllarda" sokakta çalıştırılan ve yaşamını sürdüren çocuklar daha sık görünmeye ve kamuoyunda daha yoğun şekilde ele alınmaya başlanmıştır. Özellikle o süreçte büyük kentlerde sayıları artan sokağa itilen çocuklara ilişkin olarak bir merkez açma zarurietini ortaya çıkarmıştır. İstanbul'da 1990 yılında hizmete sunulan İstanbul Çocuk Misafirhanesi birtakım nedenlerle sokağı mesken edinen, evden kaçan ve her türlü risk içinde bulunan 7-18 yaş arasındaki kız ve erkek çocuklarına hizmet etme amacı taşımıştır. Ancak SHÇEK, Adalet Bakanlığı ve Emniyet Genel Müdürlüğü ile işbirliği kapsamında açılan bu misafirhane bir takım nedenlerle başarılı olamamıştır (Güneş & Kalaycı, 2004; akt., Akkuş, 2016). Bu durum sokağa itilen çocuklara yönelik daha farklı bir kuruluş modeli hazırlığının temelini oluşturmuştur.

A-) Çocuk Gençlik Merkezleri (ÇOGEM): Sokağa itilen çocuklara yönelik olarak 1990 yılında İstanbul'da açılan ilk misafirhaneden istenilen sonucun alınamamasının ardından risk altındaki bu çocuklara ilişkin olarak Çocuk Gençlik Merkezleri (ÇOGEM) kuruluş modeli geliştirilmiştir. İlk Çocuk Gençlik Merkezi 1997 yılında hizmete açılmıştır (TBMM Araştırma Komisyonu, 2010a; akt., Akkuş, 2016).

ÇOGEM'ler eşler arası uyumsuzluk, ihmal, hastalık, yoksulluk, terk edilme, kötü alışkanlık gibi sebeplerle sokağa itilen, sosyal riskler karşısında savunmasız durumda bırakılan ya da sokakta çalıştırılan çocuk ve gençlerin geçici bir zaman diliminde rehabilitasyonlarını ve topluma yeniden kazandırılmalarını temin etmek hedefiyle kurulan yatılı ve gündüzlü sosyal hizmet kuruluşu şeklinde tanımlanmıştır (SHÇEK Kanunu, md.3). Çocuk Gençlik Merkezleri (ÇOGEM) başta İstanbul olmak üzere büyük illerde sokağa itilen çocuklara odaklanmıştır. Bu merkezler; yatılı, gündüzlü ve yatılı-gündüzlü şeklinde üç gruba ayrılmıştır. Daha sonraki süreçte buna ek olarak ilk adım istasyonu ve gözlemevi şeklinde yeni birimlerde hizmete girmiştir (Salim, 2011). 2001 yılında Çocuk Gençlik Merkezlerinin işleyişine ilişkin olarak Çocuk ve Gençlik Merkezleri Yönetmeliği çıkarılmıştır. Bu yönetmeliğin yayınlanmasının ardından sokağa itilen çocukları risklerden korumak, temel ihtiyaçlarını karşılamalarına imkan sunmak ve geçici olarak barınmalarını temin etmek amacı taşıyan Çocuk Gençlik Merkezlerinin sayısı artmıştır (Akkuş, 2016).

2000'li Yıllar: 2000'li yıllarda sokağa itilen çocukların dışında suça karıştırılan, suça itilen çocuklar konusunun ele alınmaya başlandığı ve bu kapsamda 2005 yılında 5395 sayılı Çocuk Koruma Kanununun (ÇKK) kabul edildiği görülmektedir. Bu kanun kapsamında korunma ihtiyacı içinde olan çocuk; bedensel, zihinsel, ahlaki ve duygusal gelişimin yanı sıra bireysel güvenliği tehlikede olan, ihmal ya da istismara maruz kalan veya suç mağduru çocuk şeklinde nitelendirilmiştir (ÇKK, md.3/1). 5395 sayılı Çocuk Koruma

Kanunu birtakım temel ilkeleri öne çıkarmıştır. Bu kanun kapsamında; çocuğun yaşama, gelişme, korunma ve katılım haklarının teminat altına alınması, çocuğun üstün yararının göz önünde tutulması, çocuğun ve ailesinin herhangi bir sebeple ayrımcılığa maruz bırakılmaması, çocuğa ve ailesine gerekli bilgiler verilerek karar alma sürecine dahil olmalarının sağlanması.... gibi unsurların altı çizilmiştir (ÇKK, md.4).

SHÇEK tarafından suça sürüklenen çocuklara hizmet verilmesi amacıyla geliştirilen kuruluş modellerinden biri kısa adı KBRM olan Koruma Bakım ve Rehabilitasyon Merkezleridir.

B-) Koruma Bakım ve Rehabilitasyon Merkezleri (KBRM): Suça itildikleri belirlenen çocukların davranış sorunlarını ortadan kaldırmak amacıyla rehabilitasyon süreci bitene kadar geçici olarak bakım ve korunma ihtiyaçlarının temin edildiği, bu zaman zarfında çocuğun ailesi, yakınları ve toplum ile ilişkilerinin düzenlenmesine ilişkin çalışmalar yapıldığı, 7-18 yaş aralığında bulunan kız ve erkek çocukları için ayrı ayrı dizayn edilen yatılı sosyal hizmet kuruluşları olarak nitelenmiştir (md.4/1) (KBRM yönetmeliği, 2009).

2000’li yılların başı aynı zamanda istismar mağduru çocukların konusunun da ele alındığı ve bu grupta bulunan çocuklara ilişkin ayrı bir hizmet modelinin gerekli olduğu düşüncesinin öne çıktığı bir dönem olmuştur. Bu kapsamda istismar mağduru çocuklara yönelik olarak Bakım Sosyal ve Rehabilitasyon Merkezleri (BSRM) hizmete açılmıştır.

C-) Bakım Sosyal Rehabilitasyon Merkezleri (BSRM): Duygusal, cinsel ve/veya fiziksel istismara maruz kalmış çocukların yaşamış oldukları olaylardan kaynaklanan travma ve/veya davranış problemlerini ortadan kaldırmak maksadıyla rehabilitasyon süreci tamamlanana kadar geçici bir zaman diliminde bakım ve korunmalarının temin edildiği, bu süreçte aile, yakın çevre ve toplumla iletişimlerinin düzeltilmesine ilişkin çalışmalar yapıldığı, 7-18 yaş arası kız ve erkek çocuklara yönelik ayrı ayrı yapılandırılan kuruluşlardır (md.4-ek bend) (KBRM yönetmeliği, 2009).

Süreç içinde Çocuk Gençlik Merkezi, Koruma Bakım Rehabilitasyon Merkezi ve Bakım ve Sosyal Rehabilitasyon Merkezlerinde verilen hizmetlerin bütünlüğünün sağlanması ve çocukların damgalanmasının önüne geçilmesi amacıyla adı geçen bu kuruluşlar 29.03.2015 tarihinde resmi gazetede yayımlanan Çocuk Destek Merkezleri Yönetmeliği kapsamında tek çatı altında toplanmıştır.

2011 yılında Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu lağvedilerek Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı kurulmuştur. Bakanlık 2018 yılında önce Aile Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, 2021 yılında ise Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı adını almıştır.

D-) Çocuk Destek Merkezleri (ÇODEM): Suça itilmesi, suçun mağduru olması ya da sokakta tehlikelerle karşı karşıya kalması nedeniyle haklarında ilgili mahkeme tarafından bakım tedbiri kararı verilen çocuklara yönelik olarak; psiko-sosyal destek ihtiyacı içinde olan çocuklara bu ihtiyaçları karşılanıncaya kadar geçici bir zaman diliminde bakım ve korunmalarının temin edildiği, bu süreç içinde aile, yakın çevre ve toplumla ilişkilerinin onarılmasına yönelik çalışmalar gerçekleştirildiği, çocukların mağduriyet, suça itilme, yaş ve cinsiyet durumuna göre ayrı ayrı yapılandırılmış ya da ihtisaslaştırılmış yatılı sosyal hizmet kuruluşlarıdır (md.3/d) (Çodem yönetmeliği, 2015). Çocuk Destek Merkezlerinde; suça itilen çocukların yanı sıra; sokağa itilme, gebelik, madde kullanımı, refakatsiz durumda bulunma vb. nedenlerle hakkında bakım tedbiri kararı verilen çocuklara yaş grupları (11-14 ve 15-18) ile cinsiyet durumları göz önünde tutularak hizmet sunulmaktadır (Keçe, 2018).

E-) Çocuk Evleri: Çocuk Evleri modeli; Türkiye’de çocuk koruma sistemine ilişkin oluşturulan, kurum bakımı modeli içinde en sağlıklı hizmet modeli olarak görülmektedir. Ailesinin yanında kalması mümkün olmayan çocukların aile ve sosyal çevre ortamında korunma ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla oluşturulan bir modeldir. Bu yeni yöntemle çocukların toplumsal yaşama ve bireyle ilişkilere hazır biçimde yetiştirilmeleri hedeflenmiştir (Salim, 2011). Çocuk evleri 2828 sayılı Sosyal Hizmetler Kanunu kapsamında Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı tarafından açılmaktadır. Gerçek ve tüzel kişiler sadece işbirliği protokolü imzalamak koşuluyla destek sunabilmektedir (ASHB, 2023). Kışla tipi kuruluş tipinden çıkılarak

çocukların kendi yaşlılarıyla bir arada aile ortamına benzer bir yerde bakımlarının sağlanması çocukların fiziksel ve ruhsal gelişimleri adına son derece önemli bir atılım olarak değerlendirilmektedir.

Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Çocuk Hizmetleri Genel Müdürlüğü'nün Yıl Sonu Çalışma Raporuna göre 2021 yılı sonu itibarıyla korunma ihtiyacı içinde olup barınma tedbiri kapsamında hizmet verilen çocuklara ilişkin tablo aşağıda sunulmuştur.

Tablo 2. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı 2021 istatistikleri

Kuruluş Tipi	Kuruluş Sayısı	Bakılan Çocuk Sayısı
Çocuk Evleri Sitesi	112	6160
Çocuk Evleri	1193	5649
Çocuk Destek Merkezi	66	1493
Toplam	1371	13302

Kaynak: (ASHB, 2022)

Tablo 3. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı 2021 yılı istatistikleri

Çocuğa Yönelik Hizmetler	Sayı
Kuruluş Bakımı Altında Bulunan Çocuk	13.302
Koruma Altına Alınmadan Aile Yanında Destek Verilen Çocuk	137.863
Toplam Evlat Edindirilen Çocuk	18.391
Koruyucu Aile Yanında Bakımı Sağlanan Çocuk	8.459
Koruyucu Aile Sayısı	6.978
Özel Kreş ve Gündüz Bakım Evlerinde Ücretsiz Bakılan Çocuk	2.775

Kaynak: (ASHB, 2022)

Korunma ihtiyacı içinde olan çocuklara yönelik olarak yatılı (residential) hizmet sunmanın dışında Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı tarafından Koruyucu Aile ve Evlat Edinme hizmet modelleri de yer almaktadır.

Koruyucu Aile: 14.12.2012 tarihinde resmi gazetede yayınlanan Koruyucu Aile Yönetmeliğine göre koruyucu aile; bağlı buldukları il müdürlüklerinin denetimi altında belirli bir ücret karşılığında veya karşılıksız olarak çocuğun bakımı ve yetiştirilmesi görevlerini üstlenen, aile atmosferi içinde çocuğun yaşamını tedarik eden, tercihen (j, k, s) bentlerine belirtilen eğitimlerden en az birini almış ve (a, e, r, ş) bentlerinde ifade edilen modeller kapsamında bulunan aile veya kişidir (md.4/h) (Koruyucu aile yönetmeliği, 2012). Koruyucu aile olabilmek için yasal şartlar şu şekilde özetlenmiştir; TC vatandaşı olmak, daimi olarak Türkiye'de ikamet etmek, 25-65 yaşları arasında olmak, en az ilkökul mezunu olmak, düzenli bir geliri bulunmak (ASHB, 2023).

Koruyucu ailelerin korunma ihtiyacı içinde olan çocukla ilgili sorumlulukları, kurumla olan ilişkileri, hizmet işleyişi ve çocuğa sunulan bu hizmet karşılığında aileye verilecek ücrete dair tüm işleyiş ve esaslara mevcut yönetmelikte yer verilmiştir (Türkmen, 2015). Koruyucu aile modeli birtakım nedenlerle aileleri yanında bakım ihtiyaçları sağlanamayan çocukların geçici ya da sürekli biçimde öz anne-babanın yerini alabilecek uygun aile veya kişilerin yanına yerleştirilmesi ve bu sürecin devletin ilgili birimleri tarafından denetlenmesini içermektedir (Elmacı, 2019). Koruyucu aile uygulaması Türkiye'de uzun yıllar evlat edinme sistemine yönelik bir uygulama olarak kullanılmıştır (Karataş, 2007).

Evlat Edinme: Evlat edinme mevcut durumu itibarıyla evlatlık olarak verilmeye uygun durumda olan bir çocuk ile durumu evlat edinmeye uygun olan kişi/eşler arasında hukuki bakımdan bağlar sağlanarak çocuk ile evlat edinen arasında çocuk-ebeveyn ilişkisinin tesis edilmesidir (Tunç, 2013; akt., Doğan & Özkan, 2021). Evlat edinmenin yasal koşulları şu şekilde ifade edilmiştir; i)Küçüğün evlat edinen birey tarafından en az bir yıl süreyle bakımının sağlanmış ve eğitiminin verilmiş olması; ii)Evlat edinmenin her koşulda küçüğün faydasına olması, evlat edinmenin diğer çocuklarının yararlarını hakkaniyete aykırı şekilde

zedelememesi; iii)Ayırt etme gücüne sahip durumda bulunan küçüğün bu konuda rızasının alınması; iv)Türk Medeni Kanununun 311. Ve 312.md’de ifade edilen durumlar hariç 309.md kapsamında belirtilen şekilde küçüğün hayatta olan anne ve babasının olurunun alınması; v)Evlad edinecek eşlerin en az beş yıl evli olması yada her ikisinin de otuz yaşını doldurmuş olması(ASHB, 2023). Türkiye’de 2019 yılında evlatlık olarak verilen çocuk sayısı devlet koruması altına alınarak kuruluş bakımına verilen çocuk sayısından daha yüksektir. Ülkemizde koruyucu aile sayısının çok düşük olmasının çocuğun belirli bir süre sonra yeniden ailesinin yanına dönme olasılığından kaynaklı olduğu düşünülmektedir (Doğan & Özkan, 2021).

Sonuç

Türkiye’de Korunma ihtiyacı içinde olan çocuklara yönelik hizmetlerin Cumhuriyet öncesi dönemden günümüze oldukça önemli aşamalardan geçtiği görülmektedir. Cumhuriyet öncesi dönemde daha çok bireysel girişimler ve hayırseverlik teşkilatları üzerinden yürütülmeye çalışılan hizmetler Cumhuriyetin kurulmasından sonra giderek kurumsal bir kimliğe bürünmüş ve çocuklara sunulan hizmetlerde ulusal ve uluslararası kanunlar esas alınmıştır.

Türkiye’de özellikle BM Çocuk Hakları Sözleşmesinin (ÇHS) imzalanması ve yürürlüğe girmesinin ardından çocuklara yönelik çalışmaların ve hizmetlerin ivme kazandığı ifade edilebilir. Çocukların korunma katılım yaşam ve gelişme haklarının devlet güvencesi altına alınmasını sağlayan ÇHS beraberinde yeni hizmet modellerinin ülkemizde uygulanmasına imkan sunmuştur.

Türkiye’de gelişen ve değişen toplumsal ve ekonomik koşullar, yaşanan düzensiz iç göç sonucunda kamuoyuna özellikle büyükşehirlerde yansıyan görüntüler 1990’lı yıllar itibariyle önce sokağa itilen çocuklar, daha sonra da suça sürüklenen çocuklara ilişkin hizmet modellerinin uygulamaya konulmasını zorunlu kılmıştır. SHÇEK Genel Müdürlüğünün lağvedilerek 2011 yılında Kanun Hükümde Kararname ile Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığının (Mülga) kurulması ve Çocuk Hizmetleri Daire Başkanlığının Genel Müdürlüğe dönüştürülmesi çocuklara sunulan hizmetlerin güçlenmesine ve korunma ihtiyacı içinde olan çocukların kaldığı kuruluşların personel ve lojistik açıdan büyümelerine fırsat sunmuştur. Kışla tipi kuruluş tipinden hızla uzaklaşarak ev tipi bakım modeline (Çocuk evleri) geçilmesi, korunma ihtiyacı içinde olan çocukların aile atmosferi içinde bakımlarının sağlanmasını sağlamıştır. Türkiye’nin korunma ihtiyacı içinde olan çocuklara yönelik hizmet modellerini günümüzün koşullarına ve şartlarına uyarlaması ve gelişmiş ülkelerdeki hizmet modellerinden yararlanılmasının çocukların üstün yararına olacağı düşünülmektedir.

Notlar

* Cemiyet’in kurulması açısından öne çıkan isimleri şu şekilde ifade etmek mümkündür. İsmail Canbulat, Muhtar Bey, Celal Derviş Bey, Osman Tevfik Bey, Kemal Derviş Bey, Adnan Bey, Servet Efendi, Nesim Mezalyah Efendi, Haralambadi Efendi, Doktor Rasim Ferid Bey, Mustafa Reşat Bey, Ahmet Emin Bey cemiyetin kurulabilmesi için hükümete başvuruda bulunur. Hükümetten gerekli izinin alınması üzerine Cavid Bey, Ahmet Hakkı Bey, Orfanidis Efendi, Arif Bey, Doktor Ömer Fuad Paşa, Emanuel Karasu Efendi, Mustafa Asım Bey ve Noradinkyan Efendi kurucular grubuna katılmışlardır. Oluşturulan kurucular kurulu ilk toplantısını 1 Mayıs 1333 (1917) tarihinde gerçekleştirmiştir. Cemiyet, 1917’ yılında Samsun, İzmit, Üsküdar, Beyoğlu, Haliç, Kadıköy, Bakırköy, 1918 yılında Konya, Yeniköy, 1920 yılında Kırklareli şubelerini açarak hizmetlerini yaygınlaştırmıştır. Bu şubelerin yanı sıra değişik tarihlerde Musul, Erzurum, Eskişehir, Kastamonu ve Bolu şubeleri açılmıştır. Himaye-i Etfal Cemiyeti, 1920 yılında Londra, 1921 yılında Cenevre’de uluslararası toplantılara temsilci gönderdiği görülmektedir. Ayrıntılı bilgi için bkz. T.C. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, 2023: <https://www.aile.gov.tr/samsun/hakkimizda/tarihce/>

Kaynakça

- Akkuş, P. (2016). Sosyal Risk Altındaki Çocuklar İçin Sosyal Hizmetler: 2000 Sonrasına İlişkin Bir Değerlendirme. *Çocuk ve Medeniyet*, 2: 57-79
- Alptekin, K., Topuz, S. & Zengin, O. (2017). Türkiye’de Sosyal Hizmet Eğitiminde Neler Oluyor?. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 28(2): 50-69.
- Altun, M. (2020). *157 Yıllık Bir Eğitim Geleneği Darüşşafaka Tarihine Bir Yolculuk*, Darüşşafaka Cemiyeti.
- ASHB. (2022, Eylül 10). Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, kurumsal istatistik. <https://www.aile.gov.tr/media/131765/kurumsal-istatistik-2022.pdf>
- ASHB. (2023, Eylül 11). Kurum hakkında. <https://www.aile.gov.tr/chgm/teskilat-yapisi/kurum-hakkinda/>
- ASHB. (2023, Eylül 11). Yıl Sonu Raporu - 2021 yılı istatistikleri. <https://www.aile.gov.tr/media/131765/kurumsal-istatistik-2022.pdf>
- ASHB. (2023, Eylül 10). Çocuk Destek Merkezleri, Çocuk Evleri Ve Çocuk Hakları. <https://www.aile.gov.tr/sss/cocuk-hizmetleri-genel-mudurlugu/cocuk-destek-merkezleri-evleri-haklari/>
- ASHB. (2023, Eylül 28). Çocuk Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Kurum hakkında. <https://www.aile.gov.tr/chgm/teskilat-yapisi/kurum-hakkinda/#:~:text=1983%3A%20Sosyal%20Hizmetler%20ve%20%20C3%87ocuk,Esirgeme%20Kurumu%20taraf%C4%B1ndan%20y%C3%BCr%C3%BCt%C3%BClmeye%20ba%C5%9Fland%C4%B1.>
- Bay, A. (2014). Osmanlı toplumunda Evlatlıklar ve Hukukî Durumları. *Turkish Studies*, 9(4): 149-163.
- Beydağ Kaymakamlığı. (2023, Eylül 14). Türk Çocuk Hakları Bildirisi. <http://www.beydag.gov.tr/turk-cocuk-haklari-bildirisi>
- Çağlar, D. (1982). II. Atatürk ve Cumhuriyet Devrinde Korunmaya Muhtaç Çocuklara Sağlanan Bakım ve Öğretim Olanakları. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences*, 15(2): 1-21.
- Çelikdemir, M., Arıkan, M., (2022). Osmanlı’da Korunmaya Muhtaç Çocuklar Ve Vesayet Kurumu: Ayıntâb’daki Uygulaması, *Gaziantep Üniversitesi Ayıntâb Araştırmaları Dergisi*, 5(1): (1750-1806).
- Çiçek, N. (2020). Erken Cumhuriyet Döneminde Kimsesiz Çocuklar Olgusuna Dair Bir Vaka Takdimi ve Analizi. *Ankara Üniversitesi Dil Tarih ve Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 60(2): 958-988.
- Çocuk Destek Merkezleri Yönetmeliği (2015). Resmi Gazete. <https://resmigazete.gov.tr/eskiler/2015/03/20150329-1.htm>
- Çocuk Koruma Kanunu (2005). Mevzuat. <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.5395.pdf>
- Dalda, A. (2017). Türkiye’deki Korunmaya Muhtaç Çocukların Sosyal Hayattaki Yerlerini Belirleyen Yasal Düzenlemeler ve Bunların Uygulanması (1923-2016) [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Necmettin Erbakan Üniversitesi.
- Darülaceze (2023, Eylül 12). Kuruluş amacı. [darulaceze.gov.tr](http://www.darulaceze.gov.tr), <https://www.darulaceze.gov.tr/kurulus-amaci/>
- Doğan, B. & Özkan, Y. (2021). Almanya ve Türkiye’de Karşılaştırmalı Olarak Çocuk Koruma Politikaları: Türkiye’de Çocuk Koruma Hizmetlerinin Yüklenicilere Kısmen Devredilmesine Yönelik Bir Öneri. *Turkish Studies Social Sciences*. 1967-1985

- Elmacı, D. (2019). Türkiye’de Koruma Altındaki Çocuklara Yönelik Çocuk Koruma Kuruluşlarındaki Değişimler. *Türkiye Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*: 3(2), 33-59.
- Erkan, A.R. & Erkan, G. (1987). Darüleytamlar. *Hacettepe Üniversitesi Sosyal Hizmetler Yüksek Okulu Dergisi*, 5(1): 61-68.
- Gölcüklü, F. (1957). Korunmaya Muhtaç Çocuklar Hakkında 5387 Sayılı Kanun ve Tatbikattan Bir Örnek. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 12(02), https://doi.org/10.1501/SBFder_0000000308
- Karataş, K. (2007).Türkiye’de çocuk Koruma Sistemi Ve Koruyucu Aile Uygulamaları Üzerine Bir Değerlendirme. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 18(2): 7-19.
- Karataş, K., Acar, H., Gökçearsan, E. & Acar, Y. B. (2004). Türkiye’de Çocuğun Korunması: Osmanlı’dan Günümüze Çocuk Refahına Yönelik Düzenlemeler. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 15(1): 15-25.
- Karatay, A. (2007). Cumhuriyet Dönemi Korunmaya Muhtaç Çocuklara İlişkin Politikanın Oluşumu,[Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Keçe, H. (2018). Çocuk Destek Merkezlerinde Yaşayan Cinsel İstismar Mağduru Kız Çocuklarının Kaygı Düzeyleri [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Hacettepe Üniversitesi.
- Kesgin, S. (2016). Osmanlı’nın Son Döneminde Kimsesiz Ve Korunmaya Muhtaç Çocukların Eğitimi Ve Topluma Kazandırılması: Kastamonu Örneği. *Dini Araştırmalar* 19(50), 135-158 . <https://doi.org/10.15745/da.280607>
- Kobat İ. B. (2009). Ulusal Ve Uluslararası Hukukta Çocuk Hakları Işığında Çocuk Suçluluğu Ve Nedenleri [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Kırıkkale Üniversitesi.
- Kocabıyık, M. O. (2019). Cumhuriyet Dönemi Çocuk Koruma Politikaları (1923-1950) [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi.
- Koruma Bakım ve Rehabilitasyon Merkezleri Yönetmeliği (2009). Resmi Gazete. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2009/09/20090904-14.htm> Erişim tarihi: 11.09.2023
- Koruyucu Aile Yönetmeliği (2012). Resmi Gazete. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/12/20121214-2.htm> Erişim tarihi: 15.09.2023.
- Öntaş, Ö. C. (2008). Çocuk Adalet Sistemi ve Çocuk-Polis İlişkisi. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 19(2): 21-37.
- Özbek, N. (1999). II. Abdülhamit ve Kimsesiz Çocuklar Darülhayr-I Âli”, *Tarih ve Toplum*, 82: 11-20.
- Özkan, S. (2006). Türkiye’de Darüleytamların Gelişimi ve Niğde Darüleytamı. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 19: 211-229.
- Özüçetin, Y. & Sanatasan, Ş. (2021). Cumhuriyetin İlk Yıllarında Türkiye’de Çocuk Korunmasına İlişkin Yaklaşımlar Ve Yasal Gelişmeler. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 120: 1-24.
- Sarıkaya, M. (2004). Bir "Çocuk Kasabası" Sarıkamış. *Ankara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi* (23): 237-243.
- Sarıkaya, M. (2021, Kasım 19). T.C. Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu-Atatürk Araştırma Merkezi Başkanlığı. 9 Eylül, 2023 tarihinde T.C. Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu-Atatürk Araştırma Merkezi Başkanlığı: [https://ataturkansiklopedisi.gov.tr/bilgi/turkiyehimayeietfalcemiyeti/#:~:text=Bug%C3%BCnk%C3%BC%20Ba%C5%9Fbakanl%C4%B1k%20Sosyal%20Hizmetler%20%C3%87ocuk,kimsesiz%20%C3%A7ocuklar%C4%B1%20koruma%20g%C3%B6revini%20%C3%BCstlendi.adresinden alındı](https://ataturkansiklopedisi.gov.tr/bilgi/turkiyehimayeietfalcemiyeti/#:~:text=Bug%C3%BCnk%C3%BC%20Ba%C5%9Fbakanl%C4%B1k%20Sosyal%20Hizmetler%20%C3%87ocuk,kimsesiz%20%C3%A7ocuklar%C4%B1%20koruma%20g%C3%B6revini%20%C3%BCstlendi.adresinden%20alındı)
- Serdar, İ. (2000). *Koruyucu aile. Prof. Dr. Seyfullah Edis’e Armağan*, İzmir, 467-508.

- Sosyal Hizmetler Kanunu (2828). (1983). Mevzuat. <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=2828&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5> Erişim tarihi: 05.09.2023
- Taşğın, N.Ş. & Özel, H. (2011). Türkiye'de Sosyal Hizmetlerin Dönüşümü. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 22 (2), 175-190.
- Öztürk, C. (2023, Eylül 14). "Islahhane", TDV İslâm Ansiklopedisi, <https://islamansiklopedisi.org.tr/islahhane>
- T.C. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı. (2023, Eylül 7). T.C. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı İnternet Sitesi: <https://www.aile.gov.tr/samsun/hakkimizda/tarihce/>
- Türk Dil Kurumu (TDK). (2023, Eylül 15). Çocuk tanımı. <https://sozluk.gov.tr/>
- Türkmen, B. (2015). Sosyal hizmet tarihi. http://www.bekirturkmen.com/dosya/Sosyal_Hizmet_Tarihi.pdf Erişim Tarihi: 13.09.2023
- Ünal, V. (2017). Osmanlı Döneminde Sosyal Hizmetlerin Gelişimi ve Kurumsal Yapı. Ö. Özgür (Ed.). *Sosyal Hizmet Tarihi* içinde, (ss.204-230). Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını (Isbn:978-975-442-952-7).
- Yıldız, M. (2017). İslam Dünyasında Sosyal Hizmet Anlayışı ve Kurumlarının Ortaya Çıkışı. Ö. Özgür (Ed.). *Sosyal Hizmet Tarihi* içinde, (ss.177-203). Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını. (Isbn-978-975-442-952-7).
- Yolcuoğlu, İ. G. (2009). Türkiye'de Çocuk Koruma Sisteminin Genel Olarak Değerlendirilmesi. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 18(18): 43-58.
- Yörük, E. S. (2021). Sosyal Devlet Anlayışı Ve Türkiye'deki Gelişimi. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(11), 166-179.
- Zevkliler, A. (1968). Türk Hukukunda Korunmaya Muhtaç Çocuklar. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 25(1): 173-236.



Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi

Abant Journal of Cultural Studies

2023, 8(16): 199 – 202



Bilinçaltını Ayartmak-Reklam Psikolojisi: Bir Kitap İncelemesi

Seducing the Subconscious: The Psychology of Advertising: A Book Review

Gülten ADALI¹ 

Geliş Tarihi (Received): 15.08.2023

Kabul Tarihi (Accepted): 04.10.2023

Yayın Tarihi (Published): 23.10.2023

Öz: Temel argümanı en güçlü reklam etkilerinin bilinçdışı düzeyde gerçekleştiği ve reklamın tüketicileri bilinçli olarak farkında olmadıkları yollarla etkileyebileceği olan eserde reklamların bilinçaltımızı etkilemeyi nasıl başardığı sorusuna cevap aranmaktadır. Reklamcılık sektöründen güncel örneklerle bezeli kitap, birçok reklamcılık ve pazarlama profesyoneli tarafından oldukça beğenilmekte ve reklamcılık ve markalama arkasındaki daha derin psikolojik ilkeleri anlamak isteyenler için başvuru kitabı olarak kullanılmaktadır. Bu çalışmanın amacı Robert Heath'ın "Bilinçaltını Ayartmak-Reklam Psikolojisi" adlı kitabının bir değerlendirmesini yaparak alana katkı sunmaktır.

Anahtar Kelimeler: Robert Heath, Reklam, Bilinçaltı, Psikoloji.

&

Abstract: Its central argument is that the most powerful advertising effects occur at the unconscious level and that advertising can influence consumers in ways they are not consciously aware of. Illustrated with contemporary examples from the advertising industry, the book is highly regarded by many advertising and marketing professionals and is used as a reference book for those who want to understand the deeper psychological principles behind advertising and branding. The aim of this study is to contribute to the field by making an evaluation of Robert Heath's book "Seducing the Subconscious: The Psychology of Emotional Influence in Advertising".

Keywords: Robert Heath, Advertising, Subconscious, Psychology.

Atıf/Cite as: Adalı, G. (2023). Bilinçaltını Ayartmak-Reklam Psikolojisi: Bir Kitap İncelemesi, Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 8 (16): 199-202.

İntihal-Plagiarizm/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi, e-posta: gultenadali@akdeniz.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7068-4482.

Bilinçaltını Ayartmak-Reklam Psikolojisi, Robert Heath, 3. Baskı, Mayıs 2023, The Kitap Yayınları, İstanbul, evirmen: Emrah Bilge, 288 sayfa.

Bir reklamın bilinçaltını baştan çıkarmasının farkına varılmasının hiç de kolay olmadığını düşünen, marka iletişimi ve reklam çalışmalarıyla dikkat çeken bir isim olan Dr. Robert Heath, reklamcılık ve marka iletişimi alanında uzmanlığıyla tanınmaktadır ve kitabı, 40 yılı aşkın sektörel tecrübeleriyle birlikte psikoloji ve nrobilimdeki araştırmalar üzerine kuruludur. En güçlü reklam etkilerinin bilinçdışı düzeyde gerçekleştiği ve reklamın tüketicileri bilinçli olarak farkında olmadıkları yollarla etkileyebileği fikrini araştırmaktadır. Reklamın bilinçaltımızı etkilerken nasıl çalıştığının kodlarını kitabında çözmeye çalışır. Uzun yıllar reklam endüstrisinin farklı pozisyonlarında görev alan Heath sahadan elde ettiği tecrübelerini yazı diline ustalıkla aktarmasının yanı sıra “*Düşük Dikkat İşleme Modeli*”nin de geliştiricisidir. Heath “*Reklamcılığın Gizli Gücü*” adlı yapıtıyla da uluslararası bir ne ve çeşitli ödüllere layık görülmüştür. Kitap, birçok reklamcılık ve pazarlama profesyoneli tarafından oldukça beğenilmekte ve reklamcılık ve markalama arkasındaki daha derin psikolojik ilkeleri anlamak isteyenler için sıkça referans olarak kullanılmaktadır. Bilinçdışı süreçlerin tüketiciler davranışlarını nasıl ynlendirebileğine dair ışık tutan; reklam stratejisi ve yaratıcı gelişimde uygulanabilecek içgörüler sunmaktadır. Kitap bu özellikleri ile ağırlıklı olarak rasyonel, bilişsel etkileşime bağlı olan geleneksel reklam modellerine meydan okur ve duygusal ve bilinçaltı etkileri dikkate alan yeni bir paradigma sunar. İçerisinde çeşitli kampanya örnekleri ve vaka incelemesi olarak reklamlar içermektedir, bu da onu sadece alandaki profesyoneller için değil, aynı zamanda pazarlama, tüketiciler davranışı veya psikolojiye genel bir ilgi duyanlar için de elverişli bir kaynak haline getirmektedir. Heath'in kitabı, reklamcılık ve pazarlamayla doğrudan veya dolaylı olarak ilgilenen çok çeşitli bir okuyucu kitlesine hitap etmektedir. Bu, alanında çalışan profesyonellerden, akademik araştırmacılara, öğrencilere ve genel okuyuculara kadar uzanmaktadır.

Beş ana bölümden oluşan kitabın “Reklamcılığı Parçalamak” adlı ilk bölümünde konuya bir mühendis edasıyla yaklaşan yazar mevcut reklam modellerini parçalara ayırarak nihayetinde yeni bir “Bilinçaltı Baştan ıkarma” modeli oluştırmaya çalışmıştır. Reklamın bilinçaltımızı nasıl baştan çıkardığına anlaşılmasının sanıldığı kadar kolay olmayacağını ne sürerken, bu süreçte insanların tuhaf hassasiyetlerinin kullanıldığını iddia eder. Yazarın teorisine göre, bir reklam kampanyasının başarılı olabilmesi için en sevilen, ilgi çeken, yeni ya da en nefret edilen mesajları vermesine gerek yoktur, en başarılı reklamlar tüketicilere fark ettirmeden radardan geçerek, davranışlarımızı etkilemeyi uysalca başaranlardır (Heath, 2023: 19). Bu teori aynı zamanda kitabın ana argümanı olarak karşımıza çıkmakta, bu argüman üzerine verilmiş örneklerle konu ilerleyen bölümlerde ayrıntılandırılmaktadır. Peki reklamlar bunu nasıl başarmaktadır? Kitapta cevabı aranan asıl soru da budur. Tüketicinin reklamlarla ilgilenmemesinin nedeninin onlardan yeni bir Şey ğrenmeyeceği varsayımından ileri geldiğini ve bireylerin hayatlarında reklam izlemekten daha iyi birçok Şey yapabileceği düşüncesinden hareketle reklamlardan kaındığına varsayan yazar, reklamların düşük ilgi seviyesinde olan tüketicinin bilinçaltına girmeyi nasıl başardığını anlamaya çalışır.

“İletişimin psikolojisi” başlıklı ikinci bölüme başlarken reklamcılığın yalnızca ikna edici mesajları aktardığı fikrinin reklamcılar tarafından reklam verenleri iknada kullanılan bir Şehir efsanesi olduğundan bahsetmektedir. “Alternatif Fikirler” başlıklı bu bölümde yazar, reklamların nasıl iş gördükleri konusunda nc çalışmalara imza atan araştırmacılara değinmiştir. İlk olarak Walter Dill Scott, tüketicilerin reklamlardan etkilenmediği fikrine sıkı sıkıya bağlı olduğunu, reklamların aslında fark ettirmeden tüketicinin zihnine girdiğini kendisi üzerinden bir örnekle anlatmaktadır. Bir diğer önemli isim Herbert Krugman'a göre ise, reklamların neden işe yaradığını anlayamasak da işe yaradıklarını biliriz. Yazar bu heyecan verici görüşe katıldığını belirtmiştir. Andrew Ehrenberg de reklamların tutumları değiştirmeden de işe yarayabileceğini savunuyordu, ona göre reklamcılığın ana rolü tutum oluştırmak değil mevcut kullanılan markalara dair oluşan tatmin duygusunu pekiştirmektir (Heath, 2023: 50-56). Bu bölümde birçok psikoloji terimine açıklık getiren yazar bölüm sonunda ise tüm bunların reklam ile olan bağını Şu Şekilde kurmuştur: “Reklamları tek bir bütüncül deneyim olarak algılıyor gibi görünsek de aslında aynı anda olup biten birçok süreci içeren bir süreçtir”. Reklamlarda her zaman bir marka ve bu markayla

ilişkilendirilen bir mesajın bulunduğu savını reklamın hikayesi, karakterler ve reklamda kullanılan müzikle örneklendirir (Heath, 2023: 122).

Reklamın nasıl işe yaradıklarına ve yarayacaklarına dair birçok hususa değindikten sonra yazar yeni bir model oluşturmanın gerekliliğine vurgu yapmaktadır. Tüketicilerin değişen şartlar karşısında dönüşüme uğrayarak satın alma çevrelerinin değiştiğini öne süren yazar, yeni iletişim teknolojilerinin, insanların birbirleri ile iletişim kurmada kullandıkları yöntemlerin ve almak zorunda oldukları kararların arttığını ifade ederken şu ana kadar öğrendiklerimizin peşinde olduğumuz sorunun cevabını vermeye yetmediğini belirtmiştir. “Bilinçaltı baştan çıkarma modeli”ne göre her şey duygusal bir meta iletişim içeriğiyle başlar. İnsanlar genellikle olumlu duygusal içeriklerden hoşlanır ve hoşlandıkları şeylere de güven duyarlar. Tüketici reklamlara çok fazla dikkat kesilmez, dikkat ettiği noktada ise reklamın vermeye çalıştığı mesaja karşı bir iddia oluşturmaya çalışır. Reklamdan ne kadar hoşlanılır ise aynı zamanda güven düzeyi de artar ve vermeye çalışılan mesaja karşı iddia oluşturma isteğimiz o kadar azalır sonuç olarak daha az dikkat etmeye başlarız; burada kaçınılmaması gereken asıl nokta ise dikkat seviyemizin düşmesi reklamın bilinçaltımıza sessizce sızacağı gerçeğini değiştirmemesidir. Markayla ilgili hislerin oluşumunu sağlayan duygusal meta iletişimi zihni uzun süre meşgul ederken tüketici onların orda olduğunun farkında bile değildir (Heath, 2023: 200-223).

Kitabın “Reklamcılığa yeni bir bakış” başlıklı son bölümünde reklamcılık alanıyla ilgili yapılan deneylerden ve şaşırtıcı sonuçlarından bahseden yazar yapılan bu deneylerle reklamcılarının bilinçaltımızı hedefleyerek bizi etkilemelerinin ne kadar da kolay olduğunu ortaya koymaktadır. Duygusal içeriğin bilinçaltına sızmada ve kişileri farkında olmadan etkilemede ne kadar başarılı olduklarını yine örnekler aracılığıyla anlatmaktadır (Heath, 2023: 232-235).

Kitap sonlanırken yazar reklamların bilinçaltımıza olan etkilerinden kaçısını mümkün olmadığını şu şekilde ifade ediyor: “antropolojik bir bakış açısına göre insan olmak için duygularımıza ihtiyacımız vardır, bu da demek oluyor ki yaratıcı reklamdan etkilenmememiz olanaksız. Reklamcılığın yaratıcı olması engellenemez, yaratıcı olduğu müddetçe de duygulara hitap edeceği kaçınılmaz bir gerçektir (Heath, 2023: 253)”. Reklamın bilinçaltımızı baştan çıkardığını anlamamızın yolunun açık gözlü olmaktan geçtiğini savunurken, kendinizi bir markayı nedensiz yere beğenirken ya da sebepsizce tercih ederken bulduğunuzda bunun sebebinin anlamaya çalışmanızı öğütler. Yine de bunun tamamen işe yaraması beklenemez çünkü etki unsuru sizin fark etmediğiniz ama bilinçaltınızın algıladığı bir fon müziği gibi hatırlamadığımız bir şey de olabilir (Heath, 2023: 262). Sonuç olarak reklamların açık biçimde ikna edici olmadan da işe yarayabildikleri gerçeğine kitapta farklı örneklerle değinilmiştir. Bu ve benzeri reklamların nasıl olup da işe yarar olduğunun açıklanamıyor oluşunun nedeni ise psikolojinin bu alandaki çalışmalarının geçtiğimiz 20 yıl ile sınırlı olmasıdır. Her iki disiplini bir arada inceleyen daha çok çalışmaya ihtiyaç duyulduğu aşikardır.

Bilinçaltı baştan çıkarma modeline göre dizayn edilen reklamların iyi amaçlar için kullanılabilmesi önerisiyle kitabını bitiren yazar, kamu spotlarında bu model kullanılarak insanların doğru davranışa yönlendirilebileceğine inanmaktadır. Reklamcılığın kötülük için değil iyilik için bir amaç haline gelmesinin yolunun HIV/AIDS, sigara, şeker, tuz, yağlı yiyecekler, uyuşturucunun zararları konusunda bizi uyarıcı kamu spotlarında kullanılmasından geçtiğini düşünmektedir. Reklamı yasaklamanın bir çözüm olmayacağını düşünen yazar, ancak kontrol altına alınabildiğinde olumlu gelişmeler olacağını düşünmektedir. Günümüzde reklamlardan kaçınmanın ancak her şeyden izole olarak bir keşiş gibi yaşamakla mümkün olabileceği görüşü ile kitabını tamamlamaktadır.

Kitabın en ilgi çekici ve okuyucu için eğlenceli yanı her bölümde konuyu uygun biçimde örnekleyen reklam kampanyalarına yer verilmiş olmasıdır. Kitabın başından sonuna kadar anlatılan her konunun, geçmişte bilinen reklam örnekleriyle süslenmesinin metni anlaşılır ve akıcı hale getirdiği söylenebilir. Elbette bu duruma katkı sunan bir diğer faktör de yazarın reklam endüstrisi içerisinde uzun yıllar farklı

kurumlarda farklı pozisyonlarda çalışmış olmasdır, yazarın kendi iş yaşamından deneyimlerine yer vermesi kitaba ayrı bir lezzet katmaktadır. Kitap boyunca reklam üzerine yapılan araştırmalardan ve sonuçlarından kesitler sunulması da adeta alanın gelişim tablosunu ortaya koymaktadır. Araştırmaların tarihsel akış içinde ilerlemesi reklamcılığın dn ve bugününü değerlendirmemizde oldukça fayda sunmaktadır.

Diğer yandan örneklerin İngiltere zeline ilerliyor oluşu diğer ülke okuyucuları için bir handikap olabilir, reklamı ya da markayı bilmiyor olabilirler ve bu durum örneklerin anlaşılır olmasını etkileyebilir. Ayrıca sayfalar boyunca birçok psikoloji teriminin açıklanmasının zaman zaman okuyucu da odak kaybına sebep olabileceği düşünülmektedir.

Kaynakça

Heath, R. (2023). Bilinçaltını Ayartmak: Reklam Psikolojisi. ev. Emrah Bilge. 3. Baskı. İstanbul: The Kitap Yayınları.

Heath, R. (2001). The Hidden Power of Advertising. Admap.