



**UKSAD - IntJCSS**

# Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi

Internal Journal of  
Cultural and Social Studies

Haziran ve Aralık  
Aylarında Yayımlanan  
Açık Erişimli Hakemli Dergi

*Biannual  
(Published in June & December)  
Open Access Peer-Reviewed Journal*

*Cilt 10 | Volume 10  
Sayı 2 | Issue 2  
Aralık 2024 | December 2024*

e- ISSN: 2458-9381

[www.dergipark.org.tr/intjcss](http://www.dergipark.org.tr/intjcss)





International Journal of Cultural and Social Studies  
(IntJCSS) December 2024 : Volume 10 (Issue 2)  
e-ISSN: 2458-9381



**UKSAD - IntJCSS**

### **Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD),**

Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD), Haziran ve Aralık olmak üzere yılda iki kere Dergipark platformu üzerinden yayımlanan Uluslararası Bilimsel Hakemli bir dergidir.

### **International Journal of Cultural and Social Studies (IntJCSS)**

International Journal of Cultural and Social Studies (IntJCSS), is an International Refereed Scientific Journal published biannually in June and December via JournalPark (Dergipark) platform.

<https://dergipark.org.tr/intjcss>



## BAŞ EDITÖR / EDITOR IN CHIEF

Prof. Dr. Mutlu Türkmen

Prof. Dr. Ali Murat KIRIK

## EDİTÖR/ EDITOR

Dr. Öğr. Üyesi Selim BEYAZYÜZ

Öğr. Gör. Dr. Mustafa BÖYÜK

Arş. Gör. Atakan GÖKTEPE

Arş. Gör. Yasin YAVUZ

## BİLİM KURULU / SCIENTIFIC BOARD

- Dr. Yunus ABDURAHİMOĞLU, Bartın University, TURKEY  
Dr. Saliha AĞAÇ, Prof., Hacı Bayram Veli University, TURKEY  
Dr. Fariz AHMADOV, Azerbaijan State Economy University, AZERBAIJAN  
Dr. Nurhodja AKBULAEV, Azerbaijan State Economy University, AZERBAIJAN  
Dr. Mehmet AKGÜL, Prof., Necmettin Erbakan University, TURKEY  
Dr. Aygün AKYOL, Assoc. Prof., Hitit University, TURKEY  
Dr. Hayati AKYOL, Prof., Gazi University, TURKEY  
Dr. Adel M. ALNASHAR, Prof., University of Bahrain, BAHRAIN  
Dr. Esmail Safaei ASL, Allameh Tabataba'i University, IRAN  
Dr. Mustafa AY, Assoc. Prof., Selçuk University, TURKEY  
Dr. Bünyamin AYHAN, Assoc. Prof., Selçuk University, TURKEY  
Dr. Ramezan Mahdavi AZADBONI, University of Mazandaran, IRAN  
Dr. Lambros BALTSIOTIS, Panteion University, GREECE  
Dr. Alyona YULDAŞKIZI BALTABAYEVA, Prof., Ahmet Yesevi University, KAZAKHSTAN  
Dr. Nuri BALTACI, Gumushane University, TURKEY  
Dr. Mehmet BAYRAKTAR, Prof., Yeditepe University, TURKEY  
Dr. Metin BECERMEN, Assoc. Prof., Uludag University, TURKEY  
Dr. Antoine Cantin-BRAULT, Université de Saint-Boniface, CANADA  
Dr. Vahit CELAL, Bartın University, TURKEY  
Dr. Ahmet Kamil CİHAN, Prof., Erciyes University, TURKEY  
Dr. Aynur CİVELEK, Assoc. Prof., Adnan Menderes University, TURKEY  
Dr. Alex CRISP, São Paulo State University, BRAZIL  
Dr. Hamza ÇAKIR, Prof., Erciyes University, TURKEY  
Dr. İsmail ÇAKIR, Prof., Yıldırım Beyazıt University, TURKEY  
Dr. Lokman ÇİLİNGİR, Prof., Ondokuz Mayıs University, TURKEY  
Dr. Daniela DASHEVA, Prof., National Sports Academy, BULGARIA  
Dr. Ahmet Naci DİLEK, Bartın University, TURKEY  
Dr. Bekir DİREKÇİ, Assoc. Prof., Akdeniz University, TURKEY  
Dr. Mevlud DUDIC, Prof., Novi Pazar University, SERBIA  
Dr. Murat ERDOĞDU, Assoc. Prof., Selçuk University, TURKEY  
Dr. Bülent GÜRBÜZ, Assoc. Prof., Ankara University, TURKEY  
Dr. Erdal HAMARTA, Assoc. Prof., Necmettin Erbakan University, TURKEY  
Dr. Mustafa HİZMETLİ, Prof., Bartın University, TURKEY  
Dr. Miftakhul JANNAH, Surabaya State University, INDONESIA  
Dr. İbrahim Hakkı KAYNAK, Necmettin Erbakan University, TURKEY  
Dr. Bachir KHELIFI, Prof., University of Mascara, ALGERIA



Dr. Ali Murat KIRIK, Assoc. Prof., Marmara University, TURKEY  
Dr. Murat KUL, Assoc. Prof., Bartın University, TURKEY  
Dr. Hanem MAKNI, Prof., University of Tunis, TUNISA  
Dr. İfet MAHMUTOVIC, Prof., University of Sarajevo, BOSNIA HERZEGOVINA  
Dr. Zerf MOHAMED, University Abdel Hamid Ibn Badis Mostaganem, ALGERIA  
Dr. Sait OKUMUŞ, Assoc. Prof., Yıldırım Beyazıt University, TURKEY  
Dr. Ayad OMAR, Assoc. Prof., Tripoli University, LIBYA  
Dr. Mehmet ÖÇALAN, Assoc. Prof., Kırıkkale University, TURKEY  
Dr. Ali ÖZKAN, Assoc. Prof., Bartın University, TURKEY  
Dr. Nurettin ÖZTÜRK, Assoc. Prof., Atatürk University, TURKEY  
Dr. Cevat ÖZYURT, Prof., Yıldırım Beyazıt University, TURKEY  
Dr. Shawkat Gaber RADWAN, Port Said University, EGYPT  
Dr. Müfit Selim SARUHAN, Prof., Ankara University, TURKEY  
Dr. Shakeel Ahmad SHAHID, Dow College Karachi, PAKISTAN  
Dr. Erhan SUMMAK, Selçuk University, TURKEY  
Dr. Mutluhan TAŞ, Assoc. Prof., Selçuk University, TURKEY  
Dr. Burhanettin TATAR, Prof., Ondokuz Mayıs University, TURKEY  
Dr. Fatih TOKTAŞ, Assoc. Prof., Dokuz Eylül University, TURKEY  
Dr. Ufuk TÖMAN, Bayburt University, TURKEY  
Dr. Mutlu TÜRKMEN, Assoc. Prof., Bayburt University, TURKEY  
Dr. Mete Yusuf USTABULUT, Bayburt University, TURKEY  
Dr. Mevlüt UYANIK, Prof., Hitit Üniversitesi, TURKEY  
Dr. Asife ÜNAL, Prof., Bartın University, TURKEY  
Dr. Oğuz YURTTADUR, Selçuk University, TURKEY  
Dr. Tomáš ZEMAN, Comenius University, SLOVAKIA

---

**YAYINCI / PUBLISHER**

Mutlu TÜRKMEN

---

**TASARIM / DESIGN**

Güngör DOĞANAY

---

**WEB YÖNETİCİSİ / WEB ADMIN**

Ali ALTUNAY

---

**HALKLA İLİŞKİLER / PUBLIC AFFAIRS**

Ali Murat KIRIK

**WEB & EMAIL**

<https://dergipark.org.tr/intjcss> & [muratmilef@gmail.com](mailto:muratmilef@gmail.com), [turkmenm@yahoo.com](mailto:turkmenm@yahoo.com)

*\* İsimler alfabetik sırayla dizilmiştir. / Names are listed in alphabetical order.*



## İçindekiler/ Contents

Matthew Muscat-İnglott **01** *A Novel Framework for the Study of Culturally Evolved Chivalric Disposition in Multiple Social Science Applications*

*Sinemada Gerçeğin Temsili ve Örnek Film Çözümlemesi* **19** Erhan Yıldırım  
Aytekin Can

Dilek Ulusal  
Hasan Basri Özdemir **35** *Siyasal İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya: "Haydi Türkiye" Seçim Videosu Üzerine Bir İnceleme*

*Belgesel Sinema: Suha Arın Sinematografisi* **49** Ali Avlar

Murat Ağarı **65** *Ya'k'ûbî: Şiîliği ve Metodolojisi*

*Youtube'da Belgesel Sinema: Coşkun Aral Örneği* **83** Göktuğ Sezgin  
Aytekin Can

Ebru Davulcu  
Mustafa Temel **100** *II. Meşrutiyet Dönemi Süreli Yayınlarında Pedagoji: Terbiye Mecmuası, Yeni Fikir, Muallim, Anadolu Terbiye*

*Sosyal Medya ve Dijital Diaspora: Libya'da Yaşayan Türkler Üzerine Nitel Bir Araştırma* **123** Ayşe Amine Tuğ  
Kızıltoprak

Ferhan Kılınç **135** *Bir Ebeveyn Davranışı Olarak "Sharenting": TikTok Paylaşımlarında Çocukların Dijital Güvenliği, İçerik*

*Teknolojik Ürün Reklamlarında İnsanbiçimsellik* **160** Büşra Turhan Tural  
Bahrialp Tural



Murat Şengöz

**181**

*The Vienna State Opera. Meeting Modernity While Following Tradition*



## A Novel Framework for the Study of Culturally Evolved Chivalric Disposition in Multiple Social Science Applications

Matthew Muscat-inglott,<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Malta College of Arts, Science & Technology  
matthew.muscat.inglott@mcast.edu.mt  
ORCID: 0000-0002-2091-3494

### ARTICLE INFO

*Article history:*

*Received: 30.01.2024*

*Received in revised form: 12.11.2024*

*Accepted: 13.11.2024*

*Keywords:*

*Chivalry,  
chivalrous values,  
chivalric disposition,  
chivalric culture complex,  
cultural evolution.*

### ABSTRACT

Some scholars have argued that medieval-style chivalry has made a far greater imprint on recent history than is commonly recognised. Themes surrounding chivalry and knights in shining armour meanwhile remain popular and influential in contemporary culture. Yet, current definitions of the phenomenon associate it with a fairly limited range of paternalistic behaviours, like paying bills or opening doors for others. The paper actively challenges this view by arguing that the impact of an extant widespread uptake of chivalrous values has been significantly underestimated in areas of vital interest to social scientists. It furthermore proposes a novel theoretical approach for understanding chivalric disposition as a function of cultural evolutionary processes acting on cultural variants in the form of values dating back at least as far back as the classical era. Employing an initial scale-validation strategy, the study began with a pool of 48 items generated deductively from the literature on medieval chivalry reflecting its key prevailing characteristics, and presented them via online questionnaire to a sample of 242 participants. The resulting data were subjected to exploratory and confirmatory factor analyses, internal reliability testing, and in-depth qualitative assessment. Following the analysis, 21 items were retained, modeling chivalrous values in three mutually constitutive, inextricably linked dimensions, namely, fortitude, deference and virtue. A revised definition of chivalry is thereby proposed, along with a working chivalric disposition scale for further validation and refinement. Ultimately, the paper seeks to provide impetus for further interdisciplinary research on the broader effects of chivalric disposition across a wide range of potential social science applications.

### Atıf Bilgisi / Reference Information

Matthew, M. (2024). A Novel Framework for the Study of Culturally Evolved Chivalric Disposition in Multiple Social Science Applications, *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)* 10 (2), s. 1-18.

\* DOI: 10.46442/intjcss.1428234

\*\* Sorumlu yazar: Matthew Muscat-inglott, matthew.muscat.inglott@mcast.edu.mt



## Introduction

*“It is the great battle of the Cross and the Qur’an [...] if Heaven requires the sacrifice of our lives, there can be no better occasion than this.”* (Grand Master Jean de Valette, in Attard, 2022: 45)

In the lead-up to the 1565 battle for Malta between the Ottoman Muslim Turks and the European Christian Knights based on the islands, Grand Master de Valette famously delivered the foregoing words as a final appeal to his knights’ sense of chivalry. Scholars argue that, much as propagandists have long since taken for granted (Kateb, 2004), extant widespread chivalric disposition ensures rousing words like de Valette’s continue to resonate not only among combatants, but with far broader audiences (Henneberry, 2008). Frantzen (2004) proposed that chivalry was actively promoted and idealised as a model of behaviour during the mass recruitment campaigns of the First World War. McCarthy (2022) similarly proposed that a resurgence of medieval-style chivalry was largely responsible for much of the violence and turmoil marring the major political and historical developments of the 20<sup>th</sup> century. While the implications of chivalry need not always be so dire or deadly, such claims nonetheless raise several pressing questions. How is it that people can be so moved by chivalrous ideals to extreme forms of behaviour? With whom do such ideals mostly resonate, and why? And perhaps most importantly, what are the broader implications for a population seduced by chivalrous ideals in other contexts besides war?

Themes revolving around chivalry and knights in shining armour tend to maintain their allure in genres like neo-medieval fantasy, Arthurian legends, romances and even contemporary superhero narratives in movies, television and literature. Whether rendered against medieval or modern backdrops, fictional characters like the knights of Westeros in HBO’s *Game of Thrones* (MacInnes, 2020), or Tony Stark in Marvel’s *Iron Man* (Nowotny, 2016) continue to captivate audiences with their depictions of the heroic knight archetype. It is only fitting that Tony Stark, in his thoroughly revamped 21<sup>st</sup> century suit of armour, is a self-made billionaire in a Western social order that, at least in the Nietzschean postmodern sense has abandoned its worship of God, favouring instead a devoted worship of capital. From medieval “holy” wars for sacred lands to contemporary “just” wars for economic interests, as Banner (2015) aptly argues, it is belief in higher, supposedly transcendent, powers that enables continuing justification of war, keeping its atrocities “out of the glare of rational thought” (p9). What else, we might ask, does extant contemporary chivalry continue to obscure from the glare of rational thought? To what extent, as Herman and Chomsky (1994) might similarly question, do lasting chivalrous ideals continue to assuage the manufacturing of public consent?

### *Defining chivalry*

Medieval chivalry has been described as a religious, moral and social set of codes and customs (Hearnshaw, 1996), as well as an ideological framework (Kaeuper, 2005). Others have described it as an unwritten convention (Jacob, 1996), an ethos (Napier, 2017), or a spirit rather than an institution (Hearnshaw, 1996). While it shares several core values with earlier warrior codes like those of the Spartans and Romans, as well as with contemporaneous groups like the Muslim Mujahidin and Japanese Samurai (Saul, 2011; French, 2017; Terry-Roisin, 2019; Takeda, 2021), the chivalry particular to the Christian European knights has been associated with an elaborated yet consistent panoply of attitudes, beliefs and associated behaviours. Among its prevailing qualities were prowess, fortitude, honour and bravery (Attard, 2022;





Banner, 2015; De Charny, 2005; French, 2017; Hearnshaw, 1996; Terry-Roisin, 2019; Takeda, 2021). These were typically accompanied by humility, courtesy, loyalty, obedience and graceful service (Jacob, 1996; Nicholson, 2010; Prestage, 1996; Banner, 2015; Napier, 2017), justice, truthfulness, faithfulness, prudence, temperance and piety (Hearnshaw, 1996; Attard, 2022), as well as martyrdom or other forms of self-sacrifice for one's holy land, lord or god (Haag, 2014; Shears, 1996). Jacob (1996) further qualifies chivalrous deference as doing nothing contrary to the interests of one's lord. Knights were also expected to love adventure and challenges, take up just causes, as well as protect and show compassion for the weak (Hearnshaw, 1996; Nicholson, 2010). Banner (2015: 12) succinctly describes the quintessential chivalrous knight as, "... so loyal that their determination is never lost, so courageous that they never feel fear, and so skilled in battle that they never die."

These all fit well with the second of two definitions given by the OED (2023) which describes chivalry as a religious and moral system of behaviour "perfect" knights in the (European) Middle Ages were expected to follow. The OED's first definition, however, describes a much narrower set of present-day behaviours performed specifically by men in their interactions with women. Examples include such acts as opening car doors for others or paying for a meal in a restaurant. Assuming both definitions are true *and* medieval chivalry has its roots in even older codes of the Spartans and Romans (Saul, 2011; French, 2017; Terry-Roisin, 2019; Scaglione, 2023), then a direct lineage emerges from at least as far back as the classical era, through the waypoint of medieval Europe, up to the present day. Medieval Europe represents a crucial nexus, since prevalent ideas during this period were bound to permeate through the conduit of ensuing European colonialism. The extensive cultural imperialist project that followed saw, and arguably continues to see, the imposition of European/Western values and traditions on much of the rest of the globe (Hamm & Smandych, 2005). Several important theoretical considerations directly follow.

### *Theorising Chivalry for Social Science Applications*

To be chivalrous implies adherence to a set of abstract ideas, or more specifically, having beliefs in the goodness or exaltedness of those ideas. Schwartz (2012) would describe these as *values*, or more specifically, as belief-emotion pairings like, for instance, belief in the virtue of courage among film audiences and readers of poetry, paired with the experience of profound emotions like admiration, inspiration, pride, hope or gratitude. Cultural evolution theory in the tradition of Cavalli-Sforza and Feldman (1981), Boyd and Richerson (1985; 2011), and Laland (2017) conceptualises such beliefs as cultural variants, amenable to laws of Darwinian evolution as a function of their variation, inheritance and differential fitness. Cultural variants in the form of values can spread in human populations via social learning and other cultural transmission mechanisms such as prestige bias, a plausible explanation given the strong association between chivalry and social status in medieval times (Banner, 2015). We know that chivalrous codes, customs and conventions were "copied" by knights across Europe, for instance, from French knights to German knights in the 11<sup>th</sup> and 12<sup>th</sup> centuries (Atkins, 1996), and just like earlier warrior codes, were transmitted from one generation to the next (French, 2017).

If a unified set of cultural variants makes a "culture complex", then the values associated with medieval European chivalry (as well as its precursory forms) that continue to endure as a function of cultural evolution, can be operationally defined collectively as the "Chivalric Culture Complex" (CCC). If the CCC unifies popular definitions of *medieval* and *contemporary* extant chivalry as two points on a single cultural evolutionary timeline, however, then a marked asymmetry emerges with respect to the range and scope of



chivalry today. Viki et al. (2003), for instance, posited a gendered form of “paternalistic chivalry” closely aligned with the OED’s first definition of chivalry as a bounded set of behaviours enacted mostly by men in their dealings with women. Grabe et al. (2006) similarly tested the “chivalry hypothesis” by looking at gender biases and harshness of sentencing in North American crime data, positing the existence of a form of gender-biased “patriarchal chivalry”. Considering that *medieval* chivalry is recognised as having driven fighting knights to relatively extreme forms of human behaviour, popularly defined *contemporary* chivalry, by comparison, appears to portray a rather underwhelming and fairly limited range of behaviours. Consequently, the impact of chivalry throughout modernity has likely been, and continues to be, undervalued and underestimated.

From a critical theoretical perspective, impoverished interpretations of extant contemporary chivalry run the risk of obscuring its actual effects on broader, fundamentally unjust social, political and economic systems. Accordingly, a better understanding of the CCC, who it afflicts, and why, can help shine a light on the surreptitious machinations of those with the power to shape cultural narratives in their own interests. More comprehensive research on chivalry as an evolving CCC could furthermore yield valuable insights into human behavior among individuals and populations, and provide additional context for a potentially broad spectrum of cultural, social, psychological, and political research problems. In issues relating to mental health or social work, reactions and responses to major events like pandemics or war, mass consent to unjust economic and political systems, receptivity to misinformation and disinformation, attitudes towards inclusion in education and society, or even the interplay between sport, leisure and society, measuring uptake of the CCC has potential to stimulate rich and provocative new insights and debates. If uptake of combinations of values can be defined as a “disposition” (West et al., 2018) in the context of measurement, then uptake of the CCC can likewise be termed “Chivalric Disposition” (CD). Before hypothesising about its effects on other mental states, behaviours or outcomes, however, development of a valid means of measuring CD is essential. The present study was consequently aimed at addressing this primary goal, and advocating more generally for further research on the potential effects of the CCC and its uptake in the form of CD on culture, individuals, and society.

## Method

### *Delimiting Chivalry*

Peterson and Seligman (2004) created a contemporary framework of actionable values mostly compatible with popular interpretations of medieval chivalry, including perseverance, fairness, leadership, humility, self-regulation and spirituality, among others. Black and Reynolds’ (2016) similarly devised a moral identity questionnaire (MIQ) ideal for measuring values like fairness and integrity, reflective of chivalrous values in the present-day context. Qualities like empathic concern, an important component of prosocial behaviour (Luengo Kanacri et al., 2021) in the context of protecting the vulnerable or sick, also apparently fit well with the panoply of values associated with medieval chivalrous knights. Prowess, or personal excellence, can also be interpreted in terms of existing constructs and their associated scales in the literature like personal growth (Bartley & Robitschek, 2000).

A review of such constructs and their associated scales, however, quickly raises the spectre of an exceedingly complex and potentially unwieldy selection of disparate tests, likely to be both time-consuming for participants and impractical for social science researchers. Combining separately validated instruments



would also likely yield statistically complex results with less predictive power than a more parsimonious, integrated measure of CD. To maintain the integrity of the CCC as a singular, coherent and contextualised unitary construct, therefore, the study began from the firm grounding of the literature specifically focused on medieval chivalry as its most explicit and overt historical manifestation. A deductive approach was taken to source a pool of items directly from this body of literature and assess their uptake in contemporary settings. The study proceeded according to a general scale-validation strategy, by generating and refining the item-pool, and subjecting it to a quantitative analysis with added qualitative elements to safeguard contextual and theoretical fidelity. Accordingly, a more specific set of questions were formulated, as follows:

- 1) Which items best capture the CCC and its uptake in the form of CD in contemporary settings?
- 2) What is the nature of the CCC in terms of its dimensionality, and how should it be more specifically defined?
- 3) What working scale and associated quantitative output/s can be proposed for initiating further research on the CCC and its quantifiable uptake in the form of CD?

### *Instrumentation*

The key qualities associated with the chivalrous knights derived from the literature were prowess, fortitude, honour, bravery, humility, courtesy, loyalty, obedience, service, justice, truthfulness, faithfulness, prudence, temperance, piety, martyrdom, self-sacrifice, protection and compassion (Attard, 2022; Banner, 2015; French, 2017; Haag, 2014; Hearnshaw, 1996; Jacob, 1996; Napier, 2017; Nicholson, 2010; Prestage, 1996; Shears, 1996; Takeda, 2021; Terry-Roisin, 2019). A pool of 60 statements was generated by sourcing definitions of these terms from the online Mirriam-Webster and Cambridge English dictionaries, as well as Dictionary.com. The statements were edited and simplified to avoid repetition, and reduced to a set of 48 items for inclusion in an online *Google Forms* questionnaire. Items were worded to estimate the value participants placed on the qualities they described, by preceding each statement with the phrase, “It is important for me to...”. Five-point Likert scales with the labels 1 = Strongly Disagree and 5 = Strongly Agree accompanied each item.

### *Sampling*

The study was carried out at the Malta College of Arts, Science & Technology, with ethical clearance granted by the college institutional review board in late November 2023. A sample of 242 participants were subsequently recruited via mixed opportunity and convenience sampling. The participants were either degree students at the college (reading for degrees in either *Sport, Exercise & Health*, or *Health & Social Care Management*), college staff, or adults within the personal networks of college staff. The minimum target sample size was estimated by multiplying the total number of variables by five [ $48 * 5 = 240$ ] (MacCallum et al., 1999). Participants identifying with the female gender comprised 57% ( $n = 139$ ), and male, 42% ( $n = 102$ ). One participant reported identifying with neither gender. Participants between the ages of 16 and 73 responded, with a mean age of 29.64 years ( $SD = 13.17$ ). The majority of the participants were Maltese (83%,  $n = 201$ ), followed by 11% ( $n = 26$ ) from the United Kingdom, and the remainder spread relatively evenly ( $n < 4$ ) between Italy, Libya, Macedonia, Serbia, Turkey, Other (EU [European Union]) and Other (non-EU).



### Data analysis

The data were imported into *JASP (v0.18.1)* open-source statistical analysis software. A further 13 redundant items were immediately eliminated based on preference for a low mean, high variance, and high item-total correlation. The main analysis was then carried out on 35 remaining items in three main phases, namely, exploratory factor analysis (EFA), reliability testing, and confirmatory factor analysis (CFA). A Kaiser-Meyer-Olkin test indicated the sampling was adequate for factor analysis (0.88), while Bartlett’s test ( $\chi^2 = 3137, df = 595, p < .001$ ) confirmed its suitability for data reduction. For the EFA, an oblique promax rotation was selected, assuming correlated factors, with principal axis factoring to maximise fit indices. Several iterations were performed with the number of factors changed manually and incrementally from two to seven, with a view to identifying theoretically meaningful item clusters.

The most coherent factor structure converged on three qualitatively meaningful dimensions, which were entered into a round of reliability testing using Cronbach’s  $\alpha$  and McDonald’s  $\omega$  (with minimum thresholds of .70 in both instances). Selected items were eventually retained on the basis of qualitative/theoretical fit, item-total correlation (ITC), and their effect on the overall internal reliability estimates. This process resulted in a final selection of 21 items across the three factors (8 + 6 + 7). Following the factor identification and specification processes, the items were finally subjected to a standard CFA. A one-factor model comprising all items was assessed first, followed by a three-factor model derived from the previous steps. Model fit in both instances was assessed using the Comparative Fit Index (*CFI*), Tucker-Lewis Index (*TLI*), Root Mean Square Error of Approximation (*RMSEA*) and Standardised Root Mean Squared Residual (*SRMR*). Values for the *CFI* and *TLI* were considered satisfactory if above .90, and below .08 for *RMSEA* and *SRMR*. Figure 1 summarises the methodological plan and full item-reduction process.

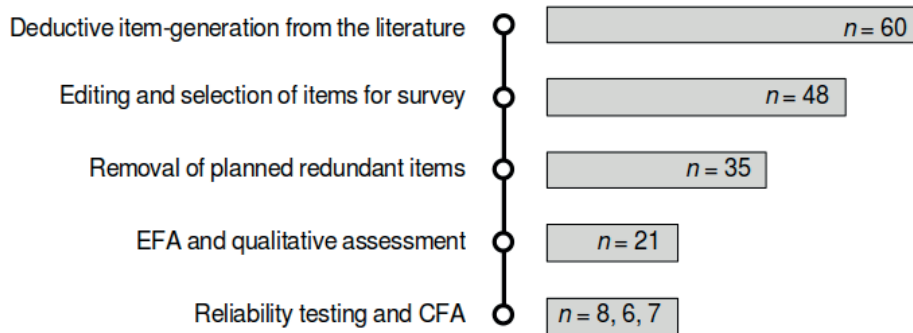
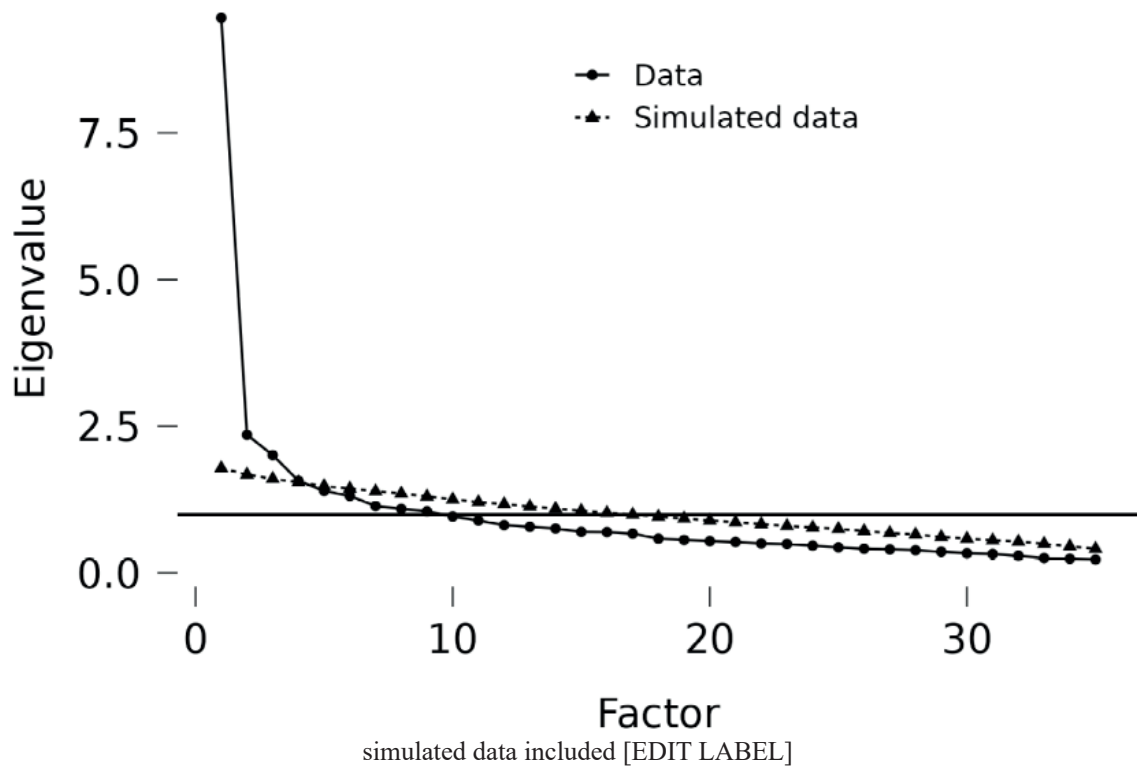


Figure 1. Full item reduction processes, *n* refers to number of items

## Results

### Results of Factor Identification and Specification Processes

The scree plot in Figure 2 visually illustrates the appropriateness of a three-factor solution following the EFA, and prompted an in-depth qualitative assessment of the three main factors.

Figure  
Scree  
for  
with2.  
plot  
EFA

The items originally loading on Factor 1 (Table 1) cumulatively described strength, readiness to act and use force to protect self or others when necessary, resoluteness once action is initiated, steadfastness, perseverance, self-discipline, as well as capacity to endure hardship and maintain loyalty unconditionally. The term *Chivalric Fortitude (C-For)* was chosen to denote the underlying construct. Table 1 contains the ITCs and descriptive statistics for the eight items retained, yielding good internal reliability ( $\omega = .84$ ,  $\alpha = .80$ ).

<i>Factor 1 Items – Chivalric Fortitude (C-For)</i>	<i>ITC</i>	<i>Mean</i>	<i>SD</i>
F1: It is important for me to be ready, willing and able to use force in self-defence when necessary.	.491	4.178	0.905
F2: It is important for me to protect those who can't protect themselves.	.489	4.326	0.732
F3: It is important for me to have exceptional self-control and self-discipline.	.562	4.227	0.811
F4: It is important for me to be exceptionally strong in mind and spirit.	.621	4.103	0.831
F5: It is important for me to stay strongly committed to supporting a person or group I have promised my loyalty to.	.506	4.277	0.806
F6: It is important for me to be resolute and staunch in completing my duties, no matter what.	.607	3.901	0.887
F7: It is important for me to be ready and willing to endure hardship to uphold a strong belief.	.644	3.950	0.914
F8: It is important for me to be the one who shows mental or moral strength in moments of extreme difficulty.	.618	4.289	0.756

Table 1. Chivalric fortitude descriptives



The items loading on Factor 2 (Table 2) described a tendency to follow the rules, obedience, respect for authority and appearing/behaving with seriousness. These cumulatively portray a humble, cooperative and subservient demeanour, and were qualitatively interpreted as *Chivalric Deference (C-Def)*. The factor yielded good internal reliability ( $\omega = .83$ ,  $\alpha = .82$ ).

<i>Factor 2 Items – Chivalric Deference (C-Def)</i>	<i>ITC</i>	<i>Mean</i>	<i>SD</i>
D1: It is important for me to be loyal and obedient, and show respect for authority.	.694	3.963	1.075
D2: It is important for me to be modest in my appearance, and avoid extravagant clothes or adornments.	.481	3.545	1.134
D3: It is important for me to follow the rules, even when they don't make immediate sense.	.617	3.157	1.097
D4: It is important for me to act in a way that supports a general state of order and obedience.	.673	3.723	1.003
D5: It is important for me, if unsure, to give my superiors the benefit of the doubt.	.484	3.450	0.960
D6: It is important for me to behave with seriousness of manner, appearance and language.	.593	3.946	0.952

**Table 2.** Chivalric deference descriptives

The items loading on Factor 3 (Table 3) described a sense of honour, the championing of good against evil, forgiveness, honesty and disdain for cheating. The items also incorporated an element of austerity or asceticism, in the denial of material as opposed to moral rewards. Ultimately, they portrayed belief in the value of goodness and purity, and were defined collectively as *Chivalric Virtue (C-Vir)*. This selection of items yielded weaker, but acceptable internal reliability ( $\omega = .73$ ,  $\alpha = .73$ ).

<i>Factor 3 Items – Chivalric Virtue (C-Vir)</i>	<i>ITC</i>	<i>Mean</i>	<i>SD</i>
V1: It is important for me to never behave in a dishonest way just to get what I want.	.438	4.211	0.870
V2: It is important for me to be impartial and fair in my treatment of others, whoever they are and whatever the stakes.	.452	4.107	0.818
V3: It is important for me to be able to forgive, when I have the power to do so.	.388	4.004	0.945
V4: It is important for me to be modest about my accomplishments, and never boast or brag.	.470	4.103	0.860
V5: It is important for me to choose honour and self-respect over money or possessions.	.430	4.194	0.844
V6: It is important for me to be that person others know will never steal, cheat or lie.	.440	4.492	0.826
V7: It is important for me to always champion good against evil.	.505	4.165	0.923

**Table 3.** Chivalric virtue factor

Finally, internal reliability testing was repeated for all 21 items combined, to assess the uni-dimensionality of the scale as a single measure of general CD. This yielded good internal reliability ( $\omega = .89$ ,  $\alpha = .88$ ), suggesting that the items were indeed cumulatively referencing a coherent underlying structure. Reliability statistics and fit indices for each of the three factors, as well as the 21 items overall are summarised in Table 4.

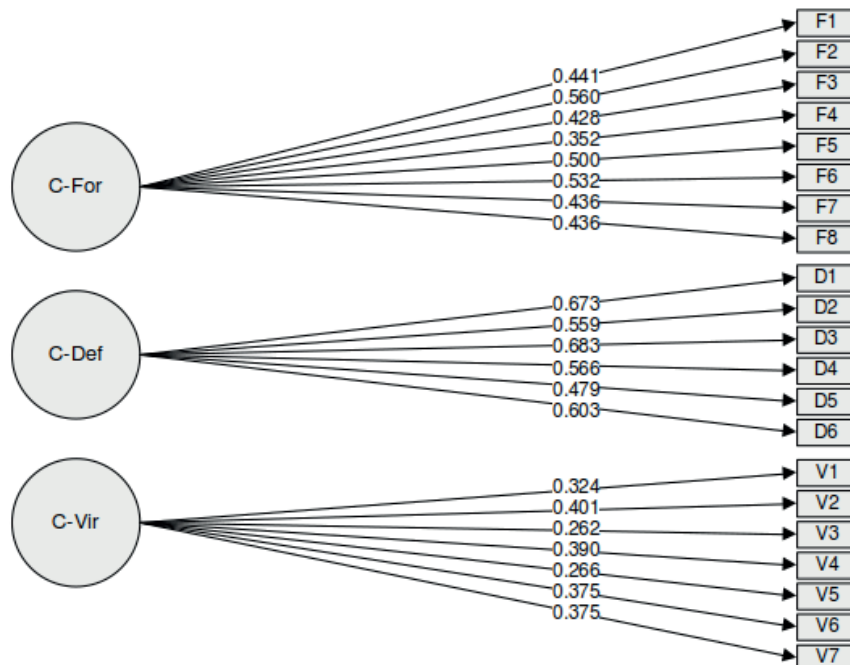
	<i>C-Vir</i>	<i>C-For</i>	<i>C-Def</i>	<i>General</i>
Cronbach's $\alpha$	.733*	.801*	.821*	.884*
McDonald's $\omega$	.734*	.840*	.826*	.885*
RMSEA	.049*	.070*	.059*	.088
SRMR	.041*	.048*	.032*	.080

**Table 4.** Summary reliability and fit statistics for each factor and overall (general)

\* Denotes acceptable values in terms of nominated thresholds

### Results of the CFA and Additional Tests

All 21 items were included in a one-factor model and subjected to standard CFA. Following the recommendations of Wheaton et al. (1977) a high ratio of  $\chi^2/df$  ( $= 2.88$ ) was obtained ( $\chi^2 = 545.53$ ,  $df = 189$ ,  $p < .001$ ), exceeding the accepted threshold ( $< 2$ ). The one-factor model therefore represented a relatively poor fit, with additional fit indices further indicating a poor to marginal fit ( $CFI = .76$ ,  $TLI = .74$ ,  $RMSEA = .09$ ,  $SRMR = .08$ ). These values were then compared to the CFA output for the three-factor model developed and refined through Steps 1 and 2 (Figure 3).



**Figure 3.** Path diagram for three-factor model with factor loadings

According to the  $\chi^2/df$  ratio, the three-factor model yielded an acceptable value of 1.58 ( $\chi^2 = 294.78$ ,  $df = 186$ ,  $p < .001$ ). Additional fit indices also indicated a better fit with the three dimensions of *C-For*, *C-Def* and *C-Vir* taken into account ( $CFI = .93$ ,  $TLI = .92$ ,  $RMSEA = .05$ ,  $SRMR = .05$ ). Covariance among the



dimensions was high (Table 5), and correlations were strong (Table 6).

	<i>C-For</i>	<i>C-Def</i>
<i>C-Def</i>	$Cov = .650, p < .001$	
<i>C-Vir</i>	$Cov = .616, p < .001$	$Cov = .560, p < .001$

**Table 5.** Covariance matrix for the three dimensions, where  $p$  values relate to  $H_0: Cov = 0$

	<i>C-For</i>	<i>C-Def</i>
<i>C-Def</i>	$r = .548, p < .001$	
<i>C-Vir</i>	$r = .469, p < .001$	$r = .438, p < .001$

**Table 6.** Correlation matrix for the three dimensions

The high shared variance was combined with relatively low ( $< .50$ ) Average Variance Explained (AVE) values for *C-For* ( $= .40$ ), *C-Def* ( $= .447$ ) and *C-Vir* ( $= .282$ ). High covariance and low AVE values in the emerging factors indicated a high degree of overlap. Despite good fit of the three-factor model to the data, therefore, the factors were clearly not entirely independent, and appeared to be working together to explain a theoretically plausible higher-order construct. Interpretation of the AVE values in the context of high common variance, as well as strong internal reliability of the overall 21-item selection, in other words, was taken as compelling evidence for the existence of a coherent higher-order construct, with three inextricably linked, mutually constitutive dimensions. Descriptive statistics for the three dimension means are given in Table 7.

<i>Statistic</i>	<i>C-For</i>	<i>C-Def</i>	<i>C-Vir</i>
<i>Eigenvalues</i>	6.522	1.778	1.676
<i>Total Variance Explained (%)</i>	59.46	16.22	15.29
<i>Mean</i>	4.157	3.631	4.182
<i>Standard Deviation</i>	0.569	0.755	0.540
<i>Min</i>	1.500	1.500	1.714
<i>25<sup>th</sup> Percentile</i>	3.750	3.167	3.857
<i>50<sup>th</sup> Percentile</i>	4.125	3.667	4.286
<i>75<sup>th</sup> Percentile</i>	4.625	4.167	4.571
<i>Max</i>	5.000	5.000	5.000
<i>Skewness</i>	-0.829	-0.582	-0.913
<i>Standard Error (SE) of Skewness</i>	0.156	0.156	0.156
<i>Skewness/SE of Skewness</i>	-5.314	-3.731	-5.853

**Table 7.** Descriptive statistics for the three dimensions

## Discussion

### *Dimensionality of the CCC*

Whether fighting in the crusades or competing in tournaments, the chivalrous knights were famously driven to continuously prove themselves (Barthélemy, 2018). *C-For* captures this drive in terms of the prowess, honour, bravery and propensity to seek adventure scholars have formally associated with medieval chivalry (Hearnshaw, 1996; French, 2017; Terry-Roisin, 2019; Takeda, 2021). Stories of great skill and courage in literature, entertainment and mass media have historically elevated soldiers, athletes or indeed anyone





taking on sufficiently difficult challenges, to the status of heroes and legends (Balot, 2004; Gervais, 2014; Goethals & Allison, 2012). Skill and prowess give rise to prestige, as Henrich et al. (2015) argue, reinforcing prestige-based social hierarchies throughout human history regardless of levels of egalitarianism. Prestige bias as a cultural transmission mechanism works by increasing the likelihood of individuals in a group with lower status copying those with high status (Boyd & Richerson, 2011; Henrich et al., 2015). The relationship between prestige and fortitude helps explain the cultural evolutionary success over time of values comprising *C-For*, and accordingly, why values deduced directly from the literature on medieval chivalry evidently persist in contemporary settings.

Intuitively, however, the qualities comprising *C-For* cannot be considered chivalrous on their own. Unchecked, excess *C-For* risks turning into less desirable inclinations like recklessness, selfishness, aggression or excessive idealization of violence. *C-Def* duly intercedes at this juncture, encouraging restraint, modesty, as well as maintenance of servility and consideration for others and the prevailing order. Scholars of chivalry have noted that courtesy and graceful service were key qualities for the chivalrous medieval knights (Jacob, 1996; Prestage, 1996; Napier, 2017), along with a general reluctance to act in conflict with the interests of one's lord, king or God (Jacob, 1996). On its own, deference can be understood as an important feature of human cooperation (Richerson et al., 2016). Indeed, as Souza and Bingham (2019) posited, it is a form of deference in protohumans that may have sparked the evolution of modern humans, by facilitating consistent and enforceable group cooperation. In the context of prestige and chivalry, fortitude and deference initially appear to be at odds, since as Henrich and Gil-White (2001) explained, deference is only adaptive in harmoniously cooperating groups when individuals with lower levels of prestige defer to those with higher levels. Chivalry provides added insight on this between-individuals antagonism by creating a state in which both conditions are present simultaneously within the same individual. Chivalry manifests, in other words, when deferential behaviour is punctuated by an accompanying, clearly present yet voluntarily withheld, capacity to exercise dominance.

Rather than being a dimension merely in need of constraint, however, *C-For* also requires active direction in order for it to be truly chivalrous. *C-Vir*, in this sense, ensures chivalrous actions can be suitably guided by a devotion to some higher purpose, purer ideal, or even a deity. Cultural evolution theorists have argued that the prosocial and cooperative implications of religious ideas render them highly culturally adaptive over time (Norenzayan et al., 2016). *C-Vir* can be understood, in this sense, as a component of CD evolving from the piety, truthfulness and fairness popularly associated with the Christian knights (Hearnshaw, 1996). By projecting back onto *C-Def* and *C-Vir*, meanwhile, *C-For* likewise provides strength and conviction needed to act virtuously and courteously. It provides the impetus and preparedness to fight for others, for one's in-group, as well as for abstract principles with equal fervour. This can help explain the resounding success of propaganda campaigns appealing for the waging of war against abstract, often vague, principles (Frantzen, 2004; Kateb, 2004; McCarthy, 2022). Preparedness to die in battle fighting, for instance, "evil", or "terror" (Bellamy, 2005; Graham, 2013) as a matter of duty or "service", is a stark reminder of the power of fortitude when acting on a combination of virtue and deference. It also serves to illustrate a quantitatively and qualitatively substantiated interdependence between the three dimensions, as necessary and mutually constitutive components of the CCC and its uptake in the form of CD.

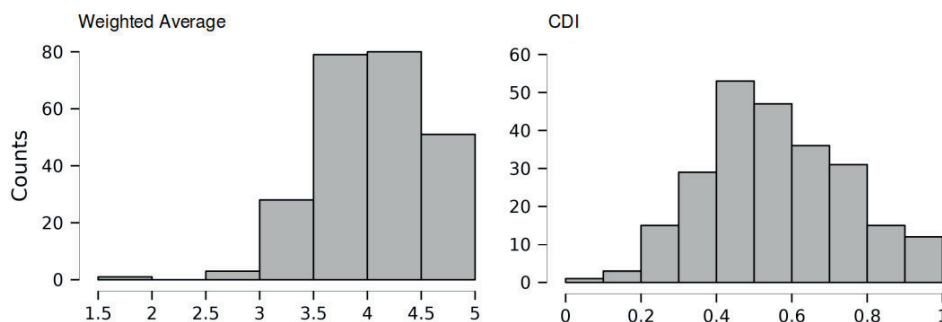
### *Proposed Measures*

Given the differences in total variance explained by each factor (derived from their eigenvalues), a

weighting scheme is proposed for representing the interdependent dimensions collectively in a unitary statistic suitably representative of overall CD as a coherent higher-order construct. The weights of 60% for *C-For*, and 20% each for *C-Def* and *C-Vir*, normalised to sum to 100, are proposed as a simplification of the quantitatively derived variances of .59, .16 and .15, as well as qualitatively derived theoretical centrality of *C-For* in relation to *C-Def* and *C-Vir*. As output variables, however, the dimension means and overall weighted mean demonstrated left skewness above Kim’s (2013) threshold of a 3.29 (Skewness to SE of Skewness ratio based on a sample size between 50 and 300). High negative skew precludes the variables from use in many of the parametric statistical techniques adopted by social scientists, like regression modeling, analyses of covariance (ANCOVA), or mediation/moderation modeling. A third-power transformation of the means was therefore introduced, resulting in more appropriate frequency distributions (Table 8). Figure 4 specifically illustrates the change in distribution, and also includes an overall estimate of CD in the form of a more intuitive “CD Index” (CDI).

	<i>Mean</i>	<i>SD</i>	<i>Skewness</i>	<i>SE of Skewness</i>	<i>Sk/SE of Sk</i>
<i>C-For</i> <sup>3</sup>	75.680	27.708	0.094	0.156	0.603
<i>C-Def</i> <sup>3</sup>	53.806	28.705	0.423	0.156	2.712
<i>C-Vir</i> <sup>3</sup>	76.662	26.333	-0.030	0.156	-.192
<i>AveWeighted</i> <sup>3</sup>	69.766	23.819	0.159	0.156	1.019
<i>CDI</i>	.558	0.012	0.159	0.156	1.019

**Table 8.** Descriptive statistics for the three dimensions transformed



**Figure 4.** Histograms for untransformed Weighted Average, and transformed CDI

The CDI is the cubed weighted mean, divided by 125, ensuring a value bound between 0 and 1. Since the 50<sup>th</sup> and 75<sup>th</sup> percentiles of the CDI were .536 and .697 respectively, the index can be loosely interpreted in similar fashion to standard correlation coefficients, inasmuch as values of .50 or more indicate presence of CD, while .70 and above indicates strong CD. Following this logic, “CD Status” (CDS) can also be derived, as a simply indication of presence (or absence) of CD, based on a threshold CDI value of .50 or more. Table 9 operationalises all proposed outputs.



<i>Output</i>	<i>Mathematical notation</i>	<i>Spreadsheet formula</i>	<i>PSPP code</i>
<i>C-For</i>	$CFor = F1 + F2 + \dots + F8 / 8$	=average(F1:F8)	COMPUTE <i>CFor</i> = MEAN(F1 TO F8). EXECUTE.
<i>C-Def</i>	$CDef = D1 + D2 + \dots + D6 / 6$	=average(D1:D6)	COMPUTE <i>CDef</i> = MEAN(D1 TO D6). EXECUTE.
<i>C-Vir</i>	$CVir = V1 + V2 + \dots + V7 / 7$	=average(V1:V7)	COMPUTE <i>CVir</i> = MEAN(V1 TO V7). EXECUTE.
<i>CDI</i>	$CDI = (0.6 * CFor + 0.2 * CDef + 0.2 * CVir)^3 / 125$	(((0.6 * CFor) + (0.2 * CDef) + 0.2 * CVir))^3 / 125	COMPUTE <i>CDI</i> = ((0.6 * CFor) + (0.2 * CDef) + (0.2 * CVir))^3 / 125. EXECUTE.
<i>CDS</i>	1 if $CDI \geq 0.50$ 0 otherwise	=if(CDI >= .5, 1, 0)	COMPUTE <i>CD</i> = IF (CDI >= 0.5) 1 ELSE 0. EXECUTE.

**Table 9.** Operationalising CD outputs in spreadsheets and other software

Use of the CDS as a dummy variable denoting presence (= 1) or absence (= 0) of CD fits with the conceptual frameworks of cultural evolution, gene-culture co-evolution and dual-inheritance theorists. The mathematical models presented by Cavalli-Sforza and Feldman (1981), as well as Boyd and Richerson (1985), track cultural variants as proportions of individuals expressing them within a given population. In other words, a cultural evolutionary framework lends credence to the use of a single categorical variable denoting CD as a cultural variant (or set of cultural variants) that individuals in a population either do or do not possess.

Individual dimensions can also be transformed as  $C-For^3$ ,  $C-Def^3$  and  $C-Vir^3$ , depending on the specific hypotheses researchers may wish to test. Caution is needed, however, since the dimensions should not be considered independent in the multivariate modeling context, and are expected to yield high collinearity. Individual dimensions should be interpreted in the context of overall CD. The interplay between dimensions, however, meanwhile raises additional potentially theoretically interesting possibilities for studying CD or partial CD. For instance, relatively high uptake of  $C-Vir$  was noted in the present sample. Taking the original dimension means from Table 7, “Relative  $C-Vir$ ” can be calculated as a proportion ( $4.182 / [4.157 + 3.631 + 4.182]$ ). Applying the basic standard error formula to the result of .35 implies that the relative contribution of  $C-Vir$  was statistically significant ( $95\% CI = .348, .352$ ), because  $\pi \neq .33$ . The concept of relatively dominant dimensions allows further classification of chivalric or partially chivalric types in the form of additional qualitative dummy variables. These further support population-level analyses and claims, and provide a convenient link between individual psychometric, and communal sociometric measurements.

## Conclusion

A working definition follows from the analysis and interpretation of data. The CCC can be defined as a prevailing unified set of values in contemporary populations with cultural evolutionary roots extending at least as far back as, at least in the case of Western or Westernised cultures, the European Middle Ages in the form of the well-known code of chivalry adopted by Christian knights. More specifically, the CCC is



an evolving set of cultural variants comprising three mutually constitutive, inextricably linked dimensions, namely, *C-For*, *C-Def* and *C-Vir*. Cumulatively, these dimensions reflect the essence of an otherwise vast panoply of values reported by scholars of medieval chivalry, yet can still be observed and measured in contemporary settings in the form of the CCC and its uptake as CD. A selection of 21 items accompanied by five-point Likert scales were retained from the initial survey, and are offered as a working CD scale (presented fully and in their original order as Appendix 1). Suitable outputs of the scale are proposed in the form of a CDI, a continuous variable ranging from 0 to 1 as an overall estimate of CD, as well as CDS, a qualitative/dichotomous variable denoting presence (or absence) of CD. Caution should be exercised in considering alternative treatments of the data in the context of multivariate modeling, given that the dimensions were not independent, and high collinearity was noted. Individual dimensions, in this sense, should be understood in context of overall CD.

### *Limitations and Future Research*

It should be noted that the study did not aim to examine the historical nature of medieval knighthood, but rather, to recognise its overt features and conceptualise them as an evolving cultural construct. Given that the participants were predominantly Maltese, limitations concerning the generalisability of the findings cross-culturally should also be considered. The Hospitaller Knights of St John were based on the islands for just over two and a half centuries until Napoleon's conquest of 1798 (Cohen, 2011; Attard, 2022). This provides Malta with the unusual distinction of being the last place on Earth to be governed by one of the three major medieval chivalric orders of Christian knights. It is only fitting, in some sense, that such a study be carried out in Malta, yet, only future research can investigate how CD varies systematically across cultures, sexes, genders, races and classes. In terms of sampling size, while 240 was set as a minimum threshold, it is similarly unclear how the results may have differed with the inclusion of a more participants. It should also be noted that, as with most self-report scales, participants may not answer truthfully, particularly when qualities are perceived as desirable. Nevertheless, CD is intended to measure the extent to which qualities are valued, and not enacted. How CD interacts with other values, mental states, behaviours and measurable outcomes, precisely underscores the importance of opening up new research avenues in this area.

With possible effects on mental states and interpersonal relationships, researchers may be interested in potential applications of CD in psychotherapeutic and social work contexts. Critical scholars may wish to hypothesise a role of CD in the priming of mass consent to social inequality and systemic injustices, as well as in receptivity to disinformation, propaganda and political rhetoric. Educational researchers might examine the prospective social learning and cultural transmission mechanisms at play in formal education systems that serve to perpetuate continuing evolution of the three dimensions of CD, by overt and tacit means alike. Political scientists and sociologists may be interested in the possibility of differential uptake of CD as a function of social class, exploring who might be disproportionately carrying the burden of chivalric duty, and who is exempt. CD might similarly interact with known cognitive biases in the context of rational consumer choice, extending its relevance to the field of economics. CD might similarly apply in experimental settings, as a predictor of strategy in the context of game theory. The study ultimately aims to advance and encourage scholarship on chivalry along all such lines, by laying groundwork for conceptualising the CCC as a culturally evolving construct assimilated in the form of CD, with implications and applications at individual and population levels, across the social sciences.



## Kaynakça

- Atkins, H. G. (1996). Chivalry of Germany. In: Prestage, E. (Ed.) *The History of Civilization: Chivalry – Its Historical Significance and Civilizing Influence*. New York: Routledge, pp. 93-126.
- Attard, J. (2022). *The Knights of Malta*. Malta: BDL.
- Balot, R. K. (2004). The Dark Side of Democratic Courage. *Social Research: An International Quarterly*, 71(1), 73-106.
- Banner, P. (2015). Knights in shining armor: The impact of the Middle Ages on the Modern Western perception of war. *Prologue: A First-Year Writing Journal*, 7(1), 5-16.
- Bartley, D. F. & Robitschek, C. (2000). Career Exploration: A Multivariate Analysis of Predictors. *Journal of Vocational Behavior*, 56(1), 63-81.
- Barthélemy, D. (2018). Modern Mythologies of Medieval Chivalry. In *The Medieval World* (pp. 249-263). London: Routledge.
- Bélanger, J. J., Schumpe, B. M., Nociti, N., Zeigler-Hill, V. & Shackelford, T. K. (2018) Self-sacrifice for a Cause: A Review and an Integrative Model. In: Zeigler-Hill, V. & Shackelford, T. K. (Eds.) *The SAGE Handbook of Personality and Individual Differences*, 465-485.
- Bellamy, A. J. (2005). Is the war on terror just? *International Relations*, 19(3), 275-296.
- Boyd, R. & Richerson, P. J. (1985). *Culture and the Evolutionary Process*. Chicago: University of Chicago Press.
- Boyd, R. & Richerson, P. J. (2011). *Not by Genes Alone: How Culture Transformed Human Evolution*. Chicago: University of Chicago Press.
- Black, J. E. & Reynolds, W. M. (2016). *Development, reliability, and validity of the Moral Identity Questionnaire*. *Personality and Individual Differences*, 97(1), 120–129.
- Cavalli-Sforza, L.L. & Feldman, M.W. (1981) Cultural Transmission and Evolution: A Quantitative Approach. *Vol. 16 of Monographs in Population Biology*.
- Cohen, R. (2011). *Knights of Malta 1523 – 1798*. Malta: Wise Owl.
- De Charny, G. (2005). A Knight's Own Book of Chivalry. In: Karras, R. M. & Peters, E. (Eds.) *The Middle Ages Series*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Frantzen, A. J. (2004). *Bloody Good: Chivalry, Sacrifice, and the Great War*. Chicago: University of Chicago Press.
- French, S. (2017). The Code of the Warrior: Ideals of Warrior Cultures Throughout History. *Journal of Character and Leadership Development*, 4(1).
- Gervais, K. (2014). This is my Sparta! 300 (1998), 300 (2007), and Three (2014). *Melbourne Historical Journal*, 42(2), 3-20.
- Goethals, G. R. & Allison, S. T. (2012). Making Heroes: The Construction of Courage, Competence, and Virtue. *Advances in Experimental Social Psychology*, 46(1), 183-235.
- Grabe, M. E., Trager, K. D., Lear, M. & Rauch, J. (2006). Gender in crime news: A case study test of the chivalry hypothesis. *Mass Communication & Society*, 9(2), 137-163.
- Graham, S. (2013). Cities and the 'War on Terror'. In: *Indefensible Space* (pp. 1-28). Routledge.
- Haag, M. (2014). *The Tragedy of the Templars: The Rise and Fall of the Crusader States*. UK: CPI Group.
- Hamm, B. & Smandych, R. (2005). *Cultural Imperialism: Essays on the Political Economy of Cultural Domination*. Canada: Broadview Press.
- Hearnshaw, F. J. C. (1996). Chivalry and its Place in History. In: Prestage, E. (Ed.) *The History of Civilization: Chivalry – Its Historical Significance and Civilizing Influence*. New York: Routledge, pp. 1-36.



- Henneberry, S. (2008). Modern Leonidas: Spartan Military Culture in a Modern American Context. *Senior Honors Projects*. Paper 105.
- Henrich, J. & Gil-White, F. J. (2001). The evolution of prestige: Freely Conferred Deference as a Mechanism for Enhancing the Benefits of Cultural Transmission. *Evolution and Human Behavior*, 22(3), 165-196.
- Henrich, J., Chudek, M. & Boyd, R. (2015). The Big Man Mechanism: How Prestige Fosters Cooperation and Creates Prosocial Leaders. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 370(1683), 20150013.
- Herman, E. S. & Chomsky, N. (1994). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Vintage Books.
- Jacob, E. F. (1996). The Beginnings of Medieval Chivalry. In: Prestage, E. (Ed.) *The History of Civilization: Chivalry – Its Historical Significance and Civilizing Influence*. New York: Routledge, pp. 37-62.
- Kaeuper, R. W. (2005). Historical Introduction to the Text: A Knight's Own Book of Chivalry. In: Karras, R. M. & Peters, E. (Eds.) *The Middle Ages Series*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Kateb, G. (2004). Courage as a Virtue. *Social Research: An International Quarterly*, 71(1), 39-72.
- Kim, H. Y. (2013). Statistical Notes for Clinical Researchers: Assessing Normal Distribution (2) using Skewness and Kurtosis. *Restorative Dentistry & Endodontics*, 38(1), 52-54.
- Laland, K. N. (2017). *Darwin's Unfinished Symphony: How Culture Made the Modern Mind*. Princeton University Press.
- Luengo Kanacri, B. P., Eisenberg, N., Tramontano, C., Zuffiano, A., Caprara, M. G., Regner, E., Zhu, L., Pastorelli, C. & Caprara, G. V. (2021). Measuring Prosocial Behaviors: Psychometric Properties and Cross-national Validation of the Prosociality Scale in Five Countries. *Frontiers in Psychology*, 12(1), 693174.
- MacCallum, R. C., Widaman, K. F., Zhang, S. & Hong S. (1999). Sample Size in Factor Analysis. *Psychological Methods*, 4(1), 84-99.
- MacInnes, I. A. (2020). All I Ever Wanted Was to Fight for a Lord I Believed in. But the Good Lords Are Dead and the Rest Are Monsters”: Brienne of Tarth, Jaime Lannister, and the Chivalric “Other. *Queenship and the Women of Westeros: Female Agency and Advice in Game of Thrones and A Song of Ice and Fire*, pp. 79-103.
- McCarthy, B. (2022). Warrior values: A socio-historical Survey. In *Male violence* (pp. 105-120). Routledge.
- Napier, G. (2017). *The A-Z of the Knights Templar: A Guide to their History and Legacy*. UK: The History Press.
- Nicholson, H. (2010). *A Brief History of the Knights Templar*. Philadelphia: Running Press.
- Norenzayan, A., Shariff, A. F., Gervais, W. M., Willard, A. K., McNamara, R. A., Slingerland, E. & Henrich, J. (2016). The Cultural Evolution of Prosocial Religions. *Behavioral and Brain Sciences*, 39, e1.
- Nowotny, J. (2016). The Human Shell: The Iron Man Armour as an Agent of Heroism. *Helden. Heroes. Héros*, 4(1), 65-78.
- OED (2023). *Oxford English Dictionary* [online]. Available online at: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>
- Peterson, C. & Seligman, M. E. P. (2004). *Character Strengths and Virtues: A Handbook and Classification*. New York: Oxford University Press.
- Prestage, E. (1996). *The History of Civilization: Chivalry – Its Historical Significance and Civilizing Influence*. New York: Routledge.
- Richerson, P., Baldini, R., Bell, A. V., Demps, K., Frost, K., Hillis, V., Mathew, S., Newton, E. K., Naar, N., Newson, L., Ross, C., Smaldino, P. E., Waring, T. M. & Zefferman, M. (2016). Cultural Group



- Selection Plays an Essential Role in Explaining Human Cooperation: A Sketch of the Evidence. *Behavioral and Brain Sciences*, 39, e30.
- Saul, N. (2011). *Chivalry in Medieval England*. Harvard University Press.
- Scaglione, A. (2023). *Knights at Court: Courtliness, Chivalry, and Courtesy from Ottonian Germany to the Italian Renaissance*. California: University of California Press.
- Shears, F. S. (1996). The Chivalry of France. In: Prestage, E. (Ed.) *The History of Civilization: Chivalry – Its Historical Significance and Civilizing Influence*. New York: Routledge, pp. 64-92.
- Schwartz, S. H. (2012). An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1).
- Souza, J. & Bingham, P. M. (2019) The New Human Science: Sound, New Evolutionary Theory Gives Us Ultimate Causal Understanding of Human Origins, Behavior, History, Politics, and Economics. In: Wilson, D. S., Geher, G., Mativetsky H. & Gallup, A. C. (Eds.) *Darwin's Roadmap to the Curriculum: Evolutionary Studies in Higher Education*. Oxford University Press, New York, USA, pp. 117-156.
- Takeda, S. (2021). Chivalry and Bushido, the Samurai code (Pre-print). Available at: <file:///home/matthew/Downloads/preprints201812.0118.v3.pdf>
- Terry-Roisin, E. A. (2019). Chivalry, Renaissance Concept of. In: M. Sgarbi (ed.), *Encyclopedia of Renaissance Philosophy*. UK: Springer.
- Viki, G. T., Abrams, D. & Hutchison, P. (2003). The “True” Romantic: Benevolent Sexism and Paternal Chivalry. *Sex Roles*, 49(9/10), 533-538
- West, C., Baker, A., Ehrich, J. F., Woodcock, S., Bokosmaty, S., Howard, S. J., & Eady, M. J. (2020). Teacher Disposition Scale (TDS): Construction and Psychometric Validation. *Journal of Further and Higher Education*, 44(2), 185-200.
- Wheaton, B., Muthen, B., Alwin, D. F. & Summers, G. F. (1977). Assessing Reliability and Stability in Panel Models. *Sociological Methodology*, 8(1), 84–136.



## APPENDIX 1 – Chivalric Disposition Scale

The Chivalric Culture Complex (CCC) is a prevailing, culturally evolving set of values comprising three mutually constitutive, inextricably linked dimensions, namely, Chivalric Fortitude (*C-For*), Chivalric Deference (*C-Def*) and Chivalric Virtue (*C-Vir*). In conjunction, these dimensions explain the higher-order, overarching construct of Chivalric Disposition (CD), capturing the essence of an otherwise vast panoply of values associated with medieval chivalry, yet still observable and measurable in contemporary settings. Each item is accompanied by a five-point linear scale, where 1 = Strongly Disagree, and 5 = Strongly Agree.

1. It is important for me to always champion good against evil.
2. It is important for me to be that person others know will never steal, cheat or lie.
3. It is important for me to be able to forgive, when I have the power to do so.
4. It is important for me to be modest about my accomplishments, and never boast or brag.
5. It is important for me to choose honour and self-respect over money or possessions.
6. It is important for me to be loyal and obedient, and show respect for authority.
7. It is important for me to be modest in my appearance, and avoid extravagant clothes or adornments.
8. It is important for me to follow the rules, even when they don't make immediate sense.
9. It is important for me to be impartial and fair in my treatment of others, whoever they are and whatever the stakes.
10. It is important for me to be ready, willing and able to use force in self-defence when necessary.
11. It is important for me to be resolute and staunch in completing my duties, no matter what.
12. It is important for me to act in a way that supports a general state of order and obedience.
13. It is important for me to be the one who shows mental or moral strength in moments of extreme difficulty.
14. It is important for me to protect those who can't protect themselves.
15. It is important for me to be ready and willing to endure hardship to uphold a strong belief.
16. It is important for me to have exceptional self-control and self-discipline.
17. It is important for me to stay strongly committed to supporting a person or group I have promised my loyalty to.
18. It is important for me, if unsure, to give my superiors the benefit of the doubt.
19. It is important for me to behave with seriousness of manner, appearance and language.
20. It is important for me to be exceptionally strong in mind and spirit.
21. It is important for me to never behave in a dishonest way just to get what I want.

$$C\text{-}For (F1, F2, \dots, F8) = 10 + 11 + 13 + 14 + 15 + 16 + 17 + 20$$

$$C\text{-}Def (D1, D2, \dots, D6) = 6 + 7 + 8 + 12 + 18 + 19$$

$$C\text{-}Vir (V1, V2, \dots, V7) = 1 + 2 + 3 + 4 + 5 + 9 + 21$$

Output	Mathematical notation	Spreadsheet formula	PSPP code
<i>C-For</i> *	$CFor = F1 + F2 + \dots + F8 / 8$	=average(F1:F8)	COMPUTE <i>CFor</i> = MEAN(F1 TO F8). EXECUTE.
<i>C-Def</i> *	$CDef = D1 + D2 + \dots + D6 / 6$	=average(D1:D6)	COMPUTE <i>CDef</i> = MEAN(D1 TO D6). EXECUTE.
<i>C-Vir</i> *	$CVir = V1 + V2 + \dots + V7 / 7$	=average(V1:V7)	COMPUTE <i>CVir</i> = MEAN(V1 TO V7). EXECUTE.
<i>CD Index (CDI)</i>	$CDI = (0.6 * CFor + 0.2 * CDef + 0.2 * CVir)^3 / 125$	=((0.6 * <i>CFor</i> ) + (0.2 * <i>CDef</i> ) + (0.2 * <i>CVir</i> ))^3 / 125	COMPUTE <i>CDI</i> = ((0.6 * <i>CFor</i> ) + (0.2 * <i>CDef</i> ) + (0.2 * <i>CVir</i> ))^3 / 125. EXECUTE.
<i>CD Status (CDS)</i>	1 if $CDI \geq 0.50$ 0 otherwise	=if( <i>CDI</i> >= .5, 1, 0)	COMPUTE <i>CD</i> = IF ( <i>CDI</i> >= 0.5) 1 ELSE 0. EXECUTE.

\* For use in parametric statistical procedures variables should be raised to the third power (*C-For*<sup>3</sup>, *C-Def*<sup>3</sup> & *C-Vir*<sup>3</sup>).





## Sinemada Gerçeğin Temsili ve Örnek Film Çözümlemesi Representation of Reality in Cinema and Sample Film Analysis

Erhan Yıldırım,<sup>a</sup>  
Aytekin Can<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Erciyes Üniversitesi, Kayseri, Türkiye.  
erhany@erciyes.edu.tr  
ORCID: 0000-0002-8784-6687

<sup>b</sup> Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye.  
aytekan@selcuk.edu.tr  
ORCID: 0000-0002-7620-3766

### MAKALE BİLGİSİ

*Makale Geçmişi:*

Başvuru tarihi: 15.11.2024

Düzeltilme tarihi: 11.12.2024

Kabul tarihi: 27.12.2024

Anahtar Kelimeler:

*Deprem,*

*Gerçeklik,*

*Temsil,*

*Gerçeğin Sunumu.*

### ARTICLE INFO

*Article history:*

*Received: 15.11.2024*

*Received in revised form: 11.12.2024*

*Accepted: 27.12.2024*

**Keywords:**

*Earthquake,*

*Reality,*

*Representation,*

*Presentation of Reality.*

### ÖZ

Yaşanılan dünya gerçeğini yansıtmada konusunda en etkili sanat dalı sinemadır. Sinema görüntüleri canlandırma ve görüntüleri anlamlandırma konusunda önemli bir işleve sahiptir. Yaşanılan olayların, olguların, konuların, kişilerin, mekanların, yerlerin, dönemin, gerçeğine uygun olarak aktarımında sinemanın temsil gücü fazladır. Sinema temsil yeteneği ile olumlu, olumsuz yaşananları, gerilimleri, rahatsızlıkları, beklentileri, değişimleri, v.b. görüntüleyerek hayatın fotoğrafını çeker. Çekilen fotoğrafın içinde acılar, hüznler, sevinçler, mutluluklar, mutsuzluklar, v.b. vardır. Dünyada ve ülkemizde yaşanan acı olayların başında afetler gelir. Afetlerin en büyüklerinden birisi de depremlerdir. Bu çalışmada sinemanın hayatın içindeki gerçekleri gösterme biçimi ile gerçeklerin sunumunda ele aldığı konuların temsil ettiği (olay, olgu, konu, kişi, mekan, yerlerin, dönem, v.b.) şeyler arasındaki ilişki ele alınmıştır. Sinemada gerçeğin sunumunda temsil konusunun oluşturduğu teorik yapının içerisinde deprem olgusu incelenmiştir. Çalışmaya San Andreas Fayı filmi amaçlı örneklem kapsamında seçilmiştir. Filmin çözümünde söylem analizi yöntemi kullanılmıştır. Çözümlemesi yapılan San Andreas Fayı filminin, depremin yol açtığı sosyal, kültürel, psikolojik, ekonomik etkileri yansıtmadığı gözlenmeye çalışılmıştır. San Andreas Fayı filmini, depremin meydana gelişini, deprem sırasında yaşananları, depremin verdiği hasarı, deprem sonrasında ortaya çıkan sorunları göstermesi bakımından başarılı olarak değerlendirmek mümkündür. Ancak insanların panik, telaş, korku, heyecan, acıma, merhamet, v.b. insani duygulara deprem sırasında ve deprem olduktan sonra yer verilmemiş olması filmin içindeki önemli eksiklikler olarak tespit edilmiştir.

### ABSTRACT

The most effective art form in reflecting the reality of the world we live in is cinema. Cinema has an important function in bringing images to life and interpreting them. In conveying the reality of events, phenomena, subjects, people, places, locations, and periods, cinema has a significant representational power. Cinema captures the photograph of life by depicting both positive and negative experiences, tensions, discomforts, expectations, changes, etc., with its representational ability. Within the captured photograph, there are pains, sorrows, joys, happiness, unhappiness, etc. Natural disasters are among the most painful events experienced in the world and in our country. One of the greatest disasters is earthquakes. In this study, the relationship between the way cinema presents the realities of life and the things represented by the topics it addresses (event, phenomenon, subject, person, place, location, period, etc.) has been examined. In the presentation of reality in cinema, the phenomenon of earthquakes has been examined within the theoretical framework created by the concept of representation. The film San Andreas Fault was selected as a purposive sample for the study. The discourse analysis method was used in the film's analysis. The analysis of the San Andreas Fault film aimed to observe its ability and flexibility in reflecting social, cultural, psychological, and economic impacts. It is possible to evaluate the San Andreas Fault film as technically successful in terms of its presentation of the formation of the earthquake, the events experienced during the earthquake, the damage caused by the earthquake, and the events that occurred after the earthquake. However, the absence of human emotions such as panic, distress, fear, excitement, compassion, mercy, etc., during and after the earthquake has been observed as significant shortcomings within the film.

## Atıf Bilgisi / Reference Information

Yıldırım, E., Can, A. (2024). Sinemada Gerçeğin Temsili ve Örnek Film Çözümlemesi, *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)* 10 (2), s. 19-34.

### 1. Giriş

İnsanoğlu, kültürel ve fiziksel olarak ortak bir dünyada yaşamaktadır. İnsanoğlunun ortak dünyada yaşayabilmesi için toplumun veya ailenin bir parçası olduğunu hissetmesi gerekir. Aidiyet, hem toplumun hem de dünyanın temelini oluşturan bir duygudur. Bu duyguyu yaşayan insanlar gerçek hayatın içindedir. Aidiyet duygusu toplum içerisinde paylaşarak büyür. Aidiyet duygusunu resmeden en önemli öğelerin başında sanat gelir. Sanat dalları içinde en etkili yansıtma aracı sinemadır. Yaşadığı döneme projeksiyon tutan, dünyanın önemli bir yansımalarını sunan, dünyadaki insanlara ayna olan sinema sanatıdır. Sinemanın, başka hiçbir tür sanatın başaramadığı bir nesnellığe sahip olduğu düşünülmektedir. Gerçek dünyayı gerçekçi bir şekilde aktararak seyircinin yüzeyin altında yatan gerçeği kavrayacağına inanılmaktadır (Yıldırım, 2018;235). Bu da sinemanın temsil yeteneği ile alakalıdır. Temsil, aracı ya da ortamı ne olursa olsun, insanın algıladığı şeyi veya dünyayı sabit kılan bir şeydir. Bu bir ses, bir bedensel işaret, havada bir jest veya toprağa çizilmiş bir resim olabilir. Foucault'a (2001:110) göre temsiller birbirlerine işaret olarak bağlanmışlardır ve bir şebeke oluştururlar; bir şeye işaret ederken onu temsil ederler. Temsil noktasında imgeler önemli araçlardır. Sinemasal imge, dünyanın karmaşık yönlerini objektif bir şekilde yorumlamak için kullanılan bir yöntemdir (Leppert, 2009:15). Kullanılan bu yöntem anlamın ortaya çıkarılması içindir. Anlamın oluşumunda çok önemli bir misyona sahip olan sinematografik görüntü, devinimi yakalamak ve nesnel gerçekliği sahneleme yoluyla etkin biçimde aktarabilmek açısından gerçekçi bir karaktere sahiptir (Kracauer,2015:115). Ayrıca sinema, kesme ve kurgu yoluyla gerçekliği çok daha etkin biçimde yakalayıp yansıtabilir. O, sabit bir perspektife sapsaplanmamıştır. Sinema yalnızca hayatı olduğu gibi gösterdiği zaman en derin ve en özlü biçimde var olabilir. Diğer sanatlar yaratım sürecinde kendi konularını tüketirler; bunun tam tersine sinema kendi maddesini sergilemeye eğilimlidir (Andrew,2010:193). Bir filmin estetik değeri kendi maddesi olan gerçekliğe ne ölçüde dönebildiği; onu ne kadar sergileyebildiği ile ilgilidir. Fiziksel gerçeklikle sinemasal gerçeklik arasında, sinemanın tekniklerinden kaynaklanan farklar olabilese de bu sinemada hayatın olduğu gibi aktarılmasının önünde hiçbir engel teşkil etmez. Aksine, sinema, hayatı tam da bu tekniklerle çok daha görünür kılmakta; hatta gerçekliğin sonsuzluğuna uzanmaktadır (Kracauer,2015:119). Hayatı görünür kılan, nesneliği resmedip, anlamın oluşumuna büyük katkılar sunan sinemada gerçeğin temsili nasıl olmaktadır? Bu konuya sinemada gerçeğin temsili konu başlığında ayrıntılı olarak değinilmiştir.

### 2. Sinemada Gerçeğin Temsili

Gerçek kavramı neyi ifade eder? Sorusunun cevabı felsefe tarihinin en eski ve en önemli tartışmalarından birisi olmuştur. Gerçek, felsefe dilinde belirli bir kavramı, maddi, fiziksel ya da nesnel olarak var olanı ifade eder. Gerçek, algıdan veya bilinçten bağımsız olarak nesnel bir varoluşa sahip şeyin özelliğidir (Şimşek, 2021:8). En genel anlamda gerçeklik kavramı bir şeyin gerçek olduğu anlamına gelir. Dış dünyada nesnel bir varoluşa sahip olan varlık, var olan her şeyin bütünüdür (Gregory, 1999: 378). Bütün sanat dalları içinde sinema gerçekçiliğin en iyi şekilde kullanılmasını sağlar. Gerçekçi sinema, nesnenin tamamını kopyalamaktan ziyade, onu oluşturan bileşenleri derinlemesine incelemeyi amaçlar. Georg Lukacs, toplumsal gerçekliğe yön veren bir teorisyen olarak gerçekliği, yaşamın tüm ayrıntılarını edilgen bir biçimde yansıtma olarak değil, gerçekliğin özünü doğru açıdan verme, yani görünenin ardındaki bütünsel özü somutlaştırarak yansıtma olarak tanımlar (Gürsel, 1981:10). Gerçekçi düşünce genellikle toplumsal, kültürel, ekonomik ve politik alandan beslenmektedir. Sinema, gerçekliği farklı açılardan ele alarak yorumlayan ve yeni bir anlam üreten, ürettiği temsilleri görünür kılan bir sanat dalıdır. Bu nedendir ki sinema sanatı olabildiğince geniş bir gerçeklik ekseninde değerlendirilmekte ve gerçeğin aynası olarak kabul görmektedir. Sinema hayatın içinden çekip aldığı enstantanelerden dolayı gerçekliği yansıtma konusunda en başarılı sanat dalı olarak kabul edilmektedir. Gerçeğin sunumunda temsil önemlidir. Temsil edilen şeyin gerçeğine uygunluğu sanatın içinde tartışılan bir konudur. Konuyu açıklayabilmek için temsil



kavramının ne olduğunu anlamak gerekir. Temsil, temel olarak olguların, olayların, kavramların, gerçekliğin ve görüntülerin yeniden yaratılması anlamına gelir (Kolker,2011:22). Sanatta gerçeklik ve temsil arasındaki ilişkiyi, yani somut görüntüden sanatsal imgeye, oradan da soyut düşünceye geçişin nasıl gerçekleştiğini bütünüyle açıklamak zordur. Hele sinema söz konusu olduğunda bu zorluk daha da artmaktadır. Evet, sinematografik görüntü gerçekliğin bir temsili olması bakımından diğer sanat dallarından ayrı düşünülemez; o da tıpkı diğer sanatsal mecralar gibi bir çeşit dil sistemidir (Bazin,1966:33). Kolker (2011:23) dil sisteminin görüntüler aracılığı ile gerçekliğin güçlü bir yanılsamasını yarattığı için izleyicileri büyülediğini söyler. Bu araç ile gerçekliği görüntüleyerek, resmederek ya da kopyalayarak, çok güçlü bir etki yaratılabileceğini ve de gerçekliği aktarabileceğini ifade eder. Gerçeğin sunumunda temsil edilen şeyin imgesi önemlidir. Berger (2010:10) tüm imgelerin insan yapısı olduğunu söyler. İnsan tarafından üretilen imgelerin, yeniden üretilmiş şeylerin bir görünümü olduğunu, insanoğlunun yarattığı imgeyi doğadan kopararak, yerinden ve zamanından alarak, saklayarak bir görüntüler düzeni oluşturduğunu ifade eder. Bu görüntü düzeni içinde izleyicilerin görüntülerin varlığına inandığını ve onlara itibarı değer yüklediğini söyler. Berger'in imgelerle oluşturulan görüntüler içinde yer alan anlamlar silsilesi içinde film izleyicileri tarafından sinematik görüntülerin sunumu yapılır. Film izleyicisi, sinema aygıtıyla ya da sinemadaki anlatım biçimlerinin kullanımıyla kandırılmaz, izleyici görülenin bir film olduğunun bilincindedir. Sinemada izleyicinin fark edip gören, anlayan, algılayan bir izleyici olabileceğini ama yine de görüntüyü bir yanılsama olarak deneyimleyebileceğini düşünmek gerekir. Kendall Walton kameranın; tıpkı gözlük, ayna ve teleskop gibi diğer mekanik görüşe yardımcı olan nesnelere gibi olduğunu, bunlardan tek farkının kameranın aynı zamanda nesneyi kaydetme veya belgeleme kapasitesine sahip bir özelliğe sahip olduğunu ifade eder (Allen,1993:22). Kameranın "gerçekliği" kaydetme konusundaki mekanik yeteneği kontrol ve yönetmen ile kameramanın bakış açısına tabidir. Odak uzaklığının, görüş açısının vb. seçilmesi ve geliştirme aşamasındaki son görüntünün "sonlandırılması" yoluyla bir film karesi oluşturulur. Bu kare yönetmenin vermek istediği mesajı, anlatmak istediği hikayeyi izleyicinin anlamasına, hikayenin içine girip girmemesine, hikayenin içinde kendisini bir yere konumlandırıp konumlandıramamasına etki eden önemli bir noktadır. Fiziksel dünya izleyicinin tam karşısında durmaktadır ancak gerçeklik sürekli olarak bir kültürün değişen arzuları ve tutumları tarafından oluşturulan çok yüzeyli, çok bilinçli ve sürekli değişen bir araçlar bütünüdür. Çoğu insanın dünyayı algılama şekli, gerçekliğin karmaşık bir imajıdır. Sonuç olarak, gerçeklik üzerindeki tepkiler çeşitli kültürel temellere dayanmaktadır (Kolker,2011:133). Kolker, karmaşık olan dünyanın anlamlandırılması noktasında kültürel paydalarda birleşildiğini söyler. Sanatta imge gösterilen şeyler değil, gösterilen şeylerin replikalarıdır. İmgeler sadece hayal, rüya veya fantezi dünyasında var olabilir. Her imge, dünyaya şu ya da bu şekilde dahil olan bir nesne olarak vardır, ancak imge gerçekliğin bilinçteki yansımasıdır. İnsan bilinci, resim, fotoğraf veya sinema gibi materyallerden etkilenir. Kültür de insan bilincinin bir parçasıdır, bu nedenle imgeler belirli sosyokültürel ortamlarda belirli görevleri yerine getirmek için oluşturulmuştur (Leppert, 2009:16).

Bazin ve Kracauer'e göre sinemanın en önemli özelliklerinden birisi, gerçeğin olduğu gibi kaydedilebilmesidir. Sinemada gösterilen gerçeklik ile gerçek hayat arasında güçlü bir ilişki vardır. Kadrajı veya ışığı kullanarak gerçeğe şekil verilebilir. Sinema araçlarıyla oluşturulan görüntüye şekil veren kişidir. Bu nedenle, gerçekte öznel bir sürecin sonucudur. Bazin ve Kracauer'a göre sinema sanatının varlık nedenini oluşturan bu yakın ilişkidir (Atam'dan akt. Kösem Işık ve Kandemir, 2023:77). Biçimcilik her ne kadar gerçekçilikten uzak gibi görünse de gerçekçiliğin bir parçasıdır. Gerçekçilik, biçimcilik ile varlık kazanmaktadır. Kracauer'ın iki temel düşüncesi bulunmaktadır. Bu düşüncelerden ilki gerçeklik, ikincisi ise bu gerçekliğin sinemasal olarak kaydedilmesidir. Başka bir deyişle elindeki araç ile gerçekliği kaydederken aynı zamanda aracın temel özellikleri ile gerçekliğin niteliklerini etkili bir biçimde ortaya çıkarmaktır. Biçimcilik gerçeği besleyerek, filmin içine nüfuz edilmesini sağlamaktadır. Kracauer'a göre yönetmen, hem gerçekçi hem de biçimci olmalıdır. Gerçeği kaydederken onun iç yüzünü de ortaya çıkarabilmelidir (Andrew, 2010:199).

Andre Bazin ve Siegfried Kracauer sinemanın gerçeği açıklayan bir araç olduğunu ileri sürmüşlerdir. Her iki teorisyenin benzer çizgide ilerleyen görüşleri sinema ve gerçeklik arasındaki ilişkiyi açıklamaktadır. Bazin (1966:63) gerçeğin sinemada kullanılan alan derinliği ile öznelere aktarılabileceğini ileri sürmüştür. Kracauer'a göre ise sinema, fiziksel gerçekliği açıklamakta ve kaydetmektedir. Sinemada gerçekliğin

üretilebilmesi için; “tesadüfi olanın vurgulanması, yaşamın doğal akışı, sahnelenmemiş gerçeklik, sonsuzluk ve belirsizlik” gibi özelliklerin gözlemlenmesi gerekmektedir (Kracauer’den akt. Kösem Işık ve Kandemir, 2023:76).

Yönetmenin gerçeği anlatma çabası, görme biçimine göre gerçekleşen bir yeniden yaratma pratiği olarak görülmektedir. Bazin, sinema ve gerçeklik arasındaki ilişkiyi asimptot aracılığıyla açıklamıştır. Bazin’e göre sinema gerçekliğin bir asimptotudur. Asimptot, sonu olmayan bir eğrinin yakınında çizilmiş bir doğrudur. Uzaklaşarak eğriye yaklaşmaktadır fakat asla ona tam olarak ulaşılması mümkün değildir (Bazin,2011:213). Asimptot kavramını geometriden ödünç alan Bazin, bu kavramla gerçeğe yaklaşılabilen, bağımlı kılan fakat ona erişimin mümkün olmadığı bir şey olarak tanımlamıştır (Andrew, 2010:233).

Türk sinema tarihine bakıldığında sinemada gerçekçi öğelerin kullanımının, 1990’lı yıllarla birlikte yaygınlaştığı görülmektedir. Öncesi dönemde yoğun kullanılmamakla birlikte Lütfi Akad, Halit Refiğ, Ertem Göreç, Metin Erksan ve Yılmaz Güney’in filmlerinde gerçekçi öğelere rastlanmaktadır. 1990’lı yıllarla birlikte yapım şirketlerinin tekelleşmelerine karşın bağımsız bir şekilde üretim gerçekleştiren yönetmenlerin sayısının artışı, Türk sinemasında gerçekçi film üretiminin sayısını da artırmaya başlamıştır (Sayıcı,2018:460). Bu durum, toplumsal ve ekonomik koşulların bir ürünü olarak, bir süreçle birlikte oluşmuştur. 1990 sonrasında Türk sinemasında ise Zeki Demirkubuz, Nuri Bilge Ceylan, Uğur Yücel, Derviş Zaim, Yeşim Ustaoglu gibi yönetmenlerin çalışmaları gerçekçiliğin örneklerini sunmaktadır (Sayıcı, 2018:460). Gerçeklerin sunumunda gündelik yaşamın içinde meydana gelen olaylar önemlidir. Gündelik yaşamdaki olaylar sinemanın bir konusu olarak gün yüzüne çıkabilir. Burada önemli olan çevrede yaşanan olayları gözlemlenmek, benimsemek, içselleştirip üzerine düşen sorumlulukları yerine getirerek harekete geçmektir (Avlar, 2022:288). Yaşanılan dünya gerçeklerinin içerisinde yer alan önemli olaylardan birisi de afetlerdir. Afet; insanlara fiziksel, ekonomik ve sosyal kayıplar yaşatan, kişilerin normal yaşamlarını ve aktivitelerini durdurmaya ya da kesintiye uğratmaya neden olacak olaylara verilen addır. Bir olayın afet olarak nitelendirilmesi için can ve mal kaybına sebebiyet vermiş olması gerekmektedir. Deprem, tsunami, volkan püskürmeleri, sel vb. afet olarak adlandırılan olaylara örnektir (Komar,2021:5). Afetler, birey ve toplumlar üzerinde fiziksel, sosyal, ekonomik etkilere yol açan toplumun baş edemediği büyük çaplı olaylardır. Afetler, fiziksel, sosyal, ekonomik olarak toplumu etkileyen ve toplumun baş etme kapasitesini aşan olaylar olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde artan nüfus, çarpık kentleşme, siyasi çatışmalar, sanayileşmenin artması, afetlerin sayısı ve yıkıcılığını arttırmıştır. Afetlerin sebep olduğu can kayıpları, yaralanma, iş gücüne verdiği zarar, ekolojik dengeyi bozması, ekonomik kayıplar, yaşanan afetlerin büyüklüğü ile doğru orantılıdır. Afetin büyüklüğü; olayın fiziksel düzeyine, yerleşme alanlarının uzaklığına, etkilediği nüfus oranına, hızlı ve denetimsiz kentleşmeye, toplumun afetlere yönelik bilgi düzeyine, afet öncesi alınması gereken önlemlere ulaşılma yeterliliğine göre değişkenlik göstermektedir (Erkal ve Değerliyurt, 2009:149). Yaşanılan afetlerin en büyüklerinden birisi de depremlerdir. Konunun daha iyi anlaşılabilmesi için depremin ne olduğunu ve deprem gerçeğini bilmek gerekir.

### 3. Deprem Gerçeği

Afet kavramı son yıllarda özellikle sosyal bilimler alanında çok yoğun araştırılan bir konudur. Afet, fiziksel, ekonomik ve sosyal kayıplar nedeniyle insanın normal yaşamını ve hayatın doğal akışını durduran veya kesintiye uğratan bir olaydır. Afet, etkilediği toplumun başa çıkma yeteneklerinin yetersiz olduğu durumlarda ortaya çıkar. Şentürk (2020:111) afetleri, meydana gelme şekli, kaynağı ve süresi ile birlikte, doğal ve toplumsal etkiler üzerinde uzun süren bir etkiye sahip olaylar olarak değerlendirmektedir. İnsanlara zarar vererek can ve mal kaybına yol açan doğal olaylara doğal afet denilmektedir. Dünya genelinde meydana gelen 31 doğal afetin 28 tanesinin meteorolojik afetler olduğu bilinmektedir. Doğal afetlerin çeşitleri ve önem sıraları ülkeden ülkeye değişmektedir. Türkiye de sahip olduğu tektonik, sismik, topografik ve iklimsel yapısı nedeni ile doğal afetlere sık sık maruz kalmaktadır. Türkiye’de en çok görülen doğal afetler arasında şiddetli rüzgâr, dolu, sel, taşkın, yıldırım, orman yangınları, kuraklık, don, kar, şiddetli yağış, çığ ve fırtına olmasına rağmen ülkeye en büyük zararı veren depremler olmuştur (AFAD, 2009). Doğal afetler içerisinde, sebep olduğu maddi ve manevi kayıplar açısından en fazla etkiye sahip olan afet olayları depremlerdir. Deprem; yer kabuğunda birdenbire gerçekleşen çatlak ya da kırılmalara bağlı



olarak ortaya çıkan enerjinin dalgalar halinde yayılması ve yer üstünde şiddetli bir sarsıntıya neden olması olarak tanımlanabilmektedir (Avcı,2001:25). Deprem, kontrol edilemeyen veya önlenemeyen bir doğal tehlikedir. Bir deprem, bir fay hattında ani bir kayma sonucu oluşur (USGS,2008). Morales'e (2002) göre, depremle ilişkili doğal afetler iki kısma ayrılabilir: Yer hareketi ve ikincil hasar. Adından da anlaşılacağı gibi, yer hareketi sismik dalgalar dünya'nın yüzeyine ulaştığında meydana gelir. Tüm deprem tehlikelerinin en yıkıcısı, binalar ve köprüler gibi insan yapımı yapıların bulunduğu yerlerde sismik dalgaların yer yüzeyine ulaşmasıyla oluşur. Doğal afetler dinamik ve belirsiz süreçlerdir. Dinamikler çünkü her zaman izole bir şekilde gerçekleşmezler (örneğin bir deprem bir heyelanı tetikleyebilir) ve çevreyi yeniden şekillendirebilir. Belirsizdirler çünkü oluşumlarını tahmin etmek genellikle zordur. Ülkelerin başına büyük sıkıntılar açan, büyük yıkımlara neden olan deprem gerçeğini kavrayabilmek için tehlikenin farkına varmak önemlidir. Her yıl hassas sismograflar tarafından dünya'da bir milyondan fazla deprem tespit edilmektedir. Bu tür kayıtların analizinden, küçük depremlerin daha büyük depremlerden daha sık meydana geldiği sonucuna varılabilir. Ancak, bu depremlerin 50.000'den fazlası her yıl insanlar tarafından hissedilebilecek kadar büyüktür (Morales,2002). Son zamanlardaki en önemli depremlerden bazıları 9,3 büyüklüğündeki 2004 Hint Okyanusu depremi, 7,6 büyüklüğündeki 2005 Keşmir (Pakistan) depremi ve 7,7 büyüklüğündeki 2006 Java depremidir. Dünya'da ülkemizde çok büyük can ve mal kayıplarına yol açan depremlerin sayısı oldukça fazladır. Dünya'daki depremlere bakıldığında 1201 yılında meydana gelen Mısır ve/ya Suriye depreminde bir milyondan fazla kişi yaşamını kaybetmiştir. 1556 yılında Çin'de meydana gelen depremde sekiz yüz otuz bin kişi ölmüştür. 20 Haziran 1990 yılında meydana gelen 7,7 şiddetindeki İran depreminde elli bin kişi, 22 Mayıs 1960 yılında meydana gelen 9.7 büyüklüğündeki Şili depreminde dört binden fazla kişi hayatını kaybetmiştir (Özmen,2024:32). Deprem ülkemizin maddi ve manevi kayıplara neden olabilecek en büyük sorunların başında gelmektedir. Deprem bölgeleri haritasına göre ülkemizde toprakların yüzde 96'sı su altında olup nüfusumuzun % 98'i riskli bölgelerde yaşamakta olup deprem tehlikesi altında yaşamaktadır (Taş,2003:227). Ülkemizde yaşanan depremlere bakıldığında; 14 Eylül 1509 tarihinde meydana gelen İstanbul depreminde yaklaşık on bin kişi hayatını kaybetmiş, 22 Mayıs 1766 tarihinde meydana gelen İstanbul depreminde çok fazla can kaybı olmuş ve hasar oluşmuştur. 10 Temmuz 1984 yılında olan İstanbul depreminde can kaybı çok yüksek rakamlara ulaşmış, deprem komşu ülkelerden de hissedilmiş, çok büyük hasarlar meydana gelmiştir. 26 Aralık 1939 yılında meydana gelen rihter ölçeğine göre 7.9 büyüklüğündeki Erzincan depreminde otuz üç bin kişi yaşamını yitirmiş, yüz on yedi binden fazla konut ağır hasar görmüştür. 17 Ağustos 1999 yılında olan 7.4 büyüklüğündeki Marmara (Kocaeli) depreminde on beş bin kişi hayatını kaybetmiş, elli binden fazla konut ağır hasar görmüştür. 12 Kasım 1999 yılında meydana gelen 7.2 büyüklüğündeki Düzce depreminde bine yakın insan hayatını kaybetmiş, on altı bin üç yüz otuz dört konutta ağır hasar meydana gelmiştir (Özmen,2024:33). 6 Şubat 2023 tarihinde dokuz saat arayla meydana gelen, merkez üsleri Kahramanmaraş'ın Pazarcık ve Elbistan ilçeleri olan 7,8 ve 7,5 büyüklüklerinde ki iki depremde ülkemizde en az 50 bin 783, Suriye'de ise en az 8 bin 476 kişi hayatını kaybetmiştir. Bu depremler Türkiye Cumhuriyeti tarihinde gerçekleşmiş en büyük, en uzun ve en şiddetli deprem olarak kayıtlara geçmiştir (Wikipedia,2024).

#### 4. Yöntem

Sinemada Gerçeğin Temsili ve Örnek Film Çözümlemesi başlıklı çalışmada söylem analiz yöntemi kullanılmıştır. Söylem analizi, metin veya konuşma biçiminde kullanılan dilin kapsamlı bir şekilde incelenmesini içerir. Bu yöntem, medya, edebiyat, ideoloji ve yönetim biçimlerinde eleştirel bir bakış açısıyla kullanılabilir. Baş ve Akturan (2008:25), söylem analizini konuşma ve metinler aracılığıyla ortaya çıkan anlam ürünleri ile ilgilenen kapsamlı sosyal ve kültürel araştırmalarda kullanılan bir yöntem olarak açıklamaktadır. Söylem analizi, sorunu kesin bir şekilde çözmek yerine daha kavrayıcı bir bakış açısı sunarak açıklama yolunu tercih eder. Aziz (2010:137) söylem analizini, içerik analizinin sayısal verilere odaklı daha nesnel yönteminden farklı olarak, verilerden yola çıkarak gizli anlamı yorumlamaya dayalı bir yöntem biçimi olarak değerlendirmektedir. Baş ve Akturan (2008:26) söylem analizinin amacını "kim ne söylüyor?" sorusunu araştırmak yerine, söylenen cümlenin gerçek değerini belirlemek olarak açıklamaktadır. Söylem analizi, farklı bakış açıları kullanarak söylemin içeriğini ve ifadelerini



inceleyerek konuşma ve metnin içindeki anlam değişimlerini bulmaya yönelik bir yöntem olarak ortaya çıkmaktadır. Sinemada Gerçeğin Temsili ve Örnek Film Çözümlemesi başlıklı çalışmada gerçeğin temsili aranmıştır. Çalışmaya örnek olarak seçilen San Andreas Fayı filminde konuşma ve metnin içindeki anlam değişimleri bulunmaya çözümlenmeye çalışılmıştır.

Afetler, toplumların ve devletlerin üzerinde fiziksel, sosyal, ekonomik etkilere yol açan baş edemediği büyük çaplı olaylardır. Günümüzde artan nüfus, çarpık kentleşme, siyasi çatışmalar, sanayileşmenin artması, afetlerin sayısı ve yıkıcılığını arttırmıştır. Afetlerin sebep olduğu can kayıpları, yaralanma, iş gücüne verdiği zarar, ekonomik kayıplar, v.b. yaşanan afetlerin büyüklüğü ile doğru orantılıdır. Günümüzde toplumların ve devletlerin baş edemediği afet olaylarından bir tanesi de depremlerdir. Deprem olgusu dünyanın en önemli gerçeği iken, depremlerin yol açabileceği sorunların ülkemiz ve dünya insanları tarafından bilinip bilinmediği gerçeği en önemli sorunların başında gelmektedir. Dünya ve ülkemiz insanları için çok önemli bir sorun olan deprem gerçeğinin San Andreas Fayı filminde jeolojik, sosyolojik, ekonomik, psikolojik, v.b. açılardan tam olarak gösterilmemiş olması çalışmanın en önemli sorunsalı olarak karşımıza çıkmıştır. Filmde depremin oluşu teknik açıdan başarılı bir şekilde gösterilmiştir. Ancak insanların panik, telaş, korku, heyecan, v.b. gibi insani duyguları ile, evlerini kaybeden, yakınlarını kaybeden, yaralanan ve hastalanan insanların depremin ardından kaygı, depresyon, stres, uyku bozuklukları, iş kaybı ve moral bozuklukları, v.b. gösterilmemiş olması çalışmanın en temel problemini oluşturmaktadır.

Sinemada Gerçeğin Temsili ve Örnek Film Çözümlemesi başlıklı bu çalışmada; a.  
Deprem ile ilgili sorunlar San Andreas Fayı filminde gösterilmekte midir? b.  
San Andreas Fayı filminde topluma verilmek istenen mesajlar açık, net ve anlaşılır olarak verilmekte midir? c.  
San Andreas Fayı filmi ile halkın bilgilendirilmesi, eğitilmesi, tutum ve davranış değişikliğinin yaratılması mümkün müdür? Sorularının cevapları aranmıştır. Sorulara aranan cevaplar çalışmanın amaçları olarak belirlenmiştir.

Sinemada Gerçeğin Temsili ve Örnek Film Çözümlemesi başlıklı çalışmanın evrenini, deprem ile ilgili çekilen filmler oluşturmuştur. Deprem ile ilgili filmler arasında San Andreas Fayı filmi çalışmaya amaçlı örneklem kapsamında seçilmiştir.

## **Filmin Künyesi**

**Filmin Adı:** San Andreas Fayı

**Filmin Türü:** Aksiyon, macera, drama

**Filmin Yapım Yılı:** 2015 yılı

**Filmin Süresi:** 1 saat 54 dakika

**Filmin Yönetmeni:** Brad Peyton

**Oyuncular:** Dwayne Johnson, Carla Gugino, Alexandra Daddario, Ioan Gruffdd, Archie Panjabi, Paul Giamatti, Hugo, Johnstone-Burt, Art Parkinson.

## **Filmin Özeti**

San Andreas Fayı'nın kırılması ile 9 şiddetindeki bir depremle Kaliforniya sallanır. Bir arama kurtarma pilotu olan Ray ve araları iyi olmayan eşi Emma, Los Angeles'tan San Francisco'ya, kızları Blake'i kurtarmak için yola çıkarlar. Kuzeye yaptıkları yolculuk tehlikelidir. Yolculukları boyunca yaşadıkları kötü olayların en kötüsü artık bitti diye düşünseler de her seferinde daha da kötüsü ile karşılaşır. Yolda başlarına gelen istenmeyen olaylar Ray ile Emma'nın ilişkilerini daha da kuvvetlendirir. Kızları Blake'e ulaşana kadar çok fazla deprem meydana gelir. Havada, karada, okyanusta başlarına gelen olumsuz olayların üstesinden gelerek kızları Blake'in yanına ulaşırlar. Azim, inanç, kararlılık ile izleyicilerin öldü dediği anda kızları Blake'i kurtararak yeniden aile olmayı başarırlar.



## 5. San Andreas Fayı Filminin Betimsel Analiz Yöntemine Göre Çözümlemesi

San Andreas Fayı filminin içinde, korku, telaş, panik, duygusallık, aşk, bencillik, kıskançlık, kahramanlık, çaresizlik, umut, umutsuzluk, bilime güven duygusu, tek bir potanın içinde, tek bir amacın etrafında (yaşama tutunmak-hayatta kalmak) teması özelinden sunulmuştur. Farklı ton ve karakterdeki konuların ele alınışı tek bir noktaya izleyici dikkatini yoğunlaştırarak deprem gerçeği üzerinden ele alınmıştır. Filmin içinde izleyiciler deprem ve sarsıntılar yerine zaman zaman duygusal iniş ve çıkışların yaşandığı olaylara tanıklık etmiştir. Bu tür olaylar filmin farklı bir zemine kaymasına sebep olsa da çok fazla sarsıntı ve depremin olması ile gerçek temaya kolayca dönülmüştür. Film farklı konulara ve farklı kişilere odaklanarak izleyici dikkatinin dağılacağı anlarda filmin kahramanlarına dönüşlerin yapılması ile izleyicinin dağılmak üzere olan dikkatlerinin toplanmasına yardımcı olmuştur.

San Andreas Fayı filminde görünenin yanında görünmeyen, söylenenlerin yanında söylenmeyen konular, olaylar San Andreas Fayı filminin söylem analizine göre çözümlemesinin içinde yer almaktadır.

Film ormanlık alanda yeşil bir yamaç görüntüsü ile başlar. Kameranın çevrinme hareketi ile ağaç kümesinden gökyüzüne doğru grinin tonları arasında yoğun bulut kümesi görülür. Çerçevenin sağ alt köşesinde The San Fernando Valley – 16 Miles Nort of Los Angeles yazı bindirmesi gelir görüntüye. Kamera Jipin içinde bir bayan soldan sağa doğru çevrinme hareketi ile karayoluna döner. Görüntüye beyaz renk bir jip gelir. Jipin direksiyonunda 25 yaşlarında bir bayan vardır. Bayan telefonunu alır. Gelen mesajlarına bakar. Bayanın gelen mesajını izleyicilerde okur. Gelen mesajda; İngilizce olarak, Beni öldürüyorsun? Ne oldu John'a? Yazmaktadır. Bayan tebessüm ederek yolculuğuna devam ederken direksiyon hakimiyetini kaybeder. Jip karayolundan çıkarak yamaçtan aşağıya doğru kaymaya başlar. Takla atar, uçurumun kenarında düzlükte durabilir. Kamera çok hızlı bir zoom hareketi yapar. Mevsim sonbaharın tonlarını andıran pastel renklere bürünmüştür. İzleyiciler bayanın bağırışını duyar. Görüntü değişir. Görüntüye elinde kamerası olan bir kameraman ile bir muhabir gelir. Kadın muhabir ve kameramanın helikopterin içindedir. Muhabir röportaj yapmaktadır. Helikopterin içinde muhabirin röportaj yaptığı kişiler (üç kişi, seyirci sonradan görüyor üç kişi olduklarını) arama kurtarma ekibinin elemanlarıdır. Röportaj devam ederken arama kurtarma ekibi, kaza yapan bayanın jipini görür. Dağların arasından helikopter yükselir. Kaza mahalline gelene kadar incek yer bakar. Kaza yapan bayan jipin içinden çıkmaya çalışmaktadır. Helikopterin içinde olan arama kurtarma ekibinden bir kişi merkez arama kurtarma ile iletişime geçer. Kaza yerindeki kıza yaklaştıklarını söyler. Genel merkezden kaza yapan bayanın (Natalie) olduğunu telsiz bağlantısından öğrenir izleyici. Natalie ile bağlantıyı yapan kişi arama kurtarma merkezi Şefi Ray'dir. Natalie çaresiz bir durumda panik içerisinde. Ray, Natalie'ye durumunu sorar. Natalie kendisini iyi hissetmediğini söyler. O sırada kaya parçası hareket eder. Jip hareket ettiğinde Natalie'nin bağırması duyulur. Kayıyor. Jipin kayması sırasında jipin kayma efekti duyulur. Ray, Natalie'den sakin olmasını ister. Görüntüde Natalie'nin jipi ekrana gelir. Jipin bir tarafı uçuruma doğru bakmaktadır. Jipin sağ arka tekerini takılı olduğu kaya parçasının tuttuğu görülmektedir. Kayalıklar çok dardır. Helikopterin kaza yerine girmesi zordur. Ray ve ekibi çok zor koşullarda riskli bir kurtarma işine kalkışır. Ray'in kayalıkların arasına doğru girme teşebbüsü sırasında röportajı yapan muhabir ve kameramanın paniklediği görülür. Ray ekibine kurtarma işlemine başlayacaklarını söyler. Kurtarma halatının ucuna bağlı sepet ile Natalie'yi kurtarmak isteyen Ray, hayır halat ile çekeceğiz der. Kurtarma ekibi şaşkınlık içinde Ray'e bakmaktadır. Ray; jip düşerse Natalie'de düşer der. Görüntü değişir. Helikopterin kapısı açılır. Ekip elemanlarından Robbie halata tutulu makaranın salınması ile arabanın yanına kadar gelir. Robbie kayalıklara tutulu olan arabanın arka tekerinin yanına kadar gelir. Natalie'ye seslenir; Sakin ol, jipi düzeltereğim der. Robbie kaya ile jipin arasına sıkışır. Ray halat ile aşağıya iner. Kurtarma çalışmasına katılır. Ray Natalie'yi kurtarır. Robbie jipe bağlı olan halatı keser. Jipin arka tekerini tutan halat kopunca jip uçurumdan aşağı düşer. Robbie'de kurtulur. Arama kurtarma ekibi, muhabir, kameraman ve Natalie mutludur. Filmin ilk dakikalarında izleyiciler arama kurtarma ekibinin önemli işlerde görev alacaklarını (Yapılan röportaj) anlamışlardır. Filmin bu sahnesindeki gösterilenler ile konuşulanlar arasındaki anlamlandırmada gördüklerimizin ve duyduklarımızın bize işaret ettiği arama kurtarma ekibi ile gazeteci ve muhabirin kamu yararına yaptıkları işler. Ayrıca muhabir ve kameramanın röportaj yapmak için



helikopteri tercih etmesi filmin içindeki önemli bir gösterge olarak değerlendirilebilir. Filmin ilerleyen sahnelerinde gazeteci ve kameramanın üstlenecekleri sorumluluğu görmek adına bu gösterge önemlidir. Görüntü değişir. Kuşbakışı yapılan çekimde Kaliforniya Teknoloji Enstitüsü ekrana gelir. Kamera çevrinme yapar. Karanlık olan bir ortamı bilgisayarların ekranlarından gelen ışıklar aydınlatmaktadır. Bir erkek sesi (Filmde bir iki dakika sonra Prof. Dr. Lawrence olduğunu öğreneceğimiz hoca); Japonya'da meydana gelen Sendai depremi 1900 yılından günümüze dünyanın gördüğü en güçlü beşinci depremi. Öyle kuvvetliydi ki Japonya'nın ana adasını iki buçuk metre oynatmıştı. Ve Sendai'de ki deprem her yıl yeryüzünde gerçekleşen bir nokta üç milyon depremden sadece biri. Kuzey Amerika'da kaydedilen en büyük depreme Alaska'da meydana gelen dokuz nokta bir şiddetindeki deprem. Bu deprem tam beş dakika sürdü, der. Hoca sunumunu gerçekleştirirken projeksiyon cihazından yansıyan deprem görüntüleri yaşanan depremlerin ne kadar büyük, meydana gelen hasarların ne kadar tarif edilemez olduğu hakkında izleyicilere önemli bilgiler vermektedir. Hoca konuşmasına devam etmektedir. Hoca; Ayrıca açığa çıkan enerji Hiroşima'ya atılan atom bombasının neredeyse on milyon katına eş değerd. Üstelik kaydedilen en büyük deprem bu değildi. En büyüğü dört yıl önce Güney Şili sahilinde Valdivia bölgesinde yaşanan dokuz buçuk rihterlik depremdi. Tam merkez üssü der, haritada görüntüye Valdivia bölgesi gelir. On bir dakikalık bu depreme on üç bin kilometre uzaktaki Hawaii Hilo'yu vuran yirmi iki metrelik tsunami oluştu. On üç bi kilometre mesafe. Pekala der. Bilgisayarının yanındaki elektrik düğmesine basar ve ışıklar yanar. Sunum yapılan yerin bir anfi oduğu görülür. Kamera zoom out yaparak, çevrinme hareketi ile birlikte anfide bulunan öğrencileri gösterir. Hoca konuşmasına devam eder; Burada meydana gelen hasar o kadar büyük boyuttayken bu araştırmanında önemi artıyor. Çünkü bu olayları öngörmek bizim görevimiz. Değil mi? Hazırlıklı olmak gerekiyor. O sırada, kamera anfide bulunan öğrencilere döner. Bir kız öğrenci soru sorar. Profesör, öğrenciye evet buyurun der.

Öğrenci; Profesör Lawrence, bu ölçekte bir olay burada yaşanabilir mi? Diye sorar.

Profesör; San Andreas fayı Kaliforniya'nın tam ortasından geçiyor. Sürekli hareket eden iki tektonik plakanın kesiştiği yerdeyiz. Her yüz elli yılda bir bu olayın yaşanacağı bir gerçek. Ayrıca artık yüz yılı geçtik. Yani burda asıl soru kalan zaman.

Burada gösterilenlerin işaret edip, Dr. Lawrence'ın söyledikleri dünyada meydana gelmiş bugüne kadar ki depremlerin büyüklüğüne yapılan atıftır.

Görüntü değişir. Görüntüde Lawrence'ın posta kutusundan aldığı mektuplar vardır. Mektuplardan bir tanesi de boşanma evraklarıdır. Eve giren Ray evrakları karıştırırken eşi ve kızı ile çekilmiş eski fotoğrafları görür. Ve duygulanır.

Hızlı bir geçiş ile Lawrence'ın çalışma odasını görür izleyici. Lawrence'ın odasına genç Tim laptopu ile girer. Lawrence sana bir şey göstereceğim der. Lawrence ne olmuş? Diye sorar. Tim Fallon Nevada'da nadir görülen sismik hareketin olduğunu yirmi üç sarsıntının meydana geldiğini hepsinin küçük iki ila iki nokta altı arası ve hepsinin son yirmi dört saat içinde olduğunu söyleyerek odadan ayrılır. O anda depreme ilişkin somut verilerin alındığı ilk sahneyi izleyiciler görmüştür.

Dağlık kayalıklar arasında kameranın çevrinme hareketi ile bir baraj gelir görüntüye. Çerçevenin sağ alt köşesinde Hoover barajı, Clark County Nevada yazı bindirmesi vardır. Lawrence ve çalışma arkadaşları sismik hareketleri gözlemlemek ve modelleme almak için geldikleri yerde çok mutlu görünmektedirler. Ölçüm yaparlar. İki nokta iki, rihter ölçekli bir ölçüm. Titreşimin artması ile bir sarsıntı başlar. Tim barajın en alt katındadır. Tim; Lawrence büyük bir sarsıntı olacak der. Lawrence'ın önünde bir monitör vardır. Deprem başlar. Lawrence'ın önünde bir monitör vardır. Monitöre bakan Lawrence sarsıntının şiddeti yedi nokta bire çıktı der. Lawrence; Tim çık oradan diyerek bağırma başlar. Barajın üstündeki bentte yüzlerce kişi vardır. Lawrence onlara dönerek; çabuk buradan kaçın diye bağırma başlar. Barajın üstündeki bentin ve köprünün duvarları çatlamaya, insanlar koşmaya başlar. Tim ölçüm için girdiği barajın alt katından yukarıya çıkmaya çalışır. Yukarı çıkacağı sırada ağlayan bir çocuk görür. Tim çocuğu kucağını alır. Koşmaya çalışır. Köprünün devasa ayakları ve kolonlar çatlamaya başlar. Tim'in kucağındaki çocuk yere düşer. Yol çöker. Tim çöken yolun ortasında kalır. Köprünün ayaklarının temel malzemesi olan demirler çimento ve harcından ayrılarak dağılmaya başlar. Bütün her şey un ufak olur. Tim'in ayağına kopan demir parçalarından birisi batar. Köprünün yan kısımlarında olan korkuluklar, kolonlar kopar, baraj sularına düşer. Lawrence az önce yere düşen çocuğu alır. Ve Tim 'e doğru yönelecekken, Tim hayır gözlerini kapat





der, o anda baraj bir anda sular altında kalır. Yüzlerce araç, insan, köprü'nün altındaki baraj sularına gömülür. Görüntülerden, konuşmalardan, bağış ve yükselen seslerden insanoğlunun o andaki çaresizliği çok net olarak görülmektedir.

Hızlı bir geçiş ile görüntü değişir. Pikabına binen şef Ray, pikabın radyosunu açar. Radyoda haberler vardır. Ray Nevada'da ki büyük deprem haberini dinleyerek yola çıkar. Ray, eşi Emma'nın arkadaşı Daniel'in evine kızı Blake'in bisikletini bırakmaya gelir. Ray'i kızı Blake, eşi Emma ve eşinin arkadaşı Daniel karşılar. Ray bisikleti bırakır. Ray Daniel'in evinden ayrılarak arama kurtarma merkezine gelir. Televizyon açıktır. Televizyonda deprem haberi vardır.

Görüntüye Blake ve Daniel gelir. Uçakta birlikte yolculuk yapmaktadırlar. Uçak Oakland Municipal havaalanına iniş yapar. İzleyiciler kuşbakışı çekimden Sanfransisco'yu görürler. Kameranın çevrinme hareketi ile çok yüksek katlı binalar, okyanusun maviliği, gemiler, görüntüde yer alır. Görüntü değişir. Lawrence'ın odası ekrana gelir. Lawrence'ın odasına genç bir bayan girer. Lawrence'a gazetecilerin geldiğini söyler. Lawrence gazeteciler ile röportaja başlar. Bayan gazeteci (İsmi sonradan öğrendiğimiz Serena); Nevada'da olanları neden öngöremedik? Diye sorar. Lawrence: Çünkü fay hattı olduğunu bilmiyorduk. Bilim insanları her şeyi bilmez. Serena: Depremi bilim insanlarının bir gün önceden bileceğini belirtmişsiniz. Lawrence soruya cevap vermeye başladığı anda içeriye Alex girer. Alex: konuşabilir miyiz? der. San Andreas fayı ile ilgili elimizde sismik hareketlerin olduğu raporlar var diyerek konuşmaya başlar. Alex, Sanfransisko'da görülen sismik hareketten bahseder. Bu hattın Nevada'da görülenden yirmi kat daha büyük olduğundan söz eder. Lawrence ve Alex ellerindeki sismik hareketleri gösteren raporlara bakarlar. Lawrence heyecanlanır ve telaşa kapılır. Gazeteci Serena ve kameraman ne olduğunu anlamaya çalışırlar. Kamera kayda girer. Lawrence tahtada olayın bilimsel yönünü izah ederken, San Andreas fayı hakkında açıklamalarda bulunur. Göstergelerin işaret ettiği gösterenler üzerinden görülmesi gerekenler nelerdir? Sarsıntıların ve depremlerin, fay hattının olduğu yerlerde hayatın gerçeği olduğunu unutmamak gerekir. Bunun içinde bilime, bilim insanına kulak vermek gerekmektedir. Bunu filmin ilerleyen bölümlerinde Dr. Lawrence ve ekibinin yaptığı modelleme çalışmasında ve ardından meydana gelen depremde görmek mümkündür.

Başka bir sahnede Blake Daniel'in iş yerinde Daniel'i beklemektedir. Blake, Ben ve Ollie ile tanışır. Hızlı bir geçiş ile görüntü değişir. Emma Losangeles'ta lüks bir restoranda bir bayanla yemektedir. Ray telefonla Emma'yı arar. Telefon görüşmesi sırasında deprem meydana gelir. Deprem sırasında masaların üzerindeki çatal, bıçak, kaşık, bardaklar v.b. sallanmaya başlar. Deprem başlamıştır. Emma masalara bakarken bir an ne olduğunu anlayamaz. Konuşma kesilir. Ray Emma'ya ne oldu? Diye sorar. Emma: burada deprem oluyor der. Helikopterden konuşan Ray aşağıya bakar. Kuşbakışı gördüğü bölgede yolların yıkılmaya başladığını görür. Ray Emma'ya neredesin diye sorar. Emma cevap verir. Ray Emma'ya diğer insanları da yanına al. Çatıya çık, seni almaya geliyorum der.

Görüntüye Lawrence'ın ofisi gelir. Lawrence'ın bilgisayar ekranındaki sismik hareketler hızlanmıştı. Bir sarsıntı meydana gelir. Odanın içinde bulunan beş kişide masaların altına girerler. Masanın altında Alex elindeki tableti Lawrence'a uzatır. Alex rihter ölçeğine göre depremin altıbuçuktan sekizbuçuğa çıktığını söyler. Serena bunun anlamını sorar. Lawrence yani on gücünde der. Lawrence'ın ekibinde görevli bir bayan San Andreas fayının tamamının harekete geçmiş olduğunu ve Sanfransisko'ya doğru devam ettiğini söyleyip laptopunu Lawrence'a doğru çevirir. Lawrence başlangıca göre depremin şiddetinin tam yüz kat daha fazla olduğunu söyler.

Gösterilen konular, anlatılan olaylar, yaşananlar insanoğlunun istemediği bir yerküreyi anlatmaktadır. Ancak bunlar yaşanan ve yaşanacak olaylardır. Deprem gerçeğini bilerek, tedbirini alarak yaşamak önemlidir.

Ben iş görüşmesi için geldiği Daniel'in iş yerinde iş görüşmesine gitmiştir. Blake Daniel'in gelmesi ile Ollie'den ayrılır. Ayrılırken Ollie'ye cep numarasını verir. Daniel ve Blake iş yerinin otoparkına inerler. Arabaya binip araba hareket ettiğinde arabanın ön camına sert bir cisim gelir. Ne olduğunu anlayamazlar. Daniel şoförüne hızlan der. Arabanın ön camı çatlamıştır. Ortada hiç kimse yoktur. Otoparktaki bütün araçların dörtleri ve sinyal lambaları yanıp sönmeye başlamıştır. Black Daniel'a dönerek, deprem oluyor der. Daniel şoförüne seslenir. Haydi, haydi çıkar bizi buradan. Otoparkın içindeki insanlar sağa sola koşuşturmaktadırlar. Daniel şoförüne devam diye bağırır. Otoparkın tavanından sıvalar dökülmeye başlar.

Çatıdan bir sıva parçası Daniel'in arabasının üzerine düşer. Daniel'in arabası tam otoparktan çıkarken önlerindeki yol ikiye ayrılır. Black ve Daniel şaşkıncıdır, çaresizdir. Ne yapacaklarını bilememektedirler. Black arka koltukta oturmaktadır. Black'in ayakları oturduğu yer ile koltuğun arasına sıkışmıştır. Deprem sırasında arabanın ön kısmı duvarın içerisine girmiş, üst kısmına molozlar, harç, sıva dökülmüştür. Daniel yardım çağıracağı diye ayrılır. Giderken Black'e hemen döneceğini söyler. Black; beni yalnız bırakma diye bağırır. Daniel otoparkın üst katına çıkar. Herkes panik içinde dışarı çıkmaya çalışmaktadır. Daniel güvenlik elemanına oto parkta yardım bekleyen bir kişinin olduğunu söyler. O sırada binanın çatısı düşer. Kargaşanın arasında iş görüşmesine gelen Ben; otoparkta yardım bekleyen kişinin Black olduğunu anlar. Görüntülerin anlattığı, simgelerin gösterdiği, Daniel'in tutum ve davranışları (Daniel özelinden) bazı insanların güvenilmez olduğunu ve bencilliğini gözler önüne sermektedir. Oysa ki insanoğlunun yardıma en çok ihtiyaç duyduğu an tam da o andır. Deprem ve depremin hemen sonrası.

Görüntüye helikopter gelir. Helikopterin penceresinden dışarıyı gören kamera binalardan çıkan duman ve ateşi çekmeye devam eder. Helikopterde olan Ray, çok yüksek binaların çöktüğünü hayretle izlemektedir. Emma'nın bulunduğu binaya doğru bakan Ray; Aman Tanrım der. İnsanlar panik içinde sağa, sola, yukarıya, aşağıya, kuzeye, güneye, doğuya, batıya nereye gideceğini bilemeden koşuşturmaktalardır. Görüntüye Emma gelir. Emma kapıyı açar. Kaçan, koşan, çaresizlik içindeki insanları görür. Emma'nın kaçmak istediği tarafta betonlar, molozlar çatıdan aşağıya düşmektedir. Herkes birbiriyle yardımlaşarak birlikte hareket etmeye çalışmaktadır. Emma buldukları binanın çatı katına gelir. Çatı katında hemen yan tarafta yan yatan, yıkılan, çöken binaları görür. Toz, toprak, moloz, duman görüntüleri bağırsık, çağrış, haykırış sesleri arasında yükselmektedir. Emma şaşkınlık içinde diğer binalarda olanları izlerken bulunduğu binanın zemini çöker. Emma bir alt kata düşer. Emma'nın düştüğü yerde bir sıvı akıntısı vardır. Emma düştüğü yerden doğrularak en yüksek noktaya çıkar. Ray helikopter ile Emma'nın bulunduğu yere ulaşır. Ray Emma'nın bulunduğu yere doğru gelirken yangın çıkar, patlama olur. Emma en tepede yıkıntı ve harabenin arasında kalır. Ray Emma'ya ulaşmak için çok çabalar. Ray helikoptere bağlı olan sedyeyi Emma'ya doğru sarkıtır. Ancak patlamalar devam etmektedir. Emma'nın sedyeye ulaştığı anlarda meydana gelen sarsıntı ve patlamalar sedyeye binmesine engel olur. Patlama, yıkıntı, harabe, duman, hengame, korku, panik, telaş, kaos arasında Ray Emma'yı kurtarır. Ray Emma'nın elinde tutar. Ray ve Emma derin soluk alırlar. Görüntü değişir. Otoparktaki aracın içinde yalnız, acı çeken, korku içindeki Blake'in imdat çığlığı duyulur. Karanlığın içinde sadece bir kırmızı nokta görünmektedir. Blake; biri yardım etsin diye bağırılmaktadır. Blake arabanın içinde çantasından cep telefonunu bulup babasını arar. Ray kızının baba yardım et çağrısını duyar. Ray; Blake sorun ne diye sorar. Blake, büyük bir deprem olduğunu söyler. O sırada telefon görüşmesi kesilir. Emma kızı için Ray'e ne yapabileceklerini sorar. Ray depremler devam ederken, yerin üstündeki insanların yardıma ihtiyacı olduğunu, bu yüzden hiç kimsenin yerin altına inip Blake'e yardım edemeyeceğini söyler. Blake'in bulunduğu otoparkta deprem devam etmektedir. Blake çaresizdir. İzleyici Blake'in üzüntüsüne ortak olur. Blake'in imdat, yardım edin diye bağırdığı sırada Ben ve kardeşi girer otoparka. Ben koşarak gelir Blake'in yanına. Ben arabanın üstüne çöken kolonu demir bir çubukla kaldırıp, Blake'in ayağındaki ağırlığı kaldırmak ister. Ben demir çubuğu arabanın altına sokarak molozları almak istediği sırada Ben'in üzerine doğru molozlar kaymaya başlar. Başarılı olamayan Ben arabanın bagaj kapağının üstündeki moloz ve çöken enkazı elleriyle temizler. Bagajın kapağını açar. Bagajdan krikoyu alır. Krikoyu arabanın arka tekere yakın kısmına takar. Krikoyu kaldırır. Ben araba hareket etmek üzereyken lastikleri patlatıp arabanın kaymasına engel olur. Ben Blake'i kurtarır. Arabanın içerisinden çıkarır. Deprem yeniden başlar. Blake Ben'e Daniel'in kendisini bırakıp gittiğini söyleyip, inanmıyorum!.. Pisiğe bak, der. Blake, Ben ve kardeşine, aileme telefon açıp, iyi olduğumu söylemeliyim der. Ben cep telefonlarının çalışmadığını söyler. Burada görüntülerin söylediği, konuşmaların anlattıkları deprem meydana geldiği anda ve hemen sonrasındaki çaresizlik, umutsuzluk, yardım talepleridir. Dünyada Daniel benzeri kötü ve bencil insanlar olabileceği gibi Ben'e benzer iyi ve yardım sever insanların da var olduğuna yapılan vurgudur.

Hızlı bir geçiş ile görüntü değişir. Lawrence'ın çalışma odasını görür izleyici. Alex Lawrence'a sismik ölçüm raporlarını verir. Biraz önceki dokuz nokta bir idi der ve raporu Lawrence'a verir. O sırada Lawrence'ın bayan asistanı gelip Lawrence'ı bilgisayarındaki titreşimlerdeki değişimi görmesi için kendi odasına çağırır. Deprem öncesi titreşimler ile deprem sırasındaki titreşimleri gösterir. Ölçümler benzerdir.



Bayan asistan; deprem kırılma yaratmamış der. Norean bunun kötü bir şey olduğunu söyler. Lawrence deprem hattı boyunca bütün izleme raporlarını ister. Gazeteci Serena'ya depremin devam ettiğini söyler. Lawrence, Serena'ya hemen bir canlı yayıp halkı uyardıkları gerektiğini söyler. Blake, Ben ve kardeşi elektronik malzemeleri satan boş bir dükkana girerler. Çevirmeli eski bir telefon ararlar. Ollie aradıkları türden bir telefonu bulur.

Görüntü değişir. Ray'ın telefonu çalar. Ray'i arayan Blake'dir. Blake iyi olduğunu söyler. Annesi ile konuşur. Çok mutlu olur. Emma kızı Blake'in sesini duyduğu için çok mutlu olur. Emma Blake'e Daniel'i sorar. Blake; Daniel'in kendisini bırakıp gittiğini söyler. Ray Blake'e yüksek bir yere çıkıp kendilerini beklemesini söyler. Emma Daniel'e telefon açar. Daniel'in telefonu kapalıdır. Emma telefonun telesekreterine; Eğer ölmediysen seni ben öldüreceğim diyerek mesaj bırakır. Bu not Ray'in hoşuna gider. İzleyiciler Daniel'i üstü perişan, ayakkabısının birisi olmayan, çorabı delinmiş bir halde görürler. Helikopterin içinde Emma ve Ray'in konuşmalarına şahit olur izleyiciler. Eşler eski günleri anmaya ve konuşmaya başlarlar. Sanfransisko'da yaptıkları tatil akıllarına gelir. Helikopter havada Sanfransisko'ya 90 kilometre mesafede arıza yapar. Helikopteri bir mağazanın içerisine girerek, çarparak durdurabilirler. Mağazada kimse olmadığı için olumsuz bir şey olmamıştır. Her ikisi de hafif sıyrıklarla kurtulurlar. Görüntü değişir. Ray ve Emma sokaktaki kalabalığın arasına girerler. Halk ne yapacağını bilemeden çaresizce dolaşmaktadır. Ray kalabalığın arasında bir pikap çalar. Ve yola çıkarlar. Gösterilenler ne anlatmaktadır? Daniel'in perişan hali deprem anında paranın alım gücünün olmadığını, herkesin başının çaresine baktığını gösterir niteliktedir. Ayrıca Ray'in çalmış olduğu pikap gene izleyiciye çok şey anlatmaktadır. Ray pikabı çalarken eğer ki kurtarmak zorunda olduğunuz bir yakınınız varsa her türlü riski, zorluğu göze alarak hedefe ulaşmak için mücadele edileceğini göstermektedir.

Dr. Lawrence'ın gazeteci Serena birlikte canlı yayına katıldığını görür izleyiciler. Serena, Dr. Lorean ve çalışma arkadaşı Alex'in depremleri öngörebilen bir model ortaya çıkardıklarını ama onları kimsenin dinlemediğini söyler. Artık zamanı, Serena söz sizde Dr. Lawrence der. Dr. Lawrence; bütün yaşananları sismografik açıdan ele alırsak bu yaşananlara deprem akımı diyoruz. Kısacası Kaliforniya'nı tektonik tabakası tamamı ile oynadı. Gördüğümüz kadarı ile Losangeles'ta yaşanan bu deprem Sanfransisko'yu bile etkiledi. Sarsıntılar hala devam ettiğini bilmemiz gerek, der. Ayrıca artçı sarsıntılardan söz etmiyorum. Sanfransisko bir daha sallanacak. Ve bu sefer ki daha şiddetli olacak. Modelimize göre beklenti dokuz buçuk ve üstü. Öyle büyük olacak ki merkez üssü Kaliforniya olsa dahi bu doğu yakasında da hissedilecek. Bunu Sanfransisko'lulara nasıl anlata bilirim? Bilmiyorum. Buradan kaçmanız gerekiyor. Hem de hemen. Mümkün değilse elinizden geldiğince tedbirli olun, kendinizi koruyun. Ve bekleyin. Çünkü hayatlarınız buna bağlı. Tanrı sizi korusun, der. Emma ve Ray Sanfransisko'ya doğru yolculuklarına devam ederken olumsuz bir durumla karşılaşılır. Losangeles'tan itibaren Sanfransisko'ya doğru deprem her yeri yıkmıştır. Yola devam ederken yolun çöktüğünü gören Emma ve Ray durmak zorunda kalır. Kamera kuşbakışı bir çevrinme hareketi ile yıkımın boyutunu, depremin büyüklüğünü göstermektedir. Ray Emma'ya bu depremin San Andreas fay hattı olduğunu söyler. Emma ve Ray yaşlı bir çift ile tanışır. Yaşlı çiftin arabası arıza yapmıştır. Yaşlı çift ne yapacağını bilememektedir. Ray yaşlı beye; şapkasını nereden aldığını sorar. Şapkanın üstünde Burdge Havacılık Grubu yazmaktadır. Yaşlı çift Emma ve Ray'i Burdge Havacılık merkezine götürür. Orada küçük bir yolcu uçağına Ray'in benzin doldurduğunu görür izleyici. Yaşlı çift Ray'in çaldığı arabaya binerek bölgeden ayrılırlar. Ray ve Emma uçakla yola çıkarlar. Ray'in üstlenmiş olduğu sorumluluklar ve baba rolü altından kolayca kalkılamayacak işlere kalkışmasına neden olmaktadır. Pikap çalan Ray'in bir havacılık grubunun uçağını hiç kimseye danışmadan alıp yola devam etmesi, deprem zamanlarında her yerde yaşanan benzer durumların (gasp, çalma, izinsiz kullanma, v.b) yaşanabileceğini gösterir niteliktedir.

Blake, Ben ve Ollie yollarına devam ederken terkedilmiş bir itfaiye aracı görürler. Black, Ben ve Ollie'ye itfaiye aracını kontrol edelim, işimize yarayacak bir şey bulabiliriz der. Ve bir telsiz bulurlar (Bu telsiz ilerleyen saatlerde işlerine çok yarayacaktır). Blake, Ben ve Ollie'ye B planını devreye koymaları gerektiğini söyler. B planını devreye koyarak herkesin gittiği yönün tersine yürümeye başlarlar. Ray ve Emma şehrin tepesinde endişeli ve tedirgin biçimde uçmaya devam etmektedir. Ray uçağın yakıtının bitmek üzere olduğunu o nedenle paraşütle atlamak zorunda olduklarını söyler. Ray; eğer paraşütle



atlamazlarsa diğer türlü okyanusun ortasına düşeceklerini söyler. Emma zorda olsa ikna olur. İkisi de tek bir paraşütle atlarlar. Güvenilir bir yer olan stadyuma iniş yaparlar.

Gazeteci Serena ekranda görünür. Serena; Dr. Lawrence'ın uyarısından sonra havaalanı kilitlendi. Sanfransisco tahliye edilmeye başlandı, dediği sırada yolcu teknesi görüntüye gelir. Deprem araştırma merkezinde farklı televizyon kanalları izlenmektedir. Dr. Lawrence ve ekibi haberlere bakarken bir sarsıntı daha meydana gelir. Lawrence Serena'ya bu sarsıntı uzun sürmeyecektir, ama Sanfransisko'lular için dua edelim der. Blake, Ben ve Ollie yollarına devam etmektedirler. Geçtikleri sokaklardan birinde elektrik direkleri yıkılmaya başlar. Binalar çöker. Binalardan birisi Ben'in bir metre uzağına çöker. Yaşanan tam bir felakettir. Yıkılan, çöken binalar arasında kaçan, koşuşan çaresiz insanları görür izleyiciler. Kesme ile geçiş yapan görüntüye Sanfransisko köprüsü gelir. Köprü yıkılmaya başlar. Görüntüye Emma ve Ray gelir. Stadyumun çevresinde insanlara yardım etmektedirler. Stadyum civarındaki binalar çökmeye, elektrik direkleri yıkılmaya başlar. Toz, toprak, duman arasında yaşanan kaos tam bir felaketin tasviri gibidir. Yanan, yıkılan, moloz yığınları arasında kalan insanlar çaresizdir. Ray'in yardımı, deprem sırasında yaşanan yardımlaşmaya, dayanışmaya, ihtiyacı olana elini uzatmaya yapılan atıftır. Ayrıca Ray üzerinden gösterilen toplumsal yapıda Ray gibi insanların var olduğunu, toplumun bu insanlar sayesinde yaralarını sarabileceğini simgeler niteliktedir.

Görüntü değişir. Ben'in ayağına saplanan demir parçası yürümesine engel olmaktadır. Blake Ben'in ayağındaki demir parçasını çıkarıp kendisinin giymiş olduğu hırka ile sıkıca bağlar. Görüntüye Lawrence gelir. Lawrence depremin şiddetinin dokuz nokta altı olduğunu söyler. Emma ve Ray değişen görüntüde sürat teknesine binerler. Blake'in bulunduğu bölgeye doğru geldiklerinde hayrete düşerler. Blake'in buluşma için tarif ettiği yerde hiç sağlam bina kalmamıştır. Bu sırada Ray kızları Blake'in B planının olabileceğini söyler. Blake elindeki telsizden meteorolojinin tsunami uyarısı yaptığını duyar. Sarsıntı ve deprem korkusunun üstüne tsunami korkusu eklenir. Blake, Ben ve Ollie yollarına devam ederler. Bu sırada Blake'in bulunduğu bölgeye gelen Emma ve Ray okyanusun içinde sürat teknesinde dalgalar ile mücadele etmeye başlar. Dalgalar ile mücadele ederken yük gemisinin pervanesine çarparlar. Tusunaminin etkisiyle yük gemisi alabora olup, az ilerideki köprünün ortasına çarparak batar. Köprü yıkılarak, okyanusun sularına gömülür. Daniel köprünün üzerinde aksayarak yürürken köprü çöker. Olanları şaşkınlık ve üzüntüyle izleyen yaşlı çift birbirlerine sarılarak ağlamaya başlar. Şehrin içine kadar giren tsunami binaları yıkmaya, önüne aldığı her şeyi sürüklemeye ve uçurmaya başlar. Bütün yüksek binaları yıkmaya devam eder. Şehrin iç kısımlarına doğru izleyiciler yıkık binalar, harabeye dönmüş bir yerleşim yeri, dumanlar arasında nefes almaya çalışan insanları görür. Tusunaminin deprem ile birlikte ortaya çıkardığı felaketin boyutu, insanların çaresizliğini, umutsuzluğunu anlatır niteliktedir.

Görüntü değişir. Kendilerine güvenli bir yer bulduğunu düşünen Blake, Ben ve kardeşi yüksek bir binanın üst katlarından bir yere çıkarlar. Blake Ben'in ayağına bakım yaparken Ollie su bakmaya gider. Yerden tavana kadar cam olan bir odanın önüne geldiğinde dışarıda insanlar var diye bağırır. Buldukları yeri su basmaya başlar. Odanın içerisinde yüzerek yüksek bir yer ararlar. O sırada camın önüne gelen Blake anne ve babasını görür. Anne ve baba diye bağırılmaya başlar. Anne ve baba (Emma ile Ray) kızlarını görür. Çok mutlu olurlar. Tam Blake'e ulaştık diye düşündükleri sırada bir deprem meydana gelir. Bina yıkılır. Blake, Ben ve kardeşi o odadan hızla çıkarak bir üst kata çıkarlar. Ray binanın içine girmeye karar verir. Ray Emma'ya dönerek; Sana söz veriyorum, kızımızı getireceğim der. Blake, Ben ve kardeşinin bulunduğu katı su basar. Blake suların altında kalır. Elindeki fener yardımıyla sıkışıp kaldığı odadan yüzerek kurtulmaya çalışmaktadır. Ben ve kardeşi ise odanın içinde korkuluk benzer bir yere tutunurlar. Ray binanın içine yüzerek girer. Bina yıkılmaya, bazı kısımlar çökmeye devam etmektedir. Ben ve kardeşi o sırada suyun odanın içinde yükselmesi ile ayrı yerlere savrulurlar. Blake'in artık dayanacak dermanı kalmamıştır. Yorgunluktan bayılır. Blake'in elindeki fener düşer. Ray suların altında ayrı bir odada baygın haldeki kızını bulur. Kapıya kırarak kızının Ray kızını alır. Yukarıya çıkartır. Emma Ollie'nin camı kırmaya çalıştığını görür. Surat motorunu hızla Camlı bölmenin olduğu istikamete doğru sürer. Emma içeri girip Blake'i alarak dışarı çıkartır. Ray, Emma, Blake, Ben ve kardeşi dışarıya çıkmayı başarırlar. Dışarı çıktıklarında hepsinin mutlu oldukları görülür.

Görüntüye deprem araştırma merkezi gelir. Televizyon kanalları deprem haberlerini vermeye devam etmektedir. Haberde şehrin sular altında kaldığı, şehre elektrik verilemediği bildirilmektedir. Bu sırada



Serena'nın Dr. Lawrence'a çok iyiydin dediği görülür. Haberlerden iyi haberler duyulmaya başlar. Suyun altından ve enkazdan kurtarılan insan görüntüleri tüm izleyicilere moral vermeye devam etmektedir. Deprem etkisini kaybettikten sonra, halkın normal hayata dönmeye başladığı görülür. Gündelik hayatın akışında insanların birlik içinde, dayanışma ile eski hayatlarına dönmeye başladığını gelen haberlerden öğrenen Serena bunu Dr. Lawrence ile paylaşır. Serena'nın verdiği; iyiydin Lawrence mesajı, değerlidir. Dr. Lawrence'ın depremin olacağına dair halka verdiği mesaj ve halkın ne yapması gerektiğini söylemesi aslında arama kurtarma ekibinin çalışması kadar kıymetlidir. Felaket gelmeden felakete karşı halkı uyarıp, deprem gelmeden deprem öncesi yapılacakları söylemesi filmin içindeki en kıymetli mesaj olarak değerlendirilebilir. Görüntü değişir. Devlet kurumları ve sivil toplum örgütlerinin halk ile birlikte yaptığı çalışmalar ekrana gelir. Görüntüde, sağlıkçılar, askerler, yemek dağıtanlar, yardım malzemesi dağıtanlar vardır. Halk ile birlikte hareket eden kişi ve kuruluşlar koordineli bir şekilde çalışmaktadır. Emma, Blake, Ray, Ben ve Ollie görüntüye gelir. Ray ve Emma; Ben ve Ollie'ye teşekkür ederler. Ray, Blake'i yalnız bırakmadınız der. Ben; sanırım bizi Blake yalnız bırakmadı der. Kameranın zoom out ve çevrinme hareketi izleyicilerin genel atmosferi görmesine fırsat verir. Köyler, kasabalar, şehirler haritadan silinmiş, yıkılmış, koskoca ülke büyük bir travma yaşamış ve yaşamaya da devam etmektedir. Deprem anında ve sonrasında insanlar ölmüş, yaralanmış, evsiz kalmış, işsiz kalmış, eşini, dostunu, ailesini, sevdiklerini kaybetmiştir. Ancak hayat devam etmektedir. Blake, Ray, Emma, Ben ve kardeşi okyanus kenarındaki köprünün yanında kurulmuş olan çadırlara yakın bir noktada sohbet etmektedirler. Okyanusun kıyı kısmına yakın noktada tekneler, botlar hareket halindedir. Okyanusun üstünde kırmızı renkteki helikopterler ise uçmaya, çalışmaya, yardım götürmeye devam etmektedir. Bu sırada bir sessizlik oluşur. Sessizliğin olduğu yerde kameraya Amerikan bayrağı girer. Tam o sırada Emma sorar. Ya şimdi? Ray; tekrar inşa edeceğiz cevabını verir. O sırada Emma, Ray, Blake, Ben ve kardeşinin bulunduğu noktadan kamera zoom out yapar. Kesme ile görüntüye Amerika'nın haritası gelir. Filmin titrağı akmaya başlar. Film deprem ile sarsılan Amerika'nın insan gücü ile nasıl inşa edileceğine dair bir söz ile son bulur.

Filmin içinde görülen kadar görülmeyen anlamlar ne şekilde kurgulanmıştır? Filmde deprem olana kadar ki süreçte görülen mutlu, huzurlu, refah seviyesi yüksek, herkesin işinin olduğu, otomobillerin çok ve lüks olduğu, geniş, müreffeh bir toplum profili çizilmektedir. Yolları geniş, evleri büyük, yeşili çok, mavisi temiz, yüksek katlı ve akıllı binalarının çok fazla olduğu, herkesin görev ve sorumluluklarını kurallara göre yerine getirdiği zengin, yaşam standardı yüksek bir toplum betimlemesi yapılabilir. Ancak dünyanın en zengin ülkesi de olsan, en gelişmiş toplumu da olsan, dünyanın en ferah devleti de olsan afet geldiği zaman insanlarda, toplumlarda, ülkelerde, devletlerde bir yere kadar olayları, olabilecekleri, yaşanan olumsuzlukları koordine edebilmekte çaresizce olayların soğumasını, beklemektedir. Bu neyi anlatmaktadır? Afetler karşısında insanların ve toplumların bir yere kadar çözüm üretebildiğini, bir noktadan sonra afet anındaki çaresizliğini anlatmaktadır. Bu durum San Andreas Fayı filmi özelinde görülmektedir.

Filmde yaratılan bir kahraman (Ray) özelinde olaylar çözüme kavuşturulmaya çalışılmaktadır. Ray; İyi baba, iyi eş, işini iyi yapan bir kurtarma ekibi şefi, yardım sever bir insan, pikap, uçak, helikopter, sürat motoru kullanabilen, havada, karada, denizde her yerde, her zaman, her ortamda başarının simgesi bir kişi olarak resmedilmiştir. Ray bir kahraman mıdır? Hayır. Filmin içerisinde yaratılan bir kahraman ile tüm sorunların üstesinden gelinecekmiş gibi bir algının yaratılması filmin en büyük kırılma noktalarından birini oluşturmaktadır. Oysaki filmde çatlayan, yıkılan, çöken binalar, kamu kurumları, stadyumlar, köprüler, barajlar, evler, iş yerleri, alışveriş merkezleri, dükkanlar, v.b. çoktur. En büyük yıkım can kayıplarında, yaralanan insanlarda görülmüştür. Ölenlerin ardından yakınlarının tuttuğu yas kadar, yaralıların toparlanması, hayata yeniden tutunması zordur. Filmdeki en büyük yıkım insanların yaşadığı travmalardır. Ray'in kahramanlığı kadar insanların yaşadığı travmalar, tutmaları gereken yaslar, yaşadıkları acılar gösterilebilirmiş. Çünkü deprem anında insanların yaşadıkları izdiham, panik, telaş, korku, çaresizlik, umutsuzluk, v.b hisler ve duygular filmin izleyicisi açısından gösterilenler kadar görmeyi bekledikleri ve anlamlandırmaya çalıştıkları konulardır. San Andreas Fayı Filminin gerçeğin temsili konusundaki performansına bakıldığında, neler söylenebilir? Sinemada anlatılan konular, olaylar, v.b. hiçbir zaman gerçeğin kendisi değildir. Dolayısıyla kurmacadır. Sinema, kesme ve kurgu yoluyla gerçekliği etkin biçimde yakalayıp yansıtabilir. Sinema yalnızca hayatı olduğu gibi gösterdiği zaman en derin ve en özlü

biçimde var olabilir. Dolayısıyla kurmaca yoluyla yani sinemada anlatılan gerçeklik ile içinde yaşanılan dünyanın gerçekliği arasında derin bir yakınlık ilişkisi bulunmaktadır. Bu yakınlık ilişkisi çözümlemesi yapılan San Andreas Fayı filminde görülmüştür. Deprem dünyanın gerçeğidir. Bu gerçek dünyanın her coğrafyasında, her kıtasında, her ülkesinde yaşanmış, yaşanmakta olan ve yaşanacak olan afetlerden birisidir. San Andreas Fayı filminde yaşanan deprem bu afet olaylarından sadece birisidir. Deprem sırasında meydana gelen sarsıntılar, yıkılanlar, dökülenler, kırılanlar, çökenler başarılı bir şekilde sunulmuş, gerçeğine yakın verilmiştir. Yani deprem teknik olarak temsil noktasında başarılı bir şekilde üretilmiştir. Filmde dekor, mekan, grafik malzeme, müzik, oyunculuk yönetimi, v.b. , hepsine başarılı denilebilir. San Andreas Fayı filminde depremin oluşu, sarsıntılar, yıkılan binalar, çöken köprüler, kırılan nesnelere, kirlenen, okyanus, ölen ve yaralanan insanlar, ortaya çıkan harabe, yıkım, moloz, v.b. sinemadaki temsil noktasında gerçeğine yakın bir şekilde teknik açıdan iyi bir şekilde resmedilmiştir. Ancak San Andreas Fayı filminde çok önemli bir yan eksik kalmıştır. Oyuncuların duyguları, hisleri, psikolojik durumları, v.b. çok fazla resmedilememiş ve gösterilememiştir. Toplumsal konuların ele alındığı filmlerde, filmin konusunun da, oyuncuların performansının da izleyiciye temas etmesi ve dokunması beklenir. Deprem gibi afetlerde insanların panik, telaş, korku, heyecan, v.b. insani duyguları yaşamaları kaçınılmazdır. San Andreas Fayı filminde bu duygulardan hiç birisinin oyuncular tarafından verilememiş olması filmin gerçekçiliği resmedişinde büyük bir eksiklik olarak dikkat çekmektedir. Ayrıca acıma, merhamet, insanlara yardım elini uzatma gibi insani konulara deprem sırasında ve deprem olduktan sonra yer verilmemiş olması filmin izleyiciye temas etmesi noktasındaki eksiklikler arasında sıralanabilir. San Andreas Fayı filminde deprem sırasında depremi yaşayan insanların yaşadıkları anlatılmıştır. Ancak depremi yaşayan insanların deprem sonrası mücadelelerini ve hayatlarını yeniden kurma çabalarına ilişkin bir mesajın olmaması önemli bir eksikliktir.

## 6. Sonuç

Sinema yaşanan gerçeklerin sunumunda önemli bir araçtır. Sinema gerçeği anlatırken sinematogafinin dilini kullanır. Kullanmış olduğu dil sayesinde görüntülere anlam yükler, gerçekleri resmeder. Görüntülere yüklenen anlam gerçeği temsil eder. Yaşanılan dünya gerçeklerinden birisi de afetlerdir. Afetler içerisinde, sebep olduğu maddi ve manevi kayıplar açısından en fazla etkiye sahip olan depremlerdir. Bu çalışmada sinemanın hayatın içindeki gerçekleri gösterme biçimi ile gerçeklerin sunumunda ele aldığı konuların temsil ettiği (olay, olgu, konu, kişi, mekan, yerlerin, dönem, v.b.) şeyler arasındaki ilişki noktasında deprem gerçeği incelenmiştir. Sinemada gerçeğin sunumunda temsil konusunun oluşturduğu teorik yapının içerisinde deprem olgusu San Andreas Fayı filmi özelinde irdelenmiştir. Yapılan çözümlemede deprem sırasında meydana gelen sarsıntıların, yıkılanların, dökülenlerin, kırılanların, çökenlerin başarılı bir şekilde gerçeğine uygun biçimde sunulduğu görülmüştür. Yani deprem olgusu sinemanın tekniği açısından başarılı bir şekilde üretilmiştir. Filmin biçim boyutunu oluşturan dekorun, mekanın, kameranın, ışığın, kurgunun, grafik malzemenin, müziğin, görsel efektin v.b., hepsine başarılı denilebilir. Ancak? San Andreas Fayı filminde çok önemli bir yan eksik kalmıştır. Oyuncuların duyguları, hisleri, psikolojik durumları, v.b. çok fazla resmedilememiş ve gösterilememiştir. Toplumsal konuların ele alındığı filmlerde, filmin konusunun da, oyuncuların performansının da izleyiciye temas etmesi ve dokunması beklenir. Deprem gibi afetlerde insanların panik, telaş, korku, heyecan, v.b. insani duyguları yaşamaları kaçınılmazdır. San Andreas Fayı filminde ki bu noktaların eksikliği izleyiciler tarafından çok net olarak görülebilir niteliktedir. Deprem sırasında insanların hayatını tehdit eden birçok faktör vardır. Tehdit unsurları arasında evlerini kaybeden, yakınlarını kaybeden, yaralanan ve hastalanan insanlar, v.b. çok sayıda faktör bulunabilir. San Andreas Fayı filminde sıraladığımız tehdit unsurlarına çok fazla yer verilmediği görülmektedir. İnsanlar depremin ardından kaygı, depresyon, stres, uyku bozuklukları, iş kaybı ve moral bozukluğu yaşayabilirler. İnsanlar deprem sırasında değil, deprem sonrası da depremin ortaya çıkardığı sonuçlardan etkilenebilirler. Deprem sonrası insanlar fiziksel ve maddi sorunlarla karşılaşabilirler. Hayati derecede olan bu konulara da filmin içinde değinilmediği görülmüştür. filmin en önemli eksik yanı olarak bu noktaların altı çizilebilir. San Andreas Fayı filmi görsel efektlerin ve kurgu efektlerinin yüksek kalitede olduğu başarılı bir film olarak değerlendirmek mümkündür. Filmde depremin ruhunu, karakterini, oluştuğu zemini ve de gerçeğin yeniden



inşasını sağlayabilme ve taşıyabilmesi önemlidir. San Andreas Fayı filminin çözümlemesi sözü edilen eksiklikleri gözler önüne sermektedir. Depremlerin insan üzerindeki etkilerinin farkındalığını artırmak ve insanların afet sonrası fiziksel ve zihinsel iyileşmelerine yardımcı olmak için mesajlar verilebilirdi. Bu tür mesajların verilmemiş olması filmin içindeki önemli eksikliklerden birisidir. San Andreas Fayı, filmi izleyenler için deprem gerçeğini göstermek noktasında bir farkındalık yaratmıştır. Ancak halkın bilinçlendirilmesi ve tutum değişikliği yaratma noktasında aynı başarıyı yakaladığını söylemek mümkün değildir. Çünkü halkın bilinçlendirilmesi ve tutum değişikliği yaratma noktasında deprem sonrasında yapılacak işlere ve konulara vurgu yapılması gerektiği açıktır.

## Kaynakça

- Allen, R. (1993). Representation, Illusion, and the Cinema, *Cinema Journal*, (32)2, 21-48.
- Andrew, J. D. (2010). *Büyük Sinema Kuramları*. Zahit Atam (Çev.), Doruk Yayınları: İstanbul.
- Avcı, A. (2001). 3. Yılına Girerken Marmara Depremi, *Türk Standartları Enstitüsü*, 24-30.
- Avlar, A. (2022). Belgesel Film Çalışmaları: Ertuğrul Karşlıoğlu, Coşkun Aral ve Hakan Aytekin Üzerine Bir Vaka Çalışması (Bölüm 14), A'dan Z'ye İletişim Çalışmaları-8, (Ed) Deniz Yengin, Hasan Çiftçi, 277-292, İksad Yayınevi: Ankara.
- Aziz, A. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri*. Nobel Yayın Dağıtım: Ankara.
- Baş, T., Akturan U. (2008). *Sosyal Bilimlerde Bilgisayar Destekli Nitel Araştırma Yöntemleri: Nvivo ile Nitel Analizi, Örneklem, Analiz, Yorum*. Seçkin Yayıncılık: Ankara.
- Bazin, A. (1966). *Çağdaş Sinemanın Sorunları*. (Çev.) Nijat Özön, Bilgi Yayınevi: Ankara.
- Bazin, A. (2011). *Sinema Nedir?* Doruk Yayınevi: İstanbul.
- Berger, J. (2010). *Görme Biçimleri*. (Çev.)Yurdanur Salman (16.Baskı). Metis Yayınları: İstanbul:
- Can. İ. (2020) *Afet Sosyolojisi*. Çizgi Kitabevi: Konya.
- Cevizci, A. (1999). *Felsefe Sözlüğü*. Paradigma Yayınları: İstanbul.
- Gregory, C. (2011). The Representation of Experience in Cinema, *ResearchGate*, 41-52.
- Erkal, T. , Değerliyurt. M. (2009). Türkiye'de Afet Yönetimi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 14(22), 147-164.
- Gürsel, N. (1981). Yazın Akımlarının Oluşumunda Toplumsal/İdeolojik Yapının Yeri, *Türk Dili Aylık Dil ve Yazın Dergisi*, Yazın Akımları Özel Sayısı, 349.
- Leppert, R.(2009). *Sanatta Anlamanın Görüntüsü*. (Çev). İsmail Türkmen. Ayrıntı Yayınları: İstanbul.
- Işık, C. K, Kandemir, T.Y. (2023). Sinemada gerçekçi temsil ekseninde “Nefesim Kesilene Kadar” filmine bir bakış. *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi* 5 (2), 75-90.
- Koçkan, Ç. (2015). Doğal Afet Risk Yönetimi, 3. Türkiye Deprem Mühendisliği ve Sismoloji Konferansı 14-16 Ekim 2015, Dokuz Eylül Üniversitesi: İzmir.
- Kolker, R. (2011). *Film, Biçim, Kültür*, (Çev.) Ertınaz, F., Güney, A., Özen, Z., Şakır, O., Tokem, P., Tunalı, D., Yılmaz. E.). De ki Basım Yayım Ltd.: Ankara.
- Komar, H. (2021). Deprem Parkları Tasarım Kriterlerinin Araştırılması: Ataşehir Ve Topkapı Deprem Parkları Örnekleri, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü: İstanbul.
- Kracauer, S. (2015). *Film Teorisi: Fiziksel Gerçekliğin Kurtuluşu*. (Çev.), Özge Çelik. Metis Yayınları: İstanbul.



- Özmen, T. (2024). Deprem Ve Antalya'nın Depremselliği. (Erişim:03.10.2024) <https://antalya.imo.org.tr/TR,89310/deprem-ve-antalyanın-depremselligi.html>
- Sayıcı F. (2018).1990 sonrası Türk sinemasında gerçekçilik. TRT Akademi, 3 (5), 460-469.
- Şentürk, Ü. (2020). Bir Çatışma Kaynağı Olarak Afetlerin Değişmeye Etkisi. (Ed.) İslam Can, Afet Sosyolojisi, 111-121, Çizgi Kitabevi: İstanbul.
- Şimşek, N. (2021). Jean-Luc Dardenne Kardeşler'in Sinemasında Gerçekliğin Sinematografik Sunumu, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Film Tasarımı Anasanat Dalı: İzmir.
- Taş, N. (2003). Yerleşim Alanlarında Olası Deprem Zararlarının Azaltılması, Uludağ Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi 8 (1) 225-231.
- (USGS,2008). <https://www.usgs.gov/programs/earthquake-hazards/science/induced-earthquakes> (Erişim Tarihi: 09.10.2024).
- Wikipedia (2024). 2023 Kahramanmaraş depremlerindeki kayıplar. Erişim (21 Ekim:2024). [https://tr.wikipedia.org/wiki/2023\\_Kahramanmara%C5%9F\\_depremlerindeki\\_kay%C4%B1plar](https://tr.wikipedia.org/wiki/2023_Kahramanmara%C5%9F_depremlerindeki_kay%C4%B1plar) (Erişim Tarihi: 11.09.2024).
- Yıldırım, E. (2018). Toplumsal Yapının Aynası Olarak Sinema: Söylem Ve Eleştirel Söylem Analiz Yöntemlerine Göre Ayla Filminin Çözümlemesi, İnif E-Dergi3(1) 234-243.





## Siyasal İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya: “Haydi Türkiye” Seçim Videosu Üzerine Bir İnceleme

### Social Media as A Tool of Political Communication: An Analysis on the Election Video “Haydi Türkiye”

Dilek Ulusal,<sup>a</sup>

Hasan Basri Özdemir<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Kırıkkale Üniversitesi, Kırıkkale, Türkiye.

ulusald@hotmail.com

ORCID: 0000-0002-6921-9719

<sup>b</sup> Kırıkkale Üniversitesi, Kırıkkale, Türkiye.

ozdemirhasanbasri01@gmail.com

ORCID: 0000-0002-4869-9936

#### MAKALE BİLGİSİ

*Makale Geçmişi:*

Başvuru tarihi: 06.11.2024

Düzeltilme tarihi: 25.11.2024

Kabul tarihi: 27.12.2024

*Anahtar Kelimeler:*

siyasal iletişim

sosyal medya,

göstergebilim.

#### ARTICLE INFO

*Article history:*

Received: 06.11.2024

Received in revised form: 25.11.2024

Accepted: 27.12.2024

*Keywords:*

political communication,

social media,

semiotics

#### ÖZ

İnternet ve sosyal medya, interaktif iletişime olanak sağlaması ve iletileri geniş kitlelere anında ulaştırabilmesi ile günümüzün en çok tercih edilen iletişim aracıdır. Siyasiler de özellikle seçim dönemlerinde siyasal iletişim kampanyalarını yürütürken, reklam ve propaganda aracı olarak internet ve sosyal medyayı yaygın olarak kullanırlar. 2023 yılı seçimlerinde de siyasi parti ve liderlerin seçim kampanyalarını internet ve sosyal medya platformlarında yaptıkları paylaşımlar üzerinden yürüttükleri görülmektedir. Bu araştırmanın amacı, Millet İttifakı'nın 2023 yılı seçim döneminde internet ve sosyal medya paylaşımları aracılığıyla nasıl bir seçim kampanyası yürüttüğünü ortaya koymaktır. Çalışmada Millet İttifakı'nın Youtube hesabında paylaştığı “Haydi Türkiye” adlı seçim videosu göstergebilimsel analiz yöntemi ile incelenmiştir. Araştırmanın sonucunda, “Haydi Türkiye” seçim videosunda, milli ve manevi değerlere, geleneksel ve modern yaşama, din, adalet, eşitlik, cinsiyet, birlik ve beraberliğe ilişkin sembolik bir anlatım kullanıldığı tespit edilmiştir. Ayrıca araştırmada, Millet İttifakı'nın videoda paylaştığı görsel ve söylemlerden hedef kitesini sınırlamadığı ve tüm Türk halkına yöneldiği ortaya konulmuştur.

#### ABSTRACT

The most effective art form in reflecting the reality of the world we live in is cinema. Cinema has an interactive communication and deliver messages to large masses instantly. Politicians also widely use the internet and social media as a means of advertising and propaganda, especially during election periods, while conducting political communication campaigns. It is observed that political parties and leaders conducted their election campaigns through their posts on the internet and social media platforms. The aim of this study is to reveal how the Millet Alliance conducted an election campaign through internet and social media posts during the 2023 election period. In the study, the election video titled “Haydi Türkiye” shared by the Millet Alliance on its Youtube account was analysed by semiotic analysis method. As a result of the research, it was determined that the election video “Haydi Türkiye” used a symbolic expression related to national and spiritual values, traditional and modern life, religion, justice, equality, gender, unity and solidarity. In addition, it was revealed in the research that the Millet Alliance did not limit its target audience from the visuals and discourses it shared in the video and directed towards all Turkish people.

#### Atıf Bilgisi / Reference Information

Ulusal, D., Özdemir, H. B. (2024). Siyasal İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya: “Haydi Türkiye” Seçim Videosu Üzerine Bir İnceleme, Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD) 10 (2), s.35- 48.

\* DOI: 10.46442/intjcss.1580555

\*\* Sorumlu yazar: Dilek Ulusal, ulusald@hotmail.com

## Giriş

Siyasal iletişim kampanya sürecinde yapılan çalışmalar, günümüzde seçim çalışmalarının omurgasını oluşturmaktadır. Siyasal iletişim kampanyaları çerçevesinde hazırlanan reklamlar tüm kitle iletişim araçlarında yer alarak kitleleri etkilemekte ve hedef kitlenin oy verme davranışının yönlendirilmesi konusunda işlevsel bir rol üstlenmektedir. Son dönemlerde medyanın dijitalleşmesi ile birlikte siyasal reklamlarda özellikle Youtube, Instagram gibi dijital medya platformlarının yaygın olarak kullanıldığı görülmektedir. Bu platformlar sayesinde siyasi parti ve liderler seçim kampanyalarını daha hızlı ve kolay bir biçimde yürütebilmekte ve geniş kitlelere anında ulaşabilmektedirler. Akyol'a göre (2015: 99), geçmişte gazete, radyo ve televizyon gibi geleneksel medya araçları etrafında biçimlenen seçim kampanyalarında şimdilerde internet medyasının daha çok tercih edildiği görülmektedir. İnternet, siyasi parti ve adaylara yönelik Web sayfası oluşturma ve sosyal medya platformlarını kullanabilme olanağı sağlamasıyla birlikte 21. Yüzyılın seçim kampanyalarında en çok tercih edilen medya aracı haline gelmiştir. Şen & Yenigün Altın'a göre (2020: 283), siyasi parti ve siyasal aktörler yeni medya olarak bilinen internet aracılığıyla halka doğrudan ulaşabilmekte ve kamuoyu ile iletişim kurmak için partilerinin kanallarına gereksinim duymamaktadırlar. 2023 yılı seçim dönemine bakıldığında, siyasi partiler ve siyasal aktörlerin sosyal medyayı siyasal iletişim aracı olarak kullandıkları görülmektedir.

Bu çalışmada, 2023 yılı seçim döneminde Millet İttifakı'nın siyasal iletişim kampanyaları çerçevesinde sosyal medyayı nasıl kullandığı ortaya konulmaya çalışılacaktır. Millet İttifakı'nın bu süreçte hazırlayıp sunduğu çok sayıda sosyal medya içeriği olması nedeniyle çalışma, Millet İttifakı'nın kurumsal Youtube hesabından paylaştığı "Haydi Türkiye" başlıklı yedi ayrı videonun birleşiminden oluşan en kapsamlı video ile sınırlandırılmıştır. Bu çalışmada, Millet İttifakı'nın "Haydi Türkiye" başlıklı Youtube videosu göstergebilimsel yöntem analizi kullanılarak incelenecektir.

### 1. Siyasal İletişim

İnsanlık tarihinin en eski dönemlerine kadar uzanan iletişim kavramı, İnsanların duygu ve düşüncelerini başkalarına aktarma süreci olarak tanımlanabilir. Işık, iletişim kavramını en genel haliyle kişiler arasında her türlü duygu, düşünce ve bilgi değiş tokuşunun yapıldığı bir süreç olarak tanımlar (2018: 14). İletişim kavramı için yapılan tanımlar incelendiğinde kavramın genel anlamıyla bir süreci kapsadığı ve bu süreçte en az iki birimin olması gerektiği söylenebilir.

İletişim süreci, kaynağın alıcıya göndereceği mesajı düzenleyip bu mesajı ne şekilde göndermeyi planladığıyla başlar. Alıcı ilk olarak kaynaktan gelen mesajı algılar, kısaca kodlanan mesajı çözer ve bir düşünce haline dönüştürür, bu düşünceye yönelik geri dönüşte bulunduğu anda ise iletişim süreci tamamlanmış olur. İletişim süreçlerinden birinin gerçekleşmemesi durumunda ise iletişim başarılı bir biçimde kurulamaz (Tengilimoğlu & Öztürk, 2011: 57).

İletişim süreci için geçerli olan durumun siyasal iletişim süreci için de geçerli olduğu söylenebilir. Çünkü genel iletişim olgu ve süreci ile siyasal iletişim olgu ve süreci yapısal olarak aynıdır. Her ikisinde de aynı yöntem, teknik ve hatta temel öğeler kullanılır. Her ikisi arasındaki en önemli fark mesajları verenin kimliği ve mesajın kendisidir (Aziz, 2011: 19). Özetle siyasal iletişim sürecinde mesajı gönderen (kaynak), siyasal aktörler ya da siyasi partiler, mesajı alan (alıcı) ise seçmen kitledir. Bu süreçte mesajların alıcıya iletilmesinde gazete, radyo, televizyon gibi geleneksel medya araçları ve buna ek olarak günümüzün en çok tercih edilen dijital medya aracı olan internet yoğun olarak kullanılmaktadır.

"Siyaset ve "İletişim" kavramlarının birçok disiplin ile bağlantılı olması sebebiyle literatürde siyasal iletişim ile ilgili farklı tanımlar yer almaktadır. Aziz, siyasal iletişim kavramını, "siyasal aktörlerin ideolojik hedeflerini, politik fikir ve düşüncelerini belli kitlelere kabul ettirmek, gerektiği takdirde eyleme dönüştürmek ve faaliyete geçirmek üzere çeşitli iletişim tür ve araçlarını kullanmaları" olarak en sade haliyle tanımlamaktadır (2015: 3-4).



Perloff siyasal iletişimi, bir milletin önderliğinin, kitle iletişim araçlarının ve vatandaşın kamusal politikanın icrası ile ilgili iletilerde anlam alışverişinde bulunma ve anlamlandırma süreci olarak tanımlamaktadır. Perloff'un yapmış olduğu tanıma göre:

1. Siyasal iletişim kendiliğinden gerçekleşmez ve bir süreç ister.
2. Çağdaş siyasal iletişimde önemli bir rol oynayan kitle iletişim araçlarının siyasal iletişim sürecinin tam ortasında bulunması gerekmektedir. Bunun nedeni olarak, siyasiler ve kitleler arasındaki iletişimin kitle iletişim araçları vasıtası ile gerçekleşmesi gösterilebilir (Perloff, 2013: 8-11'den akt. Korkut, 2022: 38).

Bu bağlamda siyasal iletişim kavramının, siyasal aktörler, siyasi partiler ve seçmenler tarafından kitle iletişim araçları aracılığıyla gerçekleştirilen amaçlı bir iletişim biçimi olduğu söylenebilir.

### 1.1. Medya ve Siyasal İletişim

İnsanın toplu halde yaşayabilmesi ve üretim faaliyetlerinde bulunabilmesi iletişimi zorunlu hale getirmektedir. İnsan ancak iletişim aracılığıyla hem kendi varlığını hem de var olan toplumsal ilişkilerini yeniden üretebilir. İnsan, bu üretim sürecinde doğada hazır bulduğu ve kendi geliştirdiği araçları kullanır. Bu süreçte insan, içinde yaşadığı yer ve zamanın koşullarına göre hem yüz yüze iletişimi hem de teknolojik aygıtların sunduğu aracılı iletişimi kullanır (Yaylagül, 2014: 14).

Metinlerin yeniden üretilebilmesini sağlayan basının yaygınlaşan kullanımı, mesajların çok geniş kitlelere anında ulaşabilmesine olanak tanır. McLuhan, bu yeni toplum modeline "*Gutenberg Galaksisi*" adını verir. Bu modele göre, teknolojik gelişmelerin yaşandığı çağdaş toplumlarda, radyo, televizyon ve internet gibi mekanik ve dijital kitle iletişim araçlarının kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte dünya "küresel köy"e dönüşmüştür. (Bourse & Yücel, 2012: 107). Bu bağlamda teknolojik gelişmelerin yaşandığı yirminci ve yirmi birinci yüzyılda görüntü - sesin elektronik ve dijital yöntemlerle kitlelere iletilmesi ile birlikte iletilerin çok kısa bir süre içerisinde geniş kitlelere kolaylıkla ulaştığı görülür.

Kitle iletişim araçlarının etkileri üzerine yapılan öncü çalışmalara bakıldığında kitle iletişim araçlarının işleyişi ve kitleler üzerindeki etkilerinin önemli olduğu görülmektedir. Bu bağlamda Laswell, Lazarsfeld, Hovland gibi araştırmacıların yapmış olduğu etki araştırmalarına değinmek yerinde olacaktır. Bu araştırmacılar, özellikle seçim dönemlerinde gerçekleştirilen siyasal kampanyaların ve propagandaların bireyler üzerindeki etkileri üzerine yoğunlaşmışlardır.

Gazete, radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarının içeriklerini inceleyen bu araştırmacılar, medya içeriklerinin, kişilerin davranışlarını değiştirebilme gücüne sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bu araştırmacılar kitle iletişim araçlarına, insanları yeni fikir ve düşüncelere, yeni değer ve inançlara yönlerecek kadar önemli bir güç atfetmişlerdir (Bourse & Yücel, 2012: 79). Yapılan tüm bu araştırmaların ortak noktasının kitle iletişim araçlarının hedef kitleye egemen düşünce ve ideolojileri kabul ettirme gayesi içerisinde hareket ettiklerini ortaya koymak üzerine olduğu söylenebilir.

İçerisinde bulunduğumuz modern çağda geniş kitlelere anında ulaşabilen ve kullanıcılarına farklı reklam, tanıtım ve pazarlama olanakları sunan dijital medya araçları, siyasal partiler ve siyasi aktörlerce de pazarlama, reklam ve tanıtım amacıyla yaygın olarak kullanılmaktadır.

Mc Combs ve Shaw'ın 1972 yılında ortaya koyduğu gündem kurma teorisine göre medya araçları, yayımlayacakları içerikleri, önem sıralamasına göre dizip, toplumun hangi olayları ne ölçüde bilmeleri gerektiğine karar vermektedir (Işık, 2005: 78). Ancak iletişimin çift yönlü hale geldiği dijital çağda gündem, yalnızca mesajı iletenler tarafından değil aynı zamanda mesajı alan ve kullananlar tarafından da belirlenmektedir. Bu dönemde özellikle internet ortamında faaliyet gösteren sosyal medya platformları kullanıcılarına hem içerik üreticisi hem de tüketicisi olma imkanı sunmaktadır. İnteraktif iletişimi etkin hale getiren sosyal medya platformlarında kullanıcılar, paylaşılan her içerik hakkında duygu ve düşüncelerini, öneri ve eleştirilerini anında iletebilmekte, böylece konuya ilişkin tartışma ortamı yaratabilmektedirler (Toros, 2016: 26). Bu bağlamda her kullanıcıya içerik üretme imkanı sağlayan sosyal medyanın siyasal aktörler tarafından da bu amaçlar doğrultusunda kullanıldığı söylenebilir. Geleneksel

medya içeriklerinin iki aşamalı akışı ve tek yönlü olmasına karşılık sosyal medyanın kullanıcılarına daha özgür ve interaktif bir ortam sunması, siyasi lider ve aktörlerin de sosyal medya platformlarına yönelmelerine neden olmaktadır.

### 1.1.1. Sosyal Medya ve Siyasal İletişim

Sosyal medya, insanlara enformasyon, bilgi paylaşımı ve çift yönlü iletişim imkanı sağlayan, web siteleri ve online araçlar için kullanılan bir kavramdır (Kuşay, 2010: 67). Erol ve Topbaş sosyal medyayı, zaman ve mekân kısıtlaması olmadan kişiler arası etkileşimi arttıran ve insanlara gündelik hayatta pek çok kolaylık sağlayan bir araç olmanın yanında toplumsal harekete dönüşebilen bir güç şeklinde tanımlamaktadır (2018: 61). Sosyal medyanın böyle bir güce dönüşmesi, gündelik hayata dâhil olması ve kişiler arası fiziksel engelleri kaldırması siyasal iletişim stratejilerinin de çok farklı bir forma dönüşmesine zemin hazırlamıştır. Bu bağlamda siyasilerin özellikle seçim dönemlerinde sosyal medya platformlarını kullanarak çok daha geniş ve gruplandırılmış kitlelere ulaşmak için yeni olanaklar yakaladığı ve bu olanakların seçim stratejilerinin en önemli aşamalarından birini oluşturduğu söylenebilir. Ancak bu aşamada sosyal medya, belli bir güce sahip olmak ve hedefe ulaşmak için açık ve kesin bir strateji takip edilerek kullanılmalıdır (Kuşay, 2010: 69). Özetle siyasilerin çok geniş kitlelere anında ulaşabildikleri bu yeni mecra, hedef kitlelere yönelik içerikler üretilirken bilinçli bir biçimde hareket edilmesi çok önemlidir. Aksi halde popüler olabilmek için sosyal medyada bilinçsizce paylaşılan bir içerikler, itibara zarar verebilecek ciddi krizlerin yaşanmasına neden olacaktır. Bu sebeple siyasi aktörler, özellikle seçim dönemlerinde, reklam, tanıtım, haber vs. gibi medya içeriklerinin üretiminde profesyonel sosyal medya uzmanlarıyla birlikte hareket etmelidirler. Siyasal iletişim yönetiminin bu süreci ise sosyal medya yönetimi şeklinde ifade edilmektedir.

İletişim teknolojilerinin sağladığı imkan olarak nitelendirilen sosyal medya, siyasal rekabette etkin ve doğru kullanıldığı takdirde, kişi ve kurumlara çok fazla görünür olma ve hedef kitleye anında ulaşma fırsatı sunar. Bu fırsat sayesinde ise siyasi parti adayları, oy oranlarını artırarak daha büyük başarılarla imza atabilirler (Özkan, 2007: 262).

Günümüz dijital medya döneminde sosyal medya platformlarının ve video paylaşım sitelerinin sayıları her geçen gün artmaktadır. Bu platformlar içerisinde bilinen ve en çok tercih edilen video paylaşım platformu ise Youtube'dur (Sevinç, 2012: 9). YouTube, Jawed Karim, Chad Hurley ve Steve Chen tarafından 2005 yılında kurulmuştur. YouTube, kullanıcıların videolarını yükleyebildiği, kendisinin haricinde başka kullanıcılara ait videoları izleyebildiği, izlediği bu videoları beğenebildiği ve hatta bu videolara yorum yapabildiği dijital bir video paylaşım platformudur (<https://bilimgenc.tubitak.gov.tr/makale/youtube-kim-ne-zaman-icat-etti>).

YouTube, 2024 yılı itibariyle dünyada 2.5 milyardan fazla aktif kullanıcı sayısı ile dünyanın en büyük video paylaşım platformudur. Sosyal medya platformları arasında da ikinci sırada yer almaktadır (<https://www.demandsage.com/youtube-stats/>).

We Are Social ve Meltwater'ın "Temmuz 2023 Dijital Dünya" raporuna göre YouTube, Türkiye'de 57,9 milyon kullanıcı ile en çok tercih edilen sosyal medya platformu olması ile bilinmektedir (<https://www.inbusiness.com.tr/sektorler/is-dunyasi/2023/08/16/iste-turkiyede-bu-yil-kullanici-sayisini-en-fazla-artiran-sosyal-medya-platformu>).

Bu veriler doğrultusunda YouTube'nin milyarlarca kullanıcısı olması nedeniyle günümüz dijital medya döneminde, Dünyada ve Türkiye'de siyasal iletişim stratejileri içerisinde siyasilerin seçmene kendini tanıtmak ve seçmen gözünde imajını güçlendirmek için önemli bir araç haline geldiği söylenebilir. Siyasi aktörler ve siyasal partiler, kendileri ve projeleri hakkında ya da gündem yaratmak için hazırlamış oldukları videoları kendi hesaplarına yükleyebilirler. Geniş kitlelerce takip edilen bu videolara, yorum yapılabilen ve videolar takipçiler tarafından paylaşılabilir. Takipçilerin paylaştığı bu videolar, kamuoyunu oluşturan farklı kesimden insanlara da ulaştırılarak, bu sayede neredeyse tüm halkın içeriklerden haberdar olması sağlanmaktadır. Ancak içeriği izleyenlerin, içeriğe ilişkin farklı yorumları olacağından her içerik olumlu karşılanacak şekilde bir düşüncenin yersiz olacağı söylenebilir. Burada



önemli olan içeriklere ilişkin olumlu ve olumsuz tüm geri dönütlerin siyasal içerikleri destekleyici bir reklam unsur olduğunu bilmektir.

## 2. Araştırmanın Yöntemi

Siyasal iletişim kampanya sürecinde hazırlanan videolar, günümüzde seçim çalışmalarının omurgasını oluşturmaktadır. Siyasal iletişim kampanyaları çerçevesinde hazırlanan videolar, tüm sosyal medya araçlarında yer alarak kitleleri etkilemekte ve hedef kitlenin oy verme davranışının yönlendirilmesi konusunda işlevsel bir rol üstlenmektedir. Bu bağlamda siyasal videoların, hedef kitlenin oy verme davranışını etkileyecek şekilde siyasi parti ve liderlerin imajını kurgulayacak birçok parametrenin bir araya getirilerek hazırlandığı söylenebilir. Çekim teknikleri, kurgu ve söylem gibi göstergebilimsel unsurlar ve toplumsal motifler bu parametreler arasında yer almaktadır. Bu sebeple daha çok görsel materyallere odaklanan bir yöntem olarak bu çalışmada, Türkiye’de 14 Mayıs 2023’de yapılan Cumhurbaşkanlığı seçimi öncesi Millet İttifakı’nın kurumsal Youtube hesabından paylaştığı “Haydi Türkiye” başlıklı seçim videosu göstergebilimsel araştırma yöntemi kullanılarak analiz edilecektir. Çalışmada videoda yer alan görseller ve söylemler Ferdinand de Saussure’nin göstergebilime kazandırdığı gösterge, gösteren ve gösterilen kavramları üzerinden incelenecektir.

Ferdinand de Saussure göstergebilimi, göstergelerin toplum içindeki yaşamını inceleyen bilim dalı olarak ifade eder (Guiraud, 1994: 17).

Saussure’e göre dil bir göstergeler sistemidir. İki kişi konuşurken konuşanın belleğinde canlanan kavramlar gösterenin tasavvuru olarak düşünülür. Bundan sonra kavram için gösteren, kavramın zihinde oluşturduğu imaj için gösterilen, gösteren ve gösterilenin bir araya gelmesiyle oluşan anlam için ise gösterge sözcüğü kullanılır ( Köktürk & Eyri, 2013: 124) Bu çalışmada, incelenen videoda kullanılan dil ve görsel materyaller gösterge, gösteren ve gösterilen düzleminde ele alınacaktır. Buna göre, amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak belirlenen bu çalışmanın kapsamına Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) için yedi ayrı seçim videosu bir araya getirilerek hazırlanan en uzun süreli Haydi Türkiye adlı seçim videosu dahil edilmiştir. Bu videoya Millet İttifakı’nın kurumsal YouTube hesabı üzerinden ulaşılmıştır ([www.youtube.com/@chpgenelmerkezi](http://www.youtube.com/@chpgenelmerkezi)). Çalışmada aşağıda belirlemiş olduğumuz sorulara göstergebilim yöntemi ile cevap aranacaktır.

Millet İttifakının Haydi Türkiye videosu ile ulaşmak istediği hedef kitle kimlerden oluşmaktadır?

Millet İttifakı videolarda kullandığı sloganlar ile görseller tutarlı mıdır?

Millet İttifakı videolarda milli içeriklere yer vermiş midir?

Millet İttifakı videolarda manevi içerikli görsellere yer vermiş midir?

Millet İttifakı videolarda yerel içerikli görsellere yer vermiş midir?

Millet İttifakı videolarda eğitim içerikli görsellere yer vermiş midir?

Millet İttifakı videolarda ekonomik içerikli görsellere yer vermiş midir?

Millet İttifakı videolarda farklı cinsiyet içerikli görsellere yer vermiş midir?

### 2.1.Bulgular ve Yorum

Bu çalışma kapsamında Millet İttifakı’nın kurumsal YouTube hesabında yayınladığı “Haydi Türkiye” isimli yedi ayrı video’nun birleşiminden oluşan en uzun süreli videosu değerlendirilmiştir. Araştırmanın soruları videolardaki görsellere göre cevaplanmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda araştırma sorularına cevap aranırken, Türkiye’nin 2023 yılındaki sosyo-kültürel, sosyo-ekonomik ve politik arka planı göz önünde bulundurularak, görsellerin hedef kitleye göstermek ya da anlatmak istediği mesajlar gösteren – gösterilen ilişkisi eşliğinde incelenmiştir. Videoda ilk olarak yeni çiçek açmış bir ağaç ve CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu görülmektedir.



**Görsel 1.** Kemal Kılıçdaroğlu ve yeni çiçek açmış ağaç

**Gösteren:** CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu. **Gösterilen:** Türkiye'nin yeni lideri.

**Gösteren:** Yeni çiçek açmış ağaç dalları. **Gösterilen:** Bahar, umut, canlanmak ve gelecek.

Bu görselin göstereni CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu ve Kılıçdaroğlu'nun arkasında görmekte olduğumuz baharla birlikte çiçek açan ağaçtır. Bu görselin çağrıştırdığı anlam yani gösterileni ise, Kılıçdaroğlu'nun liderliğinde Türkiye'nin yeniden canlanacağı ve Türkiye'ye baharın geleceğidir. Görselde, CHP lideri Kılıçdaroğlu ile ilk bahar mevsimi ilişkilendirilmiş ve yeni çiçek açan ağaç görseli ile halkın umutlarının, hayallerinin yeniden canlanacağı anlamı oluşturulmak istenmiştir. İlkbahar genel olarak, canlanmak, yenilenmek, gençleşmek ve tekrar büyümeye başlamak anlamlarını çağrıştıran bir mevsimdir. Bu reklamda da baharın gelişini gösteren yeni çiçek açmış ağaç ile Türkiye'nin canlanması, yenilenmesi ve yeniden büyümeye geçmesi gerektiği ve bunu yapabilecek siyasi gücün ise Cumhuriyet Halk Partisi ve Parti'nin lideri Kılıçdaroğlu olduğu algısı yaratılmaya çalışılmıştır.



**Görsel 2.** Oy Kullanmaya Giden Karı-Koca

**Gösteren:** Orta yaşlı bir çift, baş örtüsü, soba

**Gösterilen:** Türkiye'deki geleneksel aile yapısı

Bu sahnelerin göstereni, oyunu kullanmaya gitmek için hazırlanan orta yaşlı çifttir. İlk karede temiz ve özenli giyinmiş orta yaşlı bir adam ve adamın yan tarafında bir soba görülmektedir. İkinci karede ise, adamın arkasında baş örtülü hanımı ve onun arkasında da yine bir soba görülmektedir. Bu görseller ile gösterilmek istenen, geleneksel yaşam ve geleneksel aile yapısıdır. İlk karede adamın eşine söylediği “Haydi... Gidelim görevimizi yapalım” sözü ile gösterilmek istenen ise, oy kullanmanın çok önemli bir vatandaşlık görevi olduğu ve her vatandaşın bu görevi mutlaka yerine getirmesi gerekliliğidir. Ayrıca bu sözü kadının değil erkeğin söylüyor olması ve ikinci görüntüde erkeğin önde kadının ise onun arkasında yer alması ve kadının baş örtülü olması geleneksel aile yapısının desteklediği ataerkilliği temsil eden bir gösterilen niteliği taşımaktadır. “Haydi Türkiye” reklam filmindeki bu sahne ile Millet İttifakı’nın hedef kitlesi arasına geleneksel yapıya sahip bireyleri de dahil ettiği anlaşılmaktadır.



Görsel 3. Oy Kullanmaya Giden Köylü Gençler

**Gösteren:** Köylü gençler, koyunlar, çobanlık yapan çocuk.

**Gösterilen:** Gelecek, özgürlük, bolluk, üretkenlik.

Bu sahnelerin göstereni, köylü gençlerdir. Bu sahnelerde oy vermeye giden köylü gençlerle birlikte çobanlık yapan bir çocuk da gösteren olarak kullanılmaktadır. Bu sahnelere bakıldığında, koyun sürüsünün bolluğunun, bu sürünün önünde koşarak ilerleyen çocuğun ise geleceğin ve özgürlüğün gösterileni olduğu anlaşılmaktadır. Gençlerin ve çocuğun bu sahnelerdeki, “Haydi bolluğa haydi”, “Haydi hak ettik haydi”, “Haydi kazanalım haydi” sözleri ise, mutlu bir gelecek ve özgür bir Türkiye isteklerinin yalnızca Millet İttifakı tarafından yerine getirebileceği algısının oluşturulmak istenmesidir. Millet İttifakının bu reklam filminde, hedef kitlesini geniş tuttuğu, bu sahneyi izleyenlerde “köylü milletin efendisidir” algısını oluşturabilmek için özellikle üretken, çalışkan köylü gençlerine yer verdiği ve filmde bu gençlerin Millet İttifakı’nı desteklediğini gösteren görsel ve söylemlerin kullanıldığı görülmektedir.



**Görsel 4.** “Haydi Türkiye” Seçim Şarkısını Seslendiren Gençler

**Gösteren:** Genç kadın, bağlama ve kırsal alan. **Gösterilen:** geleneksel toplum

**Gösteren:** İki kadın ve bir erkek sanatçı, klarnet, keman ve İstanbul. **Gösterilen:** modern toplum

Bu sahnelerin göstereni, Haydi Türkiye seçim şarkısını seslendiren gençlerdir. İlk görseldeki bağlama, geleneksel Türk kültürünü ve yöreselliği temsil etmektedir. Bu anlatımı desteklemek için görselde, kırsal bir alanın tercih edildiği de görülmektedir. Böylece, Haydi Türkiye seçim videosunda yerel ve milli değerleri temsil eden görsellere yer verildiği anlaşılmaktadır. İkinci görselde ise klarnet ve keman eşliğinde modern toplum gösterilmeye çalışılmıştır. Bu sahnede, iki kadın ve bir erkek sanatçının bir arada şarkı söylemesi ise cinsiyetçi ayrımları reddeden modern toplumun bir gösterileni niteliğindedir. Bu sahnenin İstanbul’da çekilmesi ise modern toplum yapısını destekleyen bir görüntünün oluşması bakımından önem taşımaktadır.







**Görsel 5.** Oy Kullanmaya Giden Anne ve Kızı

**Gösteren:** Anne ve genç kızı. **Gösterilen:** Modern Türk kadını.

Bu sahnelerin göstereni oy kullanmaya giden anne-kızıdır. İlk sahnede kızın omzunda gördüğümüz bavulu ve annenin onu kapıda “hoş geldin” diyerek karşılaması, kızın şehir dışından oy kullanmak için geldiğinin bir gösterenidir. Üçüncü sahnede ise anne ve kızın kol kola girip koşar adımlarla oy kullanmaya gittiği görülmektedir. Bu sahnelerde, geleneksel ailelerde otoriteyi temsil eden babanın aksine anneyi görmekteyiz. Anne ve kızın birlikte hareket ettiği ve bir Türk vatandaşı olarak oy vermeye koşar adımlarla birlikte gittikleri bu sahnelerde gösterilen, modern Türk kadınıdır. Böylelikle “Haydi Türkiye” reklam filminde modernizm, kadın ve Türklük kavramları üzerine vurgu yapılarak, modern Türk kadınının da Millet İttifakı’nın hedef kitlesinin bir parçası olduğu görülmektedir.



**Görsel 6.** Birlik ve Beraberlik Mesajı Veren Gençler

**Gösteren:** Kadın, erkek, arkadaşlık, baş örtüsü. **Gösterilen:** Eşitlik, birlik, beraberlik ve tarafsızlık.

Bu sahnelerde “baş örtüsü” ve “cinsiyet” en önemli gösterendir. Biri baş örtülü diğeri örtüsüz olan iki kadının dostluk görüntüleri ile “Haydi eşitliğe haydi”, “Yok ki burada bir taraf”, “Haydi birleşe birleşe” sözleri üzerinden tarafsızlık, birlik ve beraberlik gösterilmiştir. Ayrıca erkekler ve kadınların bir arada bulunduğu bu sahnede gösterilmek istenen ise “cinsiyet eşitliğidir”. Böylelikle Millet İttifakı’nın Haydi Türkiye seçim videosunda manevi değerlere ve cinsiyet eşitliğine vurgu yaptığı görülmektedir.



**Görsel 7.** Orta Yaş ve Üzeri Seçmenler

**Gösteren:** Orta yaş ve üzeri kadın, erkekler. **Gösterilen:** Millet İttifakı'nın seçmen kitlesi.

**Gösteren:** meyve, sebze, adamın elindeki soğan. **Gösterilen:** Ekonomik sorunlar, pahalılık.

Bu sahnelerin göstereni orta yaş ve üzeri kadın-erkek seçmenlerdir. Haydi Türkiye seçim videosunda orta yaş ve üzeri kişilerin yer aldıkları sahnelerde bu kişilerin “Bıktık ya”, “20 yıldır aynı kişiye oy verdim, artık yeter!”, “Haydi gülelim haydi” sözleri ile gösterilmek istenen, iktidar partisinin kemikleşmiş seçmen kitlesini oluşturduğu bilinen gelenek ve inançlarına bağlı orta ve yaşlı kesimin bu seçimlerde oylarını Millet İttifakı'ndan yana kullanacağıdır. Ayrıca dördüncü görselde orta yaşlı seçmenin, “Bugün soğan olmuş kaç para? Haydi ya...” sözleri ise, Millet İttifakı'nın bu videoda ülkede yaşanan ekonomik krize ilişkin eleştirel bir söylem geliştirdiğinin önemli bir göstergesidir. Bu videoda hükümete yönelik eleştirilerin özellikle hükümetin kendi seçmeninin söylemleri üzerinden sergilenmesi, Millet İttifakı'nın mevcut iktidar karşısında güç kazandığını vurgular niteliktedir.



**Görsel 8.** Millet İttifakı'nı Destekleyen Genç Seçmenler

**Gösteren:** Gençler. **Gösterilen:** Millet İttifakı'nın seçmen kitlesi.

Bu sahnelerde gösteren, gençlerdir. Bu sahnelerin gösterileni ise, Millet İttifakı'nı destekleyen genç seçmenlerdir. Bu görüntülerde, Türkiye'deki gençlerin gelecek ile ilgili beklentilerinin, adalet ve eşitlik arayışlarının Millet İttifakı'nın iktidarıyla son bulacağı gösterilmiştir.





**Görsel 9.** Millet İttifakı Liderleri, Seçmenleri ve Yeni Çiçek Açan Ağaç

**Gösteren:** Millet İttifakı'nın liderleri, Türk halkı ve yeni çiçek açmış bir ağaçtır. **Gösterilen:** Birlik, beraberlik, halkın desteği, başarı, umut, gelecek, canlanma, ayağa kalkma.

Bu görsellerin göstereni, Millet İttifakı'nın liderleri, Türk halkı ve baharın temsilcisi yeni çiçek açan ağaçtır. Bu görsellerin çağrıştırdığı anlam yani gösterilen ise, Millet İttifakı'nın Türk halkının desteğiyle seçimi kazanacağı ve Millet İttifakı'nın iktidarında Türkiye'ye baharın geleceğidir. Bu görsellerde Millet İttifakı'nın Cumhurbaşkanı adayı Kemal Kılıçdaroğlu'nun söylediği "Haydi hep birlikte sandığa", "Türkiye kazanacak" sözleri, Millet İttifakı'nın hedef kitlesini sınırlamadığı ve tüm Türkiye'nin oyuna talip olduğunu göstermektedir.

## Sonuç

Siyasi partilerin sosyal medya kullanımı özellikle seçim dönemlerinde kamuoyu oluşturma bakımından büyük önem taşımaktadır. Günümüzde sosyal medya, siyasi partiler ve siyasal aktörler için hem seçim kampanyasını yürütme hem de seçmen kitle ile anında etkileşime geçme bakımından güçlü bir araç haline gelmiştir. Bu nedenle siyasi partiler özellikle seçim dönemlerinde sosyal medyayı etkin bir biçimde kullanmaktadırlar. Sosyal medya, siyasal parti iletilerinin geniş kitlelere anında ulaşmasını sağlar. Youtube, Instagram, Facebook, X vb. platformlar, siyasilerin seçmen kitle ile doğrudan iletişim kurmalarına, vaatlerini iletmelerine ve kamuoyu oluşturmalarına imkan tanır. Ayrıca sosyal medyanın çift yönlü iletişim özelliği, siyasilerin paylaşımlarına yönelik yapılan yorumları da anında görebilmelerini sağlar. Sonuç olarak, sosyal medyanın özellikle son dönemlerde seçim süreci boyunca siyasi parti ve siyasal aktörler tarafından reklam ve propaganda aracı olarak kullanıldığı görülmektedir. Bu doğrultuda çalışmada, Millet İttifakı'nın 2023 Genel seçimleri süresince yürüttüğü seçim kampanyaları üzerinde durulmuş ve "Haydi Türkiye" Youtube seçim videosu göstergibilimsel analiz yöntemi ile incelenmiştir.

Millet İttifakı'nın "Haydi Türkiye" seçim videosunda, milli ve manevi değerlere, geleneksel ve modern yaşama, din, adalet, eşitlik, cinsiyet, birlik ve beraberliğe ilişkin sembolik bir anlatım kullandığı ortaya konulmuştur. Bu videodaki göstergelerden yola çıkılarak, Millet İttifakı'nın hedef kitlesini, kadın, erkek, genç, yaşlı, köylü, kentli, dindar, seküler vs. ayrımı yapmadan her kesimi içine alarak oluşturduğu görülmüştür. Bu videoda gelecek, eşitlik ve adalet gençlerle, geçmiş ise yaşlılarla ilişkilendirilerek gösterilmiştir. Ayrıca videoda birlik ve beraberlik mesajının cinsiyet ve din ile ilişkili göstergeler üzerinden verilmeye çalışıldığı da tespit edilmiştir. Videoda yer alan bu görseller ve söylemler, dini açıdan tarafsızlığa, cinsiyetçi açıdan ise eşitliğe vurgu yapması bakımından önem taşımaktadır. Bu videoda, ekonomi ile ilgili olarak özellikle mevcut iktidarın ekonomik politikalarına ilişkin eleştirel söylemleri gösterge olarak kullandığı görülmüştür. Bu söylemlerde hayat pahalılığına ve halkın iktidar partisinden bıktığına dair sözler, gösterge olarak kullanılmıştır. Ayrıca bu videoda, milli ve manevi değerlere ilişkin göstergelere de yer verildiği ortaya konulmuştur. Manevi değerlerin daha çok geleneksellik ve inanç üzerinden gösterildiği bu sahnelerde, dini değerleri temsilen baş örtülü kadınlar, gelenekleri temsilen kırsal



yaşam ve kırsaldaki aileler kullanılmıştır. Bu videoda, geleneksel yaşam ve geleneksel Türk kadını ile birlikte modern yaşam ve modern Türk kadınına ilişkin göstergelerin de yer aldığı görülmüştür. Böylelikle çalışmada, Millet İttifakı'nın Haydi Türkiye seçim videosu ile tüm Türk halkına yönelik bir seçim kampanyası yürüttüğü sonucuna ulaşılmıştır.

Son dönemlerde geleneksel medyanın yerini alan sosyal medya tüm alanlarda olduğu gibi siyaset alanında da yaygın olarak kullanılmaktadır. Siyasette özellikle propaganda ve reklam amacıyla kullanılan sosyal medya ile ilgili günümüzde çok sayıda araştırma yapıldığı görülmektedir. Bu çalışma da siyasal alanda sosyal medyanın nasıl kullanıldığına ilişkin bir araştırma olması bakımından önem taşımaktadır. Siyaset ve sosyal medya ilişkisinin daha iyi anlaşılabilmesi ve sosyal medya kullanımının siyasal alandaki önemini ortaya koymak için bu tür çalışmalara daha çok ağırlık verilmesi önerilmektedir.

## Kaynakça

- Akyol, M. (2015). Seçim Kampanyalarında Sosyal Medya Kullanımı: Facebook ve 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(55): 98-114. <https://doi.org/10.17755/esosder.69431> (1 Kasım 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır)
- Aziz, A. (2011). *Siyasette Etkili İletişim Teknikleri*. İstanbul: Başlık Yayın Grubu.
- Aziz, A. (2015). *Siyasal İletişim*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Aziz, A. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Bourse, M., & Yücel, H. (2012). *İletişim Bilimlerinin Serüveni*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Erol, G. (2018). Sosyal Medya Okuryazarlığının Siyasal İletişim Sürecindeki Rolü Üzerine Bir Çalışma: G. Erol, H. Topbaş, *Dijital Çağda İletişim Okumaları – 1*. (s.61-92) İçinde. İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Guiraud, P. (1994). *Gösterge Bilim*. ( M. Yalçın, çev.). Ankara: İmge Kitapevi Yayınları.
- Işık, M. (2000). *İletişimden Kitle İletişimine*. Konya: Mikro Yayınları.
- Işık, M. (2005). *Kitle İletişim Teorilerine Giriş*. Konya: Eğitim Kitabevi.
- Işık, M. (2018). *İletişim Bilimine Giriş*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Kazancı, M. (2013). *Kamuda ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Korkut, Y. (2021). *Siyasal İletişimde İletişim Teknolojilerinin Kullanımı: Siyasi Partiler Erzurum İl Yönetimi Örneği*. İstanbul: Eğitim Yayınevi.
- Köktürk, Ş., & Eyri, S. (2013). Dilbilim Ve Göstergebilim: Ferdinand De Saussure Ve Göstergebilimi Anlamak. *SAÜ Fen Edebiyat Dergisi*, 15(2): 123-136. [http://www.fed.sakarya.edu.tr/arsiv/yayinlenmis\\_dergiler/2013\\_2/2013\\_2\\_S2.pdf](http://www.fed.sakarya.edu.tr/arsiv/yayinlenmis_dergiler/2013_2/2013_2_S2.pdf) (4 Kasım 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır)
- Kuşay, Y. (2010). Sosyal Medyanın Gücü ve Uygulama Örnekleri: F. Aydoğan ve A. Akyüz (Der.), *İkinci Medya Çağında İnternet*. (s.61-89) İçinde. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Özkan, A. (2007). *Siyasal İletişim Stratejileri*. İstanbul: Tasam Yayınları
- Saussure, F. (1985). *Ferdinand de Saussure Genel Dil Bilim Dersleri*. (B. Vardar, çev.). Ankara: Birey ve Tolum Yayınları.
- Sevinç, S. (2012). *Seçkin, Pazarlama İletişiminde Sosyal Medya*. İstanbul: Optimist yayınları.
- Şen, A. F., & Yenigün Altın, Ş. (2020). Sosyal Medyada Popülist Söylemler: 31 Mart 2019 Yerel Seçim Sürecinde Adayların Twitter Gönderilerinin Analizi. *Türkiye Araştırmaları Dergisi*, (35): 281-310. <https://doi.org/10.17829/turcom.749210> (2 Kasım 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır)



Tengilimoğlu, D., & Öztürk, Y. (2011). *İşletmelerde Halkla İlişkiler*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Toros Kantemir, D. (2016). Sosyal Medya Ekosisteminde Pazarlama Halkla İlişkileri: MPR ve WEB 2.0: F. Balta Peltekoğlu (Ed.), *İletişimin Gücü Kurumsaldan Küresele Halkla İlişkiler*. (s.25-53) İçinde. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.

Yaylagül, L. (2014). *Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot Yayınları.

Youtube (2023). Cumhuriyet Halk Partisi. <https://www.youtube.com/@chpgenelmerkezi> (20 Ekim 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır)

<https://bilimgenc.tubitak.gov.tr/makale/youtube-kim-ne-zaman-icat-etti> (5 Kasım 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır)

<https://www.demandsage.com/youtube-stats/> (5 Kasım 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır)

<https://www.inbusiness.com.tr/sektorler/is-dunyasi/2023/08/16/iste-turkiyede-bu-yil-kullanici-sayisini-en-fazla-artiran-sosyal-medya-platformu> (5 Kasım 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır)



## Belgesel Sinema: Suha Arın Sinematografisi<sup>1</sup> Documentary Cinema: Suha Arın Cinematography

Ali Avlar<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye.  
aliavlar42@gmail.com  
ORCID: 0000-0002-1799-4107

### MAKALE BİLGİSİ

*Makale Geçmişi:*  
Başvuru tarihi: 01.12.2024  
Düzeltilme tarihi: 20.12.2024  
Kabul tarihi: 27.12.2024

*Anahtar Kelimeler:*  
*Belgesel Film,*  
*Suha Arın,*  
*Anlatı.*

### ARTICLE INFO

*Article history:*  
*Received: 01.12.2024*  
*Received in revised form: 20.12.2024*  
*Accepted: 27.12.2024*

*Keywords:*  
*Documentary Film,*  
*Suha Arın,*  
*Narrative.*

### ÖZ

Belgesel film, doğal yaşamın gerçekliği içerisinde var olmaktadır. Belgesel filmin senaryosunu hayatın kendisi oluşturmaktadır. Belgeselin belgeye dayalı olması nedeniyle içinde yaşadığımız zaman diliminde meydana gelen olaylar şu an için bir anlam ifade etmiyor olsa bile gelecek için bir belge niteliği taşıyabilir. Her sanatın olduğu gibi belgesel sanatının da bir yaratıcısı ve amacı vardır. Belgesel sinemanın yaratıcısı yönetmendir. Amacı ise kendine has özellikleri kullanarak insanları etkilemek ve ikna etmektir. Belgesel film, toplum yaşamının ve kültürel özelliklerinin belgelenmesini, aktarılmasını ve toplumsal bellek oluşturulmasını sağlamaktadır. Belgesel film yönetmeni aktarmak istediği gerçeği, gerçekliği bozmadan, sinemanın kazandırdığı olanaklardan faydalanarak etkili bir şekilde ortaya koymaya çalışır. Bu bağlamda Türkiye’de belgesel sinemanın önde gelen önemli isimlerinden biri olan Suha Arın’ın yönetmenliğini yapmış olduğu Safranbolu’da Zaman filminin analiz edilmesi önemlidir. Çalışmanın amacı Suha Arın’ın anlatı yapısını nasıl oluşturduğunu ortaya koymaktır. Bu nedenle çalışmada örneklem olarak seçilen Safranbolu’da Zaman filmi nitel araştırma yöntemiyle incelenmiş ve nitel veri analiz yöntemi olarak da betimsel analiz kullanılmıştır.

### ABSTRACT

Documentary film exists within the reality of natural life. Life itself constitutes the scenario of the documentary film. Due to the fact that documentary film is based on documents, even if the events occurring in the time period we live in do not make sense for the present, they can be a document for the future. In order for the documentary filmmaker's work to be successful, he/she should not turn his/her back on the society in which he/she lives, should know the environment in which he/she lives and should have an observant spirit. As in every art, documentary art has a creator and a purpose. The aim of the director, the creator of documentary art, is to influence and persuade people by using the unique features offered by art. Documentary film provides the documentation and transfer of community life and cultural characteristics and the creation of social memory. The documentary film director tries to reveal the reality he wants to convey effectively by making use of the possibilities provided by cinema without distorting the reality. In this context, it is important to analyse the film Time in Safranbolu, directed by Suha Arın, one of the leading names of documentary cinema in Turkey and one of the first documentary film directors. The aim of the study is to reveal how Suha Arın creates his narrative structure. For this reason, the film Time in Safranbolu, which was selected as a sample in the study, was analysed by qualitative research method and descriptive analysis was used as a qualitative data analysis method.

### Atıf Bilgisi / Reference Information

Avlar, A. (2024). Belgesel Sinema: Suha Arın Sinematografisi, Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD) 10 (2), s.49-64.

<sup>1</sup> Bu çalışma, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından 2019 yılında yayımlanan *Türkiye’de Belgesel Film Çalışmaları: Süha Arın ve Son Dönem Belgesel Sinemacıların Anlatı Yapısı* adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

\* DOI: 10.46442/intjcss.1594211

\*\* Sorumlu yazar: Ali Avlar, aliavlar42@gmail.com



## 1. Giriş

Belgesel film, yönetmenin gerçekliğe bağlılığından doğmuştur. Belgesel film, kurmacaya (fiction) çok az yer veren ya da yer vermeyen, ele alacağı konuyu direkt hayatın içinden seçen, konunun gerçekliğine mümkün olduğunca bağlı kalarak nesnel bir tavırla aktarmaya çalışan, bir türdür (Özön, 1990: 125-128).

Sinemada, görsel anlatı ön plana çıkmaktadır. İster belgesel filmler olsun ister dramatik filmler olsun bütün film türlerinde anlatının oluşturulmasında ön plana çıkan unsur içeriğin estetik biçimde anlatılmasıdır. Öykünün içeriğiyle, anlatım yapısı arasında kurulan denge filmin başarısını beraberinde getirmektedir (Parsa, 2008: 19).

Suha Arın, “belgesel” film akışını yönlendiren kişinin yönetmen olduğunu, “belge” film akışında ise belgenin yönetmeni yönlendirdiği düşüncesi (Kuruoğlu, 1990) oldukça önemlidir. Belgesel filmi sinema yapan yani sanat yapan etken de burada kendini göstermektedir. Belgesel filmin konusu her ne kadar gerçek bir olay, gerçek bir kişi olsa bile yönetmenin varlığından ve yaratıcı yorumundan bağımsız düşünülemez. Bu yaratıcı yorum, kameranın nasıl ve nereye konumlandırılacağı, çerçevenin ölçüsü, objektif tercihi, alan derinliği gibi çekim sırasında olabileceği gibi çekim sonrası kurgu esnasında da hangi planın kullanılıp kullanılmayacağı şeklinde ortaya çıkmaktadır (Çöm: 2019: 2). Belgeyi, sinemanın sunduğu olanaklar dahilinde belgesel filmi sanat yapan yönetmenin yaratıcı yorumudur.

Literatür taraması aracılığıyla kuramsal çerçevesi oluşturulan çalışmanın amacı, Suha Arın’ın, sinema sanatının kendine has özelliklerini kullanarak anlatı yapısını nasıl oluşturduğunu ortaya koymaktır. Bu amaca ulaşmak için Süha Arın’ın 1976 yapımı *Safranbolu’da Zaman* filminin içerik ve biçimsel çözümlemesi; kamera açıları, kamera hareketleri, çekim ölçekleri, aydınlatma, ses ve kurgu kategorileri çerçevesinde betimsel analiz yöntemi kullanılarak çözümlenmeye çalışılmıştır.

## 2. Belgesel Sinema Nedir?

Hareketli görüntülerin kayıt edilmesi ve alıcının bu hareketli görüntüleri değiştirmeden olduğu gibi kayıt altına almaya başlaması yani sinematografin ortaya çıkmasıyla ilk yıllarında olduğu gibi günümüzde de doğal çevre belgesel sinemanın konusunu oluşturmaktadır. Başlangıcından günümüze kadar belgesel sinemanın ne olduğu hususunda çok sayıda tanım yapılmıştır.

Belgesel sinemacı, yaşadığı dönemi ve dahil olduğu toplumun sorunlarını konu alarak bu sorunlar üzerinde araştırmalar yaparak inceler. Konunun bütünüyle benimsenmesinin ardından bir taslak hazırlanır ve film çekimi gerçek mekanlarda gerçekleştirilir. Belgesel film herhangi bir sorunu ve bu sorunun altında yatan gerçeği ortaya koymakta ve bu gerçekliği nesnel kalarak yansıtmaktadır. Gerçeklik belgesel filmcinin anlayışı, dünya görüşü ve bilgisine göre şekillenmektedir. Belgeselci, belgesel filmi mesajını izleyiciye aktarmak için bir araç olarak kullanmaktadır. Mesaj herkes tarafından kolayca anlaşılabilir bir sadelikte olmalı ve estetik kaygı filmin bütününe hâkim olmalıdır (Gider, 2007: 136).

Sanat filminin Tanrısı yönetmendir, belgeselin yönetmeni Tanrıdır (Mükerrem, 2007: 243). Gündeş, toplumsal yaşamın belgelenmesinde önemli bir yer tutan belgesel sinema, kurmaca olmayan olayların, anında kayıt altına alınan görüntülerin belirli bir bakış açısı doğrultusunda tasvir edildiği hareketli resimler olarak tanımlamıştır (1998: 19).

“Var olan” gerçekliğin bulunmasıyla başlar. Bütün belgelerin kendine has bir özelliği bulunmaktadır. Geçmişte gün yüzüne çıkarılmış ve günümüzde var olmaya devam eden belgeler, bünyelerinde sınırlar taşımaktadır (Tanakıncı, 2007: 202-203). Bu sınırların çözüme ulaştırılması ve geleceğe aktarılması belgesel sinemacının sorumluluğunda gerçekleşmektedir.

Belgesel sinemanın tam anlamıyla gerçek bir tanımının yapılmasının zor olduğunu düşünen Mutlu, belgeseli filmi; dünyayı ve insanları bizim göremeyeceğimiz yanlarıyla görmemizi, anlamamızı ve yorumlamamızı sağlayan, sadece şimdikiyi araştırmakla kalmayıp geçmiş de yorumlayan, hatta geleceğe ilişkin çıkarımlarda bulunan bir tür olarak tanımlamaktadır (1995: 116).





Görüldüğü üzere belgesel sinema üzerine yapılan tanımlar birbirinden farklılık göstermektedir. Bu yüzden tek bir belgesel tanımı üzerinde uzlaşmaya varmak oldukça zordur. Ama yapılan tanımlardan hareketle bir film türü olarak belgeselin merkezinde “gerçek yaşam” ve “gerçek yaşamı yansıtmak” olduğu söylenebilir.

Rabiger’in de söylediği gibi: İki belgesel sinemacıyı bir araya koyduğunuz zaman büyük bir ihtimalle belgeselin ne olduğu ya da olmadığı üzerine tartışacaklardır. Zaman geçtikçe yeni özellikler ortaya çıkmaya devam edecek ve tartışmalar yeni kuşaklar tarafından sürdürülecektir. Ancak itiraz edilmeyen tek durum belgeselin özünde yer alan, belgeselcilerin gerçek insan ile gerçek durumları konu edindiği ve incelediği bilgisidir (1998: 3).

Belgesel çoğu kaynaklarda “gerçeğin yorumlanması” şeklinde tanımlanmaktadır. Bu yorumlama içinde yaratıcılığı barındırmaktadır. Gerçekliğin yorumlanmadan olduğu gibi kaydedilmesi belgeselcilik değil belgecilik olarak tanımlanmaktadır. Belgesel sinema, sinemanın bir alt türü olmasından dolayı sinemasal anlatım biçimleri içerisinde değerlendirilmesi gerekmektedir. Sonuç itibarıyla belgesel film, kurmaca filmde olduğu gibi izleyiciye mesaj vermek, etkilemek ve duyguları harekete geçirmek için sinemanın yaratıcı unsurlarını kullanmaktadır (Kuruoğlu, 2007: 180). Belgesel filmde ne anlatıldığı yani mesajın ne olduğu ile birlikte mesajın nasıl anlatıldığı da önemli bir konudur. Sinemanın anlatı unsurları kullanılarak belge filmi belgesel filme dönüşür. Böylece duygular harekete geçirilerek verilmek istenen mesaj daha etkili bir şekilde izleyiciye iletilmiş olur.

### 2.1. Belgesel Sinema Anlatısı

İlk yıllarından itibaren belgesel film üzerine farklı tanımlar yapılmış olsa da bütün tanımların ortak noktası, yönetmenin kendi bakış açısıyla gerçek ve yaşanmış konuların, gerçek mekanlarda yeniden yorumlanması olmuştur.

İnsanlar gerçekliği yakalama telaşına düşerek elde ettikleri görüntülerle anlamı nasıl oluşturacağını düşünmeye başlamıştır. Bunun neticesinde de anlam ve anlatı dili ortaya çıkmıştır (Büker, 1991: 2). Hareketli görüntülerin kayıt altına alınmasıyla hikayeler anlatan sinema özünde bir anlatı dilidir (Küçükcan, 2005: 9). Anlatı dili, mantık çerçevesinde birbirleriyle ilgili zaman içinde meydana gelen gerçek veya düşsel olayların çeşitli göstergeler yardımıyla aktarılması sonucunda ortaya çıkan bütündür (Mutlu 1995: 41-42). Belgesel film sabit bir anlatı çeşidine değil birden çok anlatı çeşidine sahiptir. (Yücel, 1979: 31). Belgesel filmin birden fazla anlatı çeşidine sahip olmasını Suha Arın ‘Karma Anlatım’ olarak tanımlamaktadır. Belgesel filmde; klasik sözlü anlatım, sözsüz anlatım, görüntü ile sesi farklılaştırma, sorunu ya da konuyu filmde bulunan kişi ya da kişilere anlatırma, sunucu ya da spikerin konuyu kameraya bakarak anlatması, açıklayıcı yazılarla anlatma ve karma anlatım olmak üzere yedi anlatı türü bulunmaktadır.

Klasik sözlü anlatımda spikerin anlatımına görüntüler eşlik etmektedir. Sözsüz anlatımda konu ses ve müzik eşliğinde sadece görüntülerle anlatılmaktadır. Sorunu ya da konuyu filmde bulunan kişi ya da kişilere yaptırıldığı anlatımda konu filmde yer alan kişiler tarafından anlatılmaktadır. Sunucu ya da spikerin konuyu kameraya bakarak anlattığı anlatımda spiker seyirciyle göz teması halindedir ve genellikle televizyon belgesellerinde tercih edilmektedir. Açıklayıcı yazılarla anlatımda üst veya alt yazı kullanımıyla gerçekleştirilmektedir. Karma anlatımda ise iki ya da daha fazla anlatım çeşidinin birlikte kullanılması söz konusudur.

#### 2.1.1. Belgesel Sinema Anlatısında İçeriksel Özellikler

Cerici, belgesel sinemada konunun bütünüyle gerçek olması nedeniyle belgesel filmlerdeki senaryoyu imgesel filmler de olduğu kadar belirleyici bir unsur olarak görmemekte ve imgesel filmlerde öykü imgelerle oluşturulurken; belgesel sinemada konunun ve öykünün bütünüyle gerçeklikten oluştuğunu dile getirmektedir (1997: 111). Temelinde gerçek konuların yer aldığı belgesel filmlerde anlatı yapısı gerçek konular üzerine kurulmaktadır. Toplumların sosyal yapısı, tarihi ve kültürel yapısı belgesel sinemanın ele aldığı başlıca konuların başında gelir. Belgesel film yönetmeni, ele almış olduğu konuyu gerçekliğe bağlı kalarak izleyiciye sunarken bu gerçekliği yaratım süzgecinden geçirerek bir sanat eserine dönüştürür.

### 2.1.2. Belgesel Film Anlatısında Biçimsel Özellikler

Çerçeveleme, kamera açıları, kamera hareketleri, çekim ölçekleri, görüntü düzenlemesi, aydınlatma, ses ve kurgu belgesel filmin biçimsel özelliklerini oluşturan unsurlar arasında yer almaktadır (Küçükcan, 2005: 9).

Filmde ele alınan içeriğin yani konunun nasıl anlatıldığı çok önemlidir (Büker, 2010: 25). İnsanları kameranın karşısına konumlandırıp konuyu bu şekilde izleyiciye aktarmak sinema değildir (Adanır, 2003: 9). Bu durum belgesel sinema için de aynı şekilde geçerlidir. Sadece konuyla ilgili uzman kişilerin görüşlerini almak belgesel film yapmak anlamına gelmemektedir. Bir sanat olan belgesel filmi, sanat eseri haline getirecek olan kişi yönetmenden başkası değildir (Öztürk, 2013: 63). Bilgi ve estetiğe önem veren belgesel sinema yönetmeni estetiğe ulaşabilmek için; kamera çekim ve tekniklerini, ses ve müziği, aydınlatmayı ve kurgu gibi film tekniklerini kullanarak belgeyi sanata dönüştürmelidir. (Kuruoğlu, 2006: 102).

Filmde ele alınan konu filmin içeriğini oluştururken, ele alınan konunun nasıl anlatıldığı da biçimini oluşturur. Yönetmenin içinde var olduğu topluma karşı yerine getirmesi gereken sorumlulukları vardır. İçinde yaşadığı toplumun sosyal, tarihi ve ekonomik sorunlarını orta koymak, bu sorunlara çözümler aramak yönetmenin de sorumluluğundadır. Ele almış olduğu konuyu muhataplarına etkili şekilde aktarabilmek ve konuya dikkat çekebilmek adına sinemanın sunduğu olanakları mümkün olduğunca kullanarak filmini oluşturmalıdır.

### 3. Sinemanın Yaratıcı Dili

Her filmin temelinde bir hikâye yer almaktadır. Bu hikâyenin nasıl anlatıldığı o filmin biçimsel özelliğini oluşturmaktadır. Hikâyenin izleyiciye aktarılmasında; çerçeveleme, kamera açısı, kamera hareketleri, çekim ölçeği, aydınlatma, ses, kurgu gibi unsurların önemli işlevi bulunmaktadır (Toprak, 2012: 13).

#### 3.1.Çerçeveleme

Vizörden veya kameranın bağlı bulunduğu ekrandan bakıldığı vakit görülen dikdörtgene çerçeve adı verilmektedir. Çerçeveleme ise çekim esnasında çerçeve içinde yer alacak olan karakterlerin ya da objelerin çerçevenin neresine nasıl konumlandırılacağına düzenlenmesini sağlayan görsel anlamlar bütünü oluşturmaktadır (Wineyard, 2010: 23). Yönetmen belirli sınırları olan çerçeveyi sinemanın anlatı unsurlarını kullanarak anlatısını destekleyecek şekilde düzenleyerek izleyiciye sunmaktadır. Yönetmen, belirli sınırları olan bu çerçeve içinde alıcıyı hangi açılardan kullanacağını seçerek, kayda alınacak kişi ya da nesnelere görüntüde belirli alanlara yerleştirerek sahneyi nasıl kayıt altına alacağını belirlemektedir (Onaran, 1986: 36). Yönetmenin, bir şairin sözcüklerini ya da bir nakkaşın renk ve desenlerini seçmesi gibi çerçeveyi sanatsal, estetik ve etkili bir şekilde hazırlayabilmesi için bilgi ve deneyimlerini ustaca kullanması gerekmektedir (Ankaralığıl, 2016: 11). Güngör'e göre çerçeveleme, sınırları belirleyip deklanşöre basmaktan ibaret değildir. Çerçeveleme öncelikle bir düşüncenin, seçimin ve bakış açısının ürünü olarak ortaya çıkmaktadır (1994: 42).

#### 3.2. Kamera Açısı

Kamera açıları, kameranın konuya yaklaşımı ve kameranın konuya olan bakış yüksekliğinin açıları olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Kameranın konuya olan yaklaşım açısı da nesnel ve öznel açı olarak ikiye ayrılmaktadır. Nesnel açı kullanımında izleyici, meydana gelen olaylara üçüncü bir göz gibi dışarıdan tanıklık etmektedir. Öznel açı kullanımında ise izleyici kendini filmin içinde bir karakter gibi hissetmekte ve sahne o karakterin gözünden yansıtılmaktadır (Sözen, 2008: 580). Nesnel kamerada izleyici olaylara karşı hiçbir etkisi olmayan bir tanık gibi konumlandırılırken, öznel kamerada izleyici olayın içindeki karakterin kendisi olarak konumlandırılmaktadır.



Kameranın konuya olan bakış yüksekliği açılarının psikolojik etkileri bulunmaktadır. Yönetmen farklı kamera açılarını kullanarak film diline zenginlik katmaktadır (Ankaralığıl, 2016: 151). Kamera açıları temelde Göz Seviyesi Açısı, Alt Açık, Üst Açık ve Eğik Açık olmak üzere dört başlık altında toplanmaktadır.

### 3.2.1. Göz Seviyesi Açısı

Göz seviyesi açısı, kamera açıları içerisinde en fazla kullanılan açıdır. İnsanların göz seviyesinden bakması anlamına gelen göz seviyesi açısında dramatik etki oldukça azdır. Dramatik etkisi az olmasına karşın insanların gerçek yaşamda aşına oldukları bir görüntü verdiği için sıklıkla tercih edilmektedir. Göz seviyesi açısında kameranın yüksekliği çerçevenin içinde yer alan nesne ya da özne ile aynı yükseklikte konumlandırılmaktadır. Böylece izleyici nesne ya da özneye aşağıdan ya da yukarıdan bakmadığı için izleyici psikolojik etkiye maruz kalmamaktadır.

### 3.2.2. Alt Açık

Alt açı kullanımında kamera göz seviyesine oranla daha aşağıda konumlandırılmaktadır. Karakterin ya da nesnenin olduğundan daha uzun, büyük ve güçlü görünmesini sağlamak amacıyla alt açı kullanılmaktadır. Aşırı alt açı ya da solucan bakış açısı alt açıların alt türüdür (Wineyard, 2010: 23). Kullanılan bu açıda kamera konuya oranla çok daha alçak bir konuma yerleştirilmektedir. Kamera bir karakteri bu açıdan çektiği zaman çekilen karakteri olduğundan daha fazla güçlü göstermektedir.

### 3.2.3. Üst Açık

Üst açı kullanımında ise kamera göz seviyesine oranla daha yukarıda konumlandırılmaktadır. Karakterlerin zayıf, güçsüz ve masumluğunu göstermek amacıyla kullanılmasının yanı sıra (Ankaralığıl, 2016: 154) üst açıdan yapılan çekimler bazen de konunun geçtiği çevreyi izleyiciye göstermek amacıyla da kullanılmaktadır (Kafalı, 1993: 177). Üst açı kullanımında kamera konuya oranla daha yüksek bir konuma yerleştirilmekte ve böylece karakterin güçsüzlüğü izleyiciye sunulmaktadır.

### 3.2.4. Eğik Açık

İnsan gözünün alışkın olmadığı farklı bir görüntü ve etki uyandırmak amacıyla eğik açı kullanımı tercih edilmektedir. Eğik açı kullanımında sahnedeki gerilimi arttırmak amacıyla kamera 45 derecelik bir açıyla yana yatırılmaktadır (Ankaralığıl, 2016: 158). Karakterlerin içinde buldukları ruh hallerini ve çıkmazlarını izleyiciye aktarmak ve hissettirmek için eğik açı kullanımı tercih edilmektedir.

## 3.3. Kamera Hareketleri

Sinemanın hareketli görüntüleri kayıt altına alması, sinemayı diğer sanat dallarından ayırmaktadır (Pembecioğlu, 2005: 31). Kameranın hareketli şekilde kullanımı da sinemayı diğer görsel sanatlardan ayıran en önemli özelliğini oluşturmaktadır (Brown, 2014: 210). Hareketli görüntüleri kayıt altına alma hususunda en önemli çalışmalar arasında Lumiere Kardeşlerin çalışmaları bulunmaktadır. Sinematograf üzerinde çalışmalar yapan Lumiere Kardeşler Edison'un Kinetoskop'unu 1894'te Paris'de sergilenirken yakından inceleme şansı yakalamışlar ve bu cihazı geliştirmişlerdir. Edison genellikle boks maçları, danslar ve varyete gösterilerini filme almıştır. Kayda alınan bu görüntüler sabit kameralarla çekilmiştir (Rotha, 1996: 38). İlk yıllarda çekimi yapılan filmlerde sabit kamera kullanımı nedeniyle çerçeve dışına taşan olaylar alıcı tarafından takip edilememiştir. Kameranın olayı takip edememesinden dolayı sahnelerin çekimi sınırlandırılmış bir çerçeve içinde gerçekleştirilmiştir. Daha sonra kameranın hareket etmesiyle birlikte kullanılan kamera hareketleriyle sabit çerçevenin sınırları ortadan kalkmıştır. Kamera hareketleri, izleyicinin olayı takip etmesine olanak tanımış, izleyicinin çerçeve içinde gerçekleşen olayı takip etmesi ve dikkatini konu üzerinde toplamasını sağlamıştır. Kamera hareketlerinin başında; pan (sağa-sola çevrinme), tilt (yukarı ve aşağı çevrinme), zoom (objektif hareketiyle konuya yaklaşım uzaklaşma), kaydırma (ileri, geri, sağa ve sola) gelmektedir.



### 3.3.1. Pan Hareketi

Pan hareketinde kameranın hareket etmesinden ziyade, tripod yardımıyla sabit bulunduğu noktadan sağa veya sola hareketini ifade etmektedir. Pan hareketi, alıcının yer değiştirmeden sabit bir noktadan sağa/sola çevrilmesiyle gerçekleştirilmektedir (Brown, 2014, 212). Konunun geçeceği mekânı tanıtmak, hareket halindeki karakteri takip etmek ya da bir oyuncudan diğerine geçiş sağlamak ve aynı zamanda zamanın geçişini göstermek için pan hareketi kullanılmaktadır.

### 3.3.2. Tilt Hareketi

Tilt hareketi de pan hareketinde olduğu gibi alıcının konumunu değiştirmeden sabit bir noktadan aşağı ya da yukarı yönde hareketini ifade etmektedir (Özön, 2008: 59). Tilt hareketi, pan hareketinde olduğu gibi konunun geçeceği mekânı göstermek, anlatılacak konuya göre örneğin; bir yapının durumunu göstermek için kullanılmaktadır. Mekânı tanıtmamanın yanı sıra olaya gizem ve gerilim katmak içinde kullanılmaktadır.

### 3.3.3. Zoom Hareketi

Zoom hareketi, kamera üzerindeki objektifin merceğinin ileri ve geri gitmesi hareketiyle gerçekleştirilmektedir. Alıcıyı hareket ettirmeden görüş noktasının ileri ya da geri taşınmasını ifade etmektedir (Brown, 2014, 213). Konuya hareket kazandırmak ve konu ile izleyici arasındaki mesafeyi ortadan kaldırmak için sıklıkla kullanılmaktadır.

### 3.3.4. Kaydırma Hareketi

Kaydırma hareketinde, pan ve tilt hareketinde olduğu gibi kamera bir noktada sabit değil, hareket halindedir. Kaydırma hareketi, izleyiciyi konunun içine çekmekte ve dikkati konu üzerinde toplamaktadır (Mercado, 2011: 159).

## 3.4. Çekim Ölçeği

Çekim ölçeği, çerçeve içinde yer alan öğelerin ne kadarının görüldüğü, bir başka ifadeyle alıcıya olan uzaklık ve yakınlıklarını ifade etmektedir (Kasım, 2013: 69). Çekim ölçekleri, sadece insan vücuduna göre oranları ifade etmez aynı zamanda canlı ya da cansız doğada bulunan tüm varlıklar için geçerlidir. Çekim ölçekleri, genel çekim, boy çekim, diz çekim, bel çekim, göğüs çekim, omuz çekim, baş çekim ve ayrıntı çekim olarak sekiz başlık altında incelenmektedir.

Genel çekim, insanın ya da nesnenin tamamen içinde bulunduğu, hikâyenin geçtiği mekânı ve karakterleri tanıtmak için kullanılmaktadır. Genellikle filmlerin açılış planlarında kullanımı tercih edilmektedir.

Boy çekimi, çerçeve içinde yer alan insanın ya da nesnenin tamamının görüldüğü çekim ölçeğidir. Bu çekim ölçeğinde önemli ve dikkat edilmesi gereken husus, uygun üst ve alt boşluklar bırakılarak çerçeve içinde yer alan öğenin tamamının çerçeve içinde görülmesini sağlamaktır. Diz çekim, boy plan ile bel plan arasında kişinin dizi üzerinden başının üzerine kadar olan mesafenin çerçeve içerisine alınması, bel çekim ise belden yukarısının çerçeveye alınmasıyla gerçekleştirilmektedir (Ankaralıgil, 2016: 140).

Göğüs çekim, bel plandan daha düşük ölçekli çekimlerdir. Karakterin, duyguyu izleyiciye aktarmasında etkili olan ölçeklerden birini oluşturmaktadır. Omuz çekim, omuz seviyesinden başlayıp, başın üstüne kadar olan kısmın çerçeve içine alınmasını kapsamaktadır. Baş çekim, başın alt kısmından çeneden başlayıp, başın üst kısmına kadar olan bölgenin çerçeveye alınmasıyla, ayrıntı çekim ise bütün çekim ölçekleri arasında daha yakın plandan gerçekleştirilerek yapılan çerçeveleme ile oluşturulmaktadır (Kasım, 2013: 72).



### 3.5. Aydınlatma

Alıcının hareketleri görebilmesi, konuyu destekleyebilmesi ve izleyicinin dikkatini istenilen noktalara yönlendirilebilmesi için aydınlatmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Kullanılan bütün aydınlatmalar yönetmenin amacına hizmet edecek şekilde tasarlanmaktadır. İzleyicide oluşturulmak istenen psikolojik duygulara paralel olarak aydınlatma gerçekleştirilmektedir.

Film dili içinde ışığın ayrı bir yeri ve önemi bulunmaktadır. Işık filmlerin başlangıç sahnesinden son sahnesine kadar var olmakla birlikte, bazı filmler ve bazı sahneler ışık ile anlam kazanmaktadır (Ankaralığıl, 2016: 128). Sinemada kontrastı, ışık gölge farklılığını ve aydınlık-karanlık yüzeyleri kullanarak gerçekleştirilen aydınlatmanın geneline “Chiaroscuro” aydınlatması denilmektedir. Chiaroscuro aydınlatması; anahtar ışık, dolgu ışık ve arka ışık olarak üçe ayrılmaktadır (Vardar, 2012: 53).

Anahtar ışık, kişi, obje ya da mekânı görünür kılmak ve konunun temel biçimini ortaya çıkartmak için kullanılmaktadır. Doğal ortamda güneş anahtar ışığını oluşturmaktadır. Yapay aydınlatmada ise anahtar ışık güneşin yerine geçmektedir. Kontrast oluşturulmak istenildiğinde sert ışık veren bir spot ışığı, kontrastsız bir görüntü oluşturulmak istendiğinde yumuşak ışık veren bir aydınlatma kaynağının kullanılması gerekmektedir (Algan 1999: 97).

Anahtar ışığın oluşturmuş olduğu gölgeleri ortadan kaldırmak veya azaltmak için dolgu ışığı kullanılmaktadır. Kontrastı azaltmak ve daha doğal bir anlatımı yakalayabilmek adına yumuşak ışık kaynağı kullanılarak istenilen atmosfer elde edilmektedir. Dolgu ışıkları genellikle dağınık ve yumuşak ışık veren aydınlatma kaynaklarından oluşmaktadır. Çerçevdeki konunun biçim, doku ve boyutlarının ortaya çıkarılmasına yardımcı olmaktadır (Bordwell ve Thompson, 2012: 134).

Konuyu fondan ayırmak ve konunun konumunu belirlemek amacıyla arka ışık kullanılmaktadır. Tamamlayıcı unsur olarak kullanılan arka ışık, bazen çerçeve içinde mevcut durumda bulunan bir gaz lambası ya da mum ışığı olarak karşımıza çıkarak sahne ve dekorla bütünleşmektedir. Bazı durumlarda da arka ışık, karakterin siluet olarak görülmesinde farklı anlamların ve görsel olarak etkileyici sahnelerin ortaya çıkarılmasında kullanılmaktadır. Siluet aydınlatmada kontrast artarak konu ışık üzerinde bir gölgeye dönüşmekte ve dış formu belirginleşmektedir (Mükerrem, 2012: 46).

Aydınlatma, nesnelere görünür kılabilmenin yanında, iki boyutlu görüntüye üçüncü boyut kazandırmak ve psikolojik etki oluşturmak için kullanılmaktadır. Anlatımın yaratıcı unsuru olarak karşımıza çıkan aydınlatma, duygu ve düşüncelerin yönlendirilmesinde, dramatik etkinin oluşturulmasında önemli bir yer tutmaktadır.

### 3.6. Ses

Filmlerde kullanılan sesler, müzikler ve efektler konuya farklı açılardan anlam katan ve konuyu destekleyen önemli unsurların arasında yer almaktadır. İç ses, dış ses ve çevresel sesler filme canlılık ve hareket katan unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Toprak, 2012: 126-128).

İç sesler, kaynağı sahnede mevcut olarak bulunan veya sahne ile doğrudan ilişkili olan sesleri içermektedir. Bu sesler çerçeve içinde yer alan bir şeyi refere etmek için kullanılmaktadır. Kapı sesi, ayak sesi, araba sesi, hayvan sesi gibi sahnede kaynağı görünen sesler bu kapsamda değerlendirilmektedir. Dış sesler ise iç seslerin tam aksine, kaynağı sahnede görünmeyen veya sahne ile doğrudan bağı olmaksızın görüntülerle birlikte duyulan seslerden meydana gelmektedir (Sözen, 2017: 483). Ses kullanımı anlatıma derinlik, canlılık, gerçeklik katmakta ve görüntüyü destekleyici bir unsur olarak filmlerde kullanılmaktadır.

### 3.7. Kurgu

Kurgu görüntüleri arka arkaya eklemek değil (Rotha, 2000: 131), birbirini destekleyecek görüntülerin anlamlı şekilde birbirini takip ederek (Glynne, 2011: 197) hikâyenin ve duyguların ortaya çıkarılmasıdır (Bazin, 2013: 34). Özön de kurguyu, kayıt altına alınan görüntü ya da sesleri, senaryo sırasına göre dizerek filmin hikayesini ortaya çıkaracak şekilde anlatımın akışına uygun biçimde düzenlenmesi şeklinde



tanımlamaktadır. Bordwel ve Thompson, kurguyu anlamı ve anlatıyı ortaya çıkararak ve anlatısal devamlılığın sağlanabilmesi adına sinematografinin önemli bir unsuru olarak görmektedir.

Bütün sanat alanlarındaki gibi görsel hikâyeye sunma sanatı olan sinema sanatının da kendine has anlatı unsurları bulunmaktadır. Yönetmen sinemanın sunmuş olduğu anlatı unsurlarını kullanarak ele almış olduğu hikâyeyi en etkili şekilde izleyicisine sunmak ister. İzleyiciyi etkileyebilmek içinde film boyunca kullanmış olduğu aydınlatmayı, kamera açıları, çekim ölçeklerini ve kompozisyonunu kurgu aşamasında kendi diline dönüştürür. Kısacası kurgu yönetmenin izleyicisiyle konuştuğu bir aşamadır.

#### 4. Yöntem

Çalışmada örneklem olarak seçilen *Safranbolu'da Zaman* filmi nitel araştırma yöntemine göre incelenmiş ve nitel veri analiz yöntemi olarak da betimsel analiz kullanılmıştır. Betimsel analiz, bir sanat eserini, bir filmi, bir metni ayrıntılı bir şekilde gözlemleyerek ve detaylı bir şekilde tanımlayarak analiz etme sürecidir. Betimsel analiz, objektif bir yaklaşım benimseyerek, eserin fiziksel, görsel, işitsel ve içeriksel özelliklerini sistematik bir şekilde açıklamaktadır (Öztürk, 2024: 952). *Safranbolu'da Zaman* filminin içerik ve biçimsel çözümlemesi; kamera açıları, kamera hareketleri, çekim ölçekleri, aydınlatma, ses ve kurgu kategorileri çerçevesinde betimsel analiz yöntemi kullanılarak çözümlenmeye çalışılmıştır.

Literatür taraması aracılığıyla kuramsal çerçevesi oluşturulan çalışmanın amacı, Suha Arın'ın anlatı yapısını nasıl oluşturduğunu ortaya koymaktır. Bu amaca ulaşmak için şu sorulara yanıt aranmıştır:

1. Belgesel sinema nedir?
2. Belgesel sinemanın içeriksel ve biçimsel özellikleri nelerdir?
3. Sinemanın yaratıcı dili nasıl oluşturulur?
4. Süha Arın belgesel filmlerinde sinema dilini nasıl kullanmıştır?

Türkiye'de çekilen belgesel filmler bu çalışmanın evrenini, Süha Arın'ın 1976 yılında çekmiş olduğu *Safranbolu'da Zaman* filmi araştırmanın örneklemine oluşturmaktadır. Araştırma, Suha Arın'ın *Safranbolu'da Zaman* filmiyle sınırlandırılmıştır.

#### 5. Süha Arın

Süha Arın Türkiye'de belgesel sinema denildiği vakit akla gelen isimlerin başında gelmektedir. Belgesel sinemanın en önemli yönetmenleri arasındadır. Belgesel sinema alanında çok sayıda öğrenci yetiştirmiş ve yeni ekollerin gün yüzüne çıkmasında önemli rol oynamıştır. Türkiye'de belgesel sinemanın ve belgesel sinema ilkelerinin yerleştirilmesinde, geniş kesimlere ulaştırılmasında önemli rol oynamıştır (Aytekin, 2013: 198).

## 5.1. Safranbolu’da Zaman Belgesel Filminin İçerik ve Biçim Çözümlemesi



Görsel 1. Safranbolu’da Zaman.

Bulunduğu topluma sıkı sıkıya bağlı olan yönetmen, sorumluluğu gereği toplumun sorununu kendi sorunu olarak görmeli ve ait olduğu toplumun değerlerine sahip çıkarak geleceğe aktarmalıdır. Toluma karşı sorumluluk bilinciyle yaşayan Arın’ın çalışmaları Anadolu ve Anadolu’nun kültüründen izler taşımaktadır. Bu sorumluluğun ve ait olduğu toplumun değerlerinin farkında olan Arın, neden mimari filmler çektiğini şu şekilde açıklamaktadır:

*“Özellikle mimari filmler çektiğim doğru. Çünkü bir belgeselci için Türkiye, dünyanın en zengin mekânlarından biri. Ve özellikle de mimari açıdan çok büyük bir zenginliğe sahip. Bunun nedenleri çok çeşitli coğrafi iklim koşullarına sahip olması. Bir diğer neden de hem Batı’nın hem Doğu’nun rüzgârlarının burada harmanlanmış olması. Ve bunun sonucu olarak da dünyanın en özgün mimari örneklerinin Anadolu’da yeşermiş olmasını sayabilirim. Onun için mimari, bir belgeselci olarak benim hep ilgimi çekegelmiştir.”* Yönetmenin farkındalığı başarıyı beraberinde getirmiştir.

Safranbolu’da Zaman filmi, kent belgeseli söz konusu olduğunda ilk akla gelen film olmaktadır. Kent filmleri arasında Safranbolu’da Zaman filminin önemli bir yeri vardır. Bu film bir toplumun kaybolmak üzere olan mimari yapısını, tarihi dokusunu ve kültürünü konu almakta ve zamana karşı direnişini gözler önüne sermektedir. *“Düşen damlalar gibi akıp giden zaman alıp götürdü birçok şeyi Safranbolu’dan”* cümlesiyle Safranbolu’nun zamana karşı direnişine vurgu yapmakta ve bu vurgu filmin geneline yayılmaktadır.

İnsanların yaşamış oldukları ekonomik sorunlar buldukları bölgeyi terk ederek farklı şehirlere göç etmelerine neden olmuş ve bu göçle birlikte Safranbolu’nun zamana karşı ayakta kalma direnişi başlamıştır. Ekonomik sıkıntılar, iş arayışı göçe neden olmuştur. Göç beraberinde Safranbolu’ya yalnızlığı ve ıssızlığı getirerek özgün mimarinin bozulmasına neden olmuştur. Terk edilmişliğin sonucu olarak geleneksel mimarinin özelliklerini yaşatan evler yavaş yavaş ıssızlaşmaya ve özelliklerini kaybetmeye başlamıştır. Ait olduğu topluma ait kültürün yok olmaması adına Arın, filmde işlemiş olduğu konuyu zaman temasına dayandırarak duygusal bir tonla izleyiciye sunmuştur.

Konunun aktarımında şiirsel bir dilin tercih edildiği bu filmde, insanlar tarafından terk edilen Safranbolu’nun geçen zaman içinde nasıl yalnız bırakıldığı üzerinde durulmuştur. Evlerin sessizliği üzerinden evlerin terk edilmişliği izleyiciye sunulmuştur. Arın, evlerin içinde bulunan musluklardan akan su görüntülerini kullanarak akıp giden zamana ve zamanın getirdiği yalnızlığa gönderme yapmıştır.

Bölgenin mimari özelliklerinin yanında günümüzde de az sayıda kişi tarafından icra edilmeye çalışılan unutulmaya yüz tutmuş meslek grupları üzerinde de durulmuştur. Arın, unutulmaya yüz tutmuş meslek grupları üzerinden, Safranbolu’nun zamana karşı direniş öyküsünü aktarmaya çaba göstermiştir. Safranbolu

terk edilmeye devam edilirse tıpkı unutulmaya yüz tutmuş meslek grupları gibi bölge mimarisinin de zamanla yok olacağı ve yerine yeni yapılanmanın gelerek bir kültürün tarihe karışacağına dikkat çekmeye çalışmıştır. Genellikle Anadolu ve Anadolu kültürü üzerine çalışmalar yapan Arın'ın *Safranbolu'da Zaman* filminin içeriğini, ait olduğu toplumun yok olmak üzere olan bir kültürel mirası oluşturmuştur.

## 5.2. Kamera Açısı

Kamera açıları, anlatıya farklı anlamlar katmak amacıyla kullanılmaktadır. Arın, nesnel bakış açısını kullandığı *Safranbolu'da Zaman* filminde izleyiciyi konuya dahil etmemiş, izleyicinin gözlemci olarak konuya dışarıdan tanıklık etmesini istemiştir.



*Görsel 2. Nesnel açıya bir örnek.*

Arın bu filmde kamerayı hareketli olarak kullanmış olsa da kamera hareketini genellikle göz seviyesinden başlatmıştır. Gündelik yaşamda insanların alışkın olduğu göz seviyesi açısını kullanan Arın, gerçekliği yansıtabilmek için kamera yüksekliğini göz seviyesine göre ayarlamıştır.



*Görsel 3. Göz seviyesi açısına bir örnek.*

Unutulmaya yüz tutmuş meslek gruplarını ele aldığı sahnelerde, meslek gruplarını yüceltmek ve önemini vurgulamak amacıyla alt açıyı kullanmıştır. Ayrıca alt açıyı Safranbolu mimarisinin ihtişamını vurgulamak amacıyla, üst açı tekniğini de terk edilen evlerin ıssızlığını gözler önüne sermek amacıyla kullanmıştır. Alt açı ve üst açı tekniklerine psikolojik etki uyandırmakla birlikte mekânın tüm inceliklerini evlerin içinde bulunan havuzları, odaların dizaynını, tavan süslemelerini, sedirleri ve dış mimarisini oluşturan parçaları gösterebilmek adına sık sık yer vermiştir.





*Görsel 4. Alt açığa bir örnek.*



*Görsel 5. Üst açığa bir örnek.*

### **5.3. Kamera Hareketleri**

Filmin başından sonuna kadar mekânı tanıtmak amacıyla kamera hareketlerinden faydalanılmıştır. *Safranbolu'da Zaman* filminin mekân belgeseli olması nedeniyle kamera hareketleri amaca uygun şekilde kullanılmıştır. Özellikle de pan-tilt, zoom ve kaydırma hareketleri kullanılarak izleyicinin konudan uzaklaşmasının önüne geçilmiştir. Ortamın duygusunu izleyiciye yansıtabilmek için kamera hareketlerine dış çekimlerde olduğu gibi iç çekimlerde de yer vermiştir. Bölge mimarisinin özgün motiflerini, evlerin tasarımını en iyi şekilde aktarabilmek adına kamera hareketlerini devamlı olarak kullanmıştır. Kameranın odalardan odalara geçerken hareketli olması, kapalı kapıların açılıp kameranın kapıların arkasına bilinmezlin ötesine geçmesi filme hem estetik açıdan hem de anlatı açısından zenginlik katmış, sahnelerin akışını kolaylaştırmış ve filme canlılık kazandırmıştır.

### **5.4. Çekim Ölçeği**

Uzak ve genel plan çekimleri filmin geçtiği mekânı göstermek ve izleyicinin mekân hakkında bilgi sahibi olması amacıyla kullanılmıştır. Uzak plan ve genel plan çekimleri de mekân belgeseli olması nedeniyle sıklıkla kullanılmıştır. Çünkü mekânın tanıtılmasında kullanılabilecek en uygun çekim ölçeği uzak ve genel çekim ölçeğidir.



*Görsel 6. Uzak çekime bir örnek.*

Genel ve uzak çekimlerin yanında ayrıntı çekim ölçeği de kullanılmıştır. Terk edilen evlerde terk edilmenin yansımalarını göstermek, filmin anlatısı içinde önemli görünen noktalar üzerine izleyicinin dikkatini çekmek için ayrıntı çekim ölçeği tercih edilmiştir. Sahipsiz kalan evlerin zaman içinde nasıl yıprandığını (çürümüş tavanlar, çatlamış dolaplar, parçalanmış çatı kiremitleri) gözler önüne serilebilmek ve dramatik etkiyi arttırmak için ayrıntı çekimlerden yararlanılmıştır.



*Görsel 7. Ayrıntı çekime bir örnek.*

### **5.5. Aydınlatma**

Çerçeve içinde vurgulanıp öne çıkarılmak istenen bölgeler ve izleyicinin dikkatinin çekilmesi gereken noktalar aydınlatma tasarımıyla gerçekleştirilmektedir. Doğal ve yapay aydınlatma olarak iki tür aydınlatma bulunmaktadır. Arın, *Safranbolu'da Zaman* filminde tasarlamış olduğu aydınlatma ile ışık gölge kontrastı oluşturarak dikkatleri demir ustasının üzerinde toplamıştır. Ön planın aydınlık geri kalan yerlerin karanlıkta bırakıldığı cameo aydınlatması oluşturularak gereksiz detayların izleyicinin dikkatini dağıtmasının önüne geçilmiştir. Yanal yönden gelen aydınlatma aracılığıyla yüksek ışık gölge kontrastı elde edilerek dramatik etki sağlanmıştır.



Görsel 8. Cameo aydınlatmaya bir örnek.

### 5.6. Ses

*Safranbolu'da Zaman* filmi, görüntülerin kayıt altına alındığı sırada kayıt altına alınmış olan çan seslerinin duyulmasıyla başlamaktadır. Zamana karşı direnişi ele alan bu filmde çan seslerinin duyulmasıyla birlikte Safranbolu'nun zamana karşı olan yarışı başlatılmıştır. Çan seslerinin hemen ardından dramatik yapıyı güçlendirmek amacıyla fondaki müzik yerini almakta ve klasik sözlü anlatımın tercih edildiği, *Safranbolu'da Zaman* filminde ilk görüntünün çerçevede yer almasıyla beraber anlatıcı konuyu destekler nitelikte olan şiiri okuyarak filme giriş yapmaktadır. Yapılan bu girişin ardından ikinci anlatıcı tarafından okunan şiire eşlik eden görüntülerle bilgilendirmeye devam edilmektedir. Bu anlatı filmin başından sonuna kadar devam etmektedir. Filmin sadece (29':25" ve 30':15") dakikaları arasında röportaj (konunun gerçek kişiler tarafından anlatımı) kullanılmıştır. Anlatıcı tarafından sunulan bilgiler sürekli olarak görüntülerle desteklenmiştir. Çekim aşamasında sesin görüntülerle aynı zamanda kayıt altına alınması gerçeklik bakımından önemli bir görev üstlenmektedir. Konunun geçtiği mekânın atmosferini izleyiciye yansıtmak amacıyla filmde yer verilen bu sesler mekânın parçası haline gelmektedir.

Dış anlatıcının kullanıldığı bu filmde yok olmak üzere olan meslek gruplarının izleyiciye sunulduğu bölümlerde; (00:23:43-00:24:49) arasında demirciler çarşısındaki çekiç sesleri, (00:26:04- 00:27:13) arasında saat sesleri görüntülerle aynı anda kaydedilmiş ve mekânın atmosferi izleyiciye yansıtılmıştır. Arın'ın doğal ses olarak kullandığı çan sesi ve su sesi bütün filmin anlatısını özetlemekte ve izleyiciye iletmek istediği mesajı çok net bir biçimde ortaya koymaktadır. Çan sesini kullanarak Safranbolu'nun zamana karşı yarışını başlatırken, su sesini kullanarak akıp giden zamanı ifade etmiş ve filmin sonunda yer verdiği çan sesini de kaybolmakta olan bir mirasın kaybolmaması için yardım çığlığı anlamında kullanmıştır.

### 5.7. Kurgu

Yönetmen sinemanın olanaklarını kullanarak anlatı dilini oluşturmaktadır. Yönetmen ilk olarak ele alacağı konuyu, ikinci olarak da ele alacağı konuyu nasıl anlatacağını belirlemektedir. Kamera açıları, çekim ölçekleri, aydınlatma, kompozisyon gibi anlatıya yardımcı olan unsurların yanında, görüntüleri anlamlı kılarak anlamın oluşmasına yardımcı olan unsur kurgudur. Kurgu yönetmen ile izleyici arasında bağ kuran anlamlı bir dildir.

Bütün filmlerin genellikle giriş ve sonuç bölümleri bulunmaktadır. Giriş ve sonuç arasında hikâye yerleştirilir ve anlam oluşturulur. Çan sesi, Safranbolu'da Zaman filminde kurgusunun temelini oluşturmaktadır. Filmin anlatısı giriş ve sonuç bölümünde yer verilen çan seslerinin arasına yerleştirilmiştir. Çan sesleri Safranbolu'nun çığlığı olarak yansıtılmıştır. Arın, filmi zaman kavramı üzerine yerleştirmiştir. "Karanlık bir gecede bir çeşmenin ağzından düşen damlalar gibi durmadan aktı zaman" söylemiyle zaman imgesi suda somutlaştırılmış ve yok oluşun hikayesi şiirsel bir dille izleyiciye aktarılmıştır. Filmin zaman kavramı üzerine yerleştirmesindeki amaç su gibi akıp geçen zamanın bölgede yaşayan insanların ve bölge

mimarisi üzerindeki etkisini gözler önüne serebilmektir. Bu etkiyi oluşturabilmek adına bölgede yok olmak üzere olan demircilik, saatçılık, ayakkabıcılık gibi meslek gruplarını icra eden yaşlı kişilere filmde yer vermiştir. Zamana karşı yorgun düşen yaşlı insanları kullanarak Safranbolu'ya gönderme yapmıştır. Yaşlı insanları kullanarak Safranbolu'ya gereken önem verilmezse bir kültürel mirasın yok olacağı mesajı verilmiştir. Yönetmen istediği dramatik duyguyu oluşturabilmek, izleyiciyi etkilemek ve duyguları harekete geçirmek amacıyla filmin çekimlerini sonbahar mevsiminde gerçekleştirmiş ve sonbaharın renklerini kullanarak amacına ulaşmaya çalışmıştır.

Arın, *Safranbolu'da Zaman* filminde, yönetmenliğin sorumluluğu gereği sinemanın sunmuş olduğu olanakları kullanarak kültürüne sahip çıkmış, bir mirasın yok olmaması için sorunu ortaya koymuş, toplumu konudan haberdar etmiş, insanların duygularına seslenerek, Safranbolu mimarisinin göz göre göre yok olmasına izin vermemiştir.

## 6.Sonuç ve Değerlendirme

Toplumu yakından ilgilendiren toplumsal sorunlar belgesel sinema alanında kendine yer bulmuştur. Belgesel sinema toplumların gündelik yaşamını, kültürünü ve yaşam değerlerini konu alarak gelecek nesillere aktarılmasında önemli bir araç olmuştur. Belgesel sinema yaşanmışlıkların kayıt altına alınmasında, dönemlerin belgelenmesinde ve dönemler içinde ortaya çıkan sorunların çözüme kavuşturulmasında önemli bir yer edinmiştir. Bu noktada önemli olan konunun doğal ve gerçekçi şekilde ortaya konulmasıdır.

Özünde gerçekliği barındıran belgesel sinema yönetmeni ister bu gerçekliği yeniden yorumlasın isterse var olan gerçekliği pekiştirip gelecek nesillere belge olarak aktarmaya çalışsın gerçeğin özünden uzaklaşmamalıdır. Gerçekliği daha etkili şekilde ortaya koymak ve kitlenin dikkatini çekebilmek adına sinemanın sunduğu teknik olanaklardan faydalanarak yapıtını ortaya koymalıdır. Anlatıyı ve anlamı oluşturan teknik unsurlar yönetmenin anlatı dilini zenginleştirmesinde, filmde ortaya konan problemin en kolay ve sade şekilde muhataplarına iletilmesinde önemli bir işlevi yerine getirmektedir.

*Safranbolu'da Zaman* filmi konusunu gerçek yaşamdan almıştır. *Safranbolu'da Zaman* filmi, bölgenin toplumsal yapısını, mimari özelliklerini ve kendine has dokusunu konu almaktadır. Safranbolu'nun zamana karşı vermiş olduğu direniş mimari yapılarla ve meslek gruplarıyla sunulmuştur. Dış anlatıcının kullanıldığı filmde anlatım sürekli olarak görüntülerle desteklenmiş ve izleyicinin konuyu benimsemesi bu şekilde sağlanmıştır. Arın, sinemanın anlatı unsurlarını kullanarak anlatısını oluşturmuş ve gerçekliğe müdahalede bulunmadan konuyu sade şekilde izleyiciye sunmuştur. Sadece konuya odaklandığı, çerçeveye gereksiz hiçbir unsuru yerleştirmedeği görülmüştür. Arın kamerayı nesnel olarak kullanmış ve gerçekliği bozmamak adına göz seviyesi açısını kullanmıştır. Kamera açılarından alt açı ve üst açıyı sahnedeki anlatıyı destekleyecek şekilde kullanmıştır. Mimarinin en ince detaylarını izleyiciye sunmak, konuyu dramatize etmek ve izleyiciyi konudan koparmamak adına ayrıntı çekimlerine yer vermiş ve kamera hareketlerine sıklıkla başvurmuştur. Sahneye estetik değer katmak ve izleyiciyi konunun içine çekmek amacıyla o güne kadar kullanılmamış olan kaydırma hareketini de bu filmde kullanmıştır.

Aydınlatmayı hem konuyu görünür kılmak hem de estetik değer katmak amacıyla kullandığı görülmektedir. İç mekân çekimlerinde çerçeve içinde mevcut bulunan ateş ve lambayı ışık kaynağı olarak kullanmıştır. Işık kaynaklarıyla yüksek ışık gölge kontrastı oluşturarak izleyicinin dikkatini istediği noktalara çekmiştir. Hem izleyicinin bakışını yönlendirmiş hem de dramatik etkiyi yakalamıştır.

Ortam seslerini hem konunun atmosferini desteklemek hem de anlatıyı oluşturmak amacıyla kullandığı görülmektedir. Arın, şiirsel bir anlatının hâkim olduğu filmde ortam sesleri ve çevresel seslerle birlikte müzik kullanımıyla konu dramatize ederek izleyicinin duygusunu harekete geçirmeyi amaçlamıştır. Çan seslerini kurgunun temelini yerleştiren Arın, filmi zaman kavramı üzerinden ele alarak zamana karşı yarışı gözler önüne sermiştir. Bu kullanımla zamanın Safranbolu'dan bu zamana kadar neler götürdüğünü ve daha neleri götürebileceğini etkili şekilde ortaya koymuştur. Çan seslerini çığlık ve uyarı anlamında kullanmış



ve amacına ulaşarak Safranbolu'nun UNESCO Dünya Miras Listesi'ne girmesini sağlayarak bir kültürün yok olmasının önüne geçmiştir.

Yapılan analizler sonucu filmin içeriğinin yönetmenin anlatısını etkilediği ortaya konulmuştur. Yönetmenin ele aldığı konu, yönetmenin konuya bakış açısını şekillendirmiş ve konuya uygun çekim tekniklerini kullanmıştır. Süha Arın'ın gerçekliği pekiştirip belgeleme telaşında olduğu görülmektedir. Bu belgelemeyi yaparken, gerçeği yakalama peşindeyken estetik unsurları da göz ardı etmemiştir. Sinemanın sunmuş olduğu imkanları kullanarak anlatı dilini kurmuş ve kurmuş olduğu anlatıyla geniş bir kesimin dikkatini çekmeyi başarmıştır.

## Kaynakça

- Adanır, O. (2003). Sinemada Anlam ve Anlatım, İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım.
- Ağaoğlu, Y. (1998). Türk Arkeolojik Belgesel Filmleri ve Süha Arın'ın Arkeolojik Belgesel Filmleri, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aytekin, H. (2013). Türkiye'de Toplumsal Değişme ve Belgesel Sinema, Doktora Tezi, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Algan, E. (1999). Görüntü Yönetmenliğine Giriş, Eskişehir: Çözüm İletişim Hizmetleri Ltd. Şti. Yayınları.
- Ankaralığıl, N. (2016). Çözümleme ve Örneklerle Sinemada Görüntü Düzenleme, Konya: Literatürk Yayınları.
- Bordwell, D. ve Thompson, K. (2012). Film Sanatı, (Çev. Ertan Yılmaz ve Emrah Suat Onat). Ankara: De Ki Basım Yayım.
- Brown, B. (2014). Sinematografi Kuram ve Uygulama, (Çev. Selçuk Taylaner). İstanbul: Hil Yayın.
- Büker, S. (1991). Sinemada Anlam Yaratma, Ankara: İmge Kitabevi.
- Büker, S. (2010). Sinemada Anlam Yaratma, İstanbul: Hayalbaz Kitap.
- Cereci, S. (1997). Belgesel Film, İstanbul: Şule Yayınları.
- Çöm, Ş. (2019). Belgesel Sinemada Sinematografi ve Gerçeklik: Kuramsal Bir İnceleme Suha Arın Belgeselleri. Literatürk Yayınları.
- Gider, N. (2007). Yapısal Özellikleri Açısından Belgesel Sinema, Marmara İletişim Dergisi, C. 12, S. 12.
- Glyne, A. (2011). Belgeseller Nasıl Yapılır. (Çev: Zeynep Mertoğlu Oğur, Nalan Işık Ceber). Kalkedon Yayınları.
- Gündeş, S. (1998). Belgesel Filmin Yapısal Gelişimi Türkiye'ye Yansımaları, 1. Basım, İstanbul: Alfa Yayınevi.
- Güngör, Ş. (1994). Sinemada Görüntü Yönetmeni, Ankara: Kitle Yayıncılık.
- Kasım, M. (2013). Reklam Fotoğrafçılığı, 2. Basım, Konya: Çizgi Kitabevi.
- Küçükcan, U. (2005). Film Çözümlemesinde İki Yaklaşım: N. Chomsky ve C. Metz, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Mascelli, J. V. (2007). Sinemanın Beş Temel Ögesi, (Çev. Hakan Gür), Ankara: İmge Yayınları.
- Mutlu, E. (1995). Televizyonda Program Yapımı, Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Mükerrem, Z. (2012). Sinematografi Üzerine Düşünceler, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.



- Mükerrem, Z. (2007). *Sinema Gerçek-Gerçek Sinemada Sanatçı Kimliği ve Küreselleşme*, Belgesel Sinema, İstanbul: BSB Sinema Eseri Sahipleri 144 Meslek Birliği Yayını.
- Onaran, A.Ş. (1986). *Sinemaya Giriş*, Filiz Kitapevi, İstanbul: Bayrak Matbaacılık.
- Özön, N. (2008). *Sinema Sanatına Giriş*, İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Özön, N. (1990). *100 Soruda Sinema Sanatı*, 3. Basım, İstanbul: Gerçek Yayınları.
- Öztürk, A. (2024). *Gündelik Hayat Sosyolojisi ve Sinema: 'Neşeli Hayat' Film Örneği*, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, C.23, S.91.
- Parsa, S. (2008). *Göstergebilimsel Bir Kod Olarak Film Kurgusu*, Film Çözümlenmeleri, İstanbul.
- Pembecioğlu, N. (2005). *Belgesel Film Üstüne Yazılar*, İstanbul: Babil Yayınevi.
- Rabiger, M. (1998). *Directing The Documentary*, Boston.
- Rotha, P. (2000). *Sinemanın Öyküsü*, İstanbul: İzdüşüm Yayınları.
- Rotha, P. (1996). *Sinema Tarihi: Ülke Sinemaları*, İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Sözen, M. (2008). *Sinemasal Anlatıda Bakış Açısı Kavramı ve Örnek Çözümlenmeler*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, S.20.
- Sözen, M. (2017). *Anlatımsal Bir Öge Olarak Sinemada Ses Efektleri: Tanımlar, Filmler, Çözümlenmeler*, Akademik Bakış Dergisi, S. 61.
- Kafalı, N. (1993). *Tv Yapımlarında Teknik ve Kuramsal Temeller*, Ankara: Ümit Yayıncılık.
- Kuruoğlu, H. (2007). *Belgesel Sinema, Belgesel Film Yaratıcılığında Olanaklar, Sınırlar ve Bu Sınırları Belirleyen Faktörler*. İstanbul: Belgesel Sinemacılar Birliği Yayını.
- Kuruoğlu, H. (2006). *Belgesel Filmde Yaratıcılık: Olanak ve Sınırlar*, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi, İstanbul.
- Mercado, G. (2011). *Sinemacının Gözü*, (Çev. Selçuk Taylaner). İstanbul: Hil Yayın.
- Tanakıncı, O. (2007). *Belgesel Sinemanın Belgesel Yaratıcılığı*, Belgesel Sinema, İstanbul: BSB Sinema Eseri Sahipleri Meslek Birliği Yayını.
- Toprak, M. (2012). *Filmin Dili Kurgu*, İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Wineyard, J. (2010). *Sinemada Çekim Teknikleri*, (Çev. Gökhan Rızaoğlu), İstanbul: İstanbul Organizasyon Yapım.
- Vardar, B. (2012). *Sinema ve Televizyon Görüntüsünün Temel Öğeleri*, İstanbul: Beta Yayınları.
- Yücel, T. (1979). *Anlatı Yerlemleri: Kişi, Süre, Uzam*, İstanbul: Ada Yayınları.



## Ya'k'ûbî: Şiîliği ve Metodolojisi Ya'qûbî: Shi'ism and Methodology

Murat Ağarı<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Karabük Üniversitesi, Karabük, Türkiye.  
muratagari@hotmail.com  
ORCID: 0000-0003-1720-4598

### MAKALE BİLGİSİ

*Makale Geçmişi:*

Başvuru tarihi: 05.10.2024

Düzeltilme tarihi: 11.11.2024

Kabul tarihi: 27.12.2024

Anahtar Kelimeler:

*Ya'kûbî,*

*Tarih,*

*Coğrafya,*

*Tarih Metodolojisi,*

*Şiîlik.*

### ARTICLE INFO

*Article history:*

Received: 05.10.2024

Received in revised form: 11.11.2024

Accepted: 27.12.2024

Keywords:

*Ya'qûbî, History,*

*Geography,*

*Historical*

*Methodology,*

*Shi'ism.*

### ÖZ

Ya'kûbî hem tarih hem de coğrafya üzerine eser telif etmiş bir kişilik olarak İslâm tarihi yazımına yeni bir soluk getiren şahsiyettir. İslâm öncesi tarihî süreç hakkında geniş katımlı bilgi vererek tarihe evrensel bir karakter katmasının yanı sıra, isnat metodunu terkedip daha akıcı bir anlatım yolu kullanmıştır. Eserinin İslâm tarihine hasrettiği ikinci cildinin başında kaynaklarından bahsederek metin içerisinde kesintilere yer vermemiştir. Şiî olup olmadığı ve eserlerinde mezhebî bir tavır sergileyip sergilemediği tartışmalı olan Ya'kûbî'nin ılımlı bir Şiî olduğunu ve eserinde Şiîlik fanatığı bir tavır sergilemediğini söylemek mümkündür. İslâm öncesi tarihini bir Dünya tarihi niteliğinde kaleme alan Ya'kûbî, İslâm tarihini yıllara göre değil de halifelerin saltanat sürelerine göre tasnif etmiştir. Bu şekilde kolay anlaşılır bir tarihçilik tarzı benimsemiştir. Coğrafya üzerine olan eserini İslâm ülkelerine hasretmeyerek, dünyayı bir bütün olarak anlatmayı tercih eden Ya'kûbî, Irak Coğrafya ekolü müelliflerinden birisidir. Dünyayı yön temelli olarak kaleme alan müellif, içeriğindeki güvenilir bilgilerle başta coğrafya ve tarih olmak üzere pek çok alana katkı sağlamıştır. Bu iki eserin dışında Müşâkeletü'n-nâs li-zemânihim ve mâ yağlibu 'aleyhim fî külli 'aşr isminde risalesi bulunan Ya'kûbî tarihçilik ve coğrafyacılık açısından Müslüman müelliflerin önde gelenlerindedir.

### ABSTRACT

Ya'qûbî is a figure who brought a breath of fresh air to the writing of Islamic history as a person who authored works on both history and geography. In addition to adding a universal character to history by providing extensive information about the pre-Islamic historical process, he abandoned the method of isnat and used a more fluent way of expression. At the beginning of the second volume of his work, which he devoted to the history of Islam, he mentioned his sources and did not include interruptions in the text. It is possible to say that Ya'qûbî, who is controversial whether he was a Shiite or not and whether he exhibited a sectarian attitude in his works or not, was a moderate Shiite and did not exhibit a fanatical attitude towards Shiism in his works. Ya'qûbî, who wrote the pre-Islamic history as a world history, classified the Islamic history according to the reign periods of the caliphs, not according to years. In this way, he adopted an easy-to-understand historiographical style. Ya'qûbî, who preferred to describe the world as a whole by not confining his work to Islamic countries, is one of the authors of the Iraqi Geography school. Our author, who wrote the world on a directional basis, contributed to many fields, especially geography and history, with reliable information in its content. Apart from these two works, Ya'qûbî, who wrote a treatise titled Mushâkelet al-nâs li-zemânihim wa mâ yağlibu 'aleyhim fî kulli 'aşr, is one of the leading Muslim authors in terms of historiography and geography.

### Atf Bilgisi / Reference Information

Ağarı, M. (2024). Ya'k'ûbî: Şiîliği ve Metodolojisi, Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD) 10 (2), s.65- 82.

\* DOI: 10.46442/intjcss.1558533

\*\* Sorumlu yazar: Murat Ağarı, muratagari@hotmail.com

## 1. GİRİŞ

9. yüzyılın önde gelen Şîî tarih yazarı Ahmed b. Ebî Ya'kûb b. Vâzih Ya'kûbî İranlıdır (Petersen, 1964, s. 169). Üçüncü asır tarihçileri ortaya çıktığında, Belâzürî (279/892), Ya'kûbî, Dineverî (282/898), İbn Kuteybe (270) /882) ve Taberî (310/923) kendilerinden önce gelen monografilerden farklı olarak İslâm toplumunun sürekli tarihlerini yazmışlardır. Bu âlimlerin yazılarının altında yatan tarihsel kavramlar, ümmetin deneyimlerinin birliği ve sürekliliğiyle birlikte bir evrensel tarih vizyonudur. Belâzürî birliği temsil ederken, diğer tarihçiler sürekliliği temsil etmektedir. Söz konusu tarihçilerin tarih yazma amaçları farklılık göstermektedir. Belâzürî, *Ensâbü'l-Eşraf* adlı tarihini Arap kabile aristokrasisi etrafında örölmüş bir eser olarak yazmış, böylelikle kendi görüşündeki önem odağını belirlemiş ve Arap toplum görüşünü vurgulamıştır. Ya'kûbî, Şîî eğilimlerden yoksun olmayan evrensel bir tarih yazmış ve İslâm öncesi tarihe manevi ve kültürel bir önem atfetmiştir. İbn Kuteybe'nin aklında *eyyâmü'l-Arab*, *evrensel tarih* ve *hukukî mülahazalar* şeklinde muhtelif yaklaşımlarını sentezlediği özlü ve kapsamlı bir tarihe duyulan ihtiyaç vardı. Bu arada Dineverî, evrensel tarihinde Irak ve İran'ın rolünü göstermeye çalışmış ve bunu yaparken Sâsânî ve Abbasi dönemlerinin tarihinde bu yaklaşımına gerekçeler bulmuştur. Taberî ise kendi tarihinde Allah'ın iradesini aydınlatmaya ve eserini büyük *Kur'an* tefsirinin tamamlayıcısı olarak ümmetin faaliyetleri için bir rehber haline getirmeye çalışmıştır (Duri, 1983, s. 149).

Söz konusu evrensel tarih yazımı, ana karakterini önceki nesillerin çalışmalarını özetleyen bir dizi sentezle kazanmıştır. Yetenekleri ve bakış açıları farklı olsa da bu tarihçiler, geleneğin temelini koruma noktasında ortaktır ve bu malzeme üzerinde kalıcı bir sentez oluşturma ihtimalini kanıtlarlar. Mu'tezile'nin gelişiminin, Sünnî anlayış ile ılımlı Şîîliğin tutumunun netleşmesine katkıda bulunmuş olması muhtemeldir; ancak Mu'tezile'den gelen dürtülerin -ya da meydan okumanın- bu eserleri ortaya çıkarmış olabileceği ihtimalini de göz ardı edemeyiz (Petersen, 1964, s. 135). Müslümanlar tarafından anlaşıldığı şekliyle bu tarihin ana unsurları *Kur'an*'da bahsi geçen peygamberlerin, yani farklı halklara gönderilen elçilerin izinden gidilmesi olarak verilmektedir. İşte bu şema, yaratılıştan itibaren dünya tarihini ele alan evrensel tarihlerde detaylandırılmıştır (Waardenburg, 2004, s. 215).

Arapçanın mevcut en eski ve evrensel tarihi Ya'kûbî'nin *Tarih*'idir (Hamarnah, 1966, s. 4). Kitabının büyük bir bölümünü kronolojik sırayla Müslüman tarihine ve kendi zamanına kadar olan halifelerin biyografilerine ayırmış olan Ya'kûbî (Hamarnah, 1966, s. 4), imamların biyografilerini ayrıntılarıyla vermiştir (Khan, 1966, s. 714). Müellif, yalnızca Anadolu ve Kuzey Çin tarihini değil, aynı zamanda o zamanın eski hükümdarlarının tarihini de dikkate alarak Müslüman olmayan dünyanın tarihine yönelik bir tutum değişikliği sergilemiştir (Spuler, 1986, s. 437). Ya'kûbî, geniş bilgi birikimini yönetimdeki mesleki deneyimiyle birleştiren, kâtip sınıfından bir tarihçiydi (Duri, 1983, s. 64). Belki de bu kâtiplik geçmişi nedeniyle ama aynı zamanda anlatıyı süsleme kaygısıyla, anlatılarında öne çıkan bazı kişiler tarafından yazıldığı iddia edilen mektuplardan da cömert örnekler sunmakta, ayrıca evâile (ilkler veya tarihte ilkler) ilgi göstermektedir (Zaman, 2002, 11/258).

## 2. HAYATI ve ESERLERİ

Ne yazık ki elimizde Ya'kûbî'nin hayatı hakkında detaylı bilgi bulunmamaktadır. Bunun en temel sebebi eserlerinde hayatına dair bilgi vermemesidir. 9. yüzyıl başlarında Bağdat'ta doğmuştur. İbn Vâzih olarak anılmasının sebebi büyük dedelerinden Vâzih'a nisbet edilmesidir. Fars asıllı olduğu konusunda yaygın kanaat bulunmasına rağmen, aslen Ermeni olduğuna dair rivayetler de bulunmaktadır. Atalarından Vâzih, Abbâsîlerin azatlılarından. Azerbaycan, İrmîniye ve Mısır valiliği yapmış olan Vâzih, Abbâsîlerin hizmetinde önemli görevler yüklenmiştir. Bu devlet görevleri arasında babasının ve dedesinin yürüttüğü istihbarat ve posta (berid) teşkilâtlarındaki mühim görevler de bulunmaktadır. Ailesi bu şekilde bir pozisyonda bulunan Ya'kûbî, bu vesilelerle siyâsî ve idarî yönetim bünyesinde bulunma ve bu ortamı erken dönemde tanıma fırsatı yakalamıştır. 260/874 yılında Horasan ve İrmîniye bölgelerini ziyaret etmiş, Horasan bölgesinde Tâhirî hanedanının bünyesinde çalışmış ve bu hanedan nezdinde uzun bir süre hizmette





bulunmuştur. Tahirîler hanedanının yıkılmasını takiben söz konu bölgeden ayrılmıştır. Başta Hindistan ve Çin olmak üzere İran, Kuzey Afrika, Endülüs ve Suriye'ye seyahatlerde bulunan Ya'kûbî Arap ülkelerinin çoğunu gezmiştir. Hayatının son dönemlerini Mısır ve Kuzey Afrika'da Tolunoğulları hanedanının bünyesinde geçirmiştir. Yâkût Hamevî'nin beyanına göre Ya'kûbî 284/897 yılında vefat etmiştir (Yâkût Hamevî, 1993, 2/557). Ancak *Mu'cemü'l-Udebâ'da*, 292/905 yılı Ramazan bayramında Tolunoğulları zamanında yapılan bayram merasimlerine atıfla onların hükümdarları için şiir söylediğinden bahsedilmektedir. Bu itibarla bahse konu olan süreçte hayatta olduğunu söylemek imkân dahilindedir (Ağarı, 2021, s. 6). Şîî bir aile kökenine sahip olan Ya'kûbî, Şîîlik hususunda mutedil bir tarihçi olarak tanınmaktadır. Tarihî olayları İmâmiyye Şîâsının anlayışında ele almaktadır. Örneğin Hz. Ali'nin hilâfet hakkını gasbetmekle suçladığı Hz. Ebû Bekir, Ömer ve Osman'ın hilâfetlerini kabul etmemekte ve onlarla ilgili konularda halife unvanını kullanmamaktadır (Ya'kûbî, 1995, 2/127, 139, 178). Söz konusu halifelerin dönemleri için hilâfet yerine "Eyyâm" ifadesini kullanmaktadır. Benzer şekilde Hz. Ali ile Hasan'ı halife olarak zikrederken, Emevî dönemini hilâfetten ziyade saltanat olarak değerlendirmektedir. Abbâsîlerle ilgili olarak benzer nitelemeler yapmakla birlikte, onlar hakkında daha ılımlı bir tavır sergilemektedir. Aynı zamanda İslam Dünyasının ilk coğrafyacılarından olan Ya'kûbî, İbn Hurdâzbih'ten sonra Irak coğrafya okulunun önemli temsilcilerinden birisidir.

**1. TARİH-İ YA'KÛBÎ:** Müellifin en çok tanınan eseri olup İslâm tarih yazıcılığının ilk örneklerinden biridir. Umumi tarih türünde kaleme alınan eser yaratılışın anlatımıyla başlayıp, 259/872-73 yılı olaylarının anlatımıyla sona ermektedir. Eser, ilk peygamber olan Hz. Âdem'den başlayarak ardından gelen peygamberlerin anlatımlarıyla devam etmektedir. Sırasıyla İsrâiloğullarına gelen peygamberler ve hükümdarları, Hz. Peygamber'den önceki peygamber olan Hz. İsmâ ile havâriyelerinin anlatımlarının ardından, Süryânî, Bâbil, Âsur, Hint, Çin, Yunan, Rum, Fars hükümdarları hakkında bilgi verilmektedir. Türkler de dahil olmak üzere kuzey yönünde yaşayan kavimler, Mısır halkları ve oranın yerlileri olan Berberîler ile Habeşliler hakkında bilgi verildikten sonra İslâm öncesi Arap toplumunun anlatımıyla Hz. Peygamber öncesi dönem sona erer. Hz. Peygamber'in doğumundan itibaren İslâm tarihi anlatımları başlamaktadır. Bu süreç, eserin sonuna kadar kronolojik bir sıra izlenerek devam ettirilir. Ya'kûbî, İslâm öncesi dönem üzerine aktarılan bilgilerin hurafe bilgilerle karışık bir halde olabileceğini dile getirmektedir. Bu nakillerle ilgili olarak bilgilerinin dayandığı *Eski Ahid* ile *Hüdâyname* hakkında şüphelerini ortaya koyar. Eserinde kullandığı temel kaynaklarının bir listesini bu bölümün başında verir. Bilhassa İbn İshak, Vâkîdî, Medâinî, Hişâm b. Muhammed Kelbî ve Heysen b. Adî gibi tarihçilerden, astronomi ve astroloji konularında Mâşâllah b. Eserî ve Muhammed b. Mûsâ Hârizmî'den faydalanır. *Târihu'l-Ya'kûbî*'yi dipnotlar ve fihrist ilâvesiyle ilk yayımlayan M. T. Houtsma'dır (I-II, Leiden 1883). Bu neşir esas alınarak 1939 yılında Necef'te ve 1960 yılında ise Beyrut'ta baskıları yapılmıştır. Muhammed Sâdık Bahrülülüm, 1964 yılında Necef'te, Abdülemîr Mühennâ ise 1993 yılında Beyrut'ta eseri yeniden yayınlamışlardır. Eserin Hz. Mûsâ'dan sonraki İsrâiloğulları, peygamberleri ve hükümdarları üzerine olan bölümü R. Y. Ebied ve L. R. Wickham tarafından İngilizceye tercüme edilmiştir (*Ya'kûbî's Account of the Israilite Prophets and Kings*", J/YES. XXIX/211970|, s. 80-98).

**2. KİTÂBÜ'L-BULDÂN:** Ya'kûbî'nin coğrafya üzerine olan bu eseri, Müslümanlar tarafından bu alanda telif edilen ilk eserlerdendir. Ya'kûbî, gerçekleştirdiği seyahatlerinin ve uzun süreli araştırmalarının ardından, elde ettiği bilgileri değerlendirmiş ve coğrafya kitabını yazmıştır. Eserini 278/891 yılında tamamlayan Ya'kûbî, böylelikle dönemin yaşanabilir dünyası hakkında ilk elden malumatı günümüze aktarabilmiştir. Eser Bağdat ve Samarra'nın kuruluşu ve gelişmesi üzerine verilen bilgilerle başlamaktadır. Daha sonra İran, Afganistan, Arabistan, Hindistan, Çin, Bizans ülkesi, Suriye, Mısır, Nûbe, Kuzey Afrika, Sicistan ve Horasan hakkında bilgiler verilmektedir. Bahse konu ülkelerde bulunan yerleşim birimleri, ele geçirilişleri, şehirler arasındaki mesafeler, buralarda yaşayan halklar, ödedikleri vergi miktarları ve coğrafi özellikleri hakkında malumat verilmektedir. Abraham W. T. Juynboll *Kitâbü'l-Buldân*'ın ilk neşirini 1861 yılında Leiden'de yapmıştır. M. J. de Goeje ise eseri İbn Rûste'nin *A'lâku'n-Nefise* adlı eseriyle birlikte

*Bibliotheca Geographorum Arabicorum* serisinin VII. cildi olarak 1892 yılında yine Leiden’de tekraren basmıştır. de Goeje ile ilgili bir diğer anekdot ise şudur: Ünlü oryantalist, eserin Mağrib’le alakalı olan bölümü üzerine Doktora tezi hazırlamıştır (Specimen e literis orientalibus exhibens descriptionem Maghrebi, sumtam e libro regionum Jaqubii, Leiden, 1860). Muhammed Sâdık Bahrülulûm 1952 yılında Necef’te, Muhammed Emîn Dinnâvî ise 2002 yılında Beyrut’ta baskılarını yapmıştır. Eserin Fransızca çevirisi Gaston Wiet tarafından açıklamalar ve ilâvelerle birlikte yapılmıştır (Lespays, Le Caire, 1937). Farsça çevirisi Muhammed İbrâhim Ayetî tarafından 1964 yılında Tahran’da, Türkçe çevirisi ise Murat Ağarı tarafından 2021 yılında İstanbul’da basılmıştır (Ya’kubî, 2021).

**3. MÜŞÂKELE:** Risalenin tam ismi “Müşâkeletü’n-nâs li-zemânihim ve mâ yağlibu aleyhim fi külli asr” şeklindedir. Ya’kubî, bu risalesinde Hz. Ebû Bekir’den Abbasî Halifesi Mu’tazîd-Billâh’a (892-902) kadarki halifelerin hayat tarzları, dinî ve ahlâki durumları, kişisel özellikleri, giyim-kuşamları, tebalarına karşı davranışları hakkında bilgi vermiştir. Halife Mütevekkil’in fiziki görünümü ve icat ettiği elbiseler hakkında bilgi veren müellif onun dönemini de övmektedir. Müellif eserde halifelerin valiler ve diğer devlet adamları tarafından nasıl taklit edildiğini ortaya koymaya çalışmıştır. Yayınlanmış olan risale İngilizceye çevrilmiştir (Hizmetli, 2018, ss: 115-118).

Ya’kubî üzerine Türkiye’de yapılan çalışmaların yeterli olduğunu söylemek zordur. Fakat yine de bu konuda bir literatür oluştuğunu söylemek olanaklıdır (Ağarı, 2002, ss: 265-275).

### 3. YA’KÛBÎ LİTERATÜRÜ

Ya’kubî hakkında değerlendirmelerde bulunmadan önce müellif hakkındaki literatürden bahsetmek faydalı olacaktır. Türkçe literatüre baktığımızda, Ya’kubî hakkında yapılan ilk akademik çalışmanın Selahattin Çamyar tarafından hazırlanan Yüksek Lisans tezi olduğunu görmekteyiz. Çamyar çalışmasında, yerli ve yabancı kaynaklardan istifade ile “Hayatı ve Eserleri”nden başlayıp “Dünya Tarihçiliğindeki Yeri ve Katkıları”nda son bulan geniş bir perspektifte Ya’kubî’yi incelemiştir. Kaynakları üzerinde çokça duran Çamyar, daha kapsamlı incelemesi gereken “Ya’kubî’nin Şiîliği” bahsini nispeten kısa olarak ele almıştır (Çamyar, 1998). Konu ile ilgili bir başka tez Emre Çelik tarafından hazırlanmıştır. 2018 yılında tamamlanan bu çalışma “Ya’kubî’nin coğrafyacılığı üzerinde durmuştur. Çamyar’da olduğu gibi, yerli ve yabancı kaynaklara dayanılarak hazırlanan bu çalışmada Çelik, Ya’kubî’nin “Hayatı ve Eserleri” üzerinde durduktan sonra “Irak Coğrafya Ekolü” hakkında bilgi vermiş, “*Kitâbü’l-Buldân’a* Konu Olan Bölge ve Şehirler” başlığı altında Bağdat ve Samarra’dan başlayarak yönlere göre şehirleri anlatmıştır (Çelik, 2018). Doğrudan tarihçilik ve coğrafyacılık üzerine yapılmış söz konusu iki tezin dışında, Sedat Seçkin Bozkurt *Tarihi’l-Ya’kubî’nin Tercüme ve Değerlendirmesi (Kitâbu’t-Târih II)* başlıklı tezinde *Tarih*’in ikinci cildini Türkçeye çevirmiştir. Ya’kubî’nin hayatı, ilmi şahsiyeti ve eserleri hakkında bilgi veren Bozkurt, tarihçiliğini ele aldığı bir bölümün ardından eserin çevirisine yer vermiştir (Bozkurt, 2015). Nurcan Gül Arslan ise Ya’kubî, Taberî ve İbn Kesîr’de Emevî algısını çalıştığı tezinde, çalışmasını “Emevî devletinin İlk Yılları, Kronik Muhalefet ve Yönetime Rakip Oluşumlar” başlıklarından oluşturmuştur. Bu başlıklar altında verdiği bilgileri, her üç müellifteki görüntülerini vererek değerlendirmiştir (Gül, 2016). Yernar Mazhen, Emevî halifelerinin kişiliklerini ele aldığı tezinde Ya’kubî ile İbnü’l-Esîr’e yer vermiştir. 14 Emevî halifesini Ya’kubî ve İbnü’l-Esîr’e göre değerlendiren Mazhen, çalışmasını her iki müellifin ortak ve farklı yönlerini göstererek tamamlamıştır (Mazhen, 2010). Selim Yazıcı, *Ya’kubî’nin Tarihine Göre Hz. Osman Dönemi* başlıklı tezinde “Hz. Osman Dönemi” olaylarını çalışmıştır. Yazıcı, çalışmasının Giriş’inde Ya’kubî’nin hayatı, eserleri, kaynakları ve tarihçiliğine yer verdikten sonra iki bölüm halinde dönem olaylarını değerlendirmektedir (Yazıcı, 2016).

Ya’kubî üzerine yazılmış Türkçe makalelere göz attığımızda, Salih Arı “Tarihçi ve Coğrafyacı Olarak Ya’kubî (Ö. 292/905)” adlı makalede müellifin hayatı hakkında bilgi verdikten sonra tarihçiliği ve coğrafyacılığı üzerinde durmuştur (Arı, 2008). Konu ile ilgili bir diğer çalışma Kevser Özdoğan’ın “Yakubî ve Şiîliği Üzerine” adlı makalesidir (Özdoğan, 2019). Özdoğan bu makalesinde Ya’kubî’in Şiîliği’ni konu



edinmiştir. Çalışmasını “Biyografisinden Hareketle Şîi Olduğu İddiası” ve “Eserlerinden Hareketle Şîi Olduğu İddiası” olmak üzere iki temel üzerine yerleştiren Özdoğan, bu bağlamda Tâhiroğulları ve Tolunoğulları devletlerinin siyasî ve mezhebî yapıları hakkında bilgi vermekte ve bu devletlerin Sünnî olduklarının altını çizmektedir (Özdoğan, 2019, ss: 366-370). Özdoğan’ın çalışmasında dikkati çeken nokta şurasıdır: 375-379 sayfaları arasında “*Tarih*’inden Hareketle Şîi Olduğu İddiası”nı tartışan Özdoğan, bu bölümde sadece iki yerde *Tarih*’e atıfta bulunmaktadır (Özdoğan, 2019, s. 379). Anlaşılmaktadır ki, yazar çalışmasını R. Stephen Humphreys, Sean W. Anthony, E. L. Daniel, Carl Brockelmann, Franz Rosenthal, Camilla Adang, Claude Cahen, David Thomas ve Willam G. Millward gibi oryantalistlerin düşüncelerine göre şekillendirmiş, Ya’kûbî’nin kendi eserine müracaat etme gereği duymamıştır. Bu çerçevede ikincil türden zikredebileceğimiz son makale Erman Şan ve Ferit Baz tarafından kaleme alınmış olan “Mülûku’r-Rûm: Ya’kûbî’ye Göre Roma İmparatorları” başlıklı makaledir (Şan&Baz, 2016, ss: 427-44). Şan, makalenin başında Ya’kûbî hayatı ve eserleri hakkında kısaca bilgi verdikten sonra, Roma imparatorları hakkındaki malumatı ele almış ve bunları değerlendirmiştir. Şan, “Dineverî ve İbn Kuteybe’nin eserlerini Ya’kûbî’den önce telif etmelerine ve bunlar da bir nevi dünya tarihi hüviyetinde olmalarına rağmen, bunların Roma İmparatorluğu’na dair bilgi vermediğine” işaret etmektedir (Şan&Baz, 2016, s. 429).

Türkçe literatür çerçevesinde son olarak Murat Ağarı’nın çalışmalarından bahsetmemiz gerekecektir. Murat Ağarı başta Ya’kûbî’nin coğrafya kitabı *Kitâbü’l-Buldân*’ı Türkçe’ye kazandırmak olmak üzere onun hakkında farklı konularda makaleler kaleme almıştır. “Irak ve Belh Coğrafya Ekolleri ve İlk Temsilcileri – İbn Hurdazbih, Ya’kûbî ve İstahri” (Ağarı, 2007), “Ya’kûbî’nin Tarihinde Tıp ve Felsefe Bahisleri” (Ağarı, 2022), “Ya’kûbî’nin *Tarih*’inde Hindliler Bahsi” (Ağarı, 2021,) bu makalelerden bazılarıdır.

Yabancı dilde yazılmış olan literatüre gelince, ilk zikredilmesi gereken çalışma William G. Millward’ın *A Study of Al-Ya’qûbî with Special Reference to His Alleged Shi’a Bias* çalışması olmalıdır (Millward, 1961). Bu çalışma 1961 yılında Princeton üniversitesinde Doktora tezi olarak kabul edilmiştir. Millward çalışmasında bir taraftan müellifin hayatı ve eserleri hakkında bilgi verirken, diğer taraftan Şîilik iddiaları üzerinde durmaktadır. Tezin ana gövdesini oluşturan İkinci bölümün alt başlıkları şu şekildedir:

1. Veda Haccı
2. (Hz.) Muhammed’in Vefatı ve Halefi
3. (Hz.) Ali’nin Gençliği ve Yetişkinliği
4. (Hz.) Ali’nin Hilafeti
5. Hüseyin b. Ali
6. Şîi İmamlar ve Diğerleri (Millward, 1961, ss: 89-233).

Millward’ın bahse konu diğer çalışması “Al-Ya’qubi’s Sources and the Question of Shi’a Partiality (Millward, 1971-1972, ss: 47-74)” ismini taşımaktadır. Yazar bu geniş kapsamlı makalesinde, Ya’kûbî’nin kaynaklarının izini sürmekte ve amacını şu sözlerle dile getirmektedir: “Bu çalışmanın amacı, 9. yüzyıl Arap coğrafyacı-tarihçisi Ya’kûbî’nin büyük tarih eseri *Tarih*’i yazarken kullandığı kaynakları gözden geçirmek ve bu eserde Şia lehine önyargılı davrandığına dair sıkça dile getirilen iddiaların ne ölçüde kaynak seçiminden kaynaklandığını tespit etmektir (Millward, 1971-1972, s. 47).”

Bahsini etmemiz gereken bir diğer önemli çalışma Sean W. Anthony’nin “Was Ibn Wāḍih al-Ya’qūbī a Shi’ite Historian? The State of the Question” başlıklı makalesidir (Anthony, 2016, ss: 15-41). Anthony çalışmasının amacını ve ulaştığı sonucu şu sözlerle dile getirmektedir: “Üçüncü/Dokuzuncu yüzyıl tarihçisi ve coğrafyacısı İbnü’l-Vâḍih el-Ya’kūbī’nin eserleri, modern İslâm tarihçiliği çalışmalarında uzun zamandır vazgeçilmez bir kaynak olarak hizmet etmektedir, ancak Ya’kūbī’nin Şîi olduğu iddia edilen

kimliği hakkındaki rahatsız edici sorular, eserlerini yorumlamaya yönelik modern girişimleri engellemeye devam etmektedir (Anthony, 2016, s. 15)”.

Elton L. Daniel Ya’kûbî’nin Şiîliğini *Tarih*’in istinsah edilmesi ve basılması çerçevesinde ele aldığı “al-Ya’qubi and Shi’ism Reconsidered” ismini taşıyan makalesinde şu ön bilgileri vermektedir: “Yine de modern Oryantalist çalışmaların çoğunda Ya’kûbî’nin *Şiî önyargısı* ile yazdığı ve tipik olarak *Şiî tarihi* olarak adlandırılan şeyi ürettiği iddiası ile ekümenik tarihin seçkin bir örneği olarak statüsü gölgelenme eğilimindedir (Daniel, 2004, s. 209)”.

Yukarıdaki öncül çalışmaların ardından, ansiklopedi maddelerinden bahsetmemiz gerekecektir. *Encyclopaedia of Islam*’da (EP) bulunan Ya’kûbî maddesini Muhammad Qasim Zaman kaleme almıştır (Zaman, 2002, 11/257-258). Zaman, Ya’kûbî’nin hayatı ve eserleri hakkında kısa ve özlü bilgiler vermiştir. Türkçeye de tercüme edilen *İslâm Ansiklopedisi*’nde (MEBİA) bulunan Ya’kûbî maddesini Carl Brockelmann kaleme almış, müellifin hayatı ve eserleri hakkında bilgiler vermiştir (Brockelmann, 1986, 13/351-352). Benzer şekilde *TDV İslâm Ansiklopedisi*’ndeki Ya’kûbî maddesini Murat Ağarı kaleme almış ve hayatı ve eserleri hakkında bilgiler vermiştir (Ağarı, 2013, 43/287-288).

İslâmî tarih yazımı (Historiography) sahasında telif edilen eserlerde Ya’kûbî’den bolca bahsedilmektedir. Bunların başta geleni Franz Rosenthal’in *A History of Muslim Historiography* adlı çalışmasıdır (Rosenthal, 1968). Rosenthal’e göre Ya’kûbî eserini halifelerin saltanatlarına göre ele almış, astrolojik birtakım değerlendirmelerde bulunmuş, Yahudi ve Hıristiyan tarihine eserinde yer vermiştir (Rosenthal, 1968, s. 91). Rosenthal, evrensel tarih yazımı konusunda Taberî (Rosenthal, 1968, 134) ve Mes’ûdî’nin (Rosenthal, 1968, s. 136) çalışmalarının Ya’kûbî’ye nazaran daha önemli olduklarının da altını çizmektedir.

Bu sahada eser veren bir diğer müellif Tobias Anderson’dur (Anderson, 2018). Anderson *Early Sunnî Historiography -A Study of the Tārīkh of Khalīfa b. Khayyāt-* adlı eserinde, birleşik tarih ve tabakat eserlerinin yanı sıra, 9. yüzyılın ortalarından sonlarına kadar Dîneverî, Ya’kûbî, Taberî ve Mes’ûdî’nin evrensel kronikleri gibi büyük ölçekli sentetik tarihlerin ortaya çıkışına tanık olunmuştur” ifadesine yer vermektedir (Anderson, 2018, s. 93). Anderson yoğunlukla Halife b. Hayyât’ın *Tarih*’i ile evrensel tarih yazan müelliflerin çalışmalarını karşılaştırmakta (Anderson, 2018, ss: 190-191), Ya’kûbî, Taberî ve diğer pek çok tarihçinin aksine Halife’nin halifeler hakkında çok az biyografik materyal sunduğuna vurgu yapmakta (Anderson, 2018, s. 193) ve İslâm öncesi bölümünün Dîneverî, Ya’kûbî ve Taberî’nin Dünya tarihlerindeki bölümlerden önemli ölçüde kısa olduğuna değinmektedir (Anderson, 2018, s. 199). Anderson Kuruluş, Yönetim ve Hâkimiyet başlıkları altında Halife’nin eseriyle diğer eserlerin karşılaştırmasını yapmaktadır (Anderson, 2018, s. 203, 207, 209, 210).

Chase F. Robinson, *Islamic Historiography* adlı eserinde Ya’kûbî’nin *Tarih*’i ile Mes’ûdî’nin *Mürûc*’unu evrensel tarih eserleri olarak nitelemektedir (Robinson, 2003, s. 75). Robinson Ya’kûbî hakkındaki düşüncelerini şu sözlerle özetlemektedir: “Ya’kûbî biraz uyumsuz biriydi. Günümüze ulaşan evrensel bir tarih yazan az sayıdaki Şiî’den biri olan Ya’kûbî, isnatlara yer vermeyerek dönemin tarih yazımı eğilimlerine karşı çıkmış, bunun yerine eserinin başına temel kaynaklarının kısa bir bibliyografyasını koymuştur. Eski ve Yeni Ahit’te yer alan zengin materyaller için doğrudan Hıristiyan ve Yahudi kaynaklara güvenmesi onu farklı kılmaktadır (Robinson, 2003, s. 136).”

Gustav Richter, “Medieval Arabic Historiography” adlı makalesinde “Hıristiyan ve İslâm tarih yazımı arasındaki yakınlıkların sadece biçimsel olmadığı, daha da önemlisi, iki büyük dinin tarihsel-ideolojik düşüncesinin paralel olarak geliştiği” şeklindeki düşünceden hareketle, Doğu’daki tarihsel düşüncenin temel Yahudi-Hıristiyan ideolojisine tamamen aşılınmış olduğunu dile getirmektedir (Richter, 1984, s. 235). Richter’in Ya’kûbî hakkındaki düşünceleri ise şu şekildedir: “Taberî, Seyf’in *tarihi cilalama* pratiğini benimsemiş olsa da, yine de daha önce bahsedilen yan yana getirme yöntemini çok büyük ölçüde



korumuştur. Bu standarda göre, onun eserinde ideolojik önyargının doğrulanmış tarihsel aktarımın önüne geçmediği söylenebilir. Bu konu akla bir başka evrensel tarihi, 9. yüzyılın ikinci yarısında yazılmış olan Ya'kûbî'nin eserini getirmektedir. İslâm'dan önceki olayları ele alışı doğal olarak diğer eserlerden farklı değildir. Anlatımı, (Hz.) Muhammed ve ilk halifeler söz konusu olduğunda eğilimli olmaya başlar, ki onların zamanında Şîi muhalefeti gerçekten de ortaya çıkmıştır; ancak Şîi temalar büyük bir dikkatle ve Taberî'nin de izini sürdüğü dünya tarihinin temel hatlarından herhangi bir sapma olmaksızın işlenmiştir (Richter, 1984, ss: 235-236).”

Konumuzla alakalı olarak “The Beginning of Muslim Historical Research” isimli makalesinde M. Kamil Ayad şu görüşlere yer vermektedir: “Müslümanların bilimsel faaliyetleri, artık Yunanlıların felsefe ve bilimleri, Hintlilerin bilgeliği, Babillilerin astronomisi, Perslerin edebiyatı ve Çinlilerin sanat ve endüstrileri ile tanıştıkları için dikkate değer bir ilerlemeye tanık olmuştur. Bu sayede Müslümanların dünya görüşü daha kapsamlı ve yaşam felsefeleri daha derin hale gelmiştir. Bu ve takip eden yüzyıldaki kültürel atmosferi tanımlamak için İslâmî Rönesans ifadesi bile kullanılmıştır. Gerçekten de bir tür hümanizm oluşturan bu gelişme, en güçlü ve sadık şekilde Mes'ûdî'nin eserlerinde ifade edilmiştir. Onun selefleri arasında yer alan coğrafyacı Ya'kûbî, Abbasiler'in tarihini aslında yaratılışla başlayan ve o zamanlar Müslümanlar tarafından bilinen tüm milletleri kapsayan bir dünya tarihi olarak sunmuştur (Ayad, 1978, ss: 8-9).”

Abed el-Rahman Tayyara, “İbn Hâbib's Kitâb al-Muhabbar and its Place in Early Islamic Historical Writing” adlı makalesinde, İbn Hâbib'in *Muhabber* adlı çalışmasını diğer evrensel tarih eserleriyle karşılaştırmakta ve Müslümanların evrensel tarih yazımına sağladığı katkıyı şu sözlerle dile getirmektedir: “*Muhabber*'in ana konularına ve yapısına üstünkörü bir bakış, bu eserin öncelikle Câhiliye (yani İslâm öncesi) ve erken dönem İslâm tarihine ilişkin şecere ve tablo halinde sunumlarla ilgili olduğu yönünde yanlış bir izlenim verebilir. Bununla birlikte, eserin anlatım düzenlemeleri ve yapısının daha yakından metinsel bir analizi, onun erken dönem İslâm tarih yazımının evrimindeki ve özellikle evrensel tarih yazılarının yükselişindeki önemli rolünü göstermektedir. 9. yüzyılın ikinci yarısından 10. yüzyıla kadar ortaya çıkan erken dönem evrensel İslâm tarihleri arasında İbn Kuteybe, Ya'kûbî, Dineverî, Taberî, Mes'ûdî ve Makdisî'nin (390/1000 civarı) eserleri yer almaktadır. Evrensel tarihler genel olarak uzak kökenlerden başlayıp yazarın zamanına kadar devam ederken, aynı zamanda bilinen diğer ulusları ve kültürleri anlatmaktadır (Tayyara, 2018, s. 410).”

Joseph Bradin Roberts, *Early Islamic Historiography* adlı çalışmasında Halife b. Hayyât (240/854), İbn Kuteybe, Belâzürî, Dineverî, Ya'kûbî ve Taberî'nin eserleri üzerinden erken dönem İslâm tarih yazımı üzerinde durmaktadır (Roberts, 1986, s. 200).

Michael Richard Jackson Bonner, *An Historiographical Study of Abu Hanîfa Ahmad Ibn Dawud Ibn Wanand Al-Dinawari's Kitab Al-Ahbar Al-Tiwal* adlı çalışmasında Ya'kûbî, Mes'ûdî ve Belâzürî gibi tarihçileri *edebiyatçı tarihçiler* olarak nitelemekte ve isnat sistemini kullanmamalarını bununla ilişkilendirmektedir: “Ya'kûbî, Mes'ûdî ve Belâzürî gibi edebiyatçı (belletrist) tarihçiler seküler temalar üzerine yazmışlardır. Onların edeb (âdâb/edebiyat) geçmişleri, dinî değil dünyevî ilimlerde yüksek düzeyde eğitim aldıklarını ve tarihlerinin görgü kuralları, siyaset ve her türlü dünyevî bilgi dâhil olmak üzere *dünyevî* ve *pratik* şeylere vurgu yaptığını ima etmektedir. Bu nedenle isnadı bırakmaları, özellikle dinî edebiyatın bir özelliğinden kaçınmak ve böylece Müslüman tarihini resmi (hieratic) ve hukuki kökeninden kurtarmak olarak anlaşılabilir (Bonner, 2014, s. 50).”

Duri, *The Rise of Historical Writing* adlı eserinde Ya'kûbî'yi “evrensel tarih anlayışını ifade eden bir âlim” olarak tanımlamakta ve onun hakkındaki görüşlerini “geniş bilgi birikimini yönetimdeki mesleki deneyimle birleştiren, kâtiplik sınıfından bir tarihçiydi” sözleriyle dile getirmektedir (Duri, 1983, s. 64).

Fred M. Donner, *Narratives of Islamic Origins* adlı çalışmasında Dineverî, Taberî ve Ya'kûbî arasında bir tasnif yapar ve bu tasnifi “Dineverî'nin *Ahbâr'u't-Tivâl*'i Taberî veya Ya'kûbî'nin eserlerinden çok daha yakından İran ve Irak merkezli bir anlatıma sahiptir” sözleriyle dile getirir (Donner, 1983, s. 134).”

Tarif Khalidi, *Arabic Historical Thought in the Classical Period* adlı çalışmasında Ya'kûbî'yi “İslâm'da dünya kültürünün ilk tarihçisi” olarak tanıtmakta (Khalidi, 1996, s. 2), eserini “bu eser, antik kaynaklardan yaptığı doğru alıntılar ve tarihlendirmenin kesinliğini belirlemek için astronomiyi kullanması gibi bir dizi alışılmadık özellikler gösteren bir eserdir. Onun tarihi ve günümüze ulaşan diğer iki eseri, coğrafya ve insanlar ile çağları arasındaki yakınlık üzerine, genel olarak edebî tarih yazımında mekânın işlevi olarak adlandırılabilir şekilde ilgili bazı soruların tartışılması için bir çıkış noktası olarak alınabilir.” şeklinde tanımlamaktadır (Khalidi, 1996, s. 115).

Hannah-Lena Hagemann, *History and Memory: Khārijism in Early Islamic Historiography* adlı kitabında, Hz. Ali ile Muâviye arasındaki çatışma, Cemel vakası, Sıffin savaşı ile Hâricîler hakkında dönemin eserleri arasında karşılaştırma yapmakta ve bilgileri kıyaslamaktadır (Hagemann, 2014). Özellikle Ya'kûbî'de bulunan münferit bilgileri vermesi açısından Hagemann'ın çalışması önemlidir. Örneğin Hz. Ali ile Muâviye arasındaki çatışmadan bahsederken: “Bununla birlikte, tüm kaynaklarda baş suçlu olarak tanımlanan tek kişi Kûfe'deki Kinde kabilesinin lideri Eş'as b. Kays'tır. Ya'kûbî, onu açıkça Muâviye için çalışmakla suçlayacak kadar ileri giden tek tarihçidir; ancak diğer kaynaklar da onu olumlu bir bakış ile sunmazlar (Hagemann, 2014, s. 11)” demektedir. Hagemann'ın dikkati çeken bir diğer değerlendirmesi şu şekildedir: “Hz. Ali ile kuzeni İbn Abbâs arasındaki ilişkide tarihçiler arasında belirgin bir fark yoktur; tarih eserlerinin derlendiği dönemde Hz. Ali taraftarları ile Abbâsîler arasındaki gerilimler, Şîi kaynakları İbn Abbâs'ı olumsuz bir şekilde tasvir etmeye sevk etmiş gibi görünmemektedir. Aslında Hz. Ali'nin İbn Abbâs'a üstünlüğünün en açık göstergesi İbn A'sem veya Ya'kûbî'nin eserlerinde değil, aksine çağdaş suçlamalara rağmen güçlü Şîi sempatisiyle tanınmayan Taberî'de bulunmaktadır (Hagemann, 2014, ss: 112-113).”

Robert Hoyland'ın editörlüğünde hazırlanan *Muslims and Others in Early Islamic Society* adlı çalışma erken dönem İslâm toplumu üzerine bir derlemedir (Hoyland, 2004). Söz konusu çalışmadaki makalesinde Jacques Waardenburg, Ya'kûbî'yi evrensel tarih yazımının öncülerinden biri olarak görmektedir (Waardenburg, 2004, s. 215). Sami Hamarneh, Erken dönem tarih yazımı üzerine olan çalışması *Arabic Historiography*'de Ya'kûbî'nin *Tarih*'ini “en eski ve evrensel tarih” olarak nitelemektedir (Hamarneh, 1966, s.4). Bertold Spuler, “*Islamic and Western Historiography*” adlı makalesinde Ya'kûbî'nin çalışmalarını “İslâmî olmayan dünyanın tarihine yönelik bir tutum değişikliği ve ilgiyi göstermektedir” şeklinde değerlendirmiştir (Spuler, 1986, s. 437). M. S. Khan, “*Miskawaih and Arabic Historiography*” isimli çalışmasında Arap tarihçilerinin iki sınıfa ayrılabilirliğini belirtmiş ve bu sınıfları “geleneççiler ve fakihler” ile “bilginler, saray mensupları ve kâtipler” olarak göstermiştir (Khan, 1969, 710). Dineverî ve Ya'kûbî'yi ikinci grup tarihçiler arasında ele alan Khan, onları “tarihe Fars gözüyle bakan iki tarihçi” olarak değerlendirmiştir (Khan, 1969, 714).

Erling Ladewig Petersen, *Ali and Muawiya In Early Arabic Tradition* adlı kitabında, Hz. Ali ile Muâviye arasındaki çatışmayı dönemin kaynaklarından takip etmektedir. Ya'kûbî hakkındaki tarihsel değerlendirmesini şu ifadelerle dile getirmektedir: “Bu grubun en önde gelen tarihçileri Belâzürî, Taberî, Dineverî ve Ya'kûbî'dir. Yetenekleri ve bakış açıları farklı olsa da bu tarihçiler geleneğin temelini korumakta ortak ve aynı zamanda bu malzeme üzerinde kalıcı bir sentez oluşturma olasılığını da kanıtlarlar (Petersen, 1964, 135).”

D. S. Margoliouth, ders notu mahiyetinde hazırlanmış olan *Lectures on Arabic Historians* adlı çalışmasında, Ya'kûbî'yi yetersiz görmekte ve onu “yüzeysel bilgi veren bir tarihçi” olarak nitelemektedir:



“Onun bilgileri zaman zaman Taberî'nin açıklamalarını desteklemek için kullanılabilir, ancak bu açıdan kayda değer bir hizmet sağlamayacak kadar yetersizdir. Onun çalışması, araştırmayı derinlemesine sürdürmeye zamanı ya da isteği olmayan öğrencilerin kullanımına yönelik, ulusal tarihin ciddi bir özeti olarak kabul edilebilir (Margoliouth, 2009, s. 126).”

Son olarak Oleg Grabar'ın *İslam Sanatının Oluşumu* adlı eserinde geçen bir bilgidен bahsetmek yerinde olacaktır. Oleg Grabar, Kubbetü's-Sahra ile ilgili olarak Ya'kûbî'nin verdiği bilgiyi eserine almış ve şu şekilde yorumlamıştır: “Kubbetü's-Sahra'nın inşasına dair iki açıklama mevcuttur. Bunlardan ilki 685-692 yıllarının tarihi malumatına uygunluk gibi bir özelliğe sahiptir. Bu açıklama belli bir grup bilim adamı tarafından kabul görmüştür. Bu bilim adamlarının özelliği pozitivist eğilimli olmalarıdır. Bahse konu olan yorum Bağdat'ta yetişmiş ve imparatorluğu adım adım gezmiş Şiî Müslüman tarihçi Ya'kûbî ile İskenderiyeli Ortodoks papaz Euty chius'un tarihi metinlerine dayanmaktadır. Haçlı seferlerinden önce yazmış başka yazarlar ve özellikle geleneksel Müslüman yazarları da bu yapıdan söz etseler bile, aslında bilinen tarih yazımı kanallarından kuşaktan kuşağa aktarılmış tek bir ya da en çok iki önemli geleneğin geçerli olduğu konusunda bazı ipuçları var (yapının kim tarafından, ne zaman yapıldığı konusunda yinelenen bir yanlışlar dizisi gibi). Bütün bu yazarlar, Mekke Abdullah İbnü'z-Zübeyr adında halife aleyhtarı bir kişi tarafından ele geçirilince Emevi halifesi Abdümelik'in Arabistan'dan gelen hacıları kendi yanına çekebilmek için bir Filistin kentini İslam'ın dinsel merkezlerinden birine dönüştürdüğü savında birleşiyorlar. Kubbetü's-Sahra'nın planının, Kubbe'nin çevresindeki iki gezinti mekânıyla birlikte, Müslüman haccının en önemli evrelerinden biri olan, dolaşarak gezinme, yani tavaf için yapıldığı konusunda da fikir birliği içindeler. Bu yoruma çeşitli kişiler farklı biçimlerde karşı çıkmışlardır. Örneğin, Ya'kûbî'nin ve Euty chius'un sözlerinin erken İslam tarih yazımı salnamelerinde bir başka örneği yoktur; oysa, hac yerini değiştirmek gibi çok önemli bir girişim (bütün Müslümanların Mekke'ye gitmeleri farzdır), Taberî ve Belâzürî gibi dikkatli tarihçilerin, hele Mukaddesi gibi Kudüs vatandaşı bir coğrafyacının gözünden kaçmış olamaz. Öte yandan, Ya'kûbî ve Euty chius'un tarihlerinde olguları bilerek çarpıttıklarını kanıtlamak da mümkün ki bu da söz konusu yazarların ateşli birer Emevi karşıtı olduklarını gösterir (Grabar, 1998, ss: 60-61).”

#### 4. ŞİİLİĞİ HAKKINDAKİ GÖRÜŞLER

Hayatı hakkında bilinmezlerin çokluğu gibi, Ya'kûbî'nin Şiîliği üzerine yapılan spekülasyonlar da çok miktardadır. Bu konudaki rivayetleri toplu bir şekilde değerlendirmek gerekmektedir. Onun Şiîliği üzerine üç farklı görüş bulunmaktadır:

1. Özellikle *Tarih*'inde geçen Şiî imlemelere rağmen onun Şiî olmadığını savunan düşünce,
2. Onun katı bir Şiî olduğunu ve bu eğilimi çalışmalarına yansıttığını savunan düşünce,
3. Bizim de katıldığımız ılımlı Şiî olduğunu ancak bu yönünü eserlerine yansıtmadığını savunan düşünce.

Konu hakkında yaptığı tezde Selahattin Çamyar, Ya'kûbî'nin Şiîliğini “Dört Halife devriyle birlikte Emevi ve Abbasi dönemlerinde meydana gelen olayları genelde Şia yanlısı bir tutum içerisinde vermiştir.” şeklinde yorumlamıştır (Çamyar, 1998, s. 77). Sedat Seçkin Bozkurt ise Şiîlik iddiası ile ilgili olarak, onun İslâm tarihi düşüncesini İmâmiye Şîası tarzında değerlendirdiğini, Hz. Ali'nin imamet ve dolayısıyla hilafet hakkını elinden almakla suçladığı Hz. Ebû Bekir, Ömer ve Osman'ın hilâfetlerini kabul etmeyip, onlar hakkında halife unvanını kullanmadığını, halifelik süreçleri hakkında *hilâfet* yerine *eyyâm* kavramını kullandığını dile getirir. Bozkurt'a göre, Hz. Ali ve Hasan'dan halife olarak bahseden Ya'kûbî, Emevî dönemini bir saltanat dönemi olarak ele almaktadır. Abbâsîler dönemini de aynı şekilde nitelemekle birlikte Abbâsîler hakkında daha müsamahakâr davranır (Bozkurt, 2015, s. 9).” Çalışmasında “Ya'kûbî'nin Şiîlik Temayülü” şeklinde bir başlığa yer veren Yernar Mazhen, Ya'kûbî'nin ılımlı bir Şiî olduğunu, Şiîliğinin ailesinden geldiğini dile getirdikten sonra “onun Şiîliğinin *Tarih*'inin içeriğine de yansıdığından ve eserinin

*Veda Hutbesi* bölümünü ele alırken bu özelliğini açıkça ortaya koyduğundan söz etmektedir (Mazhen, 2010, s. 24).” Selim Yazıcı ise Şîlik ithamı ile ilgili olarak “*Tarih*’ini yazarken mensubu bulunduğu Şîi düşüncesine yakın rivayetleri aldığını açıkçası birçok rivayette gördük” diyerek kanaatini bu yönde belirtmiştir (Yazıcı, 2016, 83).

Ya’kûbî’yi “Şîi eğilimli bir tarihçi” olarak tanımlayan Nurcan Gül Arslan *Emevi Algısı* üzerine hazırladığı tezinde onun Şîliği üzerine düşüncelerini dile getirmiştir. Müellifin Gadir Hum olayı ile Sakaleyn hadisinden bahsetmesini, yukarıda dile getirildiği üzere özellikle ilk üç halife için *hilafet* tabiri yerine *eyyâm* tabirini kullanmasını Şîliğine delil olarak göstermiş, Emevî dönemini anlatırken bu ailenin uygulamalarına ayrı bir vurgu yaptığını ifade etmiştir. Arslan, Ya’kûbî’nin, Hucr b. Adî olayı ve Muhtâr’ın icraatlarının anlatımında *Şia* tabirini kullanmasını da bu çerçevede değerlendirmektedir. Ona göre Ya’kûbî, Abbasî halifeleri için de *eyyâm* tabirini kullanmakla birlikte, onlara karşı daha ılımlı bir anlatımı tercih etmektedir. Ya’kûbî’nin tarih yazımında mezhebî yöneliminin etkisi olduğunu bilindiğini ve bu hususun Ya’kûbî’nin eserinin değerine hanel getirmediğini dile getiren Arslan, onun genel tarih anlatımında mutedil bir yaklaşım sergilemese de, eserinin İslam öncesi insanlık tarihi, siyer ve Abbasî halifesi Mutemid’e kadar olan dönem hakkında geniş bilgiler veren önemli bir başvuru kaynağı olduğu görüşünü okuyucuyla paylaşmaktadır (Arslan, 2016, s. 37).”

Salih Arı makalesinde “Ya’kûbî’nin Eserlerine Yansıyan Şîi Bakış Açısı” başlığı altında onun Şîliğini değerlendirmiş, Şîliği benimseyen bir aile kökeninin bulunduğunu belirtmiş ve onun Şia mezhebinin inançlarını benimseyen bir aileden gelen mutedil bir Şîi olduğu söylenebilir.” diyerek kanaatini ortaya koymuştur (Arı, 2008, s.170). Kevser Özdoğan, Yakûbî’nin Şîi olmadığı kanaatindedir. Ya’kûbî’nin çalışmalarındaki ifade tarzından hareket ederek onun Şîi olduğu iddiasının, araştırmacıların onun çalışmalarının Şîi tarzda okumasıyla alakalı olduğunu ifade eden Özdoğan, bu durumun eseri Şîi bir müstensih çöğaltmasıyla alakalı olduğunu dile getirmektedir. Ya’kûbî’nin çalışmaları incelendiğinde, onun Şîi olmadığını ortaya koyacak delillerin bulunabileceğini, tarafsız bir gözün bu delilleri ortaya çıkarabileceğini savunmaktadır (Özdoğan, 2019, s. 355).” Bu yaklaşım tarzıyla kendi bakış açısını geliştiren Özdoğan, Ya’kûbî’nin değerlendirilmesinde Şîi önyargılı bakış açılarının terkedilmesinin doğru olduğunu dile getirmektedir (Özdoğan, 2019, s. 383).

Ya’kûbî’nin Şîliği ile ilgili olarak yabancı dilde yazılmış olan çalışmalarda ilk dikkatimizi çeken, daha önce belirttiğimiz üzere, Millward’ın tezidir. Millward çalışmasının sonunda şu iki soruyu sormaktadır:

1. Ya’kûbî’nin yazıları, özellikle de evrensel *Tarih*’i ile ilgili olarak Şia’nın bakış açısı lehine açık bir önyargı suçlaması haklı mıdır?

2. Öyleyse, bu önyargının niteliği ve kapsamı nedir ve yazılarından nasıl elde edilir? (Millward, 1961, s. 234)

Bu iki temel soruya verdiği yanıt şu şekilde özetlenebilir: “Ya’kûbî’nin coğrafyası (*Kitabü’l-Buldân*) için verilen cevaplar çoğunlukla olumsuzdur. Bu eserde Şîi kaygılara yönelik aşırı partizan bir eğilim olduğuna dair belirgin bir işaret yoktur. Yazarın tarih denemesinde (*Müşakeletü’n-Nâs li-Zamânihim*), Şîi pozisyonuyla ilişkili konular ve tutumlar için kişisel tercihlerine dair bazı düşündürücü, ancak kesin olmayan işaretler fark edilebilir. Bunlar arasında Selmân-ı Fârisî’nin itibarını yüceltme eğilimi ve “aleyhi’s-selam” ifadesini sadece Ali b. Ebî Tâlib’in ismiyle bağlantılı olarak kullanılması yer almaktadır. Yine spekülâtif ve kesin olmayan üçüncü bir gösterge ise yazarın “Şîi bakış açısına karşı hoşgörülü ve Alevilere karşı saygılı” olduğu bilinen Abbasî halifesi Me’mun’a aşırı ve orantısız derecede uzun yer vermesinde gözlemlenebilir. Ya’kûbî’nin *Tarih*’i söz konusu olduğunda tarafgirlik sorunu daha karmaşıktır. Öncelikle bu durum yazarın kullandığı kaynaklar, bunların doğası ve bunları kullanma biçimi sorularıyla ilintilidir (Millward, 1961, s. 234). Yakubî’nin eserinin birçok Şîi eser sahibi ve müstensih aracılığıyla aktarılmış



olma ihtimalini içerdiği ve eserde, Şîilerin lehine eklemeler yapıldığına dair güvenilir deliller gösteren birçok noktanın bulunduğu hatırlandığında, onun Alevîler, Şîiler, özellikle İmâmiyye hakkındaki görüşleri ve kendisinin Şîî eğilimleri ve kanaatleri biraz farklı bir açıdan ele alınabilir. Ya'kûbî'nin kendi adını taşıyan eserin mevcut Alevî-Şîî yöneliminde bir yanılığ yoktur. Bununla birlikte, yazarın günümüze ulaşan diğer eserlerinde Şîî tarafgirliğine dair çok az ve şüpheli kanıt bulunduğu bilgisiyle birleştirildiğinde, bu durum müellifin Şîî eğilimlerinin ve sempatilerinin genel olarak kabul edilenden daha ılımlı olduğunu düşündürmektedir (Millward, 1961, ss: 238-239).

Millward konu ile ilgili olarak yazmış olduğu makalede ise şu görüşlere yer vermektedir: “Bu eserin yaklaşık bir asır önceki ilk baskısının ardından yapılan ilk değerlendirmelerde, eserin Şîî eğilimli olduğuna dair farklı yoğunlukta suçlamalar yer almıştır. Bu ve benzeri suçlamalar, Arapların tarihini, Arap edebiyatı tarihini veya Orta Doğu tarihçilerini ele alan sonraki kaynakların neredeyse tamamında tekrarlanmıştır. Ancak bu değerlendirmelerin veya referansların hiçbiri bu suçlamayla tam olarak ne kastedildiğini açıklamamış veya hangi bağlamda kullanıldığını tanımlamamıştır (Millward, 1961, s. 47).”

Sean W. Anthony Ya'kûbî'nin Şîîliğini sorguladığı makalesinde onun Şîî olduğuna kanaat getirerek “Bu makale, Yâkûbî'nin Şîî kimliği meselesini yeni veriler ve eski verilerin yeniden değerlendirilmesi ışığında yeniden ele almakta ve onu Şîî olarak kabul etmek için hangi kanıtların mevcut olduğunu ve eğer varsa, onu Şîî olarak etiketlemenin eserlerini okuyan modern akademisyenler için ne gibi bir sezgisel değer taşıdığını sorgulamaktadır (Anthony, 2016, s. 15). Eğer kişi Ya'kûbî'nin *Tarih*'ini Şîî bir kronik olarak okumazsa, neyin kaybolduğunu düşünmelidir. Ya'kûbî'nin Şîî perspektifini gözden kaçırmak, onun yazarlık vizyonunu ve dolayısıyla kroniğinin İslâm tarihçiliğine önemli bir katkısını görmemizi engeller” görüşünü yansıtmaktadır (Anthony, 2016, s. 35).

Şîîlik çerçevesinde ele aldığımız son makale Elton L. Daniel'e aittir (Daniel, 2004, ss: 209-232) Daniel çalışmasında Ya'kûbî'nin *Tarih*'inde bulunan rivayetleri ve eserin nüshalarını ve baskılarını karşılaştırdıktan sonra şu kanaate varmıştır: “Kısacası, Ya'kûbî'nin Şîîliğine dair ilk bakışta hiçbir kanıt yoktur. Aksine, elimizde yazarın mezhepçi bir önyargıya sahip bir eser sunmak değil, açıkça belirttiği gibi, bilinmesi gerekenleri ve zamanının eğitilmiş insanları tarafından genel olarak doğru kabul edilenleri özlü bir şekilde anlatmak olan niyetine dair kendi beyanı bulunmaktadır (Daniel, 2004, s. 227).”

*Encyclopaedia of Islam*'da (EP) Muhammad Qasim Zaman onun Şîîliğine kısaca değinmiş ve konuyu “sonuçsuz bir tartışma” olarak nitelmiştir (Zaman, 2002, 11/ 258). *İslâm Ansiklopedisi*'nde (MEBİA) Carl Brockelmann Ya'kûbî'nin Şîî olduğunun altını çizmiş ve “bu temayülünün tesirinde kalmadığını” dile getirmiştir (Brockelmann, 1986, 13/352). Murat Ağarı ise *TDV İslâm Ansiklopedisi*'ndeki makalesinde, farklı mecralarda dile getirildiği şekliyle onun Şîî bir aileden geldiğini ve mutedil bir tarihçi olarak tanındığını ve İslâm tarihi anlatımlarının İmâmiyye Şîîası tarzında olduğunu belirtmektedir (Ağarı, 2013, 43/287).”

İslâmî tarih yazımı (Historiography) sahasında telif ettiği eserinde Rosenthal, Ya'kûbî'nin *Tarih*'inde Şîî bakış açısının karşılıklarının bulunduğunu ifade etmektedir (Rosenthal, 1968, ss: 64-65). Bir başka tarih yazımı müellifi olan Chase F. Robinson Ya'kûbî'yi Şîî olmakla itham etmektedir (Robinson, 2003, s. 36). Benzer şekilde Gustav Richter “Ya'kûbî bir Şîî idi ve eseri muhtemelen Şîî fikirlerini evrensel bir tarihte ortaya koyan ilk girişimdi” sözleriyle onun Şîî olduğuna vurgu yapmaktadır (Richter, 1984, s. 237). Ancak şu sözler de Richter'e aittir: “(Ancak), hiç kimse Ya'kûbî'nin eserinin İslâm'ın tipik tarih literatürüne Şîî tarih görüşünü yerleştirdiğini iddia edemez (Richter, 1984, ss: 235-236).”

Albert Noth, *The Early Arabic Historical Tradition-A Source-Critical Study* adlı çalışmasında, Gustav Richter'den alıntı yaparak şu bilgileri aktarmaktadır: “Gustav Richter, Ya'kûbî'nin tarihi özetinin, yazarın kendi önyargısına uygun olarak Şîî eğilim sergileyen birtakım hadisleri içermesine rağmen, bu özetin Sünnî tarihi geleneğinden esasen farklı olmadığını göstermiştir (Noth, 1994, s. 9).”

Heather N. Keaney, *Medieval Islamic Historiography* adlı eserinde şu görüşlere yer verir: “9. yüzyıl Şîî tarihçisi Ya’kûbî (Hz.) Osman’ı dini ve siyasi sorumluluklarını kötüye kullanan bir lider olarak sunar (Keaney, 2013, s. 56). R. S. Humphreys’in belirttiği gibi, Ya’kûbî’nin Şîî görüşleri (Hz.) Osman’ın saltanatı sırasında toplumun çöküşünü sahabeler arasındaki daha önceki yozlaşmaya bağlamasına neden olurken, Mes’ûdî (ve İbn Miskeveyh’i de ekleyebilirim) daha çok (Hz.) Osman’ın kişisel sorumluluğuna bakmaktadır (Keaney, 2013, s. 56).” 10. ve 11. yüzyıllar, hilafetin yanı sıra saltanatın kurulması ve ideolojik olarak daha tutarlı ve siyasi olarak daha hırslı bir Şîî ideolojisinin yükselişi nedeniyle bu temel konularda daha fazla kutuplaşmaya tanık oldu. Ya’kûbî, Mes’udi ve Miskeveyh’te bulunan Şîîlik ve sekülerizme karşılık Sünni söylem giderek daha fazla idealize edilmiş, hadis temelli sahabe biyografilerine dayanmıştır (Keaney, 2013, s. 135).”

Tayeb el-Hibrî’nin *Reinterpreting Islamic Historiography* adlı eserinde Ya’kûbî’nin Şîîliğine delil olarak gösterilen Me’mûn dönemi hikâyeleriyle ilgili önemli bilgiler verilmektedir: “Hükümdar cinayetini meşru bir zemine oturtmanın zorluğu kaynakların resmi bir belgenin amacını ve içeriğini bildirme konusundaki farklılıklarında da ortaya çıkmaktadır. Savaştan sonra Me’mûn’un karargahında, Emin’in öldürülmesini haklı göstermek için Bağdat halkına hitaben yazılan bu belgenin, biri Ya’kûbî tarafından sağlanan iki versiyonu bulunmaktadır. Ya’kûbî, savaşın hemen ardından Tahir’in kendi eliyle Me’mûn’a bir açıklama yazdığını bildirmektedir (Hibri, 2002, s. 70). Ancak Cehşiyari ve Taberi, bu mektubun aslında Tahir tarafından yazılmadığını, ancak onun gibi görünmesinin amaçlandığını ima eder gibidirler. Ya’kûbî’nin aksine, hal edilen halife Emin’in başının Merv’e ulaşmasından ve Fazl’ın şaşkınlığından sonra, Me’mûn’un Fazl’a Tahir’e atfedilebilecek bir mektup yazmasını söylediğini, belki de cinayeti meşrulaştırma çabası içinde olduğunu söylerler. Her ikisi de nihayetinde kabul edilen mektup metninin, daha sonra Me’mûn’un baş kâtibi (veziri) olacak olan yardımcı kâtip Ahmed b. Yusuf’a ait olduğunu ve Ya’kûbî’nin iddia ettiği gibi Tahir tarafından Bağdat’tan gönderilmediğini belirtmektedir (Hibri, 2002, s. 71).

Joseph Bradin Roberts’ın Ya’kûbî’nin Şîîliği’ni ele alırken Cemel vak’ası örneğinden hareket eder. Konunun Ya’kûbî ile ilintili olan bölümünde onun eserinin plan olarak, eserlerine yaratılış ile başlayan Belâzürî, Dineverî veya Taberî’nin eserlerinden farklı olmadığını dile getirir (Roberts, 1986, s. 191). Roberts, Ya’kûbî’nin konumunu “bir tür artan Ali taraftarlığı olarak tanımlanabilir, ancak tamamen gelişmiş bir mezhepçi Şîîlik olarak tanımlanamaz” ifadeleriyle açıklamaktadır (Roberts, 1986, s. 200).

Boaz Shoshan hem *Poetics of Islamic Historiography* hem de *The Arabic Historical Tradition and the Early Islamic Conquests* adlı eserlerinde Ya’kûbî hakkında kayıtlara yer verir. İlk çalışmasında Ya’kûbî’yi Şîî eğilimli bir tarihçi olarak niteleyen (Shoshan, 2004, s. 169) Shoshan, ikinci çalışmasında eserinde fetihlere 30 sayfadan fazla yer vermediğini dile getirir (Shoshan, 2016, s. 11).

Abdülaziz Duri, Ya’kûbî’nin Şîî olduğunu “Şîîliğe sempati duyduğu anlaşılabilir” sözleriyle dile getirmekte, “tarihinin ikinci bölümünde kâtiplik görevinin etkisi görülmektedir” sözleriyle çalışmasının önemini anlatmaktadır (Duri, 1983, ss: 158-159).

Fred M. Donner, genel algıya uygun olarak Ya’kûbî’nin Şîîliğini “Taberî’ninki gibi evrensel bir tarih olan Ya’kûbî’nin *Tarih*’i ılımlı Şîî yönelimiyle bilinir” sözleriyle açıklar (Donner, 1983, s. 134).

Khalidî, Ya’kûbî’nin Şîîliğine vurgu yaparken, Muâviye’nin yönetimini “saltanat” olarak nitelemesinden hareket etmekte; aynı zamanda Hz. Osman dönemi olayları ile ilgili olarak “Osman karşıtı duygularını büyük bir ihtiyatla ifade etmek zorunda kaldılar” düşüncesini sergilemektedir (Khalidî, 1996, s. 115).

Ya’kûbî’nin *Tarih*’ini “Şîî tarih kaynağı” olarak kabul eden Hagemann’ın konu ile ilgili değerlendirmesi şöyledir: “İncelenen tarih çalışmalarından dördü, Ya’kûbî’nin *Tarih*’i, Nasr b. Müzâhim’in *Vak’at-i Siffin*’i, İbn A’sem’in *Kitâbü’l-Fütûh*’u ve Mes’ûdî’nin *Mürûcû’z-Zeheb*’i genellikle ilk Şîî kaynaklar olarak kabul edilir, geri kalan derlemeler ise ya ilk Sünni kaynaklar ya da bilinmeyen dini-siyasi



yakınlığa sahip çalışmalar olarak kabul edilir (Hagemann, 2014, s. 244)”. Her ne kadar eserini Şîî bir literatür olarak kabul etse de Hagemann, onun Şîîliğini tartışmalı olarak değerlendirmektedir (Hagemann, 2014, ss: 258-259).

Genel olarak ılımlı bir Şîî olarak değerlendirilen Ya’kûbî’nin tarzı, Petersen’e göre kaba bir Şîîliktir: “9. yüzyılın ikinci yarısındaki tarih yazımı, ana karakterini önceki nesillerin çalışmalarını özetleyen uzun bir sentezler dizisi aracılığıyla kazanmıştır (Petersen, 1964, s. 173)”.

Paul L. Heck, *The Construction of Knowledge in Islamic Civilization* adlı çalışmasında, Ya’kûbî’nin Şîî karakterini şu şekilde açıklamaktadır: “Kuşkusuz, Ya’kûbî’nin sesi Şîî özlemlerle damgalanmıştır ve Emevi tarihini ele alışı oldukça “kabilevi” bir karaktere sahiptir, ancak İbn Hişâm ve İbn Sa’d’ın aksine, onun tarih vizyonunun Arap-İslâm dışı tarihi de içerdiği bir gerçektir (Heck, 2002, s. 7).”

## 5. TARİHÇİLİĞİ ve METODOLOJİSİ

Muhtemelen Ya’kûbî hakkındaki temel kabul onun evrensel bir tarihçi olarak görülmesidir. Zira klasik İslâm tarihi anlatılarının dışına çıkması, eserinde İslâm öncesi döneme yer vermesi ve coğrafyasını *İslâm coğrafyası* olarak değil de *Dünya coğrafyası* olarak düşünmesi bu şekilde düşünülmesine sebep olmuştur. Bu yönüyle baktığımızda, Ya’kûbî’nin hem tarih hem de coğrafya anlatımında benzer metotları sergilediği görülecektir. Ya’kûbî’nin *Tarih*’i söz konusu olduğu “evrensel bir tarih” olması ile *isnat* sistemini kullanmaması hemen dikkati çekmektedir.

Ya’kûbî Arap tarih geleneğinde günümüze ulaşan en eski dünya tarihinin yazarıdır. Bu eser, antik kaynaklardan doğru alıntılar yapması ve tarihlendirmenin kesinliğini belirlemek için astronomiyi kullanması gibi bir dizi alışılmadık özellik gösteren bir eserdir (Khalidi, 1996, s. 115). Onun eserinin en çok vurgulanan yönünü evrensel bir tarih anlatımı olması oluşturmaktadır. Yerli ve yabancı kaynakların tamamı bu konu üzerinde hem fikirdir (Anderson, 2018, s. 93; Millward, 1961, s. 32; Zaman, 2002, 11/258; Rosenthal, 1968, s. 133; Roberts, 1986, s. 190; Duri, 1983, s. 64).

M. S. Khan, İbn Miskeveyh üzerine hazırladığı çalışmasında tarihçileri iki gruba ayırmaktadır: “Aynı kültürel gelenekten gelen ve temel bir birliği paylaşan tarihçiler arasında keskin sınıflandırmalar yapmak mümkün değildir; ancak genel olarak Arap tarihçileri iki sınıfa ayrılabilir:

1. Gelenekçiler ve fakihler (Muhaddisler ve Fakihler)
2. Bilginler ve kâtipler (Edipler ve kâtipler) (Khan, 1969, s. 710)”

İlk grubun ilgi alanını *dinî* olarak tanımlayan Khan, onları “kendilerini öncelikle Kur’an, gelenekler (Sünnet) ve icihat (Fıkıh) çalışmalarına adanmışlardır. Eğitim ve öğretimlerinin özelliklerinden biri, gelenekleri toplamak için geniş çapta seyahat etmeleri ve bunları bizzat aktarıcılardan sözlü olarak toplamalarıydı” şeklinde tanıtmaktadır (Khan, 1969, s. 710). Çalışmasında İbn Miskeveyh ile Taberî’yi karşılaştıran Khan bu konuda şu görüşlere yer vermektedir: “Zamanının pasif bir gözlemcisi olan Taberî’nin aksine, İbn Miskeveyh çağdaş olaylara katılmış ve tanık olduğu ya da içinde yer aldığı olayları anlatırken birinci şahıs olarak yazmıştır. Taberî’nin halifeler ve vezirleriyle hiçbir bağlantısı yok gibi görünmektedir ve bu nedenle onların sarayları hakkında neredeyse hiçbir şey yazmamıştır (Khan, 1969, s. 712).” İkinci gruba giren tarihçiler olarak Ya’kûbî ile Dineverî’yi karşılaştıran Khan, “Ya’kûbî’de bir kâtip ve coğrafyacının tarih yazımına yaklaşımı, Dineverî’de ise anekdotsal ve monografik yaklaşım görülmektedir” (Khan, 1969, s. 714) sözleriyle her iki eseri karşılaştırmaktadır. Her ne kadar ikinci grup tarihçiler aynı zamanda gezgin olmasalar da Khan, Ya’kûbî ve Mes’ûdî’yi “farklı bir amaçla, gelenekleri toplamak için değil, tarihlerini yazdıkları ülkeler hakkında ilk elden coğrafi bilgi edinmek için yoğun yolculuklar yapmışlardır” şeklinde tanımlamaktadır (Khan, 1969, s. 714). Khan her iki eserin evrensel bakışını şu sözlerle dile getirmektedir: “Tarihleri sadece coğrafi bilgilerle dolu olmakla kalmaz, aynı zamanda ilk

gruptaki Arap tarihçilerinde nadiren bulunan geniş bir evrensel ve seküler bakış açısı sergilerler. Ya'kûbî'nin tarihi İsrailoğulları, Suriye, Asur ve Babil hükümdarları, Hintliler, Yunanlılar ve Romalılar, İranlılar, Türkler, Çinliler, Mısırlılar, Berberiler, Habeşliler ve Zenciler hakkında bilgi verirken, Mes'ûdî, tarih gibi bazen İslâm'ın dini ilkeleriyle bile çelişebilen bilimsel bir konu üzerinde çalıştığını dolaylı olarak ifade edecek kadar ileri gider (Khan, 1969, s. 714)".

Jacques Waardenburg "Muslim Studies of Other Religions" adlı makalesinde "evrensel tarih" iddiasını şu şekilde yansıtmaktadır: "İlk olarak, İslâm'dan önceki dinlerin tarihini kapsayan, Müslüman perspektifinden din tarihinin tanımlarını bulduğumuz tarihsel eserler vardır. Müslümanlar tarafından görüldüğü şekliyle bu tarihin ana unsurları Kur'an'da peygamberlerin, yani farklı halklara gönderilen vali ve elçilerin takibi olarak verilir. Bu şemanın, yaratılıştan itibaren dünya tarihini ele alan Evrensel Tarihler'de detaylandırıldığını görüyoruz. Ya'kûbî'nin, Taberî'nin, Mes'ûdî'nin eserleri akla gelmektedir. Böyle bir tarih, peygamberler ve onların geçmişte konuştukları gayrimüslim dinî topluluklarla ilgilenir (Waardenburg, 2004, s. 215)."

Ya'kûbî ile ilgili olarak dile getirilen bir diğer konu onun isnat sistemini kullanmayarak klasik tarih yazım metodolojisinden ayrılması olmuştur. Bu durumun tespitinde erken dönem İslam tarihçilerinin uygulamasını nazarı itibara almak önemlidir; zira onlar bilgini doğruluğunu tespit için sened zincirine önem vermişlerdir. Ayrıca, Hz. Peygamber döneminden sonra ortaya çıkan siyasi mücadeleler ve itikadi mezhepler ve fırkalarla birlikte tarihi malumatın sıhhat derecesini ortaya koyma açısından isnadın önemi artmış ve tarihçiler bilgilerin bu yönüne önem vermişlerdir. Böylelikle bilgiyi aktaran kişilerin, yani ravilerin güvenilirliği ile bilginin yani haberin doğruluğu arasında bağlantı bulunduğu, aktarıcının güvenilir olmasının bilginin güvenilirliğini yansıttığı anlayışı hâkim bir anlayış olmuştur (Bozkurt, 2015, s. 9).

Ya'kûbî, ikinci cildinin başında bilgi aldığı kaynakları dile getirmiş,<sup>1</sup> ancak benzer şekilde birinci cildin başında kaynaklarından bahsetmemiştir. Bu noktada kendisinin isnada dayanmayan bir metodu tercih ettiği, ikinci cildin başında İslam tarihi ile alakalı bölümde kullandığı temel kaynakları belirttiği, eserin diğer bölümlerinde çok nadir olmak kaydıyla eser adı veya isnat zinciri verdiği belirtilmektedir. Benzer bir kurguyla eserin ilk cildi değerlendirildiğinde de, ilk cildin *Giriş* bölümü kayıp olduğu için temel kaynaklara ulaşamadığı dile getirilmektedir. Çamyar'a göre, Ya'kûbî faydalandığı temel kaynakları tıpkı İkinci ciltte olduğu şekliyle Birinci ciltte de göstermiş olmalıdır (Çamyar, 1998, ss: 25-26)." Bize kalırsa, Ya'kûbî'nin eserinin birinci cildinde herhangi bir kayıp söz konusu değildir. Ya'kûbî ilk ciltteki bilgileri kayıksız olarak vermeyi tercih etmiştir. Zira ilk cilt dikkatli bir gözle incelendiğinde, özellikle Yunan tıbbına ait eserlerin detaylarıyla tanıtıldığı görülecektir. Ya'kûbî metin içerisinde yer alan kaynakları ayrıca belirtme gereği hissetmemiştir.

Ya'kûbî, İslam öncesi dönemi yazarken başta *Kur'ân* olmak üzere *Tevrat*, *Zebur* ve *İncil* gibi diğer kutsal kitaplardan ve ayrıca Fars, Yunan ve Hind kökenli kaynaklardan da faydalanmıştır. Başta ifade ettiğimiz üzere Ya'kûbî kimi zaman bazı kaynaklar hakkında şüpheleri bulunduğunu dile getirmiştir. Örneğin, Hüdaynâme gibi kimi Fars kaynaklarının efsanelerden ibaret olduğunu ve onlara fazla güvenilemeyeceğini belirtmiştir (Duri, 1983, s. 65; Arı, 2008, 168).

<sup>1</sup> Ya'kûbî'nin eserlerinden istifade ettiği başlıca ravi ve müellifler şunlardır: İshak b. Süleyman b. Ali el-Hâşimî, Ebü'l-Buhterî Vehb b. Vehb el-Kureşî, Ca'fer b. Muhammed, Eban b. Osman, Muhammed b. Ömer el-Vâkıdî, Mûsâ b. Ukbe, Abdülmelik b. Hişâm, Ziyad b. Abdullah el-Bekkâî, Muhammed b. İshak el-Muttalibî, Ebû Hassân ez-Ziyâdî, Ebü'l-Münzir el-Kelbî, İsa b. Yezîd b. De'b, Heysem b. Adiy et-Tâî, Abdullah b. Abbas el-Hemedânî, Muhammed b. Kesîr el-Kureyşî, Ebû Sâlih, Ali b. Muhammed b. Abdullah b. Ebî Seyf el-Medâinî, Ebü Ma'ser el-Medenî, Muhammed b. Mûsâ el-Harizmî. Bkz: Ya'kûbî, *Târîhu'l-Ya'kûbî*, Dâru Sadr, Beyrut, ts., C: 2, ss: 5-6.



Diğer taraftan, Çamyar'ın ait “Ya’kûbî’nin isnatsız bir anlatımı tercih etmesinin altında iki sebep yattığı” kanaatini paylaşmaktayız:

1. Özet bir kitap yazmayı planlamış rivayet zincirlerini ayrıntı olarak görmüş, kaynakları kitabın baş tarafında belirtmekle yetinmiştir. Zira uzun rivayetlere ve şiirlere yer vermediğini belirtmektedir.

2. Uzun rivayet senetleri kullanarak anlatımı kesintiye uğratmamış ve eserine akıcılık kazandırmıştır (Çamyar, 1998, s. 26).

Ya’kûbî’nin kaynakları üzerine çalışan Millward’ın tespitine göre Ya’kûbî, sadece Hz. Ali’nin soyunun kaynaklarında bulunan malzemeyi kullanmakla kalmamış, aynı zamanda döneminin Şîî bilinen müelliflerinden de istifade etmiştir (Millward, 1971-1972, s. 69).

Ya’kûbî kendi döneminde yaşanan olaylara ya hiç değinmemiş ya da çok kısa bir şekilde geçiştirmiştir. Eserinin birçok yerinde belirsiz kaynaklar kullanmıştır. Ya’kûbî’nin *Tarih*’inde şu ifadelere rastlamak mümkündür: “Bazılarına göre”,<sup>2</sup> “Ehl-i Kitap şöyle der” (Ya’kûbî, 1995, 2/9, 14), “bir grup dedi ki (Ya’kûbî, 1995, 2/173, 175, 192)”, “bir topluluk şöyle söyledi (Ya’kûbî, 1995, 2/333, 337, 369)”, “denildi ki (Ya’kûbî, 1995, 2/14, 21, 98, 99, 114)”, “rivayet edildiğine göre (Ya’kûbî, 1995, 2/101, 103, 113)”.

Hakkında yapılan çalışmaların genelinde Ya’kûbî, tarihçilik açısından Dineverî, Taberî, Belâzürî ve İbn Kuteybe’yle birlikte anılmaktadır (Duri, 1983, s. 149). Ayrıca eserinde ülkelerin siyasi, fiziki ve beşerî coğrafyaları hakkında bilgilerin mevcut olması onun aynı zamanda iyi bir coğrafyacı olması ve Tarih üzerine yazmış olduğu eserinde çeşitli seyahatlerinde topladığı bilgilerin bulunması ile alakalıdır (Çamyar, 1998, s. 93).

## 6. SONUÇ

Ya’kûbî söz konusu olduğunda ilk dikkat çeken konu hayatı hakkındaki bilgilerin azlığıdır. Ayrıca kimden ya da kimlerden etkilendiğini belirlemek ve kendisinden sonraki tarihçilere sağladığı katkıyı değerlendirmek zordur. Nispeten Irak Coğrafya ekolüne mensup olması sebebiyle coğrafyacılığı konusunda fikir yürütmek daha kolay ise de tarihçiliği konusunda fikir yürütmek gerçekten zordur.

Ya’kûbî ile ilgili en çok tartışılan konu onun Şîîliği ve eserlerinde bunu ne şekilde yansıttığıdır. Her ne kadar Şîî olmadığını ispata yönelik çalışmalar mevcut ise de genel anlamıyla onun ılımlı bir Şîî olduğu yolunda fikir birliği söz konusudur. Bu özelliğinin çalışmalarına yansıyor yansımadığı meselesine gelince, eserlerinde Şîî eğilimin yansımalarının bulunduğu ancak bunun körü körüne bir Şîî anlatımına dönüşmediği yönünde kanaat hakimdir ki, biz de bu kanaati paylaşmaktayız. Bahse konu anlatımlar eserin tamamına yönelik değildir. Dikkatlice incelendiğinde, ithama mevzu olan konu başlıklarının çok sayıda olmadığı görülecektir. Hz. Ali’nin hakkını gasp etmekle suçladığı Hz. Ebû Bekir, Ömer ve Osman’ın hilâfetini kabul etmemesi, onlar hakkında *halife* unvanını kullanmaması, halifelik dönemleri için de *hilâfet* değil *eyyâm* başlığına yer vermesi, Hz. Ali ile Hz. Hasan’ı *halife* olarak zikretmesi, Emevîler dönemini *mülk* ve *saltanat* olarak ele alırken, Abbâsîler dönemini de aynı şekilde nitelemekle birlikte, onlar hakkında daha müsamahakâr davranması, eserinde Oniki İmam’a yer vermesi ve onların ölümleri hakkında *vefat* başlığını kullanması bunlardan bazılarıdır.

Ya’kûbî İslâm öncesi dönem anlatımıyla *evrensel tarih* kaleme alan ilk Müslüman tarihçidir. Her ne kadar Dünya tarihçiliği düşüncesini taşıyan, Dineverî ve İbn Kuteybe Ya’kûbî’nin muasırı olsalar da eserleri tam anlamıyla Dünya tarihi niteliği taşımamaktadır. Zira Dineverî’nin *Ahbâru’t-Tivâl*’i Hz. Âdem’le başlayıp, Kahtân, Rum, Türk, Yemen, Sasanî tarihine ayrı bir önem verip geniş bir şekilde ele alır, Arapların cahiliye dönemi ve İslam’ın başlangıcı hakkında da bilgi veren Dineverî Hz. Peygamber’in

<sup>2</sup> Ya’kûbî 100’den fazla yerde “bazıları” ifadesini kullanmıştır. Bkz: Ya’kûbî, *Târîh*, C: 2, ss: 6, 7, 9, 10, 13, 15 vd.

Siretinden bahsetmez. Dolayısı ile Dineverî, yaratılıştan itibaren konuları ele alırken bazı dönemlerden hiç söz etmezken Sasani Tarihi'nde olduğu gibi bazı kısımları da çok teferruatlı bir şekilde anlatır. O eserinde bütün dönemleri, hadiseleri dengeli bir biçimde işleyememiştir.<sup>3</sup> Diğer taraftan İbn Kuteybe'nin *Kitâbü'l-Maârif*'i içerdiği bilgiler itibariyle bir Dünya tarihinden ziyade Tabakât kitabını andırmaktadır. Zira o bu eserinde, Arapların nesepleri, Hz. Peygamber'in Sireti, Raşit Halifeler, Emevî ve Abbâsî halifeleri, hadisçiler, edebiyatçılar, şairler, sahabe ve tabîilerin biyografilerinden bahsetmektedir. Bu bağlamda her iki eserde Dünya tarihinden örnekler mevcut ise de sistematik bir dünya tarihi oldukları söylenemez.<sup>4</sup> Yâ'kübî'nin Tarihi'ni incelediğimizde, Dünya tarihi olmasının ötesinde, siyasi tarihle birlikte toplumların din, kültür ve değer yargıları hakkında önemli bilgiler verdiğini görmekteyiz.

Erken dönem İslâm tarihçiliğinde Ya'kübî'nin isnat metodunu kullanmaması tarihçilik metodolojisi açısından önemlidir. Zira Hadis literatüründen etkilenmiş bir tarihçiliğin hâkim olduğu dönemde, bu metodu kullanmamak sonraki tarihçilere örnek olacak bir teşebbüstür.

## Kaynakça

- Ağarı, Murat, *İslam Coğrafyacılığı ve Müslüman Coğrafyacılar*, İstanbul 2002.
- Ağarı, Murat, "Irak ve Belh Coğrafya Ekolleri ve İlk Temsilcileri – İbn Hurdazbih, Ya'kübî ve İstahrî", *Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, Yıl: 14, Sayı: 34, 2007, ss: 169-192.
- Ağarı, Murat, "Ya'kübî'nin Tarih'inde Hindliler Bahsi", *Avrasya Beşeri Bilim Araştırmaları Dergisi*, Cilt/Sayı: 1-1, (2021), Karabük 2021, ss: 44-59.
- Ağarı, Murat, "Ya'kübî'nin Tarihinde Tıp ve Felsefe Bahisleri", *Avrasya Beşeri Bilim Araştırmaları Dergisi*, Cilt/Sayı: 2-1 (2022), Karabük 2022, ss: 87-137.
- Ağarı, Murat, "Ya'kübî", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, C: 43, ss: 287-288.
- Anderson, Tobias, *Early Sunnī Historiography -A Study of the Tārīkh of Khalīfa b. Khayyāt-*, Leiden, 2018.
- Anthony, Sean W., "Was Ibn Wāḍih al-Ya'qūbī a Shi'ite Historian?", *Al-'Uşūr al-Wuṣṭā* 24 (2016): 15-41.
- Arı, Salih, "Tarihçi ve Coğrafyacı Olarak Ya'kübî", *İslâmi İlimler Dergisi*, Yıl: 3, Sayı: 2, (Güz 2008), ss: 161-173.
- Arslan, Nurcan Gül, *Ya'kübî, Taberî ve İbn Kesîr'de Emevî Algısı (H.41/661-H.73/692)*, (Yüksek Lisans Tezi), Erciyes Üniversitesi, Sos. Bil. Enst., 2016.
- Ayad, M. Kamil, "The Beginning Of Muslim Historical Research", (Eng. Trans. M. S. Khan), *Islamic Studies*, Vol. 17, No. 1 (SPRING 1978), ss: 1-26.
- Bozkurt, Sedat Seçkin, *Tarihu'l-Ya'kübî'nin Tercüme ve Değerlendirmesi (Kitâbu't-Târîh II)*, (Yüksek Lisans Tezi), Gaziantep Üniversitesi, Sos. Bil. Enst., 2015.
- Bonner, M.R. Jackson, *An Historiographical Study of Abu Ḥanīfa Aḥmad Ibn Dawud Ibn Wanand Al-Dinawari's Kitāb Al-Aḥbar Al-Ṭīwal (Especially of That Part Dealing With The Sasanian Kings)*, Oxford University, 2014.
- Brockelmann, C., "Yâkübî", *İslâm Ansiklopedisi (MEBİA)*, İstanbul: Milli Eğitim Basımevi, 1986, C: 13, ss: 351-352.

<sup>3</sup> Dineverî, *Ahbâru't-Tivâl*, Kahire: Mektebetü'l-Ezheriyye, 1330. Türkçe çevirisi için bkz: Ebû Hanîfe ed-Dineverî, *el-Ahbâru't-Tivâl*, Ankara: Ankara Okulu Yay. 2017.

<sup>4</sup> İbn Kuteybe, *el-Maârif*, tah: S. Ukkâşe, Kahire: Dârü'l-Maârif, ts.



- Çamyar, Selahattin, *Ya'kûbî ve Tarihçiliği*, (Yüksek Lisans Tezi) Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 1998.
- Çelik, Emre, *Ya'kûbî'nin Kitâbü'l-Büldân'ı ve İslâm Coğrafya Geleneğindeki Yeri*, (Yüksek Lisans Tezi) Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul: 2018.
- Daniel, Elton L., "Al-Ya'qubi and Shi'ism Reconsidered", 'Abbasid Studies, Edit: J.E. Montgomery, Paris 2004, ss: 209-232.
- Dineverî, AHBÂRU'T-TIVÂL, Kahire: Mektebetü'l-Ezheriyye, 1330.
- Donner, Fred M., *Narratives of Islamic Origins -The Beginnings of Islamic Historical Writing-*, New Jersey: The Darwin Press, 1983.
- Duri, A. A., *The Rise of Historical Writing Among The Arabs*, New Jersey: Princeton University Press, 1983.
- Ebû Hanîfe ed-Dineverî, *el-Ahbâru't-Tivâl*, Ankara: Ankara Okulu Yay. 2017.
- Grabar, Oleg, *İslam Sanatının Oluşumu*, Çev: N. Yavuz, İstanbul: YKY Yay., 1998.
- Hagemann, Hannah-Lena, *History and Memory: Khārijism in Early Islamic Historiography*, University of Edinburgh, 2014.
- Hamarneh, Sami, "Arabic Historiography as Related to the Health Professions in Medieval Islam", *Sudhoffs Archiv*, 1966, Bd. 50, H. 1 (1966).
- Heck, Paul L., *The Construction of Knowledge in Islamic Civilization- Qudâma b. Ja'far and His Kitâb al-Kharâj wa-Sinâ'at al-Kitâba*, Leiden: Brill, 2002.
- el-Hibri, Tayeb, *Reinterpreting Islamic Historiography-Hârûn al-Rashîd and the Narrative of the Abbâsid Caliphate-*, Cambridge, 2002.
- Hizmetli, Mustafa, *İslam Tarihinin İlk Kaynakları*, Ankara: Ankara Okulu Yayınları, 2018.
- Hoyland, Robert (Edit.), *Muslims and Others in Early Islamic Society*, London 2004.
- İbn Kuteybe, *el-Maârif*, tah: S. Ukkâşe, Kahire: Dârü'l-Maârif, ts.
- Keaney, Heater N., *Medieval Islamic Historiography-Remembering Rebellion-*, London, 2013.
- Khalidi, Tarif, *Arabic Historical Thought in the Classical Period*, Cambridge University Press, 1996.
- Khan, M. S., "Miskawaih and Arabic Historiography", *Journal of the American Oriental Society*, Oct. - Dec., 1969, Vol. 89, No. 4 (Oct.-Dec., 1969), ss: 710-730.
- Margoliouth, D. S., *Lectures on Arabic Historians*, Delhi 2009.
- Mazhen, Yernar, "Ya'kûbî'nin Târîhu'l-Ya'kûbî ve İbnü'l-Esîr'in el-Kâmil fi't-Târîh'ine Göre Emevî Halifelerinin Kişilikleri", (Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi, Sos. Bil. Enst., 2010
- Waardenburg, Jacques, "Muslim Studies of Other Religions: The Medieval Period", *Muslims and Others in Early Islamic Society*, (Edit: R. Hoyland), London 2004.
- Millward, William G., *A Study of al-Ya'qûbî with Special Reference to His Alleged Shi'a Bias*, Princeton University: Near Eastern Studies, 1961.
- Millward, William G., "al-Ya'qubi's Sources And the Question of Shi'a Partiality", *Abr-Nahrain*, V: 12 (1971-1972), ss: 47-74.
- Noth, Albrecht, *The Early Arabic Historical Tradition-A Source-Critical Study*, (Trans.from German: Michael Bonner), Princeton, 1994.
- Özdoğan, Kevser, "Yakubî ve Şiîliği Üzerine", *Bilimname*, XXXIX, 2019/3, ss: 355-389.



- Petersen, Erling Ladewig, *Ali and Muawiya in Early Arabic Tradition-Studies on The Genesis and Growth of Islamic Historical Writing until the End of the Ninth Century-*, (Eng. Trans. P. Lampe Christensen), Kopenhag, 1964.
- Richter, Gustav, “Medieval Arabic Historiography”, Eng. Trans: M. S. Khan, *Islamic Studies* , Autumn 1984, Vol. 23, No. 3 (Autumn 1984), ss: 225-247.
- Roberts, Joseph Bradin, *Early Islamic Historiography: Ideology And Methodology*, Ohio State University, 1986.
- Robinson, Chase F., *Islamic Historiography*, Cambridge 2003
- Rosenthal, Franz, *A History of Muslim Historiography*, Second Revised Edition, Leiden: Brill, 1968.
- Shoshan, Boaz, *Poetics of Islamic Historiography*, Leiden: Brill, 2004.
- Shoshan, Boaz, *The Arabic Historical Tradition and the Early Islamic Conquests- Folklore, Tribal Lore, Holy War-*, London, 2016.
- Şan, Erman-Ferit Baz, “Mülûku’r-Rûm: Ya’kûbî’ye Göre Roma İmparatorları”, *Mediterranean Journal of Humanities*, VI/2 (2016) 427-441.
- Spuler, Bertold, “Islamic and Western Historiography”, (Trans. From German: M.S. Khan), *Islamic Studies*, Winter 1986, Vol. 25, No. 4 (Winter 1986), ss: 417-444.
- Tayyara, Abed el-Rahman, “İbn Hâbib’s Kitâb al-Muhabbar and its Place in Early Islamic Historical Writing”, *Journal of Islamic Studies*, Vol: 29, Issue: 3, (September-2018), ss: 392–416.
- Waardenburg, Jacques, “Muslim Studies of Other Religions: The Medieval Period”, *Muslims and Others in Early Islamic Society*, (Edit: R. Hoyland), London 2004.
- Yâkût el-Hamevî, *Mucemü’l-Udebâ İrşâdü’l-Erîb fi Ma’rifeti’l-Edîb*, tah: M. İ. Abbas, Bayrut, 1993.
- Ya’kûbî, *Tarihu’l-Ya’kûbî*, Beyrut: Dâru Sadr, 1995, I-II.
- Ya’kubî, *Ülkeler Kitabı*, çev: M. Ağarı, İst., Ayışığı Kitapları, 2021.
- Yazıcı, Selim, *Ya’kûbî’nin Tarihine Göre Hz. Osman Dönemi*, (Yüksek Lisans Tezi), Atatürk Üniversitesi, Sos. Bil. Enst., 2016.
- Zaman, Muhammad Qasim, “Ya’kûbî”, *The Encyclopaedia of Islam (EI<sup>2</sup>)*, Leiden: Brill, 2002, C: 11, s. 258.





## Youtube'da Belgesel Sinema: Coşkun Aral Örneği<sup>1</sup>

### Documentary Cinema on Youtube: The Case of Coşkun Aral

Göktuğ Sezgin<sup>a</sup>  
Aytekin Can<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye.  
goktugsezgin1@gmail.com  
ORCID: 0000-0001-6217-3992

<sup>b</sup> Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye.  
aytekcان@selcuk.edu.tr  
ORCID: 0000-0002-7620-3766

#### MAKALE BİLGİSİ

*Makale Geçmişi:*

Başvuru tarihi: 26.10.2024

Düzeltilme tarihi: 15.11.2024

Kabul tarihi: 27.12.2024

Anahtar Kelimeler:

*Yeni medya,*

*YouTube,*

*Belgesel,*

*Coşkun Aral.*

#### ÖZ

Gelişen teknoloji etkisini, medya araçları üzerinde göstermektedir. Yaygın olarak kullanılmasına rağmen sinema, televizyon, gazete, dergi ve radyo gelişen teknolojinin getirdiği yeni özellikleri barındıramamaları sebebiyle "geleneksel" olarak sınıflandırılmaktadır. Özellikle web 2.0 teknolojisinin gelişmesi, internet tabanlı araçların yeni olarak adlandırılmasına neden olmuştur. Yeni olarak adlandırılan medya araçlarının en başında ise sosyal medya gelmektedir. Hızlı bir tüketim algısı yaratan sosyal medyanın en büyük video paylaşım ağlarından birisi ise YouTube'dur. Bu çalışmanın amacı gazeteci, foto muhabiri ve belgesel yapımcısı Coşkun Aral'ın YouTube platformu üzerinden çektiği belgesellerini yayınladığı "Coşkun Aral Anlatıyor" isimli kanalın izlenirliğini, etkileşimini incelemek ve bu etkileşimin olumlu ve olumsuz yanlarını YouTube platformunun özellikleri ve kitlesi göz önüne alınarak ortaya koymaktır. Bu araştırma nitel araştırma yöntemi ve olgubilim desenine göre planlanmıştır. Olgubilim, yaşanmış deneyimi değerlendirmeye odaklanan bir yöntemdir. Olgubilim, olgunun altında yatan ortak anlamları keşfetmek için bireylerin deneyimlerini açıklamaya çalışır. Olgubilimde, olguyu yaşayan kişilerin olgu ile arasında bağlantı olduğu vurgulanmaktadır. Bu araştırma yönteminde bireylerin deneyimlerini yorumlamak için söz konusu deneyimler ödünç alınmaktadır. Bu sayede bireyler tarafından deneyimlenen tüm olgular açıklanabilmektedir (Onat Kocabıyık, 2015: 55-58). Genç kesimin sosyal medyayı daha fazla kullanması araştırmanın varsayımını oluşturur. Çalışmanın sonucunda Coşkun Aral ve ekibinin kendi çizgileri dahilinde kemik kitlesi için yayımlar yaptığı görülmektedir. Coşkun Aral, daha fazla izlenme elde edecek olsa bile "ahlaki" değerleri doğrultusunda yayımlar yapmaktadır. Çalışmada ulaşılan bir diğer sonuç ise YouTube üzerinden yayımlanan belgesel içerikli yapımların daha çok izleyiciye ulaşması için popüler kültürü ve gündemi takip etmeleri ve oluşturdukları içeriklerin konularını bu yönde seçmeleri gerektiğidir.

#### ARTICLE INFO

*Article history:*

*Received: 26.10.2024*

*Received in revised form: 15.11.2024*

*Accepted: 27.12.2024*

*Keywords:*

*New media,*

*YouTube,*

*Documentary,*

*Coşkun Aral.*

#### ABSTRACT

Developing technology shows its influence on media tools. Although widely used, cinema, television, newspapers, magazines and radio are classified as "traditional" due to their inability to accommodate the new features brought by developing technology. In particular, the development of web 2.0 technology has caused internet-based tools to be called new. At the beginning of the so-called new media tools, social media comes first. One of the biggest video sharing networks of social media that creates a fast consumption perception is YouTube. The aim of this study is to examine the impressiveness and interaction of the channel named "Coşkun Aral is Telling", where journalist, photojournalist and documentary filmmaker Coşkun Aral publishes his documentaries made via the YouTube platform, and to reveal the positive and negative sides of this interaction by taking into

<sup>1</sup> Bu çalışma, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından 2024 yılında yayımlanan *Youtube'da Belgesel Sinema: Coşkun Aral Örneği* adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

\* DOI: 10.46442/intjcss.1556364

\*\* Sorumlu yazar: Göktuğ Sezgin, goktugsezgin1@gmail.com

account the features and audience of the YouTube platform. This research has been planned according to the qualitative research method and the phenomenological design. Phenomenology is a method that focuses on evaluating lived experience. Phenomenology tries to explain the experiences of individuals in order to discover the common meanings underlying the phenomenon. In Decontamination, it is emphasized that there is a connection between the people who experience the phenomenon and the phenomenon. In this research method, the experiences in question are borrowed to interpret the experiences of individuals. In this way, all the facts experienced by individuals can be explained (Onat Kocabıyık, 2015: 55-58). The assumption of the research is that young people use social media more. As a result of the study, it is seen that Coşkun Aral and his team have made publications for bone mass within their own lines. Coşkun Aral broadcasts in accordance with his "moral" values, even if he will get more views. Another conclusion reached in the study is that in order for documentary productions broadcast via YouTube to reach more viewers, they should follow popular culture and the agenda and choose the topics of the content they create in this direction.

### Atıf Bilgisi / Reference Information

Göktuğ, S., Can, A. (2024). Youtube'da Belgesel Sinema: Coşkun Aral Örneği, *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)* 10 (2), s.83-99.

## GİRİŞ

Ulaştığı kitleleri analiz edemeyen ve kitleleri tüketici konumunda tutan tek yönlü iletişim araçlarının bütünü geleneksel medya aracı olarak ele alınmaktadır. Gelişen teknolojiyle evrilen, yeni medya araçları ise birtakım kitle iletişim araçlarını "geleneksel" medya aracı haline getirir. Geleneksel medya tek yönlüdür. Yeni medyanın en etkin aracı olan sosyal medya web 2.0 tabanlı bir iletişim ağıdır. Sosyal medya internet kullanıcılarına çok çeşitli imkanlar sağlayan, kullanıcıların bu imkanlarla bilgi edinmelerine, eğlenmelerine olanak tanıyan bir yapıya hakimdir. Sosyal medyayı geleneksel medyadan farklı kılan en önemli özelliklerden birisi sosyal medyanın araçlarının kitleler ile etkileşim içerisinde olmasıdır. Sosyal medya tek yönlü değildir. Bu yüzden tek yönlü olmayan sosyal medyada kullanıcıları aynı zamanda içerik üreticisi durumundadır. Sosyal medyanın en büyük video depolama alanı olan YouTube, kullanıcılarına içerik üretici olma fırsatı sunarken kitesini her geçen gün geliştirmektedir. Bu bağlamda yeterli sayıda izleyiciye ulaşmak için belgeseller YouTube üzerinden yayınlanmaktadır. Platformda içeriklerin izlenilirliliğini arttırmak için çeşitli yollara da başvurulduğu görülmektedir.

Belgesel sinema, anlatmak istediği gerçeği sanatsal kaygıları ön planda tutarak izleyicisine aktaran bir türdür. Belgeseller, insan duygularının ağırlıkta olmadığı ve eğlenceden uzak bir türdür. Belgesel kavramı özellikle film literatüründe haber filmlerinden özel televizyon yapımlarına kadar uygulanan yapımları kapsar. Belgesel kavramı, film tarihçilerinin, yönetmenlerin ve eleştirmenlerin çabasıyla ortaya çıkmıştır. Belge kelimesinden türeyen belgeselin kelime anlamı kanıt demektir. Belge sözcüğü ilk defa 15. Yüzyılda kullanılmıştır. 18. Yüzyılda ise resmi evraklar dahil olmak üzere kelimenin kullanımı yaygınlaşmıştır. Belgesel sözcüğünde film ifadesinin yer alması daha sonradan ortaya çıkar. Birdenbire bir üretim biçimi olarak ortaya çıkmayan belgesel filmler diğer türlere göre kurgusal olmayan yapımları ifade eder. Belgesel kavramı, belge niteliği taşıyan yapımları da kapsar. Belgesel sinemada estetik kaygılar daima ön planda yer alır (Çöm, 2019: 33-38).

Belgesel sinemanın amacı gerçeği olduğu gibi saptamasıdır. Belgesel yönetmeni gerçeğe kendi yorumunu katar. Bu yorum sonucunda estetik değerlerin ön planda olduğu yapımlar kayda alınır. Belgeselci gerçeği etik ve estetik soyutlama ve yorumlama ile yeniden kurar. Gerçeği yeniden üretirken yaşamı estetik hale getiren belgeseller izleyicisinde merak uyandırarak izleyicisini düşünmeye sevk eder. Belgeseller birey ve toplumların kendilerini gözden geçirmesine zemin oluşturur. Belgesel sinemanın işlevi sıradan olanın olağanüstülüğüne dikkat çekmektir. Yaşamı bir bütün olarak algılamamızı amaçlayan belgeseller



izleyicilerinin yaşama eleştirel bir açıdan bakmasını ister. Belgeseller farklılıkların içinden ötekini anlama ve başkasına kendini anlatma çabası olarak algılanabilir (Susam, 2015: 131).

Bir filmin, nesnel görüntülerin estetik açıdan güzel olması tek başına belgesel niteliği taşıdığı anlamına gelmez. Belgesel filmlerin yönetmeni kendi tarzı ve yorumuyla harmanladığı gerçeği izleyiciye aktarmakla sorumludur. Belgesel sinemanın doğuşu yeterince kavramsallaştırılmamış ve keşfedilememiştir. Pek çok kaynak belgeselin Lumière Kardeşlerin kısa filmiyle başladığını ancak üslubun yalnızca 1922 yılında çektiği *Flaherty Kuzeyli Nanook (Nanook Of The North)* filmiyle ortaya çıktığını varsayar (Musser, 2021: 243).

Gazeteci ve savaş muhabiri olan Coşkun Aral, yaptığı çalışmalarıyla belgesel sinema adına öne çıkan isimlerden olmuştur. 1 Mayıs 1956'da Siirt'te doğan Coşkun Aral, liseyi İstanbul'da okur. Coşkun Aral, gazeteciliğe 1974 yılında adım atar. Gün ve Günaydın gazetelerinde foto muhabirliği yapan Aral, 1 Mayıs 1977'de Taksim'de yaşanan olaylarda çektiği fotoğraflarla adını dünya basınında duyurur. Çektiği fotoğrafları Time ve Newsweek dergilerinde yer bulan Aral, Sipa Press'in Türkiye muhabirliği üstlenir. Aynı yıllarda serbest muhabirlik alanında da ilerleyen Aral, Polonya'da ünlü Gdańsk Grevi, İran-İrak Savaşı'ndaki çalışmaları, Lübnan, Çad ve Uzak Doğu'da yaşanan savaşları fotoğraflayarak adından söz ettirir. Coşkun Aral, 14 Ekim 1980 tarihinde Münih-İstanbul-Ankara seferi sırasında kaçırılan Türk Hava Yolları uçağında, uçağı kaçıran korsanlarla röportaj gerçekleştirir. Bu röportaj hava korsanları ile canlı yapılan ilk ve tek röportajdır. 1985 yılında Filipinler'de çektiği görüntüleri Mehmet Ali Birand'ın 32. Gün programına servis eden Aral böylelikle televizyon sektörüne ilk adımını atar. Savaş Ay ile kısa bir süre A Takımı'nda aynı ekipte yer alan Aral 1994 yılında yazdığı Haberci programını 1995 yılında ATV'de yayımlar. Türkiye'nin ilk tematik 90 televizyon kanalı İz TV'nin kurucusu olan Aral, kanala kayyum atanmasının ardından Habitat TV'yi kurar. Günümüzde bağımsız belgeseller çekmeye devam eden Coşkun Aral, yakın tarihte çektiği belgeselleri YouTube üzerinden "Coşkun Aral Anlatıyor" kanalında yayınlamaktadır (Coşkun Aral ile kişisel görüşme: 19.06.2023).

Çalışmanın amacını belgesel yapımların YouTube üzerinde oluşturduğu etkileşimin araştırılması oluşturmaktadır. "Coşkun Aral Anlatıyor" isimli YouTube kanalının etkileşim durumu ele alınmıştır. Makale, belgesel sinema anlayışının YouTube üzerinden nasıl bir izlenime sahip olduğunu belirlemek açısından önemlidir. Belgesel sinemanın "Coşkun Aral Anlatıyor" adlı YouTube kanalı üzerinden değerlendirilmesi çalışmanın sınırlılığını oluşturur. Çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem ile Coşkun Aral ile görüşme gerçekleştirilmiştir.

## 1. Geleneksel Medya ve Yeni Medya

Geleneksel medyanın en önemli araçları gazete, radyo, sinema ve televizyondur. Bu araçlar günümüzde internet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte geleneksel medya araçları olarak sınıflandırılmaktadırlar. Yeni medyanın en etkin alt dalı olan sosyal medyayı geleneksel medyadan ayıran en önemli fark sosyal medyada kullanıcıların katılım sağlamasıdır. Sosyal medya kaynak ve alıcı arasındaki iletişim sürecini etkiler. Geleneksel medyada kaynak alıcının tepkisini ölçemez bu yüzden alıcı pasif durumdadır. Sosyal medya ile alıcı aktif hale gelmiştir ve burada kullanıcılar yer ve zamandan bağımsız istedikleri içeriği paylaşmaktadır. Bu olanak sayesinde sosyal medya kullanıcıları geleneksel medyaya kıyasla kitlelere daha kolay ulaşır (Özpinar, 2016: 32-38).

Günümüzde medya olarak anılan kitle iletişim araçları kamuoyunda kabul gördüğü şekliyle yazılı, sözlü ve görüntülü basını tanımlamaktadır. Geleneksel medya, şirketlerin tüketicileri satın almaya ikna



etmek için kullanılan, pazarlama dünyasındaki iletişim biçimleriyle reklamcılığın köklerini oluşturan ve tek yönlü bilgi akışı sunan medyaları ifade eder (Karaca Özcan, 2022: 41).

Geleneksel medya araçları kitlesel ve bireysel iletişime olanak sağlayan, internet öncesi dönemde var olan ve hala varlığını sürdüren kitle iletişim araçlarıdır. Söz konusu araçlar internet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte geleneksel medya araçları olarak sınıflandırılmaktadırlar. Bu araçları kendi bünyesinde kapsayan geleneksel medya belirli bir kesime değil aynı anda herkese ulaşabilecek şekilde yayın yapar (Kurt, 2022: 188).

Geleneksel medya monolog üzerine kuruludur ve iletinin ulaştığı kişiler bilinmez. Tek yönlü bir iletişim sürdüren geleneksel medyada birey sadece tüketicidir. Medya içeriği üretkenler kitleler üzerinde değişiklik yapamaz (Can, 2019: 22).

Geleneksel medyada üç temel yaklaşım söz konusudur. Bu yaklaşımlar egemen (ana akım) yaklaşım, eleştirel yaklaşım ve liberal yaklaşım şeklinde sınıflandırılabilir. Egemen yaklaşımda amaç geleneksel medya araçlarıyla kitlelerin davranışlarının değiştirilmesidir. Eleştirel yaklaşım ise egemen sınıfın ideolojisini meşrulaştırmak için kullanılan geleneksel medyaya karşı olarak gelişmiştir (Polat, 2018: 50).

Liberal yaklaşım ise medyanın izleyicileri yönlendirmek gibi bir gücü olmadığını ve medya kontrolünün bireylerde olduğu görüşünü savunur. Liberal yaklaşımda “insanlar medya ile ne yapıyor?” sorusuna cevap aranır (Durmuş, 2020: 220-221).

İnternet teknolojisinin gelişmesiyle ortaya çıkan yeni medya, kullanıcılarının interaktif etkileşimde bulunmasını sağlayarak hedef kitle ile etkileşimi mevcut kılar. Bilginin taşındığı sanal ortam güncellenen teknolojinin de etkisiyle “yeni” olarak adlandırılmaktadır (Bulunmaz, 2014: 25- 26).

Yaşadığımız dönemde günlük hayatın değişmez bir parçası olan yeni medya internet teknolojilerinin de tamamını kapsayan geniş bir platformdur. Bir dizi yeni iletişim ortamı olarak tanımlanan yeni medya kavramı yer ve zaman sınırlaması olmadan içeriklerini kullanıcılarına ulaştıran yazılı, görsel ve sözlü medyanın özelliklerini de taşır. Yeni medya, edilgen kitleleri ortadan kaldırır. Yeni medya araçları kitleleri aktif hale getirerek iletişim sürecindeki geri dönüt aşamasını kısa süreye indirgemeyerek daha hızlı bir kullanımı ortaya çıkartır (Yüksel, 2022: 69).

Yeni medya kavramının ortaya çıkışıyla radyo, televizyon, gazete, sinema gibi kitle iletişim araçları geleneksel olarak nitelendirilir. Yeni medya ise kendisine alternatif bir teknoloji bulunana kadar yeni olarak anılmaya devam edecektir. Teknolojinin kitleler üzerindeki etkisini artırması sonucu 2000’li yıllar yeni medya dönemi olarak nitelendirilir. Sağladığı otomasyon özelliği ile kullanıcılarına daha az çaba ile işlerini halletme imkânı sunan yeni medya geleneksel medyaya göre daha pratiktir. (Babacan, 2021: 7-9).

## **2. Sosyal Medya ve Web 2.0**

İnternet, çeşitli iletişim tekniklerinin kullanıldığı bir iletişim ağıdır. Bu teknikler arasında, yazılı, sesli ve görüntülü bir şekilde etkileşimli iletişimin sağlanması, depolama ve ticari fırsatlar yaratma gibi unsurlar yer alır (Aziz, 2008: 72-73).

Sosyal medya, yeni medyanın bir alt dalıdır. Diğer yeni medya araçları farklı web tabanlarını kullanabilirken sosyal medya web 2.0 tabanını kullanmaktadır. Kullanıcı kontrolündeki sosyal medya bireylere içerik üretebilme, ürettikleri içerikler için yorum yapabilme ve bu içerikleri paylaşabilmelerine imkân veren internet tabanlı bir uygulamalar ağıdır (Gazali Demirtaş, 2019: 85- 86).



Sosyal medya toplumsal yaşamın önemli olgularından birisi haline gelmiştir. Bireylerin aktif anlamda olmasa da sosyalleşmesini sağlayarak dünyada meydana gelen gelişmelerden haberdar olunmasına fırsat verir. Sosyal medya, iletişim görevi dışında oyun, bilgi edinme gibi ihtiyaçların da karşılanmasını sağlar (Oyman, 2016: 126-127).

İnternetin kökeni 1962 yılında temeli atılan ve ilk resmi bağlantısı 1969 yılında gerçekleşen Amerikan Askeri Projesi olan ARPANET'e (Advanced Research Projects Authority Net) dayanır. ARPANET projesi, 1989'da Amerikan hükümeti tarafından finanse edilmesiyle beraber durdurulur. Aynı sene CERN'de (Avrupa Nükleer Anlaşma Merkezi) World Wide Web'in (www/Web) geliştirilir. 1990'lı yılların başında ticari kullanıma açılan ağ 1991'den itibaren sivil yaşamda etkin şekilde rol alır. 1994 yılında yaşanan teknolojik gelişmeler doğrultusunda internet teknolojisi üç evreden geçer. Bu evreler kısaca Web 1.0, Web 2.0 ve Web 3.0'dır. 1995-2004 arasında web sayfalarının düzenlenmesi uzmanların kontrolünde manuel olarak gerçekleşir. Burada tek yönlü bir iletişim hakimdir. 2004 yılı ve sonrasında web 2.0 teknolojisi gelişir. Bu durum sonucunda kullanıcılarında müdahil olduğu ikinci nesil internet olan web 2.0 hizmete girer. Böylelikle internet kullanıcıları pasif konumdan çıkar ve internet tüm dünyada yaygınlaşmaya başlar. Amacı bireylerin bilgi oluşturmaya olanak sağlayan Web 1.0'ın bağlantı yapısı çok zayıftır. Gelişen teknolojiye kullanıcıların içerik oluşturulması web 2.0'ı ortaya çıkartır. Web 2.0 ile kullanıcılar bir web sitesini okumakla kalmaz, siteye aktif katılım sağlarlar. Sosyal medyayı etkin kılan Web 2.0'ın başlıca özellikleri arasında sosyal ağ siteleri gelmektedir. (Topçu, 2020: 46-55)

### 3. Sosyal Medya Aracı Olarak YouTube

İçerik Paylaşım Ağı Olarak YouTube, kullanıcılarının video paylaşmasına imkân sağlayan en geniş sosyal medya aracıdır. Profesyonel ya da amatör çekimlerin paylaşımına imkân tanıyan uygulama internet aleminin video deposu olarak görülebilir. YouTube kullanıcıları platforma yükledikleri videolarını belirli kurallar dahilinde yayımlarlar ve bu içeriklerin izlenme oranına göre para kazanmaktadırlar. Bu işi meslek haline getiren kişilerse "Youtuber" olarak adlandırılmaktadır. Uygulama kullanıcılarına kendi yayınlarını yapmasına ve yeni kültürlerin ve yaşam tarzlarının tanıtılmasına olanak sağlar (Duran, 2019: 204).

2005 yılında PayPal şirketinin üç eski çalışanı Jawed Karim, Steve Chen ve Chad Harley tarafından bir akşam yemeği sırasında video paylaşma sitesi sorununu 46 tartışmalarından hareketle kurulan platform günümüzdeki en popüler video paylaşım sitesidir (Çakır, 2021: 46).

Kullanıcılarının hem çektikleri veya düzenlemiş oldukları videoların paylaşımına olanak tanıyan YouTube, profesyonel filmleri, müzikleri ve videoları da içerisinde barındırır. İşitsel ve görsel anlamda evrensel bir içerik paylaşım sitesi olan YouTube bir video paylaşım ağı olmasının yanı sıra kullanıcılarının da video içeriği oluşturmalarını sağlar (Altun, 2019: 15-16).

YouTube'un ilk olarak "Your Dijital Video Repository" (Dijital Video Deponuz) sloganını kullanır. Zamanla daha fazla kullanıcıya ulaşınca sloganını "Kendini Yayınla" anlamına gelen "Broadcast Yourself" olarak değiştirir. YouTube internet üzerinde ilk video yükleme ve izleme sitesi değildir. "Pixsy" isimli bir video ve ses araştırma şirketinin başında olan Chase Norlin, 1997 yılında "shareyourself.com" isimli siteyi kurmuştur. Bu site kullanıcılarına video yükleme ve videolarla beraber çeşitli dosyaları paylaşma imkânı sunmuştur ancak YouTube'un ulaştığı kitlelere ulaşamamıştır (Atatunç, 2019: 51-52).

YouTube "Televizyon Sen" veya "Sen Televizyonsun" anlamına gelerek bireylere çevrimiçi televizyon kurma olasılığını hatırlatır. YouTube, Google'ın en çok kar ettiği iştiraklerin başında gelir. Google'ın YouTube'u alarak desteklemesi uygulamanın dünyanın en çok kullanılan video izleme sitesini haline gelmesine olanak tanımıştır (Özgün Kehya, 2018: 44).



YouTube, değerlerinin tanımlandığı dört temel özgürlüğü ifade özgürlüğü, bilgi edinme özgürlüğü, fırsat özgürlüğü ve aidiyet özgürlüğü olarak sıralamaktadır. Bu dört temel özgürlüğü sağladığını iddia eden YouTube'un kendi kuralları çerçevesinde bazı içerikleri sansürleyebildiği ya da kaldırdığı da unutulmamalıdır. Yapılan yayınların herkese açık olması YouTube'un bilgi edinme özgürlüğünü de çoğunluk açısından sağlamaktadır. Bu durum fırsat özgürlüğünü beraberinde getirmiş gibi gözükse de internet altyapısı kısıtlı olan ya da platformun yasak olduğu ülkelerde bu özgürlükten bahsedilemez (Çelik, 2018: 86).

YouTube'unun kurucularından Chad Harley ve Steve Chen ilk YouTube'un kurulduğu ilk yıllarda reklam verenlerin baskılarına rağmen video öncesi reklama karşı çıkmışlardır. Bu isteğin altında YouTube'un reklam aldığı diğer büyük medya kuruluşlarının internet sitelerinden farkının kalmayacağı düşüncesi yatmaktadır (Erikson ve Wasko, 2020: 131).

Hayatın her alanına giren sosyal medya yeni nesil meslek gruplarını ortaya çıkarmıştır. YouTube kullanıcılarına sosyal medya üzerinden video ekleme, diğer kullanıcılara ait içerikleri izleme ve bu içeriklerle etkileşim kurma imkânı sunar. Bu etkileşim içerikleri beğenmek, paylaşmak ve içeriklere yorum yapmaktan ibarettir. Uygulamanın en önemli özelliği kullanıcılarına kendi içeriklerini yönetmesine izin veriyor olmasıdır. 2006 yılında Türkiye'de ilk YouTube kanalları açılır. Uygulama üzerinden herhangi bir ücret ödmeden yalnızca kendi kanallarını açarak video paylaşımı yapan kişiler, YouTuber kavramının ortaya çıkmasını sağlar. YouTuberlar YouTube'da düzenli içerik üretip ürettikleri içeriklerle kendi kitlesini oluşturan kişilerdir. YouTuber, açtıkları kanallarla konu fark etmeksizin ürettikleri videoları diğer kullanıcılarla paylaşarak içerik üretirler. YouTuberların ortak özellikleri izleyiciyle yüz yüze konuşuyormuşçasına samimi videoları kayda almalarıdır (Demirci, 2019: 26).

Sanal girişimci olarak tanımlanan YouTuberların bazıları rakiplerinden sıyrılarak öne çıkmaktadır. Bazı YouTuberlar kendi markalarını oluştururken bazıları da popüleritesini sinemaya kadar taşıyarak kazanç elde etmişlerdir. Kitleleriyle etkileşim kurmak için büyük çaba gösteren YouTube kullanıcılarının kitlelere ulaşabildikleri etkili yöntem dilin kullanımınıdır. YouTuberlar geleneksel medyadaki yıldızlar gibi hayran kitlesine sahip olmaktadır. Onlara duyulan bu ilgi YouTube'dan yüksek gelir elde etme şansını verir. Türkiye'nin yarısından fazlasının aktif olarak YouTube kullandıkları görülmektedir. YouTube'un bireylerin görünme ve gözetleme arzusuna en güçlü şekilde izin veren sosyal ağlardan birisi olması uygulamanın popüler olmasındaki en büyük etmenlerden birisidir (Sarı, 2018: 277-286).

İlk kez kullanıcılarına yükledikleri içerikle kendilerini var etme imkânı sunan YouTube video paylaşımında yeni bir çığır açmıştır. YouTube kullanıcılarına diğer sitelerden, cep telefonlarından ve bloglardan ulaşmasına imkân verir. Her ne kadar video paylaşım platformu olarak kurulsun da YouTube ilk yıllarında sanal yetenek sitesi olarak kullanılır ve bu şekilde popülerliğini artırır (İç, 2017: 65-67).

Her yaşta kullanıcıya hitap ederek kendi içerisine çeken YouTube, kaynağın alıcı, alıcının ise kaynak olmasını sağlayan bir etkileşime sahiptir. Popüler video paylaşım sitesi niteliğinde olan ve her geçen gün kullanıcı sayısını arttıran uygulamanın özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Kırık ve Altun, 2018: 168);

1. YouTube kullanıcılar arasında etkileşimi ve haberleşmeyi mümkün kılar.
2. Kullanıcıların kendi yayınlarını yapmasına imkân verir.
3. Yeni kültürlerin ve yaşam tarzlarının tanıtılmasına olanak sağlar.
4. YouTube'a yüklenen her videonun tüm dünyayla paylaşılmasına olanak tanır.
5. Kullanıcılar için ilgi alanlarına uygun videolar bulunmasını sağlar.



6. Akademik ve eğitsel ihtiyaçların karşılanmasını mümkün kılar.
7. Bireylerin boş zamanlarını eğlenceli şekilde değerlendirilmesini sağlar.
8. Kullanıcıların paylaştıkları videolara görüş düşünce ve yorumlarını sunar. Böylelikle fikir aktarımını güçlendirerek tartışma ortamı oluşturur.

YouTube’da bir videonun izleme süresi ortalama 3 dakika 9 saniye olarak ifade edilmektedir. Bu verilere göre YouTube kullanıcıları videoların ortalama %30’unu izlemektedir. YouTube’da videoların izlendiği süre “Watch Time” (izlenme süresi) olarak adlandırılır. “Platformda 2 dakikalık bir videonun 1000 defa izlenmesi, videoyu yükleyen içerik üreticisinin söz konusu videosunun tamamı izlenmiş olsa da bu veri video sahibine 2000 dakikalık izlenme süresi kazandırır. Örneğin 15 dakikalık bir video 500 kere izlenilirse ve videonun ortalama %30 izlendiği varsayılırsa video sahibi 2250 dakikalık bir izlenme süresi kazanmış olur (Ergün Özdel, 2019: 5).

Aralık 2021 itibariyle YouTube’daki en popüler video, Pinkfong Kids adlı kanala ait “Baby Shark Dance” (Bebek Köpekbalığı Dansı) videosudur. Video 11 Şubat 2021’den bu yana en çok izlenen YouTube videosu olmuştur. Videonun izlenme sayısı Eylül 2023 itibarıyla 13 Milyarı geçmiş durumdadır (Statista.com).

YouTube’da öğrenci üyeliği için seçilmiş ülkelerdeki üniversitelerde öğrenci olma şartı vardır, lise ya da daha alt sınıf öğrenciler bu özellikten faydalanamaz. YouTube öğrenci uygunluğunu üçüncü bir doğrulama ile kesinleştirerek aktif eder. Öğrenci üyeliklerinden en fazla 4 yıl yararlanılabilmektedir. YouTube kullanıcılarına aylık ücret dahilinde abonelik hizmeti sağladığı gibi ön ödemeli planlar üzerinden de hizmet sunar. Kullanıcılar bir yıllık ücreti %15 indirimle peşin vererek ön ödemeli şekilde YouTube Premium hizmetinden faydalanabilirler. Platform sadece bireysel kullanım paketinde ön ödeme imkanını sağlar. YouTube’un kullanıcılarına sağladığı aylık ücretlendirmeler zaman içerisinde değişebilmektedir. Ön ödeme ile YouTube Premium kullanıcısı olan bireyler bu değişimden etkilenmez. Uygulama Premium üye olunduktan sonra (ön ödeme dışında) her ay otomatik olarak üyelik ücreti kesilir ve kullanıcılar istedikleri zaman üyeliklerini sonlandırabilmektedir. YouTube Müzik milyonlarca şarkıyı arşivinde bulundurur. Uygulama kullanıcılarına özel mixler (karışımlar) sunar. YouTube Müzik ayrıca kullanıcıların dinledikleri şarkıları baz alarak benzer şarkıları kullanıcılarına önerir. Platform, ruh hallerine uygun şarkı listeleri bulundurur. YouTube Müzik, dünyadaki liste başı şarkılara erişim imkânı tanır. YouTube Müzik de tıpkı YouTube Premium gibi arka planda, reklamsız ve çevrimdışı hizmet vermektedir (YouTube.com).

#### 4. Belgesel Sinema

Latin ve Fransız kökenli eğitmek-uyarmak ya da kanıt anlamlı belge kelimesinden türeyen belgesel sözcüğü kullanım amacıyla çok istismar edilmektedir. Çünkü belgesel kavramı özel yapımlardan haber filmlerine kadar geniş bir alanda kullanılmaktadır. Belgeseller özünü gerçeklikten alır, güncel olayları haber bültenlerinden biraz daha fazla ayrıntıya girerek gösterir. Belgesel teknik olarak sadece stüdyoda konuşulanı bünyesinde barındırmaz, farklı mekanlardan da faydalanır (Can, 2020: 22-24).

Kurgusal olmayan (nonfiction) yapımlar belgesel filmler olarak ele alınmaktadır. Belgesel filmlerin konularının anında görüntülenip tespit edilmesiyle ortaya çıkması mümkündür. Belgesellerde ele alınan olaylar eğlenceye oranla daha fazla ön planda yer almaktadır. (Cereci, 1997: 20-21).

Belgesel film yaşadığı çağın ve toplumun sorunlarını inceler. Belgeseller, incelediği sorunları kendi bakış açısıyla özümseyen yönetmenin ifade aracıdır. Doğal mekanlarda gerçek hikayelerin anlatılmasının esas olduğu belgesellerde bir sorunu ve o sorunun nedenini yansıtmak asıl nedendir. Bu sorun yansıtılırken nesnellik en temel ilkedir. Buna rağmen çekilen belgesel film yönetmenin hayata bakış açısı ve

tecrübelerine göre biçimlenir. Yönetmenin anlayışına göre biçimlenen belgesel sinemanın bütününe estetik kaygı da yansımalıdır (Gider, 2014: 136)

Suha Arın, belgesel sinemayı ve belgesel sinema yönetmeninin gerektirdiği özellikleri şu şekilde ifade eder;

*"...Ama aslanlarla ilgili bir başka filmi izliyorum. Filmin yönetmeni, "Arslan karnını doyuracak kadar avlanır. Karnı doyduktan sonra başka hiçbir hayvana zarar dokunmaz." diyor. İşte yönetmen anında bire evrensel bir mesaj yüklüyor bu aslan filmi. Yani insanoğluya aslanı karşılaştırıyor. "Aslanın insanoğlu gibi sınırsız bir ihtirası yoktur, karnı doyduğu zaman durmasını bilir; ama, insanoğlu durmaz, insanların bu ayrıntılarıyla aslanlardan daha vahşidir!" demeye getiriyor. İşte böyle bir evrensel mesaj yüklendiği zaman, aynı aslan filmi; "bilgisel" olan aslanlarla ilgili bu film, bir anda bire "belgesel" bir nitelik kazanıyor. Diğer televizyon arızalarına bakın, genellikle hep bilgisel filmlerle karşılaşsınız. Ve bunların çok azı "belgesel" filmidir, çünkü çok azı evrensel mesaj içermektedir..."* (<https://www.mtvfilm.com/tr/yazi-sa/suha-arinla-bir-roportaj>)

John Grierson'un tanımına göre belgesel sinema gerçeğin yaratıcı yorumudur Belgesel, gerçeği yorumlama özelliği ile kurmaca türlerden farklılaşır. Belgesellerde yönetmenin dünya görüşünün yansıdığı filmler estetik kaygılar ön planda tutularak izleyiciye aktarılmaktadır. Bu filmler gerçeği kendi süzgecinden geçirerek sunar ve bu sunuşta bunu estetik kaygı ön plandadır (Smith ve Rock, 2014: 1).

Belgeseller gerçek hayatla ilgili olsa da gerçek hayatın kendisi değildir. Belgesel yönetmeni hayali değil gerçeği yorumlayıp işler. Kurmaca filmlere sanat niteliği kazandıran başlıca özellikler belgeseli de sıradan görüntü olmaktan kurtarır. Bu özelliklerden başlıca olanı yönetmenin sanatsal yetkinliği ve hayata bakış açısıdır. Belgesel film yönetmeni izleyicisine mesajını kendi yorumunu katarak aktarır (Sözen, 2010: 243).

Belgeseller gerçek hayatın ham madde olarak kullanıldığı portrelerdir. Dünya görüşümüze ve başkalarının yaşanmış deneyimlerine karşı nasıl tepkiler geliştirdiğimize ilişkin önemli bir rol oynayan belgeseller toplumsal psikolojimizde de önemli bir konuma sahiptir Popüler kültürdeki konumları sağlamlaştırılmış belgesel film yapımının bilgi üretme ve yayma yolu olarak kabul edilmesi son on yıl içinde gerçekleşmiştir. Belgesel filmler, henüz konuşulmamış olan, kişileri ve olayları inceleyerek bu kişi ve olayların toplum tarafından hatırlanmasını sağlar. Belgesel filmler toplumsal belleğin canlı tutulmasına belirgin katkılar sunmaktadır (Belet, 2022: 3).

## 5. Türkiye'de Belgesel Sinema

Türkiye'de sinema alanındaki çalışmalar ağırlıklı olarak kurmaca sinema üzerine odaklanmıştır. Sinemanın ana türlerinden birisi olarak belgesel sinema, sinema tarihi çalışmalarında bile yeterince yer alamamıştır. Belgesel sinemamızın gelişimini tarihsel bütünlüğü içinde ele alındığında ilk belgesel örneklerinin Osmanlı zamanında çekildiği görülür. O zamanlarda kayda alınan her görüntü belge niteliği taşıdığı için belgesel başlığı altında sınıflandırılabilir. Manaki Kardeşler bu dönemde öne çıkan isimlerdir. Osmanlı Sinemasından, Cumhuriyet Sinemasına geçiş süreciyle birlikte askerî belgesellerden, akademik belgesellere geçiş süreci yaşanır. Ordu dışında belgesel yapımını mümkün klan İstanbul Üniversitesi Film Merkezi, süreklilik içinde devam ettirebilmiştir. Bu sürekliliğin aksamasına sadece 1960 darbesi neden olur. İstanbul Üniversitesi Film Merkezi tarafından üretilen belgesel filmler bir yandan ülkemizde belgesel sinemaya yönelik ilgi oluştururken, diğer taraftan da yurt dışında Türk belgesellerine ilgi duyulmasını sağlamıştır. Anadolu'nun sahip olduğu tarihî mirasın bu belgeseller yoluyla yurt dışında tanınması da mümkün olmuştur. Akademik belgesellerin yurt içinde ve dışında gördüğü ilgi belgesel sinemamız üzerinde uzun yıllar etkisini sürdürecektir bir tarz oluşturmuştur. 1970'li yıllarda ise televizyon yayıncılığının





yaygınlaşmasıyla birlikte kurmaca-dışı yapımlar, televizyon üzerinden izleyiciye ulaşabileceği çok güçlü bir mecraaya sahip olur (Çelikcan, 2020: 529-542).

Belgesel sinema, yaşadığımız çağda televizyondaki gerçeklikten sıkılan ve gerçek konusunda karmaşıklığa düşen kitleler için alternatif bir bilgilendirme kaynağıdır. Belgesel filmler küreselleşme ve dijital teknoloji ile etkileşim içindedir. Gelişen teknoloji zaman tasarrufunu ve mekânsal yakınlaşmayı olanaklı kılarken küreselleşmenin yoğunluğu daha olanaklı hale gelir. Küreselleşmeye olumlu bakan görüşlere göre belgeseller ortak sorunlara yönelik incelemelere bir bakış açısı getirirken karamsar noktadan bakanlara göreyse küresel belgeseller kamusal tartışmaların önünü kapatmakta sorunları kişisel boyutlara indirgeyerek kurulacak farklı bağları engellemektedir (Toprak, 2013: 64-69).

Belgesel sinemada 1990 sonrası dönemini “Çokkültürlülük Dönemi” olarak tanımlanabilir. Dünya üzerindeki eski ve yeninin iç içe girdiği bu dönemde Türkiye’nin ve Türk sineması da yerini almıştır. Türkiye’de modernleşme projesinin temeli sorgulanmaya başlandığı 21. yüzyılda sınıf ayrımının daha da keskinleşmiştir. Sinema da alt dallarıyla birlikte bu dünyanın parçası haline gelir. Sinema, çok seyredilenlerle sermayenin, az seyredilenlerle sanatçıların mutlu olduğu bir hale evrilir. Bu yeni değişim dolayısıyla belgesel sinemada da önemli değişiklikler meydana gelir. Belgesel sinemacılar “temayı” temel olarak ön plana çıkarmaktadır. Çokkültürlülük Dönemi’ne kadar genellikle tarih ve mekân gibi sınırlı temalar baskın iken Çokkültürlülük Dönemi’nde daha çok batının öne çıkardığı insan, kimlik, toplum, hafıza gibi temalar ve sorgulayıcı yaklaşımlar ön plana çıkar. Bu dönemde devlet destekli belgesellerin izleyiciyle buluşurken devlet kanalı olan TRT’den yararlandığını, bağımsız belgesellerin ise festivallerde gösterime girmekte ve sınırlı sayıda izleyiciye ulaşır. Böylelikle belgesel sinemacıların “pazar” noktasında süreç dışı kalır (Aytekin, 2013: 234-267).

1995 yılında ATV’de Coşkun Aral tarafından hazırlanan Haberci, özel kanallarda yayınlanan önemli belgesel programlarından. Coşkun Aral’ın, farklı olayların farklı coğrafyalardaki yansımalarını izleyiciye göstermek için yaptığı program 1995-2001 arasında ATV, 2001-2003 arası NTV, 2003-2004 arasında Show TV’de yayımlandıktan sonra 2004-2006 yılları arasında TRT’de yayınlanarak televizyon platformuna veda etmiştir. Coşkun Aral, Haberci’ye Robert Young Pelton’la beraber 1994 yılında yazdığı “Dünya’nın En Tehlikeli Yerleri” kitabında anlattığı ülkelerden birisi olan Filipinler bölümüyle başlar. Bölüm 19 Aralık 1995 tarihinde yayınlanır. Programda farklı ülkelerin kültürlerinin yanında farklı inanışlar ve bu inanışların getirdiği ritüellere de yer verilir yayınlamaktadır. Coşkun Aral ayrıca 6 Şubat 2006 tarihinde yayın hayatına başlayan ve tematik bir belgesel kanalı olan İZ TV’nin genel yayın yönetmenliğini üstlenir. İZ TV 13 Ocak 2017 tarihinden itibaren BeIn İZ adıyla yayın hayatına devam etmektedir. Aral ayrıca 11 Ocak 2021 tarihinde kültür-sanat, gezi ve yaşam kanalı olan Habitat TV’yi kurar. Aral, Haberci temalı belgeselleri başta olmak üzere yeni çalışmalarını video paylaşım ağı YouTube üzerinden gerçekleştirmektedir. (Coşkun Aral ile kişisel görüşme:19.06.2023).

## 6. Amaç ve Yöntem

Belgesellerin kullanıcılarına hızlı tüketimi sunan YouTube’da yayımlandığında nasıl geri dönüş aldıkları ve hangi etmenlere göre ne sıklıkla izlendiği çalışmanın problemini oluşturmaktadır. Sosyal medya platformları üzerinden yayınlanan belgesellerin hangi kriterleri göz önünde bulundurması gerektiğini ortaya koymak ise çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

Nitel araştırma yöntemi, İnsanların başka çevrelerde verdikleri tepkileri konu edinerek araştırmacıya araştırılan konu hakkında fikir vermektedir. Bilgi toplamak amacıyla yapılan görüşme tekniği, araştırmaya dahil edilen bireylerin ilgili konu başta olmak üzere tutum, tecrübe, şikâyet, duygu ve düşüncelerini anlaşılması etkinliğidir. (Akman Dömbekçi ve Erişen, 2022: 143-144).

Bu araştırma nitel araştırma yöntemi ve olgubilim desenine göre planlanmıştır. Yaşanmış deneyimi değerlendirmeye odaklanan bir yöntem olan olgubilim, olgunun altında yatan anlamları keşfetmek için bireylerin deneyimlerini açıklamaya çalışır. Olgubilimde araştırmacılar, bireylerin sözel tanımlarından ve ifadelerinden faydalanır. Gözlem tekniği ile araştırmacılar, katılımcıların doğal ortamlarındaki davranış biçimlerini ve deneyimlerini ortaya çıkarma amacıyla veri toplarlar. Katılımcıların deneyimlerinden ayrı düşünilemeyen olgubilim, bir ya da daha fazla katılımcının deneyimlerinin ortak anlamını çıkartmayı amaçlar (Onat Kocabıyık, 2015: 55-58).

Bu çalışmada nitel araştırma türlerinden olgu bilim kapsamında yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu yöntem konunun anlaşılması, görüşme yapılan kişinin fikirlerinin yansıtılması ve çalışmanın belgesel sinemanın YouTube’da sunumunun anlaşılmasına vereceği katkıdan dolayı tercih edilmiştir.

Nitel araştırma yöntemiyle yürütülen bu çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme yöntemini kullanılmıştır. Görüşme yönteminin ana unsurları katılımcı ve araştırmacıdır.

Çalışma, Türk belgeselciliğinde önemli çalışmalara imza atan Aral’ın yayınlanan bu içeriklerin izlenilirliğinin ve izlenmeyi arttıran unsurların değerlendirilmesinin ortaya konması bakımından önem taşımaktadır.

YouTube’un ayrıntılı olarak ele alınması ve ele alınan platformun sürekli olarak güncellenmesi çalışmanın sınırlılığını oluşturmaktadır. Çalışmadaki diğer önemli bir sınırlılık ise ele alınan platformun dijital ve dinamik yapıya sahip olmasıdır. Platform, çalışma sürecinde sürekli olarak güncellenmektedir.

Çalışmanın evrenini Coşkun Aral ve onun YouTube’daki “Coşkun Aral Anlatıyor” kanalı üzerindeki içerikler oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini ise Coşkun Aral Anlatıyor isimli YouTube kanalı oluşturmaktadır.

## 7. Çalışma Kişisi

Araştırmanın da konusu olan Coşkun Aral 1980’lerden günümüze kadar olan süreçte belgesel sinema alanında öne çıkan isimlerdendir. Siirt’te doğan Coşkun Aral, Türkiye’nin ilk belgesel kanalı İZ TV’nin kurucusu aynı zamanda yayın yönetmenidir. Kanlı 1 Mayıs Olaylarında çektiği görüntüler üzerine Sipa Ajansı’nın Türkiye muhabirliğini yapan Aral, e 14 Ekim 1980 günü kaçırılan uçakta korsanlarla röportaj gerçekleştirerek Türk ve Dünya basınında adından çokça söz ettirmiştir. Aral’ın belgesel çalışmaları sırasıyla şu şekildedir: Haberci (1995), Afganistan (2002), Abidin Dino Portresi (2002), Liberya (2003), Global Vision ve Go East Go West (2003), Dünya Çocukları (2005), Türkiye Notları (2006), Pamir’den Van’a Özgürlüğün Nal Sesleri (2006), Anadolu Aslanı: Kangal 2006, Ben Bir Daçkalıyım (2013), Sınır Tanımayan Arılar (2016). Anadolu Aslanı: Kangal, (2006) belgeselinde, dünyanın farklı bölgelerindeki kangal köpeklerinin görevlerini, faydalarını ve yaşam alanlarını anlatılır. Bu belgesel, Kangal köpeğinin dünya çapında hak ettiği yeri almasında bir tanıtım görevi üstlenmiştir. Türkiye Notları (2006) belgeselindeyse, ülkemizdeki bilinmeyen hazinelerin, fark edemediğimiz güzelliklerin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Belgeselde de içinde yaşadığımız güzelliklerin farkında olup olunmadığı da izleyiciye sorgulatılmıştır. Pamir’den Van’a Özgürlüğün Nal Sesleri (2006) belgesel filminde ise Kırgızların göçle birlikte değişen yaşamı, Ulupamir Köyü’nde yeni evlenen gençlerin hayatlarının uğradığı değişim ve İstanbul’a göç edenlerin ise şehir hayatına adapte olmaya çalışmaları konu edinilir. Sınır Tanımayan Arılar (2016) belgeseli Türkiye-Ermenistan sınırında bulunan köylerin iki tarafında gerçekleştirilen arıcılık faaliyetini anlatmaktadır. Filmin özünde, sınırın iki tarafında bulunan insanların arılar gibi özgürce hareket ederek sınırlarını açması mesajı verilmektedir (Avlar, s. 284-286).



## 8. Coşkun Aral ile Kişisel Görüşme

Görüşmeden öne çıkan yanıtlar şu şekildedir:

### **Coşkun Aral Kimdir? Kısaca çalışma hayatınızdan bahsedebilir misiniz?**

*1 Mayıs 1956 yılında Siirt'te dünyaya geldim. Siirt Türkiye'nin az gelişmiş bir yöresi Mezopotamya'nın da tarihi derinliklere inen uygarlıkların izlerini yaşatan bir kent. Korkusuzluk ve yoksulluk içerisinde, varlıklı olmasına rağmen yoksulluğun ne olduğunu bilen bir ortamda doğdum. Koşulların değişmesi için beş yaşında İstanbul'a halamların yanına gönderiliyorum. Ailem daha iyi beslenmem için beni İstanbul'a gönderiyor. İstanbul'a geldiğimde öteki olmanın ne olduğunu fark ettiğimde tekrar Siirt'e dönüyorum. 1960'larda ilkokulu Siirt'te bitirince orta ikide tekrar İstanbul'a halamların yanına gidiyorum. Kafamda hep gazeteci ya da doktor olmak vardı ama eğitim sistemi beni gazeteciliğe götürdü. Lise sonundan itibaren gazeteci olarak çalışmaya başladım.*

**Yorum:** Zor bir çocukluk geçirdiğinin altını çizen Coşkun Aral'ın istediği mesleğe yönelmeyi başarabilmesi onun henüz gençlik yıllarında planlı bir şekilde çalıştığını ortaya koymaktadır. Aral'ın zor koşullarda bir çocukluk geçirmesi onu gazeteciliğe iten önemli bir unsur olarak görülebilir.

### **Serbest muhabirlik yıllarınızdan bahsedebilir misiniz?**

*Daha önce Siirt'te Mücadele Gazetesinde staj yaptığım için o mürekkep kokusuyla bir ilişkim vardı. 1974 yılında ilk başladığım gazete Gün ve Günaydın. Gece muhabirliği, sokak muhabirliği, foto muhabirliği ve magazin muhabirliği yaptım. Yani 24 saat çalışan belgeyi biriktiren ve araştıran, yaptığı haberin takibini sürdüren, dünyayı ve yaşamı sorgulayan bir insandım. Örneğin ailemde çok sol görüşlü insanlar vardı ama hepsi de farklı fraksiyonlardı. İlk yaptığım şey, onların savundukları görüşlerin egemen olduğu ülkelere gidip gerçekte onların idealini kurdukları yaşamın olup olmadığını öğrenmekti.*

*Mesleğe başladığım yıllarda güneydoğumuzda Saddam Hüseyin'in iktidara gelmesi, Suriye'nin konumlanması, İran'da 1979'da Humeyni'nin gelişi bu alanda fikirlerimi çok daha fazla derinleştirdi ve birdenbire 1977 kanlı 1 Mayıs'ında Sipa Press ajansı adına Türkiye muhabiri oldum. Böylelikle Paris üzerinden farklı ülkelere gittim. Sadece Müslümanlık değil, Hristiyanlık da benim ilgi alanlarımdandı. Özellikle Sovyetler Birliği gibi sol sistem içinde dinin ne kadar etkileyici olup ne karar üstü örtülse bile baskın çıkacağını gözlemledim. Bütün dünyada nerede savaş ve kargaşa varsa oradaydım. Ama öte yandan kâinatta bize bahşedilen bu gezegen ve doğanın insanın yanlış kullanımları yüzünden yarattığı facialar da etki alanlarıma girdi. Başladığım yıllardan bu yana hep bilginin peşinde koştum. Bilgiyi, belgeye dönüştürdüm. 1985 yılına kadar sadece fotoğraf makinesiyle yapmış olduğum çalışmayı aynı sene satın aldığım video kamerayla dolayısıyla video görüntüleri ile kalıcı hale getirdim. O zamanlar 32. Gün programına başlamıştım, şu anda YouTube kanalındaki görüntülerin büyük çoğunluğu da o zamanki arşivimden sağlanmakta. Arşivin ne kadar önemli olduğunu da bu dönemde keşfettim. Muhabiri olduğum Sipa Press Ajansı' da dünyanın en önemli arşivlerine sahipti ve bu ajansın ortaya çıkışında bu kadar önemli rol oynayan arşivin, ilerleyen zamanda bana ne imkanlar sağlayacağını o zamandan hissetmiştim. Bu sayede 2006 yılında Haberci programını yaptığımız arkadaşlarla beraber İZ TV'yi kurduk. Yine siyasetin yanlış hareketleri sonucu İZ TV'nin içi kayyum tarafından boşaltıldı ama yılmadık ve bu sefer Habitat TV'yi kurduk.*

**Yorum:** Coşkun Aral, mesleğe adım attığı ilk zamanlarda hedefi doğrultusunda ilerlemeye başladığını ifade etmektedir. Dinin sadece sağ yönelimli hükümetler tarafından sömürülmediğini, solcu bir anlayış

tarafından da sömürülebilmenin mümkün olduğunu kendi hayatında da deneyimleyen Aral'ın bu durumu kanıtlama arzusu gazeteciliğinde ve ilerleyen dönemlerde belgesel anlayışında da büyük bir pay sahibi olmuştur. Aral'ın bilgiyi belgeye çevirme arzusu da hedeflerine ulaşmasında etkin bir rol oynamıştır. Aral, gözlemlerini kayıt altına alarak somutlaştırmıştır. Arşiv oluşturmanın önemini erken fark eden Coşkun Aral böylelikle belgeselciliğe ilk adımını atmıştır. Coşkun Aral, kendisine ait bir belgesel kanalı olan İZ TV'yi ardından da Habitat TV'yi kurmuştur. İZ TV dönemin siyasal koşullarından dolayı kapatıldığını ifade eden Aral bu durumun ardından başka televizyon kanalı açmıştır. Aral'ın arşiv tutmaya verdiği önem belgesel sinemaya katkısında da en kilit rolü oynamaktadır.

### **1 Mayıs 1977'de yaşanan Kanlı 1 Mayıs olayı sizin için bir dönüm noktasıdır denilebilir mi?**

*O gün çekilen fotoğraflar sorgulamanın getirildiği bir olay sonucunda çekildi. Çünkü daha önce de 1 Mayıslar kutlanıyordu. Çalıştığım gazetelerde 1977'nin 1 Mayısına kadar 1 Mayıslar hep kutlandı. 1 Mayıs 1977'de çok kutuplaşan sol siyaset içerisinde çatışma olma olasılığını ben ve rahmetli Arkadaşım Savaş Ay ile yerinde araştırmıştık ve olayın çıkacağına emindik. O gün Savaş Ay ve ben mutlaka bir şeyler olacağını hissettik hatta olayın gecikmesine de şaşırmıştık çünkü hazırlıklar hep o yöndeydi.*

**Yorum:** Aral, Kanlı 1 Mayıs Olaylarındaki çektiği fotoğrafların tesadüfen gerçekleşmediğini ifade etmektedir. Olayların yaşanacağı ana kadar araştırmalarda bulunan Aral, kesinlikle bir kargaşanın yaşanacağını farkına varmıştır. Çektiği fotoğrafların Time ve Newsweek dergilerinde yer alması tesadüf sonucu değil planlı bir araştırmanın sonucudur.

### **Ara güler ile olan bağlantınızdan bahsedebilir misiniz?**

*Kendisine Siirt'ten itibaren bir hayranlığım vardı. İstanbul'a yerleşince de onun nerede yaşadığını hep merak ettim, ilk karşılaşmamızda dilim tutuldu ve bir şey söyleyemedim. 1 Mayıs 1977 yılının gecesinde ise kendisi beni arayarak çektiğim fotoğrafları istemişti. Ustamdı, kendisine saygı duyuyorum.*

**Yorum:** Ara Güler'e çocukluğundan itibaren bir hayranlık duyan Aral, yaptığı işler sayesinde onun çırağı olabilmıştır.

### **Türk Hava Yolları uçağında uçağı kaçırın hava korsanlarıyla gerçekleştirdiğimiz röportajdan bahsedebilir misiniz?**

*14 Ekim 1980 tarihinde yaptığım bu röportaj hayatımı değiştiren ikinci olaydır. Dünyada ilk olan bu röportajın hala benzeri de bulunmamakta. Korsanlarla yaptığım röportaj beni çok popüler hale getirmişti. Kaçırılan uçağın korsanlarının gülerken, ellerinde silahlarla rehin aldıkları adamın fotoğrafı gibi operasyonun bütün fotoğraflar mevcuttu. O fotoğraf serisi "Life" dergisinde yılın fotoğrafları arasında seçilmişti. Ajansa geldiğimde hayranı olduğum Ara Güler beni alınımdan öperek tebrik etmişti. Fotoğrafımın Life tarafından yılın fotoğrafı seçildiğini o esnada öğrenmiştim. Ayrıca Ara Güler bana "dergide Türk olarak fotoğrafı çıkan ikinci kişisin" demişti.*

**Yorum:** Münih-İstanbul-Ankara seferini yapan Diyarbakır uçağı Ankara'ya inmek üzere iken kendilerine "Akıncı" diyen 4 hava korsanı tarafından Diyarbakır'a kaçırılmıştır. Coşkun Aral'ın 14 Ekim 1980'de kaçırılan uçağın içerisinde hava korsanları ile gerçekleştirdiği röportajı Ara Güler ile usta-çırak ilişkisinin oluşturulmasına zemin hazırlamıştır. Bu olay aynı zamanda Aral'ın ulusal gündem de daha fazla yer almasını sağlamıştır.



## **Yeni medya ve YouTube hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?**

*Senin yaş grubunla (20-25 yaş aralığı) belgeselle hiç ilgisi olmayan yeni kuşağın zaman sorunu var. Belgesel izleyicisini içine çekebilecek bir zenginliğe sahip olsa bile yeni kuşağın zaman sorunu belgesel izlemelerinin önüne geçmekte. Özellikle akıllı telefonlarla beraber ilgiye erişim çok çabuklaşınca her şey çabuk tüketilmeye tercih edilmeye başlandı. Bir saatlik belgeseli cep telefonundan izlemek yerine onun daha yoğunlaştırılmış hali olan küçük kısa anlatımlara rahat anlaşılabilir ölçüde bugün daha çok tercih ediliyor.*

**Yorum:** Sosyal medya, bireylere çabuk tüketim anlayışını aşıl原因arak kişilere zaman tasarrufu imkânı sunar. Bu çabuk tüketim algısı belgesel izleyicilerinde de değişim yaratmıştır. Yeni kuşağın zaman sorunu olduğunu belirten Coşkun Aral, yeni neslin kısa ve öz içeriklerle bilgiyi elde etme isteğinin belgesel sinemayı sosyal medya üzerinden evrimleştirdiğini ifade eder

## **YouTube kanalınız belirli bir kesime mi hitap etmekte? Eğer öyleyse yeni izleyici kitlesi çekememenizin sebebi sizce nedir?**

*Öncelikle çok açık ifade etmeliyim ki bizim YouTube kanalımızın ekonomik getirisi fazla değil. Biz kanalımızdaki videolara çok özeniyoruz. Ben arşivimden de faydalanarak çok ciddi videolar yayınlatabilirim. Kendim kırmızı çizgilerimi “vicdan” ve “etik” anlayışından ötürü sınırladığım için o şekilde videolar yayınlamıyorum*

**Yorum:** Coşkun Aral’ın arşivinde sosyal medyada etkileşime yol açacak görüntüler bulunmaktadır. Sosyal medyaya uygun bir anlatımla gündeme oturabilir. Bu durumun ekonomik getirisi de olumlu anlamda yadsınamaz bir gerçektir. Coşkun Aral ve ekibi, bu yöntemi “ahlaki” açıdan uygun bulmadıkları için tercih etmemektedir.

## **Kanalınızın izlenme oranını benzer içerik üreten kanallara da kıyasladığınız da yeterli buluyor musunuz? Cevabınız olumsuz ise sizce bu durumun nedeni ve sizin çözüm önerileriniz nelerdir?**

*Hayır, yeterli bulmuyorum. Çözüm olarak ilk önce buna ilişkin bir altyapı kurmam gerekli. Biz çok ciddi bir ekonomik krize girdik ve YouTube’u Timur Akkurt boşta kalan zamanlarında yapıyor. Ekonomik olumsuzluğun yanı sıra çekim yapmakta ciddi bir maliyet gerektiren bir olay. Örneğin “Türkiye’nin Pazarları” serimizde üç sponsorumuz vardı ikisi çekildi ve biz ortada kaldık. Ulaşımınızı sağlayan araç elinizin altında olmadığı anda bitiyorsunuz. Biz gelirimizi arttırmayı düşünürken ülkede var olan ekonomik kriz bizi tamamen etkiledi.*

**Yorum:** “Coşkun Aral Anlatıyor” YouTube kanalı, Timur Akkurt’un boşta olduğu zamanlarda içerik ürettiği bir kanaldır. Bu durumda YouTube platformu için gerekli altyapı sağlanmamaktadır ki Aral bu durumu ifade etmektedir. Ekonomik olarak iyi durumda olmayan kanalın Türkiye’nin Pazarları serisinde sponsorların desteği çekmesiyle seri durma noktasına gelmiştir. Belgesel hazırlamak belgeselin yapısı gereği maliyetli bir olaydır. YouTube’da yayın yapmak ve yapılan yayını daha çok izleyiciyle buluşturmak da ayrı bir çaba ve ekonomik güç istemektedir. Kanal bu çabayı henüz vermemektedir. Bu yüzden kanalda Coşkun Aral’ın anlarıyla desteklediği içerikler daha ön plandadır.

## **9. Genel Değerlendirme**

Çocukluk döneminde maddi zorluklar yaşamasına rağmen hedeflerinden yılmayan Aral, gazeteciliğe başladığı ilk yıllarından itibaren “insanı” ve “insanın yanlış kullanımını” gözler önüne sermeyi hedeflemiştir. Meslek hayatı boyunca ahlaki çizgilerine uyan Aral, bu tutumunu YouTube platformunda da devam ettirmektedir. “Coşkun Aral Anlatıyor” kanalı, kendi çizgilerini oluşturmuş ve bu çizgiler



doğrultusunda ilerleyen bir kanaldır. Kanal ekonomik sıkıntılar çekse dahil kendi çizgilerinin dışına çıkmayı reddeder Yeni bir kitle kazanmak için kendi çizgisinden ödün vermeyen Coşkun Aral ve ekibi kendi kitlesini ön planda tutarak içeriklerini üretmektedir. Aral, genel kaniya göre hareket etmemektedir. Kanal üzerinde tarihi olaylara ilişkin belgesellerin varlığı dikkat çekmektedir. Aral'ın bu belgesellerinde yıllarca yapmış olduğu savaş muhabirliği ve savaş fotoğrafçılığının etkileri görülmektedir. Aral'ın YouTube kanalında anı videolarına da rastlanmaktadır. YouTube'u yeni kuşağın daha fazla kullandığını ifade eden Aral, yeni kuşağın yani gençlerin zamanı daha fazla tükettiğini söyler. Aral'a göre YouTube daha çok genç kesime yöneliktir. YouTube'u genç kitlenin daha fazla kullanması ve platformun yeni medya aracı olması, YouTube'u geleneksel medya araçlarından farklı kılmaktadır. Bu farklılığın en başında zamanın hızlı tüketimi YouTube üzerindeki içeriklerini geçmişten itibaren kendisini takip edenlerinde izlediğini bilen Aral, buna rağmen içeriklerini biraz daha kısa tutmaya başlamıştır. Aral'ın yeniliğe açık tavrı sayesinde ürettiği yeni belgeselleri de bu değişimden pay sahibi olmuştur. YouTube, belgesel sinemayı özellikle süre açısından etkilemiştir ve bu etkileşime Aral'ın da kendi çizgisi doğrultusunda uyum sağlamaya çalıştığı görülmektedir. Aral, belgesellerini YouTube kullanıcılarının özelliklerini göz önünde alarak yayınlamaktadır. Aral, yayınladığı içerikleri YouTube kullanıcıların isteklerine göre değil, özelliklerine göre düzenleyip servis etmektedir. Bu ayırım, Coşkun Aral ile yapılan görüşmede öne çıkan önemli bir noktadır.

## SONUÇ

Her gelişiminde yeni olguları beraberinde getiren teknoloji yaygın kitle iletişim araçları olan gazete, dergi, radyo, televizyon ve sinemayı geleneksele indirger. Teknolojiyle paralel gelişen medya araçları ise yeni medya araçları olarak tanımlanmaktadır. Gelişen internet teknolojisinin sunduğu web 2.0 teknolojisi de sosyal medyanın temelini oluşturmaktadır.

Sosyal medya, hızlı kullanımı ve geri dönüş olanağı sağlaması sayesinde bilgiye ulaşma anlayışını değiştirir. Sosyal medya ile kısa ve öz içerikliler günden güne daha fazla tercih edilmektedir. YouTube ise sosyal medyanın video deposu olarak görülmektedir. Platforma yüklenen içeriklerin izlenmelerini arttırmak için çeşitli yöntemler bulunmaktadır. Bu yöntemler arasında öne çıkan etmenler özgün içerik üretmektir. Sponsor desteği sağlanması da önemli bir diğer etkindir.

Belgesel sinema sinemanın doğuşuyla birlikte ortaya çıkmıştır. Belge niteliği taşıyan yapımları ifade eder. İlk sinema yapımları da belge niteliği taşıdığı için belgesel olarak kabul görmektedir. Belgesel yapımcıları anlatmak istediği gerçeği estetiği göz önünde bulundurarak işlerler. En genel anlamıyla belgesel, insan duygularının ağırlıkta olmadığı ve eğlenceden uzak bir türdür. Belgesel, film literatüründe haber filmlerinden özel televizyon yapımlarına kadar uygulanan bir kavramdır. Belgesel sözcüğü kullanım açısından çok istismar edilen bir sözcüktür. Belgesel kavramı bireysel çalışan film tarihçilerinin, yönetmenlerin ve eleştirmenlerin çabasıyla ortaya çıkar (Can, 2020: 22).

Gazeteci ve savaş muhabiri olan Coşkun Aral, Türkiye'deki belgesel sinema alanında önemli isimlerin başında gelmektedir. Birçok tarihi olaya tanıklık eden ve bu olayları Türk halkıyla buluşturan Aral Türk televizyon tarihinde de önemli bir yere sahiptir. Belgesel kavramının ülkemizde temelini atıldığı dönemlerde Haberci programını sunan Aral, bu programla 1995'ten itibaren hafızalarda yer edinmeyi başarmıştır. Coşkun Aral belgesel sektörüne girmeden önce de çektiği fotoğraflar ve yaptığı röportajlar ile dünya üzerinde ses getirmeyi başarmıştır. Aral, "Haberci" programından sonra da belgesel yapımlarına ağırlık vermiştir.



Türk belgeselinin önemli simalarından olan Coşkun Aral'ın yaklaşık 45 yıllık belgeselcilik deneyimi bulunmaktadır. Birçok önemli projeye imza atan Aral aynı zamanda Türkiye'de renkli televizyonların ve özel kanalların hayatımızda yer almaya başladığı dönemdeki ilk belgesel yapımcılarından birisidir. Türk televizyonlarında belgesel alanında ilk olması sebebiyle geçmişten bu yana kendi kitlesini oluşturan Aral, belgesel projelerini uzun yıllar televizyon için üretmiştir. 1980'li yıllarda savaş muhabirliği ile medya sektörüne adım atan Coşkun Aral, 2018 yılında YouTube platformuna giriş yapmıştır. Aral, YouTube üzerinden daha çok genç yaştaki kitleye ulaşma amacındadır. Bu durumun en önemli nedeni YouTube'u yaşça daha küçük bir kitlenin kullanmasıdır. Yeni kuşağa belgesel yapımları sunmak ise yeni durumları beraberinde getirmektedir. Bu durumların en başında uzun süreli içeriklerin tercih edilmemesi yer almaktadır. Coşkun Aral da bu duruma uyum sağlamaya çalışarak belgesel içeriklerini daha kısa sürede tutmaya çalışmaktadır.

Gelişen teknoloji zamanı kullanım anlayışını değiştirmiştir. YouTube ise daha genç kesime hitap etmektedir ve bu kesim zamanı hızlı tüketen bir anlayışa sahiptir. Böylelikle belgesellerin YouTube üzerinde daha fazla izleyiciye ulaşması için genç kesime daha fazla hitap etmesi, sosyal medya ve popüler kültürü takip ederek gündeme ilişkin konular işleme gerektirdiği araştırmada öne çıkan sonuçlardandır. "Coşkun Aral Anlatıyor" kanalı ise kendi çizgisinden taviz vermemektedir. İçeriklerini "çarpıtmadan" sunmaya özen gösteren kanal, daha çok izleyiciye ulaşarak ekonomik anlamda kalkınmanın bilincinde olmasına rağmen kendi kitlesine kendi sınırlarını çiğnemediği içerik üretmektedir. "Coşkun Aral Anlatıyor" kanalı, yaygın olan popüler kültür anlayışını kullanmadan kitlesinin büyümesinin zor olduğunu farkında kendi kurallarını aşmadan yayınlar yapmaya devam etmektedir.

Yeni medyanın yeni özellikleri de beraberinde getirmiştir. Bu özelliklerin başında karşılıklı etkileşim gelmektedir. YouTube'u genç kitlenin daha fazla kullanması ve platformun da yeni medya aracı olması, YouTube'u geleneksel medya araçlarından farklı kılmaktadır. Bu farklılığın en başında zamanın hızlı tüketimi gelmektedir. YouTube, belgesel sinemayı özellikle süre açısından etkilemiştir. Zamanın yeni tüketim anlayışı Aral'ın yeni belgesellerinde de değişime neden olmuştur. Coşkun Aral Anlatıyor kanalındaki içerikler YouTube'daki çoğunluğun isteklerine göre değil, kanalı takip eden kesimin özelliklerine göre yayınlanmaktadır.

## Kaynakça

- Akman Dömbekci, H., Erişen, M. A. (2022). Nitel Araştırmalarda Görüşme Tekniği, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 22 (2): 141-160.
- Altın, Ş. (2019). *Sosyal medya ve şöhret kültürü: YouTube Örneği*. İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul
- Altunay, U. M. C. (2010). Gündelik Yaşam ve Sosyal Paylaşım Ağları: Twitter ya da "Pıt Pıt Net". *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (12), 31-56.
- Atatunç, F. (2019). *Video İçerik Üretimi ve Üreticileri: Youtube Türkiye'de Popüler Olan Youtuber İçeriklerinin Analizi* Doğu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Avlar, A. (2022). Belgesel Film Çalışmaları: Ertuğrul Karşlıoğlu, Coşkun Aral ve Hakan Aytekin Üzerine Bir Vaka Çalışması. İçinde, *A'dan Z'ye İletişim Çalışmaları-8* (ss. 277-293), Ankara: İksad Yayınevi.
- Aytekin, C. (2020). *Kısa Film (5. Baskı)*. Konya: Atlas Akademi Yayınevi.
- Aziz, A. (2008) *İletişime Giriş*, İstanbul: Aksu Kitapevi.



- Babacan, H. (2021). *Türkiye'de Yapay Zekâ Destekli Gazetecilik: Robot Gazeteciliğine Yönelik Yaklaşımlar*. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Antalya.
- Belet, T. (2018). *Türkiye'de Belgesel Sinema ve Türk Belgeselciliğinde Ertuğrul Karşlıoğlu Belgesellerinin Yeri ve Önemi*. Yaşar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Bulunmaz, B. (2014). Yeni Medya Eski Medyaya Karşı: Savaşı Kim Kazandı Ya Da Kim Kazanacak? *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 4 (1), 22-29.
- Can, G. (2019). Yeni Medya ile Geleneksel Medya Çerçevesinde Sayfa Tasarımın (Mizanpajın) Dönüşümü: Hürriyet Gazetesi Örneği. *Yeni Medya*, 2019 (6), 20-31.
- Cerici, S. (1997). *Belgesel Film*. İstanbul: Şule Yayınları.
- Çelik, Y. G. (2018). *Youtube Sosyal Paylaşım Ağının Popüler Müzik Üzerine Etkisi: 2010 Yılı Sonrası Dönemde Türkiye Örnekleri İncelemesi*. İstanbul Kültür Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Çelikcan, P. (2020). Türkiye'de Belgesel Sinemanın Kısa Bir Tarihçesi. *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, 18 (36), 529-542.
- Demirci, D. (2019). *Sosyal Medyanın Tüketici Davranışlarına Etkileri; Youtube Fenomeni Danla Biliç Takipçileri Üzerine Bir Araştırma*. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Duran, K. N., Yeniciler, İ. (2019). Gelenekselden Yeni Medyaya Geçiş Sürecinde İçerik Üretimi Sürecinin Dönüşümü: Cüneyt Özdemir Youtube Kanalı. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 3 (3), 200-212.
- Durmuş, K. S. (2020). Sosyal Medya Kaynaklı Olayların Geleneksel Haber Mecralarında Kullanımı. *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (11), 218-236.
- Ergün Özdel, Z. M. (2019). *Türkiye'de En Çok İzlenen, Youtube Video Kanallarında Çocuklara Yönelik Olumsuz İçerikler Açısından Analizi*. Ankara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Gazali Demirtaş, Z. (2019). *Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Kanaat / Kamuoyu Önderleri Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Ankara*.
- Gider, N. (2007). Yapısal Özellikleri Açısından Belgesel Sinema. *Marmara İletişim Dergisi*, 12 (12), 134-140.
- <https://www.mtvfilm.com/tr/yazi-sa/suha-arinla-bir-roportaj> (21 Haziran 2023 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- <https://www.mtvfilm.com/tr/yazi-sa/suha-arinla-bir-roportaj/> (21 Haziran 2023 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- <https://www.statista.com/> (21 Haziran 2023 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- <https://www.youtube.com/> (21 Haziran 2023 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Karaca Özcan, Ö. (2022). *Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Geçiş Sürecinde Eğlence Algısının Dönüşümü: Güldürü Örnekleri Üzerine Kuşaklar Arası Bir Karşılaştırma*. Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Karabük.
- Kırık, A. M. (2013). Televizyonun Gelişim Çağı Çocukları Üzerindeki Olumsuz Etkileri ve Ebeveynlerin Kontrol Sorunu. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 2 (4), 189-198.
- Kurt, G. (2022). Youtube Gazeteciliği Ekseninde Dönüşen Geleneksel Gazetecilik: Gerçektivi Örneği. *İletişim Bilimi Araştırmaları Dergisi*, 2 (3), 184-201.





- Musser, C. (2021). Tarih yazım Problemleri Kuzeyli Nanook Öncesinde Belgesel Geleneği. Brian Winston (Çev.), İçinde, *Belgesel Sinema Kitabı* (ss. 243-260), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Onat Kocabıyık, O. (2016). Olgubilim ve Gömülü Kuram: Bazı Özellikler Açısından Karşılaştırma. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6 (1), 55-66.
- Oyman, N. (2016). Sosyal Medya Dindarlığı. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*. 1 (28), 125-167.
- Özgün Kehya, R. (2018). *İtalya ve Türkiye'ye Göç Etmiş İnsanlarla İlgili Youtube Video Yorumlarında Nefret Söylemi: Karşılaştırmalı Bir Analiz*. Ankara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Özpinar, B. (2016). *Geleneksel Medyanın Gündem Belirlemede Sosyal Medyanın Etkisi: Soma Örneği*. Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Polat, H. (2018). Geleneksel Medyada Temsil Sorunu: Alternatif Bir Mecra Olarak Yeni Medya. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 38 (38), 45-60.
- Sarı, G. (2018). Sosyal Medyanın Yeni Starları: Youtuberlarla Değişen Popülerlik. İçinde, *Yeni Medyaya Yeni Yaklaşımlar* (ss. 277-297), Konya: LiteraTürk Academia.
- Smith, N., Rock J. (2014). Documentary as a Statement: Defining Old Genre in a New Age. *Journal of Media Practice* 15 (1), 58-62.
- Sözen, M. (2010). Belgesel Filmin Tasarım Boyutu ve Türk Belgesel Sinemasından Örnek Uygulamalar. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 6 (11), 241-266.
- Susam, A. (2021). *Toplumsal Bellek ve Belgesel Sinema* (2. Baskı). İstanbul
- Topçu, A. (2020). *Yeni Medyanın Marka Kültürü Üzerindeki Rolü*. Gümüşhane Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Gümüşhane.
- Wasko, J. ve Erikson, M. (2020). YouTube'un Ekonomi Politikası. Erdem Yedekci (Çev.), İçinde, *Yeni Medya Kuramları 2* (ss. 129-144), İstanbul: DER Yayınları.
- Yüksel, H. (2022). Yeni Medya Alanında Siyasal İletişim Faktörü "Twitter Platformu". *TroyAcademy*, 7 (1), 67-96.



## II. Meşrutiyet Dönemi Süreli Yayınlarında Pedagoji: Terbiye Mecmuası, Yeni Fikir, Muallim, Anadolu Terbiye Mecmuası Örnekleri

### Pedagogy in Second Constitutional Periods Magazines: Terbiye Mecmuası, Yeni Fikir, Muallim, Anadolu Terbiye Mecmuası Examples

Ebru Davulcu<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi, Kayseri, Türkiye.  
eakbaba@erciyes.edu.tr  
ORCID: 0000-0002-7971-1184

Mustafa Temel<sup>b</sup>

<sup>b</sup> Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi, Kayseri, Türkiye.  
mustafatemel@erciyes.edu.tr  
ORCID: 0000-0003-0828-0660

#### MAKALE BİLGİSİ

*Makale Geçmişi:*

Başvuru tarihi: 31.10.2024

Düzeltilme tarihi: 05.11.2024

Kabul tarihi: 14.11.2024

Anahtar Kelimeler:

*Pedagoji,*

*Terbiye,*

*Yeni Fikir,*

*Muallim,*

*Anadolu Terbiye Mecmuası.*

#### ÖZ

Osmanlı Devleti'nde II. Meşrutiyet döneminde hız kazanan eğitimde modernleşme hareketleri, yeni nesil yetiştirme çalışmaları bakımından önemlidir. İçinde bulunulan siyasi ve toplumsal şartlar vatan ve milletin atisi için eğitimde yenileşmeye gitmeyi gerektirmiştir. Bu nedenle eğitimde millileşmeye doğru bir yönelim baş göstermiştir. Ayrıca bu dönemde, eğitimin bir bilim alanı olduğu daha etkin bir biçimde fark edilmiş, eğitim bir mesele olarak entelektüel bakış açısı ile yeniden ele alınmış, pedagojik yayınlar neşredilmiştir. Yayınlar içerisinde kitaplara nispeten, süreci topluma anlatan ve yaygınlaştıran gazete ve dergiler azdır. Basının kamuoyu oluşturmadaki rolü göz önünde bulundurulursa, bu dönemde eğitim meseleleri ile ilgili yayın yapan sayıca az gazete ve dergiler üzerinde inceleme yapmak önemlidir. Bu çalışmada, Terbiye, Yeni Fikir, Muallim, Anadolu Terbiye Mecmuası üzerine inceleme yapılmıştır. Bu dergiler eğitim ve öğretim politikaları ile ilgili yayınladıkları makalelerin yanı sıra dönemin önde gelen aydın ve mektep adamlarından oluşan yazar kadroları ile de dikkat çekmektedirler. Niteliksel yöntem kullanılarak yapılan ve betimsel, yazılı bir tarih araştırması olan çalışmada, literatür taranarak Osmanlı Devletindeki eğitim modernleşmesi hakkında bilgi verilmiştir. Ardından dergilerin kimliği; idari, teknik, yapısal özellikleri aktarılmıştır. Son olarak dergilerdeki pedagojik içerikler "Eğitim ve Öğretim Faaliyetleri Üzerine Tartışmalar", "Eğitim ve Öğretimde Kullanılan Modern Yöntem ve Teknikler", "Eğitim ve Öğretimin Sosyal Boyutu: Mekteplerde Kişilerarası İlişkiler", "Avrupa ve Amerika'daki Eğitim Öğretim Uygulamaları" şeklinde dört başlık altında tasnif edilmiş ve değerlendirilmiştir. Dergilerde eğitimde inkılapların, derslerin ve ders planlarının güncellenmesinin, mekteplerde insani bir boyutta kişilerarası ilişkiler geliştirmenin gerekliliği üzerine durulmuştur. Ayrıca Avrupa ve Amerika'daki eğitim faaliyetleri hakkında bilgi verilmiş, Osmanlı Devletindeki çalışmalarla mukayeseye zemin hazırlanmıştır.

#### ARTICLE INFO

*Article history:*

*Received: 31.10.2024*

*Received in revised form: 05.11.2024*

*Accepted: 14.11.2024*

*Keywords:*

*Pedagogy,*

*Terbiye,*

*Yeni Fikir,*

*Muallim,*

*Anadolu Terbiye Mecmuası.*

#### ABSTRACT

The modernization movements in education, which gained momentum during the Second Constitutional period in the Ottoman Empire, are important in terms of efforts to raise the new generation. During this period, it was more realized that education was a field of science, and pedagogical publications were published. Considering the role of the press in shaping public opinion, it is important to examine newspapers and magazines that published on educational issues during this period. In this study, an examination was made on Terbiye, Yeni Fikir, Muallim, Anadolu Terbiye Mecmuası. In the study, which was a descriptive, written historical research conducted using the qualitative method, information was given about the modernization of education in the Ottoman Empire by scanning the literature. Then the identity of the journals; Administrative, technical and structural features are explained. Finally, the pedagogical contents in the journals are under four headings: "Discussions on Education and Training Activities", "Modern Methods and Techniques Used in Education and Training", "Social Dimension of Education and Training: Interpersonal Relations in Schools", "Education and Teaching Practices in Europe and America". The magazines focused on the necessity of reforms in education, updating courses and lesson plans, and developing interpersonal relationships on a human dimension in schools. In addition, information was given about the educational activities in Europe and America, and a basis was prepared for comparison with the studies in the Ottoman Empire.

\* DOI: 10.46442/intjcss.1576660

\*\* Sorumlu yazar: Ebru Davulcu, eakbaba@aybu.edu.tr

## Atf Bilgisi / Reference Information

Davulcu, E. ve Temel, M. (2024). II. Meşrutiyet Dönemi Süreli Yayınlarında Pedagoji: Terbiye Mecmuası, Yeni Fikir, Muallim, Anadolu Terbiye Mecmuası Örnekleri. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 10(2), s.100-122.

### 1. Giriş

Osmanlı Devleti'nin modernleşme dönemi askeri, siyasi ve de toplumsal alanda pek çok yeniliğin inşa edilmeye çalışıldığı bir süreci içermektedir. Modernleştirme ihtiyacı hissedilen alanlardan birisi de eğitim olmuştur. Özellikle de çocuk/genç eğitim öğretimi Tanzimat Dönemi'nden başlayarak, II. Abdülhamit ve II. Meşrutiyet Dönemlerinde pek çok değişim geçirmiştir.

Osmanlı Devleti'nde eğitim politikalarında ulusalcı/batıcı/İslamcı akımların etkisi olmuş, bu durum II. Meşrutiyet Döneminin ortalarında hızlanmıştır (Berkes, 2012, 456). II. Meşrutiyet Dönemi içinde bulunan siyasi şartlar sonucu eğitimde millileşmeye yönelim gösterilen bir dönem olmuştur. Bu dönemde harflerin değiştirilmesi düşünülmüş, milli bir eğitim-öğretim modeli oluşturulmaya, azınlık okullarının Türkleştirilmesine ve kızların eğitimi için kurumların açılmasına ve eğitimde Türkçe'ye verilen önemin artırılmasına çalışılmıştır (Ergin, 1977, 1291-1292). Bunlarla beraber eğitim alanındaki yenileşmelerle ilgili engellerle de karşılaşmıştır. Bu engeller arasında devlet ve bürokrasi içerisindeki bazı kesimlerin tepkisi, yaşanan savaşlar/iç karışıklıklar, toprak kayıpları, ekonomik zorluklar bulunmaktadır. Bu sorunlar eğitim alanında güdülen politikaların yarım kalmasına, revize edilememesine neden olmuştur. Eğitim öğretim faaliyetlerini sürdüren kesimin, muallimlerin çağın ihtiyacını karşılamadaki eksiklikleri, Avrupa'dan hızlı bir şekilde ithal edilen eğitim programlarının memlekete hızla uyarlanmaya çalışılması, da bir sorun olarak belirlemiştir. Bu nedenlerle devletin müstakil, kendi eksikliklerine ve ihtiyaçlarına yönelik eğitim sistemi kurulamamıştır (Arslan-Orhon, 2020, 274). Bu problemlerle birlikte gerçekleştirilen girişimlerin nihai etkisi/sonucu, eğitimin bir bilim alanı olduğunun etkili bir şekilde fark edilmesine katkı sağlamasıdır. Bu etki, beraberinde eğitim meselesinin entelektüel bir yönelimle yeniden ele alınmasına katkı sağlamış, pedagoji biliminin de Osmanlı Devletinde ön plana çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bu durumun en önemli göstergelerinden birisi, yayımlanmaya başlayan pedagoji içerikli yayınlardır. Yayınlarda Batıdaki pedagoğların bakış açısı ile eğitimin dünyevileştirilmesi, eğitimin toplumsal kalkınma için önemi, eğitimde fırsat eşitliği, eğitimin yaygınlaştırılması, eğitimin ve öğretim metotlarının çocukların zihinsel gelişim ve becerilerine uygunluğu, muallimlerin eğitim öğretim için önemi, reform sürecinde muallimlerin rolleri, eğitim ve öğretim yöntemleri vb. konular yazılmaya ve bu konular hakkındaki eserler tercüme edilmeye başlanmıştır.

Bu bağlamda, eğitim ve öğretimi bir mesele olarak tarih ve eğitim disiplini çerçevesinde ele alan, literatüre katkı sağlayan pek çok çalışmanın varlığı ifade edilebilir. Fakat modernleşmenin en önemli taşıyıcı araçlarından biri olan iletişim araçları üzerinden yapılan yayınların azlığı dikkat çekmektedir. İletişim araçlarının yeni eğitim politikalarının duyurulmasında, yaygınlaştırılmasındaki ve kamuoyu oluşturmadaki potansiyel katkısı göz önüne alınırsa bu önemli bir eksikliklerdir.

Bu eksikliğin doğurduğu gereklilikten hareketle çalışmada, II. Meşrutiyet Döneminde eğitim öğretim faaliyetleri ile ilgili yayın yapan az sayıdaki dergiler içerisinde dördüne değinilecektir: Terbiye, Yeni Fikir, Muallim, Anadolu Terbiye Mecmuası. Bu çalışma dönemin önde gelen aydın ve mektep adamlarından oluşan yazar kadrosunun yer aldığı ve eğitim öğretim faaliyetlerine, pedagojik gelişmelere odaklanan nadir dergileri incelemesi bakımından önem taşımaktadır. Ayrıca Osmanlıca yayımlanan bu dergilerdeki yazıların transkript edilerek güncel literatüre kazandırılması bakımından da çalışma özgün bir değer taşımaktadır.



Bu amaç ve önem doğrultusunda, eğitimdeki modernleşme hareketlerinin tarihsel sürecine değindikten sonra, dönemin önde gelen eğitimcilerinin çıkarmış olduğu Terbiye Mecmuası, Yeni Fikir, Muallim ve Anadolu Terbiye Mecmuası'nın isimli süreli yayınlar hakkında genel bilgiler –yayıncılar, ilk ve son neşir tarihleri idarehane, basımhane, periyot, abonelik, ücret, yazar kadrosu, basım tekniği, yayınlanan reklamlar, çıkış amacı, yayın politikası bilgileri– verilmiştir.

Söz konusu dergiler, Hakkı Tark Us Kütüphanesi'nin dijital veri tabanından temin edilmiş ve dergilerin veri tabanında yer alan tüm sayıları incelenmiştir. İncelenen dergilerde eğitim ile ilgili/ilişkilendirilebilecek tüm içerikler ön okuma neticesinde ayrı ayrı kategorize edilmiştir. Ardından da pedagojik içeriklerin tamamı transkript edilmiş ve dört başlık altında tasnif edilerek değerlendirilmiştir. Bu başlıklar “Eğitim ve Öğretim Faaliyetleri Üzerine Tartışmalar”, “Eğitim ve Öğretimde Kullanılan Modern Yöntem ve Teknikler”, “Mekteplerde Kişilerarası İlişkiler”, “Avrupa ve Amerika'daki Eğitim Öğretim Uygulamaları"dır. Niteliksel yöntem kullanılarak hazırlanan çalışma, betimsel desene sahip yazılı bir tarih araştırmadır.

## 2. II. Meşrutiyet Dönemi'nde Pedagojiye Yönelik Neşredilmiş Süreli Yayınlar

Pedagojiye yönelik dergilerin II. Meşrutiyet döneminde arttığı görülmektedir. Bu dönemin önde gelen eğitimcilerinden olan Satı Bey'in çıkardığı Tedrisât-ı İbtidâiyye ve Terbiye Mecmuası, Ethem Nejat ve Ferit Beyler tarafından çıkarılmış olan Yeni Fikir, Hüseyin Ragıp Bey'in yayımladığı Muallim ve Anadolu Terbiye Mecmuası adlı dergiler dönemin öne çıkan süreli eğitim yayınlarıdır.

### 2.1. Yeni Fikir Dergisi

15 Kanun-i Evvel 1327-Mayıs 1330 tarihlerinde 22 sayı yayınlanmış Türkçü bir dergidir. Manastır Darülmuallimin Müdürlüğünü yapan Ethem Nejat Bey ve okulun muallimi A. Ferid Bey ile birlikte dergiyi çıkarmışlardır. 21. sayıda dış kapakta yer alan “Her umûr için müdür Tüfekçioğlu Ahmet Akif beye müracaat edilmelidir.” ibaresinden müdür hakkında da bilgi edinilebilmiştir.

Derginin idarehanesi Manastır Darülmuallimi dahilinde daire-i mahsusa, dersaadet tevzi' yeri ise Bâb-ı Âli caddesinde Meziyyet-i İktisadiye Kütüphanesi'dir. 8. sayıda dış kapakta verilen bilgide derginin merciinin Bab-ı Âli caddesinde 49 numaralı Meziyyet-i İktisadiye Kütüphanesi olduğu; 11. sayıda ise idarehanenin adres bilgisinin, Bab-ı Âli caddesinde 49 numaralı Çiftçi Kütüphanesi olduğu bildirilmiştir. 21. sayıda dış kapağa telefon numarası da eklenmiştir: İstanbul, 49.

Derginin ilk sayısında Beynelmîlel Ticaret matbaasında basıldığı belirtilmiştir. 5. sayıda derginin basım yeri Manastır'da Neyyir-i Hakikat Matbaası, 10. sayıda Şems matbaası, 14. sayıda Yeni Turan Matbaası olarak değiştirilmiştir. Derginin 21. sayısı ise yeniden Şems matbaasına bastırılmıştır.

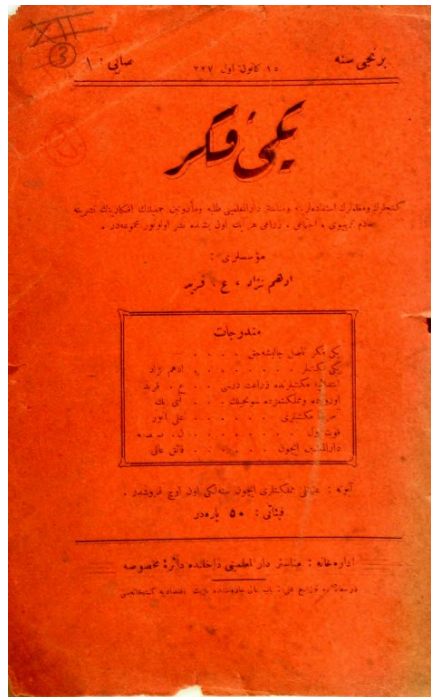
Derginin abonelik bedeli Osmanlı memleketleri için seneliği 13 kuruştur. Fiyatı ise 50 paradır. Derginin ilk sayısında “Abonelerimizin büyük istifadeleri” başlığı altında hazırlanan yazıda, 1. sayıdan itibaren üç ay zarfında abonelik yaptıranların istifade edebilecekleri imkânlardan söz edilmiştir (Yeni Fikir, 15 Kanun-i Evvel 1327). 3. sayıda ise istifadeler için verilen sürenin altı aya çıkarıldığı bildirilmiştir. Buna sebep olarak okuyucu istekleri gösterilmiş, bu istekleri yansıtan bir okuyucunun mektubu da yayınlanmıştır (Yeni Fikir, 15 Şubat 1327). Derginin 8. sayısında ise, Manastır'ın işgal edilmesi nedeniyle eski sayıların harap olduğu, bir kısmının Bulgar'a aşırıldığı ve yeni abonelere bundan sonraki sayıların gönderilebileceği bildirilmiştir. Abone defterinin kurtarılabilmesi için de İstanbul ve Anadolu'daki abonelere düzenli olarak dergilerin gönderilebileceği açıklanmıştır. Posta hizmetleri düzelince Rumeli'ye de dergilerin ulaştırılabileceği ifade edilmiştir (Yeni Fikir, Şubat 1328, 225-227).

Dergi çıkış amacını ilk sayısında yayınlanan “Yeni Fikir nasıl ve ne için çalışacak” başlığı ile yayınladığı yazıda ifade etmiştir. Yazıda memlekette çocuk ve gençlerin iyi terbiye edilmedikleri, bu nedenle çocuk ve gençlerin serbest ve akil bir tarikle çalışmadıkları, özel teşebbüslerde bulunma cesareti gösteremedikleri, içinde yaşadıkları topluma hizmet edemedikleri açıklanmıştır. Osmanlı Devleti'nde ziraatın önemli bir iş

kolu olduğunun belirtildiği yazıda, çiftçi çocuklarının şehirlerde memurluk yapmak istedikleri ve bundan duyulan üzüntü dile getirilmiştir. Bu problemin aşılması için çocuklara küçükken serbest meslekleri ve ziraatı sevdirmenin öneminden bahsedilir; Belçika, Amerika, Macaristan ve Avusturya, Fransa, Almanya'daki ziraat eğitimi örnek gösterilir. Ardından da dergide hür fikirli, müteşebbis, ziraata ilgili gençler yetiştirmek için muallimlere bilgi verileceği; dünyadaki terbiye usullerinin yazılacağı; bunların yanı sıra mecmuayı validelerin de okuyacağından hareketle beden ve fikir terbiyesi, toplum sağlığının ıslahı ile ilgili açıklamaların yapılacağı kaydedilmiştir. Alanında uzman muharrir ve mütefekkirlerden fikir sorulacağı, ders örneklerinin gösterileceği, müsabakalar düzenleneceği de dile getirilmiştir (Yeni Fikir, 15 Kanun-i Evvel 1327, 1-3).

Dergi 15 günde bir yayınlanmaktadır. Derginin dış kapağında “Gençlerin ve muallimlerin istifadelerine ve Manastır Darülmualimini Talebe ve Mezunin Cemiyetinin efkârının neşrine hadim terbiyevî, içtimai, zirai her ayın on beşinde neşr olunur mecmuadır”, iç kapağında ise serlevhada “Her ayın on beşinde neşr olunur terbiyevî, zirai mecmuadır” ibareleri bulunmaktadır. Derginin çıkış amacı ve yayın politikasına dair de ipuçları veren bu ifadeler derginin ilerleyen sayılarında değişikliğe uğramıştır. 2. sayının iç kapağında serlevhada yer alan ifade “Her ayın on beşinde neşr olunur terbiyevî, içtimaî, zirai mecmuadır” şeklinde değiştirilirken, 7. sayıda dış kapaktaki açıklama kaldırılmıştır. 7. sayısından sonra yayınına bir süre ara veren derginin 8. sayısı Şubat 1328 tarihinde yayınlanmıştır. Dergide yayına verilen bu aranın sebebi Balkan Savaşlarıdır. 8. Sayıda yayınlanan “Yeni Fikir’in sözleri” başlıklı yazıda, derginin Üsküp, Selanik’in ardından Manastır’ın da savaşta kaybedilmesiyle birlikte yayınlanamadığından, Yeni Fikir’in ise bundan sonra daha yavuz bağıracağından, harp etmenin funun ile ilgili tarafından söz edeceği bildirilmiştir. 8. sayıdan sonra İstanbul’da yayınlanacağı belirtilen derginin bağımsızlık için yayın yapacağı, Türklük ile ilgili makalelerin artırılacağı dile getirilmiştir (Yeni Fikir, Şubat 1328, 225-227).

8. sayının dış kapağında yer alan “Milli terbiyeye ve Türklüğe çalışır aylık mecmua” ve iç kapağında yer alan “Hayyat-ı istiklali terbiyesine ve Türklüğe çalışır aylık mecmuadır” ifadeleri Türkçülük akımının izlerini taşıması bakımından dikkat çekicidir. Bu ifadelerde de ilerleyen sayılarda değişikliğe gidilmiştir. 9. sayıda dış kapakta “Milli terbiyeye çalışır ve mekteplerde ziraat gayesi güder aylık mecmuadır”, iç kapakta “Milli terbiyeye çalışır ve çiftçilik gayesi güder aylık mecmuadır” yazılıdır. 10. sayıda dış kapaktaki ibareye “Islah-ı Huruf ve Tamim-i maarif cemiyetinin merciidir” ifadesi eklenmiş, 14. sayıda bu ifade kaldırılmıştır.



Resim 1. Yeni Fikir dergisinin dış kapağı



Dergi siyah beyaz yayınlanmıştır. Dış kapağında derginin adı, tarihi, cilt ve sayı bilgisi, idarehanesi, yayıncılar, abonelik ve fiyat bilgilerinin yanı sıra münderecat yer almaktadır. Dergide matbaa bilgisi ise ilk altı sayıda son sayfada, 7. sayıdan itibaren ise dış kapak sayfasında yayınlanmıştır. Derginin 8. sayısı ile birlikte dış kapakta ve derginin iç sayfalarında görseller de yer alabilmiştir. 8. sayıda yayınlanan bu ilk görsellerde Türk neslinden bir Kırgız hanının ve bir Kırgız ailesinin resmi yayınlanmıştır (Yeni Fikir, Şubat 1328, 232-233). Resim kullanılan dış kapaklarda münderecat verilmemiştir.

Derginin iç kapağında ise serlevhada derginin adı, tarihi, periyodu ve yayın içeriğinin niteliği hakkında bilgi verilmiştir. Dergi yazıları tek sütun halinde yayınlanmıştır.

Reklam ve ilanların da neşredildiği dergide; Suphi Edhem Bey tarafından yayınlanan Ulum-i Tabiiyye Lügati'nin, Âfitab Kütüphanesi ve Mücellithanesinin, Meziyyet-i İktisadiye kütüphane ve matbaasının, Ali bey tarafından yazılan tedrisat-ı iptidaiye kanun layihasına ilişkin eserin, Eşya Dersleri, Kimyevi Gübreler, Bahçivanlık, Talim ve Terbiye Sahifeleri, Yiğit Türkler, Muazzez Vatana adlı eserlerin, Toprak mecmuasının, Resimli Kitap'ın, vatan malumatı yerli mürekkeplerin, tanıtımları bulunmaktadır. “Küçük Mübadale İlanları”, “Faideli Eserler”, “Taze Eserler”, “Çiftçi Kütüphanesi”, “Hususi muallim arayanlara müjde” başlıkları altında da ilan, tanıtım ve reklamlar yayınlanmıştır.

Dergide yayınlanan yazılarda şu isim ve imzalar yer almaktadır: Edhem Nejad, A. Erid, Aybey, Üsküdarlı Ali Enver, N. Samsama, Faik Ali, Belkis İclal, F.M.N., Mehmed Zeki, Mustafa, Ak Mirza, Yusuf Ziya, Ahmed Cemal, Muharrem, Demirtaş, Behram Lütfi, Arslan Turgut, Süleyman Fehmi, Hüseyin Avni, İsmail Hakkı, Sabri Cemil, Hristo Botef, Sabri Cemil, Cahide Nevres, Mehmet Fatin, Ahmet Nuri, Behram Altay, Hüseyin Remzi, Erturan.

## 2.2. Terbiye Mecmuası

*Terbiye Mecmuası* 10 Mart 1330 tarihinde, Mustafa Satı Bey tarafından çıkarılmaya başlanmıştır. Mustafa Satı Bey ayrıca derginin başmuharriridir.

Derginin idarehanesi ile ilgili ilk sayının son sayfasında “Cağaloğlu’nda Talebe Defteri” şeklinde bilgi verilmiştir. 2. sayıda son sayfada ise Nur-i Osmaniye caddesindeki Müdafa-i Milliye karşısında Mezunin-i Mülkiye kulübündeki daire-i mahsusa'nın idarehane olduğu bildirilmiştir. 29 Ağustos 1334 tarihindeki sayının son sayfasında da mektupların Nişantaşı'ndaki Yeni Mektep'e gönderilmesi gerektiği açıklanmıştır.

Basım yeri ile ilgili olarak ise ilk sayıda Matbaa-yı Hayriye adres gösterilmiştir. 3. sayıda bir değişikliğe gidilmiş ve derginin Karabet matbaasında basıldığı belirtilmiştir. Derginin 29 Ağustos 1334 tarihli sayısı ise Matbaa-yı Orhaniye'de basılmıştır.

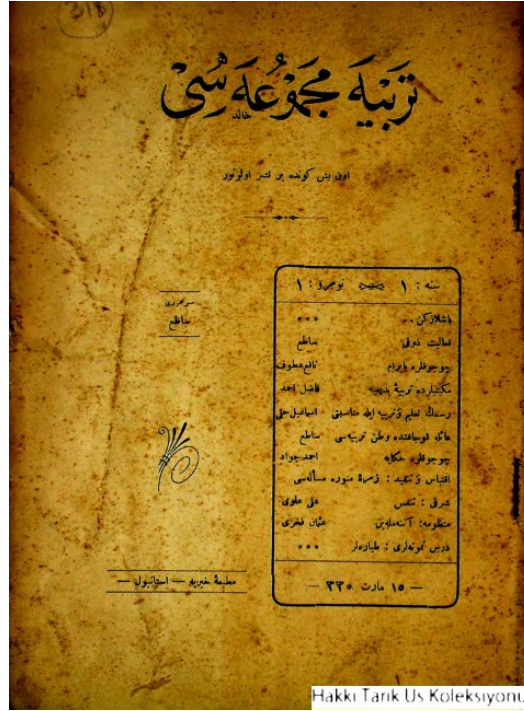
Derginin fiyatı 100 paradır. Abonelik ücreti ise senelik 50 kuruş, altı aylık 30 kuruştur. Ecnebi toplumu için fiyat 13 franktır. Derginin fiyatının 29 Ağustos 1334 tarihli ilk sayısında 5, 7 kuruş olduğu bildirilmiştir. 12 Eylül 1334 tarihli derginin son sayfasında ise senelik aboneliğin 22 nüsha için posta ücreti ile birlikte 150 kuruş olduğu ifade edilmiştir.

Çıkış amacı hakkında derginin ilk sayısında yayınlanan “Başlarken” adlı yazıda, dergi heyeti terbiye konusunun önem kazandığı bir asırda, atisini terbiyeden beklemeye mecbur bir memlekette bu dergiyi çıkarmakla üstlenilen görevin altında ezildiklerini dile getirmişlerdir. İstisnasız herkesin öğretici ve eğitici olması gereken bir dönemde yaşandığının açıklandığı yazıda, fikir hareketlerinin sabit olmadığı, insanları sürüklediği sonra da yok olduğu dile getirilmiş; *Terbiye Mecmuası*'nı çıkarmanın zorluğundan bahsedilmiştir. Bu zorluğun tüm ağırlığı ve mesuliyetinin alındığı, muvaffak olunursa büyük bir sermaye kazanılacağı da ifade edilmiştir (*Terbiye Mecmuası*, 10 Mart 1330).

Derginin yayınlanma amacına yönelik olarak 12 Eylül 1334 tarihindeki sayısının son sayfasında yer alan “Karilere” başlıklı yazı da bilgi vermektedir. Yazıda, *Terbiye*'nin memleketin maarif ve terbiyesinin ahval ve ihtiyacının takibi için yayınlandığı belirtilmiştir. Bu nedenle de okuyuculardan gelen sorulara etraflı bir biçimde cevap verilmeye çalışıldığı bildirilmiştir. Ardından da istizah mektupları için adres gösterilmiştir (*Terbiye*, 12 Eylül 1334).

Dergi on beş günde bir yayınlanmıştır. İlk dört sayıdan sonra yayına ara verilmiş, 29 Ağustos 1334 tarihinde –Dergi adındaki “Mecmua” sözcüğü kaldırılarak– *Terbiye* adı ile yayınlanmaya başlanmıştır. Derginin numara ve sene bilgileri güncellenmiş; bu derginin dış kapağında sene 1, numara 1 bilgisi verilmiştir. Kapakta ayrıca “İki haftada bir Perşembe günü neşr ve fakat Temmuz Ağustos ayları tatil olunur” yazısı bulunmaktadır. Dergi 29 Ağustos 1334 tarihindeki sayısında “Karilere” başlıklı yazıda, *Terbiye Mecmuası*’nın ilk yayınlandığı zamandan sonra dört sayı neşredilebileceği, bu derginin yerine kaim olmak ve başladığı görevi sürdürmek üzere de *Terbiye*’nin çıkarıldığı bildirilmiştir. Derginin sayfa numarası da 1’den başlamıştır. Derginin 13 Teşrin-i Evvel 1334 tarihli 4. sayısı ise sermuharririn hastalığı nedeniyle iki hafta gecikmeli yayınlanmıştır. Bu konuda ilgili sayının dış kapağında açıklama yapılmıştır. (*Terbiye*, 13 Teşrin-i Evvel 1334). Bu sayıdan sonra da dergi ayda bir kez yayınlanmış; 5. sayısı 14 Teşrin-i Sani 1334, 6. sayısı 15 Kanun-i Evvel 1334 tarihlerinde çıkmıştır.

Siyah beyaz yayınlanan derginin dış kapağında adı, basım tarihi, sene ve numara, yayın periyodu, sermuharrir, matbaa bilgileri ve münderecat yer almaktadır. İç kapakta ise, üstte derginin adı, sene, numara ve basım tarihi bilgileri bulunmaktadır. Dergi resimlidir. 29 Ağustos 1334’ten sonra çıkan sayılarda ise resim bulunmamaktadır. Yayınladığı “Karilere” başlıklı yazıda, selefi *Terbiye Mecmuası*’ndan bu konuda ayrıldığı ve okuyuculardan durumu kabul etmelerinin istendiği bildirilmiştir (*Terbiye*, 29 Ağustos 1334, 1).



**Resim 2.** *Terbiye Mecmuası*’nın dış kapağı

Dergide *Vatan İçin, Ümit ve Azim* adlı eserlerin reklamı bulunmaktadır. Derginin yazar kadrosunda şu isimler yer almaktadır: Satı Bey, İsmail Hakkı, Nafi Atuf, Ruşen Eşref, Fazıl Ahmet, Ahmet Cevat, Ali Ulvi, Osman Fahri, Nuri Bakır, Naci Bey, Necmi Bey, Avni Bey, Seracüddin Bey, Suat Fahir ve Ferit Necdet.

### 2.3. Muallim Dergisi

Muallim Dergisi, 15 Temmuz 1332-15 Eylül 1334 tarihler arasında yayınlanmıştır. Dergi, Hüseyin Ragıp tarafından neşredilmiştir. 22. sayıda müdür-i mesulün Nafi Atuf olduğu bildirilmiştir.

Derginin idarehanesi Bab-ı Ali caddesinde 77 numaralı “Türk Yurdu” kütüphanesi üstünde daire-i mahsusadır. Posta kutusu 74’tür. Derginin tevzi’ yeri de Türk Yurdu Kütüphanesidir. İdarehane adresi 20. sayıda değişmiş, Bab-ı Ali caddesinde Kanaat Kütüphanesi olmuştur. Tevzi yeri de 20. sayı ile birlikte

Kanaat Kütüphanesi olmuştur. 23. sayıda ise idarehane ve tevzi yerinin Bab-ı Ali caddesinde Sûdî Kütüphanesi olduğu belirtilmiştir.

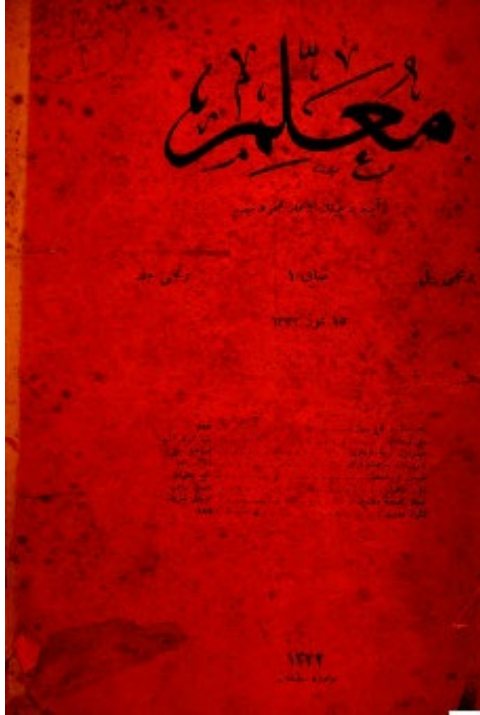
Derginin ilk sayısı Kader matbaasında basılmış, 2. sayısında ise derginin Şehzadebaşı Evkaf-ı İslamiye Matbaası'nda basıldığı ifade edilmiştir.

Derginin fiyatı 60 paradır. Abonelik bedelleri ise Türkler için seneliği 15 kuruş, Ecnebi halkı için 20 kuruş (4 Frank) olarak belirlenmiştir. Dergide 6 aylık abonelik yapılmamaktadır. Derginin 15. sayısında fiyatının 100 para, abonelik bedellerinin ise Türkler için 30 kuruş, ecnebiler için 35 kuruş (7 Frank) olduğu bildirilmiştir. “Karilerimize” başlıklı yazıda fiyat değişikliğine neden olarak kağıt fiyatlarının yükselmesi gösterilmiştir (Muallim, 1 Teşrin-i Evvel 1333).

Çıkış amacı ile ilgili derginin ilk sayısında yayınlanan “Niyete Dair Birkaç Söz” başlıklı yazıda bilgi verilmiştir. Yazıda, adını çok eski bir risaleden alsa da yeni bir maksatla çıkan Muallim'in bir şey öğretmek gayesi gütmeyeceği, yalnızca terbiye ve tedris aleminde yaşayanların fikir, arzu ve niyetlerini duyurmak istediği açıklanmıştır. Avrupa'da her meslek erbabının bir gazetesinin olduğunun belirtildiği yazıda, Osmanlı Devleti'nde yarınların hazırlayıcısı yüzlerce gençten müteşekkil, ülkenin dört köşesine yayılmış bir muallimler ordusu bulunduğu, farklı yerlerde iş gören bu muallimlerin ortak konu ve sorunlar ile ilgili fikirlerini ortaya koymanın amaçlandığı dile getirilmiştir; Muallim'in tüm muallimlerin fikirlerine, içtihatlarına, gayelerine açık olduğu ifade edilmiştir. Böylece muallimler birbirlerinden haberdar edilecektir. Ayrıca dergide terbiye ve tedris ile ilgili önemli bulunan yazıların seçilip yayınlanacağı da bildirilmiştir (Muallim, 15 Temmuz 1332, 1-2).

Dergi ayda bir yayınlamıştır. Dış kapakta “Ayda bir çıkar muallimler mecmuasıdır” ifadesi yer almaktadır. Dergi 7. sayısından sonra bir buçuk ay ara vererek 8. sayısını 1 Mart 1333'te, 23. sayısından sonra da iki ay ara vererek 24. sayısını 15 Ağustos 1334 tarihinde yayınlamıştır.

Siyah beyaz yayınlanan derginin dış kapağında ad, sayı, cilt, tarih, periyot, matbaahane bilgileri ve münderecat yer almaktadır. İç kapakta da serlevhada derginin adı, yıl, sayı, cilt ve tarih bilgilerinin yanı sıra dış kapaktaki “Ayda bir çıkar muallimler mecmuasıdır” ibaresi tekrarlanmıştır.



**Resim 3.** Muallim dergisinin dış kapağı

Dergide; İlm-i Terbiye-i Etfâl, Türk Yurdu, Bilgi Yurdu, Bilgi Yurdu Işığı, Küçüklere Mahsus Resim, İptidailerde Türkçenin Usul-i Tedrisi, Edebiyat Fakültesi Mecmuası, Leskofçalı Galip Beyin Divanı,





Kadınla Erkek Arasında Müsavat Olabilir mi?, Muhassalül Kelam vel Hikmet, Rehber-i Hayat, Tahlili ve Tenkid-i Tarihi İslam, Süleyman Paşazade Sami Bey/Külliyat-ı Asar, Haftalık Gazete, Düşünce, Din ve Hayat, Mezahib ve Turuk-ı İslamiyye Tarihi isimli yayınların; “Maarif Şuunu” adı altında gerçekleştirilen kimi faaliyetlerin; “Yeni Eserler” adı altında henüz çıkarılmış eserlerin; Hanımlara terbiye dersleri, İçtimaiyat dersleri, Serbest tarih dersleri, çeşitli konferanslar, Kıraat Dersleri adları altında kimi faaliyetlerin ve Evkaf-ı İslamiye Matbaası’nın reklam ve ilanları neşredilmiştir.

Dergide Ziya Gökalp, Hüseyin Ragıp Baydur, İsmail Hakkı Baltacıoğlu, Mustafa Satı Bey, Ethem Nejat, Mustafa Şekip Tunç, Nafi Atuf Kansu, Kazım Nami Duru, Selim Sırrı Tarcan, Ahmet Hikmet Müftüoğlu, Ömer Seyfettin, Mehmet Emin Erişirgil, Tevfik Fikret, Rıza Tevfik Bölükbaşı, İbrahim Alaaddin Gövsa, Hamdullah Suphi Tanrıöver, Abdülhak Hamit Tarhan, Süleyman Nazif, Yunus Nadi Abalıoğlu, Ali Ekrem Bolayır, Doktor Reşit Galip, Falih Rıfkı Atay, Nüzhet Sabit, Nigar Hanım, Vedat Nedim Tör, Ali Canip Yöntem, Ruşen Eşref Ünaydın, Mehmet Asım Us, Hakkı Tarık Us, Mehmet Zekeriya Sertel, Ali Haydar Taner tarafından yazılan makaleler neşredilmiştir.

#### 2.4. Anadolu Terbiye Mecmuası

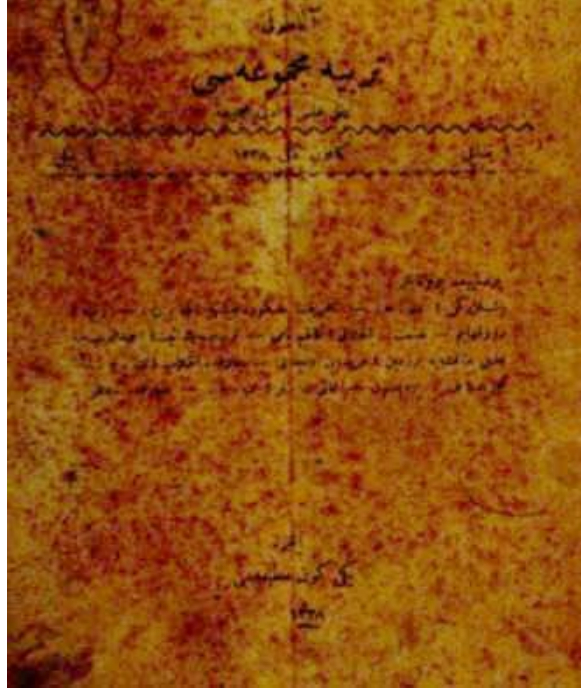
Anadolu Terbiye Mecmuası, Kanunusani 1338 tarihinde aylık ilmi, edebi mecmua olarak yayınlanmaya başlamıştır. Derginin Ankara’da Maarif Vekâleti Tali Tedrisat Müdürü Kazım Nami Bey tarafından çıkarıldığı, derginin müdürünün de kendisinin olduğu ifade edilmektedir. 4. Sayı ve sonraki sayılarda yazı idari işleri için Kazım Nami beye müracaat edilmesi gerektiği de belirtilir.

Derginin idarehanesi ile ilgili net bilgi görülmemekle birlikte, basıldığı matbaaya dair bilgilere yer verilmiştir. Derginin ilk sayısının Ankara Yeni Gün Matbaasında, 2. ve 8. yayınlarının arasındakileri Ankara Matbuat ve İstihbarat Matbaasında, 10. sayısının ise İstanbul Tanin Matbaasında basıldığı belirtilmiştir.

Abonelik ve satış bilgileri ise değişiklik göstermektedir. İkinci sayı ve sonrası iştirak şartının yıllığının 300, altı aylığının 150, bir sayısının ise 25 kuruş olduğu aktarılmıştır. Yedinci sayıdan itibaren mecmuanın yıllık iştirak bedelinin 150 kuruşa indirildiği, altı aylık aboneliğin kaldırıldığı, bir sene için yeni abone olanların 18. sayıya kadar altı dergiyi alabilecekleri ve altı aylık bonelerin aboneliğinin bittiği, yenilemek için 150 kuruş ile tekrar abone olabileceği ifade edilmiştir. 10. sayıda ise derginin yıllığının 120, aylık tek sayının ise 10 kuruş olduğu açıklanmıştır.

Derginin satıldığı yerler ile ilgili de bilgi verilmiştir. Buna göre, ilk sayılarda derginin Ankara’da Anadolu maarif Kütüphanesi’nden, 10. sayıda ise Ankara’nın yanı sıra İstanbul Babı Ali Caddesinde İkbâl Kütüphanesinden, İzmir’de Yavuz Kütüphanesinden, temin edilebileceği belirtilmiştir.

Aylık olarak yayınlanan derginin kapak sayfalarında “Aylık Edebi, İlmi Mecmua” ifadesi yer almaktadır. Anadolu Terbiye Mecmuasının çıkışı amacı ise derginin ilk sayısında Tahrir Heyeti imzasıyla aktarılmıştır. Özellikle memleketteki zor şartlardan ve eğitimin milli olmamasından bahsederek, çocuklarımızı ve gençlerimizi yetiştirirken birliğimize ve varlığımıza taarruz eden yabancı tehditlere karşı aziz bir nesil yetiştirmeye muhtaç olduğu vurgulanmıştır. Bu sebeple memleketin içinde bulunduğu inkılap ortamında yeni neslin bu inkılap ruhuna uyum sağlayabilmesi için milli bir terbiye bilincinin aktarılması gerektiği ifade edilmiştir. Derginin de bu amaçlarla, görülen şiddetli ihtiyacı elinden geldiği kadarıyla yerine getirme emelleriyle çıkartıldığı, milli bir terbiye inkılabına katkı sunmayı amaçladığı anlatılmıştır (Anadolu Terbiye Mecmuası, Kanunusani, 1-2).



**Resim 4.** Anadolu Mecmuası dergisinin dış kapağı

Dergi siyah beyaz yayınlanmıştır. Dış kapağının orta kısmında derginin adı, dergi adının altında derginin türü, sağ tarafta derginin sayısı, orta kısımda tarih, sol tarafta ise yıl bilgisi aktarılmaktadır. Sayfanın orta kısmında ise “bu sayıda bulunanlar/bu sayıdaki yazılar” bilgileri yer almaktadır. Derginin orta alt kısmında ise matbaa bilgisi bulunmaktadır. Derginin künye bilgileri/abonelik bilgileri ise iç kapak sayfalarında, bazı sayılarda ise 1. ve 2. sayfada konumlandırılmıştır.

Dergide herhangi bir görsele rastlanmamıştır. Tek sütun şeklinde yayınlanan yazılarda birkaç tane kütüphane ve matbaa reklamı/ilanı dışında da bir tanıtıma rastlanmamıştır.

Dergide yayınlanan yazılarda şu isim ve imzalar yer almaktadır: Tahrir Heyeti, K. N., Kazım Nami, Ahmet Edip, Feridun Vecdi, H. T., H. Rubu, T. H., Naci Fikret, Kemalettin Kamu, Ahmet Hikmet, A. H., A. Sıdkı, H. Avni, Muallim E. N.. Yazıları tercüme edilen yazarlar ise şunlardır: Emile Durkheim, Şarl Rişe, Alfred.

### **3. Terbiye Mecmuası, Yeni Fikir, Muallim, Anadolu Terbiye Mecmuası’nda Pedagoji İle İlgili Yayınlanan Makaleler Üzerine Değerlendirme**

Dergilerde pedagoji ile ilgili yayınlanan makaleler “Eğitim ve Öğretim Faaliyetleri Üzerine Tartışmalar”, “Eğitim ve Öğretimde Kullanılan Modern Yöntem ve Teknikler”, “Eğitim ve Öğretimin Sosyal Boyutu: Mekteplerde Kişilerarası İlişkiler”, “Avrupa ve Amerika’daki Eğitim Öğretim Uygulamaları” şeklinde dört başlık altında incelenmiştir.

#### **3.1. Eğitim ve Öğretim Faaliyetleri Üzerine Tartışmalar**

Yeni Fikir, Terbiye, Muallim ve Anadolu Terbiye Mecmuası’nda yayınlanan makalelerde mektep adamları ve aydınların eğitim ve öğretim faaliyetleri ile ilgili tartışma yürüttükleri temel meselelerden biri, eğitim ve öğretim faaliyetlerinde yapılan/yapılması beklenen inkılaplardır. Eğitim ve öğretim faaliyetlerinde yapılan inkılaplar; mekteplerde inkılabın gerekliliği, ilmi/fenni derslerde ve terbiyevî konularda gerçekleştirilen/gerçekleştirilmesi gereken değişiklikler üzerinden ele alınmıştır.

Makalelerde eğitim öğretim faaliyetlerinde ve terbiyede, memleketin atisi için Türk eğitimciler tarafından inkılap istendiği üzerinde durulmuştur. II. Meşrutiyet dönemi memleketin işgal ve ayaklanmalarla sarsıldığı bir dönemdir. Eğitim öğretim faaliyetlerinde yapılacak ıslahatlar bir kurtuluş reçetesi olarak görülmüştür. Bu konuda İsmail Hakkı tarafından Yeni Fikir dergisinde yayınlanan “Terbiyede İnkılap Lazım” adlı makale fikir verebilmektedir. Makalede, maarif görevlilerinin, mektep adamlarının devlet ve toplumun



kurtuluşu için maarifte ve terbiyede inkılap yapılmasını önemli buldukları bildirilmiştir. Rumeli’de yaşanan parçalanmanın sebebini maarifte yaşanan gerilikte gören İsmail Hakkı, maarifin düzelmesi için gerçekleştirilen ders programlarının ezbere ıslahını, ıslahat yapmış olmak için gerçekleştirilen değişiklikleri, Avrupa’ya öğrenci göndermeyi, Avrupa’dan uzman getirmeyi kuru birer öneri olarak değerlendirmiştir. İptidai seviyeden ve köylerden başlamak suretiyle toplumun tamamının eğitilmesinin önemi üzerinde duran İsmail Hakkı, okuma-yazma-hesap öğrenen ve böylece üretilen içeriklere vakıf olacak toplumun ülkeyi kurtarabileceğini açıklamıştır (İsmail Hakkı, 1 Haziran 1329, 361-366).

Dönemin aydınları mektepler aracılığı ile nasıl bir nesil yetiştirmek gerektiği ile ilgilenmişlerdir. Çünkü memleketin kurtuluşu ve çağdaşlaşması genç neslin elindedir. Feridun Vecdi Anadolu Terbiye Mecmuası’nda yayınlanan “Ne yetiştirmek İstiyoruz” adlı makalesinde günün mekteplerinde çocuklara terbiye namına sükûtun öğretildiğinden ve bu nedenle de mütedeyyin, mütekellim ve de şairlerin bu mekteplerden çıkamayacağından bahsetmiştir. Mekteplerde yalnızca müfredattaki derslerin okutulduğundan ve ezber sisteminin hakim olduğundan söz eden Feridun Vecdi, ne kendi kendine ne de işbirliği ile ortaklaşa iş görebilen insanların yetişmediğini dile getirmiştir (Feridun Vecdi, Haziran 1338, 171-173). Eğitim sisteminin çocukları ve gençleri ezber yapmaya yönlendirmesi aydınlar tarafından önemli bir sorun olarak değerlendirilmektedir. Mekteplerde ders planlarında ve eğitim öğretim tekniklerinde yapılacak inkılaplarla bu sorunun üstesinden gelinabileceği düşünülmüştür.

Ziya Gökalp bu konuda yaratıcı ilim melekesine sahip olmak için ezberden uzak durmanın önemi üstüne durmuştur. Ezberin zekâyı işgal eden zararlı bir alışkanlık ve davranış olduğunu düşünen Gökalp, eğitim öğretim faaliyetlerinde kemiyetten ziyade keyfiyete kıymet vermenin gerektiğinden bahsetmiştir. Bunun için de Maarif nezaretinin takip edeceği bir ıslahat çalışmasına ihtiyacın olduğunu vurgulamıştır (Gökalp, 1 Temmuz 1333, 353-354).

Maarif nezareti eğitim öğretim faaliyetlerinde ıslahatlar yapmaktadır. Dergilerde bu konu üzerinde de durulmuştur. Anadolu Terbiye Mecmuası’nda H.T tarafından yayınlanan “Maarifte İnkılap” adlı bir makalede, mekteplerin dünyada meydana gelen terbiyevî ve tedris inkılabından istifade edilerek yeniden vücuda getirilmesinin gerekliliğinden söz edilmiş; bunun için de Maarif vekaletinin harekete geçtiğini ve bir uzmanlar heyeti kurarak mekteplere verilecek yeni şekli, okutulacak dersleri, ders saatlerini düzenlemek istediğini bildirmiştir. H.T, heyetin yaptığı değişikliklerle ameli hayatta faydası olmayan dersleri programlardan çıkardıklarını belirtmiş, talebelerin mezun olduktan sonra herhangi bir işe başarıyla girişebilecekleri yetiye sahip olmalarının heyetçe önemsendiğini dile getirmiştir (H.T, Kanun-i sani 1338, 22). Mektep adamları, aydınlar ezberci zihniyetten uzak, müteşebbis bir neslin önemine değinmişlerdir. Dönemin maarif teşkilatı ders müfredatlarını değiştirmiştir. Bu değişiklikler için de Avrupa’daki eğitim sistemini örnek almışlardır. Fen alanında gelişme kaydedebilmek için bu dönemde özellikle liselerin ders müfredatında yapılan değişimler dikkat çekmektedir. Felsefe ve Edebiyat gibi dersler asgariye indirilmiş; insanın keşfedebildiği hakikatleri içeren dersler -Fizik, kimya, hendese, ziraat, kozmografya, biyoloji vb. fenni dersler- müfredata sokulmuştur. Şubeler de ilim/Edebiyat ve fünun olarak ayrılmıştır. Necmettin Sadık bu usulün Fransızlardan alındığını dile getirmiştir. Asra uymak ve fünun alanında gelişme kaydedebilmek için Avrupa eğitim sisteminin örnek alınabileceğini belirten Necmettin Sadık, hukuk, iktisad ve ahlak konularında ilerleyebilmek için ilgili derslerin karşılaştırmalı bir biçimde okutulmasının gerektiğine işaret etmiştir. Çünkü bu alanlar uluslararası bir öğretiyeye sahip değildir (Necmettin Sadık, 15 Mart 1330, 33-40).

Aydınların üzerinde tartıştıkları konulardan biri de Avrupalı usullerin mekteplere tatbikidir. Necmettin Sadık, mekteplerde direkt Avrupa eğitim sisteminin taklit edilmemesi; mülahaza ve inceleme yapılması gerektiğini bildirmiştir (Necmettin Sadık, 15 Mart 1330, 33-40). Ziya Gökalp de taklitçi olunmaması ve hatta derslerin içeriklerinin millileştirilmesi üzerinde durmuştur (Gökalp, 1 Temmuz 1333, 359). Çağdaş milletler gibi mektepler isteniyorsa milli terbiyenin önemsenmesi gerektiğinden bahseden Feridun Vecdi de, milli terbiyenin de henüz tam manası ile anlaşılmadığından söz etmiş; milli terbiyenin din, lisan, ahlak ve hukuk ile ilintili olduğunu belirtmiştir. Din, lisan, edebiyat, kimya, musiki, tarih, Coğrafya, hukuk, iktisat derslerinin en terbiyevî dersler olduğunu açıklayan Feridun Vecdi, bu dersler aracılığıyla çocukların terbiyesinin verileceğini bildirmiş daha sonra da nasıl bir çocuk yetiştirmek istendiğinin cevabını vermiştir:



Milli terbiyeli; ancak çağdaş ilimlerle donanmış, müteşebbis, beğenilen bir evlat (Feridun Vecdi, Haziran 1338, 173-174).

Milli terbiye dergilerde en çok ele alınan konulardan biridir. Ferdun Vecdi, ilk insanlardan beri terbiyenin mevcudiyetinden söz etmiş, her kavmin kendi fikirlerine göre çocuklarını terbiye etmek istediğinden söz etmiştir. Böylece çocuk içinde yaşadığı içtimai muhite uyumlu hale getirilmiştir. Feridun Vecdi'ye göre bu nedenle çocuğun terbiyesi din, lisan, ahlak, hukuk ve iktisat alanlarında verilmelidir (Feridun Vecdi, Haziran 1338, 171).

İsmail Hakkı gençlere, çocuklara verilecek terbiyenin kafa ve vücudu sağlamlaştıracak, kalplerini güzellikle dolduracak nitelikte; teşebbüse açık, cesur, sebatlı, dünya nimetlerine önem veren, çalışmaktan ve kazanmaktan bıkmayan, hırslı, faal gençleri yetiştirebilecek biçimde olması gerektiğini açıklamıştır. İsmail Hakkı'ya göre verilecek coğrafya ve tarih dersleri gençleri imparatorluğun mazisi ile ilgili bilgilendirmeli, istikbali aydınlatmalı, vatani sevdirmelidir. Düşmana savaş meydanında karşı gelebilecek duygularla çocuklar/gençler donatılmalıdır. Neslin uyuşukluğundan yakınan İsmail Hakkı, öncelikle gençleri uyandırmak, sarsmak gerektiğini belirtmiştir. Böylece inkılabın da beraber geleceğini ifade etmiştir. İsmail Hakkı'ya göre beden terbiyesi uyuşukluğu kaldırmak için önemlidir. Oyun ve gezinti mekteplerde beden terbiyesi için gereklidir. Talebeleri doğayla bir araya getirecek bir eğitim verilmelidir. Hareket-i bedeniyyenin tüm hareketlerin temeli olduğunu açıklayan İsmail Hakkı, hareket-i hissiyyenin de mektepli mektepsiz olduğu fark etmeksizin tüm topluma vatani sevdirmek için gerekli olduğunu dile getirmiştir. Bu konuda romanlar, kitaplar yazılmalı, memleketin doğal ve tarihi güzellikleri tasvir edilmelidir. Müzik ile ruhlar canlandırılmalı, tiyatro oyunları ile bilinçlendirme yapılmalıdır. Hareket-i iradiyyenin de önemine değinen İsmail Hakkı'ya göre, teşebbüs etmekten aciz, ekmeğini hükümetten dilenen çocukları eğitmek ve ekmeğini taştan çıkarabilecek bir hale getirmek lazımdır. Terbiyenin söz söylememek, uslandırmak, utandırmak şeklinde anlaşılması gerektiğini ifade eden İsmail Hakkı, muallim gibi talebinin de isteklerine önem verilen, koşmanın, gülmenin, gezmenin, sormanın, dinlemenin ayıp görülmediği bir eğitim anlayışının önemine değinmiştir. Bu eğitim anlayışı edinildikten sonra coğrafya, hendese, hesap vb. okutulmalıdır (İsmail Hakkı, 1 Haziran 1329, 361-366). Terbiye, çocukların/gençlerin ruhlarını dinç tutmak, sağlam iradeli, müteşebbis, zorluklardan korkmayan, çalışkan, cesaretli, fedakâr, saygılı, vatan ve millet sevgisi ile dolu birer birey olmaları için gereklidir. Bu dönemde aydınlar ve mektep adamlarının milletin, vatanın geleceği için üzerinde en çok durdukları husus yeni nesli terbiyevi açıdan yetiştirme çalışmalarıdır.

Dergilerde çocuklar/gençlerin asra uygun; ancak ahlaki, hukuki, iktisadi vb. hars ile ilgili konularda karşılaştırmalı ve milli değerlerle yetiştirilmesi; mekteplerde buna uygun ıslahatların yapılması üzerine önemle durulmuştur. Buna ilişkin de eğitim öğretim faaliyetlerinde kullanılan modern yöntem ve tekniklerden makalelerde sıklıkla söz edilmiştir. Bu yöntem ve teknikler pedagojik çalışmaların bir parçası olmaları dolayısıyla çalışmada ayrı bir başlık altında aşağıda değerlendirilmiştir.

### 3.2. Eğitim ve Öğretimde Kullanılan Modern Yöntem ve Teknikler

Eğitim ve öğretim faaliyetlerinin hangi yöntem ve teknikler kullanılarak gerçekleştirilmesinin istendiği üzerine yazılan makalelerin bir kısmı yeni mektepler ile ilgilidir.

*Yeni Fikir* dergisinde “Yeni mektepler” başlığı ile Edhem Nejat tarafından yayınlanan makalede, terakki eden dünyada kurulan yeni mekteplerden söz edilmiştir. Edhem Nejat çocuğun asrın şartlarına uygun yetiştirilmesi ve hayata hazırlanması için tabiatın önemli bir yapı taşı olduğunu belirtmiş, Avrupa ve Amerika’da kurulan yeni mekteplerden ve bu mekteplerdeki eğitim öğretimde kullanılan yöntem ve tekniklerden söz etmiştir. Bu mekteplerde tabiatın daha iyi anlaşılması için çocuklara bedeni, fikri, hissi terbiye verilmektedir. Kırdan açık bir hayat; ziraat, bahçe, demircilik, doğramacılık gibi el işlerinin mecbur tutulduğu mekteplerde beden sağlığının iyi olacağı bildirilmiştir. Yeni mekteplerde muhakeme, idrak etme, keşfetme, mektepte öğrendiklerini ahval alemi ile mukayese etme öğretilmektedir. Dersler tabiat kanunları çerçevesinde amili bir metotla verilmektedir. Yeni mekteplerde sabahları derslere, öğleden sonraları alafranga saatine, el işlerine, terbiyevi oyunlara, mütalaaya ayrılmıştır. (Edhem Nejat, 15 Kânunuevvel 1327, 4-9). Çocuğun yetişkinliğe hazır edilmesi için terbiyenin bir araç olarak kullanılması



gerektiğinin belirtildiği makalede, asrın şartlarına uygun çocuk yetiştirmek isteniyorsa dünyadaki yeni mekteplerin göz ardı edilmemesi gerektiği vurgulanmıştır (Edhem Nejat, 15 Kânunuevvel 1327, 4-5). Yeni mektepler şehir ve kasabalarda hali hazırda eğitim veren mekteplerden farklıdır. Bu mektepler talebelere kırdı tatbik imkanı sunmakta, çocuklara/gençlere tabiatla iç içe olma imkanı vermektedir.

*Yeni Fikir* Dergisinde yayınlanan “Takdirilere Layık Bir Teşebbüs Milli ve Amili Bir Mektep Kırdı Terbiye Mektebi” adlı başka bir makalede yeni mekteplerin çocukların/gençlerin psikolojisine, bedeni gelişimine yaptığı olumlu katkı ve bu mekteplerin iktisadi ve toplumsal bakımdan memleketi geliştirmedeki rolü hakkında açıklama yapılmıştır. Makalede, dönemin gençlerinin ihtiyarlardan daha çok hayattan yılmış, yorgun, hastalıklı, sinirli, korkak oldukları ifade edilmiş; Anadolu ve Rumeli’de, köyde ve şehirde durumun farklı olmadığı açıklanmıştır. Kurulacak yeni mekteplerle sorunun çözülebileceği dile getirilmiştir. Fikri terbiyeye önem verilecek bu mekteplerde bedeni terbiyeye de ihtimam gösterilecek, ziraat dersleri mecburi tutulacaktır. Bu dersler kapsamında tarlada ve bahçede muallim nezaretinde talebeler çalışacak; el işlerinin yanı sıra gençleri yurt müdafaasına hazırlamak için de jimnastik, askeri talim ve sporlar, yürüyüşler, fenni gezintiler, seyahatler yapılacaktır. Bir Türk ve Müslüman mektebi olması dolayısıyla ahlaken de buna uygun eğitim verilecektir (*Yeni Fikir*, Şubat 1328, 254-257).

Yeni mekteplerin yanı sıra dergilerde hali hazırda eğitim öğretim faaliyetlerine devam eden mekteplerde yaşanan sorunları gidermek ve terakki edebilmek için derslerde, ders planlarında, dersleri verirken kullanılan yöntem ve tekniklerde yapılması gereken değişiklikler üzerine de makaleler yayınlanmıştır.

*Muallim* dergisinde yayınlanan iptidai mekteplerde ders planlarını konu alan bir makalede, muallimlerin sınıflarda yaşayabildikleri başarısızlıkların sebepleri ele alınmıştır. Derse iyi hazırlanmamanın ve ders planını iyi tertip edememenin muallimlerin başarısızlıklarında etkili olduğunun bildirildiği yazıda plan yapılırken aşağıdaki hususların dikkate alınması gerektiği açıklanmıştır (*Muallim*, 15 Ağustos 1332, 49-52):

1. Talebenin daha evvel anlatılacak konu ile ilgili başka bir ders görüp görmediği, ne kadar bilgi sahibi olduğu, bu bilgiden başka talebeye ne öğretilbileceği,
2. Anlatılacak konunun bağlamının ne olduğu, mukayeselerin ne üzerine yapılacağı,
3. Konu anlatılırken kullanılacak araçlar neler olduğu ve bu araçlara sahip olunup olunmadığı, araçlar yoksa nasıl tedarik edileceği,
4. Konu hakkında malumatın nereden elde edilebileceği,
5. Dersin amacının ne olduğu,
6. Derste hangi hususların tekrar edileceği, hangi konular üzerine durulacağı, hangi hususların daha hızlı anlatılıp geçilebileceği belirlenmelidir.

Bu maddelerden yola çıkılarak dersin okutulacağı sınıfın, maksadının, kullanılacak araç ve gereçlerin, ele alınacak konuların yazılı olarak planlama yapılarak açıklığa kavuşturulmasının gerektiği açıklanmıştır. Böylece muallimin verdiği dersler arasında mukayese yapabilmesi, aynı dersi başka dönemlerde vereceği zaman zorluk çekmemesi; yeni gelen muallimlerin bu notlardan faydalanması; müfettişlere doğru raporların verilebilmesinin sağlanacağı da yazıda dile getirilmiştir (*Muallim*, 15 Ağustos 1332, 53).

Dergilerde eğitim öğretim ders planlarında yapılan değişikliklerin talebelerin ilmi ve fenni bilgileri edinmelerinin yanı sıra terbiyelerinin de gelişiminde etkili olduğu ifade edilmiştir. Ders planlarına yeni eklenen ya da planlarında değişiklik yapılan dersler ayrı ayrı makalelerde ele alınmıştır. Ziraat, eşya, musiki, Fransızca, jimnastik, resim, el işi talebelerin fikri ve bedeni terbiyesi için makalelerde ele alınan derslerdir. Bu dersler üzerine makalelerde yapılan açıklamalar aşağıda sırasıyla ele alınmıştır:

Yeni mekteplerin talebelerin ruhsal, fikri ve bedeni terbiyesi için önemi daha evvel ele alınmıştı. Bu kapsamda verilen ziraat dersleri ile ilgili *Yeni Fikir* dergisinde A. Ferid tarafından “Manastır Darümuallimininde Ziraat Dersleri Nasıl Okunuyor?” adlı bir makale kaleme alınmıştır. Makaleye göre Darümuallimlerdeki ziraat dersleri, talebelere muallim olduktan sonra çocuklara köy hayatını, köylülüğü, köylüleri anlatabilmeleri için okutulan derslerdir. Memleket için çok lazım olan bu dersler en son usuller



kullanılarak okutulmaktadır. Derslerde teorik bilgilerin yanı sıra zirai gezi ve ziyaretler de yapılmaktadır. Makalede teknik imkânsızlıklardan da yakınan A. Ferid; memlekette sütçülük, tavukçuluk vb. alanlarda yeterli alet olmadığı için kendi istediği gibi bir eğitimin verilemediğini de kaydetmiştir. A. Ferid, Hikmet ve Kimya derslerinin ise gayet iyi bir kitaptan okutulduğu için muallimlerin yeterli malumata sahip olabildiklerini açıklamıştır. Ancak kitaptan öğrenilen derslerin tatbikini yapmak için büyük laboratuvarlara ihtiyaç olduğu; ancak memleketteki laboratuvarların küçük olduğu belirtilmiştir (A. Ferid, 15 Mayıs 1328, 167-172). Darümuallimlerde okutulan diğer bir ders ise Eşya dersidir. Eşya dersleri en iyi takip edilen derslerdendir. Makalede bu ders ile ilgili de bilgi verilmiştir (A. Ferid, 15 Mayıs 1328, 167-172). İptidai mekteplerde de okutulan eşya derslerinde, fenni bir kıraat yaptırılmaktadır. Bunun yeterli olmadığı tartışıldığı *Anadolu Terbiye Mecmuası*'nda yayınlanan "Eşya Dersleri" adlı makalede, bu dersin verilme biçiminin faydaları, mahzurları; bu derslerden daha iyi istifade edebilmek için nasıl okutulması gerektiği üzerine çalışmalar yapılması gerektiği bildirilmiştir (*Anadolu Terbiye Mecmuası*, Haziran 1338, 165).

Eşya dersleri Avrupa'da 18. yüzyılda, Osmanlı Devleti'nde ise 19. yüzyılın ortalarında –Fen Bilgisi adı ile 1845'te, Eşya Dersleri adı ile 1869'da– müfredata girmiştir. Talebelerin fenni terbiyesi için önemli olan bu ders, talebelerin laboratuvarlarda ya da tabii ortamlarda deneyerek, düşünerek, yaşayarak öğrenme etkinliklerine katılabilecekleri bir derstir. Talebenin deney ve tecrübeyi kendi çabası ve faaliyetleri ile edinmesinin derse bağlılığı, işlenen konuya duyulan ilgiyi artıracığı, öğrenilenlerin ömür boyunca unutulmamasını sağlanacağı düşünülmektedir. Dolayısıyla mektep müfredatlarına giren bu ders ile ilgili dergilerde yayınlanan makalelerde, eğitim ve öğretimde tatbikata önem vermenin bir yöntem olarak kıymetine değinilmiş; ancak tatbikat yapılacak laboratuvar vb.'nin azlığına vurgu yapılmıştır.

Dergilerde ele alınan musiki dersi de milli terbiye ve talebelerin öğrenme becerileri ile ilişkisi dâhilinde değerlendirilmiştir. *Yeni Fikir* dergisinde Edhem Nejat tarafından yazılan "Terbiye ve Musiki" adlı makalede musikinin çocuk terbiyesindeki öneminden bahsedilmiştir. Musikinin lisan, edebiyat, tarih kadar önemli olduğunu belirten Edhem Nejat; seslerin, sedaların, muntazam ahengin çocukları mutlu ettiğine değinmiş, bir şiirden ziyade beste dinlemelerinin çocukların kalbine daha uygun olduğunu ifade etmiştir. Edhem Nejat'a göre çocukların rontlarına eşlik eden şarkılar onların hislerine hitap eder, şarkılarda, marşlarda kısa ve uzun cümlelerin hikmetini anlamaları daha kolay olur. Musiki ve şiir arasında karşılaştırma yapan Edhem Nejat musikinin insanı yormayacağını, hatta yorgunluğa iyi geleceğini dile getirmiştir. Memlekette musikinin ihmal ve inkar edildiğinden söz eden Edhem Nejat, musikinin toplum ahlakını saflaştırdığını belirtmiştir. Mekteplerde musikinin gereğine uygun okutulması için darümuallimlerde bu alana önem verilmesi gerektiğini bildirmiştir. Sedaları öğretmen, şarkıları kolayca talim etmenin, kahramanlık tarihi ile ilgili, milli aşkla ilgili şarkılar öğretmek vb. mekteplerde çok iş göreceğini açıklayan Edhem Nejat; mekteplerde musikinin bu beklentileri karşılayacak biçimde okutulmadığından yakınmış, musikiden anlayan muallimlerin olmadığını, bu sorunun ortadan kaldırılması için milli konservatuarlarının açılması gerektiğini bildirmiştir (Edhem Nejat, Teşrin-i Evvel 329, 491-495). *Muallim* dergisinde yayınlanan "Musiki ve Mekteplerimiz" adlı başka bir makalede musikinin milli ve dini terbiye için öneminden söz edilmiştir. Darülfünunda tarih ve felsefe dersleri veren Mehmet Emin tarafından yazılan bu makalede, milli ve dini gayeleri çocuklara duyurmak ve onlarda heyecan uyandırmak için musikinin bir vasıta olduğu; çocukların da musikiyi sevecek biçimde mekteplerce terbiye edilmesi gerektiği dile getirilmiştir. Mekteplerin çoğunda talebenin musikinin ne için okutulduğunun farkında olmadığını açıklayan Mehmet Emin, en cazibeli ders olması gereken bu dersin nota öğretilmekten ibaret görüldüğü için talebelere zaman zaman muhtelif musiki parçaları dinletmek olduğunu dile getirmiştir. Makalede ayrıca zaman zaman düzenlenecek müsamerelerde talebelerin zevk alabileceği musiki parçalarının keman, piyano gibi musiki aletleri ile dinlettirmenin iyi bir terbiye vasıtası olarak görülebileceği de kaydedilmiştir (Mehmet Emin, 15 Teşrin-i evvel 1333, 540-541).

Musiki gibi resmin de terbiye için önemi makaleler aracılığıyla açıklanmıştır. Resmin talim ve terbiye ile ilişkisini ele alan İsmail Hakkı tarafından yazılan "Resmin talim ve terbiye ile münasebeti" adında dört makale *Terbiye* dergisinde yayınlanmıştır. İsmail Hakkı derginin 1. sayısında yayınladığı seri yazının ilkinde terbiye ile resmin alakadar olduğunu belirtmiş, resimle ilgili ortaya atılan "resim günahdır, resim



eğlencedir, resim elleri alıştıırır, resim zevki terbiye eder, resim ressamlık içindir” gibi toplumun sahip olduğu eksik ya da yanlış düşüncelere karşı fikri bir arayışa girmiştir. Resme günah demeyi cehaletle ilişkilendiren İsmail Hakkı, resmin memleketin hür yaşamasında, vatanperverlerin buhranlarıyla mücadele etmesinde önemli olduğunu dile getirmiş, vatanın hür olmasında mektep, medrese, kışla, cami yapmak kadar resimle ilgili ortaya atılan hurafelerle mücadele edilmesinin de önemli olduğunu vurgulamıştır. Resme gönül veren ya da verecek olan gençler için bu yapılmalıdır. Bu bakımdan resim eğlenceli, ciddi olmayan bir iş de değildir. Resim kişinin olgunlaşması ve terakkisinde önemlidir. Bu bakımdan da tarih, coğrafya, felsefe vb. dersler kadar; hatta daha ciddi, terbiyevi ve ilmi bir derstir. Resim yaparken zihnin de beraber çalıştığını, zihni gelişme ve ruhi terbiye için resmin önemini ifade eden İsmail Hakkı, resim yapmayan bir milletin hem zihnen hem de bedenlen kötürüm olduğunu dile getirmiştir. İsmail Hakkı’ya göre resim yapan çocuk; fikri ve hissi güzelliğin yanı sıra hassas parmaklara, yükselen zekaya, duygulu kalbe, kuvvetli bir azim ve iradeye de sahip olur. Bu nedenle de resim yalnızca zevki ve parmakları terbiye etmez. İsmail Hakkı, zihni açık, muhakeme etmeyi bilen, dikkatli, hassas, azimli, müteşebbis, sebatkâr olmak için resim eğitiminin önemli olduğunu aktarmıştır (İsmail Hakkı, 15 Mart 1330, 18-23).

Seri yazının 2.’sinde ise İsmail Hakkı, insanı resim yapmaya iten fitri sebeplerden söz etmiştir. Çocuğun her fırsatta faaliyet gösterdiğini, koştüğünü, oynadığını, muayene ettiğini anlatan İsmail Hakkı, üç yaşından sonra çocukların ellerine kalem aldıklarını, çizdiklerini, kağıtları yırttıklarını, kırıştırdıklarını vs. ifade eder. Bunun sebebinin toplum tarafından yaramazlık olarak görüldüğünü dile getiren İsmail Hakkı Allah’ın çocuğa bu bedeni faaliyeti sebepsiz vermediğini dile getirmiştir. Çocuktaki merak, taklit, rekabet, inşaat, tahribat vb. fitri özellikler bu faaliyetlerin sebebidir. Çocukların faaliyetleri başlıca alelade hareket etme, ses, resim ve el işleri şeklinde kendisini göstermektedir. Çocuk resmi, daha önce gördüğü, kendi üzerinde tesir bırakan bir şey üzerine çizmektedir. Çünkü resim bir akis amilidir. El, parmak ve kolların hareketi ile yapılması nedeniyle resim el, parmak ve kol terbiyesinde önemlidir. Resmin bilinerek, anlayarak yapılmasının gerekmesi onu dikkatle ele almayı gerektirir. Dolayısıyla resim dikkati de geliştirir. İdrak etmeyi gerektirir. Resim gelişigüzel çizilmez. Nasıl resim dikkatsiz çizilmezse dikkat için de kafada resmetmek gerekmektedir. Resmi bir vasıta olarak kullanmayan bir terbiye-i fikriye, akamete mahkumdur. Resim konusunda eğitim almışların, ressamların dikkatlerinin diğer insanlara göre daha kuvvetli olduğunu, ressamların diğer insanlardan daha iyi gördüğünü, eşya hakkında yüksek bir dikkate sahip olduklarını açıklayan İsmail Hakkı, resim dersleri alarak herkesin kendi derecelerine göre dikkatlerini geliştirebileceğini dile getirmiştir (İsmail Hakkı, 1 Nisan 1330, 66-73). Seri yazının 3.’sünde resmin çocuklara hangi yetileri kazandıracığı üzerine bilgi verilmiştir. İsmail Hakkı resmin eşya-yı hariciye hakkında fikir sahibi olunmasında önemli olduğunu ifade etmiştir. Eşya hakkında fikri geliştiren eşyadan alınan istihbarat ve histir. Resim yapmak çevre hakkında doğru hüküm vermeyi sağlamaktadır. Henüz kalem kullanmayı bilmeyen çocukların çevre hakkındaki bilgisi, hükmü kaba ve iptidaidir. Resim yapan çocukların bilgisi ve hükmü ise nispeten iyidir. Resmin hafıza-i eşkâl ile de münasebet vardır. Resim taklit etmek değildir. Tabiatın birtakım şekillerini incelemek, kıyaslamak için resim yapılır. Resim şekiller üzerinden hafızayı güçlendirir. Şekillerin incelenmesinin yanı sıra tekrarlanmasını sağlar. Resim yaparken görülen ile asıl olan birleşir. Bir şey hakkında intiba ne kadar çoksa o şey o kadar akılda kalmaktadır. Resim tüm bedenle yapılmaktadır. Resmi yapılan şeyler daha kolay hatırlanır. Bu nedenle resim bir şeyleri öğretebilmek için kullanılabilir yollardan biridir. Resmin insanı tahayyüle sevk edeceğini belirten İsmail Hakkı, çocuğun resim yaparken gördüğü bir şeyi, vakıayı tasvir ettiğini belirtir (İsmail Hakkı, 15 Nisan 1330, 109-117). Çocuğun hafızasının güçlenmesinde etkili olan resim çocuğu tahayyül etmeye de sevk etmektedir. Resim yaparken çocuğa önce olan bir şey taklit ettirilir, çizdirilir. Sonra da çocuğa bu madde ile bir süsleme, bezeme yaptırılır. Çocuk böylece kendi tahayyülünden yola çıkarak bir terkip yapacaktır. Terkip yaparken de muhakeme etmeyi öğrenecektir. Resim soyut olanı düşündürmek ve idrak ettirmek bakımından önem taşır. Resim tekamül ettikçe insan zekası da kemale doğru sürüklenir (İsmail Hakkı, 15 Nisan 1330, 109-117). İsmail Hakkı bu makalesinde resmin çocukların zevklerini terbiyedeki rolüne de değinmiştir. Çocukların parlak ve renkli şeylere temayülleri bulunmaktadır. Resim bu temayülleri terbiye ve idame ettirmektedir. Resim iradeyi terbiye etmektedir. İyi bir sanat eser karşısında insan ruhu haz duymaktadır. Sanat öğretmek, sanat eseri ile insanı karşı karşıya getirmek insana manevi olarak kazanımlarda bulundurmaktadır. Resim saadet verir ki bu saadet hayat için



elzendir. Resim doğrudan iradeye tesir ettiği için ahlakı terbiye etmekte, insanı sabır ve sebata alıştırmaktadır. Çünkü resim yapmak cismani ve ruhi olarak birtakım zorluklara katlanmayı gerektirmektedir. Resim yalnızca mevcut numuneyi yapmak demek değildir; mevcut olamayanı da vücuda getirmek demektir. Resim yapmak teşebbüste bulunmayı sağlar. Çünkü resim gibi teşebbüs de yenilik demektir. İsmail Hakkı'ya göre tüm bu sebeplerle çocukları/gençleri terbiye eden resim gibi bir vasıta yoktur (İsmail Hakkı, 15 Nisan 1330, 109-117).

İsmail Hakkı resim ile ilgili yazdığı seri yazının son makalesinde resmin tedrisattaki öneminden söz etmiştir. Resmin imlasız, kıraatsız, yazısız öğrenme sağladığını, akılda kalıcı, terbiyevi ve açık yazı olarak nitelendirilebileceğini belirtir. İsmail Hakkı resmin tedrisata tatbik edilmesine ilişkin İsviçre'nin Zürih şehrinde bir lisede yapılan uygulamadan söz etmiş; öğretmenin derste önce okutacağı kelimenin nesnesin verdiklerini, sonra onun resmini çizdirdiklerini, böylece görülmeyen çok şeyin fark edildiğini ve daha iyi anlamlandırma yapıldığını belirtmiştir. Tüm derslerin anlaşılması için anlatılanların çizgi ve resimle tasviri çocuk için faydalı olacaktır. İsmail Hakkı, mekteplerde sağlam bir malumat ve terbiye almak için resmin kıymetine değinmiştir (İsmail Hakkı, 1 Mayıs 1330, 167-173).

Resim yapmanın terbiyevi işlevinin yanı sıra eğitim öğretim faaliyetlerinde resim gösterilerek, hatta sinematograf ile öğretim yapılarak talebenin ilgisinin çekilebileceği ve etkin bir öğretim faaliyeti gerçekleştirilebileceği ile ilgili de dergilerde makaleler yayınlanmıştır. *Muallim* dergisinde Şakir Ahmet tarafından yazılan "Tedris Vasıtaları: Tedrisat'ta Sinematograf" adlı makale bu konuda önemlidir. Talebeye mektepte anlatılan ve kitaplarda okutulanların resimle izahının talim terbiye için mühim bir yer işgal ettiğini anlatan Şakir Ahmet, resmin öğretim faaliyetleri için diğer tekniklerden üstün yanlarına değinmiştir. Üşenmek yorulmak bilmeyen, gösterdiği şeyi en ince teferruata kadar aktaran, dikkat celbeden resim; muallimlerce de benimsenmiş, muharrirlerin de itina ile yaklaştığı bir tedris vasıtası olmuştur. Makalede Şakir Ahmet, resmin teknik olarak eksik kaldığı zamanlarda sinematografin tercih edilebileceğinden bahsetmiştir. Her yeni iptidai mektebinde sabit ışıklı resimler gösteren bir alete lüzum olduğunu, sinematografin tedrisat için benzersiz bir yardımcı vazifesini ifa ettiğini, ışıklı resim ve sinematograf ile çocuğun birçok şeyleri daha az yorularak, fakat pek ziyade eğlenerek öğreneceğini açıklayan Şakir Ahmet, çocuğun öğrendiklerinin zihninde daha kalıcı olmasında sinematografin yerini anlatmıştır. Eski usul öğretimde çok yorularak az şey öğrenen çocuk, sinematograf ile daha az yorup daha çok eğlenerek fazla bilgi edinebilecektir. Makalede Şakir Ahmet Amerika'nın tanınmış pedagoglarından muallim Leonard P. Ayres'in, talebeleri ile Edison'un eğitici filmler hazırladığı laboratuvarını ziyareti ile ilgili bilgi vermiş; bu ziyaret esnasında talebelerin şahit oldukları ve ilgilerini çeken görüntülerin uzman muallimlerce kaydedildiğini ve eğitim öğretimde yeni metotlar geliştirildiğini aktarmıştır (Şakir Ahmet, 15 Temmuz 1332, 13-14).

Makalede uzman muallimlerin sinematografin öğretimdeki olumsuz yanlarına ilişkin de bilgi verdikleri, talebenin karanlık bir odada, yalnız, sadece dikkat ve fikir içeren bir çaba ile gerçekleştirdiği öğretim faaliyetinin eksik kalabileceğini açıkladıkları kaydedilmiştir. Şakir Ahmet buna karşılık olarak kimi derslerin konusunun resim göstermekten başka bir şekilde anlatılamayacağını; Coğrafya dersinde çocuğun hiç yorulmadan ülkeleri, dağları, çölleri, ırmakları, bataklıkları, ayı, güneşi; Tarih dersinde bahsedilen devrin hayatını, binalarını, dönemin özelliklerini ve geleneklerini, adetlerini, eserlerini, asker, hükümdar, kadınlar ve çocuk tasvirlerini; Fen dersinde cisimlerin asıl maddelerini, hareketlerini, böceklerin istihalelerini, hayvan çeşitlerini, deniz hayvanlarını, bitkileri, mikropları, vücuttaki sistemleri, kanın, kemiğin yapısını, kırık, çıkık vb.nin iyileşmesini vs. sinemada göstermenin en işlevsel yol olduğunu bildirmiştir. Muallimin de gösterilen içeriklerle ilgili bilgi vermesi gerektiğini belirten Şakir Ahmet, muallimin daha evvelden görselleri incelemesi gerektiğini vurgulamıştır (Şakir Ahmed, 15 Temmuz 1332, 14-16).

İstanbul'da yalnızca birkaç mektepte sinematografin olduğundan söz eden Şakir Ahmet, mevcut sinemalardan belli gün ve saatlerde faydalanılabileceğini; merkez kazalarla kasabalarda sinema işletilmeye imkan yoksa da birer projeksiyon aleti almak veya alınması için ahaliden eğitim gönüllüsü bazı kişilerin yardımına müracaat etmenin mümkün olduğunu ifade etmiştir (Şakir Ahmed, 15 Temmuz 1332, 16-17).





Dergilerde talebelerin beden terbiyesi hakkında bilgi veren makaleler de yayınlanmıştır. *Terbiye* dergisinin ilk sayısında yayınlanan “Mekteb-i İbtidaiyede terbiye-i bedeniyye” başlıklı makalede, tabiat ve sanatın güzelliklerinden zevk almanın, maddi ve manevi güzellikleri sevmenin ve aramanın, geçimi de böyle bir güzellikle tanzim etmenin gerekliliğinden söz edilmiş; çocuklarda böylesi melikeleri; renklerin, seslerin uyum ve ahenginden doğan güzellikleri geliştirmenin memleketin uygarlaşmasındaki öneminden bahsedilmiştir. Bir kişinin ahlakı, fikri, maddi suretinin içinde bulunduğu toplumun tesiri altında olduğunu, bu tesirin de en çok çocuklukta görüldüğünü aktaran makalede, çocukluk zevk terbiyesi için de en uygun zaman olarak gösterilmiştir. Çocukların bir yere toplanarak onlara terbiye verilmesini sağlayan yerler ise mekteplerdir. Mekteplerde çocukların zevklerinin terbiyesi için hangi araçların kullanılacağı ile ilgili ise makalede şunlar ifade edilmiştir: Sanat tarihi, bediyyat dersleri vermekle çocuklar terbiye edilemez. Çocuklar mektebe başlar başlamaz temizlik, intizam ve hüsn-i tabiat konusunda eğitim vermeye başlanmalıdır. Muallimin kendisinin intizama, nezakete, hüsn-i tabiata dikkat etmesi oldukça tesirlidir. Mektep müdürleri bu konuda muallimleri, memurları kontrol altında tutmalıdırlar. Mürebbi ve muallimler bıkmadan talebeleri nazik, kibar davranmaya ve konuşmaya; temiz ve sade giyinmeye alıştırmaları gerekmektedir. Ayrıca çocuklara mekteplerde verilecek kitapların, defterlerin, kalemlerin vb. araçların dikkatle seçilmesi, çocukların fikir ve ruhuna güzellik katacak cinsten olanlarının verilmesi gerekmektedir. Yazısı bozuk, resimleri fena, kağıtları adi olan eserleri çocuklara vermemek gerekmektedir. Ciltlerin sadelik içinde, temiz olmasına ve muhafazasına dikkat edilmesi gerekmektedir. Muallimin çocukların tertip ve nizamına, güzel yazmalarına, çizmelerine dikkat etmesi gerekmektedir. Ek olarak müzelerin, şehirlerin, ibadet yerlerinin ziyareti; mektepçe yapılacak kır gezintileri eğitim için gereklidir. Mekteb-i iptidailerde okuma, resim, şarkı söyleme dersleri beden terbiyesine hizmet etmektedir. Kıymetli ve güzel hikayecikler, nesir parçaları, efsaneler, şiirler çocuklara yüksek sesle, bazen tüm talebelerin katılımıyla okutulur, tekrar ettirilir, ezberletilirler. Şarkı söyleme ve musiki derslerinde vatan sevgisi, fedakarlık, aile konularında hisler harekete geçirilebilir. Vazifesine düşkün ve maharetli bir mürebbi ahlak, tarih, coğrafya vb. derslerde, her fırsatta talebesinin zevkini saflaştırmada yardımcı olacaktır (*Terbiye*, 15 Mart 1330, 11-15).

Beden terbiyesi konusuna farklı bir bakış açısı ile yaklaşan Edhem Nejat ise *Yeni Fikir* dergisinde yayınladığı “Beden Terbiyesi - Mekteplerde Askerlik ve İsveç Jimnastiği” başlıklı makalesinde jimnastiğin sağlık açısından önemine değinmiş, ayrıca milli hislerle bağını kurmuştur. Edhem Nejat mekteplerde talebelerin en sevdiği oyunun askerlik olduğunu belirtmiştir. Bu nedenle de Türk çocuklarına armağan olmak üzere mekteplerde gösterilebilecek askerlik talimi ile İsveç usulü jimnastiğin usullerini anlatmıştır. İsveç jimnastiğinin bir fünun olduğunu bildiren Edhem Nejat, çocukların vücutlarını olgunlaştıracağını açıklamıştır. Dünyanın tüm milletlerinde beden terbiyesi için bu jimnastiğin yaptırıldığını belirten ve İsveç jimnastiği yaptırmakla İsveçli olunmayacağını, yalnızca fünundan istifade edileceğini anlatan Edhem Nejat, fünunun milleti olmadığını da sözlerine eklemiştir. Ardından da muallimlerin jimnastikle ilgili bilmesi gereken şeyleri de sıralamıştır. Edhem Nejat, jimnastik mualliminin daha çevik, kuvvetli, dinç olduğunu açıklar. Ona göre jimnastik muallimi milliyetperver olmalıdır. Her dersinde fırsat buldukça talebelere milli hisleri aşılamalıdır. Milli türküler, marşlar söylemesini bilmelidir. Talebelere bunlar eşliğinde ritm tutturmalıdır. Faydalı bir jimnastik dersi için ilk derslerde talebelere azalarının isimlerini söylemeli, yerlerini öğretmelidir. Çocuklara hattı müstakim, hattı münhani, mail, şakul, zaviye, amut yaptırtmalı/öğretmelidir. Ciğer, kalp, şeryan, siyah ve kırmızı kan damarları vb. yi talebelerine saydırtmalı, her birinin hikmetini, faydasını anlatmalıdır (Edhem Nejat, 1 Kanun-i evvel 1329, 568-572).

### 3.3. Mekteplerde Kişilerarası İlişkiler

Dersler, ders planlarındaki değişiklikler, derslerin hangi yöntem ve tekniklerle okutulabileceği dışında dergilerde ilmi, fenni ve özellikle de terbiyevi gelişim için ele alınan bir husus da mekteplerdeki talebe-talebe ve talebe ve muallim ilişkileridir. Mekteplerde cemaat ve cemiyet hayatı adı ile ele alınan bu husus iletişim süreçlerinin başarısı ve derslerden elde edilecek kazanım açısından önem taşımaktadır.

Mektepler talebelerin aile dışında sosyal ilişkilerinin başladığı ve geliştiği ortamlardır. Talebeler gerek muallimler gerekse diğer talebelerle mekteplerde bir araya gelmekte, öğretim faaliyetlerinin yanı sıra



kişilerarası boyutta iletişim de kurmaktadır. Yetişkinlik dönemlerinde kuracakları toplumsal ilişkilere temel oluşturması bakımından önem arz eden bu iletişim süreci, talebelerin derslerden elde edecekleri başarı için de kıymetlidir.

Satı Bey tarafından yazılan Terbiye mecmuasında yayınlanan “Mekteplerde cemiyet ve cemaat hayatı” başlıklı makalede, mekteplerin canlı bir hafızası olduğundan, görev yapmış eski muallimlerin sözlerinin duyulup bilindiğinden ve sonraki talebelere miras bırakıldığından bahsedilmiştir. Satı Bey'e göre mektepler muallimlerin ruhunun yaşatıldığı, talebelerin hatıralarının devam ettirildiği, geçmişten feyz alınan ortamlardır. İyi mekteplerin iyi ananelere sahip olduklarını, nizamlarının kağıt üstünde ya da dudaklar arasında değil; maddi manevi hayatta olduğunu açıklayan Satı Bey, ıslahatların da mekteplerin dahil ve manevi bünyesinde yapılması gerektiğini bildirmiştir (Satı, 14 Teşrin-i sani 1324, 188-194).

Satı Bey mekteplerin talebelere oluşan içtimai zümreleri barındırdığını da açıklamıştır. Bu zümreler mekteplerde olumlu olumsuz çeşitli faaliyetleri –tartışma, sportif, sanatsal vb. etkinliklerde bulunma, yerine getirmektedir. Yeni gelen talebeler bu zümrelerle karşılaşmakta, toplumsallaşırken bu zümrelerin etkisinde kalmaktadırlar (Satı, 14 Teşrin-i sani 1324, 188-194). Satı Bey bu canlı ortamdan faydalanılabileceğini belirtmiş; mekteplerde akran öğrenmesinin faydası üzerinde durmuş, çocukların akranlarını muallimlerden daha iyi taklit ettiklerini, adetlere ve şartlara uymada, öğrenmede akranların daha faydalı olduğunu ifade etmiştir. Muallimlerin ise ders dışında da –teneffüs veya mütalaa zamanlarında– talebelerle birlikte olması gerektiğini dile getiren Satı Bey, bunun ders başarısındaki olumlu etkisinden söz etmiştir (Satı, 14 Teşrin-i sani 1324, 188-194).

Dergilerde eğitim ve öğretimin sosyal boyutu ile ilgili talebeler arası ilişkiyi konu alan bir başka makalede ise cinslerin birleştirilmesi üzerinde durulmuştur. Vedat Nedim bu konuda Muallim dergisinde yayınladığı yazıda, cinslerin birleştirilmesi ile çocukluk döneminden başlayarak kızlar ve erkeklerin birbirlerini tanıyacaklarını, birbirlerinin tamamlayıcısı olduklarını anlayacaklarını belirtmiştir. Bunun terbiyevi faydalarının da olduğunu açıklayan Vedat Nedim, kızların ince dikkati ile aksamadan çalıştıklarını, sağlam hafızalı, taklit kabiliyetli ve lisan öğrenmede maharetli; erkeklerin kuvvetli iradeli, daha iyi inkişaf etmiş bir zekaya sahip, rekabetçi yapıları ile birlikte okudukları sınıflarda derslerin daha canlı ve hararetle işlenebileceğini açıklamıştır. Kızlar ve erkeklerin birlikte okumalarının cinsler arasındaki ayrılıkları ortadan kaldıracığı ile ilgili duyulan endişeye karşılık olarak ise Vedat Nedim, bilakis cinslerin birbirlerini tanıyacaklarını ve kabiliyetlerinin sınırlarını çizmeyi öğreneceklerini bildirmiştir (Vedat Nedim, 15 Ağustos 1334, 839-840).

Dergilerde muallim-talebe ilişkisi bakımından ele alınan ve talebenin terbiyesi açısından önemli görülen diğer bir konu ise, mekteplerde verilen cismani cezalarla ilgilidir. Darülmualiminin tatbikat mektebi müdürü İhsan tarafından yazılan “Eski mekteplerimizde cismani cezalar” başlıklı makalede, bir terbiye aracı olarak kullanılan dayığın çocuğun fiziki, fikri, ruhi sağlığı bakımından zararı üzerinde durulmuştur.

Makalede insanlığın ilk dönemlerinden itibaren çocukların bir mertebeye ulaşmaya kadar türlü dayak ve işkencelere maruz kaldıkları, Avrupa’da kralların çocuklarının dahi dayaktan nasiplerini aldıkları anlatılmıştır. ıslahatların dahi dayığı ortadan kaldırmadığından, vasıtasını değiştirdiğinden söz edilmiştir. Osmanlı mekteplerinde de dayak bir terbiye vasıtası olarak kullanılmıştır. Osmanlı Devleti’nde çok uzun yıllar dayak kullanıldıktan sonra ilk kez 3 Safer 1280 tarihinde maarif nezareti tarafından sıbyan mektebi hocalarına yönelik bir talimname yayımlandığının belirtildiği makalede, çocukların canlarını çok yakmayacak biçimde sözle ya da fiziken temasta bulunulabileceğini belirtmiştir. Dayığın büsbütün yasaklanmadığı, fena davranış ve haller için daha az şiddette uygulanabileceğinin belirtildiği talimnameye rağmen mekteplerde dayak devam etmiştir. Mekteplerde dayak atılmasını eleştiren dönemin gazeteleri sayesinde ise 1287 tarihli dahili nizamnamesinin 65. maddesinin tokat, şamar, falaka vb. dayığı yasakladığı açıklanmıştır (İhsan, 15 Mart 1330, 16-28).

Dayak çocuk terbiyesi için kullanılmaması gereken bir yöntemdir. Aksine çocuğun, mekteplerde mutlu edilmesi, güldürülmesi ruhî, fiziksel, fikri terbiye için kıymetlidir. Terbiye dergisinde yayınlanan “Çocuklarda gülmek ve güldürmek” başlıklı bir makalede, çocukların mutlu olmasında maarif-i sıhhiyenin



önemli olduğu açıklanmıştır. Makalede Amerika’da yapılan bir araştırmadan yola çıkılarak bir mektepteki birinci sınıflardan iki farklı şubedeki talebelerin sağlık ve ruh hallerinin farklılığına odaklanılmış ve bu farklılığın sebepleri üzerinde durulmuştur. Makalede her iki şubede okutulan derslerin, uyulan programın aynı olduğu; ancak daha sağlıklı, cevval ve mutlu talebelerin okuduğu şubenin muallimesinin fitraten daha şen olduğu; bu sınıfta her türlü oyunların oynandığı, çocukların bağırmaları ve gülmelerinin hoş karşılandığı belirtilmiştir. Zaman zaman şubeleri de değiştirilen talebelerin bu değişim sonucunda ruhi ve fiziksel sıhhatlerinin değiştiğine değinilmiştir (Terbiye, 15 Kanun-i evvel 1334, 201-211).

Makalede Maarif-i sıhhiye müfettişlerinin gülmenin çocukların sıhhati üzerindeki olumlu etkisinden söz ettiklerinden. şen öğretmenlerin ve validelerin çocuklarının da şen olduğundan, bu çocuklarda asabiyet görülmediğinden bahsedilmiş, bu çocukların nadiren hastalandıkları ifade edilmiştir. Mekteplerde böyle talebelerin sağlam, cevval, açık fikirli oldukları dile getirilmiştir. Bu bakımdan çocuklar karşısında şen olmak, gülmeye dikkat etmenin önemi üzerinde durulmuştur. Çocuğun kalpten ve samimi gülmesinin sıhhati için gıda ve uyku kadar değerli olduğuna, gülmenin ruha metanet ve cevvaliyet verdiğine vurgu yapılmıştır. Mutsuz olan çocuk ve gençlerin hayatın haksızlıkları ile mücadele edemeyeceklerinin, ehemmiyetsiz bir mani karşısında irkileceklerinin, mütemadiyen memnuniyetsiz yaşayacaklarının makalede altı çizilmiştir (Terbiye, 15 Kanun-i evvel 1334, 201-211).

Dergilerde gerek muallimler gerekse talebeler için eğitim öğretim faaliyetlerindeki başarıyı artırabilmek adına önerilerde bulunulmuştur. Eğitim ve öğretimdeki eksikler, uygulanan yanlışlar açık bir dille ifade edilmiş, sorunlar ortaya konmuş; ardından da ders planlarında, uygulanan yöntem ve tekniklerde, sosyal ilişkiler boyutunda çözüm odaklı bir yaklaşım sergilenmiştir. Dolayısıyla gazetecilik faaliyeti açısından dergilerin bir nevi yapıcı gazetecilik gerçekleştirdiği belirtilebilir.

### 3.4. Avrupa ve Amerika’daki Eğitim Öğretim Uygulamaları

Çalışmada dergilerde Avrupa ve Amerika’daki eğitim öğretim faaliyetleri ile ilgili de makaleler yayımlandığı tespit edilmiştir. Dönemin muallimleri, talebeleri ve ebeveynlerin pedagojik gelişmeleri karşılaştırmalı bir biçimde değerlendirebilmeleri açısından dergiler önemli bir işlevi yerine getirmişlerdir.

Amerika ve Avrupa’daki mekteplerle ilgili makalelerde bahsedilen konulardan biri kırdaki eğitim öğretim faaliyetlerinin yürütüldüğü mekteplerdir. Yeni mekteplerle ilgili çalışmanın “Eğitim ve Öğretimde Kullanılan Modern Yöntem ve Teknikler” başlıklı kısmında bilgi verilmiştir. Edhem Nejat tarafından yazılan aynı makalede Yeni Mekteplerin ilk önce Almanlar tarafından tesis edildiği, tabiatın daha iyi anlaşılmasında, ziraat, bahçe, demircilik, doğramacılık gibi el işlerinin yaptırılmasında, talebenin amili bir metotla tabiat kanunlarını öğrenmesinde kıymetli olan bu mekteplerin Avrupa’da ve Amerika’da bir yakun tuttuğundan söz edilmiştir. Makalede yeni mekteplerle ilgili en çok çalışanların İngilizler olduğu da ifade edilmiş ve İngiltere’deki uygulamalardan bilhassa bahsedilmiştir. Edhem Nejat çocukların asra uygun yetiştirilmesi isteniyorsa yeni mekteplerin Osmanlı Devleti’nde de olması gerektiğini bildirmiştir (Edhem Nejat, 15 Kânun-i evvel 1327, 4-9).

İngiltere’deki Mekteplerle ilgili yazılan diğer bir makale ise Anadolu Terbiye Mecmûsı’nda yayınlanan “İngiltere’de Mektepler” makalesidir. Bu makalede ise yeni mekteplerden farklı olarak İngiltere’deki mektepler ve toplum arasındaki münasebetler anlatılmıştır. Makalede mekteplerde talebelerin eğitimi ile ilgili dikkat çeken detay, iradenin fikir ve hislere hakimiyetini sağlayacak bir program uygulanmasıdır (Anadolu Terbiye Mecmûsı, Haziran 1338, 171).

İngiltere’deki eğitim sistemine hâkim olan bu anlayış, Avrupa’da yaygındır. Muallim dergisinde yayınlanan “Alman Maarifi” adlı makalede talebelerin iradi gelişimi için yapılan çalışmalardan bahsedilmiştir. Ahlaki öğretime ehemmiyet verildiğinin anlatıldığı makalede, ders programlarında önce Almanca tarih derslerine, sonra hesap hikmet derslerine yer verildiği belirtilmiştir. Derslerde bireysel bilinç ile toplum arasında bağ kurmak önemsenmiştir. Çocukların 6 yaşını ikmal ettikten itibaren mekteplerde öğrenim görmeye başladığı Alman maarif sisteminde, haklar dahilinde günlük 4-7 saat ders görülmekte, her sene 12 hafta tatil edilmektedir. Tatil esnasında çocuğun ebeveynin terbiyesi altında bulunması önemsenmektedir. Maarif sisteminde Almanya’ya özel olarak ana mekteplerin olduğu makalede belirtilmiştir. Fransızlar ve İngilizler,



Almanlardan etkilenecek kendi ülkelerinde ana mektepleri kurmuşlardır (Muallim, 15 Teşrin-i sani 1333, 577-580). Çocukların talim ve terbiyesi ana mekteplerde 3-6 yaşlarında verilmektedir. Ahlaki ve iradi terbiyeye büyük önem verilen Alman mektepleri, diğer ülkeler için örnek teşkil etmektedir.

Makalelerde Avrupa'daki beden terbiyesi üzerine de bilgilendirme yapılmış, Osmanlı devletindeki eksiklerden söz edilmiştir. Edhem Nejat tarafından Yeni Fikir dergisinde yayınlanan “Terbiye-i Bedeniyye Nasıl Ehemmiyet Veriyorlar! Bizde, Avrupa’da” başlıklı makalede öncelikle jimnastik ve oyunun çocuk eğitimindeki öneminden söz edilmiş, Osmanlı Devleti’nde kimi mekteplerde bunların değerinin anlaşılmadığından yakınılmıştır. Ayrıca mekteplerin gerek buldukları mahal, gerekse fizikî ve teknik imkânlar bakımından yetersizliklerinden bahsedilmiştir. Makalede bahçenin çocukları şımartacağı ve arsız edeceği düşüncesi ile istenmediği açıklanmıştır. Hatta tembelliğin de bahçede eğitimin istenmemesine etki ettiği belirtilmiştir; çünkü çocukları sınıflarda zapdetmek daha kolaydır. Edhem Nejat Doktor Feri Bey’den bir alıntı yaparak “Çocuk, mektep ve muallim için değildir; muallim ve mektep çocuk içindir.” ilkesinin benimsenmesi gerektiğini belirtmiştir. Edhem Nejat, terbiye-i bedeniyyenin de öneminden söz etmiş; Avrupa’da bu konuya ehemmiyet verilirken, hakkında kongreler düzenlenirken; Osmanlı Devleti’ndeki eksiklerden söz etmiştir. Avrupa’daki kongrelerde jimnastiğin, mekteplerdeki fiziksel imkânların düzeltilmesinin– her mektepte duş, banyo bulunması vb.– çocuk oyunlarının müfredata eklenmesinin, mektep müsabakaları yapılmasının öneminden söz etmiş, böylece çocukların asabiyetinin önüne geçileceğini açıklamıştır. Osmanlı Devleti’nde bu tür uygulamaların olmamasının çocuğun fiziksel ve ruhsal sağlığını geliştirmenin önüne geçtiğini vurgulamıştır (Edhem Nejat, 15 Şubat 1327, 70-74).

Avrupa’ya münhasır uygulamaların Osmanlı Devleti’ndeki eksikliği ve bu eksiklerin çocukların gelişimindeki olumsuz etkilerinin ele alındığı bu makaleler dışında dergilerde Amerika’daki eğitim öğretim faaliyetleri de ele alınmıştır.

Ali Enver Yeni Fikir dergisinde yazdığı “Amerika Mektepleri” başlıklı makalesinde, Amerika’daki mekteplerle ilgili teknik bilgi vermiştir. Makalede bu mekteplerde kız ve erkek çocukların eğitimindeki nizamından, mekteplerin temizliğinden bahsedilir. Çocuk mekteplerinde muallimlerin daha çok kadınlar olduğu belirtilmiştir. Çocuklar hanımların idaresi altında, bir valide şefkati ile terbiye edilmektedirler. En alt düzeydeki iptidai mekteplerde dahi jimnastikhane ve teneffüshane bulunmaktadır. Amerika mekteplerinde disiplin gayet serbesttir. Terbiyeyi diniyeye ehemmiyet verilmektedir. Makalede Amerika’daki gece mekteplerinden de söz edilir. (Osmanlı devletindeki İttihad ve Terakki kulüplerinin açtığı bu tür mektepler olduğundan da söz edilir. ) Gece mekteplerinin belediyenin malı olduğu ve nasıl işleyiş gösterdiği hakkında bilgi verilmiştir. Eğitimin İngilizce, Fransızca, Almanca verildiği mekteplerde hususi, zorunlu kurallar konulduğu; öğrencilerin tüm ihtiyaçlarının mektepte karşılandığı bu mekteplerde; ayrı ayrı sınıflar oluşturularak sıhhatine uygun araçlarla eğitim verildiği kaydedilmiştir (Ali Enver, 15 Kânun-i evvel 1327, 20-26).

Aybey tarafından yazılan “Amerikalılar Nasıl Öğretirler” başlıklı makalede ise, mekteplerdeki öğretim yöntem ve tekniklerinden söz edilmiştir. Amerikalıların yaptıkları işi tecrübelerden faydalanarak gerçekleştirdiklerini, ürettikleri şeylerin derin düşüncelerin ürünü olduğunu bildiren Aybey; sonuçlarını öngörerek iş yapmaları nedeniyle büyük ilerlemeler kaydettiklerini belirtmiştir. Bu anlayışın derslere nasıl entegre edildiği ile ilgili ise bir örnek üzerinden açıklama yapmıştır: Aybey, ormanların ziraat, ticaret, sanayi, sıhhat üzerine tesirinin büyük olduğunu belirtmiş; bu tesirlerin küçük büyük herkese bildirilmesi gerektiğini anlatmıştır. Aybey’e göre bunun için sadece derslerin ve konferansların verilmesi yetmez. Amerikalılar çocuklara ormanların önemini anlatmak için fenni bir oyuncaktan faydalanmaktadırlar. Ormanların, doğanın tahrip edilmesi sonucu ortaya çıkabilecek olumsuz durumları anlatmak için fenni oyuncakların sınıfta ortaya çıkarıldığını belirten Aybey, ağaçlı ve ağaçsız arazide toprağın ve tarlaların sulanması ile ilgili bu oyuncaktan faydalanılarak çocukların bilgilendirildiğini ifade etmiştir. Böyle fenni oyuncakların kolaylıkla yapılabileceğini açıklayan Aybey, Osmanlı mekteplerinde de kullanılacak bu oyuncaklarla çocukların daha etkili bir biçimde eğitilebileceğini dile getirmiştir (Aybey, 1 Haziran 1329, 390-392).



**Resim 5.** Ormanların faydasını anlatmak için kullanılan fenni oyuncak

Makalelerde Osmanlı Devleti'nde eğitim öğretim faaliyetlerinde bulunan yabancı mektepler hakkında da bilgi verilmiştir. Muallim dergisinde “Türkiye’de Rum Mektepleri I ve II” başlıkları ile yayımlanan makalelerde, enva’ ve teşkilatlanma bakımından Yunan mektepleri ile aynı olan Osmanlı Devleti’ndeki Rum mekteplerinin yalnızca sıbyanlar için olanının Fransızlardan örnek alınarak teşekkül ettirildiğinden söz edilmiştir. Sıbyan mekteplerinin 3-7 yaş arası kız ve erkek çocuklara eğitim verdiği, çocukların biraz okuma yazma ve çoğunlukla oyun, şarkı söyleme/öğrenme, el işi yapma ile vakit geçirdikleri anlatılmıştır. Sıbyan mektepleri dışında İstanbul, Edirne, Selanik, İzmir’de rüştiyelerin, darülmualimlerin de bulunduğu bahsedilen makalede; İstanbul’daki Zapyon adlı mektebin mükemmeliyeti ele alınmış, bu mektepte ve kimi idadilerde pedagoji derslerinin verildiği açıklanmıştır. İstanbul’daki Zoğrafyon adındaki mektep hakkında da bilgi içeren makalede, bu mektepte Latince yerine Fransızca, riyaziyat ve usul okutulduğu ifade edilmiştir. İsteyenlere de geceleri Almance ve İngilizce ticaret derslerinin gösterildiği bildirilmiştir. Heybeliada’da açılan Rum ticaret mektebi ile ilgili açıklamaların da yapıldığı makalede, bu mekteplerde idadi bir şubenin olduğu, pedagojik bilgi içeren derslerin de verilebildiği aktarılmıştır (Muallim, 15 Kanun-i evvel 1332, 168-169).

Yabancı mektepler hakkında yazılan bu makale ile Osmanlı Devleti’nde eğitim öğretimde farklı uygulamaların yapıldığı mekteplerin olduğu görülmektedir. Gerek yabancı ülkelerdeki, gerekse Osmanlı Devleti’ndeki yabancı mekteplerdeki uygulamalar hakkında bilgi veren bu makaleler, karşılaştırmalı bir değerlendirme yapmayı mümkün kılmaktadır. Bilhassa Osmanlı Devleti’ndeki maarif sistemindeki eksiklerin giderilmesi, ders planlarının dönemine uygun güncellenmesi, yeni yöntem ve tekniklerin derslerde tatbik edilmesi ve modern tekniklerle bezenmiş içeriklerin talebelerin yüksek istifadesine sunulması dönemin aydınlarının ve mektep adamlarının gayelerindedir. Millet, vatanın atisini çocuk ve gençlerin bilgisel donanımında ve terbiyevi gelişiminde gören aydın ve mektep adamları yalnızca sorunları ele alarak değil; çözüm önerileri de geliştirdikleri makaleleriyle yeni nesli geliştirme çalışmalarına katkıda bulunmuşlardır.

#### 4. Sonuç

Osmanlı Devleti’nde Tanzimat Döneminde başlayan, II. Meşrutiyet döneminde hız kazanan eğitimde modernleşme hareketleri, milletin atisi için bir çare olarak görülmüştür. II. Meşrutiyet döneminde devletin bekasını tehdit eden olayların yaşanması, eğitimdeki modernleşme sürecini de etkilemiştir. Bu dönemde eğitim ve öğretimde içerik olarak milli bir model oluşturulmak istenmiştir. Bununla birlikte eğitim sistemi açısından batıdaki gelişmeler önemli bulunmuş, ders planları ve eğitim öğretimde kullandıkları yöntem ve teknikler takip edilmiş, Batıdaki pedagoğların fikirlerini içeren eserler tercüme edilmiştir.

II. Meşrutiyet döneminde çıkarılan kimi dergilerle pedagojik meseleler hakkında gerek muallimleri, gerekse talebeleri bilgilendiren içerikler yayınlanmıştır. Bu çalışmada eğitim ve öğretimdeki modernleşme süreci literatür taranarak aktarılmış, ardından da dönemin eğitim öğretim faaliyetlerindeki değişim, çocuk ve gençlerin terbiyesi ile ilgili yayın yapan Yeni Fikir, Muallim, Terbiye ve Anadolu Terbiye Mecmuası



üzerine bir inceleme gerçekleştirilmiştir. Dergilerde mektep-toplum ilişkisi, toplumsal sorunların mekteplerde ele alınması konusunda yaşanan eksikler, toplumun savaş sonrası yaşadığı sorunlar ve mekteplerin bu sorunların halli için nasıl faydalı olabileceği, milli terbiye ve eğitim anlayışı, kadınların/kızların toplumsal rolü ve mekteplerde kızların eğitimi vs. ele alınan konular arasındadır.

Çalışmada ana konuyu teşkil eden pedagoji ile ilgili dergilerde neşredilen makaleler dört başlık altında tasnif edilmiştir. Bu başlıklardan ilki “Eğitim ve Öğretim faaliyetleri Üzerine Tartışmalar”dır. Bu başlık altında dergilerde eğitim öğretim faaliyetlerinde yapılan/yapılması beklenen inkılaplarla ilgili dönemin aydın ve mektep adamlarının görüşleri tartışılmıştır. Aydınların/mektep adamlarının ders planlarının ve eğitim öğretim tekniklerinin değiştirilmesi ile eğitim sisteminin ezberci yapısının değiştirilebileceği, nicelikten çok nitelikli eğitime önem verilebileceği, ilim/fikir adamlarının yetiştirilebileceği, memleketin sorunlarının talebelere öğretilerebileceği ve üstesinden gelinebileceği açıklanmıştır. Maarif vekaletinin bu değişikliklerle ilgili harekete geçtiğinin belirtildiği makalelerde bir uzman heyetin oluşturulduğu, Avrupa’daki eğitim sistemi örnek alınarak ameli hayatta işe yaramayacak kimi derslerin ders müfredatlarından çıkarıldığı ve eğitim öğretim hayatında Edebiyat ve fünun olarak şubeleşmeye gidildiği aktarılmıştır. Avrupa’daki usullerin mekteplere tatbiki de tartışma konusu olmuş, aydınlar Avrupa eğitim sisteminin direkt tatbikinin, taklidinin değil de mülhaza ve inceleme yapılarak örnek alınması gerektiğinin önemi üzerine durmuşlardır. Bu bakımdan milli terbiye anlayışı aydınlar arasında ön plana çıkmıştır.

Çalışmada “Eğitim ve Öğretimde Kullanılan Modern Yöntem ve Teknikler” başlığı altında, çocuk ve gençlerin fikri, ruhi, fiziksel terbiyesi için getirilen önerilerden söz edilmiştir. Bu öneriler Avrupa ve Amerika’daki kırdaki kurulan ve talebelerin tabiatla iç içe öğrenmelerini sağlayan yeni mektepler ve bu mekteplerin benzerlerinin memlekette de tesis edilmesi, muallimlerin ders planlarında yapmaları gereken değişimlerle ilgilidir. Ders planlarındaki değişim dersin okutulacağı sınıfın, maksadının, kullanılacak araç ve gereçlerin, ele alınacak konuların yazılı olarak planlama yapılması ile ilgilidir. Makalelerde ders planlarında yapılacak değişimle muallimin verdiği dersler arasında mukayese yapabilmesinin, aynı dersi başka dönemlerde vereceği zaman zorluk çekmemesinin; yeni gelen muallimlerin bu notlardan faydalanmasının sağlanabileceği üzerinde durulmuştur. Ayrıca bu kısımda ziraat, eşya, musiki, Fransızca, jimnastik, resim, el işi dersleri hakkında yayınlanan makalelerdeki, çocuk/gençlerin terbiyesine bu derslerin yapacağı katkılardan da bahsedilmiştir. Derslerin talebelerin tatbikat yapmalarını sağlamaları, deney ve tecrübe ilişkisine olumlu etkileri, ayrıca ahlaki saflaştırmaları, zevkleri terbiye etmeleri, müteşebbis olmayı sağlamaları, idraki ve dikkati artırmaları, bedeni geliştirmeleri, öğrenmeyi kolaylaştırmaları, huzur ve mutluluk getirmeleri dolayısıyla ders müfredatlarına girmelerinin gerektiğine vurgu yapılmıştır. Sinematografin eğitim öğretim faaliyetlerinde kullanılabilir bir araç olduğuna da değinilen dergilerde, bu aracın öğrenmeyi kolaylaştıran yönlerine değinilmiştir.

Çalışmada eğitim öğretimin sosyal boyutu mekteplerdeki kişilerarası iletişim süreçlerinden ve bu süreçlerdeki değişimden yola çıkılarak aktarılmıştır. Dönemin aydınları ve mektep adamları talebe-talebe ve talebe-muallim ilişkilerini, mekteplerde akran öğrenmesinin kıymetini, cinslerin sınıflarda birleştirilmelerini ve birbirlerinin farklılıklarını, kabiliyetlerini erkenden tanımalarının önemini, dayanın bir ceza ve eğitim biçimi olmaktan çıkarılması gerektiğini, çocukları güldürmenin, muallimin şen olmasının çocuk beden, fikir ve ruh sağlığı açısından değerini makalelerinde ele almışlardır.

Makalelerde Avrupa ve Amerika’daki eğitim öğretim uygulamaları da eğitim öğretimde içerik, yöntem ve teknikler bakımından anlatılmıştır. Ayrıca Osmanlı Devletindeki yabancı mekteplerdeki uygulamalar da ele alınmıştır. Böylece karşılaştırmalı bir değerlendirme yapmak mümkün kılınmıştır.

Çalışmada incelenen Yeni Fikir, Muallim, Terbiye ve Anadolu Terbiye Mecmuası Osmanlı Devleti’nde II. Meşrutiyet Dönemi’nde pedagoji üzerine yayın yapmış ender dergiler arasındadırlar. Tahlil edildiği üzere, yayın politikaları sorunları ele almanın yanı sıra bu sorunlara çözüm önerileri de getirmeleri bakımından yapıcı gazetecilik ile uyumludur. Dönemin önde gelen aydın ve mektep adamlarının fikirlerini yansıtmaları bakımından da ayrıca değerlidirler. Bilhassa Milli terbiyeye, eğitime yönelim konusuna odaklanan içerikler dikkat çekmektedir. Bunlarla beraber dergilerin pedagoji konusunda yayınladıkları içerikler, özellikle ders planları ve derslerin işleniş biçimleri hakkında neşredilen makaleler, niceliksel olarak yetersizdir. Yeni



eğitim ve öğretim tekniklerine ve ilişkilerine odaklanan makale sayısı az olmakla birlikte bu makaleler özgün içeriklere de sahip değildirlir. Makalelerde daha çok Avrupa'daki usul ve uygulamalar anlatılmıştır. Bu eksiklerle birlikte içinde bulunulan dönemin siyasi, toplumsal zor şartları altında bu dergilerin eğitim ve öğretim faaliyetlerine yaptıkları katkı ise kıymetlidir.

## Kaynakça

- “Alman Maarifi”. *Muallim*. 577-580, 15 Teşrin-i sani 1333.
- “Çocuklarda gülmek ve güldürmek”. *Terbiye*. 201-211, 15 Kanun-i evvel 1334.
- “Eşya Dersleri”. *Anadolu Terbiye Mecmuası*. 165, Haziran 1338.
- “İngiltere’de Mektepler”. *Anadolu Terbiye Mecmuası*. 171, Haziran 1338.
- “Mekteb-i İbtidaiyede terbiye-i bedeniyye”. *Terbiye*. 11-15, 15 Mart 1330.
- “Takdirlere Layık Bir Teşebbüs Milli ve Amili Bir Mektep Kırdı Terbiye Mektebi”. *Yeni Fikir*. 254-257, Şubat 1328.
- “Tedris Vasıtaları 2: Mekatib-i İbtidaiyyede Ders Planı ve Faydaları”. *Muallim*. 49-52, 15 Ağustos 1332.
- “Türkiye’de Rum Mektepleri II”. *Muallim*. 168-169, 15 Kanun-i evvel 1332.
- A. Ferid. “Manastır Darülmualimininde Ziraat Dersleri Nasıl Okunuyor?”. *Yeni Fikir*. 167-172, 15 Mayıs 1328.
- Ali Enver. “Amerika Mektepleri”. *Yeni Fikir*. 20-26, 15 Kânun-i evvel 1327.
- Arslan, Ümmü Gülsüm-Orhon, Günseli. “Osmanlı Yenileşme Hareketleri Dönemi Çocuk Eğitimi”. *Instructional Technology and Lifelong Learning*. 1(2)/245-280, 2020.
- Aybey. “Amerikalılar Nasıl Öğretirler”. *Yeni Fikir*. 390-392, 1 Haziran 1329.
- Berkes, Niyazi. *Türkiye’de çağdaşlaşma*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2012.
- Edhem Nejat. “Beden Terbiyesi - Mekteplerde Askerlik ve İsveç Jimnastiği”. *Yeni Fikir*. 568-572, 1 Kanun-i evvel 1329.
- Edhem Nejat. “Terbiye ve Musiki”. *Yeni Fikir*. 491-495, Teşrin-i Evvel 329.
- Edhem Nejat. “Terbiye-i Bedeniyyeye Nasıl Ehemmiyet Veriyorlar! Bizde, Avrupa’da”. *Yeni Fikir*. 70-74, 15 Şubat 1327.
- Edhem Nejat. “Yeni mektepler”. *Yeni Fikir*. 4-9, 15 Kânunuevvel 1327.
- Ergin, Orhan. *Türk Maarif Tarihi Cilt: 3-4*. İstanbul: Eser Matbaası, 1977.
- Feridun Vecdi. “Ne yetiştirmek İstiyoruz”. *Anadolu Terbiye Mecmuası*. 171-173, Haziran 1338.
- H.T. “Maarifte İnkılap”. *Anadolu Terbiye Mecmuası*. 22, Kanun-i sani 1338.
- İhsan. “Eski mekteplerimizde cismani cezalar”. *Terbiye*. 16-28, 15 Mart 1330.
- İsmail Hakkı. “Resmin talim ve terbiye ile münasebeti”. *Terbiye*. 18-23, 15 Mart 1330.
- İsmail Hakkı. “Resmin talim ve terbiye ile münasebeti”. *Terbiye*. 66-73. 1 Nisan 1330.
- İsmail Hakkı. “Resmin talim ve terbiye ile münasebeti”. *Terbiye*. 109-117, 15 Nisan 1330.
- İsmail Hakkı. “Resmin talim ve terbiye ile münasebeti”. *Terbiye*. 167-173, 1 Mayıs 1330.
- İsmail Hakkı. “Terbiyede İnkılâb”. *Yeni Fikir*. 361-366, 1 Haziran 1329.
- İsmail Hakkı. “Terbiyede İnkılap Lazım”. *Yeni Fikir*. 361-366, 1 Haziran 1329.



Mehmet Emin. “Musiki ve Mekteplerimiz”. *Muallim*. 540-541, 15 Teşrin-i evvel 1333.

Necmettin Sadık. “Terbiye ve maarif meseleleri etrafında iktibas ve tenkid”. *Terbiye*. 33-40, 15 Mart 1330.

Satı Bey. “Mekteplerde cemiyet ve cemaat hayatı”. *Terbiye*. 188-194, 14 Teşrin-i sani 1324.

Şakir Ahmet. “Tedris Vasıtaları: Tedrisat’ta Sinematograf”. *Muallim*. 13-17, 15 Temmuz 1332.

Vedat Nedim. “Mekteplerde Cinslerin Birleştirilmesi”. *Muallim*. 839-840, 15 Ağustos 1334.

Ziya Gökalp. “Maarif Meselesi II”. *Muallim*. 1 Temmuz 1333, 353-354.





## Sosyal Medya ve Dijital Diaspora: Libya’da Yaşayan Türkler Üzerine Nitel Bir Araştırma

### Social Media and Digital Diaspora: A Qualitative Research on Turks Living in Libya

Ayşe Amine Tuğ Kızıltoprak<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi İletişim Fakültesi, Ankara, Türkiye.  
aakiziltoprak@aybu.edu.tr  
ORCID: 0000-0002-4929-4391

#### MAKALE BİLGİSİ

*Makale Geçmişi:*

Başvuru tarihi: 07.11.2024

Düzeltilme tarihi: 16.11.2024

Kabul tarihi: 20.11.2024

*Anahtar Kelimeler:*

*Dijital Diaspora,*

*Sosyal Medya,*

*Libya,*

*Türk.*

#### ÖZ

Diaspora, farklı nedenlerden dolayı ana vatanlarından ayrılmak zorunda kalan toplulukları ifade etmek için kullanılmaktadır. Diasporik topluluklar olarak da adlandırılan bu topluluklar, teknolojinin ve beraberinde sanal/dijital alanların insan hayatına girmesi ile birlikte sosyal paylaşım ağları başta olmak üzere sanal/dijital ortamları yoğun şekilde kullanmaya başlamışlardır. Bu dijital diasporik topluluklar, ana vatani ile bağ kurmak, duygu ve düşüncelerini ifade etmek, kimlik deneyimlerini güçlendirmek, topluluktaki bireylerle iletişime ve etkileşime geçmek, anavatan özlemini gidermek gibi amaçlarla sosyal paylaşım ağlarını özellikle de Facebook’u sıklıkla kullanmakta ve burada oluşturulan gruplara dahil olmaktadır. Bu noktadan hareketle yapılan çalışmada, Libya’da yaşayan Türklerin oluşturmuş olduğu “Libya’da yaşayan Türkler” adlı Facebook grubunun paylaşımları incelenmiştir. Araştırmada, Libya’da yaşayan Türklerin yer aldığı Facebook grubunun paylaşımlarında hangi kodların öne çıktığını tespit etmek amaçlanmaktadır. Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın evreni, Facebook’ta Türklerin oluşturmuş olduğu gruplar ve bu gruplarda yer alan paylaşımlardır. Amaçlı örnekleme yöntemi ile seçilen “Libya’da yaşayan Türkler” adlı Facebook hesabında yapılan paylaşımlar ise araştırmanın örneklemini temsil etmektedir. Örneklem sayısı belirlenirken, araştırma verilerinin doygunluğa ulaşması hasebiyle 1 Temmuz 2024 ile 31 Temmuz 2024 tarihleri arasında yapılan paylaşımlar araştırmaya dahil edilmiştir. Araştırma verilerini analiz etmek için içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Araştırma verilerinin analizinden elde edilen sonuçlara göre, Libya’da yaşayan Türkler için Facebook dolayısıyla da sosyal medya, hem Libya’daki Türklerle hem de ana vatandaki Türklerle iletişim ve etkileşim kurma açısından önemli bir rol oynamaktadır. Libya’da yaşayan Türklerin Facebook hesabında, Türkiye Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, dini paylaşımlar, bayrak, Türk askeri, ticari ürün tanıtımları, uluslararası siyaset, Azerbaycan ve Türkiye’de gündem olan haberler öne çıkmaktadır.

#### ARTICLE INFO

*Article history:*

Received: 07.11.2024

Received in revised form: 16.11.2024

Accepted: 20.11.2024

*Keywords:*

*Dijital Diaspora,*

*Social Media,*

*Libya,*

*Turkish.*

#### ABSTRACT

The term diaspora commonly refers to communities that have relocated from their homeland due to various socio-economic, political, or cultural reasons. These communities, also called diasporic communities, have begun to intensively use virtual / digital environments, especially social sharing networks, with the introduction of technology and virtual / digital spaces into human life. These digital diasporic communities frequently use social networking sites, especially Facebook, and join groups created there for purposes such as establishing a bond with their homeland, expressing their feelings and thoughts, strengthening their identity experiences, communicating and interacting with individuals in the community, and satisfying their longing for their homeland. Based on this point, in the study, the posts of the Facebook group called "Turks living in Libya", created by Turks living in Libya, were examined. The research aims to determine which codes stand out in the posts of the Facebook group consisting of Turks living in Libya. Qualitative research method was used in the research. The population of the research is the groups created by Turks on Facebook and the posts in these groups. The posts made on the Facebook account named "Turks living in Libya", selected with the purposeful sampling method, represent the sample of the research. While determining the sample number, posts made between July 1, 2024 and July 31, 2024 were included in the research as the research data reached saturation. Content analysis technique was used to analyze the research data. The findings reveal that Facebook serves as a vital platform for Turks living in Libya to maintain connections with both their local and homeland communities. On the Facebook accounts

\* DOI: 10.46442/intjcss.1581249

\*\* Sorumlu yazar: Ayşe Amine Tuğ Kızıltoprak, aakiziltoprak@aybu.edu.tr

of Turks living in Libya, Turkish President Recep Tayyip Erdogan, religious posts, flag, Turkish military, commercial product promotions, international politics, and current news in Azerbaijan and Türkiye come to the fore.

---

### Atıf Bilgisi / Reference Information

Kızıltoprak, A.,A.,T. (2024). Sosyal Medya ve Dijital Diaspora: Libya'da Yaşayan Türkler Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 10(2), s.123-134.

## 1. Giriş

2. Dünya savaşının ardından 1950'li yıllar, dijital sanayinin gelişmesiyle birlikte üçüncü sanayi devriminin ayak seslerinin duyulmaya başlandığı yıllar olarak kabul edilmektedir. Dijital devrim olarak da ifade edilen bu dönemde süper bilgisayarların yardımıyla iletişim teknolojilerinin geliştiği ve yaygınlaştığı görülmüştür. Hızlı şekilde gelişip yayılan bu yeni sanal dolaşım alanları insan yaşamını etkileyerek alışkanlıkları değiştirmiş, bireysel olarak insanı interaktif hale getirip, geleneksel kitle iletişim araçlarının yerini almıştır.

İnternet her yaş, cinsiyet, eğitim seviyesi ve kültürden insanın buluşarak etkileşimde bulunduğu, mekan zorunluluğu olmadan ve somut olarak yüz yüze gelmeden sosyal ağ ve gruplar kurabildiği teknolojik bir araçtır. İnsanoğluna sınırsız iletişim özgürlüğü sunan internet, günümüzün enformasyon ve iletişim çağının en önemli aracı haline almıştır.

İnternetin kıza zamanda hızla hayatımızda yerini almasını takiben 2000'li yıllarla birlikte tüm dünyada yayılmaya başlayan sosyal medya olgusu insanların yaşam pratiklerinin bir parça haline gelmiştir. Sosyal medya ağlarına katılımın kolaylığı ve malî bir külfet getirmemesi nedeniyle çok kısa sürede üye sayısının arttığı görülmüştür. Üye olunduktan sonra internetin bağlı olduğu herhangi bir teknolojik cihazdan kolayca erişiminin olması bu ağlara olan ilgiyi kısa sürede arttırmıştır. Siyaset, kültür ve eğitim alanlarında bireylerin fikir ve değerlerine dokunabilen sosyal medya, aynı zamanda kişilerin bu ağlara bağımlı olmalarına da neden olmaktadır. Sosyal medya sayesinde bireyler, günlük hayatta birbirleriyle sözcükler, bakışlar ve seslerle kurdukları iletişimi artık teknoloji sayesinde klavye ile iletilen kelimeler, ses ve görüntü dosyaları ile hızlı ve masrafsız şekilde yapabilmektedirler. Bu şekilde hayattaki yaşanmışlıklarını ve tecrübelerini diğer bireylere sosyal medya vasıtasıyla aktarmaktadırlar.

21.yüzyıl ile beraber teknolojik gelişmelerin hızlı bir şekilde gelişmesiyle bireyler artık ortaya çıkan yeni toplanma noktaları haline gelen sanal oluşumlarda çevrimiçi ya da çevrim dışı olarak bir araya gelmektedirler. İşte bu gruplardan biri de dijital mecrada kurulmuş olan diasporik topluluklardır. Buradaki kişiler mensup oldukları ülke ile alakalı kişiler, gruplar veya şirketlerle irtibat kurabilmek için bu dijital diasporik ağlarda toplanmaktadırlar.

Bu çalışmada iletişim teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak dijital diaporanın diaspora kavramına etkisi incelenecektir. Bu bağlamda dijital diasporaya katılan kişilerin paylaşımları üzerinden yapılmış olan bu çalışmada, katılımcıların yaptığı paylaşımlar, paylaşım biçimleri, paylaşımların kategorisi, paylaşımların içeriği ve paylaşılan kavramlar incelenmeye çalışılmıştır.

## 2. Literatür Taraması

### 2.1. Sosyal Medya

İletişim insanlık tarihi boyunca gelişme içerisinde olmuş ve insan hayatının vazgeçilmezi olarak hayatı şekillendirmeye başlamıştır. İletişim, günün getirdiği teknolojik gelişmelerin ışığında toplumların daha da çağdaş olmaları yolundaki etkisini devam ettirmektedir. (Gönenç, 2007:87).

20. yüzyılın ikinci yarısından sonra yaygın şekilde kullanılan kitle iletişim araçları sayesinde paylaşılan bilgi hızı son derece artmıştır. Böylece enformatik toplum kavramı bu dönemde dile getirilmeye başlanmıştır. Sonraki yüzyılda artan teknolojik yenilikler ve özellikle internetin yaygınlaşması iletişimin daha sanal bir düzeye evrilmesine sebep olmuştur. İşte bu noktada sosyal medya kavramının artık gelişmiş olduğunu, günlük hayatın olmazsa olmaz bir unsuru haline geldiğini ve bireysel kullanımın haricinde kurumlar, devletler tarafından da kullanıldığını görmekteyiz. İnternetin günlük yaşamdaki kullanımının son yıllarda dramatik bir şekilde arttığı ve bu gelişmelerin araştırmacıların sosyal medyanın sosyal gerçeklikleri nasıl değiştirdiğine olan merakını da arttırdığı gözlemlenmektedir. (McGregor & Siegel,2013: s.2; Korkmaz ve Büyük, 2019: 38).

Her ne kadar sosyal medya gerçek hayatla birebir aynı olmasa da, artık hayatımızda yerini almıştır. Sosyal medyanın çevrim içi ve çevrim dışı kullanılabilmesi, bireylerin yaşamlarındaki güncel gelişmeleri anlık olarak diğer bireylere iletmelerine imkan vermektedir. Artık iletişimin birey, toplum ve kuruluşlar arasında sosyal medya yoluyla farklı bir boyuta geçtiği günümüzde, sosyal medyanın insanlara çok sayıda farklı alanda imkan sunduğu ortadadır. Sosyal medya eğitim, alışveriş ve hobi konularında bireylere kolaylık sağlamaktadır. Özellikle pazarlama alanında etkin ve doğru stratejiler kullanıldığında geniş kitlelere ulaşım sağlanarak ticari faaliyetler canlandırılabilir.

Toplumun her kesiminin hayatında önemli yeri olan sosyal medya özellikle doğdukları andan itibaren teknolojiyle hemhal olan z kuşağının dijital sosyal hayat da denilebilecek bir ortamda sosyalleştikleri görülmektedir. Sunduğu kolaylıklar bakımından olumlu özelliklere sahip olsa da, kullanım sürelerinin uzaması nedeniyle bir bağımlılığa dönüşebilen sosyal medya ortamları zaman zaman olumsuz durumlara da neden olabilmektedir.

Jean Baudrillard, sosyal medya henüz yaygın şekilde kullanılmıyorken gerçeklik kuralına dikkat çekmiş ve gerçeklikten uzaklaşan toplumsal yaşamın sanal bir yaşama evrilebileceğinin sinyallerini vermiştir (Baudrillard,2014:115). Kaplan ve Haenlein'a göre sosyal medya kullanıcıları içerik oluşturan, bunu yayan kişidir ve böylelikle sosyal medya canlılık kazanmaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2010: 62). Sosyal medyada yer alan sosyal ağ sitelerine ve bloglara bireyler kolaylıkla dahil olabilmekte ve yönetici rolünü üstlenerek pek çok olguyu bir araya toplayabilmektedir (Güzel, 2020:94-96).

Fuchs'a göre ise bir sosyal ağda birey kendi arkadaş listesini oluşturup bunu profilinde sergileyebilmekte ve içerisinde farklı bilgi alanları, medya ve iletişim teknolojilerini kapsayan web tabanlı platformlarda içerik üretebilmektedir (Fuchs, 2011: 141). Kaskinan ve Saarima ise sosyal medyayı "İnternet ağında kayıtlı kullanıcının her türlü düşünce, bakış açısı, yaşam pratiği ve tecrübelerini paylaşmak amacıyla resim, ses, video ve değişik türde paylaşım yapabildikleri, çevrimiçi kullanılabilen teknolojilerin birleşimidir." Olarak ifade etmişlerdir (Aydoğan ve Akyüz, 2010:94).

1960'larda Marshall McLuhan yaşanacak teknolojik yenilikler sayesinde global bir köye dönüşecek olan dünyayı o günlerde dile getirmiştir. "Global Köy" olarak ifade ettiği dönüşüm, internetin bulunarak kısa sürede yaygınlaşmasıyla kendini göstermiştir. Bu nedenle yeni medya alanında çalışan bilim insanlarının McLuhan'ı dijital çağın kaşifi olarak adlandırması anlaşılır olmaktadır (McLuhan,1962: 31).

Kitle iletişim araçları gelişim serüveninin ilk aktörleri olan yazılı medya, radyo ve televizyonun tüm işlevlerini üstlenen ve kullanıcının başka bir iletişim aracına ihtiyaç kalmadan kullanabildiği internet, böylelikle insanlığın birincil başvuru kaynağı haline gelmiştir. Hatta kütüphanelerin tümüyle veri tabanlarına yüklenerek internette ulaşılabilir hale gelmesi ve Google sayesinde bilgiye ulaşımın bir tık uzakta olması, internetin bireylerin hayatındaki yerini pekiştirmiştir. McLuhan'ın çok önceden görebildiği

kişisel ihtiyaçların karşılanabildiği kişiselleştirilmiş bilgi içerikleri, web 3.0 teknolojisinin ve yapay zekanın da yardımıyla verileri işleme sonucu hayata geçirilmiştir. Günümüzde artık bireyler kendi sosyal medyalarında özgün profillerini oluşturabilmekte bunun yanı sıra buralarda her türlü yazı, ses ve görüntü içeriklerini diğer üyelerle paylaşabilmektedir (Atalay, 2018:34-35).

Sosyal medya, içerisinde bulunduğu bir çok alandaki etkinlikle toplum yaşamına yön veren olayların tasarlanması ve yönetilmesinde de önemli rol oynamaktadır. Birey çevrim içi veya çevrim dışı olarak etkin biçimde kullanabildiği bu mecralarda kendini gerçekleştirme fırsatını da yakalayabilmektedir. Bireysel olarak kullanılabilmesinin yanında belirli amaçlar saptanarak örgütlenmiş olan topluluklar sosyal medyada faaliyet göstermektedir. Bu örgütler yapacakları faaliyetlerin duyurulması ve eyleme geçilmesi aşamalarında üyelerini bilgilendirerek bir yayın mecrası oluştururlar. Bu bağlamda Tunus'ta 2011 yılında "Ekmek, onur, özgürlük" sloganıyla başlayan ve kısa sürede pek çok Ortadoğu ve kuzey Afrika ülkesine yayılan ve "Arap baharı" adı verilen halk hareketleri, 2013 yılında İstanbul'da yapılan "Taksim Gezi parkı eylemleri", 2018'de Paris'te başlatılan "sarı yelekliler protestoları" sosyal medya örgütlenmesi sonucunda ortaya çıkan bazı faaliyetler olarak gösterilebilir.

## 2.2. Facebook

Facebook, Mark Zuckerberg isimli üniversite öğrencisi ve arkadaşları tarafından 2004 yılında kurulmuş ve böylece kişilerin özellikle eski arkadaşlarına erişebilmek veya yeni arkadaşlar bulabilmek amacıyla, ya da bilgi paylaşımı yapabildikleri web tabanlı bir sosyal ağ sitesi olarak hizmet sunmaya başlamıştır. Facebook kendisini, insanların arkadaşlarıyla, aileleriyle ve iş arkadaşlarıyla kolaylıkla iletişim kurmasına yardımcı olan bir sosyal hizmet olarak tarif ederken, aynı zamanda insanların gerçek dünyadaki sosyal bağlantılarının dijital haritasını çıkararak ve sosyal grafikler aracılığıyla bilgi paylaşımını kolaylaştıran teknolojileri de geliştirerek sunmaktadır (Oiarzabal, 2012:1471).

Günümüzde artık oyun, alışveriş, iş ilanları, sanat ve daha pek çok alanda kullanıcılarına hizmet veren Facebook, bünyesinde kayıtlı üyeleri arasında güçlü bir iletişim ve etkileşimi canlı tutmayı başarmakta ve bu bakımdan en fazla dolaşılan siteler arasında yer almaktadır (Uluç-Yarç, 2017:89).

Facebook içeriklerinde, grupların yerinin vazgeçilmez olduğunu aşikardır. Facebook'ta yer alan ve sayısı milyonları aşan bu gruplarda kullanıcının alaka duyduğu alanlara, din, siyaset, diaspora, meslek ve öğrenci grupları olmak üzere pek çok grup oluşturularak etkileşim sağlanabilmektedir. Kişiler kendileri üye olduktan sonra tanıdıkları arkadaşlarını veya kişisel Facebook sayfasında yer alan arkadaş grubundaki üyeleri bu gruplara davet etme yoluyla üye yapabilmektedirler. Katılımın herkese açık veya bazen de sınırlı olabildiği gruplar, aynı fikirde veya ortak paydada birleşen bireylerin bir araya gelerek etkileşim sağlamasına, çeşitli konularda haberleşerek bilgi aktarımı yapmalarına imkan vermektedir (Çil, 2016:319).

## 2.3. Diaspora-Dijital Diaspora

Diaspora kavramı ulus ötesi göçmenlerle ilgili olarak sıklıkla kullanılmaktadır. "Dağınık" veya "dağılmış" anlamına gelen Antik Yunan dilinde "dia" ve "speiro" sözcüklerinden türetilmiş olan diaspora kelimesi dağılmış halkları ve Yahudilerin kendi yerlerinden dağıtılmasını da ifade etmek için kullanılan bir sözcüktür. Türk Dil Kurumu, diaspora sözcüğünü tarif ederken "kopuntu" kavramını kullanmış ve bunu bir millettten ayrılma ve kopmanın niteleyicisi olarak kabul etmiştir. Bir kavme, millete veya dine mensup kimselerin vatanlarından kopararak uzun süre boyunca başka topraklarda yaşamak zorunda kalmaları, diaspora kavramıyla anlatılmaktadır. Bu kavram çeşitli disiplinlerde insan hareketliliğini teorileştirmek amacıyla kullanılmış ise de temel olarak anavatanlarından göç edip dünyanın başka yerlerine kalıcı veya geçici olarak yerleşen insan topluluklarını ifade etmektedir (Yağmurlu, 2022: s.5).

Vertovec (2000) diasporayı sosyal bir form olarak tanımlarken diasporanın toplumlar arasındaki sosyal ilişkileri şekillendirme sürecini ifade ettiğini ileri sürmektedir. Aynı kökenden gelen diaspora üyeleri bu ilişkileri sürdürmektedir. Diaspora bulunduğu ülkede kolektif kimliğini sürdürürken, aynı zamanda diasporik dayanışmayı teşvik etmekte ve anavatanıyla yakın bağlarını sürdürmeyi ihmal etmemektedir (Vertovec, 2000: s.141).

Diasporaların anavatanlarından ayrılmalarına rağmen öz benliklerini kaybetmemiş, kimliğine ve yaşam biçimlerine bağlı kalmış topluluklar olarak anavatanlarına bağlı kaldıkları görülmektedir. Modern anlamda diaspora ifadesinin karşılığının anavatanlarını ekonomik sorunlar nedeniyle terk eden ancak ulus ötesi alanda ülkeleriyle irtibatı kesmeyen göçmen topluluklar olduğunu söylemek mümkündür (Mutluer, 2006: 27).

Diaspora grupları, kendi ülkelerinde kolektif bir kimliğe sahip olan ancak içinde bulunulan sosyo-ekonomik ya da siyasi şartlar nedeniyle sorunlar yaşadıkları için kendi vatanlarından ayrılarak başka ülkelerde yaşamayı tercih eden göçmenlerden oluşmaktadır. Yeni ülkelerinde bu göçmenlerin ve ardından gelen nesillerin ait oldukları kültür, din ve siyaset öğelerini barındıran kimliklerini korudukları, geliştirdikleri ve yaşadıkları yeni ülkenin kültüründen ayrışan farklı bir kolektif kimliği korudukları görülmektedir. Bu diasporik grupların anavatanlarıyla ve buldukları ülkenin kültürel, sosyo-ekonomik, politik ve ticari çizgi ve karakterini içine alan açık veya örtülü, kişisel veya kurumsal bağları devam ettiren kurumlar inşa ettikleri ve ulus ötesi ağlar oluşturdukları ortadadır (Oiarzabal, 2012:1471-1472).

Diaspora kavramı tarihsel süreç içinde dağılma süreci içinde olan Yahudi, Ermeni ve Yunan milletlerini anlatmak için kullanılırken bugün artık azınlık, göçmen, mülteci, yurt dışı topluluklar adı altında daha kapsamlı göçme ve kopuşun ifadesi olarak kullanılmaktadır. (Yaldız,2014:43).

McLuhan'ın deyimiyle global bir köy haline gelen dünyada teknolojik gelişmelerle birlikte yenilenen ulaşım, haberleşme ve iletişim ağ sistemlerinin yardımıyla diasporanın hem kendi vatanlarında bulunan yakınları veya vatandaşlarıyla ve hem de farklı ülkelerde yaşamakta olan soydaşları ile irtibat halinde kalmaları, onların vazgeçilmez bir küresel oyuncu olduklarını gözler önüne sermektedir (Yağmurlu, 2022:9).

Bergsten ve Choi, önemli bir diaspora araştırmacısı olan Cohen'in göç şekillerine göre diasporaları beş gruba ayırdığını ifade etmektedir. Bunlar işçiler, tüccarlar, mülteciler, sömürgeler ve postmodernlerden oluşan diasporalardır (Bergsten, 2003: 8-11).

1. İşçi diasporası; ülkelerinden ekonomik sıkıntılar nedeniyle başka ülkelere işçi statüsünde veya hizmet sektöründe çalışmak üzere göç edenlerin oluşturduğu diasporalardır. Özellikle 19. Yüzyılın zor yaşam koşulları insanları bu şekilde göç etmeye zorlamıştır. Almanya'da ağır işlerde çalışmak zorunda kalan Türk işçileri ve Amerikan demir yolu yapımında çalışmak için Amerika'ya göç eden Çinli işçiler bu gruba örnek verilebilir.

2. Ticaret Diasporası; ticari ürünlerini pazarlamak adına başka ülkelere giderek yerleşen kişilerden oluşan bu diasporalar çoğunlukla İtalyan, Çinli ve Lübnan'lı tüccarlardan oluşmaktadır.

3. Mülteci Diasporası; çeşitli baskı ve zorlamalar sonucu ülkelerinden ayrılmak zorunda kalan insanların oluşturduğu bu grup diasporalar için Yahudi milleti, ilk etapta hatırlanan diasporik topluluktur. Ayrıca Amerikalıların köle ticareti maksadıyla vatanlarından zorla getirdiği Afrikalılar, İsrail zulmü sonucu yurtlarından koparılan Filistinliler de bu grubun örnekleridir.

4. Sömürge Diasporası; İngiltere, Almanya, Portekiz, Hollanda gibi ülkelerin topraklarını genişletmek ve koloni devletleri kurmak amacıyla bazı ülkeleri sömürgeleri altına almaları neticesinde sömürge diasporası oluşmuştur.

5. Postmodern Diasporası; Birbirlerinden bağımsız olarak aynı kültüre sahip insanlar anavatanlarından çıkarak aynı ülkeye göçmesi sonucu sahip oldukları ortak dil, din, ırk ve etnik kültür bağları içerisinde bir diaspora oluşturmaktadır. Hayatın içinde karşılaşılan sosyal, ekonomik ve kültür konularındaki gelişmelerde ulus ötesi aktörlere benzer şekilde rol oynayan diaspora, toplumların küreselleşmesinde de önemli bir unsur olmaya devam etmektedir (Yağmurlu, 2022:12-15).

Çağımızdaki hızlı teknolojik gelişmeler sayesinde yaygınlaşan dijital teknolojiler diaspora kavramını da dönüştürerek hem bu kavramın çok daha sık kullanılmasına hem de anlamının daha çeşitli yönlere

evrilmesini sağlamıştır. Vatanlarından koparılmış veya kopmak zorunda bırakılmış insanlara yeniden bir araya gelme imkanı sunan dijital teknolojiler 21.yüzyılda insanlara yeni ilişki kurma biçimleri sunmaktadır.

Günümüzde teknolojik sistemlere dayanan ağlara bağlı bu insanlar, kimlik mücadelelerine bu mecrada devam ederken aynı zamanda kendi içlerinde yaşamak zorunda bırakılan diasporik topluluklar ve alt topluluklar arasında bir köprü görevi üstlenen dijital diaspora sayesinde sosyal kazanımlar elde etme imkanı bulmuşlardır. Dijital diaspora gruplarının asla geleneksel olarak bir araya gelen toplulukların yerine geçme gibi bir gayreti yoktur. Tam tersi geleneksel diasporalar, dijital diasporalar sayesinde dijital ortamda varlığını korumakta ve dijitalize olmaktadır. Dijital diaspora, diasporik toplulukların üyelerini birbirine bağlamak için internetin kullanılmasıyla açıklanırken, çağdaş küresel kültürün giderek daha önemli bir özelliği haline gelmektedir (Ponzanesi, 2020:983).

Dijital diasporaların bir başka olumlu yanı da sosyalleşme ve rahatlama mecraları olmaları nedeniyle diasporaların geçmiş hayatlarında yaşadıkları gerilim ve çöküntülerden kaynaklanan şiddete meyilli yönlerinin bu ortamlarda yazılı olarak karşılıklı tartışmalara dönüşmesi ve şiddete dönüşebilecek hareketlerin önünün alınmasına vesile olmasıdır. Dijital diasporalar sayesinde yurtlarından uzakta olan insanların iletişimi son derece kolaylaşmış ve sanal mecralarda da olsa bir araya gelebilme fırsatı yakalayabilmişlerdir. Bu insanlar anavatanlarından çok uzak da olsalar, topluma siyasi ve kültürel olarak katkıda bulunmaya devam etmektedirler.

#### 2.4. Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı açısından kişiler, seçimlerini yapma ve ihtiyaçlarını gerçekleştirme bakımından etkin konumdadır. Bireylerin birbirinden farklı sayıdaki ihtiyaçlarını gerçekleştirmek için çok sayıda seçeneği bulunmaktadır ve bunlardan bir tanesi de medyadır. Çünkü bu medya içerikleri en azından belli bir kesim izleyici açısından doyum sağlayıcıdır ve her içerik bir tüketiciye sahiptir (Fiske, 1996: 200).

Kullanımlar ve doyumlar kuramı 60'lı ve 70'li yıllarda yoğun olarak analiz edildiği ve aslında günümüzdeki teknolojiyi kapsamadığı ifade edilse de bu konuda yapılan araştırmaların klasik ve modern dönem olmak üzere ikiye ayrıldığı, klasik dönemin 40'lı yıllarda toplumsal araştırma ofisi tarafından yapılan çalışmalarda bireylerin şov ve yarışma programlarına gösterdikleri tepkiler tetkik edildiği buna göre insanların kitle iletişim araçları kullanarak gerçek dünyadan hayal alemine geçtiği ancak daha sonra modern dönemle birlikte sosyal medyanın da yaygınlaşmasıyla tekrar hayal aleminden gerçekliğe dönüş yaşandığı görülmüştür.

Modern dönemde, sosyal medya uygulamalarıyla bireylerin paylaştığı fotoğraf, yorum ve fikir beyanları onları içerik kaynağı duruma getirerek doyuma ulaştırmaktadır. Özellikle son dönemde sosyal medyanın algoritmaları incelendiğinde çok paylaşım yapan kullanıcının daha görünür olması böylelikle bireyin motive olarak doyum elde ettiği görülmektedir (Köksal, 2022: 227).

İzleyicinin merkeze alınarak oluşturulmuş olan iletişim süreçlerinde kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı medyayı işlevsel olarak değerlendirirken, insanların medya ile nasıl aktivasyona girdiği sorunsalı üzerinde durmaktadır. Yapılan kitle iletişim araştırmaları çalışmalarında genç kitle üzerinde medyanın olumsuz etkisi vurgulanırken, izleyicilerin medya içeriklerinden sosyal ve psikolojik tatmin sağladığı aynı zamanda da bu içeriklerden doyum kazandığı görüşü etkilidir. Kitle iletişim araçlarından etkilenen ve buralardaki medya içeriklerini istediği gibi tercih eden birey, aktif bir izleyici olarak arzu ettiği doyuma da ulaşmaktadır (Kahraman, 2019: 102).

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının üzerinde yapılan çalışmalar belli başlı bazı varsayımlar üzerinde yoğunlaşmıştır. Temel olarak beş kategoriye ayrılan bu varsayımlar şöyledir:

1. Bireylerin amaçlı, güdülenmiş ve bir hedefe yönelik olan iletişim davranışları vardır.
2. Aktif olan ve iletişim aracını kendi tercih eden bir birey, ihtiyacını karşılamak için medyayı bir araç olarak kullanır.
3. Medya davranışı sosyo-psikolojik unsurlar tarafından etkilenir.



4. Medya diğer iletişim türleri ile rekabet eden bir konumdadır.

5. Kişilerin medya türlerini tercih aşamalarında medya yerine diğer bireyler daha etkilidir (Rubin, 2009:170-172).

### 3. Araştırmanın Metodolojisi

#### 3.1. Araştırmanın Amacı ve Soruları

Çalışmada, Libya’da yaşayan Türklerin oluşturmuş olduğu “Libya’da yaşayan Türkler” adlı Facebook grubunun paylaşımları incelenmiştir. Araştırmada, Libya’da yaşayan Türklerin yer aldığı Facebook grubunun paylaşımlarında hangi kodların öne çıktığını tespit etmek amaçlanmaktadır.

AS1: Facebook hesabındaki paylaşımlarda hangi kavramlara vurgulanmıştır?

AS2: Facebook hesabındaki paylaşımlarda hangi içerikler yer almaktadır?

AS3: Facebook hesabındaki paylaşımlarda hangi paylaşım biçimleri kullanılmıştır?

AS4: Facebook hesabındaki paylaşımlarda hangi kategoriler tercih edilmiştir?

AS5: Facebook hesabındaki paylaşımlar Türkiye ya da Türklük ile ilgili midir?

#### 3.2.Araştırmanın Yöntemi, Evreni ve Örnekleme

Araştırma verilerini elde etmek için nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın evreni, Facebook’ta Türklerin oluşturmuş olduğu gruplar ve bu gruplarda yer alan paylaşımlardır. Amaçlı örnekleme yöntemi ile seçilen “Libya’da yaşayan Türkler” adlı Facebook hesabında yapılan paylaşımlar ise araştırmanın örneklemini temsil etmektedir. Örneklem sayısı belirlenirken, araştırma verilerinin doygunluğa ulaşması hasebiyle 1 Temmuz 2024 ile 31 Temmuz 2024 tarihleri arasında yapılan paylaşımlar araştırmaya dahil edilmiştir.

#### 3.3.Veri Toplama ve Analiz

Araştırmanın verileri, “Libya’da yaşayan Türkler” adlı Facebook grubunun paylaşımlarından elde edilmiştir. Araştırma verilerini analiz etmek için içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Verileri analize hazır hale getirmek için öncelikle kodlama çizelgesi oluşturulmuştur. Kodlama çizelgesi 3 boyutta gerçekleştirilmiştir. İlk olarak, kodlama çizelgesinde bulunacak kavramlara ve temalara karar verilmiştir. İkinci olarak, iki araştırmacı Facebook hesabından elde edilen bilgileri belirlenen temaların altına yerleştirmişlerdir. Üçüncü olarak ise, kodlamanın geçerliliğini ve güvenilirliğini sağlamak için iki araştırmacı birbirlerinden bağımsız olarak Facebook hesabında bulunan içerikleri analiz etmiştir. Ayrıca kodlamanın geçerliliğini sağlamak için diaspora alanında çalışan bir akademisyenden hazırlanan temaları ve yapılan analizleri incelemesi istenmiştir. İnceleme neticesinde verilerin tutarlı olduğu sonucuna varılmıştır. Kodlamalar ve frekans analizleri yapılırken, Microsoft Excel programından yararlanılmıştır.

#### 3.4.Bulgular ve Yorumlar

Libya’da yaşayan Türklerin kurmuş olduğu “Libya’da yaşayan Türkler” adlı Facebook hesabı herkese açıktır ve hesabın 4682 üyesi bulunmaktadır. Hesap, 3 Kasım 2007 tarihinde kurulmuştur. Hesabın hakkında kısmında “Libya’da yaşayan Türk vatandaşları ve "Ben Türküm" diyen herkesin grubu.” yazısı bulunmaktadır. Hesabın iki yöneticisi bulunmakta olup, bir tanesi Libya’da diğeri ise Bursa’da yaşamaktadır.

**Tablo 1.** Facebook Hesabındaki Paylaşım Biçimleri

Paylaşımın Biçimi	N	%
Fotoğraf/Resim	37	17,6
Yazı İçerikli Fotoğraf	45	21,4
Metin	16	7,6
Video	112	53,4
Diğer	0	0
<b>Toplam</b>	<b>210</b>	<b>100</b>

Araştırma verilerine göre Facebook hesabındaki paylaşım biçimleri incelendiğinde haberlerin en fazla video (%53,4) ve yazı içerikli fotoğraf (%21,4) şeklinde yayımlandığı görülmektedir. Fotoğraf /resim (%17,6) ve metnin (%7,6) tek başına verildiği haber ve paylaşımların oranının düşük olduğu görülmektedir. Diğer (%0) başlıklı paylaşım biçiminde ise herhangi bir paylaşım görülmemiştir (Tablo 1).

**Tablo 2.** Facebook Hesabındaki Paylaşım Kategorileri

Paylaşımın Kategorisi	N	%
Eğitim	2	1
Din	12	5,7
Sağlık	4	1,9
Ekonomi	2	1
Politika	64	30,5
Tarih	10	4,7
Teknoloji	20	9,4
Kültür-Sanat	16	7,6
Ticaret	55	26,3
Diğer	25	11,9
<b>Toplam</b>	<b>210</b>	<b>100</b>

Facebook hesabındaki paylaşım kategorileri incelendiğinde ise, en fazla paylaşım yapılan kategorilerin politika(%30,5) ve ticaret (%26,3) olduğu görülürken, diğer(%11,9), teknoloji(%9,4), kültür-sanat (%7,6), din (%5,7), tarih (%4,7), sağlık (%1,9), eğitim (%1) ve ekonomi (%1) kategorilerinde daha düşük oranlarda paylaşım yapıldığı görülmüştür (Tablo 2).

**Tablo 3.** Facebook Hesabındaki Paylaşım İçerikleri

Paylaşımın İçeriği	N	%
Tanıtım, Reklam	60	28,6
Duyuru	4	1,9
Etkinlik	0	0
Yardım, Destek	1	0,5
Taziye, Anma	0	0
Tebrik/Kutlama/Teşekkür	1	0,5
Dilek/İstek	0	0
Haber	56	26,6
Bilgilendirme/Kültürel Paylaşım	77	36,6
Dini Paylaşım	8	3,8
Görüşme/Buluşma	0	0
Kınama/Tehdit	2	1
Diğer	1	0,5
<b>Toplam</b>	<b>210</b>	<b>100</b>



Araştırma verilerine bakıldığında paylaşım içerikleri konusunda bilgilendirme/kültürel paylaşım (%36,6)'ın, tanıtım/reklam (%28,6) ile haber (%26,6) konularının diğer içeriklere göre yüksek oranda paylaşıldığı görülmüştür. Sonra sırasıyla dini paylaşım (%3,8) ve duyuru(%1,9) konuları paylaşılmıştır. Yardım/destek (%0,5) ve tebrik/kutlama/teşekkür (%0,5) konularındaki içeriklerin oldukça düşük oranda paylaşıldığı gözlemlenmiştir. Bununla beraber kınama/tehdit (%1) çok düşük oranda paylaşılırken, görüşme/buluşma, etkinlik(%0), taziye/anma(%0), dilek/istek(%0) içeriklerinde paylaşım rastlanmamıştır (Tablo 3).

**Tablo 4.** Facebook Hesabındaki Paylaşımlarda Vurgulanan Kavramlar

Kavramlar	N	%
Müslümanlık	3	1,4
Osmanlılık	1	0,5
Türklük	58	27,6
Diğer	148	70,5
<b>Toplam</b>	<b>210</b>	<b>100</b>

Paylaşımlarda Vurgulanan Kavramların oranına bakıldığında diğer(%70), Türklük (%27,6), Müslümanlık (%1,4), Osmanlılık (%0,5) olarak tespit edilmiştir (Tablo 4).

**Tablo 5.** Paylaşım Türkiye ya da Türkler ile alakalı mı?

Türklük	N	%
Evet	91	43,4
Hayır	119	56,6
<b>Toplam</b>	<b>210</b>	<b>100</b>

Paylaşımın Türkiye ya da Türkler ile alakalı olup olmadığına bakıldığında ise paylaşımların Türkiye ya da Türkler ile alakalı (%43,4) olduğu görülmüştür (Tablo 5).

#### 4. Sonuç

Günümüzde her yaş, meslek, cinsiyet ve eğitim seviyesinden kişilerin ağırlıklı olarak kullandığı sosyal medya, sosyo-psikolojik tatmin sağlamanın yanı sıra, kişilerin kendi ürettikleri içeriklerden doyum elde etmelerini de sağlamaktadır. Kitle iletişimin araçlarının takipçiler üzerinde var olan çeşitli etkileri, kullanımlar ve doyumlar teorisinin katkısıyla artık vurgunun kitle iletişim araçlarına değil de takipçilere yoğunlaşmasını amaçlamıştır. Netchitailova'ya göre sosyal medyada kişilerin paylaşmış olduğu fotoğraf, fikir ve yorumlar başkaları tarafından fark edildiği ve beğenildiği ölçüde kullanıcıyı uygulama yoluyla artık bir içerik ve veri üreticisi durumuna getirmektedir (Netchitailova, 2018:5). Mcquail ve Windhal'a göre de kitle iletişim araçlarıyla gerçek dünyadan uzaklaşarak hayal dünyasına dalan insan, interaktif iletişim sağlayarak sosyal medya vasıtasıyla artık gerçek dünyaya dönmüş olmaktadır (McQuail ve Windahl, 2010: 173)

İşte bu şekilde çok sayıda insanla etkileşime geçme fırsatı bulan kullanıcı sosyalleştiğini düşünerek doyuma erişmektedir. Yazıcı'ya göre artık günümüzün dijitalleşen dünyası bilgiyi de dijitalleştirmekte ve böylelikle dijital platformlar vasıtasıyla yayıncı konumuna gelen kullanıcı, geleneksel medya araçlarının aksine günlük yaşamının birçok yönünü de yansıtabilmektedir (Yazıcı, 2020: 107).

Libya'da yaşayan Türklerin paylaşımlarının mercek altına alındığı çalışmada Facebook adlı sosyal medya platformunda "Libya'da Yaşayan Türkler" ismiyle oluşturulan grupta paylaşım biçimleri incelendiğinde, üyelerin haberleri paylaşırken en fazla videoyu (%53,4) ve ardından yazı içerikli fotoğrafları (%21,4) tercih ettikleri gözlemlenmiştir. Videolu paylaşımlar aslında diğer üyelerle kendi ihtiyaç veya derdini paylaşma amacı taşımaktadır. Bu şekilde duygu ve düşünceler kelime yerine fotoğraf ve videolarla izleyiciye aktarılmaktadır. Bu bakımdan videolu paylaşımların yüksek oranda tespit edilmiş olması anlamlıdır. Sadece resmin/fotoğrafın %17,6 ve sadece metnin %7,6 oranlarında paylaşılmış olması resimle birlikte paylaşılan



metnin (%21.4) etkililiğini ortaya koymakta ve sadece görsel veya sadece metin sunmanın yeterince etkileşim yaratmadığını düşündürmektedir.

Grupta yapılan paylaşımların kategorilerine bakıldığında en fazla paylaşım yapılan kategorilerin %30,5 politika ve %26,3 oranla ticaret olduğu görülmüştür. Özellikle Temmuz ayı içerisinde yapılan siyasi video paylaşımlarının oranının yüksek bulunmasının 8 yıl önce 15 Temmuz 2016'da yaşanan darbe girişiminin yapıldığı ay olmasından kaynaklandığını söylemek mümkündür.

Ayrıca bu ay içinde özellikle Ortadoğu'da ve Dünya'da gerçekleşen önemli olayların, siyasi ve jeopolitik konumu gereği Türkiye'yi nasıl etkilediği ve etkileyeceğinin de grup üyeleriyle videolu paylaşımlar şeklinde olduğu görülmüştür. İnsanların okuduklarına kıyasları gördüklerinin/izlediklerinin daha çok hatırdaki kaldığı düşünülürse siyasi video kategorisi sonuçları anlamlı görünmektedir. Teknoloji kategorisinde elde edilen %9,4 oranı teknolojiye olan ilginin yüksek olduğunu, grubun teknolojik gelişmelerle ilgilendiğini ve dijitalleşmenin önemini vurgulamaktadır. Kültür-sanatta ulaşılan %7.6 ve din kategorisinde elde edilen %5.7 oranları kültürel ve dini içeriklerin de grupta belli bir yere sahip olduğunu göstermektedir. Eğitim kategorisi paylaşım oranının %1 ve ekonomi kategorisi paylaşım oranının %1 olması bu kategorilerde yapılan paylaşımların azlığı, grubun eğitim veya ekonomik içeriklerden çok diğer konulara yöneldiğini göstermektedir.

Öte yandan ticari videoların (%26,3) oranının diğer kategorilere göre yüksek olması, pazarlamacıların ulaşmak isteyip te ulaşamadıkları kitlelerle kolaylıkla etkileşim kurabildiklerini gösteren bir veri olmuştur. Pazarlamacılar/firmalar sosyal medya sayfalarında kullanıcıların karşısına çıkan teknolojik (video) reklamlarla etkilerini arttırmaktadır (Blossom, 2009:29). Sosyal medyada yer alan reklamların görsel tasarımı ne kadar dikkat çekici hale getirilirse izleyicilerin/üyelerin empatik tutumları o kadar artmaktadır. Özellikle video kategorisindeki ticari paylaşımların oranının yüksekliği pazarlamacıların bunu dikkate aldığını göstermektedir diyebiliriz.

Facebook grubunda yer alan paylaşım içeriklerinden bilgilendirme/kültürel paylaşım (%36,6), konusunun yüzdelik diliminin diğer içeriklere göre yüksek olması, bireylerin günümüzde kütüphaneye başvurmak yerine web teknolojisinin yardımıyla sahip oldukları bilgiye diğer kaynaklardan edindikleri bilgileri de ekleyip harmanlayarak bunları diğer üyelerle paylaştıklarını göstermektedir. Tanıtım/reklam (%28,6) ile haber (%26,6) konularının da bilgi ve kültür paylaşımı içeriklerinden sonra en yüksek yüzdelik dilimde olması kullanıcıların geleneksel kitle iletişim araçlarının yerine sosyal medyayı reklam ve haber yaymada tercih ettiğini göstermektedir. Haber içeriklerinin sosyal medyada yüksek oranda kullanılması uymakta oldukları kanunlardan ötürü medya şirketlerinin bazı haberleri ekrana yansıtamamasından kaynaklanmaktadır (Karaman ve Önder, 2017, s. 178). Buna göre de çalışmada haber paylaşımı içeriği ile ilgili ortaya çıkan sonuç anlamlı olmaktadır.

Paylaşımlarda vurgulanan kavramların oranına bakıldığında Türklük kavramının %27,6 ile Osmanlılık (%0,5) ve Müslümanlık (%1,4) kavramlarının önüne geçtiği gözlemlenmiştir. Türklük kavramının yüksek çıkması incelenen Facebook grubunun hakkında kısmında yazan "Libya'da yaşayan Türk vatandaşları ve "Ben Türküm" diyen herkesin grubu" ifadesi ile bağdaşan anlamlı bir sonuca bizi götürmektedir.

Paylaşımın Türkiye ya da Türkler ile alakalı olup olmadığı konusu ile alakalı paylaşımların sadece %43,4'ünün Türkiye ya da Türkler ile alakalı olduğu, Türkiye ve Türkler dışındaki paylaşım (%56,6) oranlarının yüksek olduğu tespit edilmiştir. Türkiye ve Türkler ile ilgili paylaşımlar yapılmıştır ancak bunun dışında (ticari, kültürel, haber, dini, eğlence) yapılan paylaşımların daha çok tercih edildiği görülmüştür. Müslümanlık (%1.4) ve Osmanlılık (%0.5) yani dini ve tarihsel kimlik unsurları düşük oranda vurgulanmıştır. Türklük kavramının ön planda olması, diğer kimlik unsurlarını gölgede bırakmaktadır.

Ağ toplumu içerisinde hayat bulmaya ve sosyalleşmeye çalışan birey, sosyal medya platformlarında dini, siyasi, ticari, sosyo-ekonomik, kültürel ve eğlenceyi de içeren ihtiyaçlarını karşılamaya çalışmaktadır. Sosyal medya, kullanıcılarının birçok kavram, içerik ve kategoride bilgilenmesini sağlamakta aynı zamanda edinemediği bilgi ve hizmetler konusunda da alternatifler sunmaktadır. Bilgi sahibi olurken aynı zamanda ifade edilen görüşler, yapılan yorumlar ve beğeniler, insanların farkında olmadan bazı tutumlar

geliştirmesine, tavsiye verirken veya destek alırken de kullanıcıların birbiriyle iletişim kurmasına olanak sağlamaktadır.

Sonuç olarak, bu araştırma, sosyal medyanın diaspora toplulukları üzerindeki etkisini Libya'da yaşayan Türkler örneği üzerinden incelemektedir. Bulgulara göre, Facebook, Libya'da yaşayan Türkler için, hem Türkiye'deki hem de Libya'daki Türklerle iletişim kurmanın önemli bir aracı haline gelmiştir. Bu platform, kullanıcılar tarafından daha çok video ve yazı içerikli fotoğrafları paylaşma aracı olarak kullanılmıştır. Politika ve ticaret konularındaki paylaşımlar, özellikle öne çıkmış, Türklük kavramı ise paylaşımlarda sıkça vurgulanmıştır. Sonuç olarak, sosyal medya, diasporaların sosyo-kültürel ve ticari hayatlarında büyük bir rol oynarken, aynı zamanda bireylerin kimliklerini güçlendirme ve topluluklarıyla bağlarını sürdürme aracı olarak da işlev görmektedir.

### Kaynakça

- Atalay, G. E. (2018). Dijital Çağda Marshall McLuhan'ı Yeniden Düşünmek: Bir Uzantı ve Ampütasyon olarak Yeni Medya Teknolojileri. *Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Dergisi*, 4 (6), 27-48.
- Aydoğan, F. & Akyüz, A. (2010). *İkinci Medya Çağında İnternet*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Aydoğan, F. (2016). Flâneur, Aylak ve Empatik İşçi. *TRT Akademi*, 1 (2), 640-657.
- Baudrillard, J. (2014). *Simülakrlar ve Simülasyon*. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Bergsten, F. C. (2003) *Pre The Korean Diaspora And Globalization: Past Contributions And Future Opportunities*, C. Fred Bergsten, Inbom Choi (Ed.), *The Korean Diaspora in The World Economy*. Washington DC: Institute For International Economics.
- Blossom, J. (2009). *Content Nation: Surviving and Thriving as Social Media Changes Our Work, Our Lives, and Our Future*. Indianapolis: Wiley Publishing, Inc.
- Çil, S. (2016). *Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde Facebook Grupları Kullanımlarının İncelenmesi: Muğla Meslek Yüksekokulu Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı, 316-326.
- Fiske, J. (1996), *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Ankara: ARK.
- Fuchs, C. (2011). An Alternative View of Privacy on Facebook. *Information*, 2, 140-165.
- Gönenç, Ö. (2003). İletişimin Tarihi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 18, 57-72.
- Güzel, C. (2020). Sosyal Medyanın Neliği, Gelişimi ve Kullanım Alanları Üzerine Kuramsal Bir İnceleme. *Sosyolojik Düşün*, 5 (2), 93-112.
- Kahraman, N. (2019). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İletişim Alanında Yapılan Lisansüstü Tezler Üzerine Bir İnceleme. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 48, 98-120.
- Kaplan, A. M. & Haenlem, M. (2010). Users Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media. *Business Horizons*, 53 (1), 59-68.
- Karaman, M. & Önder, M. (2017). Yurttaş Gazeteciliğinin Ana Akım Medyaya Etkisi: Whatsapp İhbar Hatları Örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5 (2), 164-180.
- Korkmaz, A. & Büyük, M. (2019). Sosyal Medya Ortamlarının Diplomasi İletişiminde Kullanımı: Weibo Sosyal Medya Platformu Örneği. *Simetrik İletişim Araştırmaları Dergisi*. 1 (1), 37-47.
- Köksal T. (2022). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde Sosyal Medya Uygulamaları. *Giresun Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 8 (2), 225-235.
- Mcgregor, E. & Siegel, M. (2013). *Social Media and Migration Research*. Maastricht Economic and Social Research Institute on Innovation and Technology.



- Mcluhan, M. (1962). *Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Canda: University of Toronto Press.
- Mcquail, D. & Windahl, S. (2010). *İletişim Modelleri*. Ankara: İmge Kitapevi.
- Mutluer, N. (2006). *Küçük ve Orta Ölçekli Girişimcilerin Londra Diasporası'nda Modern Türk Kimliği'ni Yeniden İnşası*. Batı Avrupa'da Türk Dış Göç Sürecinin Güncel Boyutları İçinde, Bilhan Doyuran Kartal (Der.). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Oiarzabal, P. J. (2012). Diaspora Basques and Online Social Networks: An Analysis of Users of Basque Institutional Diaspora Groups on Facebook. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 38 (9), 1469-1485.
- Ponzanesi, S. (2020) Digital Diasporas: Postcoloniality, Media and Affect. *Interventions*, 22 (8), 977–993.
- Rubin, A. (2009) *The Uses-and- Gratifications Perspective of Media Effects Media Effects: Advances in Theory and Researc*. London: Taylor & Francis.
- Tiryaki, S. (2023). Dijital Diasporanın Serüveni: Dijital Diaspora Çalışmalarının Bibliyometrik Analizi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 13 (3), 1759-1774.
- Uluç, G., & Yarcı, A. (2017). Sosyal Medya Kültürü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 52, 88-102.
- Vertovec, S. (2000). *The Hindu Diaspora: Comparative Patterns*. London: Routledge.
- Yağmurlu, B. (2022). *Türk Diasporası ve Ulusal Güvenlik*. Ankara: İksad Publishing.
- Yaldız, F. (2014) Uluslararası Göç ve Diaspora ile İlişkili Kavramlar. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5 (2), 43-64.
- Yazıcı, F. (2020). Dijital Çağda Bilginin Doğruluğu ve Sahte Haber. *Yeni Medya Çağında Popüler Dijital Sorunlar*. Ankara: Nobel.



## Bir Ebeveyn Davranışı Olarak “Sharenting”: TikTok Paylaşımlarında Çocukların Dijital Güvenliği, İçerik Roller ve İçerik Türlerinin İncelenmesi\*

### Sharenting as a Parental Behavior: an Examination of Children’s Digital Security, Content Roles, and Content Types in TikTok Posts

Ferhan Kılınç<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Arş. Gör. Dr. Marmara Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.  
ferhankinc2911@gmail.com  
ORCID: 0000-0003-3544-507X

#### MAKALE BİLGİSİ

*Makale Geçmişi:*

Başvuru tarihi: 09.12.2024

Düzeltilme tarihi: 18.12.2024

Kabul tarihi: 29.12.2024

*Anahtar Kelimeler:*

*Sosyal Medya,*

*TikTok,*

*Ebeveyn,*

*Aile,*

*Çocuk,*

*Sharenting*

#### ÖZ

Sosyal medyanın insan yaşamındaki etkisinin her geçen gün arttığı bu dönemde çocukların sosyal medya ortamından olumsuz etkilenmemeleri için ebeveynlere büyük görevler düşmektedir. Özellikle sosyal medyada karşılaşılan olumsuz durumlar çocukların yaşamlarında uzun vadede ciddi etkilere sebep olabilmektedir. Bu olumsuz durumlara sebep olabilecek davranışlardan birisi de ebeveynlerin çocuklarının bilgilerini ve görüntülerini sosyal medya platformlarında paylaşmalarıdır. Bu ebeveyn davranışı literatürde “sharenting” kavramıyla ifade edilmektedir. Bu bağlamda bu çalışma TikTok platformunda çocukların görüntülerinin yer aldığı ebeveyn paylaşımlarına ilişkin dijital güvenlik, içerik türleri ve çocukların dijital ortamdaki temsilleri üzerine odaklanmaktadır. Çalışmada, #çocuk etiketi ile TikTok algoritmasının önerdiği başlıca videolar arasından, profilde çocukların isimleri ve fotoğraflarının bulunduğu hesaplar taranarak, ilk sıralarda önerilen 15 TikTok hesabında paylaşılmış en popüler beş video üzerinden betimsel analiz gerçekleştirilmiştir. Çalışma, üç ana araştırma sorusunu ele almıştır: İlk olarak, TikTok videolarında çocuk kullanıcılar adına açılmış hesaplarda, çocukların dijital risklerden korunmasına yönelik hangi önlemlerin alındığı incelenmiştir. İkinci olarak, bu hesaplarda çocukların içerikteki pozisyonu ve rolü belirlenmiştir. Son olarak, bu hesaplarda hangi tür içeriklerin paylaşıldığına bakılmıştır. Araştırma bulguları, çocukların dijital güvenlik önlemlerinin yetersiz olduğunu, içeriklerde çoğunlukla eğlence odaklı temaların ve çocukların aktif rollerinin öne çıktığını ortaya koymuştur. Ayrıca, çocukların yaşlarının küçük olması içeriklere dahil olmalarının rızaya dayalı olmadığı göstermiştir. Bu durum, ebeveynlerin dijital güvenlik önlemleri ve etik sorumlulukları konusunda daha dikkatli olmaları gerektiğini göstermiştir.

#### ARTICLE INFO

*Article history:*

*Received: 09.12.2024*

*Received in revised form: 18.12.2024*

*Accepted: 29.12.2024*

*Keywords:*

*Social Media,*

*TikTok,*

*Parent,*

*Family,*

*Child,*

*Sharenting.*

#### ABSTRACT

In this era where the influence of social media on human life is increasing daily, parents play a crucial role in ensuring that children are not negatively impacted by social media environments. Particularly, negative experiences encountered on social media can have serious long-term effects on children’s lives. One behavior that can contribute to such negative outcomes is parents sharing their children’s information and images on social media platforms. This parental behavior is referred to in the literature as the concept of “sharenting”. In this context, this study focuses on digital safety, content types, and the digital representation of children in parental posts featuring children’s images on the TikTok platform. The study conducted a descriptive analysis of the most popular five videos shared on the top 15 TikTok accounts, suggested by TikTok’s algorithm under the hashtag #child, by examining accounts where children’s names and photos were featured in their profiles. The study addressed three main research questions: First, it investigated what measures are taken to protect children from digital risks on accounts created in the name of child users on TikTok. Second, it examined the position and role of children in the content of these accounts. Finally, it explored the types of content shared on these accounts. The research findings revealed that the digital safety measures for children were insufficient, with content predominantly focusing on entertainment-oriented themes and emphasizing active roles for children. Furthermore, the young ages of the children indicated that their participation in the content was not based on informed consent. This situation underscores the need for parents to exercise greater caution regarding digital safety measures and ethical responsibilities.

\* DOI: 10.46442/intjcss.1598641

\*\* Sorumlu yazar: Ferhan Kılınç, ferhankinc2911@gmail.com

## Atıf Bilgisi / Reference Information

Kılınç, F. (2024). Bir Ebeveyn Davranışı Olarak “Sharenting”: TikTok Paylaşımlarında Çocukların Dijital Güvenliği, İçerik Roller ve İçerik Türlerinin İncelenmesi. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 10(2), s.135-159.

### 1. Giriş

Web 2.0’ın başlattığı dönüşüm medya kullanma durumu ve alışkanlıklarında temel değişiklikleri beraberinde getirmiş, içerik tüketicisi kullanıcılar aynı zamanda içerik üreticisi olmuştur. Kullanıcılar, özgün içerikleri ile bireysel katılımı destekleyen etkileşimli dijital platformlarda etkin roller üstlenmeye başlamıştır. Böylece medya içerikleri dinamik ve çok çeşitli bir yapıda hızlıca üretilen ve tüketilen bir forma bürünmüştür. Jenkins’in (2016:20) ifadesiyle bu katılımcı kültür eski pasif medya izleyiciliği kavramına tezat biçimde, medya yapımcılarının ve tüketicilerin farklı rollerle meşgul olduğu eski yapının aksine birbirleriyle etkileşim halinde olan medya kullanıcılarını ortaya çıkarmıştır. Toffler’in üretici ile tüketici arasındaki farkın kaybolması anlamını taşıyan “üretüketici” kavramı da günümüz iletişim biçimlerini ve medya kullanımını tarif eden çok güçlü bir kavram olmaktadır. Toffler’in (1981:228) deyimiyle tüketici artık kendi imajının üreticisi olmaktadır. Hem üretici hem de tüketici rolündeki bireylerin paylaştığı içerikler, yine aynı roldeki öteki bireylerce tüketilmekte ve bir döngü oluşturmaktadır. Bu kapsamda Goffman’ın (2016:33) benlik sunumu yaklaşımındaki ifadeleri ile yorumlayacak olursak, gelişen iletişim teknolojileri ile birlikte yeni medya özellikli ortamlar, aktörlerin vitrinleri ile performanslarını gözlemci kümesi önünde sergilemesine imkân veren sahneler haline almıştır. Bu yeni mecralar sergilen performanslara dayalı görsel içerik ve duyuşal etkileşimler aracılığıyla çevrimiçi varlık oluşturulan dijital alanlarda gösteri biçimini almaktadır. Castells’in bu dijital medya yapısını tarif ettiği “ağ toplumu” kavramı ile Debord’un “gösteri toplumu” kavramı birleşerek, bireylerin medya kullanımının ve etkileşimlerinin sanal platformlardaki dönüşümünü birlikte yansıtmaktadır. Castells’in (2013:2-3) belirttiği gibi sayısal ve evrensel bir dil kullanımı ile bu iletişim sistemi sözcükler, sesler ve imgeler gibi kültürel öğelerin üretimi ve dağıtımını küresel olarak entegre hale getirmektedir. İnteraktif bilgisayar ağlarıyla oluşan yeni iletişim biçimleri ve kanalları yaşamı şekillendirirken diğer taraftan yaşam pratikleri tarafından gelişimi beslenmektedir. Bu interaktif iletişimin ve gösterimin gerçekleştiği en önemli mecralar ise sosyal medya platformları olmaktadır. Sosyal medya, katılımcı kültür ile içerik üretme ve tüketme rollerini devamlı olarak birleştirerek “üretüketici” kavramını sanal mecralarda somutlaştırmaktadır. Benzer anlayış ve farklı uygulama tasarımları ile Facebook, Instagram, Youtube, TikTok, Snapchat gibi sosyal medya platformları birer gösteri alanı olarak kullanıcıları etkilemekte ve kullanıcıların içerik beslemeleriyle gelişimi sürdürmektedir. Snickars ve Vonderau (2009:13) platform kavramını uygulamanın sosyal, ekonomik ve teknolojik önemini vurgulamak için kullandıklarını belirtmektedir. Platform, çoğu zaman bir kütüphane, bir arşiv, bir laboratuvar ya da televizyon gibi bir medya olarak tanımlanmakta ve medya tarihinde yer alan daha önceki dönemleri açıkça yansıtmaktadır. Platformlar, bir veri depolama alanı olmanın ötesine geçerek, buldukları kültürel bağlama uygun olarak şekillenen ve bir video izlemekten daha derin anlamlar içeren etkileşim alanları sunmaktadır. Bu bağlamda sosyal medyanın, diğer iletişim araçlarının tüm işlevlerini (kitlesel erişim, içerik sunma, canlı yayın, arşiv-depolama vb.) ve kendine has özellikleri içerisinde barındıran, toplumsal ve kültürel etkileşimle çok çeşitli kimlikler inşa edilen bir platform olduğu söylenebilmektedir. Sosyal medya, kullanıcı tarafından oluşturulan içerikleri, sanal topluluklar arasındaki bilgi birikimini, düşünce ve ilgi alanlarını üretmek ve yaymak için tasarlanmış etkileşimli teknolojileri kapsamaktadır. Bu platformlardan birisi de Nisan ayı 2024 yılı verilerine göre dünyada 1 milyar 582 milyon kullanıcısı olan TikTok’tur (Statista, 2024).

Yaratıcılığa esin kaynağı olmak ve kullanıcılarını eğlendirmek misyonunu taşıdığını ifade eden TikTok, kullanıcılarını içerik üretmek ve canlı yayın yapmak için teşvik etmektedir. Aynı zamanda bu faaliyetler karşılığında bir üne kavuşmak ve maddi kazanç elde etmek mümkün olmaktadır. TikTok kullanıcıları, içerik oluşturma ve içerik tüketimiyle bir “üretüketici” rolü üstlenmekte, gösteri sahnesinde yer alarak kendi performanslarını sergilemektedir. TikTok kullanımı eğlenme, üretkenliği artırma, kendini ifade etme, etkileşime girme, sosyal destek alışverişi yapma, onay ihtiyaçlarını karşılama, bilgi edinme, boş zaman doldurma, kazanç sağlama gibi olumlu kullanım imkanlarıyla faydalı olabilmekte ve gündelik



yaşama dair stresi hafifletebilmektedir (Barta ve Andalibi, 2021; Oktarini vd., 2022) Bunun yanı sıra TikTok, sınırsız içerik ve kullanıcıya sahip olan diğer internet tabanlı uygulamalarda olduğu gibi negatif özellikler de barındırmaktadır. Ruh sağlığı, beden sağlığı ve akademik başarıyı etkileyen cinsel-maddi vb. sömürü, zorbalık, kontrolü kaybetme, tüketime yönelme, manipülasyon, bağımlılık ve adli vaka boyutuna ulaşan pek çok tehlike platformda potansiyel risk taşımaktadır (Conte vd., 2024; Joiner vd., 2023; Lin, 2023; Balcı, Akgül ve Astam, 2024). Platform aracılığıyla kazanç elde etmek gerekçesiyle ise sınırları aşan, bazen oldukça abartılı, dikkat çekici, taklit barındıran ve insan onuruna aykırı içeriklerin üretilebildiği görülmektedir. Bu durum özgünlükten öte bir “herkesleşme” olgusunu pekiştirmektedir. Kullanıcılar kişilikleri ile özgünlüklerinden feragat ederek popüler kültürün birer yansıması haline gelmekte ve bir sömürü düzeninin parçası olmaktadır. Bu durumla ilgili 19. yüzyıl Fransız edebiyatından türetilmiş bir terim olup, kelime olarak “dolaşan” veya “gezgin” anlamına gelen “flâneur” kavramını kullanarak eleştiri yapan Netchitailova’nın (2021:1-13) ifade ettiği gibi bireyliğin ortadan kalktığı bu zamanda yaratıcılığını ve keşfetme arzusunu kaybederek kalabalığın bir parçası haline gelen insan, empatik aylağa dönüşmektedir. Kişiler içerik yükleyerek, yorum yaparak, konuşup eğlenerek, üzüntü, yalnızlık vb. pek çok özel duygusunu paylaşarak platformun bu verileri kullanma ve kâra dönüştürmesine izin vermekte, böylece empatik işçi olmaktadır. Bauman ve Lyon’a (2016:35-36) göre de kullanıcılara sunulanlara bir bedel olarak kullanıcılar mahremiyet haklarından kendi rızalarıyla vazgeçmektedir. Bu bağlamda insanlar neyin mahrem olduğu neyin mahrem olmadığı hakkında düşünce değişiklikleri yaşamaktadır. Mahremiyet haklarının esnetildiği bu platformlarda gösterimi yapılan yaşamlar aynı zamanda bir teşhir ve dikizleme kültürünü de açığa çıkarmaktadır (Niedzviecki, 2010:18). Fuchs (2016:135) ise kullanıcıların çekinmeden teslim ettikleri tüm verilerin depolanarak ticari sömürü düzeninde bir kâr aracı olarak kullanıldığını ifade etmektedir. Böylece TikTok, sağladığı temel faydaların yanı sıra çeşitli olumsuz sonuçları beraberinde getirmesiyle eleştirilere neden olmaktadır. TikTok gibi sosyal medya platformlarında maddi kazanç sağlamayı isteyen kişiler yalnızca kendilerini değil, çevrelerindeki kişileri de bu sürece dahil etmektedir. Örneğin aileler, çocuklarını içerik üretme ve paylaşma süreçlerine dahil etmektedir. Aileler, izleyici kitlesinin dikkatini çekmeyi amaçlayan içeriklerde çocuklarına yer vererek, takipçi sayılarını yükseltmeyi ve maddi kazanç miktarını artırmayı hedeflemektedir. Bu durum literatürde “sharenting” olarak adlandırılmaktadır. “Sharenting” kavramı, paylaşmak anlamına gelen “share” ve ebeveynlik anlamına gelen “parenting” kelimelerinin bir araya getirilmesiyle türetilmiştir. Sharenting, çocuk hakkındaki hikâye ve görselleri devamlı olarak sosyal medya hesaplarına yükleyen ebeveynlik anlayışını tarif etmektedir (Dursun, 2019:195). Bu durum, sosyal medya üzerindeki ticari faaliyetlerin etik sınırları ile çocukların mahremiyeti açısından çeşitli tartışmaları ve çocukları yüz yüze getirebilecek birtakım riskleri beraberinde getirmektedir.

Bu çalışmada küresel ölçekte 1,5 milyarı aşan ve çocukluktan yetişkinliğe kadarki yaş skalalarından kullanıcısı bulunan TikTok platformundaki videoların “sharenting” kapsamında değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Betimsel analiz yapılacak olan çalışmada, çocukların dijital risklerden korunmasına yönelik önlemlerin alınıp alınmadığına, çocukların videolarda yer alma biçimlerine ve çocukların yer aldığı videoların içerik türlerine bakılmıştır. Diğer yandan literatür bölümünde TikTok’un geliştirilme sürecine, yükselişine ve algoritmasına, istatistiki bilgilerle kullanım oranına ve dağılımına, TikTok içerik türlerine, kullanım alanlarına, kullanım motivasyonları ile kullanıcılarına sağladığı kazanımlara ve TikTok’un potansiyel riskleri ve etkileri ile birlikte ebeveynlerin çocuklarının görüntülerini dijital ortamda paylaşmalarına (sharenting) yönelik bilgilere yer verilmiştir.

## 2. TikTok’un Kuruluşu, Yükselişi ve Algoritması

TikTok’un mimarı olan Zhang Yiming, yapay zekanın gücünden faydalanarak anahtar olarak kullanıcıların içerikle olan etkileşimlerini zenginleştirmeyi ve kişiselleştirilmiş içerik üretimini artırmayı amaçlamıştır. İlk etapta 2016 yılında ByteDance şirketi aracılığıyla Çince versiyon olan ve yerel özellikler taşıyan “Douyin” piyasa sürülmüş ve TikTok’a ilham olmuştur. Bu süreç, kullanıcıların medya tüketim eğilimlerinin incelenerek kısa ve ilgi çekici içeriklerin talep gördüğünün anlaşılmasıyla daha yaratıcı ve

kültürel etkileşime açık bir platformun tasarlanmasına öncülük etmiştir. 2016 yılı Eylül ayında TikTok, kullanıcı deneyimini kolaylaştırmayı ön planda tutan arayüzü ve her kullanıcıya hitap eden gelişmiş algoritmasıyla dikkat çekmiştir. Kasım 2017’de ByteDance, Musical.ly’yi satın almış ve 2018’de TikTok ile birleştirmiştir. Kullanıcıya özel önerilen içerikler, doğrudan mesajlar, arka plan müzikleri, içerik üretimi için sağlanan yaratıcı araçlar ve anlık bildirimler ile TikTok beğeni kazanmıştır. Uygulama, izleyicinin kısa dikkat süresine uyum sağlamış, kullanıcılar tarafından enerji verici ve özgürleştirici bulunmuş, kullanıcının ön planda olduğu müzikle entegre olmuş kısa videolar yeni bir ifade alanı açmıştır. Tam anlamıyla popülerite kazanması ise 2 yıllık bir zaman dilimi sonrasında gerçekleşmiştir (Hardy, 2023; Anderson, 2020:7). TikTok içerikleri zamanla gündelik hayat, ekonomi, çalışma yaşamı, politika gibi çeşitli alanları kapsamış ve çok çeşitli kurumlara yayılmıştır (He vd., 2021:668). İlk önceleri müzik ve kısa dudak senkronizasyonu ile oluşturulan videoların paylaşıldığı TikTok zamanla hikâye ve canlı yayın, videolara alt yazı ekleme ve zengin görsel efekt, e-ticarete uyum sağlayarak ürün alım ve satım, yapay zekâ destekli içerikler ile gelişimini sürdürmüştür. 2020 yılı temmuz ayında ise görüntüleme ve etkileşimler sayesinde maddi kazanç sağlanabileceği açıklanmıştır. Aynı zamanda kullanıcılar büyük ya da küçük markaların sponsoru olma şansına sahip olmuştur. Böylece TikTok, zamanla gündelik işlerin ücretinden çok daha fazla kazanç sağlanabilen bir platforma dönüşmüştür (Ngo, 2021). Verilere göre dünya çapında TikTok kullanıcılarının %34,8’i 18-24 yaş aralığında, %34’ü 25-34 yaş aralığında, %8,1’i 45-54 yaş aralığında, %7,4’ü ise 55 ve üzeri yaşlarında bulunmaktadır (Ceci, 2024). TÜİK’in (2024) raporuna göre Whatsapp, Instagram, Youtube, Facebook, X ve Telegram’ın ardından TikTok ortalama her beş kişiden biri tarafından kullanılmaktadır. Yine TÜİK (2024) raporuna göre Youtube ve Instagram’dan sonra TikTok çocukların en çok kullandığı sosyal medya uygulaması olmaktadır. Bunu sağlayan nedenler arasında uygulamanın ücretsiz indirilme imkânı, zengin, kısa ve dinamik içerik çeşitliliği, eğlenceli filtreler ve efektler, trendler ve meydan okumalara katılım, kolay kullanım ve sosyal etkileşim imkânı, mobil cihazlara uyumu, algoritması ve uygulamanın tasarımı gibi özellikler sayılabilmektedir. Aynı zamanda TikTok, Google benzeri bir arama motoru gibi ürün ve işletmeleri aramak, bir şeylerin nasıl yapılacağına bakmak, bir şeylerin ne anlama geldiğini araştırmak gibi çok çeşitli nedenlerle kullanılmaktadır. Videoların kısa olması nedeniyle bilgiler kompakt halde derli toplu yansıtılmakta, beğeniler ve yorumlar baz alınarak içerikteki bilginin doğruluğu ve önerinin uygunluğu kontrol edilebilmektedir (Zhou, 2024:206; Dong ve Xie, 2024; Adobe, 2024; Huang, 2022; Gu, Gao ve Li, 2022:2).

TikTok algoritması, her bir kullanıcının tercihlerine ve ilgilendikleri alanlara göre “For You Page” (sana özel) akışını sunmaktadır. Algoritmalar, sosyal medya akış sayfalarında, hedefe yönelik reklamlarda veya kişiselleştirilmiş medyada gezinirken karşılaşılan her türlü içeriğin ve deneyimin ayrılmaz bir parçasını oluşturmaktadır. Kullanıcı davranışlarına ve tercihlerine göre dijital platformlardaki içeriklerin sistematik olarak tespit edilerek belirlenip sunulmasını ifade eden algoritmik medya, verileştirme ile kullanıcı verilerinin toplanıp biriktirilmesine ve ardından gelecek adımlar için işlenerek kullanılmasına dayanmaktadır. İnsan deneyiminin her bir farklı yönü sayısal verilere dönüştürülerek işlenmekte ve hesaplanmaktadır (Ytre-Arne ve Moe, 2021:807; Couldry, 2019:53) Kullanıcıların izledikleri içerikleri beğenme, yorum yapma, paylaşma, tekrar izleme, içerik üreticisini takip etme, içerikle ilgilenmiyorum butonun basma gibi davranışları algoritma için bir besin kaynağı olmaktadır. TikTok algoritması, bu yönleriyle kullanıcı deneyimleri ile insanlar arasındaki etkileşimleri biçimlendirmede gelişmiş bir yapıya sahiptir.

TikTok, akıllı telefon teknolojisinin egemen olduğu dönemde ortaya çıkması ve kullanım pratikliği ile her şeyi etkileme ve değiştirebilme gücünü de barındırmaktadır. Trendler ve hashtagler kullanıcıların içeriklere erişimini ve etkileşimini sağlamaktadır (Ovide, 2020). Misyonunu yaratıcılığa ilham vermek ve neşe sağlamak olarak belirten TikTok (2020), For You akışında kişiye özel olarak kullanıcının ilgili alanlarına yönelik düzenlenmiş bir video akışı ile karşılaşacağını ifade etmektedir. Kullanıcılar popüler olarak öne çıkan içeriklerin bazılarını ortak şekilde görse de kişiye özel akışlar benzersiz olarak özenle uyarlanmaktadır. TikTok resmî sitesinde yapılan bilgilendirmeye göre beğenilen ya da paylaşılan videolar, takip edilen hesaplar, izleme süresi, yorumlar ve oluşturulan içerikler, altyazı, ses ve hashtag gibi ayrıntıları içeren video bilgileri, dil tercihleri, ülke ayarları, cihaz türleri ve hesap ayarları öneri sistemine katkıda





bulunan faktörler olarak işlenmektedir. Bazı faktörler ise diğerine göre daha güçlü bir gösterge olmaktadır. Örneğin kullanıcının videoyu izleme süresi, videonun üreticisi ile ortak bir ülkede bulunup bulunmamasından daha dikkate değer görülmektedir. İçerik üreticisinin takipçi sayısı öneri sistemine düşmede doğrudan bir faktör olmamakta, kullanıcı ilgileri ve tercihleri önem taşımaktadır. Bununla birlikte ilk defa uygulamayı kullanmaya başlarken de sunulan kategorilerden seçilenler dikkate alınmaktadır. Sonrasında her yeni etkileşim ile kullanıcı sistem tarafından tanınmaktadır. Kullanıcıların hoşlanmadığı ve görmek istemediği içeriklerle karşı karşıya bırakılmaması adına da algoritma çalışmaktadır. Narayanan'a (2022) göre TikTok'ta diğer sosyal medya uygulamalarının aksine kısa süreli içeriklerle kaydırma işlemi daha hızlı gerçekleşmektedir. Bununla birlikte TikTok algoritması, üreticinin takipçi sayısından ayrı olarak her bir video için bağımsız bir değerlendirme yoluna gitmektedir. Uygulama, içerik oluşturma araçlarının zengin niteliği, eğlenceli yönü ve keşfetmeyi teşvik eden yapısı sayesinde başarılı olmaktadır. Böylece her video bir izlenme sayısı elde etmekte, başarılı olması durumunda daha yüksek izlenme oranlarını yakalamaktadır. Bu bağlamda TikTok'un öneri sisteminin sırrı, karmaşık bir algoritmadansa sistemin şeffaf bir şekilde görülebilen kendine has tasarımı olmaktadır.

### 3. TikTok Kullanım Alanları ve İçerik Türleri

Etkileşim, hızlı ve kişiselleştirilmiş içerik paylaşımı, çoklu medya, eş zamanlı ya da eş zamansız iletişim, ilgili hedef kitleye ulaşma, takip etme ve takipçi edinme, hashtag ve etiket kullanımı, veri analizi ve takip, topluluk oluşturma gibi özellikler ile donatılan sosyal medya uygulamaları ilk etapta bireysel kullanımlara yönelik tasarlanmışken çeşitli grupların ve kurumların da kullandığı bir platforma dönüşmüştür (Çalışkan ve Mencik, 2015:257-262; Milan, 2015:2; Boyd ve Ellison, 2007:210-211). Tüm bu özelliklere sahip olan TikTok'un eğlenme motivasyonlu bir tasarımla piyasa sürülmesinin ardından her konudan içerik barındıran bir platforma dönüştüğü görülmektedir. Kampanya ve seçim çalışmaları, protestolar ve aktivist hareketler, alternatif habercilik, kullanıcılar ve işletmeler ile pazarlama ve reklam faaliyetleri, eğitim içerikleri, halk sağlığı gibi çeşitli konularda bilgilendirme, sosyal adalet arayışı, sanat ve yaratıcılığı barındıran içerikler ve bunun gibi pek çok alan için TikTok'un tercih edildiği görülmektedir. Sosyal medya uygulamaları eşik beklentilerinin gücünü de azaltarak ferdi katılımcı olarak bireysel aktörlerin gündemi şekillendirme gücünü artırmaktadır. Örneğin TikTok, toplumsal değişim ve seferberlikler için oldukça popüler bir platform özelliği göstermekte, aktivist ve politik bir nitelik taşımaktadır. TikTok'ta yeni kitlelerle etkileşime girmeyi hedefleyen siyasi kampanyalar, dijital içerikler yoluyla politik gündemi ve kamuoyunu şekillendirilmektedir (Li, 2024:145; Moir, 2023:2-3; Gilardi vd., 2022:39). Aynı zamanda platform aracılığıyla protestolar organize edilmekte, koordine edilmekte ve bilgi desteği sağlanmaktadır (Brodovskaya, Lukushin ve Davydova, 2022:132). Bir diğer kullanım alanı olarak dijital pazarlama faaliyetinin gerçekleştirildiği bir platform özelliği taşımaktadır. Nisan 2020'de TikTok uygulamasına eklenen TikTok Mağazası, e-ticaret işletmeleri ve çevrimiçi alıcılar tarafından oldukça ilgi görmektedir. TikTok bir tanıtım aracı da olmakta ve satın alma davranışı etkileyen marka imajına etki etmektedir. Canlı yayın alışverişleri, video içerikleri, promosyon kuponlar ve ortalamanın altında fiyat politikası gibi özelliklerle TikTok diğer e-ticaret uygulamalarına büyük bir rakip olmaktadır (Rosiyana vd., 2021:370-375). Ürün satışı ve tanıtımını sağlamak adına TikTok, mutluluk ya da mutsuzluk hissi uyandıran anlatılar ve kişisel deneyimler yoluyla duygusal reklamları, komik, eğlenceli ve ilgi çekici görsel kullanımı ile eğlendirici reklamları, markalar ve ürünlerle ilgili bilgiler sunan bilgilendirici ve bunun gibi reklamları içermektedir. Bu platformda influencer'lar (fenomen) aracılığıyla da reklam içerikleri üretilmektedir (Hossain, 2022:110). TikTok'ta aynı zamanda akademik ve gündelik yaşama dair eğitici içerikler kullanıcılar ve kurumlar ile dolaşıma girmektedir. Örneğin #learnonTikTok etiketiyle bağlantılı videolar; kimya deneyleri, yemek tarifleri, sağlık ipuçları, başka diller öğrenme ve origami figürleri oluşturma gibi çeşitli konularda videolar kullanıcılarla buluşmaktadır. Örneğin tıp bilimine yönelik akademik içerikler de TikTok'ta bulunmaktadır (Fiallos, Fiallos ve Figueroa, 2021:172; Nikookam ve Guckian, 2021:952). Bununla birlikte örneğin son yaşanan pandemi döneminde bilgilendirme ve halk sağlığı konularında TikTok'un etki göstermiş olduğu vurgulanmaktadır. Sağlık profesyonellerinin çeşitli etiketlerle birlikte halk sağlığı mesajlarını iletmek amacıyla TikTok'u faydalı bir iletişim aracı olarak kullandığı

görülmektedir (Basch, Hillyer ve Jaime, 2020:367). Aynı zamanda TikTok (2020) pandemi sürecinde hayır kurumlarına bağış yapılmasını kolaylaştıran yeni özelliği ile kullanıcıların sosyal dayanışma faaliyetlerini gerçekleştirmelerini sağlarken, bu durum çeşitli zamanlarda toplum nezdinde ihtiyaç duyulan özelliklere kulak verildiğinin bir göstergesi olmaktadır. TikTok, toplumsal yaşamda sanat ve kültürel faaliyetler için de yeni bir alan sağlamaktadır. Örneğin platform uygulamaları kullanıcılar için sanatla ilgilenme ve keşif yapma imkânı sunarken, sanatçıların çalışmalarını tanıtarak kitlelerine ulaştırmaları için etkileyici ve cezbedici bir ortam sunmaktadır. TikTok'ta kullanıcılar arasında sanata dair paylaşımların süratle yayılması, sanata olan ilgiyi ve etkileşimi artırmakta ve bu durum sanatçıların eser üretme istekleri ile süreçlerine de etki etmektedir (Gerlieb, 2021; Anggraeni ve Koesoemadinata, 2023:59). Bununla birlikte TikTok, habercilerin içeriklerini paylaştığı ve haberlerin takip edildiği bir platform özelliği taşımaktadır. Reuters Enstitüsü raporuna (2022) göre tanınır haber yayıncılarının yaklaşık yarısı belirli aralıklarla TikTok'ta içerik yayınlamaktadır. TikTok hızlı, komik, eğlenceli, müzik eklentili paylaşımlar üzerine kurulu bir yapıya sahipken daha uzun süreli video ve canlı yayın gibi eklemeler, Black Lives Matter hareketi, Covid-19 pandemisi ve Rusya-Ukrayna savaşı gibi olaylar haberlerin bu platformda daha fazla yer kaplamasına yol açmıştır. Öte yandan haberlerin büyük bir kısmının fenomenler, aktivistler ya da diğer insanlar eliyle üretildiği görülmektedir (Newman, 2022:3). Reuters Enstitüsü'nün 2024 yılı raporunda da kullanıcıların haber içerik tüketim tercihinin ilk kez X'i geride bırakarak TikTok'a yöneldiği belirtilmektedir (Newman, 2024:10). Haber üreticileri TikTok'un eğlence temalı içerik üretimine uyum sağlayarak ses ve görüntü efektleri aracılığıyla daha ilgi çekici haber içerikleri paylaşmaktadır. Yeni bir istihdam alanı sağlaması ve genç kitlelere haberlerin duyurulabilmesi açısından TikTok, içerik üreticileri tarafından uygun bir platform olarak görmektedir (Çetinkaya ve Dondurucu, 2023:84; Kortak, 2024:226).

TikTok uygulamasındaki içerik türlerine bakıldığında uygulama tasarımında şarkı söyleme ve dans etme, komedi, spor, çizgi film ve animasyon, ilişki, gösteriler, playback, günlük yaşam, güzellik-bakım, oyunlar, topluluk, kıyafet, araçlar, yemek, hayvanlar, aile, drama, fitness ve sağlık, eğitim, teknoloji kategorileri görülmektedir. Bunlarla birlikte TikTok'ta eğlenceli ve komik videolar, dans videoları, dudak senkronizasyonu ve müzik eklentili videolar, eğitici ve bilgilendirici videolar, kozmetik ve kişisel bakım videoları, motivasyon videoları, kişisel gelişim videoları, yemek ve tarif videoları, gizemli ve ilginç bilgiler içeren videolar, gezi videoları, kısa hikayeler ve anlatı videoları, canlı yayınlar, meydan okuma ve trend videoları gibi pek çok türde içeriklerin paylaşıldığı görülmektedir. TikTok'un kesintisiz olarak devam eden ve sürekli çeşitlenerek yenilenen akım videoları ise, eğlenirken maddi kazanç sağlama ve gündelik yaşamın sorunlarından uzaklaşma iddiasıyla popüler kültür ekseninde süregiden şekilde güncellenmektedir (Bahçecioğlu, 2023:426). İçeriklerin dikkat dağıtmayan kısa formatta sunulması ve profesyonellik gerektirmeden her kullanıcı tarafından içerik oluşturmaya ve paylaşmaya imkân vermesi TikTok'un yoğun ilgiye neden olan çekim gücünü oluşturmaktadır. Dünyanın her yerinden kullanıcının tek bir platformda buluşması ve videolar paylaşması, çevrimiçi ortamda bir bağlantı ve yaratıcılık zemini sağlamaktadır. Her türlü unsur, örneğin yemek içerikli videolarda yiyecekler seyirlik bir şov objesi ve eğlencelik malzeme olarak kullanılmaktadır (Griffiths, 2023; Alpyıldız, 2022:316). Yaratıcı performanslar, müzikal her türlü dinleti ve faaliyet, kişilerarası ya da kişi ve toplum arasındaki iletişimi verimli hale getiren etkileşimi kolaylaştırmaktadır (Yarar Koçer, 2021). Bunlarla birlikte TikTok gibi sosyal medya platformlarında kısa videolar, klipler, parodiler, meydan okumalar, akımlar ve meme'ler gibi güldürücü öğeler komedi ve mizah amacıyla kullanılmaktadır. Bu postmodern mizah anlayışındaki içeriklerle kısa süreli rahatlama sağlamak ya da rahatsızlık vermek hedefiyle hızlı tüketim ve anında doyum hissi veren bir etki sağlanmaktadır. Ayrıca şöhret elde etmek amacıyla fiziki üstünlükler, sahip olunan lüks eşyalar, gidilen mekanlar, toplumsal yaşamda kural ihlalleri olan hareketler, yozlaşmış ve utandırıcı davranışlar vb. türde içerikler de paylaşılmaktadır. Bu bağlamda TikTok "öyleymiş-sahipmiş gibi" davranışların sergilendiği bir mecra olmaktadır (Kahya, 2023:131-132; Akyazı, 2020:264-266). Yapılan çalışmalarda ise bu tür içeriklerin kullanıcıların düşünce ve davranışlarını etkilediği görülmektedir. Örneğin güzellik ve kişisel bakım videolarının, kullanıcıların kişisel görünümüne dair olumsuz bir hisse kapılmalarına neden olduğu anlaşılmaktadır. Kullanıcılar TikTok fenomenlerine karşı büyük bir hayranlık duyabilmekte ve bu nedenle kendileri üzerinde değişikliklere gidebilmektedir (Seekis ve Kennedy, 2023:123; Atalay ve Tamkoç, 2022:31). Bununla birlikte kullanıcılar içeriklerde gördükleri yerlere ve mekanlara seyahat etme isteği



duymaktadır. Böylece seyahat planlarını ve turistik rotalarını içeriklerden ilham alarak şekillendirmektedir (Dramićanin, Perić ve Gašić, 2023:129). TikTok'un tasarımına ve yapısına uygun olarak güçlendirilmiş görsel anlatımla hazırlanmış reklamlar da kullanıcılar üzerinde çeşitli etkiler oluşturabilmektedir (Araujo vd., 2022:151; Sayın, 2024:29). TikTok, tek tek sayılması mümkün olmayan sınırsız tür ve özellikte içeriklerin arşivlendiği bir havuz niteliği taşımaktadır. Her geçen gün çeşitli amaçlarla ilgi görmek, şöhret olmak ve para kazanmak isteyen kullanıcıların akla yatkın ya da mantık dışı fikirlerle kayda alarak paylaştığı içerikler TikTok'ta dolaşıma girmektedir. Bununla birlikte TikTok'un, canlı yayın özelliği içerik üreticilerine izleyicileriyle eş zamanlı etkileşim kurma fırsatı tanımaktadır. Bu özellik kapsamında kullanıcılar izleyicilerinden maddi kazanç sağlayan çevrimiçi hediyeler de alabilmektedir. Platformda jeton al butonuna tıklayarak jeton satın alımı yapıldıktan sonra canlı yayın sırasında kullanıcı tarafından farklı maddi değer taşıyan sanal hediyeler gönderilebilmektedir (Yesisca ve Menayang, 2023:58).

#### 4. TikTok Kullanım Davranışları ve Kullanıcı Motivasyonları

TikTok, resmi internet sitesinde temel amacının eğlendirmek olduğunu, bununla birlikte yaratıcılığı teşvik etmek adına bir esin kaynağı olmak istediğini vurgulamaktadır. Kullanıcılarına eğlenmeleri adına içerik tüketmelerini, izleyici sayısını artırmaları için yorumlar, canlı yayınlar ve diğer yöntemler aracılığıyla izleyicileri ile etkileşim kurmalarını, uygulamadan faydalanarak analizleri incelemelerini, izleyici kitlelerini anlamalarını ve iletişime geçmelerini, diğer içerik üreticileriyle bağlantı kurmalarını tavsiye etmektedir. Bunlarla birlikte TikTok creator marketplace (TTCM) ile içerik üreticileri ve markaların iş birliği içinde olabileceğini, içerik üreticisi ödülleri programı ile kaliteli ve özgün içerikleri ödüllendireceğini, canlı yayınlar ile izleyicilerle etkileşim kurarak sanal hediyeler yoluyla para kazanabileceklerini belirtmektedir.

TikTok'ta kullanıcı tarafından üretilen içerik (UGC) modu, tüm kullanıcıları kendini anlatma ve gösterme gereksinimlerini karşılamaları adına cesaretlendirmektedir. Aynı zamanda ünlüler, kurumlar, şirketler, internet fenomenleri vb. kullanıcılar hayran kitlesini artırmak, bilgilendirme yapmak ya da ticari kazanç elde etmek amacıyla platformu kullanmaktadır. Örneğin TikTok'u ünlüler projelerini duyurmak, ürünlerini satmak ve hayran kitlesini artırmak; hayranlar, idollerini platformda onurlandırmak; ticari kuruluşlar da içerik üreterek hedef kitle ile ilişkilerini pekiştirmek amacıyla kullanmaktadır (Zuo ve Wang, 2019:2). İçeriklerin takdir kazanarak büyük bir kitleye yayılım sağlayabilmesi için ise yaratıcı düşünce, iletişim kurma ve taklit edebilme, değerli bir bilgi ya da en özel anları içeriğe aktarma ve izleyiciye sunma becerisi gibi nitelikler gerekmektedir (Putri, 2021:282). Bu bağlamda TikTok, kullanıcılarına anlatılarını, deneyimlerini, bilgilerini paylaşabilecekleri ve bu içeriklerle birlikte bilgilerin ve kültürün kısa sürede hızlı bir şekilde yayılabileceği bir dijital alan sunmaktadır. Bu alan evrensel bir özellik göstererek farklı coğrafyadaki her bireyin dil ve kültürüne açık bir alışveriş sahası olmaktadır.

We Are Social'ın 2024 yılı raporuna göre TikTok, 34 saat 15 dakika ile aktif kullanıcıların aylık olarak harcadığı ortalama süre listesinde ilk sırada yer almaktadır. Iqbal'in (2024) derlediği istatistiklere göre TikTok'un dünya genelinde indirilme sayısı dört milyara ulaşmış, 2018 yılında 85 milyon olan kullanıcı sayısı 2024 yılı ikinci yarısı başında 1 milyar 685 milyona yükselmiştir. TikTok, son üç yıldır en çok indirilen uygulama olmuş, 2020'nin ilk çeyreğinde (pandemi döneminde) çeyrek bazında en fazla indirilen uygulama rekorunu kırmış ve ikinci çeyreğinde de tüm zamanlardaki en çok indirilme oranını devam ettirmiştir. TikTok'un yaş demografisini %75 oranında 35 yaş altı kullanıcılar oluşturmaktadır. En yüksek kullanıcı sayısına sahip olan yaş skalası ise 18-24 yaş aralığı olmaktadır. Kadın ve erkek kullanıcı sayısında ortalama yarı yarıya bir oran bulunmaktadır (Iqbal, 2024). TikTok içerik üreticilerinin yaşlarına bakıldığında, rakamların yine genç bir demografiye ait olduğu görülmektedir. En çok içerik üreten yaş skalası sırasıyla 18-24 yaş (%52,83), 13-17 yaş (%18,67) ve 13 yaş (%8,7) altından oluşmaktadır. 2024 yılı Ekim ayı verilerine göre TikTok'un ilk on listesinde en çok takipçi sayısına sırasıyla 24 yaşında Senegalli-İtalyan Khabane Topal (162,8 milyon); 20 yaşında Amerikan Charli D'Amelio (155,7 milyon); 26 yaşında Amerikan Jimmy Donaldson (104,5 milyon); 27 yaşında Filipinli-Amerikalı Bella Poarch (94,5 milyon); 23 yaşında Amerikan Addison Rae (88,8 milyon); 26 yaşında Meksikalı Kimberly Loaiza (82,3 milyon);

34 yaşında Amerikan Zach Kral (82,2 milyon); 23 yaşında Meksikalı Dominik Robledo (75,9 milyon); 56 yaşında Amerikalı Will Smith (75,3); 29 yaşında Türk Burak Özdemir (75 milyon) sahip olmuştur. Takipçi sayıları ile beğeni ve maddi kazanç sayıları sıralaması değişiklik göstermektedir. TikTok kullanıcısı, uygulamayı her ziyaretinde ortalama 8 dakika 18 saniye vakit geçirmektedir. Eylül 2024 verilerine göre TikTok her ay 2,5 milyara yakın ziyaret almakta ve bu ziyaretlerin en az %70'i mobil cihazlarla gerçekleştirilmektedir (Duarte, 2024). 2024 yılı TikTok kullanıcı sayısına göre Endonezya (157,6 milyon); Amerika Birleşik Devletleri (120,5 milyon); Brezilya (105,3 milyon); Meksika (77,5 milyon); Vietnam (65,6 milyon); Pakistan (62,1 milyon); Filipinler (56,1 milyon); Rusya (56 milyon); Tayland (50,8 milyon) ve Bangladeş (41,1 milyon) ilk on sırada yer almaktadır. Hindistan ise ülkede yasaklandığı 2020 yılından önce TikTok'un en büyük pazarı olmuştur (Oberlo, 2024). Temmuz 2024 itibarıyla seçili ülke ve bölgelerde TikTok penetrasyonu (nüfusa göre yayılımı) listesine bakıldığında ise sırasıyla ilk on ülkenin Birleşik Arap Emirlikleri, Suudi Arabistan, Malezya, Vietnam, Şili, Tayland, Meksika, Endonezya, Kolombiya ve Filipinler olduğu görülmektedir. Türkiye ise %59,7 oran ile on beşinci sırada yer almaktadır (Statista, 2024). TikTok'ta tüm zamanların en çok izlenen içerikleri Zach King'in Harry Potter illüzyonu (2,3 milyar); James Charles'ın Noel harikalar diyarına geçişi (1,7 milyar); Zach King'in saklambaç illüzyonu (1,1 milyar); Zach King'in pasta camı illüzyonu (967 milyon); Bella Poarch'ın 'M To The B' videosu (825,5 milyon); Leah Halton'ın 'Praise Jah In the Moonlight' şarkısının dudak senkronizasyonu (798,1 milyon); Zach King'in boya halkası (660,4 milyon); Nyadollie'nin güzellik eğitimi görünümü (513,4 milyon); Gabs'in Çikolatalı Çilekler videosu (457,2 milyon); Jamie32bish'in Nelly Furtado'nun 'Say It Right' şarkısıyla dansı (448,3 milyon) olmuştur (Smith, 2024). İllüzyon, müzik, makyaj, güzellik, dans, dudak senkronizasyonu, yiyecek gibi temaların bütünleştirilerek bu içeriklerin oluşturulduğu görülmektedir. We Are Social'ın 246 ülkenin verileri ile hazırladığı 2024 yılı Ekim ayı raporuna göre kullanıcılar %79,7 oranıyla komik veya eğlenceli içeriklere bakmak için TikTok kullandıklarını belirtmiştir. TikTok'un sırasıyla diğer kullanım amaçları markaları ve ürünleri takip etmek ya da araştırmak (%49,7); haberleri ve güncel olayları takip etmek (%43,2); fotoğraf veya video paylaşmak (%41,6); arkadaşlar ve aile ile mesajlaşmak (%20,6) olmuştur. Bu bağlamda TikTok'un hızlı içerik tüketim yolu ile gündelik sıkıntılardan ve stresten uzaklaşmak, eğlenmek, vakit geçirmek, bilgilenmek gibi nedenlerle tercih edildiği anlaşılmaktadır.

Türkiye özelinde kullanım istatistiklerine bakıldığında TikTok, içeriklerin beğeniye sunulduğu sosyal medya platformları arasında Instagram, Youtube, Facebook ve X'ten sonra en çok kullanılan uygulama olmaktadır. Çocuk yaştaki kullanıcıların da Youtube ve Instagram'ın ardından TikTok'u tercih edildikleri görülmektedir (Tüik, 2024; Tüik, 2024). Dünyada en çok izlenen video türleri müzik (%49,6); komedi, eğlence, viral, memes vb. (%34,7); canlı yayın (28,8); ürün inceleme (25,9) ve spor klibi ya da özet video (25,9) olarak sıralanmaktadır. Türkiye'deki 16 yaş ve üzerindeki internet kullanıcılarının her hafta herhangi bir türde çevrimiçi video izleme oranları %95,4 oranıyla, %91,8 olan dünya ortalamasının üzerinde on üçüncü sırada yer almaktadır. Türkiye'deki TikTok kullanıcısının aylık ortalama 30 saat 39 dakika uygulamada vakit geçirdiği görülmektedir. Bu süre ile Türkiye, 34 saat 15 dakika olan dünya ortalamasının altında bulunmaktadır (We Are Social, 2024).

TikTok kullanıcılarının kullanım motivasyonlarına yönelik gerçekleştirilen çalışmalara bakıldığında, çalışmaların büyük oranda kullanımlar ve doyumlar, sosyal etki teorisi, öz belirleme kuramı, bağımlılık ve gelişmeleri kaçırma korkusu çerçevesinde konumlandırıldığı görülmektedir. Z kuşağı TikTok kullanıcılarının sosyalleşme, benlik sunumu, eğlenme güdülerıyla ve uygulamanın yenilikçi ve kullanışlı olması nedeniyle uygulamaya erişim sağladıkları tespit edilmiştir (Tam, 2022:148-153). Kızılkaya'nın (2022:242-244) ön lisans öğrencileriyle gerçekleştirdiği çalışmaya göre kullanıcılar uygulamaya kullanım ve üretim kolaylığı ile kısa tüketim süresi nedeniyle yönelmektedir. Eğlenmek ve rahatlamak isteyen kullanıcılar sosyal yaşamın getirdiği stres ve sıkıntılardan sıyrılmak için TikTok kullanımlarının bir alışkanlığa dönüştüğünü belirtmektedir. Kullanıcılar iletişim kurma ve gözetleme, eğlenme, rahatlama, takdir edilme, kendini ifade etme ve zaman geçirme amacıyla uygulamayı kullanmaktadır. Yetkiner ve Öztürk'ün (2020:232) üniversite öğrencileri ile kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında gerçekleştirdiği çalışma verilerine göre de öğrencilerin TikTok'u eğlence, bilgi edinme, boş zamanları



değerlendirme, rahatlama ve stresten uzaklaşma, sosyalleşme, iletişim ve kaçış gibi çeşitli motivasyonlarla kullandıkları görülmektedir. We Are Social'ın 2024 yılı raporuna göre ise TikTok'un dünyanın pek çok ülkesinde öğrenme kaynağı olarak kullanıldığı anlaşılmaktadır. Türkiye ise elli üç ülkenin sıralandığı listede dünya ortalamasının (%39,5) çok üzerinde yer alarak %55,5 oranla TikTok videolarını bilgi edinme aracı olarak kullanan ülkeler sıralamasında dördüncü sırada yer almaktadır. Diğer dünya ülkelerine bakıldığında Pew Research'ün (2024) araştırmasına göre ABD'li kullanıcıların tamamına yakınının (%95), TikTok'u bir eğlence aracı olarak kullandığı görülmektedir. Bununla birlikte kullanıcılar politik içeriklerle karşılaştıklarını ve %33 oranıyla bu durumu ülkelerindeki demokrasi adına faydalı bulduklarını belirtmektedir. Aynı zamanda büyük çoğunluğu (%86) bu platformda siyasi görüşlerini açıklarken özgür hissettiklerini ifade etmektedir. Niçin kullandıkları sorusuna ise eğlenmek (%95), diğer kişilerle bağlantı kurmak (%65), ürün incelemelerine veya önerilerine bakmak (%62), spor veya popüler kültür ürünlerini takip etmek (%53), aile ve arkadaşlarıyla iletişimi sürdürmek (%44), haberleri (%41) ve siyasi meseleleri (%36) takip etmek için cevaplarını vermektedir (Mcclain, Anderson ve Gelles-Watnick, 2024). Bir diğer çalışmada (Martinez vd., 2024:119-120) kullanıcılara göre onları kullanıma yönelten TikTok'un belirgin olumlu nitelikleri arasında mizahi içerik, zengin içerik yelpazesi, eğlendirme, topluluğa yönelik ve eğitici içerikler, gelişmiş algoritma ile kişiselleştirme, kullanıcı odaklı arayüz, kendine özgü kültür ve referanslar, kısa video formatı, yaratıcı ifade serbestliği, stres yönetimine ve duygu düzenlenimine rehber içerikler, kullanıcıların özdeşleşebilecekleri içerikler ve trend olan paylaşımlar yer almaktadır. Katılımcılar, TikTok'u ihtiyaç ve hobilerine hitap eden önemli bir bilgi kaynağı olarak görmekte (%55,7) ve diğer insanların TikTok üzerindeki aktivitelerini görmek amacıyla sıklıkla kullanmaktadır (%44,9) (Stamenković ve Mitrović, 2023:19). EduBirdie'nin (2023) ABD'de 2.000 gençle gerçekleştirdiği araştırmaya göre ise, Z kuşağının %70'i kariyer tavsiyesi aramak için TikTok'ta gezinmekte ve %46'sı TikTok'un kariyer seçimlerini etkilediğini kabul etmektedir.

Tüm bu bilgilerle birlikte günlük otuz dört milyon içerik yüklenen TikTok, üreticiler ve izleyiciler arasındaki etkileşimi artırırken zamansal, görsel, işitsel, metinsel, nostaljik ve kültürel unsurların kullanımıyla kültürel ve duygusal sınırların ötesinde anlatılar oluşturularak daimî biçimde yeniden değerlendirilen bir kültür inşa edilmesine olanak sağlamaktadır (Anderson, 2024; Aşçı, 2023:102). Günümüzde sanal takipçi sayısının söz söyleme ve toplumsal yaşamda özel bir yer edinme noktasında etkili olduğunun bilinmesi nedeniyle bireyler bu ayrıcalığa erişmek adına içerik üretimine yönelmektedir (Akpınar, 2021:368). Kullanıcılar beğenilmek, ilgi görmek, maddi kazanç elde etmek, şöhret olmak amacıyla sevimli, komik, farklı ve sıra dışı görünerek çeşitli kimliklere ve rollere girerek yeteneklerini göstermektedir (Baturlar ve Yavuz, 2021:94). Akyazı'nın (2020:253) ifade ettiği gibi geleneksel kitle iletişim araçlarında bireylerin görünürlük kazanması ya da ünlü bir kişilik haline gelmeleri zor ve sınırlı bir durum olmaktadır sosyal medya platformları aracılığıyla küçük yaşlardan itibaren bir video ya da fotoğraf paylaşımı ile bu durum gerçekleşebilecek bir potansiyel taşımaktadır. Bu bağlamda Greenwood ve arkadaşları (2013:4), bireylerin toplumsal yaşamda değerli hissetmek ve görünür olmak, elit ve yüksek statülü bir yaşam tarzına sahip olmak, başkalarına yardım etmek veya onları gururlandırmak amacıyla şöhrete kavuşmak istediklerini belirtmektedir. Yapılan çalışmalara göre kullanıcılar kendilerini daha iyi hissettikleri için eğlence amaçlı videolar paylaşmakta, takipçilerini artırarak popüler olmak istemektedir (Karataş ve Karakoç, 2024). Bu amaçla kullanıcılar sosyal ağlarını genişletme, kendilerini ifade etme, bir kimlik oluşturma ve adlarını duyurma istekleri ile motive olmaktadır (Bossen ve Kottasz, 2020:463). Aynı zamanda kullanıcılar (%54,2), TikTok kullanımının öz saygıyı ve öz imajı artırabileceğini düşünmektedir (Shah vd., 2022:273).

## 5. TikTok'un Karanlık Yüzü

TikTok, kısa bir zamanda küresel ölçekte güçlü bir etki oluşturmuş, eğlenceli ve ilgi çekici içeriklerle kullanıcıların vazgeçilmezi haline gelmiştir. Bununla birlikte tüm yaygın internet tabanlı mecralarda olduğu gibi, TikTok'un da karanlık ve negatif etki barındıran yönleri bulunmaktadır. Uygulamanın potansiyel zararları olan veri gizliliği ihlalleri, olumsuz içeriklerin dolaşımı ve bağımlılık gibi konular aileler, uzmanlar ve hükümetler tarafından da kaygılı bir şekilde takip edilmektedir. TikTok algoritmasının

sunduğu içeriklerin oluşturduğu etkiler ve süregelen olaylar fiziksel, zihinsel ve psikolojik sağlık sorunlarına yol açabilmektedir. TikTok'ta yönetici ve Türkiye sözcüsü olan Gelen, 2023 yılında 16,5 milyon içeriğin kural ihlali nedeniyle kaldırıldığını ifade etmektedir. Belirttiğine göre ayda bir milyar paylaşımın yapıldığı TikTok'taki içeriklerde yapılan kural ihlallerinin saptanması için yapay zekâ teknolojisi kullanılmakta, kırk binin üzerinde çalışanı kapsayan ve manuel inceleme yapan ekiple çalışılmaktadır. TikTok içerikleri korkunç, skandal, rezalet gibi terimlerle nitelendirilmekte ve taciz, müstehcenlik, istismar, sömürü, rıza dışı paylaşım, zorbalık, şiddet gibi etik dışı unsurları barındıran içeriklerle medyada haber olarak yer almaktadır. Örneğin kullanımı ile aile içi sorunları da beraberinde getiren TikTok ile ilgili bir haberde, yayın yapmasına izin verilmeyen bir kadına sokakta ailesi tarafından şiddet uygulandığı görülmektedir. Diğer örnekler bakıldığında altı yaşındaki bir çocuğun dudağını öpen ve cinsel istismar suçlamasıyla göz altına alınan, müstehcen yorumlarda bulunduğu gerekçesiyle hapis cezası alan, TikTok'ta kız çocuklarını evine davet eden, canlı yayında kız çocuğuna müstehcen kelimeler kullanan, müstehcen yayın yaptığı için hapsi istenen, çocuğu yaralı haldeyken canlı yayın yapan, canlı yayın yaparken silahlı saldırıya uğrayan, canlı yayında husumetlisini silahla yaralayan, ülkeyi sarsan bir cinayet haberi sonrası olay mahallinde TikTok içeriği üreten ve evinde dans eden bir kadını dikizleyerek izinsiz görüntülerini kaydedip TikTok'ta paylaşan ve bunun gibi pek çok etik dışı davranan kullanıcıların haberlerde yer aldığı görülmektedir. TikTok'ta beğeni almak, para kazanmak ve para harcamak uğruna akıl almaz durumlar yaşanmaktadır. Örneğin TikTok'ta harcama yapabilmek için kiliseden 300 bin dolar para çalan, akımlara katılmak için içerik üretirken yaralanan ve vefat eden, çiğ et yiyen ve gördüğü içerikteki tavsiyeyi uygulayarak görme yetisini kaybeden, tarihe damga vurmuş kişilerin görüntüleriyle oynayarak hayali görüntü oluşturan kullanıcılar olduğu görülmektedir. Bunlarla birlikte gündelik yaşam faaliyetleri ile fiziksel ve ruhsal sağlığı tehdit eden, yanlış bilgiler ve tavsiyeler veren içerikler ile satışı yapılan zararlı ürünlere yönelik uzmanların uyarılarının yer aldığı haberler de yapılmaktadır. TikTok'u satın almak için teklif veren Amerikan vatandaşı iş insanı Frank McCourt, bu platforma yönelik gelecek nesli korumak adına sağlık uyarılarının yer alması gerektiğini ifade etmektedir (Davies, 2024). Bunların yanında ırkçı ve nefret içerikleri barındıran hesapların bulunduğu, video akımlarında dolandırıcılık tavsiyelerinin verildiği, kara para aklama ve terör finansmanı risklerini artıran işlemlerin yapıldığı, veri gizliliği kurallarının ihlal edildiği, kullanıcı hesaplarının güvenlik açıkları nedeniyle hacklenerek diğer kişiler tarafından ele geçirildiği, çocuklara ait verilerin işlendiği ve çocuklara sanal para birimi aracılığıyla finansal sömürü yapıldığı, bağımlılığa yol açtığı, algoritmasının etik dışı çalıştığı, viral olan içeriklerle infiale yol açan olayların tetiklendiği, platform yöneticilerin dava edildiği gibi nedenlerle TikTok platformu haber içeriklerine konu olmaktadır (ntv.com.tr; cnnturk.com, malaymail.com; trthaber.com; sondakika.com). Tüm bu yaşananlar ve potansiyel tehditler nedeniyle pek çok devletin TikTok'la ilgili açıklamalar yaptığı, önlem alma ya da yasaklama yoluna gittikleri de görülmektedir. Görüldüğü üzere TikTok, bireyler, aileler, topluluklar ve devletler için potansiyel riskleri bulunan ve yasaklama yoluna başvuracak kadar önlem alınmaya çalışılan bir platform olmaktadır. Tüm bu riskler ve etkilerle birlikte, ebeveynlerin dijital platformlarda çocuklarıyla ilgili içerik paylaşma davranışı da çocukların mahremiyetini ve gelecekteki yaşamlarını olumsuz etkileyebilecek önemli bir sorun olarak değerlendirilmektedir.

## 6. Bir Ebeveyn Davranışı Olarak “Sharenting”

Ebeveynler, çocuklarının doğum anlarından başlamak üzere eğitim başarılarına, neşeli dakikalarından günlük aktivitelerine kadar birbirinden farklı ya da ortak özellik barındıran içerikleri çevrimiçi ortamda paylaşmaktadır. Bu paylaşımlar zaman zaman neşeli anlarını kutlama niyeti taşıırken, diğer yandan ebeveynlerin bireysel hikayelerini ya da çocuklarıyla kurdukları bağlarını ortaya koymak amacıyla yapılmaktadır. Ebeveynler aile ve arkadaşları ile bağlantı kurmak, anılarını dijital ortamda kaydederek biriktirmek, deneyimlerini paylaşmak, toplumsal etkileşim yoluyla beğeni kazanmak, maddi gelir elde etmek gibi amaçlarla bu davranışı gerçekleştirebilmektedir (Yavuz, 2020:15-19). Bununla birlikte izolasyon duygusunu bastırmak, anne olmanın vermiş olduğu sevinci paylaşmak, çocuğun büyüme sürecini kayıt altına almak ve arşivlemek, farklı yerlerde bulunan akrabalar, aile bireyleri ya da arkadaşlar ile çocuklarının başarıları, eğlenceli görüntüleri vb. aracılığıyla bir topluluk bağı hissi oluşmasını sağlamak amacıyla ebeveynler çocuklarını sosyal medyalarında paylaşmaktadır. Ancak bu durum çocuklar için



gizlilik ve güvenliklerinin tehlikeye girmesi, mahremiyet haklarının ihlal edilmesi ya da çocukların siber zorbalığa uğraması gibi sorunlara yol açabilmektedir (Özlu, 2023; Duygulu, 2019:438) Saner (2018) The Guardian Gazetesindeki yazısında, sosyal medyada içerik olarak paylaşılan çocuklar hakkında kendi akrabamız olan çocuklardan daha fazla bilgiye sahip olabileceğinizi ifade etmektedir. Çocukların uyurken ya da öfke nöbeti geçirirken, havuzda mayolarıyla yüzerken ya da bezi değiştirilirken dahi gözetlenebileceğini belirtmektedir. Zira artık çocuklar, ultrason görüntülerinden itibaren dijital olarak çevrimiçi ortamda ebeveynleri tarafından belgelenmektedir. LaFrance'a (2016) göre de çocukların doğar doğmaz çevrimiçi kimlikleri tüm yönleriyle ebeveynleri tarafından şekillendirilmeye başlamaktadır. Tüm bunların ise çeşitli tehlikeleri beraberinde getirdiğini ifade etmektedir. Örneğin, paylaşımlarda çocukların adlarının ve doğum tarihlerinin belirtilmesi kimlik hırsızlığına, herhangi bir kullanıcı tarafından çocuğun görüntülerinin kendi çocuğuymuş gibi paylaşması ise dijital kaçırılmaya neden olmaktadır. Bazı ebeveynler (Erdoğan, 2019:2448) çocuklarının bulunduğu konumları aleni bir şekilde paylaşmakta ve böylece çocukları adına potansiyel güvenlik riski yaratmaktadır. Bunlarla birlikte ebeveynlerin, çocukların rızası dışında onların her anına ait olabilecek görüntülerini paylaştıkları dijital ortam, içeriğin saniyede milyonlarca kullanıcıya dağılarak ulaştığı, kaydedilebilen ve böylece yok edilmesi mümkün olmayan özellikler taşımaktadır. Bu durum ise ileride olgunluğa erişen çocukların yaşamlarında rahatsızlık duyabilecekleri durumlara yol açma potansiyeline sahip olmaktadır.

Livingstone ve Blum-Ross'a (2020) göre ebeveynler tarafından, paylaşım yapmaları durumunda içeriğin yalnızca belirli bir kitle tarafından görülebilmesine yönelik mahremiyet ayarlarına önem verilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda çocuklarının dijital ortamda istenmeyen kişi ya da gruplardan korunmaları amacıyla güvenliklerinin sağlanması adına mahremiyet ayarlarının özelleştirilmesi gerekmektedir. Kişisel Verileri Koruma Kurumu'nun bülteninde de (Badur, 2024:7) çocuğun kişisel verilerinin rızaya ya da diğer hukuka uygunluk sebeplerinden birine dayalı olarak işlendiği tüm durumlarda dikkate alınması gereken, çocuğun üstün yararı ilkesine hizmet etmesi gerekliliği olmaktadır. Fakat çocuğa ait kişisel verilerin sosyal medyada paylaşılmasının bu ilkeye hizmet ettiğini söylemek mümkün görünmemektedir. Staksrud, Ólafsson ve Livingstone'un 2013 yılında yaptıkları çalışmalarında dahi herkese açık profil görünümüne sahip, kimlik bilgisi saklanmayan ve etkileşime açık olan profillerde yer alan kullanıcıların daha fazla çevrimiçi riskle karşılaşacağı doğrulanmıştır. TikTok, çocuğa ait hesabın görünürlüğü, keşfedilebilirliği, hesabın başkasına önerilebilirliği, doğrudan mesaj alımı ya da kimlerin yorum yapabileceği gibi konularda kontrol ayarlarının yapılmasına imkân vermektedir (Tektunalı vd., 2022:389) Fakat uygulamaların sunduğu ayarlanabilir özellikler ebeveynler tarafından bilinse dahi (Tokel, Başer ve İşler, 2013:232) çeşitli amaçlarla (etkileşim, popülerite, reklam ve maddi kazanç vb.) bu ayarların göz ardı edildiği görülmektedir. Çoğu ebeveyn, sharenting konusuna dair gizlilik ayarlarına önem gösterdiğini ifade etmesine rağmen, pratikte ebeveynlerin bunu gerçekleştiremedikleri tespit edilmiştir (Omur ve Uyar, 2022:41) Akpınar ve arkadaşlarının (2020:12) yaptığı çalışmaya katılan ebeveynlerin %55,2 si, paylaşılan fotoğraf ya da videolardan ileriki zamanlarda rahatsızlık duyabileceğini düşünmemektedir. Ebeveynlerin %73,3'ü tatil döneminde çocuklarının çıplak hallerini paylaştıklarını belirtmiştir. Bununla birlikte ebeveynler en çok mutluluğunu ispatlamak için çocuklarının görüntülerini paylaşmıştır. Kumar ve Schoenebeck'de (2015) yaptıkları görüşmelerde ebeveynlerin sevimli, komik, olumsuz anlardan uzak olarak hayatın önemli anlarını, aile ve arkadaş fotoğrafları gibi içerikleri paylaştığını, çocuklarının görüntülerini paylaşma konusundaki endişelerine göre onay alma ihtiyaçlarının ağır bastığını, iyi bir ebeveyn imajı oluşturarak onay alma ihtiyaçlarını gidermelerine yönelik paylaşım yaptıklarını belirlemiştir. Araştırmalar, çocukların yüzlerinin tamamen açık olduğunu ve bedenlerinin görüldüğü görüntülerin ebeveynleri tarafından paylaşıldığını göstermektedir. Ebeveynlerin çoğunlukla çocuklarının kimliğini (örneğin, yüzleri) açığa çıkararak, ancak cinsel içerik barındırmayan fotoğraflar paylaştığı görülmektedir. Aynı zamanda ebeveynler çocuklarının kimliğinin belirlenebileceği şekilde kısmen çıplak fotoğraflarını da paylaşmaktadır. Ebeveynler tarafından en çok paylaşılan fotoğraflar, kutlamalar, aile anları, tatiller, çocukların yaşamlarındaki önemli dönüm noktaları veya ebeveynlerin sevimli ya da komik bulduğu fotoğraflar olmaktadır. Tüm bunlar ise çocukların mahremiyetinin ihlal edilerek görüntülerinin kişisel ve maddi çıkarlar için kullanılmasına, çevrimiçi suçlara maruz kalmaya ve çocuğun psikolojik durumunu

etkileyebilecek çeşitli risklere neden olabilmektedir (Kopecky vd., 2020:4; Fridha ve Irawan, 2020:68) Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Komitesi'nin (2011:10) Çocuk Haklarına dair Sözleşme'ye ilişkin Genel Yorumları (No.13) uyarınca bilgi ve iletişim teknolojileri aracılığıyla şiddet içeren alanlar arasında, internet ve diğer BİT imkânlarıyla üretilen görsel ve işitsel materyaller ile çocukların cinsel istismarı, çocukların ahlaka aykırı fotoğraflarının veya düzmece fotoğrafların ve videolarının, belirli bir çocukla veya çocuk gruplarıyla alay eden materyallerin alınması, hazırlanması, alınmasına izin verilmesi, gösterilmesi, elde bulundurulması veya reklam edilmesi yer almaktadır.

Tüm bu bilgiler ışığında bu çalışmada literatürden edinilen bilgiler doğrultusunda araştırma soruları hazırlanmış olup çalışma için seçilen örneklemelerin literatürde konu edilen belirli analiz kriterleri çerçevesinde değerlendirmesinin yapılması amaçlanmıştır.

## 7. Çalışma Bölümü

Bu çalışma, TikTok platformundaki ebeveynlerin çocuklarına dair paylaşımlarını incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma kapsamında bir TikTok hesabı oluşturulmuş ve #çocuk etiketi kullanılarak TikTok algoritmasının önerdiği videolar taranmıştır. Bu süreçte, profil fotoğrafında çocuk görseli bulunan ve profil adında çocuğun ismi yer alan ilk 15 hesap seçilmiştir. Bu hesaplarda, paylaşılan video içerikleri arasında en popüler olarak sıralanan ilk beş video örneklem olarak seçilmiştir. Çalışma betimsel analiz yöntemi ile değerlendirilmiştir. Çalışmada mevcut durumun ne olduğunun anlaşılmasına yönelik olarak çocukların TikTok platformundaki görünürlüğü ve bu hesapların nasıl yönetildiği, hesapların analiz kriterleri (yüz görünümü, kişisel bilgi paylaşımı, içerik türleri, vb.) üzerinden durumun betimlenmesi amaçlanmıştır. Örneklem grubunun analizi betimsel bir yaklaşımla ele alınarak temalarla birlikte araştırmacının yorumlarının kullanılmasıyla gerçekleştirilebilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2008:221).

### 7.1. Araştırma Soruları

- 1) TikTok videolarında çocuk kullanıcılar adına açılmış hesaplarda, çocukların dijital risklerden korunmasına yönelik hangi önlemler alınmaktadır?
- 2) TikTok videolarında çocuk kullanıcılar adına açılmış hesaplarda, çocukların içerikteki pozisyonu ve rolü nedir?
- 3) TikTok videolarında çocuk kullanıcılar adına açılmış hesaplarda, hangi tür içeriklere yer verilmektedir?

Araştırma Sorusu	Analiz Kriterleri	Odak Noktası
1) TikTok videolarında çocuk kullanıcılar adına açılmış hesaplarda, çocukların dijital risklerden korunmasına yönelik hangi önlemler alınmaktadır?	-Yüz ve beden görünümü -Kişisel bilgi paylaşımı -Yorumların kapatılması -Mahremiyet ayarları	Çocukların korunması için içerik üreticisi ebeveynlerin aldığı önlemleri analiz etmeyi amaçlamaktadır.
2) TikTok videolarında çocuk kullanıcılar adına açılmış hesaplarda, çocukların içerikteki pozisyonu ve rolü nedir?	-Giyim: Özel olarak giydirilmiş mi? -Rol: Aktif mi, pasif mi? -Haber var mı yok mu? -Ebeveynlerle mi yalnız mı?	Çocukların videolarda nasıl temsil edildiğini ve içerik oluşturma sürecine katılım derecelerini anlamayı amaçlamaktadır.





3) TikTok videolarında çocuk kullanıcılar adına açılmış hesaplarda, hangi tür içeriklere yer verilmektedir?	-Eğlence: Dans, mizah -Gündelik aktiviteler -Bilgilendirici içerikler -Özel günler: Doğum günü, bayram -Reklam amacı güden	Çocukların hangi temalara sahip videolarda yer aldığını anlamayı amaçlamaktadır.
---	--	--

## 7.2.Verilerin Toplanması

Çalışma sınırlılıkları kapsamında ebeveynleri tarafından çocuklar için açılmış, algoritmanın başlıca önerdiği 15 tane TikTok hesabının en popüler 5'er videosu izlenmiştir. Seçilen "ikiizkuzenler, ferahveannesi, minelinannesi, nisakrbas, almiraabebek, adensibel, aselkirazz, aselminos, boncuksara, bartubarlaskarakas, metehan.turkogluu, adakesginn, bbuglem25, kuzeytivi, mirakidsoyunda" kullanıcı isimli TikTok hesaplarının toplamda 75 videosu izlenmiştir. Bu hesaplarda paylaşılan en popüler ilk 5 video sınırlandırmasıyla, araştırma sorularına yönelik olarak veriler analiz edilmiştir.

## 7.3.Verilerin Analizi

### ikiizkuzenler

Videolarda çocukların bulunduğu fotoğraf profil fotoğrafı olarak seçilmiştir. Diğer içeriklerde de çocukların görünümünde bir kısıtlamaya gidilmemiştir. Kişisel bilgiler açıkça paylaşılmış ve yorumlar kapatılmamıştır. Çocuklar özenle giydirilmiş ve aktif olarak videolarda yer almıştır. Çocukların kaydedildiklerinden haberleri yoktur ve kendilerini ifade edebilecek yaşta değildirler. Ebeveynlerinin çektiği videolarda çocuklar, konum olarak ev ortamında oyun oynarken birbirlerinden nesnelere almaya çalışarak izleyenleri güldüren anlar oluşturmuştur. Videolarda bilgilendirici içerik yer almamış ve özel günlere dair bir tema bulunmamıştır. Çocuklar tehlikeli durumlara maruz bırakılmamış, yetişkin rolüne büründürülmemiştir. En popüler beş video arasında reklam içeriği yer almamıştır.

### ferahveannesi

Videolarda çocuğun görünümünde bir kısıtlamaya gidilmemiş, kişisel bilgiler paylaşılmış ve yorumlar açık bırakılmıştır. Çocuk, özenle giydirilmiş ve aktif bir şekilde babasıyla birlikte alışveriş yaptığı videolarda yer almıştır. Kaydedildiğinden haberi olmayan çocuk, kendini ifade edebilecek yaşta değildir. Çocuk ve babası, alışveriş sırasında çeşitli etkileşimde bulunarak eğlenceli anlar oluşturmuştur. Videolar arka plan müziği eşliğinde paylaşılmıştır. Bilgilendirici veya özel günlere dair bir tema bulunmamıştır. Çocuk yetişkin rolüne büründürülmemiş, tehlikeli durumlara maruz bırakılmamıştır. En popüler beş videoda reklam amacı güden içerikler yer almamıştır.

### minelinannesi

Videolarda çocuğun görünümünde bir kısıtlamaya gidilmemiş, kişisel bilgiler açıkça paylaşılmış, yorumlar kapatılmamıştır. Çocuğun, ev ortamında kaydedildiğinden haberi olmamış ve videoda ağlama,



çığlık atma gibi duygusal tepkileri kayda alınmıştır. Çocuk kendisini ifade edebilecek yaşta değildir. Ebeveyninin kaydettiği videolarda çocuk, yalnız ya da akrabalarıyla birlikte yer almıştır. Bir videoda çocuk tehlikeli bir aktivite gerçekleştirirken ebeveyni tarafından kayıt altına alınmıştır. Bilgilendirici, reklam amacı güden veya özel gün temalı bir içerik yer almamıştır. Çocuk yetişkin rolüne büründürülmemiştir.

#### **nisakrbas**

Videolarda çocuğun görünümünde bir kısıtlamaya gidilmemiş, kişisel bilgiler paylaşılmış ve yorumlar açık bırakılmıştır. Çocuk, ev ortamında abisiyle birlikte oyun oynarken kaydedilmiştir. Çocuğun kaydedildiğinden haberi vardır fakat kendini ifade edebilecek yaşta değildir. Çocuğun, video boyunca aktif bir şekilde hareket ettiği ve bazen çocuğun giyimine özen gösterildiği görülmüştür. Ev ortamında eğlenceli gündelik videolar çekilmiştir. Abisi, babası ve annesinin çocukla diyalogları ve şakalaşmaları mevcuttur. Videolarda bilgilendirici içerik veya özel gün teması yer almamıştır. Çocuk yetişkin rolüne büründürülmemiş, 352 bin takipçisi ile fenomen olarak konumlandırılmış, tehlikeli durumlara maruz bırakılmamıştır. Popüler ilk beş videoda reklam içerikleri yer almamıştır.

#### **almirabebek**

Videolarda çocuğun görünümünde bir kısıtlamaya gidilmemiş, kişisel bilgiler açıkça paylaşılmış ve yorumlar açık bırakılmıştır. Çocuk videolarda tek başına ana odak olarak konumlandırılmıştır. Çocuk her videoda, ev ortamında ya da dışarıda özenle giydirilmiş ve saçları yapılmış bir şekilde kayda alınmıştır. Küçük yaşta olduğu için kendisini konuşarak ifade edememektedir. Videolarda çocuğun yüzü yakın plan çekimde gösterilmiş, çocuğun gülümseyen neşeli ifadeleri kayda alınmıştır. Videolarda bilgilendirici içerik veya özel gün teması bulunmamıştır. Popüler beş videoda reklam içeriklerine yer verilmemiş, çocuk yetişkin rolüne büründürülmemiş, tehlikeli durumlara maruz bırakılmamıştır. Çocuk özenle giydirilmiş kıyafetler ve arka plan müziği ile ana planda yer alarak fenomen olarak konumlandırılmıştır.

#### **adensibel**

Videolarda çocuğun görünümünde bir kısıtlamaya gidilmemiş, kişisel bilgiler açıkça paylaşılmış ve yorumlar açık bırakılmıştır. Çocuk, evde ve dışarıda çekilen bazı videolarda yöresel kıyafetlerle yer almıştır. Çocuk küçük yaşta olduğundan kendisini konuşarak ifade edememektedir. Videolarda çocuk, aktif bir şekilde yer almış, ancak bazı videolarda özenle giydirilmiş kıyafetlerle sadece fotoğrafları paylaşılmıştır. Çocuğa yöresel kıyafetler giydirilen videolarda arka plan müziği ile eğlence ön plana çıkarılmıştır. Bilgilendirici içerikler veya özel gün temaları bulunmamış, çocuk ana odakta yer alarak fenomen olarak konumlandırılmıştır. Çocuk yetişkin rolüne büründürülmemiş, tehlikeli durumlara maruz bırakılmamıştır. Popüler ilk beş videoda reklam içerikleri bulunmamıştır.

#### **aselkirazz**

Videolarda, çocuğun görünümünde bir kısıtlamaya gidilmemiş, kişisel bilgiler açıkça paylaşılmış ve yorumlar açık bırakılmıştır. Çocuğun yakın çekim gülüşü, babasıyla birlikte gerçekleştirdiği bisiklet sürme aktivitesi, bebekliğinden itibaren fotoğraflarla slayt gösterimi ve ebeveynleri ile çocuğun diyalogları videolarda yer almıştır. Çocuğun kayda alındığı esnada haberi olduğu ve çocuğun kendini



ifade edebileceği yaşa gelmiş olduğu görülmüştür. Videolarda bilgilendirici içerik veya özel gün teması bulunmamış, gündelik rutinlerine yer verilerek çocuk fenomen olarak konumlandırılmıştır. Çocuk yetişkin rolüne büründürülmemiş, tehlikeli durumlara maruz bırakılmamıştır. Popüler ilk beş videoda reklam içerikleri görülmemiştir.

#### **aselminos**

Videolarda, çocuğun görünümünde bir kısıtlamaya gidilmemiş, kişisel bilgiler açıkça paylaşılmış ve yorumlar açık bırakılmıştır. Çocuğun yakın plan yüz çekimi ve konuşmaları, annesi ve babasıyla birlikte kamera karşısındaki anları, tavırları ve tepkileri ile kayda alınmıştır. Çocuğun, yakın plan yüz çekiminde ebeveyninden öğrendiği düşünülen kelimeleri (bebeğim, napıyosun, bitanem, Allah sana iyilik versin vb.) kameraya doğru söylediği görülmüştür. Çocuğun kayda alındığından haberi olduğu fakat küçük yaşta olduğu için kendini tam olarak ifade etme yeteneğinin sınırlı olduğu görülmüştür. Videolarda özel gün temaları bulunmamış, çocuk yetişkin rolüne büründürülmemiş, tehlikeli durumlara maruz bırakılmamış, görüntünün odak noktasında bulunarak fenomen olarak konumlandırılmıştır. Popüler ilk beş videoda reklam içerikleri bulunmamıştır.

#### **boncuksara**

Videolarda, çocuğun görünümünde bir kısıtlamaya gidilmemiş, kişisel bilgiler açıkça paylaşılmış ve yorumlar açık bırakılmıştır. Çocuk ev ortamında ve dışarıda yemek yerken, evde özenle giydirilmiş kıyafeti ile dans ederken, bir düğünde bir yabancı dizi karakterini taklit ederken video çekimi yapılmıştır. Aynı zamanda yakın plan çekimde yüzüne ve ebeveynleri ile diyaloglarına yer verilmiştir. Çocuk, videolarda aktif olarak ön planda bulunmakta ancak yaşının küçük olması nedeniyle kendini tam olarak ifade edememektedir. 292 bin takipçisi olan, kendi adına açılmış hesapta çocuk fenomen olarak konumlandırılmıştır. Çocuk yetişkin rolüne büründürülmemiş, tehlikeli durumlara maruz bırakılmamıştır. Popüler ilk beş videoda reklam içerikleri yer bulmamıştır.

#### **bartubarlaskarakas**

Videolarda, ikiz çocukların görünümünde bir kısıtlamaya gidilmemiş, kişisel bilgiler açıkça paylaşılmış ve yorumlar açık bırakılmıştır. İkiz erkek kardeşlerin ev ortamında ve dışarıda birlikte vakit geçirdikleri anlar kayda alınmıştır. Çocuklar görüntülerde genellikle birbirleriyle tehlikeli biçimde fiziki olarak kavga etmiş, tartışmış ya da eğlenceli şekilde dans etmiştir. Arka plan müziği eklenerek paylaşılan bu anlarda ebeveynlerin genellikle müdahale etmediği görülmüştür. Videolarda çocuklar genellikle ev ortamında gündelik kıyafetleri ile yer almıştır. Çocukların kendilerini ifade etme yetenekleri yaşlarına göre değişmiştir. Videolarda bilgilendirme veya özel gün teması bulunmamış, çocuklar yetişkin rolüne büründürülmemiş, tamamına yakın oranda yalnız ve ön planda yer almış, popüler ilk beş videoda reklam içerikleri yer bulmamıştır.

#### **metehan.turkogluu**

Videolarda, çocuğun görünümünde bir kısıtlamaya gidilmemiş, kişisel bilgiler açıkça paylaşılmış ve yorumlar açık bırakılmıştır. Çocuğun yakın plan yüz çekimiyle birlikte komik tepkileri, kahkahaları, çıkardığı sesler kayda alınmıştır. Bununla birlikte çocuğun kilosuna esprili bir şekilde vurgu yapılarak



slayt haline getirilen fotoğraflarına yer verilmiştir. Çocuğun ev içerisindeki hareketleri, verdiği tepkiler ve ünlü bir kişiye benzetilmesi gibi temalar işlenmiştir. Çocuk, bebeklik çağında olduğu için kendini konuşarak ifade edememektedir. Bu görüntülere müzik ve komik seslendirmeler eklenmiştir. Ebeveyni tarafından kayda alınan videolarda çocuk çoğunlukla yalnızdır ve fenomen olarak konumlandırılmıştır. Çocuk yetişkin rolüne büründürülmemiş, tehlikeli durumlara maruz bırakılmamıştır. Popüler ilk beş videoda bilgilendirme içeriği, reklam içeriği veya özel gün teması bulunmamıştır.

#### **adakesginn**

Videolarda, çocuğun görünümünde bir kısıtlamaya gidilmemiş, kişisel bilgiler açıkça paylaşılmış ve yorumlar açık bırakılmıştır. Çocuğun doğumundan itibaren büyüme sürecindeki fotoğrafları slayt olarak paylaşılmış, evde ve dışarıdaki gündelik aktiviteleri ebeveyni tarafından kayda alınmıştır. Videolar genellikle çocuğun yemek yediği, dışarıda gezdiği ve ailesiyle vakit geçirdiği anları içermiştir. Çocuğun giyimine ve görünüşüne özen gösterilmiştir. Çocuk bebeklik çağında olduğu için bu videolarda kendini ifade edememektedir. Çocuk videolarda tehlikeli anlar yaşamamış, yetişkin rolüne büründürülmemiş, videoların çoğunluğunda yalnız olarak ön planda fenomen olarak konumlandırılmıştır. Popüler ilk beş videoda reklam içerikleri yer almamıştır.

#### **bbuglem25**

Videolarda, çocuğun görünümünde bir kısıtlamaya gidilmemiş, kişisel bilgiler açıkça paylaşılmış ve yorumlar açık bırakılmıştır. Videolarda çocuk meyve yemekte, konuşmakta, gerçek makyaj ürünleri ile oynayarak kamera önünde makyaj yapmakta ve çeşitli yetişkin fenomenlerin videolarını taklit etmektedir. Bu bağlamda çocuğun yetişkinlere has etkinlikleri gerçekleştirdiği ve sağlığına zararlı olabilecek ürünlerle temas ettiği görülmüştür. Çocuk, genellikle aktif olarak kameranın önünde yer almış ve eğlence amacı güdülen içerikler oluşturulmuştur. Çocuğun kendisini ifade etme yeteneği yaşına ve videoların içeriğine göre değişmektedir. Bazen çocuk bir yetişkini taklit edişyle rol alırken bazen ise sadece yemek yemiş veya kamera karşısında bir şeyler anlatmıştır. Videolarda özel kıyafet kullanılmamış ve çocuk dört videoda tek başına, bir videoda ise başka bir çocukla yer almıştır. Popüler ilk beş popüler videoda reklam içerikleri görülmemiştir.

#### **kuzeytivi**

Videolarda, çocuğun görünümünde bir kısıtlamaya gidilmemiş, kişisel bilgiler açıkça paylaşılmış ve yorumlar açık bırakılmıştır. Videolar çocuğun dışarıda oyun parklarında veya evde oyuncaklarıyla oynarken kayda alınan anlardan oluşmuştur. Çocuğun oyun oynama ve resim yapma gibi gündelik aktiviteleri ön plana çıkmıştır. Ebeveynlerinin kamerasına yansıyan görüntülerde çocuk aktif ve enerjik olarak yer almıştır. Çocuk yetişkin rolüne büründürülmemiş, tehlikeli durumlara maruz bırakılmamıştır. Çocuğun genellikle kendisini ifade edebilecek yaşta olduğu ve videolarda fenomen olarak konumlandırıldığı görülmüştür. İlk beş popüler videoda reklam içerikleri bulunmamıştır.

#### **mirakidsoyunda**

Videolarda, çocuğun görünümünde bir kısıtlamaya gidilmemiş, kişisel bilgiler açıkça paylaşılmış ve yalnızca bir video yorumlara kapatılmıştır. Çocuk çekim yapan babasının şarkı söylemesi ile dans etmiş



ve babasıyla ya da tek başına oyun oynamıştır. Videolarda arka planda müzik ve efektler kullanılmıştır. Çocuk ev ortamında, genellikle gündelik kıyafetlerle ve odasında görülmüş, çoğunlukla ebeveynlerinin arka planda olduğu videolarda tek başına yer almıştır. Çocuğun kendisini ifade edebilme yeteneği videolardaki yaşına bağlı olarak değişmektedir. Çocuk yetişkin rolüne büründürülmemiş, tehlikeli durumlara maruz bırakılmamıştır. Videolarda fenomen olma çabası da gözlemlenmiş, en popüler beş videonun ikisinde çocuk eşliğinde çekimi yapılan reklam içerikleri yer almıştır.

## 8. Değerlendirme ve Sonuç

TikTok algoritmasının öne çıkardığı, çocukların isim bilgilerinin yer aldığı ve fotoğraflarının profilde kullanıldığı TikTok hesaplarına bakıldığında binler ve yüz binlere erişen takipçi sayısına, milyon sayılara erişen görüntülenme ve beğeni sayılarına ulaşıldığı görülmüştür. Örneğin, “nisakrbas” hesabı 352 bin, “boncuksara” hesabı 292 bin, “aselminos” hesabı 190 bin, “bbuglem25” hesabı 64 bin, “mirakidsoyunda” hesabı 62 bin, “metehan.turkogluu” hesabı 46 bin, “almiraabebek” hesabı 42 bin ve bunun gibi diğer hesaplar da benzer takipçi sayılarına ulaşmıştır. İncelen profillerdeki bir video üzerinden izlenme sayısına bakıldığında ise örneğin “nisakrbas” isimli hesapta bir video 28,2 milyon, “ikiizkuzenler” isimli hesapta bir video 22,3 milyon, “mirakidsoyunda” isimli hesapta bir video 14,6 milyon, “aselminos” isimli hesapta bir video 10,9 milyon, “metehan.turkogluu” isimli hesapta bir video 9 milyon ve bunun gibi diğer kanallarda da pek çok videonun milyonu bulan izlenme sayılarına ulaştığı görülmüştür. Bunun yanı sıra “almiraabebek” isimli hesapta bir video 962 bin, “metehan.turkogluu” isimli hesapta bir video 830 bin, “nisakrbas” isimli hesapta bir video 412 bin, “aselkirazz” isimli hesapta bir video 199 bin beğenme sayısı almış olup diğer hesaplarda paylaşılan videolardaki beğeni sayılarının da yüz binlere ulaştığı görülmüştür. Profillerde çocukların fotoğrafları açıkça kullanılmış ve isim soy isim bilgileri açıkça yazılmıştır. Algoritmanın önerdiği çocuk adına açılan hesaplarda paylaşılan çocukların yaşlarının, bebeklik ile yaklaşık 5-6 yaş aralığına kadar olması dikkat çekmiştir. Algoritmanın önerdiği hesaplardaki çocukların genellikle, Piaget’in bilişsel gelişim kuramına göre Duyusal-Motor Dönem (0-2 yaş) ve İşlem Öncesi Dönem (2-7 yaş) aralığında yer aldıkları görülmektedir. Bu gelişim sürecindeki çocuklar soyut düşünceye ulaşamadıkları gibi, kavramların ve olayların kapsamlı anlamını değerlendirme becerisine de sahip olmamaktadır. Özellikle işlem öncesi dönemde çocuklar sembolik düşünme yeteneği kazansa da çocukların mantıksal çıkarımlarda bulunma ve bir durumun uzun vadeli sonuçlarını anlama becerileri sınırlı kalmaktadır (Piaget, 2017:55-57; Eroğlu, 2023:72). Bu nedenle, çocukların görüntülerinin çekilmesi ve bu görüntülerin dijital platformlara aktarılması sürecinde, durumu tam olarak anlamaları ve rıza göstermeleri mümkün görünmemektedir. Bu durum, ebeveynlerin veya içerik üreticilerinin, çocukların dijital güvenliği ve mahremiyetine ilişkin etik ve hukuki sorumluluklarını daha dikkatle ele almalarını gerektirmektedir.

Bu bilgilerle birlikte araştırma soruları kapsamında ulaşılan bulgular değerlendirildiğinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

1) TikTok videolarında çocuk kullanıcılar adına açılmış hesaplarda, çocukların dijital risklerden korunmasına yönelik hangi önlemler alınmaktadır?

TikTok'ta çocuk kullanıcılar adına açılan hesaplarda dijital risklerden korunmaya yönelik önlemlerin yetersiz olduğu gözlemlenmiştir. Hesapların tümünde çocukların yüz ve beden görünüşleri açıkça sergilenmiş, herhangi bir maskeleye ya da bulanıklaştırma tekniği kullanılmamıştır. Bazı hesaplarda gizlilik vurgusu yapılmış olmasına rağmen (“ebeveyn kontrolü” gibi ibarelerle), bu durum çocukların görünürlüğünde etkin bir koruma sağlamamıştır.

Kişisel bilgi paylaşımı konusunda ise, çocukların yaş, isim, doğum günü ve aileye dair bilgilerinin açıkça paylaşılması dikkat çekmiştir. Örneğin, bazı hesaplarda çocukların bebekliklerinden itibaren tüm yaş



dönemlerine ait fotoğraflarının yer aldığı görülmüştür. Yorumların genellikle açık bırakıldığı ve herhangi bir filtreleme ya da kısıtlama önleminin alınmadığı belirlenmiştir. Yalnızca birkaç hesapta yorumların kapatıldığı görülmüş, ancak bu durum yaygın bir uygulama olmamıştır.

Bu bulgular, çocukların dijital ortamda mahremiyetlerinin ve güvenliklerinin tehlike altında olduğunu ve potansiyel tehditlere karşı savunmasız olduklarını göstermektedir. Bununla birlikte, analiz edilen içeriklerde birkaç içerik dışında çocukların çoğunlukla fiziksel olarak tehlikeli durumlara maruz bırakılmadığı tespit edilmiştir.

2) TikTok videolarında çocuk kullanıcılar adına açılmış hesaplarda, çocukların içerikteki pozisyonu ve rolü nedir?

TikTok videolarında çocukların genellikle ebeveynleri tarafından kaydedildiği ve aktif bir şekilde görüntünün merkezinde başrolde yer aldıkları görülmüştür. Birçok durumda çocukların kendilerini ifade edemeyecek ve kaydedildiklerini anlamlandıramayacak yaşta oldukları anlaşılmıştır. Bu anlamda çocukların kaydedildiklerinden haberdar olup olmamaları bir anlam ifade etmemektedir. Çocuklar görüntülerde gündelik aktivitelerini gerçekleştirmekte, dans etmekte, oyun oynamakta, yemek yemekte, konuşmakta, gülmek ya da ağlamak gibi belirli tepkiler vermektedir. Bazı durumlarda çocukların doğal hallerinin kaydedildiği, bazı durumlarda ise özel roller verilerek davranışlarının yönlendirildiği gözlemlenmiştir.

Çocuklar bazı videolarda özenle giydirilmiş, saçları yapılmış ve özenli bir şekilde görüntüleri kaydedilmiştir. Bazı videolarda ebeveynler çocuklarla birlikte yer alıp aktif bir rol oynarken, bazı videolarda ise ebeveynlerin çocuğun zor durumda kalmasına kayıtsız kaldıkları gözlemlenmiştir. Ancak, çocukların yetişkin rollerine büründüğü veya çocuklara yaşlarına uygun olmayan roller verildiği durumlar nadiren görülmüştür.

Genel olarak, çocuklar TikTok videolarında ya doğal hallerinde bir odak nesnesi ya da ebeveynlerin yönlendirmesiyle hareket eden aktörler olarak yer almıştır. Çocukların yaşlarının oldukça küçük olması ise kayda alınmaları sırasında rızalarının alınmasının mümkün olmadığını göstermiştir.

3) TikTok videolarında çocuk kullanıcılar adına açılmış hesaplarda, hangi tür içeriklere yer verilmektedir?

TikTok'ta çocukların yer aldığı videolarda, dans, mizah ve oyun gibi eğlence temalı unsurların içeriklerde ön plana çıktığı gözlemlenmiştir. Ayrıca, çocukların gündelik aktivitelerinin yanı sıra, çeşitli bilişsel ve sanatsal gelişim faaliyetleri ile yaratıcı etkinliklere nadiren de olsa yer verilmiştir. Gözlemlenen videolarda, çocukların yemek yeme, parkta oynama, alışveriş yapma, ebeveynleriyle veya kardeşleriyle vakit geçirme, dışarıda gezintiye çıkma gibi rutin faaliyetleriyle birlikte, İngilizce öğrenme oyunu oynama, resim yapma, bir fenomeni taklit etme, makyaj yapma, kavga etme ya da arkadaşlarıyla etkileşimde bulunma gibi etkinliklere katıldıkları görülmüştür. Özel günlere ilişkin paylaşımlar (örneğin, doğum günü veya bayram kutlamaları) ise içeriklerde çok nadir yer almıştır. Çocukların gülme, ağlama, sevinme, üzülme gibi ifadeleri de içeriklere yansımıştır.

Bazı hesaplarda çocukların reklam içerikli videolarda yer aldığı fark edilmiştir. Örneğin, belirli bir ürün ya da markanın tanıtıldığı videolarda çocukların fenomen olarak konumlandırılmaya çalışıldığı gözlemlenmiştir. Bununla birlikte, bilgilendirici veya eğitici içeriklerin neredeyse hiç bulunmadığı dikkat çekmiştir. Bazı hesaplarda ise çocukların yaşlarına uygun olmayan davranışları ya da yetişkin fenomenleri taklit ettikleri içerikler görülmüştür. Ayrıca paylaşılan videolarda kayda alınan görüntüye uygun olduğu düşünülen eğlenceli arka plan müzikleri ve komik dublajlar kullanılmış, bazı videolarda ise görsel efektler tercih edilmiştir.

Araştırma bulguları alan yazında altı çizilen hususlara dikkat edilmediğini, TikTok'ta çocuk kullanıcılar adına açılan hesaplarda dijital güvenlik önlemlerinin genellikle yetersiz olduğunu ve çocukların mahremiyetine saygı gösterilmediğini ortaya koymaktadır. Çocukların izinsiz veya bilinçsizce içeriklere



dahil edilmeleri, çocuk hakları ve dijital güvenlik açısından önemli sorunlar teşkil etmektedir. İçerik türlerinin büyük çoğunluğunun eğlence odaklı olması ve çocukların fenomen hale dönüştürülmeye çalışılmasının çocuklar üzerine daha fazla içerik izleyicisi dikkatinin yönelmesine neden olabileceği ve böylece sosyal medyada maruz kalınan potansiyel risklerin (mahremiyet ihlali, dijital iz ve veri güvenliği, siber zorbalık ve taciz, kimlik çalınması, sahte hesaplar, dijital görüntülerin kötüye kullanımı, ileriki yaşlarda çocuk ve ebeveyn üzerindeki muhtemel psikolojik etkiler vb.) ciddiyetinin artabileceği düşünülmektedir.

## Kaynakça

- Adobe Express. (March 1, 2024). Using TikTok as a search engine. <https://www.adobe.com/express/learn/blog/using-TikTok-as-a-search-engine> (1 Kasım 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Akpınar, B. S., Paylan, N., Etlik, Ş., Erus, B., Karakoç, H. (2020). “Sharenting” konusunda ebeveynlerin farkındalık düzeyleri. *Genel Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2(2), 8-18.
- Akpınar, M. E. (2021). TikTok akımlarının sosyal medyadaki eleştirisi: Twitter üzerinden yapılan eleştirilerin incelenmesi. *19 Mayıs Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2): 363-381.
- Akyazı, A. (2020). Sosyal medyanın şöhret kültürüne etkisi. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 12(3): 251-274.
- Alpyıldız, E. (2022). Dijital kültür çağında geleneksel Türk yemek kültürü ve kuşaklararasılık. *Folklor Akademi Dergisi*, 5(2), 311-326.
- Anderson, K. E. (2020). Getting acquainted with social networks and apps: it is time to talk about TikTok. *Library Hi Tech News*, 37(4): 7-12.
- Anggraeni, Y. B., Koesoemadinata, M. I. P. (2022). TikTok as a promotional media for post Covid-19 art exhibitions. *Proceedings of the 4th Borobudur International Symposium on Humanities and Social Science 2022*: 56-62.
- Araujo, C. J., Perater, K. A. S., Quicho, A. M. V., Etrata, A. J. (2022). Influence of TikTok video advertisements on generation z’s behavior and purchase intention. *International Journal Of Social And Management Studies (Ijosmas)*. 3(2): 140-152.
- Aşçı, S. (2023). TikTok’un sosyal göstergebilimsel yönleri üzerine bir değerlendirme. *Egemia Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*, 13: 91-107.
- Atalay, Z., Tamkoç, B. (2022). TikTok kullanan gençlerin kendilik algılarının incelenmesi. *Sosyal Sağlık Dergisi*, 2(2): 17-35.
- Badur, E. (2024). Sosyal medyada çocuğa dair ebeveyn paylaşımları (sharenting) ve çocuğun özel hayatı. *Kişisel Verileri Koruma Kurumu Nisan-Temmuz Bülten*, 5: 1-6.
- Bahçecioğlu, E. H. (2023). Popüler kültür odağında sosyal medyada akım trafiği: ‘TikTok’ örneği. *Etkileşim*, 6(12): 426-454.
- Balcı, Ş., Akgül, T. E., Astam, F. K. (2024). Üniversite gençliğinin TikTok kullanımı: duygusal ve sosyal yalnızlık ile TikTok bağımlılığı arasındaki ilişki. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, 45: 100-121.
- Barta, K., Andalibi, N. (2021). Constructing authenticity on TikTok: social norms and social support on the “fun” platform. *PACM on Human-Computer Interaction*, 5(CSCW2): 1-29.



- Basch, C. H., Hillyer, G. C., Jaime, C. (2020). COVID-19 on TikTok: harnessing an emerging social media platform to convey important public health messages. *International Journal of Adolescent Medicine and Health*, 34(5): 367-369.
- Baturlar, S. Ş., Yavuz, G. U. (2021). TikTok uygulamasının sanal şöhretimsileri: gıda sektöründe çalışan işçilerin TikTok paylaşımları ile şöhreti bulma çabaları. *Van Yüzcüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54: 83-106.
- Bauman, Z., Lyon, D. (2016). *Akışkan gözetim*, (Çev. E. Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bossen, C. B., Kottasz, R. (2020). Uses and gratifications sought by preadolescent and adolescent TikTok consumers. *Young Consumers*, 21(4): 463-478.
- Boyd, D. M., Ellison, N. B. (2007). Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1): 210-230.
- Brodovskaya, E.V., Lukushin, V.A., Davydova, M.A. (2022). Mobilization of Protest Activism on «TikTok»: Scale, Features and Threats. Chugunov, A.V., Janssen, M., Khodachek, I., Misnikov, Y., Trutnev, D. (Ed.) *Electronic Governance and Open Society: Challenges in Eurasia. EGOSE 2021. Communications in Computer and Information Science*, 1529: 132-144.
- Castells, M. (2013) *Ağ Toplumun Yükselişi: Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür*, (Çev. E. Kılıç). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Ceci, L. (2024). TikTok: distribution of global audiences 2024, by age and gender. Statista. <https://www.statista.com/statistics/1299771/TikTok-global-user-age-distribution/> (4 Kasım 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Conte, G., Di Iorio, G., Esposito, D., Romano, S. vd. (2024). Scrolling through adolescence: a systematic review of the impact of TikTok on adolescent mental health. *European Child & Adolescent Psychiatry*. doi.org/10.1007/s00787-024-02581-w.
- Couldry, N. (2019). Capabilities for what? Developing sen's moral theory for communications research. *Journal of Information Policy*, 9: 43-55.
- Çalışkan, M., Mencik, Y. (2015). Değişen dünyanın yeni yüzü: sosyal medya. *Akademik Bakış Dergisi*, 50:254-277.
- Çetinkaya, A., Dondurucu, Z. (2023). Haber üretim ve dağıtım pratikleri bağlamında TikTok kullanımı. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (61), 79-97.
- Çocuk Hakları Komitesi. (2011). Genel Yorum No. 13. [https://insanhaklarizleme.org/vt/yayin\\_view.php?editid1=766](https://insanhaklarizleme.org/vt/yayin_view.php?editid1=766) (23 Eylül 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Datareportal. (May 11, 2023). TikTok users, stats, data & trends. <https://datareportal.com/essential-TikTok-stats> (2 Ekim 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Datareportal. (October 23, 2024). Digital 2024 October Global Statshot Report. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-october-global-statshot> (3 Ekim 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Davies, P. (19 Haziran, 2024). TikTok'u satın almak isteyen ABD'li iş insanı: Sosyal medya için sağlık uyarıları gerekiyor. <https://tr.euronews.com/next/2024/06/19/TikToku-satin-almak-isteyen-abdli-is-insani-sosyal-medya-icin-saglik-uyarilari-gerekliyor> (22 Ekim 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Dong, Z., Xie, T. (2022). Why people love short-form videos? The motivations for using TikTok and implications for well-being. *SSRN Electronic Journal*, 1-14.





- Dramićanin, S., Perić, G., Gašić, M. (2023). The impact of TikTok on travel decision. *ICEMIT 1st International Scientific Conference on Economy, Management and Information Technologies – ICEMIT 2023*: 129-138.
- Duarte, F. (November 27, 2024). TikTok user age, gender, & demographics. <https://explodingtopics.com/blog/TikTok-demographics#TikTok-demographic-data> (6 Ekim 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Dursun, C. (2019). Ebeveynlerin çocuklarını sosyal medyada teşhiri: çocuk hakları bağlamında bir değerlendirme. *Çocuk ve Medeniyet*, 4(8), 195-208.
- Duygulu, S. (2019). Sosyal medyada çocuk fotoğrafı paylaşımlarının mahremiyet ihlali ve çocuk istismarı açısından değerlendirilmesi. *TrtAkademi*, 4(8): 428-487.
- EduBirdie. (November 2, 2023). TikTok generation: Shaping the education and career aspirations of Gen Z. <https://edubirdie.com/blog/gen-z-the-TikTok-generation> (5 Eylül 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Erdoğan, C. (2019). Çocukların kişisel verilerinin korunması (sosyal medya örneği kapsamında). *D.E.Ü. Hukuk Fakültesi Dergisi*, 21(Özel sayı): 2445-2467.
- Eroğlu, M. (2023). Çocukluk döneminde bilişsel gelişim: piaget ve vygotsky'nin bilişsel gelişim kuramlarının incelenmesi ve karşılaştırılması, *Eğitim ve Yeni Yaklaşımlar Dergisi*, 6(1), 69-77.
- Fiallos, A., Fiallos, C., Figueroa, S. (2021). TikTok and education: discovering knowledge through learning videos. 2021 *Eighth International Conference on eDemocracy & eGovernment (ICEDEG)*, Quito, Ecuador, IEEE:172-176.
- Fridha, M., Irawan, R. E. (2020). Eksploitasi anak melalui akun Instagram (Analisis Wacana Kritis Praktek Sharenting oleh Selebgram Ashanty & Rachel Venya). *Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 12(1): 68-80.
- Fuchs, C. (2016). *Sosyal medya eleştirel bir giriş*, (Çev. D. Saraçoğlu, İ. Kalaycı). Ankara: NotaBene Yayınları.
- Gelen, E. (24 Haziran, 2024). TikTok'ta geçen yıl Türkiye'de 16,5 milyon içerik kaldırıldı. <https://www.trthaber.com/haber/bilim-teknoloji/TikTokta-gecen-yil-turkiyede-165-milyon-icerik-kaldirildi-864870.html> (12 Eylül 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Gerlieb, A. (2021). TikTok as a new player in the contemporary arts market: a study with special consideration of feminist artists and a new generation of art collectors. *Arts*, 10(3), 52: 1-14.
- Gilardi, F., Gessler, T., Kubli, M., Müller, S. (2021). Social media and political agenda setting. *Political Communication*, 39(1), 39-60.
- Goffman, E. (2016) *Günlük yaşamda benliğin sunumu*, (Çev. B. Cezar). İstanbul: Metis Yayınları.
- Greenwood, D., Long, C. R., Cin, S. D. (2013). Fame and the social self: The need to belong, narcissism, and relatedness predict the appeal of fame. *Personality and Individual Differences*, 55(5): 490-495.
- Griffiths, L. E. (2023). Dancing through social distance: connectivity and creativity in the online space. *Body, Space & Technology*, 22(1): 65-81.
- Gu, L., Gao, X., Li, Y. (2022). What drives me to use TikTok: A latent profile analysis of users' motives. *Front. Psychol.* 13:
- Haberler.com, (30 Eylül, 2014). Serbest kaldı, eşinin cenazesine katıldı. <https://www.haberler.com/guncel/serbest-kaldi-esinin-cenazesine-katildi-6540723-haberi/> (22 Ekim 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).



- Hardy, J. (December 28, 2023) Unveiling the genius: who invented TikTok and the story behind its founder, history cooperative. <https://historycooperative.org/who-invented-TikTok/> (1 Kasım 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Hossain, S. (2022). Impact of social media advertising among university students' purchase intentions through the TikTok platform. *International Conference On Economics, Business And Interdisciplinary Studies (Icebis2022)*. 109-121.
- Huang, K. (September 16, 2022). For gen Z, TikTok is the new search engine. <https://www.nytimes.com/2022/09/16/technology/gen-z-TikTok-search-engine.html> (28 Eylül 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Independent, (6 Ağustos, 2024). Mahkemede itiraf: "TikTok ünlüleri için kiliseden 300 bin dolar çaldım". <https://www.indytrk.com/node/742927/dünya/mahkemede-itiraf-TikTok-ünlüleri-için-kiliseden-300-bin-dolar-çaldım> (11 Kasım 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Iqbal, M. (2024). TikTok revenue and usage statistics. <https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/> (6 Ekim 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Jenkins, H. (2016). *Cesur yeni medya*, (Çev. N. Yeğengil). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Joiner, R., Mizen, E., Bethany, P. vd. (2023). The effect of different types of TikTok dance challenge videos on young women's body satisfaction. *Computers in Human Behavior*, 147.
- Kahya, Y. (2023). Günlük yaşamda mizaha postmodern bakış. Yazıt, H., Köktürk, N. (Ed.), *Sosyal Bilimler Üzerine Araştırmalar-IX*, Gaziantep: Özgür Yayınları: 123-136.
- Karataş, S., Karakoç, E. (2024). The virtual world platform "TikTok": a study on generation Z. *Erciyes İletişim Dergisi*, 11(2), 517-537.
- Kızılkaya, Z. Z. (2022). Gençlerin TikTok kullanım ve doyumunu üzerine nitel bir araştırma. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1): 231-247.
- Kopecky, K., Sztokowski, R., Aznar-Díaz, I., Romero-Rodríguez, J. (2020). The phenomenon of sharenting and its risks in the online environment. Experiences from Czech Republic and Spain. *Children and Youth Services Review*, 110: 1-6.
- Kortak, İ. Y. (2024). Yeni bir haber mecrası olarak TikTok platformunun değerlendirilmesi. *Yeni Medya Dergisi*, 16: 212-230.
- Kumar, P., Schoenebeck, S. (2015). The modern day baby book: enacting good mothering and stewarding privacy on Facebook. *18th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing (CSCW '15)*. Association for Computing Machinery, New York: 1302-1312.
- LaFrance, A. (2016). The Perils of 'Sharenting'. <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2016/10/babies-everywhere/502757/> (11 Eylül 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Li, M. (2024). TikTok and Black political consumerism: Investigating how TikTok use is linked to Black Americans' activism and identity. *Journal of International and Intercultural Communication*, 17(2): 145-171.
- Lin, Z. (2023). Analysis of the psychological impact of TikTok on contemporary teenagers. *SHS Web of Conferences* 157: 1-4.
- Livingstone, S., Blum-Ross, A. (2020). *Parenting for a Digital Future: How Hopes and Fears about Technology Shape Children's Lives*. Oxford University Press.
- Martinez, R. J., Brammer, S. E., Punyanunt-Carter, N. M. (2024). 'I can spend forever on it without getting bored': analyzing what college students like and dislike about TikTok. *Media Watch*, 15(1): 113-130.



- Mcclain, C., Anderson, M., Gelles-Watnick, R. (June 12, 2024). How TikTok users view, experience the platform. <https://www.pewresearch.org/internet/2024/06/12/how-TikTok-users-view-experience-the-platform/> (5 Eylül 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Milan, S. (2015). When algorithms shape collective action: Social media and the dynamics of cloud protesting. *Social Media+ Society*, 1(2): 1-10.
- Moir, A. (2023). The use of TikTok for political campaigning in Canada: the case of Jagmeet Singh. *Social Media + Society*, 1-12.
- Narayanan, A. (December 15, 2022). TikTok's secret Sauce. <https://knightcolumbia.org/blog/TikToks-secret-sauce> (1 Ekim 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Netchitailova, E. (2021). Flâneur, aylak ve empatik İşçi, (Çev. F. Aydoğan), Aydoğan, F. (Ed.). *Yeni Medya Kuramları 1*, İstanbul: Der Yayınları: 1-22.
- Newman, N. (2022). How publishers are learning to create and distribute news on TikTok. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. <https://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:a2121c08-e16d-4bf9-bbe7-18f34ceaa64e> (17 Eylül 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Newman, N. (2024). Executive summary and key findings. *Reuters Institute for the Study of Journalism | Digital News Report*, 9-31.
- Ngo, P. (February 22, 2021). More than the renegade: the evolution of TikTok. <https://www.34st.com/article/2021/02/tik-tok-quarantine-social-media-gen-z-evolution> (4 Ekim 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Niedzviecki, H. (2010). *The Peep Diaries*, (Çev. Gökçe Gündüç), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Nikookam, Y., Guckian, J. (2021). TikTok™ and dermatology: lessons for medical education. *Clinical and Experimental Dermatology*, 46(5): 952-953.
- Ntv, (18 Kasım, 2024). Fenomenlerin canlı yayındaki silahlı kavgası! Tetiği çeken TikTok fenomeni tutuklandı. [https://www.ntv.com.tr/galeri/turkiye/fenomenlerin-canli-yayindaki-silahlı-kavgasi-tetiği-çeken-TikTok-fenomeni-tutuklandı,PrK7RNGQbkWGviqkl\\_NLBQ](https://www.ntv.com.tr/galeri/turkiye/fenomenlerin-canli-yayindaki-silahlı-kavgasi-tetiği-çeken-TikTok-fenomeni-tutuklandı,PrK7RNGQbkWGviqkl_NLBQ) (25 Kasım 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Ntv, (25 Mart, 2024). TikTok'ta çocuklara cinsel istismar tuzağı iddiası: Gözaltındaki Mehmet A'nın ifadesi ortaya çıktı. [https://www.ntv.com.tr/turkiye/TikTokta-cocuklaracinsel-istismar-tuzagi-iddiasi-gozaltındaki-mehmet-anin-ifadesi-ortaya-cikti,m\\_e1Xz0AlUKbihgcRR9e-w](https://www.ntv.com.tr/turkiye/TikTokta-cocuklaracinsel-istismar-tuzagi-iddiasi-gozaltındaki-mehmet-anin-ifadesi-ortaya-cikti,m_e1Xz0AlUKbihgcRR9e-w) (26 Ekim 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Ntv.com.tr. (22 Ağustos, 2024). Sultangazi'de TikTok'ta yayın yapan kadına dayak. [https://www.ntv.com.tr/galeri/turkiye/sultangazide-TikTokta-yayin-yapan-kadina-dayak,Cp\\_nuOv0PkevRrzIkXQSDQ/gJy\\_DnI4eEqGcAxdPsZTAA](https://www.ntv.com.tr/galeri/turkiye/sultangazide-TikTokta-yayin-yapan-kadina-dayak,Cp_nuOv0PkevRrzIkXQSDQ/gJy_DnI4eEqGcAxdPsZTAA) (14 Eylül 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Oberlo. (2024). TikTok Users by Country. <https://www.oberlo.com/statistics/TikTok-users-by-country> (1 Ekim 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Oktarini, N. P. U., Dewi, N. P. K., Putra, M. R. A. K. vd. (2022). Analysis of the positive and negative impacts of using TikTok for generation Z during pandemic. *Journal of Digital Law and Policy*, 1(2): 95-100.
- Omur, S., Uyar, M. (2022). Sharenting: Türkiye'de ebeveynlerin paylaşım eğilimleri üzerine bir değerlendirme. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, 9: 23-45.
- Onedio, (27 Nisan, 2024). TikTok'ta Bir Kadın Yaralanan Çocuğu İçin Ambulans Beklerken Bir Yandan Canlı Yayın Yapmaya Çalıştı. <https://onedio.com/haber/TikTok-ta-bir-kadin-yaralanan-cocugu->



- [icin-ambulans-beklerken-bir-yandan-canli-yayin-yapmaya-calisti-1219332](#) (11 Kasım 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Ovide, S. (June 3, 2020). TikTok (yes, TikTok) is the future. <https://www.nytimes.com/2020/06/03/technology/TikTok-is-the-future.html> (15 Ekim 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Özlu, Ö. (2024). "Sharenting" ve Marka imajı: sosyal medya, ebeveynlik ve halkla ilişkiler perspektifi. *Sosyal, İnsan ve İdari Bilimlerde Yeni Çalışmalar*, Duvar Yayınları.
- Piaget, J. M. (2017), *Çocukta Karar Verme ve Akıl Yürütme*, Ankara: Palme Yayınevi.
- Rosiyana, R. N., Agustin, M., Iskandar, I. K., Luckyardi, S. (2021). A new digital marketing area for e-commerce business. *International Journal of Research and Applied Technology*, 1(2): 370-381.
- Saner, E. (24 May, 2018). The 'sharent' trap – should you ever put your children on social media?. <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2018/may/24/sharent-trap-should-parents-put-their-children-on-social-media-instagram> (12 Eylül 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Sayın, O. (2024). Dijital pazarlamada yeni trend cgi animasyon teknolojisi: avantaj ve dezavantajları. *İstanbul Kent Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 4(2): 21-46.
- Seekis, V., Kennedy, R. (2023). The impact of #beauty and #self-compassion TikTok videos on young women's appearance shame and anxiety, self-compassion, mood, and comparison processes. *Body Image*, 45: 117-125.
- Shah, B., Karia, S., Mandalia, B., Shah, N., Sousa, A. D. (2022). An exploratory survey on the knowledge, attitudes, and perceptions toward TikTok. *Annals of Indian Psychiatry*, 6(3): 271-273.
- Smith, K. L. (November 7, 2024). What is the most viewed video on TikTok? Here Are The Top 10. <https://www.capitalfm.com/internet/most-viewed-video-TikTok/> (2 Ekim 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Snickars, P., Vonderau, P. (2009). Introduction. Snickars, P., Vonderau, P. (Ed.), *The YouTube Reader*, Stockholm: National Library of Sweden: 9-21.
- Sputnik Türkiye, (20 Aralık, 2023). Sosyal medyada müstehcen içerik paylaşan 'Laz kızı' için istenen ceza belli oldu. <https://anlatilaninotesi.com.tr/20231220/sosyal-medyada-mustehcen-icerik-paylasan-laz-kizi-icin-istenen-ceza-belli-oldu-1078634424.html> (15 Ekim 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Staksrud, E. Ólafsson, K., Livingstone, S. (2013). Does the use of social networking sites increase children's risk of harm?. *Computers in Human Behavior*, 29: 40-50.
- Stamenković, I., Mitrovic, M. (2023). The motivation for using the social media platform TikTok from the perspective of the uses and gratifications theory. *Media Studies and Applied Ethics*, IV(2): 9-23.
- Statista. (2024). Most popular social networks worldwide as of April 2024, by number of monthly active users(in millions). <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> (15 Kasım 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Statista. (2024). Number of TikTok downloads from 1st quarter 2018 to 2nd quarter 2024. <https://www.statista.com/statistics/1377008/TikTok-worldwide-downloads-quarterly/> (10 Kasım 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Statista. (2024). TikTok penetration in selected countries and territories as of July. <https://www.statista.com/statistics/1299829/TikTok-penetration-worldwide-by-country/> (1 Ekim 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Tam, M. S. (2022). Z kuşağının TikTok kullanım pratikleri ve motivasyonları. *Yeni Medya*, 13: 148-167.



- Tektunalı, E., Ünal, E., Güney, A. Y., Baykal, G. E. (2022). Çocukların TikTok kullanımı için bir ebeveyn filtreleme seçeneği tasarlama ve değerlendirme. 5. *Ulusal Tasarım Araştırmaları Konferansı UTAK 2022 'Tasarım ve Çoğulculuk*. 384-404.
- TikTok. (April 27, 2020). Introducing TikTok donation stickers with british red cross and help musicians. <https://newsroom.TikTok.com/en-gb/introducing-TikTok-donation-stickers-with-british-red-cross-and-help-musicians> (5 Ekim 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Toffler, A. (1981). *Üçüncü dalga*, (Çev. A. Seden). İstanbul: Altın Kitaplar.
- Tokel, S. T., Başer, D., İşler, V. (2013). Türkiye'deki ebeveynlerin çocuklarının internet ve sosyal paylaşım siteleri kullanımına yönelik bilgi seviyeleri ve algıları. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9(1): 225-236.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (24 Ekim, 2024). Çocuklarda bilişim teknolojileri kullanım araştırması, 2024. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Cocuklarda-Bilisim-Teknolojileri-Kullanim-Arastirmasi-2024-53638> (27 Ekim 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Türkiye İstatistik Kurumu. (27 Ağustos, 2024). Hanehalkı bilişim teknolojileri (BT) kullanım araştırması, 2024. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2024-53492](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2024-53492) (28 Eylül 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- We Are Social. (2024). Digital 2024 October Global Statshot Report. <https://datareportal.com/> (1 Kasım 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- X platformu 23 Derece, (23 Haziran, 2024). Yere batsın senin etkileşim sevdan!. <https://x.com/yirmiucderece/status/1804821414031106332> (28 Ekim 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Yarar Koçer, B. (2021). Dijital etnografi perspektifinden TikTok'ta müziğin kullanımı ve performans pratikleri. *Motif Academy Journal of Folklore*, 14(36): 1317-1332.
- Yavuz, C. (2020). Sosyal medya ebeveynliği ve çocukların unutulma hakkı. *İzmir Barosu Dergisi*, 1: 15-52.
- Yesisca, L., Menayang, A. P. (2023). The hyperreality of TikTok Live Streaming. *Journal of Humanities and Social Sciences Studies*, 5(10): 56-60.
- Yetkiner, B., Öztürk, B. (2020). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında inönü üniversitesi iletişim fakültesi öğrencilerinin TikTok kullanımı. *Iğd Üniv Sos Bil Der*, 24: 215-235.
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Ytre-Arne, B., Moe, H. (2020). Folk theories of algorithms: Understanding digital irritation. *Media, Culture & Society*, 43(5): 807-824.
- Zhou, R. (2024). Understanding the impact of TikTok's recommendation algorithm on user engagement. *International Journal of Computer Science and Information Technology*, 3(2): 201-208.
- Zuo, H., Wang, T. (2019). Analysis of TikTok user behavior from the perspective of popular culture. *Frontiers in Art Research*, 1(3): 1-5.



## Teknolojik Ürün Reklamlarında İnsanbiçimsellik

### Anthropomorphism in Technological Product Advertisements

Bahriyalp Tatal<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Öğr. Gör. Dr. Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat, Türkiye  
bahrialptatal@gmail.com  
ORCID: 0000-0003-4366-8601

Büşra Turhan Tatal<sup>b</sup>

<sup>b</sup> Arş. Gör. Dr. Marmara Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.  
bsraturhan@gmail.com  
ORCID: 0000-0002-7283-3541

#### MAKALE BİLGİSİ

*Makale Geçmişi:*

Başvuru tarihi: 06.12.2024

Düzeltilme tarihi: 23.12.2024

Kabul tarihi: 29.12.2024

*Anahtar Kelimeler:*

*İnsanbiçimsellik,*

*Reklam,*

*Teknoloji,*

*Robot*

#### ARTICLE INFO

*Article history:*

*Received: 06.12.2024*

*Received in revised form: 23.12.2024*

*Accepted: 29.12.2024*

*Keywords:*

*Anthropomorphism,*

*Advertisement,*

*Technology,*

*Robot*

#### ÖZ

Reklam, tüketicuyu mal, hizmet veya marka hakkında bilgilendirmeyi, tüketicide tutum oluşturmayı ve satın alma davranışı geliştirmeyi amaçlayan pazarlama aracı olarak tanımlanmaktadır. Reklam çalışmaları içerisinde bu amaçlar doğrultusunda çeşitli yöntemler kullanılmaktadır. İnsanbiçimsellik bu yöntemlerden biri olarak kabul edilmektedir. Markaya veya gösterilen ürüne kişilik özellikleri yüklemek; insani görünüme, düşünceye, duygulara sahipmiş gibi göstermek insan biçimselliğin kullanım alanlarındandır. Çalışma özelinde teknolojik ürün reklamlarında insan biçimselliğin, teknolojik ürünlerin veya markaların tüketicide olumlu duygular oluşturmak için kullanılıp kullanılmadığını ortaya koymaya çalışılmaktadır. Çalışma içerisinde “robot” göstergesinin kullanıldığı teknolojik marka ve ürün reklamları göstergebilimsel analiz yöntemiyle çözümlenmiştir. Elde edilen bulgulara göre, teknolojik ürün ve marka reklamlarında insan biçimli robotlar markayı veya ürünü sevimli, aileden biri, dost, arkadaş, insani özelliklere sahipmiş gibi göstermektedirler.

#### ABSTRACT

Advertising has been used throughout history as a marketing tool to inform consumers about goods, services or brands, to create attitudes in consumers and to develop purchasing behavior. Various methods are used to achieve these goals in advertising studies. Anthropomorphism can be shown as one of these methods. Attributing personality traits to the brand or the product shown, and showing it as if it has human appearance, thoughts and emotions are among the areas of use of anthropomorphism. In technological product advertisements, which constitute the specialty of the study, it is tried to reveal whether anthropomorphism, technological products or brands are used to create positive emotions in consumers. In the study, technological brand and product advertisements in which the ‘robot’ indicator is used are analyzed with the semiotic analysis method. According to the findings obtained, human-shaped robots in technological product and brand advertisements show the brand or product as cute, as a family member, as a friend, as if it has human characteristics.

#### Atıf Bilgisi / Reference Information

Tatal, B., Turhan Tatal, B. (2024). Teknolojik Ürün Reklamlarında İnsanbiçimsellik. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 10(2), s.160-180.

\* DOI: 10.46442/intjcss.1597151

\*\* Sorumlu yazar: Büşra Turhan Tatal, bsraturhan@gmail.com



## 1. Giriş

İnsanbiçimsellik bir diğer anlamıyla antropomorfizm nesnelere ya da şeylerin insan biçimine benzetilmesidir. Yunanca antropos (insan) morphe (biçim) kelimelerinin birleşiminden türetilmiştir (Sönmez & Nart, 2022: 581). Yunan filozofu Xenophanes içinde bulunduğu dönem tanrılarını örnek göstererek, tanrılar ve insanlar arasındaki benzerliğe dikkat çekmiş, insanbiçimselliğe vurgu yapmıştır. Yunan tanrıları renkli göz ve açık ten rengine sahipken Afrika tanrıları koyu ten ve koyu göz rengine sahiptiler (Lukacs, 1999: 84). Aynı zamanda bu tanrılar, kurnazlık, bilgelik, hainlik gibi insana dair kişisel özelliklere de sahiptiler (Anık, 2015: 2). Tanrılara yüklenen kişisel özellikler kültürün ve uygarlığın devamı ve düzenini sağlamaktaydı. Engels bu dönemdeki insan ve tanrı benzerliğini psikolojik bağlamda; insanın kendine yabancı, keşfedilmeyi bekleyen, bilimsel olarak açıklanamamış, insanüstü özelliklere sahip doğa üstü olay ve olguları kendine benzeterek özümsemeye çalışmıştır (Engels'den akt., Lukacs, 1999: 76). Aydınlanma çağı öncesinde antikçağ ve orta çağda inanılan dinlerin üzerinde insanbiçimsel etki devam etmiştir. Rönesans ile sekteye uğrayan dinin insan üzerindeki etkisi bilimselliğin getirmiş olduğu anlayış ile insan ve doğayı daha iyi tanımaya başlamış nesnellik önem kazanmıştır. Lukacs bilimin ve deneyselliğin önem kazanmasıyla insanbiçimselliğin kaybolduğunu düşünmekteydi, fakat sanayi devrimi ile birlikte her şeyin makineleşmesi, insan makine etkileşimi, makineyle birlikte üretim yapmaya başlayan ya da makine aracılığıyla iletişim kurmaya başlayan insan, bundan sonra hayatının her alanında kullanmaya başladığı makineyi kendine daha yakın hissetmek için makineye kişisel özellikler ve biçimler yüklemeye başlamıştır. Bu özelliklerin yanı sıra kapitalizmin öne çıkmasıyla insanbiçimselliğin içinde yaşanan dünyayı anlamlandırma çabasıyla farklılaşarak meta fetişizmi (Candan & Dölkeleş, 2022: 83) olgusuyla ortaya çıkmaya başladığı söylenebilmektedir. Meta fetişizmi kısaca insan olmayan nesne veya şeye, belirli karakteristik özellikler, değerler ve anlamlar yüklenerek o şeye veya nesneye değer biçilmesidir (Aslan, 2017: 159-160). İnsanbiçimsellik açısından meta fetişizmine örnek vermek gerekirse markaların veya ürünlerinin, belirli bir kimlik veya karakter özelliğine sahip olması gösterilebilmektedir (Taşkaya, 2019: 121). Tüketici tercih ettiği meta üzerinden kendini tanımlamakta o marka veya ürünlerinin karakteristik özellikleriyle özdeşim kurmaktadır. Bu durumda insanbiçimsellikte iki durumdan bahsedilebilmektedir, birincisi insanlar nesnelere veya doğa üstü şeyleri kendilerine daha yakın hissetmek ve anlamlandırmak için insan görünümü özelliklerle nitelendirmektedir. İkinci olarak bir şeye veya nesneye insani karakteristik özellikler yükleyerek şey, nesne ya da birey arasında benzer özellikler oluşturarak ortak benzerlikler oluşturmaktadır. Geçmişten bugüne insanbiçimsellik (antropomorfizm), günümüzde de sıklıkla karşılaştığımız bir olgudur en basit şekilde hala devam eden dini inançlarda, edebiyat eserlerinde, fabllarda, hayvanların insan gibi düşünmesi, kişilik özelliklerine sahip olması ve seslendirilmesi gibi pek çok farklı alanda gözlemlenebilmektedir (Epley vd., 2007: 59). Tüketim kültürü açısından, bir ürünü pazarlamak ya da kurumsal anlamda bir markaya yönelik sempati uyandırmak olumlu duygular oluşturmak için, markaya insani kişisel özellikler verilmesi (Jin & Qian: 2021) ya da reklamlarda nesnelere insansı görünüm verilerek insanbiçimsellik oluşturulabilmektedir.

Çalışmanın ana temasını oluşturan teknolojik ürün reklamlarında insanbiçimsellik, genelde teknolojiyi kapsarken özde makine ve bilgisayarların insan ile olan etkileşimlerini ele almaktadır. Sanayi devrimi ile makine aracılığıyla üretim yapan insan artık makineyi hayatının her alanında kullanmaya başlamıştır. McLuhan'ın (1964) tanımıyla vücutlarımızın uzantısı haline gelen teknolojik aygıtlar, fiziksel olarak birer uzantımız olmanın yanı sıra yapay zeka ve internet teknolojileriyle zihinlerimizin de birer uzantısı haline gelmiştir. Etkileşim kurulan bu araçlar insanın yerine düşünüp, hareket edip hayatını kolaylaştırmaktadır. Bireyin teknolojik olana tepkisi de bu durumda ortaya çıkmaktadır. Teknolojinin toplum üzerinde olumlu ya da olumsuz etkileri olduğuna dair çeşitli düşünceler ortaya atılmış, tarihten günümüze çalışmalar yürütülmüştür. Teknolojik olan ilk olarak olumsuz karşılanırsa da insan yaşamını kolaylaştırması, iyileştirmesi gibi pek çok özelliğinden dolayı toplum tarafından kabul görmüştür ve gündelik yaşam içerisine eklenmiştir. Toplum tarafından kabul görülmesi için bazen teknolojik öğeler insani özelliklerle ortaya çıkmıştır. Örnek olarak robotlar insan şeklinde biçimlendirilmiş (Crowell vd., 2019) ya da robotların insan bedeni (humanoid) şeklinde tasarlanması, yapay zekanın belirli kişisel özelliklere,

hayallere ve ahlak anlayışına sahip olması gösterilebilmektedir (Landgrebe, 2024). Teknolojik ürünler insan formu üzerinden tüketiciye aşinalık sağlanmaktadır. Bu özelliklerle birlikte dijital teknolojiler ve yapay zekâ gibi teknolojilerin gelişimi günümüz toplumunda; yapay zekanın insan düşüncesinin, insanlığın yerini alacağı ya da makinenin insan iş gücünü tamamen elde edeceğine dair düşünceler ortaya çıkarmıştır (Olivier 2017; Fang vd., 2018).

Bu bağlamda insanbiçimsellik ve reklam arasındaki bağlantıyı açıklamak için öncelikle reklamın amaçlarına ve özelliklerine değinmek gerekmektedir. Bir ürün, mal ya da hizmeti tanıtmak, tüketiciyi bilgilendirmek, tüketicinin dikkatini çekmek, tüketiciyi ikna etmek ve nihai olarak tüketicide satın alma davranışı oluşturmak gibi amaçlara sahip olan (Özkan, 2014: 105) reklam içeriklerinde sembolik olarak pek çok mesaja rastlanmaktadır (Yıldırım, 2021: 94). Amaçları bakımından reklamın konusu ve ana teması her zaman insan olmuştur. Nihai hedefi ürünün satın alınması olan reklamlarda psikolojik etki olarak ürüne sahip olan insanın yaşayacağı deneyim, duygu ve hazlar gösterilmektedir. Reklamlarda yansıtılan psikolojik çıktılar insan üzerinde olumlu ve olumsuz düşünceler oluşturulabilmektedir, (Kırlar, 1994: 30) bu bağlamda reklamlar tüketici üzerinde satın alma davranışı oluşturmaya çalışırken verilen mesajlar ve kodlarla olumlu ya da olumsuz etkiler yaratabilmektedir. Doğası gereği kendinden farklı olanı kabullenmekte zorluk çeken insan, kendiyile ortak düşünce sistemine sahip olan, benzer davranış ve görünüş özellikleri sergileyen “öteki”ye karşı sempati besleyebilmektedir (Türkgeldi, 2019: 76). Reklamın bu durumda üstlendiği görev, teknolojik olanın kabul görmesi ve tüketicide olumsuz duyguların oluşmaması için teknolojik ürün hakkında hedef kitleyi bilgilendirmek, teknolojik ürünün olumsuz bir özelliğinin olmadığına dair hedef kitleyi ikna etmek ve tüketicinin o teknolojik ürüne ihtiyacı olduğuna dair düşünce oluşturarak nihai bir satın alma eylemi oluşturmaktır. Reklamlar bu amaçlarını gerçekleştirmek için teknolojik ürün reklamlarında insanbiçimsellik kullanmaktadır.

Reklamda insanbiçimselliğe yönelik örnekler makine-insan retoriğinde tüketiciye gösterilmektedir. Reklamlarda gösterilen teknoloji izleyicisine öncelikle makine insan arasındaki ilişkiyi sunmaktadır. Buna örnek olarak 1990’ların sonunda kişisel bilgisayar satışına yönelik reklamlarda insan ve makine arasındaki ikili ilişkinin ilk temsili olarak gösterilebilmektedir. Apple ve IBM’in ürün tanıtımı yaparken aynı zamanda marka konumlandırılması gerçekleştirdiği reklamlarda her iki marka birbirine zıt konumlandırma stratejisi gerçekleştirmiştir. IBM markası kendini yüksek teknoloji ve profesyonel olarak konumlandırırken Apple ise kullanıcı dostu olarak konumlandırmaktaydı yani marka kimliklerinde makineler insan biçimci özelliğe sahipti. Bu marka konumları, reklamlarda kamera açısı, konu-adres, renk tonları ve ruh hali gibi sözel olmayan ipuçlarında görülmekteydi. IBM’in marka konumlandırması insan ve makine arasında mesafeli ve uzak bir ilişki oluştururken, Apple ise sıcakkanlı, arkadaş canlısı bir imaj çizmekteydi. (Oswald, 2012: 61)

Bu özelliklerden yola çıkarak, reklamın pazarlama aracı olmasının yanı sıra bir mesaj üreticisi ve dağıtıcısı (Toros, 2016: 25) olduğu söylenebilmektedir. Asıl amacı, ürün üzerine dikkati çekerek ürünün satın alınmasını sağlamaktır. Reklamlara gündelik yaşantımızın hemen hemen her alanında, her mecrada rastlayabilmekteyiz. Reklamın tüketicide satın almaya yönelik ikna etme ve tutum geliştirme yöntemlerinin yanı sıra reklam içerisinde marka kimliğinin nasıl inşa edildiği ve hangi kodlar üzerinden inşa ettiği de ayrı bir öneme sahiptir. Markalar reklamlar üzerinden kimlik inşa ederken çeşitli yöntemler kullanmaktadır. Bunlardan biri de markaya insani özelliklerin atfedilmesidir (Yücel, 2010: 109-110). Markalar insanlar gibi belirli karakterlere ve özelliklere sahiptirler ve bu özellikleri aracılığıyla insanlarla bağ kurmaktadır (Delikan & Şener, 2020). İnsanbiçimsellik ve reklam arasındaki bağlantı karşımıza literatürde (Akhan vd., 2022; Laksmidevi, 2024; Keller & Gierl, 2022; Deligöz & Ünal, 2022: Huarng, 2022) reklamlarda ürünün kadın ya da erkek bedeni olarak gösterilmesi, hayvanların insanlara özgü özellikleri varmış gibi gösterilmesi ya da markanın insani özelliklere ait bir karaktere sahip olması şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Araştırmanın amacı teknolojik ürün reklamlarında insanbiçimselliğin hangi şekilde kullanıldığı sorusuna karşılık cevap bulmaya yöneliktir.



## 2. Yöntem

Çalışmanın konusunu oluşturan teknolojik ürün reklamlarında insanbiçimsellik insan-ürün etkileşimlerinde ele alınmaktadır. Reklamlarda öne çıkarılan ürün insani özelliklere, insanbiçimsel (antropomorfik) özelliklere sahipken, insanlar insani özelliklere sahip olma durumundan daha farklı bir konuma yerleştirilmişlerdir.

Çalışma içerisinde “teknolojik ürün veya markayı sevimli dost gibi olumlu özelliklere sahip göstermek için teknolojik ürün reklamlarında insanbiçimsellik yapılmakta mıdır?” Sorusunun cevabı aranmıştır. Araştırmada örneklem olarak tabakalı amaçsal araştırma yöntemi seçilmiştir. Araştırmanın örneklem evreninin reklamların tümünü kapsamayacağından ve tümüne ulaşılabilirliğin imkânsız oluşundan dolayı belirlenen araştırma yöntemine göre; araştırmada belirlenen örneklemelerin özelliklerinin tanımlanması ve karşılaştırması için belli alt gruplarının oluşturulmasıyla uygulanmaktadır. Örneklem seçileceği iletişim ortamı olan Youtube, seçilen örneklemelerin hem ulaşılabilirliği hem de teknolojik olarak yeni iletişim mecrası olması dolayısıyla seçilmiştir. Reklamların ikinci alt grubu olarak da meta insanbiçimsellik bağlamında ‘robot’ göstergesinin kullanıldığı markaların reklamları seçilmiştir.

Araştırmada Pierce ve Saussure’ün göstergebilimsel yöntemlerinden yola çıkılarak göstergebilimsel analiz yapılmıştır. Reklam üzerine yapılan araştırmalarda, en çok düşünülen problemlerden biri de genellikle reklamın analiz yönteminin nasıl olması gerektiğidir. Reklamlar, tüketiciye ya da potansiyel hedef kitlesine, vermek istediği mesajı kısa sürede vermeyi hedeflemektedir. Bu kısa süreli mesajlarda, tüketicinin bilinçaltına kodlamak istediği mesajı göstergeler, göstergelerin yan anlamları ve mesajın içeriğindeki sembolik ifadelerle gerçekleştirilmektedir (Elden, vd., 2014: 467).

Uğur Batı’ya göre, göstergebilim esas olarak çağrışımlar üzerine kurulu dilbilimidir (Batı, 2010: 249). Göstergebilim (semyoloji/semyotik) çağrışımlar aracılığıyla insana ve dünyaya dair her konuyu inceleme olanağına sahip bir araştırma yöntemidir. Erkman göstergenin işlevini bir durum ya da olgu hakkında dolaylı olarak bilgi sahibi olma yöntemi olarak değerlendirmektedir. Gösterge bir şeyi anlamamız için aracı işlevi görmektedir. Telefonumuzun bataryasının şarjının pil göstergesi buna örnek olarak verilebilmektedir. Göstergelerin nasıl okunması gerektiğinin bilgisinin de önemine vurgu yapan Erkman, soyut olarak bazı resimlerin, kelimelerin ve hatta işaretlerinde birer gösterge olduğunu belirtmektedir. Erkman’a göre ‘Kendisi o şey olmadığı halde, o şeyi çağrıştırarak iletişim sağlayan her aracı göstergedir’ (Erkman, 2016: 9-10). Medya ve medya metinlerinin bir çıktısı olarak reklam çalışmaları da göstergebilimin bir parçasıdır. Medya metinleri ideolojik kodlardan oluşan bilinçli metinlerdir. Kültürel kodlar ve simgeleri içeriğinde barındırmaktadır. Reklam kültürel kodları ve simgeleri içerisinde barındıran anlamsal dizgelerden oluşmaktadır. Dolayısıyla reklam bu özelliğiyle göstergebilimsel çözümlemenin konusu olabilmektedir (Tuncer, 2021: 8-9). Bu bilgiler bağlamında reklama örnek olacak şekilde biri ulusal biri uluslararası iki teknolojik ürün markası reklamı seçilmiştir. Çalışmanın ilk örneğini oluşturan uluslararası Sony markasının Youtube üzerinden yayınladığı FEEL reklam filmi incelenmiştir (URL-1). Çalışmanın ikinci örneği olarak yerli bir marka olan Vestel markasının ‘Maestro Buzdolabı’ reklamı incelenmiştir (URL-2).

### 2.1. Göstergebilimsel Analiz “Sony Markası ‘Feel’ Reklam Filmii”

Reklamın başlangıcında şehir silüeti görülmektedir. Caddede insan biçiminde yürüyen robotların görülmesiyle devam etmektedir. Yolda yürüyen robot bir mağaza vitrini arkasındaki ekrana bakan insana rastlamaktadır. Robotun çevresinde kendi gibi insan biçimli robot bulunmaktadır ve arada insanlar da görülmektedir. Robot kaykay süren gençleri görmektedir. Yürüyen merdivende birbirini videoya çeken çifti görmektedir. Robot son olarak metroya binmekte ve bir kadının yanına oturmaktadır. Kadın kolunda taşıdığı müzik çalardan müzik dinlemekte ve kulaklığın tekini robota uzatmaktadır. Robot bir anda insana dönüşmektedir. Reklamın sonunda “*Feel*” sloganı ve “*like no other*” mottosu gösterilmektedir.



**Görsel 1:** *Feel* Reklam Filmi 0:11 Saniye Ekran Görüntüsü

<b>Gösteren</b>	<b>Gösterilen</b>	
	<b>Düz anlam</b>	<b>Yan anlam</b>
Yol	Yürümek	Hareket halinde, dinamik
Yaya geçidi	Trafik	Toplumsal düzen mekanizması
Robot	İnsan görünümlü makine	Teknoloji
Bina	Yapı, mimari	Şehir, modernizm
Gri	Renk	Arada kalmışlık, kasvet
Beyaz	Renk	Ferahlık, kesinlik

**Tablo 1:** Görsel 1'e Ait Göstergibilimsel Analiz

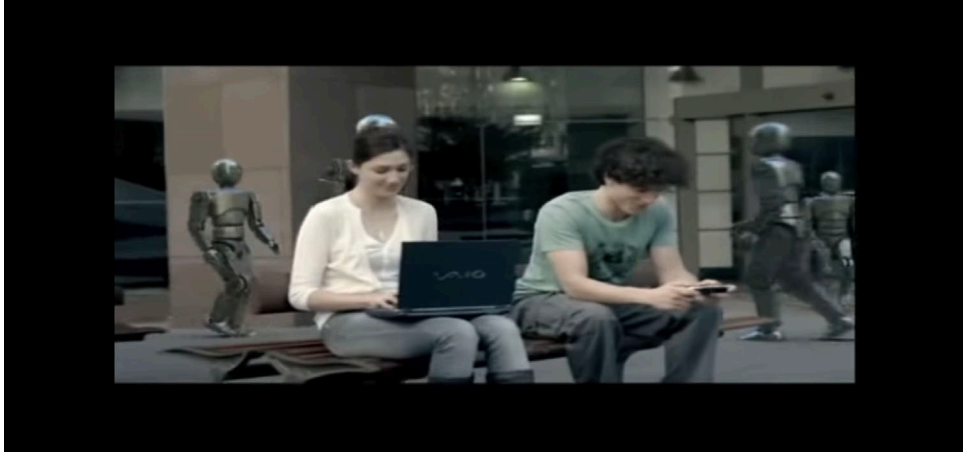


**Görsel 2:** *Feel* Reklam Filmi 0:16 Saniye Ekran Görüntüsü

<b>Gösteren</b>	<b>Gösterilen</b>	
	<b>Düz anlam</b>	<b>Yan anlam</b>
İnsan	Kendi halinde ekrana bakan insan	Çevresine kayıtsız, dalgın
Mağaza vitrini	Teknolojik ürünlerin gösterildiği yer	Alışveriş
Televizyon Ekranı	Ürün, mal	Yenilikçi teknolojik ürün
Robotlar	İnsan biçimli robotlar	Teknoloji
Gri	Renk	Arada kalmışlık, kasvet

Yeşil	Renk	Canlılık
-------	------	----------

**Tablo 2:** Görsel 2'ye Ait Göstergebilimsel Analiz



**Görsel 3:** *Feel* Reklam Filmi 0:25 Saniye Ekran Görüntüsü

<b>Gösteren</b>	<b>Gösterilen</b>	
	<b>Düz anlam</b>	<b>Yan anlam</b>
Erkek	İnsan	Teknolojik ürünle oyun oynayan insan
Kadın	İnsan	Teknolojik ürünle ilgilenen insan
Robot	İnsan biçimli robot	Yenilikçi teknolojik ürün

Laptop	Dizüstü bilgisayar	Teknolojik ürün
El konsolu	Oyun konsolu	Teknolojik ürün
Yeşil	Renk	Canlı ve Yumuşak

**Tablo 3:** Görsel 3'e Ait Göstergibilimsel Analiz



**Görsel 4:** *Feel* Reklam Filmi 0:30 Saniye Ekran Görüntüsü

<b>Gösteren</b>	<b>Gösterilen</b>	
	<b>Düz anlam</b>	<b>Yan anlam</b>
Kaykay	Eşya	Eğlenmek ve oyun amaçlı kullanılan eşya

İnsanlar	Oyun oynayan genç insanlar	Oynadıkları oyunu ve eğlenceyi kamerayla kayıt altına alan insanlar
Robotlar	İnsan görünümlü robotlar	Teknoloji
Kamera	Görüntü ve ses kayıt cihazı	Teknolojik ürün
Renk	Gri	Kasvet ve cansızlık

**Tablo 4:** Görsel 4'e Ait Göstergibilimsel Analiz



**Görsel 5:** *Feel* Reklam Filmi 0:48 Saniye Ekran Görüntüsü

<b>Gösteren</b>	<b>Gösterilen</b>	
	<b>Düz anlam</b>	<b>Yan anlam</b>

Metro	Ulaşım Aracı	Teknoloji ürünü
Robot	İnsan Biçimli Robot	Teknoloji
İnsan	Kadın	Metroyla seyahat eden kadın
Müzik çalar	Müzik dinlenen aygıt	Teknolojik ürün
Mavi	Renk	Umut
Sarı	Renk	Canlılık, hareket

**Tablo 5:** Görsel 5'e Ait Göstergibilimsel Analiz



**Görsel 6:** *Feel* Reklam Filmi 1:03 Dakika Ekran Görüntüsü

<b>Gösteren</b>	<b>Gösterilen</b>	
	<b>Düz anlam</b>	<b>Yan anlam</b>
Feel 'hisset'	Slogan	Kendinde olmak, hissetmek
Renk	Değişen pikselli renkli yazı	Hareket, canlılık

**Tablo 6:** Görsel 6'ya Ait Göstergebilimsel Analiz



**Görsel 7:** *Feel* Reklam Filmi 1:06 Dakika Ekran Görüntüsü



Gösteren	Gösterilen	
	Düz anlam	Yan anlam
Like.no.other 'diğerlerine benzeme'	Motto	Sıradan olma, farklı ol
Nokta	Noktalama İşareti	Mottoyu üstüne basarak vurgulamak

**Tablo 7:** Görsel 7'ye Ait Göstergebilimsel Analiz

Sony “*FEEL*” reklam filminde insanbiçimselliğe ait bulgular şu şekildedir; Reklam filmi gelişmiş büyük bir kent içerisinde, robotların ve insanların bulunduğu siyah-beyaz evrende geçmektedir. Reklam içerisinde sözlü bir diyalog bulunmamaktadır. Teknolojik mal üreten bir marka olan Sony reklam boyunca kendi ürünlerinin gösterimini yapmaktadır. Reklamda robotlarla teknolojiye vurgu yapılırken aynı zamanda insanlarla teknolojik ürünler arasındaki ilişkiye dikkat çekilmektedir. Yol boyunca yürüyen robotlar (Görsel 1) her gün rutin olarak çalışan, gündelik hayatını sürdüren insanların teknolojik temsilidir. Reklamda insanbiçimselliğe yönelik ilk gösterge burada bulunmaktadır. Mağazanın vitrini önünde ekrana bakan insan (Görsel 2) ekranı daha renkli ve canlı görmektedir. Teknoloji kendisine bakan kişiye renkli bir dünya sunmaktadır. Bu esnada kimseyle iletişim kurmamaktadır. Laptopla ilgilenen kadın ve oyun oynayan erkeğin de (Görsel 3) markanın ürünlerini kullanmasıyla birlikte insanların renkli ve insan görünümünde olduğunu görmekteyiz. Görseldeki kişiler birbirleriyle iletişim kurmamaktadırlar. Kaykay kayan gençler (Görsel 4) birbirlerini markanın kamerasıyla kayıt altına almaktadırlar ama birbirleriyle sözlü iletişim kurmamaktadır. Robotun metroda yanına oturduğu kadın (5. görsel) tıpkı diğer insanlar gibi renklidir ve markanın müzik çalarıyla müzik dinlemektedir. Ardından robota müzik dinlemesi için kulaklığının tekini uzatmaktadır. Kulaklığı kulağına takan robot bir anda insana dönüşmeye başlamıştır, reklamın başında robotların karikatürize “robot” formunu temsil ettiği burada netlik kazanmaktadır. “*Feel*” (Hisset) (Görsel 6) sloganıyla marka insanın hissetme duyusuna değinmektedir. “*like.no.other*” (Görsel 7) deyişiyile diğerleriyle aynı olmamanın önemine vurgu yapmaktadır. Markanın reklamına göre farklı olmayan benzer olanlar insani özelliklerinden sıyrılmış birer robotlardır. Aynı zamanda markanın ürünü kullananlar farklılaşmakta ve daha insani kalmaktadır. Hatta markanın ürünleri bile insani özelliklere sahiptir ve insanlarla etkileşim kurdukları sürece daha da “insanileşecekleri” vurgusu yapılmaktadır.

## 2.2. “Vestel Markası Maestro Buzdolabı Reklamı” Göstergebilimsel Analiz

Reklamın açılış sekansında biri kız biri erkek olmak üzere iki çocuk mutfak masasının etrafında karşılıklı oturmuştur. Masanın ortasında pasta bulunmaktadır. Çocuklardan biri pastanın çok lezzetli olduğunu söyleyerek pastaya doğru yönelirken diğeri pastaya dokunmaması ve bozacağını söylemektedir. O sırada dış ses çocuklara saatin geç olduğunu ve yatmaları gerektiği söylemektedir. Çocuklar bu uyarı sonucunda üzülmemekte birbirlerine bakmaktadırlar erkek çocuk kıza doğum gününü nasıl kutlayacağız diye sorar. Kız çocuk bilmiyorum fakat belki o biliyordur diye cevap verir ve kafasını mutfağın içerisindeki buzdolabına doğru çevirir. O sırada buzdolabı şekil değiştirmeye başlar ve insan görünümüne robot (humanoid) haline gelir. Çocuklar bu dönüşüme şaşırmazlar fakat sevinirler ve robotla selamlaşırlar. Daha sonra robot çocukların olduğu masaya oturur. Kız çocuk masada robota dönerek senin bir fikrin mi var? diye sorar ve robot hiç konuşmadan evet anlamında kafasını sallar ayağa kalkar ve üzerindeki dijital düğmeyi gösterir. Devam eden sahnede bir erkek evden içeri girer, yorgun bir yüz ifadesi vardır, mutfağa yönelir ve buzdolabına doğru yürür. Buzdolabının üzerinde yan kırmızı dijital düğmeye basar ve çocukların ona bırakmış olduğu ‘doğum gününü kutlu olsun babacığım’ mesajını dinler, o sırada buzdolabını açıp pastayı dolaptan alır arkada çocukların söylediği ‘iyi ki doğdun baba’ şarkısı çalmaya devam eder. Baba bu eylemler karşısında mutlu olur ve gülümsemeye başlar. Reklamın sonunda buzdolabının özellikleri “iç aydınlatmasıyla göz alan, mesaj kaydeden, MP3 çalan tek buzdolabı Vestel Maestro” şeklinde dış ses tarafından sıralanır.



**Görsel 8:** Vestel Maestro Reklam Filmi 0.03 Saniye Ekran Görüntüsü

<b>Gösteren</b>	<b>Gösterilen</b>	
	<b>Düz Anlam</b>	<b>Yan Anlam</b>
Mutfak	Ev	Aile

İnsan	Çocuklar	Kardeş/aile/masumiyet
Pasta	Yaş Pasta	Kutlama
Gökyüzü	Karanlık	Akşam vakti
Binalar	Işıkları Yanan Yüksek Binalar	Şehir

**Tablo 8:** Görsel 8'e Analiz

Ait Göstergebilimsel



**Görsel 9:** Vestel Maestro Reklam Filmi 0:14 Saniye Ekran Görüntüsü

<b>Gösteren</b>	<b>Gösterilen</b>	
	<b>Düz Anlam</b>	<b>Yan Anlam</b>
Çocuklar	İnsanlar	Kardeş/aile/masumiyet
Buzdolabı	Teknoloji	Değişim gösteren teknoloji
Mutfak	Ev	Aile

**Tablo 9:** Görsel 9'a Ait Göstergibilimsel Analiz



**Görsel 10:** Vestel Maestro Reklam Filmi 0:18 Saniye Ekran Görüntüsü

<b>Gösteren</b>	<b>Gösterilen</b>	
	<b>Düz Anlam</b>	<b>Yan Anlam</b>
Robot	İnsan biçimli robot	Teknoloji
Çocuklar	İnsanlar	Masumiyet, sevinç

**Tablo 10:** Görsel 10'a Ait Göstergibilimsel Analiz



**Görsel 11:** Vestel Maestro Reklam Filmi 0:21 Saniye Ekran Görüntüsü

<b>Gösteren</b>	<b>Gösterilen</b>	
	<b>Düz Anlam</b>	<b>Yan Anlam</b>
Bacaklar	Ayakları yere değmeyen insan bacakları ve ayakları yere değen insan biçimli robot bacakları	Kaynaşma, Yakınlık

**Tablo 11:** Görsel 11'e Ait Göstergibilimsel Analiz



**Görsel 12:** Vestel Maestro Reklam Filmi 0:23 Saniye Ekran Görüntüsü

<b>Gösteren</b>	<b>Gösterilen</b>	
	<b>Düz Anlam</b>	<b>Yan Anlam</b>
Robot	İnsan Biçimli Robot	Teknoloji

Çocuk	İnsan	Organik ve doğal olan
-------	-------	-----------------------

**Tablo 12:** Görsel 12'ye Ait Göstergibilimsel Analiz



**Görsel 13:** Vestel Maestro Reklam Filmi 0:40 Saniye Ekran Görüntüsü

Gösteren	Gösterilen	
	Düz Anlam	Yan Anlam
Buzdolabı	Ev eşyası	Teknolojik Ürün
Erkek	İnsan	Mutlu İnsan
Pasta	Yaş Pasta	Kutlama/Sevinç

**Tablo 13:** Görsel 13'e Ait Göstergibilimsel Analiz

Vestel Maestro reklamında insanbiçimselliğe ait bulgular; Reklamın girişinde (Görsel 8) evin içerisinde mutfak kısmında kardeş oldukları düşünülen biri kız biri erkek olmak üzere iki çocuk bulunmaktadır. Çocuklar masa etrafında toplanmış ve masanın üzerinde bir pasta bulunmaktadır. Çocukların masanın etrafında sabırsızca pastaya baktığı görülmektedir. O sırada anneleri olduğu düşünülen dış ses saatin geç olduğunu ve uyku vakti geldiğini söylemektedir. Çocuklar üzüntüyle nasıl kutlama yapacaklarına dair birbirlerine bakıp sormaktadırlar. O sırada (Görsel 9) küçük kız onun bir fikri olabilir diyerek buzdolabına yönelir, İnsan biçimliliğe dair ilk ipucu burada ortaya çıkmaktadır. “O” diyerek kişiselleştirdiği buzdolabının insana ait düşünce fikir üreten bir özelliği varmış gibi davranılmaktadır. Sahnenin devamında buzdolabı dönüşüm geçirmekte ve insan biçimli robot olarak şekil almaktadır. Çocuklar bu durum (Görsel 10) karşısında şaşkınlıktan daha çok sevinç içindedirler. Robot (Görsel 11) ailenin bir ferdiymiş gibi davranarak çocukların olduğu masaya oturmuştur ve küçük kız robota bir fikri olup olmadığını sormuştur, robot küçük kıza anlamış gibi davranarak “hıhı” ifadesini kullanarak ve üstündeki düğmeyi göstererek fikrini işaret diliyle küçük kıza aktarmıştır. Bu sahneler içerisinde robot bir konuşma eyleminde bulunmamaktadır. Görsel 12’de gösterilen sahnede robot ve çocukların bacaklarının birbirine temas ederek samimiyet içerisinde aynı ailedenmiş gibi oturduğuna dikkat çekilmiştir. Son olarak Görsel 13’ de baba yorgun bir biçimde eve gelmiş ve kapıdan içeriye girdikten sonra buzdolabına yönelmiş ve daha önceden robotun çocuklara göstermiş olduğu düğmenin kırmızı yandığını görmüş ve düğmeye basmıştır. O sırada çocukların “doğum günün kutlu olsun baba” mesajını dinleyerek gülümsemeye başlamıştır. Daha sonra buzdolabını açmış içerideki pastayı aldıktan sonra buzdolabına bir insanmış gibi bakarak sevinç içinde gülümsemektedir.

### 3. Sonuç

Teknoloji insanlığın var olduğu günden beri, insan hayatını kolaylaştırmak için insanla birlikte gelişmektedir, hatta Marshall McLuhan’ın söylemiyle insan bedeninin uzantıları haline gelmiştir. Günümüzde artık dijitalleşme ve yapay zekâ teknolojileriyle teknolojik metalar, ürünler insan bedenlerinin uzantılarından daha öteye giderek insan bedenlerinin ve zihinlerinin yerini almıştır. Teknolojiye yönelik düşünceler insan hayatını kolaylaştırmasının yanı sıra bazen bireyde veya toplumlarda teknolojiye yönelik korku oluşturabilmektedir. Bu durumda bu teknolojileri sağlayan markalar ve ürünler tüketicide aşinalık oluşturmak ve olumlu duygular yaratmak için insanbiçimsellik özelliğini kullanmaktadırlar. Çalışmanın araştırma kısmında bu iddialara yönelik biri ulusal biri uluslararası olacak şekilde robot göstergesinin kullanıldığı iki teknolojik ürün markası reklamı seçilmiştir. Reklamların göstergebilimsel analizleri yukarıda verilen tablolarda çözümlenmiştir. Elde edilen bilgiler sonucunda, her iki reklamda da gösterilen bireylerin teknolojik ürünle kurduğu etkileşimle daha mutlu daha enerjik gösterildiği görülmüştür. Bu durum markanın ürününün bireyin mutluluğuna pozitif yönde etki ettiği mesajını verdiği söylenebilmektedir. İkinci olarak bireyle teknolojik ürün olmadan çaresiz ve umutsuz olarak gösterilmiştir fakat teknolojik ürünle kurduğu etkileşim sonucu çözüme ulaşmıştır. Bu durumda teknolojik ürün veya markanın tüketicisinin hayatını kolaylaştırmak için var olduğu mesajı tüketiciye iletilmektedir. Üçüncü durum olarak her iki reklamda da insan biçimli robotun, tamamen bir insanmış gibi hareket ettiği, düşündüğü ve insan gibi davrandığı görülmüştür. Her iki reklamda da insanlar robot olan nesneyle buldukları ortamda karşılaştıklarında bu durumu çok normalmiş gibi yadırgamamaktadırlar. Robotlar reklamlar içerisinde normal bir hayat akışında hep varmış gibi gösterilmektedir. Çalışmanın sonucunda her iki markanın da reklamlarda insanbiçimsellik kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Markanın ürünleri ya da markayı temsil eden robotlar insan canlısı dost hatta insani özelliklere sahipmiş gibi gösterilmektedir. Her iki reklamda da robotlar insanlar arasında dışlanmamış, normal bir bireymiş gibi tüketiciye yansıtılmıştır. Bu durum tüketicinin zihninde teknolojinin aslında kendi gibi olduğu ve rahatsız edici bir özelliğe sahip olmadığı duygusunu oluşturabilmektedir.





## Kaynakça

- Akhan, C. E., Altıntaş, M. H., Işın, F. B., & Mueller, R. D. (2022). Humorous anthropomorphic tv ads: a cross-cultural analysis using collectivist and individualist elements. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 15(2), 325-346.
- Anık, C. (2015). Meşruiyetin sosyal psikolojisi. *İstanbul: Kaknüs Yayınları*.
- Aslan, V. U. (2017). Toplumsalın yitik öznesi ya da metanın fetiş karakteri. *FLSF Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, (23), 159-178.
- Batı, U. (2010). Reklamın dili. *İstanbul: Alfa Yayınları*.
- Candan, G., & Dölkeleş, G., (2022). Göstergebilim bağlamında idealize edilmiş bedenın tüketim nesnesi olarak sunumu: mavi jeans reklamları. *Yeni Yüzyıl'da İletişim Çalışmaları*, 1(5), 81-96.
- Crowell, C. R., Deska, J. C., Villano, M., Zenk, J., & Roddy Jr, J. T. (2019). Anthropomorphism of robots: study of appearance and agency. *JMIR Human Factors*, 6(2), e12629.
- Deligöz, K., & Ünal, S. (2021). The effect of anthropomorphic mascot on the purchasing intention of consumers: An experimental study. *Sosyoekonomi*, 29(50), 229-254.
- Delikan, B., & Şener, G. (2020). Marka maskotlarında antropomorfizm kullanımına yönelik göstergebilimsel bir analiz: Arçelik markası Robot Çelik vakası. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(3), 1836-1854.
- Elden, M., Ulukök, Ö., & Yeygel, S. (2017). *Şimdi reklamlar... İletişim Yayınları*.
- Epley, N., Waytz, A., & Cacioppo, J. T. (2007). On seeing human: a three-factor theory of anthropomorphism. *Psychological Review*, 114(4), 864.
- Erkman, A. F. (2016). Göstergebilime Giriş, Bilge Kültür Sanat.
- Fang, J., Su, H., & Xiao, Y. (2018). Will artificial intelligence surpass human intelligence?. *SSRN 3173876*.
- Huang, S. P. (2022). Impact of anthropomorphism and association on product advertising effects. *Journal of the Science of Design*, 6(2), 2\_11-2\_20.
- Jin, X., & Qian, M. (2021). A review of brand anthropomorphism marketing research. *BCP Business & Management*, 14, 1-8.
- Keller, B., & Gierl, H. (2020). Effectiveness of animal images in advertising. *Marketing: ZFP Journal of Research and Management*, 42(H. 1), 3-32.
- Kırlar, S. (1994). Televizyon reklamlarında kadının işlevi. *Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul*.
- Laksmidewi, D., Susianto, H., & Afiff, A. Z. (2017). Anthropomorphism in advertising: the effect of anthropomorphic product demonstration on consumer purchase intention. *Asian Academy of Management Journal*, 22(1).
- Landgrebe, J. (2024). The conversational (human?) voice of artificial intelligence. In *Conference Proceedings*.
- Lukacs, G. (1999). Estetik I, çev. A. Cemal, İstanbul: Payel Yayınları.
- McLuhan, M. (1994). *Understanding media: The extensions of man*. MIT press.
- Olivier, B. (2017). Artificial Intelligence (AI) and being human: What is the difference?. *Acta Academica: Critical views on society, culture and politics*, 49(1), 2-21.
- Oswald, L. R. (2012). *Marketing semiotics: Signs, strategies, and brand value*. Oxford University Press, USA.
- Özkan, A. (2014). *Reklam yönetimi*. Hiperlink.
- Sönmez, F., & Nart, S. (2022). Antropomorfizm: kavramın tarihi, teoriler ve tüketici davranışları bağlamında bir literatür incelemesi. *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 580-613.
- Taşkaya, M. (2009). Kitle iletişim araçlarında kadın bedeninin nesneleştirilmesi: ürün ve marka fetişizmde cinsellik kullanımı. *Toplumbilim Dergisi*, 24, 121-132. Toros, S. (2016). Reklam iletişiminde dönüşümler: çevrimiçi reklam ve tüketici. *İktisat ve Toplum*, 71, 30-38.



- Tuncer, E. S. (2021). Reklam metninde gerçe(kli)ğin inşa süreci: göstergebilim, iletişim, sosyoloji ve felsefe kuramlarının düşüncü ekseninde kavramsal ve kuramsal bir eleştiri. *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 121-149.
- Türkgeldi, S. K. (2019). İzleyici-karakter ilişkisi bağlamında empati ve sempatinin içkinliği:” Arka Pencere” örneği. *SineFilozofi*, 4(7), 74-88.
- Yıldırım, M. B. (2021). Reklamlarda anlamın çağrışımlarla zenginleştirilmesi: Turkcell fiber reklamının göstergebilimsel analizi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 20(1), 90-109.
- Yücel, A. H. (2003). Reklamlarda insan biçimsellik, *İletişim Araştırmaları* (1) 1, ss. 107-121,  
URL-1: <https://www.youtube.com/watch?v=0EFNAF8HpxM>  
URL-2: <https://www.youtube.com/watch?v=KumwJzjI4Vo>



## The Vienna State Opera. Meeting Modernity While Following Tradition Viyana Devlet Operası. Geleneği Takip Ederken Moderniteyle Buluşma

Murat Şengöz<sup>a</sup>

<sup>a</sup> İstanbul, Türkiye.  
muratsengoz74@gmail.com  
ORCID: 0000-0001-6597-0161

### ARTICLE INFO

Article history:

Received: 25.10.2024

Received in revised form: 28.12.2024

Accepted: 28.12.2024

Keywords:

*Vienna State Opera*

*Classical Repertoire*

*Modern Opera*

*Tradition and Innovation*

*Technological Advancements*

### ABSTRACT

The Vienna State Opera has been at the heart of classical music and opera for a long history, merging tradition with modernity in a prestigious institution. Founded in 1869, this significant opera house offers a broad artistic range, presenting not only classical repertoire but also contemporary and innovative productions. The Vienna State Opera plays a crucial role as a bridge in the art world, showcasing internationally recognized opera works alongside modern operas. In addition to its classical repertoire, the opera house's modern productions have also garnered considerable interest. This approach combines traditional and innovative elements, providing audiences with a unique experience. The Vienna State Opera integrates technological advancements into its stage arts, enhancing performances with cutting-edge lighting and sound systems. These developments make the visual and auditory experience more dynamic and compelling. With its mission to present both tradition and innovation, the Vienna State Opera continues to be one of the most prestigious representatives of both historical and modern opera worlds. This balance creates a platform that offers the best examples of both the past and the future to artists and audiences alike. The opera house's approach is recognized as a defining feature that sets it apart on the international opera stage.

### MAKALE BİLGİSİ

*Makale Bilgisi*

*Başvuru Tarihi: 25.10.2024*

*Düzeltilme Tarihi 28.12.2024*

*Kabul Tarihi: 28.12.2024*

*Anahtar Kelimeler:*

*Viyana Devlet Operası*

*Klasik Repertuvar*

*Modern Opera*

*Gelenek ve Yenilik*

*Teknolojik Gelişmeler*

### ÖZ

Viyana Devlet Operası, uzun bir tarihe sahip olup, prestijli bir kurum olarak gelenek ile moderniteyi birleştiren önemli bir opera evidir. 1869 yılında kurulan bu opera evi, sadece klasik repertuarı değil, aynı zamanda çağdaş ve yenilikçi prodüksiyonları da sunarak geniş bir sanatsal yelpaze sunmaktadır. Viyana Devlet Operası, sanat dünyasında önemli bir köprü rolü oynayarak, uluslararası alanda tanınan klasik opera eserlerinin yanı sıra modern operaları da sergilemektedir. Modern prodüksiyonlar, opera evinin klasik repertuarıyla birlikte büyük ilgi görmekte ve geleneksel ile yenilikçi unsurları birleştirerek izleyicilere eşsiz bir deneyim sunmaktadır. Viyana Devlet Operası, sahne sanatlarında teknolojik yenilikler kullanarak, gelişmiş aydınlatma ve ses sistemleriyle performansları daha dinamik ve etkileyici hale getirmektedir. Bu yaklaşım, opera evinin geleneksel ve yenilikçi unsurları dengeli bir şekilde sunma misyonuyla, hem tarihi hem de modern opera dünyalarının en prestijli temsilcilerinden biri olmasını sağlamaktadır. Bu denge, geçmişin ve geleceğin en iyi örneklerini sanatçılara ve izleyicilere sunan bir platform yaratmaktadır. Viyana Devlet Operasının bu yaklaşımı, kendisini uluslararası opera sahnesinde farklı kılan tanımlayıcı bir özellik olarak kabul edilmektedir.

### Atıf Bilgisi / Reference Information

Şengöz, M. (2024). The Vienna State Opera. Meeting Modernity While Following Tradition, *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 10 (2), s. 181-191.

\* DOI: 10.46442/intjcss.1594211

\*\* Sorumlu yazar: Murat Şengöz, muratsengoz74@gmail.com



## 1. Introduction

Opera is an art form that originated in Italy at the end of the 16th century, bringing dramatic stories to the stage through music (Grout and Williams, 2003: 911-1030). The first example of opera is considered to be Jacopo Peri's "Dafne" (1598), which was part of the efforts of Florentine nobles to revive classical Greek tragedies. This new art form spread to various parts of Europe in the 17th century, particularly gaining popularity in cities such as Venice, Naples, and Rome, influenced by Claudio Monteverdi (Wechsberg, 2023).

The 18th century is regarded as the golden age of opera. During this period, the works of Wolfgang Amadeus Mozart are seen as the pinnacle of opera. Mozart's operas such as "Le nozze di Figaro" (1786), "Don Giovanni" (1787), and "Die Zauberflöte" (1791) are notable for their deep psychological character analyses and the perfect integration of music with storytelling. In the 19th century, romantic opera came to the forefront, with composers like Giuseppe Verdi and Richard Wagner creating works that enhanced the dramatic power of opera. Verdi's "La Traviata" (1853) and Wagner's "Der Ring des Nibelungen" (1869-1876) are examples of how opera reached broader audiences as an artistic and cultural phenomenon (Abbate and Parker, 1989).

Social changes such as the Industrial Revolution, urbanization, and modernism led to significant transformations in the art world from the late 19th century onwards. During this period, modernity exerted its influence across all areas of art, questioning traditional art forms and exploring new modes of expression. Artists had to keep pace with the rapid changes in society and reflect these transformations in their works. With modernity, opera's storytelling and musical structures became more abstract and experimental. In this context, Alban Berg's "Wozzeck" (1925) and "Lulu" (1935) are considered characteristic examples of modern opera. These works are distinguished by their complex, atonal music with psychological depth, deviating from traditional tonal and melodic structures (Abbate and Parker, 2012).

Modernity also impacted opera's role in society. Whereas opera was an elite art form until the late 19th century, by the early 20th century, it began to appeal to a broader audience. Opera houses, therefore, started to accept not only the aristocratic elite but also the middle class as spectators. This social change inevitably led to differences in the content and presentation of operas; traditional themes were now accompanied by social and political themes in opera productions (Abbate and Parker, 1989).

As one of the most important representatives of classical Central European opera, the Vienna State Opera was built between 1861 and 1869. The architects of the opera, August Sicard von Sicardsburg and Eduard van der Nüll, designed the building in a neo-Renaissance style, in line with the artistic understanding of interior and exterior architectural ornamentation of the period. Although the building received great acclaim shortly after its opening, it faced criticism during the construction process, leading to the tragic suicide of architect van der Nüll. This dramatic story left a deep mark on the artistic spirit of the building. During its early years, the Vienna State Opera hosted performances by some of the most famous composers and directors in the art world, producing many grand productions.

On the other hand, the Vienna State Opera suffered significant damage during World War II due to heavy bombings. Air raids in March 1945 largely destroyed the building, including the stage, sets, costumes, and orchestra sections. However, this tragic period also brought about a story of rebirth, driven by a deep commitment to Vienna's cultural heritage. In 1955, after an extensive renovation process, the Vienna State Opera reopened its doors (Wilhelm, 1955). The rebuilt and restored building retained its traditional neo-Renaissance aesthetic while being equipped with modern technologies. This rebirth allowed the opera to further strengthen its position in the global opera scene during the second half of the 20th century (Wiener Staatsoper, 2016).

Ludwig van Beethoven's "Fidelio" was selected for the reopening of the Vienna State Opera in 1955 (ZEIT Reisen, 2018). This opera, with its universal themes of freedom and human rights, played a symbolic role in the reconstruction of Vienna in the post-war period. The reopening was seen as a symbol of the Vienna State Opera's return to its former glory (Williams, 2006).

At this point, the Vienna State Opera, which has successfully responded to changing social and artistic expectations alongside modernity, continues to be known for preserving the traditional opera repertoire as well as for



its modern adaptations and new productions of classical works staged each year. In this context, the Vienna State Opera's wide repertoire, encompassing both classical and modern opera, ensures its continuity and innovation in the art world. In this respect, it can be said that the Vienna State Opera continues to exist as an institution that represents both traditional and modern values in the field of opera. Thus, the Vienna State Opera remains an important point of prestige and reference in this regard.

## **2. Preservation of Tradition and the Intersection with Modernity at the Vienna State Opera**

The Vienna State Opera is renowned worldwide as an institution with a long and rich history, recognized by classical music and opera enthusiasts. Since the 19th century, it has played a significant role in the preservation and perpetuation of classical operas (*Die Eröffnung des neuen Operntheaters*, 1869). A substantial portion of the Vienna State Opera's repertoire consists of works by leading composers of the Classical and Romantic periods, such as Wolfgang Amadeus Mozart, Ludwig van Beethoven, Giuseppe Verdi, and Richard Wagner. These works are considered cornerstones of opera history and are frequently staged at the Vienna State Opera (Mittag, 2019).

In the world of art, "tradition" refers to the norms, values, and aesthetic sensibilities that a culture has developed and preserved over a long period. Tradition sustains a certain formal and thematic continuity, which forms the foundation of artistic productions and interpretations. On the other hand, "modernity" describes a period beginning in the late 19th century, marked by profound changes in social, cultural, and aesthetic values. Modernity encompasses new ways of thinking and aesthetic understandings shaped by the Industrial Revolution, scientific advancements, and social changes. Modern art represents an approach that challenges traditional norms and embraces innovative perspectives. "Contemporaneity," however, is a concept that emerged after modernity and defines today's artistic understanding. Contemporary art directly engages with the dynamics, technologies, and social issues of the present, responding to the aesthetic and cultural demands of current society. Contemporary art, built on the foundations of modernity, offers a form of artistic expression enriched by technological innovations and cultural diversity.

In this context, the preservation of the classical repertoire has always been a priority for the artistic directors and music directors of the Vienna State Opera. These works are valued not only for their musical and dramatic qualities but also as part of Europe's cultural heritage. The Vienna State Opera is committed to maintaining historical accuracy and fidelity to the composer's intent when staging these works. For example, Verdi's "La Traviata" and Wagner's "Tristan und Isolde" are presented to audiences in their original versions with traditional staging and costume designs (Mittag, 2019).

This approach ensures the Vienna State Opera's artistic reputation while also facilitating the transmission of classical music and opera culture to future generations. In this regard, the Vienna State Opera offers a broad classical repertoire program each year, giving audiences the opportunity to experience these great works. For instance, Mozart's "Don Giovanni" and "Die Zauberflöte" are among the classics featured in the repertoire every season (Wiener Staatsoper, 2016). The Vienna State Opera's mission in this artistic and cultural context sets an important example of opera's role in the modern world. The preservation of the traditional opera repertoire ensures that this art form transcends time, allowing art lovers to continually reconnect with these works. The mission of the Vienna State Opera is crucial not only for maintaining the continuity of art but also for passing on cultural heritage to future generations.

### **2.1. The Exclusive Nature of the Audience**

The audience of the Vienna State Opera has undergone significant changes from past to present. In the 19th century, opera was generally supported by the aristocracy and the elite class. In major European cities, opera was not only an art event but also a symbol of social status. At that time, the audience of the Vienna State Opera consisted of individuals with high socioeconomic status, influencing how opera was staged and which repertoire was chosen. Since the early 20th century, societal changes have led to a diversification of the opera audience. Particularly in the post-war period, the rise of the middle class and efforts to make art accessible to a broader public transformed opera into a more accessible art form. The Vienna State Opera adapted to this change by diversifying its repertoire to appeal to a wider audience. In modern times, the audience of the Vienna State Opera has a broad demographic range, from traditional opera enthusiasts to younger viewers.



This diversity is reflected in the Vienna State Opera's repertoire. While traditional classical works are consistently staged, modern works and innovative productions are also presented to attract the interest of younger audiences. Additionally, efforts continue to reach broader audiences through digital platforms and live broadcasts.

## **2.2. Continuity of Artistic and Cultural Value**

The artistic and cultural value of the Vienna State Opera is not limited to the works it stages. This opera house also serves as an educational center for young artists and a laboratory for the future development of opera art. Great importance is placed on the education and development of young talents. Workshops, children's choirs, and various international projects organized within the Vienna State Opera bring together young artists from different cities and countries, offering them the opportunity to gain stage experience and introduce themselves on an international platform. Thus, it can be stated that the Vienna State Opera represents universal cultural heritage, not only in Vienna but also globally. These activities play a critical role in conveying the power and importance of opera to art lovers and younger generations (Latham & Mitchell, 2002: 205-217; Nisbett & Walmsley, 2016: 25-40; Haas, 2017: 319-336).

## **2.3. The Vienna Opera Ball**

The Vienna Opera Ball is an internationally recognized event held annually on the last Thursday of the carnival season. With the participation of approximately 5,000 local and foreign guests from the world of culture, business, and politics, this ball is considered one of Austria's largest social gatherings. Along with the opera's staff and event participants, around 7,000 people are present at the State Opera on that night. The impact of the ball on tourism also makes a significant contribution to the Austrian economy.

The roots of the opera ball date back to the Congress of Vienna in 1814/1815. The first ball held at the Vienna State Opera took place in 1935, and the annual modern-era balls began on February 9, 1956, following the reopening of the opera in 1955. Since 1987, the Opera Ball has occasionally been met with protests, particularly in the 2000s, which gained significant public attention (Wiener Staatsoper, 2016).

## **2.4. The Vienna State Opera and Children**

The Vienna State Opera began to place significant emphasis on productions aimed at children, particularly during the directorship of Ioan Holender from 1992 to 2010. As a father of three, Holender made children's operas a permanent part of the institution. Adapted versions of works such as Peter Pan, Das Traumfresserchen, Der 35. Mai, Aladdin, Bastien und Bastienne, and Wagner's The Ring of the Nibelung were staged in a specially constructed tent located on the roof of the opera, above the Loggia, Cloakroom, and Schwind Foyer, until the spring of 2015. However, this tent was removed in the summer of 2015, and until 2020, the old city theater in Walfischgasse was used as the stage for children's plays.

In June 2024, the "NEST" (Neue Staatsoper) project was introduced at the Künstlerhaus. As of December 2024, NEST will serve as the Vienna State Opera's second stage, providing space for various productions and participatory projects (Wiener Staatsoper, 2024; NEST, 2024).

Another prominent event in the Vienna State Opera's children's program is the Magic Flute performance organized annually for children aged nine to ten on the day after the Opera Ball. This event takes place in February, during the conversion of the audience hall and stage into the ballroom, following the traditional Vienna Ball. Additionally, the Vienna State Opera offers an opera school for children aged eight to fourteen. This school provides a program that children can attend in the afternoons in addition to their regular education. Here, children are introduced to musical theater with a pedagogical approach and are also introduced to singing as a potential career. Students from this school are selected for child roles in opera productions. The school holds two matinées each season. The first artistic director of the opera department established in 2002 was Marco Ozbic, who held this position until 2005. Peter Rille was the administrative director, Elisabeth Lampl was the vocal coach, and Ernst Dunshirn served as the chorus master of the State Opera. Johannes Mertl is currently serving as the director of the children's choir alongside the administrator (Wiener Staatsoper 2023). During the Mozart year in 2006, Little Friedrich, a 20-minute collage of Mozart songs, was staged by Janko Kastelic and Claudia Toman.



### 3. INNOVATION: ADAPTING TO MODERNITY AND EVOLUTION

The Vienna State Opera plays a crucial role not only in preserving its classical repertoire but also in adapting to modernity and embracing innovative interpretations. Since the early twentieth century, the art of opera has been influenced by societal changes and has evolved in tandem with these shifts. Traditional themes have been replaced by more contemporary subjects, and there have been significant changes in musical structures and staging techniques. The Vienna State Opera has kept pace with this transformation by incorporating modern operas and new staging methods into its repertoire.

One notable example of this transformation is Richard Strauss's *Salome*. Adapted from Oscar Wilde's play of the same name, this opera caused a significant stir when it was premiered in 1905. Strauss adopted an innovative approach both musically and dramatically in *Salome*, which stands out due to its psychological depth and intense music. This work holds a prominent place in the Vienna State Opera's repertoire and continues to be staged with innovative interpretations by various directors. For instance, Boleslav Barlog's 1972 staging is a key example of how the opera can be interpreted from a modern perspective. Furthermore, the 2023 adaptation of this work represents a unique example of presenting the story with a modern interpretation while preserving its originality.

Another example is Alban Berg's *Wozzeck*. Considered one of the most important masterpieces of modern opera, *Wozzeck*, which premiered in 1925, is noted for its atonal musical structure and social critiques. The Vienna State Opera has maintained the modernity and relevance of this work by staging it through various directors and set designers. Patrice Chéreau's 2017 production was praised for its stage design and the psychological depth of the characters.

These modern works and innovative stagings enrich the Vienna State Opera's traditional repertoire and provide significant insights into the opera's place in the modern world. Additionally, through these works, the Vienna State Opera demonstrates that opera is not only a part of the past but also of the present and future. It can be said that modern opera works and interpretations contribute to diversifying the audience and forming a new generation of opera enthusiasts.

#### 3.1. Modern Adaptations of Classical Works

With modernity, there have been profound changes in staging techniques. Technological innovations have led to significant advancements in set design and production techniques. The Vienna State Opera has embraced the digitization process, utilizing technology effectively in staging and production processes. These technological innovations offer substantial advancements in both stage design and musical performance. Notably, digital projections and modern lighting systems have made stage design more dynamic and interactive. These innovations provide audiences with a more impactful and engaging experience. The Vienna State Opera's ability to present classical works with a modern perspective through these technological innovations is crucial for both evolving the art form and meeting audience expectations. Specifically, the integration of digital technologies into opera provides a different experience for audiences through innovative approaches in stage design and visual effects.

Additionally, live broadcasts and online performances through digital platforms allow the opera to reach a broader audience. The Vienna State Opera uses these platforms to provide access to international audiences and contribute to the global recognition of opera. In this context, the Vienna State Opera has initiated digital projects such as "Live at Home," presenting performances to a global audience. This initiative has the potential to overcome geographical barriers and attract younger viewers. However, these digital opportunities also present challenges. The emotional impact and spatial experience of live performances may not be fully replicated in a digital format. Moreover, digital revenue models may be more uncertain than traditional ticket sales, potentially posing risks to financial sustainability.

Moreover, in the 2010s, the Vienna State Opera launched a project called "Oper Live am Platz." In this project, performances were broadcast live on a large screen set up in Karajan Square (adjacent to the opera house on Kärntner Straße). These broadcasts were held almost every two days during the warm months, with approximately 300 seats set up in the square and removed after each performance. This event was free for viewers, and many of the rules applied in the opera house, such as dress codes, were not enforced in the square (Wiener Staatsoper, 2021).

In this regard, the Vienna State Opera faces the necessity of taking strategic steps towards the future in the complex



and rapidly changing art environment of today, following its rich history. The institution is developing various strategies to overcome challenges related to digitization, changing audience habits, and financial sustainability while maintaining its pioneering role in the art world. In this context, digitization and technological innovations not only enable the Vienna State Opera to align with the modern world but also play a significant role in the evolution of opera. The possibilities offered by technology enhance artistic productivity and enrich the audience experience. The Vienna State Opera is adopting innovative approaches in both stage design and production elements by modernizing classical operas.

### **3.2. Concept, Stage Design, and Technology**

Modern directorial approaches significantly reshape classical works for contemporary audiences, with stage design and technology playing crucial roles in this transformation. The Vienna State Opera's innovative productions offer notable examples of how classical operas are reimagined. For instance, in the production of *Die Zauberflöte* (The Magic Flute), traditional stage decor has been replaced by holographic technology and contemporary costume designs, presenting the opera's mystical and fantastical elements in an immersive, three-dimensional experience. Similarly, the production of *Salome* utilizes modern visual effects and stage design to underscore the psychological and dramatic depth of the opera (Ertl, 2018).

Other classical works have also been reinterpreted to align with modern aesthetics and reflect contemporary social dynamics. Productions of *La Traviata* and *La Bohème* blend the romantic ambiance of 19th-century Paris with contemporary fashion details, intensifying the emotional resonance of these operas. In *Le Nozze di Figaro* (The Marriage of Figaro), the aristocratic setting is redesigned with elements of modern living spaces, reinterpreting the social status dynamics of the characters in a present-day context (Chua, 2020: 20-45).

In contrast, productions like *Tosca* and *Aida* have retained their traditional stage designs and classical aesthetics. These operas emphasize their historical settings, staying faithful to their original time periods without the integration of modern visual effects or technological enhancements. The grandeur and epic nature of *Aida*, for example, rely on its classic Egyptian themes, while *Tosca* preserves the historical and political atmosphere of ancient Rome. Such productions maintain their classical integrity, focusing on the traditional elements that define their timeless appeal (Chua, 2020: 20-45).

The integration of modern technology has revolutionized stage design in some classical operas. In *Die Zauberflöte*, holographic projections vividly capture the opera's fantastical elements, providing the audience with a magical experience. In *Salome*, large projections and LED screens intensify the internal conflict and drama. These modern technologies offer new ways to enhance the dramatic and emotional impact of classical works.

Although modern technologies have transformed many operas, *La Traviata*, *Le Nozze di Figaro*, *La Bohème*, *Tosca*, and *Aida* demonstrate that traditional approaches can still effectively capture the audience's imagination. These productions show how original aesthetic values can be preserved, allowing classical works to retain their emotional and dramatic depth without relying on technological innovations. The balance between modern reinterpretations and classical fidelity ensures that opera remains a versatile and evolving art form (Ertl, 2018).

### **3.3. Costume and Fashion**

Modern costume design offers a new interpretation of characters in classic works. In the production of *Salome*, the characters' costumes are designed with contemporary fashion elements rather than traditional Middle Eastern motifs. This approach has conveyed the complexity and inner struggles of the characters more effectively to today's audience. Similarly, in *Die Zauberflöte*, modern and abstract designs have been used instead of traditional costumes. The costumes of *Papageno* and *Papagena* have been reimagined with a modern and playful aesthetic.

In the production of *La Bohème*, the costumes and set designs blend the romantic and melancholic atmosphere of nineteenth-century Paris with the subtle details of contemporary fashion, enhancing the emotional intensity of the piece. In the *Aida* production, traditional Egyptian garments have been updated with modern fashion elements, which has augmented the historical theme and dramatic impact of the work (Art für Art, 2024).





#### **4. DIRECTOR BOGDAN ROŠČIĆ'S CONTEMPORARY VISION INTEGRATING TRADITION AND MODERNITY**

Under Director Bogdan Roščić's leadership, the Vienna State Opera is developing a contemporary vision that bridges tradition with modernity. Roščić's approach involves not only renewing the opera's core repertoire but also incorporating significant masterpieces previously considered missing. This vision aims to integrate both traditional and contemporary artistic perspectives.

An example of this new direction is the opening of the new children's and youth stage on December 7, which will host the premieres of four new works and 180 events. This venue is designed to be a permanent artistic home for young audiences, providing a lasting rather than temporary artistic environment (Leyrer, 2024).

Another prominent example is the production of Verdi's *Don Carlo*, scheduled for September 26, 2024. Directed by Kirill Serebrennikov and conducted by Philippe Jordan, with Asmik Grigorian debuting as Elisabeth and Elīna Garanča performing as Eboli, this production highlights Roščić's effort to reinterpret major opera works in a modern context while preserving their historical depth and musical integrity (Leyrer, 2024).

Overall, Roščić's strategy represents a significant shift towards integrating contemporary artistic perspectives with the Vienna State Opera's historical heritage. This balance between tradition and modernity will be key to maintaining the institution's position in the international opera world and its role as a cultural center (Leyrer, 2024).

##### **4.1. Director Roščić's New Direction and Repertoire Changes at the Vienna State Opera: The Example of *Don Carlo***

Under the leadership of Bogdan Roščić, the Vienna State Opera is undergoing a significant transformation. Roščić's appointment marked a commitment to rapidly renew the opera's core repertoire, which involved removing some long-standing and beloved productions. However, a noticeable shift in this approach is now evident.

Roščić aims to incorporate "first-degree masterpieces" that were previously missing from the repertoire. This strategic shift seeks to balance preserving traditional works with introducing modern and engaging new productions. For instance, the new children's and youth stage, opening on December 7, will host the premieres of four new works and a total of 180 events. Roščić emphasizes that this venue will serve as a permanent artistic home for young audiences, offering a long-term solution rather than temporary fixes (Leyrer, 2024).

A key example of Roščić's new direction is the production of Verdi's *Don Carlo*, scheduled for September 26, 2024 (ORF TOPOS, 2024). Directed by Kirill Serebrennikov, with Philippe Jordan as the music director, this production highlights Roščić's strategy of adding significant works to the repertoire. Asmik Grigorian will make her debut as Elisabeth, and Elīna Garanča will perform as Eboli. This staging approach reflects Roščić's effort to reinterpret major opera works within a modern context, blending traditional and innovative elements (Leyrer, 2024).

Roščić's strategy exemplifies how the Vienna State Opera integrates contemporary artistic perspectives while preserving its traditional heritage. The decision to restage major works like *Don Carlo* represents a deliberate step towards restructuring the repertoire and demonstrates how the institution balances tradition with modernity. This balance will be crucial for maintaining the Vienna State Opera's position in the international opera world and its importance as a cultural center (Leyrer, 2024).

##### **4.2. A Unique Critique on Power and the Struggle for Freedom in the Contemporary Interpretation of *Don Carlo***

Verdi'nin In this new interpretation of Verdi's *Don Carlo* at the Vienna State Opera, Russian director Kirill Serebrennikov aims to stage a historical palimpsest, centering on the themes of power and freedom. Serebrennikov approaches *Don Carlo* as a dialogue between the past and the present, believing that staging an opera is not merely a reproduction of historical events, but also an opportunity to create a contemporary layer of meaning.

The director emphasizes the burden of power through the use of heavy costumes and the reenactment of the historical context. The physical weight of the costumes particularly symbolizes the burden of power on the individual. This not only reflects the personal struggles of the characters but also represents the pressure of society and history



on them. The old costumes, redesigned by the Vienna State Opera's costume workshop based on 16th-century visuals, contribute to the historical authenticity of the production.

Serebrennikov's interest in the character of Rodrigo, as seen in Schiller's original play, further highlights the themes of freedom and oppression in this interpretation. Rodrigo seeks to free Don Carlo from the power and love struggle with his father and draws him into the struggle for freedom. However, Serebrennikov's portrayal of the fight for freedom is not limited to the interpersonal conflict between the characters but can also be read as a modern political narrative against totalitarian repression.

Verdi's *Don Carlo* is a complex work that combines historical and political layers with profound psychological analysis. The opera's central conflicts—love, power, freedom, and betrayal—represent universal human experiences, while Verdi contextualizes these themes within political and social frameworks. One of the opera's most powerful dynamics is the struggle between the individual's search for freedom and the oppressive nature of state power. Serebrennikov's interpretation reevaluates these power dynamics, especially within a contemporary context.

In Serebrennikov's production, power is portrayed not only as a political force but also as a tangible physical weight. The heavy and cumbersome costumes embody how power can be restricting and immobilizing for the individual. At the same time, these costumes symbolize the weight of the past and the legacies of history. The historical continuity of power and its oppressive influence on individuals is clearly reflected in Serebrennikov's stage design and costume choices.

The focus on Rodrigo's character deepens this concept. Rodrigo's efforts to lead Don Carlo towards freedom can be interpreted as a rebellion against the oppressive regimes of today. Serebrennikov's own political experience adds significant context to this interpretation, as he himself has faced repression under Vladimir Putin's regime in Russia, even serving time in prison. In this context, Rodrigo's fight for freedom resonates as both a metaphor for the idealism of Schiller's original play and a reflection of Serebrennikov's personal and political past (Tošić, 2024).

A key element in Serebrennikov's interpretation of *Don Carlo* is how the opera has been reinterpreted for contemporary audiences. The historical themes of the opera are presented in a way that echoes today's political and social issues. Serebrennikov masterfully blends the dramatic narrative of the past with the realities of the present, offering the audience a "historical experience" of sorts. The costumes, set designs, and overall staging create an atmosphere that allows the audience to physically feel the weight of history.

The technical aspects of the opera also play a crucial role in this contemporary interpretation. Although the set design largely presents a historical environment, the use of technological solutions draws the audience into an abstract and modern experience. The fact that the large, heavy-looking sets are actually managed with delicate technical precision illustrates how modern stage technology enhances the visual impact of the opera. Serebrennikov skillfully integrates technological innovations while preserving the monumental historical elements of the stage design. This approach brings Verdi's classic work to life in both a traditional and innovative way.

At this point, it can be argued that opera, with its powerful dramatic and aesthetic tools, emerges as an effective platform for addressing the complex issues of both history and the present day. This is evident in Serebrennikov's interpretation of *Don Carlo*. The director skillfully uses allegory and metaphor to not only depict individual and political struggles for freedom but also to highlight the inherent corruption of absolute power. Likewise, environmental issues, social justice, and peace are subtly woven into this contemporary interpretation, offering the audience a profound critical perspective. Through his stage design and the relationships between characters, Serebrennikov presents these universal themes, illustrating that opera is not only an art form but also a powerful medium for rethinking historical and current realities. In this sense, the contemporary interpretation of *Don Carlo* does more than tell a story of the past; it also offers a critique that transcends time by establishing meaningful connections with the present.

In this regard, Kyrill Serebrennikov's interpretation of *Don Carlo* at the Vienna State Opera masterfully combines both historical and contemporary elements, shedding new light on the relationship between power, freedom, and the individual. The weight of the past and the political oppressions of today are skillfully intertwined on stage, offering a meaningful message to modern audiences.



## 5. ADMINISTRATIVE AND FINANCIAL MATTERS

The administrative and financial structure of the Vienna State Opera is meticulously organized to offer a sustainable operational model while maintaining high artistic standards. However, the impact of this unified model on each institution's artistic autonomy and cultural identity is occasionally criticized. Critics argue that the artistic decisions of the Vienna State Opera may be overshadowed by the needs of other cultural institutions such as Burgtheater and Volksoper. Despite these criticisms, the opera's success hinges on the balanced implementation of this model. The delicate balance between financial management and artistic goals enables the opera to maintain high quality and ensure financial sustainability (Bundesministerium Kunst, Kultur, Öffentlicher Dienst und Sport, 2024).

Behind the opera's success is the coordinated work of a large administrative and technical team behind the scenes. Administrative staff operate in critical areas such as artistic management, production management, marketing, public relations, and finance, while the technical team ensures the flawless execution of stage setups, lighting, sound systems, and other technical details. Costume designers, tailors, and decoration teams contribute to the visual aesthetics of each production, forming the foundation of the opera's impressive staging. The performance teams include soloists, orchestra members, choristers, and extras; notably, the Vienna Philharmonic Orchestra holds a privileged position within this ensemble (Wiener Staatsoper, 2012). Lighting designers, sound engineers, and stage directors work in close collaboration to achieve technical and artistic excellence.

At the upper management level, the General Director and the Artistic Director determine the institution's artistic vision and strategic orientation. Currently, Bogdan Roščić serves as the General Director (Wiener Staatsoper, 2020), while Philippe Jordan manages the artistic processes of productions as the Music Director (Wiener Staatsoper, 2024). Additionally, the Board of Directors, composed of individuals with cultural and artistic experience, plays a crucial role in guiding the opera's strategic decisions. As of 2023, the Board consists of 12 members working to ensure the sustainability and future of the arts. The opera's departmental structure, specializing in production, technical, marketing, public relations, and finance areas, supports high-standard artistic production and financial stability.

The financial structure of the Vienna State Opera is based on a different organizational model due to its operation under a single company with Burgtheater and Volksoper (Ertl, 2015). The financial and administrative resources of these three major cultural institutions are shared through this unified structure, alleviating financial burdens by distributing fixed costs. This approach allows each institution to invest in more artistic projects while maintaining financial sustainability. The Vienna State Opera efficiently manages subsidies from the central government and sponsorships from the private sector, distributing its resources effectively and ensuring the sustainability of its cultural programs (ZEIT Reisen, 2018).

Financial sustainability is critical given the opera's size and long-standing history. High production costs, a broad repertoire, and innovative projects necessitate careful financial management. The opera's strategy of diversifying financial sources, including sponsorships and donations, is reinforced by contributions from local and international supporters, thereby safeguarding its financial structure. However, these funding models can lead to discussions about the independence of the arts. Ticket sales remain a significant source of revenue for the opera. Keeping classical works at the center of the repertoire plays a crucial role in meeting audience demand and significantly impacts financial security (Bundesministerium Kunst, Kultur, öffentlicher Dienst und Sport, 2024).

To ensure financial sustainability and attract younger audiences, the Vienna State Opera continually updates its strategic plans. This includes developing various educational programs and projects for young audiences and collaborating with schools to promote opera. Ticket pricing strategies aimed at young audiences are also part of the opera's efforts to achieve this goal.

In this context, the Vienna State Opera's success stems from its ability to preserve its artistic heritage while adapting to the requirements of the modern world. By maintaining traditional values and developing innovative strategies to expand its audience, the opera has increased its impact both locally and internationally. The unified financial structure with Burgtheater and Volksoper supports the opera's sustainability, while its extensive human resources ensure the quality of productions. This structure contributes to maintaining the opera's artistic autonomy and financial stability for the future.



Digitalization also offers significant opportunities for the Vienna State Opera. Live broadcasts via digital platforms enable the opera to reach a broader audience and increase its global reach. This strategy helps extend the art form to more people and enhances the opera's international impact.

For future success, financial sustainability is critical. High production costs and extensive repertoire requirements necessitate careful financial management. Effective management of various revenue sources, such as sponsorship agreements, donors, and ticket sales, plays a vital role in maintaining the opera's artistic independence while ensuring financial balance.

## 6. CONCLUSION

Opera is a performance art that integrates multiple art forms, including music, dramatic narration, stage design, and dance. Although its roots extend back to ancient Greek and Roman theater, modern opera originated in Italy at the end of the 16th century and gradually spread throughout Europe. Opera offers audiences not only a musical experience but also a profound dramatic and aesthetic journey. This art form is typically built upon original librettos and scores, and the consistent staging of these elements preserves the integrity of the work. In this context, the Vienna State Opera has been a revered artistic sanctuary since it opened its doors with Wolfgang Amadeus Mozart's "Don Giovanni" in 1869, hosting renowned opera artists, composers, and directors from around the world. As one of Europe's and the global art scene's most prestigious cultural institutions, it holds significant historical and artistic importance. Initially established as the court opera of the Austro-Hungarian Empire, it began as an art center serving the aristocracy and has gradually attracted public interest, facilitating the widespread dissemination of opera.

The Vienna State Opera plays a crucial role in maintaining the universality and continuity of opera by preserving its historical depth while embracing modern and contemporary innovations in art. By bridging the classical and traditional with modern and contemporary elements, it has become a pioneer in artistic innovation and cultural transformation. This balance has established the Vienna State Opera not only as an art center but also as a leader in artistic advancements and cultural shifts.

In conclusion, the Vienna State Opera successfully fulfills its mission of sustaining its artistic heritage in alignment with modern developments, advancing towards the goal of preserving and promoting the universality of art. This process is critical for both the preservation of Vienna's cultural identity and the enrichment of the global opera scene.

## 7. RECOMMENDATIONS FOR FUTURE RESEARCH

This study has broadly examined the "Art of Opera" as its central focus. Future research could provide a more detailed evaluation of the changes and developments in the representation of specific works over the years within this scope.

Additionally, since this study only addresses the "Art of Opera," future research might specifically investigate "Ballet Art," particularly focusing on its representation within the Vienna State Opera.

Another potential research avenue could involve a comparative, interdisciplinary study of the historical representations and transformations of both Opera and Ballet Art.

## REFERENCE LIST

- Einstein, A. (1916). General Theory of Relativity. *Annalen der Physik*, 49 (7).
- Abbate, C., & Parker, R. (1989). *Analyzing opera: Verdi and Wagner*. University of California Press.
- Abbate, C., & Parker, R. (2012). *A history of opera: The last four hundred years*. Penguin UK.
- Art für Art. (2024, September 4). HANDWERK Bühnenbild & Kostüm. Retrieved from <https://www.art-fuer-art.at>
- Bundesministerium Kunst, Kultur, Öffentlicher Dienst und Sport. (2024, September 2). Kunst und Kultur Kulturinstitutionen des Bundes. Retrieved from <https://www.bmkoes.gv.at>
- Bundesministerium Kunst, Kultur, öffentlicher Dienst und Sport. (2024). Jahresbericht: Kulturelle und finanzielle



- Entwicklungen der Wiener Staatsoper. Vienna: Austrian Federal Ministry for Arts, Culture, Civil Service, and Sport.
- Chua, D. K. L. (2020). Mozart's Die Zauberflöte and the Magic of Technology. *Oxford University Press*, 28(1-2), 20-45.
- Die Eröffnungs-Vorstellung im neuen Opernhause. (1869, May 26). *Die Presse*, p. 14. Available online at ANNO.
- Ertl, K. (2015). *The Financial Structure of Major European Opera Houses: A Comparative Study*. Vienna: University of Vienna Press.
- Ertl, K. (2018). *Innovative Stage Design and Technology in Modern Opera Productions*. Vienna: University of Vienna Press.
- Grout, D., & Williams, H. W. (2003). Index. In *A short history of opera* (pp. 247-259). Columbia University Press. <https://doi.org/10.7312/grou1958-035>
- Latham, A., & Mitchell, J. P. (2002). Culture, capital and policy: A critical analysis of the Vienna State Opera's role in international cultural exchange. *Journal of Cultural Policy*, 8(3), 205-217.
- Leyrer, G. (2024, April 04). Staatsoper 2024/25: Roščić macht nicht mehr Altes neu, sondern füllt Fehlstellen. Retrieved from *Staatsoper 2024/25: Roščić macht nicht mehr Altes neu, sondern füllt Fehlstellen* (kurier.at)
- Mittag, E. (2011). Die Wiener Staatsoper 1945-1960. *Maske und Kothurn*, 7(JG). <https://doi.org/10.7767/muk.1961.7.jg.112>
- NEST. (2024, June 28). Nest. Retrieved from <https://www.nest.at>
- Nisbett, M., & Walmsley, B. (2016). The opera as a cultural institution: Preservation of cultural heritage and educational outreach. *International Journal of Arts Management*, 19(1), 25-40.
- ORF TOPOS. (2024, September 26). Behind the Scenes beim neuen „Don Carlo“. Retrieved from *Behind the Scenes beim neuen „Don Carlo“ - ORF Topos*
- Wechsberg, J. (2023). *The opera*. Plunkett Lake Press.
- Wiener Staatsoper. (2012, September 12). Orchester der Wiener Staatsoper. Retrieved from <https://wienerstaatsoper.at>
- Wiener Staatsoper. (2016, February 6). Geschichte des Wiener Opernballs. Retrieved from <https://wienerstaatsoper.at>
- Wiener Staatsoper. (2020, July 1). Bogdan Roščić, Direktor der Wiener Staatsoper (ab 1. Juli 2020). Retrieved July 1, 2020, from <https://wienerstaatsoper.at>
- Wiener Staatsoper. (2021, March 4). ONLINE LIVE ÜBERTRAGUNGEN AUS DER WIENER STAATSOPER. Retrieved from <https://wienerstaatsoper.at>
- Wiener Staatsoper. (2022, September 4). Opera School for children. Retrieved from <https://wienerstaatsoper.at>
- Wiener Staatsoper. (2023, September 1). Management. Retrieved from <https://wienerstaatsoper.at>
- Wiener Staatsoper. (2024, July 18). NEST - DIE NEUE STAATSOPER IM KÜNSTLERHAUS. Retrieved from <https://wienerstaatsoper.at>
- Wilhelm, B. (1955). *Das Wiener Opernhaus. 1869 bis 1955* (2nd ed.). Panorama.
- Williams, B. (2006). *On opera*. Yale University Press.
- ZEIT Reisen. (2018, January 2). Wiener Staatsoper. Retrieved from <https://zeitreisenurl.com>
- Tošić, L. (2024, September 27). "Don Carlo" an der Staatsoper wird Opfer der Publikumswut. Retrieved from "Don Carlo" an der Staatsoper wird Opfer der Publikumswut - Bühne - derStandard.at > Kultur