

Journal
CSSL

The Journal of Communication
and Social Studies

Volume
Issue

5
1

▶ www.itam.org.tr

▶ e-ISSN-2791-9420

İLETİŞİM ve TOPLUM ARAŞTIRMALARI MERKEZİ

İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi
The Journal of Communication and Social Studies
Cilt: 5 - Sayı:1 Mart 2025
Vol:1 – Issue:1 March 2025

Yayın Sahibi/ Owner

İletişim ve Toplum Araştırmaları Merkezi adına /
On behalf of the Center for Communication and Social Studies

 Prof. Dr. Hasan GÜLLÜPUNAR 

Baş Editör / Chief Editor

 Doç. Dr. Murat BAŞARIR 

Yürütücü Editör / Executive Editors

 Doç. Dr. Şakir GÜLER 

 Arş. Gör. Dr. Efe Numan CAN 

Alan Editörleri / Field Editors

 Prof. Dr. Shaip BYTYÇI 

 Doç. Dr. Ali Erkam YARAR 

 Doç. Dr. Nuri PAŞA ÖZER 

 Doç. Dr. Merve ÖZDEMİR 

 Doç. Dr. Hatice KILINÇ 

 Doç. Dr. Mahmut AKGÜL 

 Doç. Dr. Nedret ÇAĞLAR 

 Doç. Dr. Arzu GÜRDAL 

 Doç. Dr. Serdar GEZER 

 Dr. Öğr. Üyesi Mehtap BAŞARIR 

 Dr. Liridon KRYEZIU 

 Dr. Lukasz JASTRUBCZAK 

 Andreas TRESKE 

Editör Yardımcısı / Vice Editor

 Dr. Öğr. Üyesi Melis KARAKUŞ 

 Dr. Fadimana ŞAHİN 

 Dr. Kübra GÖKLER 

 Doktorant Ayşe Nur ASA 

Dil Editörü / English Language Editor

	Dr. Kazım BABACAN	
	Dr. Yusuf ŞAHİN	

Mizanpaj Editörü / Layout Editor

	Arş. Gör. İbrahim KAHRAMAN	
---	----------------------------	---

Yayın Kurulu / Editorial Board

	Prof. Dr. Celalettin VATANDAŞ	
	Prof. Dr. Mustafa AKDAĞ	
	Doç. Dr. Mahmut AKGÜL	
	Doç. Dr. Nedret ÇAĞLAR	
	Doç. Dr. Arzu GÜRDAL	
	Doç. Dr. Merve ÖZDEMİR	

Danışma Kurulu / Advisory Board

	Prof. Dr. Abdullah ÖZKAN	
	Prof. Dr. Adem YILMAZ	
	Prof. Dr. Ahmet Haluk YÜKSEL	
	Prof. Dr. Ahmet KALENDER	
	Prof. Dr. Aytekin CAN	
	Prof. Dr. Başak SOLMAZ	
	Prof. Dr. Bünyamin AYHAN	
	Prof. Dr. Celalettin YANIK	
	Prof. Dr. Cengiz ANIK	
	Prof. Dr. Fatma GEÇİKLİ	
	Prof. Dr. Filiz PELTEKOĞLU	
	Prof. Dr. Hanife GÜZ	
	Prof. Dr. İlhan YERLİKAYA	
	Prof. Dr. İsmail COŞKUN	
	Prof. Dr. M. Sezai TÜRK	
	Prof. Dr. Mehmet FİDAN	
	Prof. Dr. Mustafa AYDIN	
	Prof. Dr. Mustafa KOÇER	
	Prof. Dr. Nural İMİK TANYILDIZI	
	Prof. Dr. Petru GOLBAN	
	Prof. Dr. Raci TAŞCIOĞLU	
	Prof. Dr. Şükrü BALCI	
	Prof. Dr. Tatiana GOLBAN	
	Prof. Dr. Yusuf DEVRAN	
	Prof. Dr. Zakir AVŞAR	

Grafik Tasarım / Graphic Design

Ali Rıza BÜYÜKVADİ

Yayın Türü: Ulusal/Uluslararası Süreli

Yayın Tarihi: Mart 2025

Yazışma Adresi / Correspondence Address

İletişim ve Toplum Araştırmaları Merkezi (İTAM) Derneği
Küçük İhsaniye Mh. Dr.M.Hulisi Baybal Cd. Hazım Uluşahin İş Mrk.
B/Blok P.096 Selçuklu / KONYA-TÜRKİYE
e-posta: bilgi@itamder.org
Tel: 0532 221 98 51
Dergi adresi: <https://itamder.org/index.jsp>

İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi Mart ve Eylül aylarında olmak üzere yılda iki defa yayımlanır. Hakemli bir dergidir. Dergide yayınlanan yazıların sorumluluğu yazarına/yazarlarına aittir. Kaynak göstermeksizin alıntı yapılamaz. İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi'ne gelen çalışmalar **iThenticate** programında benzerlik taramasından geçirilerek kontrol edilmektedir.

Dergimiz, Directory of Research Journals Indexing, Asos Index, OpenAIRE, Scilit ve Crossref tarafından indekslenmektedir.



İçindekiler - Contents

Araştırma Makaleleri / Research Articles

1. 1-32 **The Roots, Factors, and Reasons that Made the Syrian Crisis a Protracted Crisis**

Suriye Krizini Uzun Süreli Bir Krize Dönüştüren Kökler, Faktörler ve Nedenler

Dr. Öğr. Üyesi Yasmin ALDAMEN¹
y_aldamen@ju.edu.jo
ORCID:0000-0002-0808-5235

2. 33-56 **Intercultural Communication Experiences of Syrian Immigrants and the Challenges They Face: The Case of Şanlıurfa Province**

Suriyeli Göçmenlerin Kültürlerarası İletişim Deneyimleri ve Karşılaştıkları Zorluklar: Şanlıurfa İli Örneği

Dr. Öğr. Üyesi Ferhat KAÇAR
kacarferhat@harran.edu.tr
ORCID: 0000-0003-4053-7163

3. 57-81 **Aile İlişkilerinin ve Ebeveynin Olumsuz Çocukluk Çağı Yaşantıları İle Psikolojik Sağlamlığının Çocukların Dikkat ve Kaygı Düzeyi İle İlişkisi**

The Relationship Between Family Dynamics, Parents' Adverse Childhood Experiences and Psychological Resilience With Children's Attention and Anxiety Levels

Klinik Psikolog Melek HAFIZOĞLU
melekbozdemir@gmail.com
ORCID: 0000-0003-0992-4181

Dr. Öğr. Üyesi Volkan KOÇ
kocvolkan@gmail.com
ORCID: 0000-0003-4218 6555

-
4. 82-105 **Siyasal Sadakat ve Parti İtibarı: Yozgat İli Örneğinde Bir İnceleme**
- Political Loyalty and Party Reputation: An Investigation in the Case of Yozgat Province**
- Doç. Dr. Fatih ŞIVGIN
fatihsvgn@hotmail.com
ORCID: 0009-0008-7698-7776
- Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Akif GÜNAY
mag-user@hotmail.com
ORCID: 0000-0003-1039-5440
-
5. 106-139 **Dünden Bugüne Türkiye’de Sektörel Yayıncılık**
- From Past to Present: B2B Publishing in Türkiye**
- Dr. Öğr. Üyesi Büşra Tosun DURMUŞ
busratosundurmus@gmail.com
ORCID: 0000-0001-5158-0058
-
6. 140-158 **Uluslararası Siyasal İletişim Aracı Olarak Medya: TRT Français Örneği**
- Media as a Tool of International Political Communication: The Example of TRT Français**
- Mehmet GÜNESEN (Yüksek Lisans Öğrencisi)
mehmetgunesen.81@gmail.com
ORCID: 0009-0002-3363-3886
-

**7. 159-188 Kültür Emperyalizminin Netflix Üzerinden Okunmasına
Yönelik Bir Araştırma**

A Study on Reading Cultural Imperialism on Netflix

Burcu Nur BURÇ
ozsuveren.burcunur@gmail.com
ORCID:0000-0002-2031-6606

Prof. Dr. Emel TANYERİ MAZICI
etanyeri@erciyes.edu.tr
ORCID:0000-0003-2731-5996

**8. 189-214 Netflix Orjinal Türk Dizilerinin Dijital Kültür Diplomasisi
Bağlamında Uluslararası Öğrenciler Tarafından Alınlanması
Üzerine Bir Araştırma**

**Research on the Reception of Netflix Original Turkish Series
by International Students A Research on the Reception of
Netflix Original Turkish Series by International Students**

Dr. Muhammed Ersin TOY
nehreyn@gmail.com
ORCID: 0000-0003-4851-5321

9. 215-228 Portekiz’de Türk Dizileri’nin Alımlama Pratikleri1

Reception Practices of Turkish Serials in Portugal

Dr. Faruk SADIÇ
faruksadic@erciyes.edu.tr
ORCID:0000-0002-2031-6606

Derleme / Review

-
10. 229-246 **Global Television Journalism and Foreign Policy: Theoretical Approaches; Debates**

Küresel Televizyon Haberciliği ve Dış Politika: Kuramsal Yaklaşımlar; Tartışmalar

Dr. Öğr. Üyesi Ekin Bahar İLİK
ekinbahar.ilik@avrasya.edu.tr
ORCID: 0009-0006-0612-4209

Kitap İnceleme / Book Review

-
11. 247-254 **Balkan Sineması Alevler İçinde Sinema**

From Past to Present: B2B Publishing in Türkiye

Dr. Rufen ORAL
rufenoral@hotmail.com,
ORCID: 0000-0001-7400-3747

12. 255-262 **Sosyal Medyanın Dilbilimi: Bir Giriş**

From Past to Present: B2B Publishing in Türkiye

Dr. Beril ÖZER
ozerozerberil@gmail.com,
ORCID: 0000-0001-5638-2181

The Roots, Factors, and Reasons that Made the Syrian Crisis a Protracted Crisis*

 **Yasmin ALDAMEN¹**

¹ Asst. Prof. Dr.,
The University of Jordan,
Department of Journalism,
y_aldamen@ju.edu.jo
ORCID: 0000-0002-0808-
5235

Gönderilme/ Received

05.08.2024

Kabul Tarihi/ Accepted

08.02.2025

Yayın Tarihi/Published

27.03.2025

Abstract

The Syrian crisis began as a protest movement in 2011 and changed into an armed conflict and a global crisis, leaving profound regional and international repercussions. This study aims to provide a detailed analysis of the sequence of events in the Syrian crisis, starting with the Hama massacre in 1982 and the Damascus Declaration in 2005, up to the last developments that have led to the fall of the Assad regime in December 2024. Through the historical analytical approach, the study explored the geopolitical dynamics surrounding the Syrian crisis and leading to multiple international interferences, and how these interferences contributed to changing the development of events in order to provide a profounder understanding of the Syrian crisis, not only as a local or regional conflict, but also as a crisis with a global dimension that requires international cooperation to find lasting solutions to the humanitarian and political challenges it has forced. The study also included a review of international agreements and laws related to refugee rights, and how these agreements have affected the international community's dealings with Syrian refugees. The concept of refugee was also addressed, as one of the essential aspects of the crisis, with reference to the historical development of refugee movements around the world and international legislation and institutions concerned with refugee rights. The study presented the impact of the Arab Spring on the transformation of the Syrian protests into an armed conflict and later into a huge humanitarian crisis that has displaced millions.

Keywords: Syrian Crisis, Refugee Crises, Arab Spring, Civil War, fall of Assad's regime.

*Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. Benzerlik tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No similarity detected.

**Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed.

*** Çalışma tek yazar tarafından yürütülmüştür.

The study was conducted by a single author.

****Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

Kaynak gösterme / To cite this article: Aldamen, Y. (2025). The Roots, Factors, and Reasons that Made the Syrian Crisis a Protracted Crisis. İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi, 5(1), 1-32. doi: 10.59534/jcss.1528668



Suriye Krizini Uzun Süreli Bir Krize Dönüştüren Kökler, Faktörler ve Nedenler



Yasmin ALDAMEN¹

¹Dr. Öğr. Üyesi,
Ürdün Üniversitesi,
Gazetecilik, Medya ve Dijital
İletişim Bölümü,
y_aldamen@ju.edu.jo
ORCID: 0000-0002-0808-5235

Gönderilme/ Received

05.08.2024

Kabul Tarihi/ Accepted

08.02.2025

Yayın Tarihi/Published

27.03.2025

Öz

Suriye krizi, 2011 yılında bir protesto hareketi olarak başlamıştır ve silahlı bir çatışma ve küresel bir krize dönüşerek derin bölgesel ve uluslararası etkiler bırakmıştır. Bu çalışma, Suriye krizinin olaylar sırasını detaylı bir şekilde analiz etmeyi amaçlamaktadır. Çalışma, 1982 Hama katliamı ve 2005 Şam Deklarasyonu ile başlayıp, Aralık 2024'te Esad rejiminin düşmesine yol açan son gelişmelere kadar olan süreci incelemektedir. Tarihsel analiz yaklaşımıyla, çalışma Suriye krizini çevreleyen jeopolitik dinamikleri ve bu dinamiklerin uluslararası müdahalelere nasıl yol açtığını, bu müdahalelerin olayların gelişimini nasıl değiştirdiğini keşfetmiştir. Amacı, Suriye krizini sadece yerel ya da bölgesel bir çatışma olarak değil, aynı zamanda uluslararası işbirliği gerektiren ve insani ve siyasi zorluklarla karşılaşan küresel bir kriz olarak daha derin bir şekilde anlamaktır. Çalışma ayrıca, mülteci haklarıyla ilgili uluslararası anlaşmalar ve yasaların gözden geçirilmesini ve bu anlaşmaların uluslararası toplumun Suriye mültecileriyle ilişkilerini nasıl etkilediğini de içermektedir. Mülteci kavramı da, krizin temel yönlerinden biri olarak ele alınmış, dünya genelindeki mülteci hareketlerinin tarihi gelişimi ve mülteci haklarıyla ilgilenen uluslararası mevzuat ve kurumlara da atıfta bulunulmuştur. Çalışma, Arap Baharı'nın Suriye protestolarının silahlı bir çatışmaya ve sonrasında milyonlarca kişiyi yerinden eden büyük bir insani krize dönüşmesi üzerindeki etkisini de sunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Suriye Krizi, Mülteci Krizleri, Arap Baharı, İç Savaş, Esad Rejiminin Düşüşü.

Introduction

Refugee movements began at the beginning of creation. The Syrian refugee movements are considered the largest one. Their effects have not ended yet because of the lengthy nature of Syria's conflict events. Syrian refugees themselves and their host countries have paid a high price for years compared to other Arab countries. The Syrian conflict has been a complicated and diverse subject for more than a decade. The Syrian crisis stems from a confluence of political, social, economic, and historical forces.

The Al-Assad family had ruled Syria since 1971, when Hafez al-Assad became the president of Syria under the Syrian Ba'ath Party (Kmak & Björklund, 2022). According to Kılınç (2024) the rise of the Assad family, who are themselves Alawites, transformed the fortunes of Alawites under Hafez Assad who ruled Syria between 1971 and 2000.

Syria is a diverse country with several ethnic and religious groups. The Assad regime's policies caused issues for populations, notably the Sunni majority. Political persecution, a lack of freedom, and limited political engagement fuel public resentment in Syria. These schisms had a crucial role in the crisis's intensification (freedomhouse, 2023).

The 2011 events started in Syria started with spontaneous peaceful protests in search of freedom in parts of Syria, and anti-corruption and anti-persecution demonstrations soon spread to most parts of Syria. Millions of Syrians have been uprooted and forced to flee to other areas of the world. The Syrian people were affected by the Arab Spring, and on February 17, 2011, the capital Damascus' Al-Harika Market was shuttered. After a security guard insulted a merchant's son, traders and residents gathered and started shouting, "The Syrian people will not be humiliated!" (Aljazeera, 2016). Humiliation of a Syrian citizen by the traffic police is a common occurrence, but the insult that took place on February 17, 2011 was not glossed over as before (Aljazeera, 2012). The incident aroused uproar among the community. The rally was attended by more than 1,500 people, according to estimates.

This incident is attributed to the Syrians being inspired by the revolutions that started with Bouazizi's self-immolation in Tunisia, which Bouazizi did not accept as humiliation, and which unfolded in other Arab countries. In solidarity with the Libyan revolution, hundreds of Syrians gathered in front of the Libyan Embassy in Damascus five days later. For the first time, the demonstration was dubbed "A Traitor Who Kills His People!" and, as a result, security personnel were forced to disperse it (Aljazeera, 2016). Later, the spark of the revolution was ignited in Daraa at the beginning of March 2011, when a number of students under the age of 13 involved in the Arab Spring Movement scribbled anti-regime inscriptions on the walls of their schools. Security forces arrested the students from the school (McEvers, 2012). Daraa city in Syria, is comparable to Sidi Bouzid in Tunisia, in that demonstrations began there and extended throughout the country.

The Syrian revolution has historical origins that may be traced back to political dynamics and regional power conflicts that shaped Syria's government and stability during the twentieth century. The Arab Spring was not the only reason that the Syrian revolution was affected, but was preceded by the political events that were previously discussed. Many factors were involved, including, but not limited to, the restriction of free expression and opinion, as well as the ban on using the internet and the inability to express thoughts not just vocally, but also via the internet or social media owing to the regime's internet censorship (Aldamen, 2023a). Thus, the Syrian revolution was political deposits from all previous events and its social, political and cultural repercussions on the Syrian people. The Syrian refugee crisis is an embarrassing humanitarian disaster with recent suffering and displacement (Aldamen, 2023b). It has had far-reaching regional ramifications. The surge of refugees into neighboring nations such as Turkey, Lebanon, Jordan, and Iraq has put a burden on their resources and stability.

This study is based on the historical analytical approach, which is defined as the approach that analyzes events that occurred in the past, by collecting the required data, interpreting it, and predicting the future through it. It also aims to link events that occurred in the past, and studies and analyzes them according to a set of methodological foundations, in order to understand reality based on the light of the past. The study's objective is to analyze the roots of the Syrian crisis based on similar refugee crises and factors shaping the conflict in Syria for decades. By collecting data and information from their primary sources, analyzing events and linking them to interpret reality and predict the future. The historical data collected to explain the study problem from its roots was classified through the aftermentioned sections. The study presents data based on a deductive reasoning, which involves providing broad background and general information to reach a specific conclusion on the study's problem.

1. A Look at The Concept of Refugeehood

It can be said that the concept of refugeehood dates back to pre-Islam, through the story of the Prophet Noah (Abdullah, 2024). The story of the Prophet Noah is one of the first stories to include the meaning of migration in the Qur'an. The Prophet Noah, who lived among his people for 950 years (The Qur'an, Surah Al-Ankebut, 29:14) made the ark after Allah commanded him to sail in it. His emigration, which was auspicious for him and those with him in the ark, male and female, from all living creatures, ended when the ark settled on Judi after a year and ten days.

"So it was until then there came our command and the oven gushed forth (water like fountains from the earth). We said: Embark therein, of each kind two (male and female), and your family, except him against whom the Word has already gone forth, and those who believe. And none believed with him, except a few."
(The Qur'an, Surah Al-Ankebut, 29:14).

The Prophet Ibrahim also gave an example of primitive emigration. He called his father and his people to worship Allah and monotheism, but they didn't listen to him, and he met with a lot of torment. Then Prophet Ibrahim emigrated with

his wife Sarah and his nephew Lot to the Levant, and this migration is what God mentioned in the Quran:

"So Lot believed in him. And Abraham said, I am emigrating in obedience to my Lord. He alone is indeed the Almighty, All-Wise." (The Qur'an, Surah Al-Ankabut, 29: 26).

The Prophet Lot also rejected the obscene actions of his people, as his call was to the people of Sodom and Gomorrah, and warned them against immorality and disobedience, but his people refused and threatened him with expulsion if he did not stop denouncing and warning them. The Prophet Lot continued to deny their indecency, which no one had preceded them in, which was sexual intercourse with men rather than women, so his people conspired against him, but God commanded him to leave that village.

"Then We delivered him, along with Lot, to the land We had showered with blessings for all people" (The Qur'an, Surah Al-Anbiya, 21:71).

The Prophet Moses, after a man directed him out of the city, fearing that he might take revenge for the man who had killed him earlier, without guidance or knowing where to go, migrated from Egypt to Midian and went out on his way to Madyan (Wheeler, 2006).

"And a man came from the farthest end of the city, running. He said, "O Moses, indeed the eminent ones are conferring over you [intending] to kill you, so leave [the city]; indeed, I am to you of the sincere advisors." 20. "So he left from there, fearful and vigilant. He said, "My Lord! Save me from the wrongdoing people!" (The Qur'an, Surah Al-Qasas, 28:20-21).

The term "Hijrah" refers to a religious journey from one country to another with the goal of increasing obedience to Allah (Andilau, 2022).

"Whoever emigrates in the cause of Allah will find many safe havens and bountiful resources throughout the earth. Those who leave their homes and die while emigrating to Allah and His Messenger—their reward has already been secured with Allah. And Allah is All-Forgiving, Most Merciful." (The Qur'an, Surah An-Nisa, 4:100).

The beginning of the Islamic era witnessed migration movements when the first Muslims migrated to Abyssinia (the Kingdom of Axum). The first group migrated from Mecca to the lands of Abyssinia in A.D. 615; they were eleven men and four women, and then many other Muslims also migrated for the second migration from Makkah once again in A.D. 616. This new group was made up of 83 men and 18 women (Razwy, 2014; Safieddine, 2011). As they suffered from the persecution of the Quraysh leaders. The Prophet Mohammad (SAW) told his oppressed and bullied comrades, whose money was confiscated, to migrate to Abyssinia because there is a fair king there to whom they can take refuge.

When the apostle saw the affliction of his companions, he said to them: "If you were to go to Abyssinia, it would be better for you, for the king will not tolerate injustice and it is a friendly country, until such time as Allah shall relieve you from your distress." Thereupon his companions went to Abyssinia, afraid of

apostasy and fleeing to God with their religion. This was the first hijra in Islam (Ibn Ishāq, 2004, as cited in Watt, 1961).

The Qur'an mentioned the emigrants (Muhajireen) who migrated with the Prophet Mohammad (SAW) to Medina; they were those who converted to Islam on the day of the conquest, and they were called by this name because they abandoned their homelands and separated from them, seeking the worship of Allah.

"Some of the gains will be for poor emigrants who were driven out of their homes and wealth, seeking Allah's bounty and pleasure, and standing up for Allah and His Messenger. They are the ones truly in faith." "As for those who had settled in the city and "embraced" the faith before "the arrival of the emigrants, they love whoever immigrates to them, never having a desire in their hearts for whatever "of the gains" is given to the emigrants. They give "the emigrants" preference over themselves, even though they may be in need. And whoever is saved from the selfishness of their own souls, it is they who are truly successful." (The Qur'an, Surah Al-Hashr, 59:8-9).

The origin of the English word refugee comes from the French word réfugié, which refers to Protestant Huguenots, the more than 400,000 French Protestants who fled France in 1685 (Merriam-Webster, n.d.). After that, the word refugee was used to refer to a person who fled to another country. Refuge, which is sought because of injustice and persecution, has come to mean the place or shelter sought by the refugee (UNHCR, n.d). While refugeehood means unprotected statelessness, being a refugee in another country has nothing to do with immigration. According to Shacknove (2017), there are three basic conditions for granting refugee status to individuals:

1. The situation where there is no right of recourse to the government of the country
2. The government's failure to protect and deprive basic needs and rights
3. The situation of seeking international assistance for the needs of accessing international assistance.

Consequently, many countries follow the definitions set out by the 1951 UN Convention, which defines a refugee as:

"Someone who is unable or unwilling to return to their country of origin owing to a well-founded fear of being persecuted for reasons of race, religion, nationality, membership of a particular social group, or political opinion." (UN Convention, 1951).

According to Shacknove (2017) in refugeehood persecution, vital economic distress, and natural calamities are the three most serious hazards to an individual. Natural disasters such as floods and droughts are frequently discarded as the foundation for reasonable claims when determining who qualifies for refugee status. Such calamities, unlike violent crimes, are not considered "political" events.

Natural disasters and vital economic depression threaten the individual, but they do not pose a solid threat to the return of individuals to their country's borders. They constitute the least effective prevention of return, rather than oppression and injustice. If the cause of persecution still exists, it is possible to say that the most

fundamental thing about refugees is the presence of persecution, which is feared when they re-enter the homeland.

The existence of persecution in a country, according to other vital economic depression and natural disaster reasons, is the main reason why people who have fled do not return to their countries. For other reasons, there is no obstacle for them to return to their country whenever they want. As long as persecution continues in the country, the return of refugees is a critical and serious threat to their lives, and persecution manifests in many forms, including religious, racial, and political persecution.

Refugee status should be granted in the first class where the government is not able to protect basic requirements, leaving no other choice but to have these needs provided internationally, and where international aid is possible. The legitimacy of the policy is jeopardized if refugee status is denied to these beneficiaries or if basic needs are given to others who are not in danger (Shacknove, 2017).

It is necessary to differentiate between many terms related to asylum and refugees, because each case has a specific term that explains it. Table 1 shows the differences in refugee terminology in three languages. It shows that refugeehood terms are universally accepted in all languages to provide the same meaning for each situation and to differentiate between situations separately. Each term describes a particular asylum situation for political, economic, or climatic reasons.

Table 1: Refugeehood Terminology

#	Term
1	Refugeehood, Refugeeism
2	Refugee
3	Climate refugee or environmental refugee
4	Refuge
5	Asylum
6	Asylum Seeker
7	Internally Displaced Person
8	Stayees in Informal Tented Settlements
9	Immigration to and migration from
10	Immigrant: a person who moves to another country to live permanently. Emigrant: someone who leaves their own country to live permanently in another.
11	Economic Immigrant

While Table 2 shows the explanations of the main four terms most commonly related to asylum according to international definitions, Besides, it explains the fifth term of "Informal Tent Settlement ". The term was coined to describe Syrians who, upon arriving in Jordan, prefer to live in tents rather than living in refugee camps or applying for asylum.

Table 2: The Difference Between Asylum Seeker, Refugee, Migrant, Internally Displaced Person, and stayers in the Informal Tent Settlement (ITS)

#	Term	Explanation
1	Refugee	<i>"A person who has a well-founded fear of being persecuted for reasons of race, religion, nationality, membership of a particular social group, or political opinion and is therefore unable or unwilling to return to her country because of her fear" (UNHCR, 1951).</i>
2	Asylum seeker	<i>"A person who has left his country for the above reasons and whose asylum claim is still at the stage of 'investigation' by the authorities of the country from which he fled (UDHR, right of asylum, Article 14/1).</i> This is the case when asylum seekers leave their country on the grounds that they are refugees and seek international protection as refugees, but their status has not yet been officially recognized. <i>"Everyone has the right to seek asylum in other countries against persecution and to be treated as asylum seekers."</i>
3	Migrant	According to the UN, the word "migrant" <i>means a person who leaves their country voluntarily for economic or other reasons. In other words, while immigrants leave their country of their own accord, refugees consist of people who have to leave their country or are forced to leave." (Un. Org)</i> A migrant is a person who leaves her nation voluntarily for employment, education, or to seek others and settles in another country with the knowledge and permission of that country's authorities. He or she does not flee his or her homeland due to injustice or persecution.
4	Internally Displaced Persons	<i>"Internally displaced people have not crossed a country border to find a safe place. Unlike refugees, they are fleeing within their own country." (Un.org)</i> They are people who do not cross the national borders of neighboring countries and stay within their country. However, they are resettled somewhere other than where they live and are not considered refugees.
5	(Informal-Tented-Settlements ITS)	This name was given to many Syrians who came to Jordan and lived in tents. For Syrian refugees who are unable or unwilling to reside in formally established refugee camps and provide regular housing solutions in host communities, informal tent settlement (ITS) has become the default option, especially for the most vulnerable, poor, and displaced Syrian households (UNICEF/REACH, 2014). Because informal tent settlements are often located far from city centers, their residents sometimes fall outside the scope of the bulk of charity that assist refugees. As a result, they are among the most vulnerable. Water access is a constant and significant difficulty for inhabitants due to a shortage of water in their living quarters, as well as a lack of hygiene and sanitation facilities (ACTED, 2018).

2. International Conventions, Laws, and Organizations Involved in Legislation Concerning Refugee Rights

There are various international laws governing refugee issues; explain their meanings and distinguish them from other notions, such as the 1948 Universal Declaration of Human Rights. The Universal Declaration of Human Rights, one of the most important documents in the history of human rights, was drafted by representatives from various legal and cultural backgrounds from around the world and adopted as General Assembly Resolution 217 on December 10, 1948, at the General Assembly meeting in Paris. As stated in Article 14 of the Universal Declaration of Human Rights, it is agreed that those seeking asylum in other countries have their claims met.

Article 14: (1) Everyone has the right to seek and enjoy asylum in other countries from persecution. (2) This right may not be invoked in the case of prosecutions genuinely arising from non-political crimes or acts contrary to the purposes and principles of the United Nations..

The 1951 Convention pertaining to the Status of Refugees is a legal treaty that serves as one of the study's fundamental cornerstones. It defines the word "refugee," which has been accepted by 145 state parties, and establishes displaced persons' rights as well as states' legal responsibility to protect them. The United Nations High Council for Refugees (UNHCR) is the 'custodian' of the 1951 Convention and 1967 Protocol. The convention requires nations to work together to guarantee that refugees' rights are recognized and protected. The 1967 Protocol Relating to the Status of Refugees, which entered into force on October 4, 1967, is another major convention in international refugee law. A total of 146 countries have become parties to the protocol.

While the 1951 United Nations Convention on the Status of Refugees limits refugee status to "Events that occurred before December 1, 1951" and "Events Occurring in Europe" or "Events in Europe and the Rest of the World," the 1967 Protocol limits both geographical and temporal constraints. The restrictions have to be loosened due to the decolonization that occurred during this period. The Protocol thus gave countries that had previously been parties to the 1951 Convention and placed geographical restrictions on refugees a chance to withdraw it.

On September 10, 1969, the board of heads of state and government of the Organization of African Unity adopted the 1969 Convention controlling particular aspects of refugee problems in Africa at the organization's sixth ordinary session in Addis Abeba. It is the accord that governs different areas of Africa's refugee crisis. Algeria, Angola, Benin, Botswana, Burkina Faso, Burundi, Cameroon, Cape Verde Islands, Central African Republic, Chad, Congo, Democratic Republic of the Congo, Ivory Coast, Djibouti, Egypt, Equatorial Guinea, Ethiopia, Gabon, Gambia, Ghana, Guinea, Guinea Bissau, Kenya, Lesotho, Liberia, Libyan Arab Jamahiriya, Madagascar, Malawi, Mali, Mauritania, Mauritius, Morocco, Mozambique, Niger, Nigeria, Rwanda, Senegal, Seychelles, Sierra Leone, Somalia, South Africa, Sudan, Swaziland, Tanzania, Togo, Tunisia, Uganda, Zambia, and Zimbabwe have ratified and signed this Convention (OAU, 1969).

The Organization of African Unity (OAU) definition of "refugee" is the only clear requirement that persecution is a fundamental criterion of refugee status. This definition, after combining the narrative language of the United Nations, is based on oppression. According to Shacknove (2017), a "refugee" is someone who has been compelled to escape his or her place of origin or nationality due to external invasion, occupation, foreign control, or circumstances that substantially disrupt public order in part or all of his or her country of origin or nationality.

The Cartagena Declaration on Refugees is non-binding regional document to protect refugees. It was adopted in 1984 with the participation of delegates from ten Latin American countries (Colombia, Belize, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Mexico, Nicaragua, Panama, and Venezuela). The document is the outcome of the seminar "International Protection of Refugees and Homeless Persons in Central America, Panama, and Mexico," which was conducted in Cartagena, Colombia, between November 19 and 22, 1984. The proclamation is a continuation of the "Contadora Peace and Cooperation Clause" Document, which closely follows the 1951 Refugee Convention and the 1967 Protocol. The declaration

stresses the significance of the right to asylum and long-term solutions, and it firmly opposes the repatriation of refugees (UNHCR, 1984).

There are a variety of international refugee organizations that regulate refugee issues and legislation, but the two most important are the United Nations High Commissioner for Refugees (UNHCR) and the International Organization for Migration (IOM). On December 14, 1950, the United Nations General Assembly formed the UNHCR. After WWII, the United Nations High Commissioner for Refugees (UNHCR) was founded to aid the millions of Europeans who fled or disappeared from their homes. The UNHCR is in charge of coordinating and directing international efforts to protect refugees and respond to refugee crises across the world. Its principal purpose is to defend refugees' rights and well-being. Africa's independence was the first of the continent's recurrent refugee crises in the 1960s. At the turn of the century, UNHCR stated that it is assisting with significant refugee problems in Africa, the Middle East, and Asia. While the International Organization for Migration (IOM) is an international organization that works in areas such as emergency assistance, refugee resettlement, voluntary repatriation assistance, migrant health, sending money, and supporting legal immigration options, the IOM, an intergovernmental organization headquartered in Geneva, Switzerland, has 132 member states from both developing and developed countries. The name of the Intergovernmental Committee for European Migration (ICEM), which was formed to assist persons who moved as a result of World War II, was modified to its current form (IOM) in 1951. English, French, and Spanish are the official languages of the organization.

3. History of Refugee Movements around the World

3.1. 1940–1950: World War II's Consequences on the Numbers of IDPs

According to the report of Depillis et al. (2015), published in Washington Post the world's major displacement and refugee movements began in the 1940s. When the Second World War began and lasted for about five years, displacing more than 65 million Europeans, including 13 million from Czechoslovakia, Poland, and the Soviet Union. 11.3 million Europeans fled to Germany. It also covers one million Russians, Ukrainians, and Belarusians. For 75 years, between 1940 and 2015, the globe had a huge refugee crisis, resulting in a high number of refugees and displaced persons.

The tables 3-6 below describe refugee crises ranging from World War II to the Syrian refugee crisis:

Table 3: 1940–1950: World War II and its Consequences on the Numbers of IDPs

#	Period	Number of Years	Crisis	Number of Internally Displaced Persons
1	1940-1945	5 years	World War II	40 million Europeans
2	1945- 1950	5 years	Post-World War II	13 million in the Soviet Union, Czechoslovakia, and Poland
3	1945- 1950	5 years	Post-World War II	11.3 million forced workers migrated from European countries to Germany.
4	1948-1950	5 years	Post-World War II	1 million Russians, Ukrainians, and Belarusians
Total Number of Internally Displaced Persons: 65.3 Million				

Source: Depillis et al. (2015)

3.2. 1947–1960: The Asian Crises' Consequences on the Numbers of IDPs

According to numbers and statistics and as shown in Table 4, from 1947 to 1960, events in Asia began that resulted in the largest wave of displacement in human history, beginning with the relocation of millions of Indians and Pakistanis and ending with the formation of Israel. Hundreds of thousands of Palestinians have been forced to flee to the West Bank, Gaza, Jordan, Syria, and Lebanon as a consequence. Political dissidents from China fled to Hong Kong. Others emigrated from North Vietnam to South Vietnam, while hundreds of thousands came from Hungary, Austria, and Serbia.

Table 4: 1947–1960: The Asian Crises' Consequences on the Numbers of IDPs

#	Period	Number of Years	Crisis	Number of Internally Displaced Persons
1	1947	-	Partition of India and Pakistan	14 million Indians and Pakistanis
2	1948- 1950	2 years	Founding of Israel	750,000 Palestinians fled to the West Bank, Gaza Strip, Jordan, Syria, and Lebanon from occupied Palestinian cities.
3	1950-1954	4 years	Cultural Revolution in China	385,000 Chinese political dissidents have fled to Hong Kong.
4	1954- 1956	2 years	Founding of the Communist Government of North Vietnam	1 million Roman Catholics migrated from North to South Vietnam
5	1956	-	Suppression of the Hungarian Uprising by the Soviet Union	200,000 Hungarians fled to Yugoslavia from Austria.
Total number of displaced persons: 16,335 million				

Source: Depillis et al. (2015)

3.3. 1960–2000: The Numbers of Displaced Persons

The crises continued, and the period 1960–2000 was full of displacement (Table 5). It has resulted in the displacement of approximately 46.5 million people from many countries around the world.

Table 5: 1960–2000: Consequences of Crises and Numbers of Displaced Persons

#	Period	Number of Years	Crisis	Number of Internally Displaced Persons
1	1960	-	Algerian War of Independence	1.2 million Algerians are both internally displaced and have moved to Morocco and Tunisia.
2	1960-1964	4 years	Belgian-backed Hutu coup	150,000 Tutsi from Rwanda to Burundi, Congo, and Uganda
3	1965-1972	7 years	Vietnam War	2.7 million Vietnamese emigrated from South Vietnam to North Vietnam.
4	1967	-	Arab-Israeli War	300,000 Palestinians from the West Bank and Gaza to Jordan, Syria, and Egypt
5	1967	-	Nigerian-Biafran War	2 million Nigerians
6	1971	-	Bangladesh's Independence War	10 million Bengalis from East Pakistan have moved to India.
7	1972	-	Uganda Expulsion Order	50,000 Southern Asians from Uganda to England, Canada, and India
8	1974	-	Laotian Civil War	120,000 Hmong from Laos to Thailand

9	1975-1995	20 years	Vietnam War	800,000 Vietnamese from Vietnam to Hong Kong, Malaysia, Indonesia, and Thailand
10	1976-1985	9 years	Cambodian Civil War	375,000 Cambodians are displaced, both to Thailand and internally.
11	1976-1992	6 years	Civil War in Mozambique	5.7 million Mozambicans are internally displaced.
12	1977-1979	2 years	Somalia's invasion of Ethiopia	620,000 people from Ethiopia to Somalia
13	1978	-	Burmese Expulsion	150,000-250,000 Rohingya people from Burma to Bangladesh
14	1978-1984	6 years	Ethiopian Invasion of Eritrea	500,000 Eritreans from Ethiopia to Sudan
15	1979	-	Revolt against white nationalist sovereignty in Rhodesia	210,000 people from Rhodesia, Mozambique, Botswana, and Zambia
16	1979	-	Soviet Invasion of Afghanistan	In total, 6.3 million Afghans fled to Iran and Pakistan.
17	1980-1988	8 years	Iran-Iraq war	600,000 Iraqis to Iran
18	1981-1989	8 years	Civil Wars in Central America	Nicaragua, El Salvador, and Guatemala sent 2 million people to Mexico, Belize, Honduras, and Costa Rica.
19	1989-1993	4 years	Separatist Fight in Georgia	320,000 Georgians from Abkhazia and Ossetia came to Georgia and Russia.
20	1989-1998	9 years	Serbian Cancellation of the Independent Status of Kosovo	350,000 Kosovo Albanians have fled to Western Europe.
21	1990	-	War with Negrin-Karabakh between Armenia and Azerbaijan	800,000 Armenians and Azerbaijanis have fled to Armenia and Azerbaijan from Nagorno-Karabakh.
22	1991	-	Suppressing the Insurgent Movement in Iraq	1.82 million Iraqis and Kurds emigrated from Iraq to other regions of the country, Turkey, and Iran.
23	1991	-	Chechnya declares its independence	150,000 non-Chechnyans were relocated to other regions of the Russian Federation.
24	1991	-	Croatian independence war and subsequent ethnic cleansing	550,000 Serbs and Croats have fled to neighboring nations.
25	1991-1992	1	Persecution by the Burmese government	250,000 Rohingya refugees have fled to Bangladesh from Burma.
26	1992	-	Civil War in Tajikistan	600,000 Tajiks, Russians, and Uzbeks from Tajikistan to neighboring countries
27	1994	-	Rwandan genocide	3.5 million Rwandans, 2 million refugees, and 1.5 million Rwandans fleeing to Tanzania, Zaire, Burundi, and Uganda.
28	1994	-	The Prevention of the Russian Chechen Independence Movement	250,000 Chechens from Chechnya to Ingushetia, Dagestan, and North Ossetia
29	1994-1995	1 year	Bosnia and Herzegovina's dispute over Yugoslavia's disintegration	2.5 million Bosnian Muslims and Croats have fled to Germany, neighboring countries, and Bosnia and Herzegovina.
30	1998-1999	1 year	NATO carried out air strikes in response to its crackdown on	800,000 Albanians from Kosovo have fled to Albania, Macedonia, Montenegro, and Western Europe.

Serbian Kosovar Albanians.				
31	1999	-	Indonesian repression of East Timor	540,000 people were internally displaced, with half going to West Timor.
32	1999	-	conflict in Chechnya	200,000 Chechens from Chechnya to Ingushetia and Georgia
Total number of displaced persons: at least 46.5 million				

Source: Depillis et al. (2015)

3.4. 2000 to 2022: Crises and Number of IDPs

More than 22.86 million individuals have been displaced or sought shelter because of conflicts and crises since 2000 (Table 6). Most notably, Colombia's 15-year civil war resulted in the displacement of 5,841 million people, the 2003 invasion of Iraq, one of the Middle East's crises, resulted in the displacement of 1.9 million Iraqis. The crackdown in Rome led in thousands of displaced individuals, while the civil conflict in South Sudan has displaced two million people. Concerning the Syrian refugee crisis, which began with the Arab Spring and continues to this day, 12 million people, including over 4 million refugees, have landed in neighboring countries and Europe, and the situation is far from over.

Table 6: 2000 to 2022: Crises and Number of IDPs

#	Period	Number of Years	Crisis	Number of Internally Displaced Persons
1	2000-2015	15 years	Civil conflict in Colombia: protracted conflict between government and rebel forces	5,841,040 people were displaced.
2	2003-2015	12 years	US invasion of Iraq	1.9 million Iraqis from Iraq to both domestic and neighboring countries.
3	2012-2015	3 years	Printing in Burma	Due to the military regime's persecution of ethnic minorities, especially the Rohingya, 891,000 Burmese individuals are refugees, internally displaced, or lack full citizenship.
4	2013-2015	2 years	South Sudanese civil war	2,230,000 people
5	2011-Ongoing	More than a decade has passed since then.	Conflict in Syria	7 million internally displaced persons and 4.1 million refugees in Turkey, Jordan, Lebanon, and Western Europe.
Total number of displaced persons: 22,86204 million				

Source: Depillis et al. (2015)

The Syrian refugee crisis, the repercussions of war in Afghanistan, the implications of civil war in southern Sudan, Rohingya persecution in Myanmar, and decades of drought and natural catastrophes in Somalia are the five most significant displacement crises that mankind has faced (Table 7). Two-thirds of all refugees globally are from Syria, Afghanistan, South Sudan, Myanmar, and Somalia (UNHCR, 2019). Syria's conflict displaced 12 million people, culminating in the largest refugee influx into Europe since World War II. Other global events in the preceding half-century, on the other hand, have caused millions of individuals to flee violence and persecution (Depillis et al., 2015).

Table 7: The Five Biggest Refugee Crises in the World

#	Crisis	Consequences	Reasons
1	Syria	There are around 6.6 million refugees worldwide.	The civil war in March 2011
2	Afghanistan	Approximately 2.7 million people have been forced to flee the nation for Iran, Pakistan, or Europe.	Unemployment, insecurity, and political instability
3	South Sudan	2.3 million refugees. Over 4 million people have been evacuated from their homes, with over 2.3 million having to relocate to neighboring countries.	The civil war in 2013
4	Myanmar	Bangladesh received 1.1 million refugees, including around 932,000 Rohingya.	In August 2017, there was violence and persecution in Myanmar's Northern Rakhine State.
5	Somalia	In the Horn of Africa and Yemen, almost one million refugees and internally Displaced Persons (IDPs) dwell in refugee camps.	Twenty years of continuous natural disasters such as droughts and floods

Source: Mercy Corps (2017)

4. The Crises Occurred in Syria

4.1. 1982: Hama Massacre

Syria's revolution, which began in 2011, is not a recent occurrence. When Bashar's father, Hafez al-Assad, began a military assault against the Muslim Brotherhood in Hama, tens of thousands were killed. While President Hafez Al-Assad, the father of current President Bashar Assad, carried out a massacre in Hama in 1982 to suppress a Sunni insurgency, the city was burned to the ground, and around 20,000 people were slaughtered (Fisk, 2010).

The Hama massacre, which began on February 2, 1982, and lasted 27 days, is largely recognized as the deadliest attack, and it is remembered as a pivotal atrocity in Syrian history (Rodrigues, 2011). The Hama Massacre is widely considered to be one of the most terrible massacres in modern Syrian history (Abdallah, 1983; Seale, 1989). The precise number of victims is unknown, however it was thought that there were tens of thousands to hundreds of thousands of them. The Syrian government responded to the slaughter with enormous artillery, indiscriminate shelling, and house-to-house searches. The military attack's severity resulted in serious damage to the city and civilian fatalities.

The Hama Massacre is largely recognized as one of Syria's worst tragedies in recent memory. The exact number of victims is unknown; however, estimates range from tens of thousands to thousands (Mikaberidze, 2013). The Syrian government deployed heavy artillery, indiscriminate shelling, and house-to-house searches throughout the slaughter. The severity of the military engagement resulted in significant destruction of the city and civilian casualties. Because of its scale, intensity, planning, and targeted outcomes, the Hama Massacre has been recognized as a military operation that constituted a massacre. It marked the end of a bloody conflict between the Syrian government and the Islamist opposition that had raged since the mid-1970s (Ismael 2009).

4.2. 2000: The Damascus Spring

The Arab Spring was not the first in Damascus; the "Damascus Spring," which started before the Arab Spring and was suppressed in 2000, was the name given to the period of intense opposition activity and liberation in 2000–2001. On June 10, 2000, when Hafez Al-Assad died and his son Bashar Assad took office, the Damascus Spring began. The movement was started by a number of intellectuals in Damascus. Informal political forums have been established to encourage open discussion on political issues related to civil society and reforms. The most famous of these forums were the National Dialogue Forum, founded by Riad Seif, and the Jamel El-Atassi Forum, founded by Suhair El-Atassi. In order to achieve their goals, they have established committees demanding political reform and judicial action to stimulate civil society in Syria. Although it lasted for a short time, the Damascus Spring was the most important period after 1963, when the Ba'ath came to power. Due to the Damascus Spring, Syria experienced an unprecedented period of discussion in which cultural forums and community organizations led by a number of intellectuals were created. The Damascus Spring did not occur from the bottom up but in reverse. That is, it was carried out by individual and collective initiatives, not from politicians but from the cultural, economic, and social sectors. Change has come from cultural elites, not political parties. The regime started to fear that it would create an incentive to threaten the existence of the forums and started to narrow the forums in 2001, thinking that the red lines were crossed after the progress of the discussions and discourses such as "corruption and oppression regime" (Bishara, 2013).

The Damascus Spring lasted only one year, after which the course of civil transformation in Syria reversed. In December 2001, the conditions restricting the activities of the forums were announced. The seminars held in the forums were seen as a "red line" by the security authorities; the organizers were required to give the name of the lecturer who would give the seminar, the text, and the names of the audience 15 days in advance, then the "security" approval process was initiated, which prevented many forums from continuing, and only two forums, the National Dialogue Forum and the Jamel El-Atassi Forum, continued their work without responding to these procedures (Reuters, 2008). The government then mandated that all forums be granted an official license from the Ministry of Social Affairs, and the forums were granted a license, but all applications were rejected except for the Jamel Al-Atassi Forum. The Jamel Al-Atassi Forum was also closed after holding a seminar on the banned Muslim Brotherhood in Syria, and several of its members were imprisoned, thus ending the spring of Damascus (Bishara, 2013).

4.3. 2005: Damascus Declaration

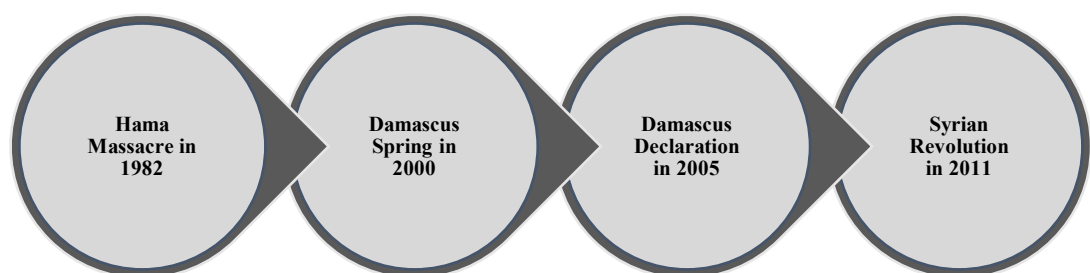
The "Damascus Declaration on National Democratic Change" is an alliance of secular opposition groups. It is named after a statement prepared in October 2005 by several opposition organizations and members to seek multi-party democracy (Wright, 2008). It was established on the site of the Damascus Spring, which began in 2000 after Bashar Assad assumed power. It calls for a peaceful and gradual transition to democracy and equality for all Syrian citizens in a secular and independent Syria. The Damascus statement is named after a 2005 statement signed by prominent civil society, Islamists, and liberals calling for the Assad

family's 41-year reign to end and campaigning for a democratic administration (BBC, 2011). Members of the Damascus Declaration considered the Syrian regime an obstacle to democracy and political reform. The first session of the National Declaration of Democratic Change of the Damascus National Council was held on 1/12/2007, and the bodies were selected. A statement was made in which he emphasized the need to establish a national democratic system and return to the sovereignty and circulation of power by the people, and many cadres of the state declaration were subsequently arrested (Carnegie.org).

The Damascus Declaration has been hailed as an important expression of solidarity among Syrian opposition figures. It opposes the Assad dynasty's Syrian administration and urges peaceful and gradual transformation based on negotiation and agreement. The proclamation calls for multiparty democracy in Syria and advocates for a democratic transition and the equality of all citizens in a secular and independent Syria.

From the above-mentioned events, we conclude a pattern of increasing political activism and repression. The cumulative effect of unresolved grievances, failed reforms, and brutal suppressions led to the eruption of the 2011 revolution. Each event can be seen as both a response to previous suppressions and a cause of future unrest, illustrating the complex interplay between government actions and public response in Syria's recent history. These events are linked as each represents a step in the escalating conflict and societal changes in Syria, reflecting a growing demand for political reform and greater freedoms, which eventually led to widespread upheaval.

Figure 1: The Sequence of the Main Events that led to the Syrian Revolution in 2011



4.4. 2011: Arab Revolutions and Their Consequences on Syria Revolution

The Arab Revolutions were uprisings that began in a number of Arab countries in late 2010 and early 2011 and were limited to the countries with the republican regime; there were no protests in the Arab countries with the monarchical regime due to the heavy pressures applied. Since 2011, the Arab world has been undergoing a political transition characterized by populist movements opposing authoritarian power systems. Arab peoples have begun to oppose authoritarian power structures and seek freedoms, economic and democratic rights through public marches. Against the one-man regime, change is demanded to protect human rights, ensure political freedoms and a fair distribution of incomes, and eliminate unemployment. In Arab countries where the administration has not changed, governments have resorted to political reforms and options to increase economic support to prevent the people from attempting to revolt ([Sandıklı and Semin, 2012](#)).

Countries with monarchical regimes, such as Jordan and Morocco, were able to control the protests through reforms. The main reasons behind these revolutions, in addition to political and security restrictions and a lack of fair elections, are the spread of corruption, poor living conditions, and poor economic conditions. Largely peaceful demonstrations against established regimes led to rapid power transfers in Egypt and Tunisia ([Tesch, 2011](#)).

Although the common denominator of these revolutions is the demand for freedom and reform, the relationship between citizenship and the state is the search for a new contract based on citizenship and civil rights. Bernard Lewis, certain Arab intellectuals, and Thierry Meyssan, on the other hand, claim that the Arab world is undergoing a metamorphosis similar to the Sykes-Picot Agreement signed in 1916. Some American politicians such as the US Secretary of State Condoleezza Rice referred to their arguments as "constructive chaos", "the greater Middle East", and "the new Middle East". In March 2004, the Bush administration used the term "Greater Middle East Project" in the same way ([Elhousseini, 2014](#)). Some media writers also argued that the USA started the Arab Spring demonstrations and planned them five years in advance ([Erlich, 2016](#)).

The Arab Spring was inspired by the suppression of freedom of expression, human rights violations, economic mismanagement, corruption, and the elimination of political dissidents and was used for a series of uprisings, armed rebellions, and protests ([Manfreda, 2019](#); [Murphy, 2012](#)). While the term Arab Spring is an expression of anti-government protests and riots in the Middle East and North Africa in late 2010, many commentators argue that the main reason is an attempt by government forces to eliminate the opposition to divide the Middle East or to control oil prices and production. It has been evaluated as an initiative ([Elhousseini, 2014](#)).

The Revolutions of 1848, which caused a wave of political upheaval in numerous European countries, have been mentioned ([Manfreda, 2019](#)). The phrase "Arab Spring" is a reference to the 1848 Revolutions known as the "spring-time of countries". The phrase also is a reference to the 1968 Prague Spring which describe a period of political liberalization and protest in the Czechoslovak Socialist

Republic (Migiro, 2018). The phrase was used by many bloggers and commentators who anticipated a main Arab revolution against democratization after the Iraqi war (Migiro, 2018). The first use of Arab Spring to refer to these events was used by an article published in the "Foreign Policy," an American political journal. In his article "Obama's 'Arab Spring'?" published in Foreign Policy magazine, Lynch (2011) used the term spring when he wondering if we are now witnessing the beginning of the equivalent of the Arab Spring that the region witnessed in 2005 under the Obama administration. If these protests continue to spread then we may be able to speak of an Arab Spring under the Obama administration, but with the problem of climate change intensified. He said Arab Spring as "a term I may have unintentionally coined in a 6 January 2011 article" (Lynch, 2012) According to Joseph (2012), it was part of the American tactic for controlling the goals of the movement and directing it towards liberal democracy and the first use of the term Arab Spring as used to describe these events may have started with the US political journal.

The European Revolution began on February 23, 1848, and continued until early 1849. It was the most famous revolutionary wave in European history. The German states, France, the Austrian Empire, the Italian states, the Kingdom of Hungary, Poland, Wallachia, Denmark, and others took part in this revolution (Merriman, 1996). The movements that started in Tunisia, Egypt, Libya, and Syria were similarly triggered and took to the streets, and the common denominator was the demand for freedom and the reshaping of the relationship between citizens and the state. Unlike the European Spring, which saw the collapse of absolute monarchies and the birth of representative democracy, the Arab Spring had no response from monarchs and went down in history as an uprising in nations with republican governments.

5. The Conflict in Syria after the Revolution

5.1. The Conflict's Repercussions and Consequences on the Population

According to the Syrian Observatory for Human Rights, between the start of the Syrian Revolution and December 2017, around 500,000 people were murdered in Syria (Syriahr, 2017). According to the UNHCR, around 7,600,000 individuals were forced to flee their homes in July 2015. The United Nations High Commissioner for Refugees recorded 5,116,097 refugees leaving Syria's civil war in July 2017. Bordering countries and Egypt (but not Israel) have formed a coordinating platform as part of the Regional Refugee and Resilience Plan (3RP). In July 2019, the UN Refugee Agency (UNHCR) counted 5,625,871 registered refugees. According to the most recent data, Turkey is the largest registered refugee host nation, with over 3.6 million refugees. While the US Central Intelligence Agency (CIA) reports on their website that the population of Syria was estimated at 19,454,263 in July 2017, the exact number is difficult to determine due to the instability caused by fleeing the civil war. According to the United Nations, 5,000 people flee Syria every day, and 28% of the country's population has gone. In 2019, there were 9 million Syrians fleeing the civil conflict and 6.5 million displaced but staying Syrians (WPR, 2019).

Syria's conflict is known colloquially as the Syrian Civil War, a term that emphasizes both its revolutionary and crisis features. The Syrian Observatory for

Human Rights, a UK-based monitoring group with a network of on-the-ground sources, would have tallied 503,064 deaths by March 2023. According to the report, at least 162,390 individuals were killed, with the Syrian government and its supporters responsible for 139,609 of them (SOHR, 2023). The Violations Documentation Center, another monitoring organization that relies on information from activists around the country, has documented 240,215 battle-related deaths as of March 2023, including 145,765 civilians (SCM, 2023).

As a result of the Syrian Army's intensification of operations, thousands of civilians have left the civil conflict in Syria and sought asylum in neighboring countries such as Jordan, Iraq, Turkey, and Lebanon since May 2011. According to UNHCR, the overall number of refugees on the globe will be at its highest since the end of World War II, owing mostly to the Syrian refugee crisis. For the first time since World War II, there are more than 50 million people (Sherwood, 2014). One year after the start of the war, UNHCR opened the Zaatari Refugee Camp in Jordan, close to the Syrian border, and gradually the camp turned into a permanent settlement with a population of 80,000 (Schenker, 2015). When the camp opens, around 120,000 refugees are planned to stay (UNHCR, 2018). According to the "World Population Survey", the population of Syria in 2012 was estimated at 22,530,746; this number had decreased to 22,457,336 inhabitants as of September 2013 (WPR, 2019). The conflicts in 2013 increased the number of refugees. From March 2013 to September 2013, the total increased from 1 million to 2 million. The humanitarian situation in Syria has deteriorated day by day. 1 million refugees were in Lebanon, and a new refugee camp (Azraq Camp) in Jordan opened in April 2014. As of June 2014, the number of Syrian refugees in surrounding countries had surpassed 3 million, with 100,000 crossing into Europe. The migration of Syrian refugees continued throughout 2015. Every day, thousands of refugees enter Greece, and almost one million enter Europe.

6.5 million Syrians have been internally displaced since the crisis began in March 2011 (Middle East Star, 2014). In a 2014 statement, UN High Commissioner for Refugees António Guterres declared that "the Syrian refugee crisis has become the biggest humanitarian emergency of the century, but the world is unable to meet the needs of refugees and their host countries." In a written statement issued in 2015, UNHCR confirmed that the number of Syrian refugees had surpassed 4 million, that the Syrian refugee crisis had been the world's largest asylum crisis for nearly five years, and that the number of internally displaced people was at least 7.6 million (Aljazeera, 2015).

UN has identified 13.5 million Syrians in need of humanitarian aid, with over 6 million of them internally displaced; 2.9 million of them remain in hard-to-reach areas where assistance cannot be provided regularly; and the number of refugees outside Syria has reached approximately 5 million (UNOCHA, 2016). By 2016, half of the country's population had been displaced, over a million people had been injured, and around 470,000 Syrians had been killed (Barnard, 2016).

5.2. Syria's Conflict in 2011: From Revolution to a Civil War and Eventually a Global Crisis

Syria gained independence in 1946, following World War II and years of French occupation. The democratic rule ended in March 1949 with a US-backed coup,

followed by two additional coups that year (Little, 1990). Syria is today divided into 14 governorates. Aleppo, Raqqa, Suwayde, Damascus, Daraa, Deir Ez-Zor, Hama, Hasakah, Homs, Idlib, Latakia, Kuneytra, Rif Damascus, and Tartus are among the cities. Syria is part of Mesopotamia, which comprises Arabic "official," Kurdish, Aramaic, Syriac, Armenian, Turkmen, Circassian, English, and French, as well as additional spoken languages such as Domari, Chechen, Turoyo (Surayt), Lomavren, and Afshar (Syriaahr, 2018). The Syrian Arab Republic's Constitution provides religious freedom in Syria (Sands, 2012). Table 8 shows different Syrian religious and ethnic groups.

Table 8: Syrian Religious and Ethnic Groups

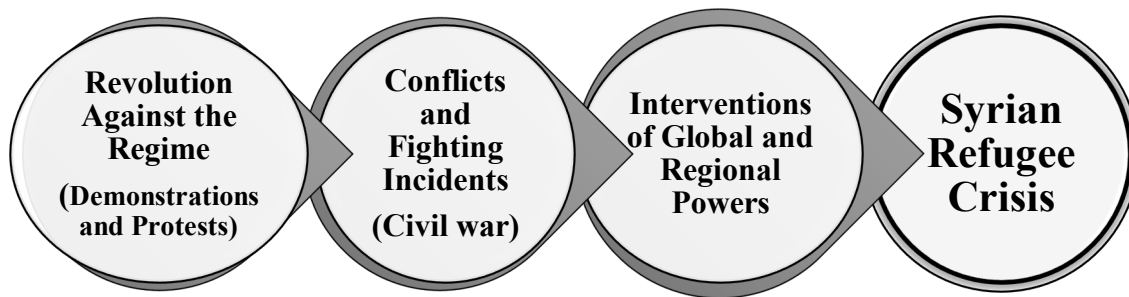
Religious Groups		Ethnic Groups	
Sunni (74%)	Nusayri (12%)	77-83% Arab	2% Armenian
Christian (10%)	Druze (3%)	7-8%	1%
		Kurdish	Circassian
A few other Shiite Islamic factions (Ismaili, Jafari)	Very few Jews and Yazidis	5-6% Turkish	1% Other

Source: (haberyirmi, 2017).

The direct involvement of international and regional parties in the war created a kind of conflict and rivalry between the great powers. The revolution has turned Syria into a zone of conflict between regional and international powers and rivalries between the great powers. The revolution has turned Syria into a conflict zone between regional and international powers. "Syrian Revolution" is an expression used by the opposition, while "Syrian Crisis and Syrian War" are expressions used by the government and its supporters. In addition, according to the research in the literature and the observation of the events, what happened in Syria was influenced by the Arab Spring revolutions with protests and demonstrations and started with a revolution against the regime.

The early stages of the war may be defined as a revolution, as demonstrators sought to destabilize the country's long-standing regime and bring about substantial political reforms. Then this revolution turned into conflicting events and a civil war, and this war forced many citizens to flee the country. Therefore, they sought asylum in other countries, which created the world's biggest refugee crisis. Regional and international powers have joined the war in order not to be affected by the large number of refugees. Multiple sides became involved in the fight, including pro-democratic insurgents, diverse rebel organizations, terrorists, and international powers, resulting in a complex and multifaceted situation. The war has resulted in widespread bloodshed, massive loss of life, widespread civilian displacement, and a refugee exodus, resulting in one of the world's worst humanitarian disasters (UN 2020; UN 2021; cfr 2023).

As a result, while the conflict began as a political revolution, it has since morphed into a protracted crisis marked by persistent bloodshed, regional instability, humanitarian issues (Aldamen, 2025), and the involvement of several domestic and external actors. The Syrian crisis has resulted in huge internal and external displacements of people, as Figure 2 shows. Millions of Syrians have been forced to flee their homes, with millions more internally displaced. This has resulted in a massive refugee crisis, putting neighboring countries and the international community under strain.

Figure 2: The Development of the Events in the Syrian Refugee Crisis

The Syrian crisis has lasted an unusually long time. Both Syrian refugees and host countries pay a high price (Achilli, 2015). Media in general and social media platforms in particular have an important role in conflicts and crises (Aldamen, 2024; Aldamen & Abdallah, 2024; Aldamen, & Abdul Jaleel, 2024a; Aldamen & Hacimic, 2023; Mohammad & Aldamen, 2023; Aldamen & Abdul Jaleel, 2024b; Wazzan & Aldamen, 2023; Aldamen, 2017) and particularly in Syrian crisis. The host people experienced compassion fatigue toward Syrian refugees as a result of continuous media exposure to their difficulties and experiences (Aldamen, 2023c). Furthermore, Syrian refugees have received poor treatment in host nations and harsh media coverage (Aldamen, 2023d; Aldamen, 2023e). They have been subjected to racism, and hate speech has also been broadcast against them in the media of a number of host countries (Aldamen, 2023f). Even so, the Syria crisis is still ongoing. The UN estimates that 14.6 million people in the nation still require humanitarian aid, a 9% rise from the previous year, including 6.9 million internally displaced Syrians. According to UNHCR (2022), approximately 9.6 million of that number are in severe need of humanitarian assistance.

These migrations have placed a significant strain on public agencies in some member countries. The number of asylum seekers entering the EU has reached historic highs, more than doubling in 2015 compared to 2014. About 1.26 million people applied for asylum for the first time. This number is lower than anywhere else in the world. Therefore, the unexpected entry of these individuals has implications for EU economies (European Union, 2016). The asylum-seeking of Syrian refugees still affects regional and Western countries. According to UN High Commissioner for Refugees António Guterres, it is the worst worldwide disaster since World War II, with hundreds of thousands of people injured and millions displaced. According to Eurostat statistics, in 2023, Syrian was the main citizenship of asylum seekers in 12 EU countries. In 2023, the number of Syrian first-time asylum applicants in the EU increased to 183 035 (from 131 790 in 2022), and their share in the total EU first-time asylum applicants rose from 15.1 % to 17.5 %.

The existence of many religious groups influenced the formation of many warring alliances. Since Bashar's sectarian approach is only a remnant of the French occupation, the occupation is to expand the circle of conflict to facilitate

control of Syria and then exploit the sectarian conflict to appear as a savior who wants to manage this chaos. At that time, Syria was divided into four parts, namely Druze, Alevis, Damascus, and Aleppo, under the French occupation. Moreover, paradoxically, Syria's serious economic situation is protected by repressive mechanisms, and the domination of the Alevi minority will prevent opposition movements from achieving a critical mass in the foreseeable future (Brönng, 2011). Both the Syrian government and opposition factions are heavily utilizing social media to sway worldwide opinion in their favor (Salvadoretti, 2013). The main reason for the deepening and prolongation of the war in Syria is the intervention of foreign powers. Syrian opposition groups and military formations have been splintered by the Syrian Baath Party, which is led by Syria's President. Regional and global powers, as well as various armed fanatics, have played crucial roles in this war (Kabalan, 2019).

The humanitarian consequences of Syria's crisis have been disastrous. Millions of Syrians have been displaced, with many seeking refuge in neighboring countries. As a result of the crisis, significant human rights violations have occurred, including the use of chemical weapons, torture, and mass killings. The humanitarian response to the crisis has been poor, with budget deficits, access difficulties, and bureaucratic roadblocks impeding humanitarian aid delivery (UNICEF, 2023).

According to the 2013 Syrian Centre for Policy Research report published by UNDP, the country's economic state was a key aspect contributing to the Syrian conflict. Syria had a variety of socioeconomic challenges, including high unemployment, corruption, wealth disparities, and limited access to basic necessities such as education and healthcare. These concerns compounded the population's complaints. Many Syrians' living conditions have declined because of the Syrian government's mismanagement of the economy, corruption, and unsustainable policies. This, combined with the effects of climate change, such as droughts, crop failures, and resource scarcity, has left millions of Syrians economically vulnerable. High unemployment rates, corruption, inequality, and limited access to essential services were the underlying sources of populist unrest. These elements heightened societal tensions and led to the crisis's escalation.

The intricacy of the conflict, as well as its regional and international elements, distinguishes it from other crises. The humanitarian impact of the situation has been terrible, with millions of Syrians displaced and affected by the bloodshed. Addressing the root causes of the war, delivering humanitarian aid, and finding a peaceful end to the situation continue to be serious challenges for the international community.

6. Conclusion

It is vital to understand the issue's roots as well as the characteristics that distinguish the Syrian crisis from others. The study concludes that the Syrian crisis is the result of a confluence of political, social, economic, and historical factors. The following are some of the key reasons of the crisis: 1) Syria was ruled by France from 1920 to 1946, disrupting traditional social and economic systems and concentrating power in the hands of a tiny elite. Following independence, a succession of military coups and political instability resulted in decades of

authoritarian government, which fanned populist dissatisfaction and resistance. 2) Syria is a multi-ethnic and religious country with a complex mix of ethnic and religious groups. 3) Syria has long struggled with economic issues such as high unemployment, corruption, and a lack of economic opportunities. These conditions have fueled public resentment of the government while also contributing to pervasive poverty and inequality, particularly in rural regions. 4) The Syrian government has a long history of repression, including arbitrary arrests, torture, and extrajudicial killings. As a result of this atmosphere of fear and distrust, many Syrians have sought change through rallies and other forms of dissent. 5) Syria is situated in a volatile region that has experienced ongoing conflict and instability, including the Israeli-Palestinian conflict, the Iraq War, and the rise of ISIS. These factors have contributed to the Syrian crisis by exacerbating existing tensions and fueling violence and extremism.

The Syrian conflict has attracted enormous international interest and participation. Several regional and global entities have become involved, either directly or indirectly. The Syrian crisis has resulted in enormous human suffering, including widespread casualties, infrastructural destruction, and a significant impact on the well-being of residents. A multifaceted interaction between several factors contributed to making the Syrian crisis different from other crises and making it a long-term crisis in its political and humanitarian impact. This study examines the historical causes and events that led to the crisis after the demonstrations and protests of 2011, which were influenced by the Arab world's uprisings. The study does not end with the impact of the "Arab Spring" revolutions but rather discusses historical political events, such as the events of Hama, the Damascus Spring 2000, and the Damascus Declaration 2005. The study also discusses how the peaceful protests in 2011 devolved into an armed conflict as a result of the increase in violence, the involvement of various armed groups, and the increasing interference from external parties, particularly in light of the region's presence of contradictory interests, geopolitical conflicts, and strategic rivalries, which increased the crisis's continuity and complexity. As well as the humanitarian implications, such as displacement and large numbers of refugees, which mostly hit neighbouring and Europe countries.

The Syrian crisis, a complex and devastating conflict, stands out from other global crises through its unique interplay of multiple factors that have significantly shaped its political, social, and humanitarian dimensions. Politically, the crisis has been characterized by the involvement of multiple international actors with conflicting interests, turning Syria into a battleground for proxy wars that have exacerbated internal conflict and complicated peace efforts. Socially, the protracted violence has created deep-rooted divisions within Syrian society, altering the social fabric and displacing millions of people, both internally and as refugees around the world. Humanitarianly, the scale and severity of the crisis has led to unprecedented levels of suffering and displacement, creating lasting impacts that may take decades to alleviate. The Syrian crisis highlights the catastrophic consequences when ethnic divisions, political interests, and international interventions converge in a volatile environment. Understanding the multifaceted nature of this crisis is critical to developing more effective international responses to similar conflicts in the future, underscoring the need for coherent international

strategies that address political complexities, social unrest, and humanitarian needs simultaneously.

7. Implications

As a result, addressing all of these elements and their historical foundations would contribute to a better understanding of the crisis and call for more research to assist in reaching a long-term solution. Many studies studied the Syrian refugee situation, but it is essential to call for more studies that deeply examine the Syrian refugee crisis and its repercussions after the fall of the Assad regime in December 2024.

References

- Abdullah, S. (July 7, 2024). The Real Story of Prophet Nuh (Noah) with Quranic Verses. Available online: <https://seekerspathway.com/the-story-of-prophet-nuh-noah-with-quranic-verses/> (accessed on December 22 2024).
- Abdallah, U. F. (1983). The Islamic Struggle in Syria. Berkeley, Calif: Mizan Press.
- Achilli, L. (2015). Brief Policy: Syrian Refugees in Jordan: A Reality Check. Policy Briefs; 2015/02. European University Institute. Fiesole: Migration Policy Centre. <https://doi.org/10.2870/821248>
- Acted. (2018). Supporting Refugees in Informal Tented Settlements to Access Water and Sanitation. Available Online: <https://www.acted.org/en/supporting-refugees-in-informal-tented-settlements-to-access-water-and-sanitation/> (accessed on 2 April 2020).
- Aljazeera. (2012). This is How the Revolution began in Syria. Available Online: <https://2u.pw/RNCK6> 13.12. 2017 (accessed on 13 July 2020).
- Aljazeera. (2015). Suriyeli Sığınmacılar 4 Milyonu Aştı, Aljazeera. Available Online: <https://2u.pw/UmFAr> (accessed on 24 July 2020).
- Aljazeera. (2016). Syrian Revolution. Available Online: <https://2u.pw/NRrCg> 25.11.2017 (accessed on 13 July 2020).
- Aldamen, Y. (2017). The Role of Print and Electronic Media in the Defense of Human Rights: A Jordanian Perspective. *Jordan Journal of Social Sciences* 10.
- Aldamen, Y. (2023a). Refugee Journalist Phenomenon as a Consequence of Migration and Refugee Crises: The Role of Social Media in Transferring Refugees' Role from "Has Been Affected" to "Has Affected." *Studies in Media and Communication*, 11(6), 358–370. <https://doi.org/10.11114/smc.v11i6.6202>
- Aldamen, Y. (2023b). Understanding Social Media Dependency, and Uses and Gratifications as a Communication System in the Migration Era: Syrian

- Refugees in Host Countries as a Case Study" *Social Sciences* 12, no. 6: 322. <https://doi.org/10.3390/socsci12060322>
- Aldamen, Y. (2023c). Can a Negative Representation of Refugees in Social Media Lead to Compassion Fatigue? An Analysis of the Perspectives of a Sample of Syrian Refugees in Jordan and Turkey. *Journalism and Media*, 4(1), 90–104. <https://doi.org/10.3390/journalmedia4010007>
- Aldamen, Y. (2023d). How the media agenda contributes to cultivating symbolic annihilation and gender-based stigmatization frames for Syrian refugee women. *Language, Discourse & Society*, 11(No. 2(22), 2(22), 108–128. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10291208>
- Aldamen, Y. (2023e). Xenophobia and Hate Speech towards Refugees on Social Media: Reinforcing Causes, Negative Effects, Defense and Response Mechanisms against That Speech. *Societies*, 13(4), 83. <https://doi.org/10.3390/soc13040083>
- Aldamen, (2023f). Mülteci krizi sırasında dijital iletişim aracı olarak sosyal medya kullanımı: Türkiye'deki Suriyeli mülteciler üzerinden bir araştırma. In *Dijital İletişim; Nobel Akademik Yayıncılık: Ankara, Türkiye*; pp. 99–113. ISBN 978-625-398-452-6.
- Aldamen, Y. (2024). Ürdün'de Dergicilik: Kurulması ve Gelişimi. *İletişim Ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 67–92. <https://doi.org/10.59534/jcss.1405592>
- Aldamen, Y. (2025). Social Media, Digital Resilience, and Knowledge Sustainability: Syrian Refugees' Perspectives. *Journal of Intercultural Communication*, 25(1), 57–69. <https://doi.org/10.36923/jicc.v25i1.1010>
- Aldamen, Y., & Abdallah, A. (2024). Dialogical Health Communication via Twitter (X) During COVID-19 in African Countries: Ghana as a Case Study. *World*, 5(4). <https://doi.org/10.3390/world5040049>
- Aldamen, Y., & Abdul Jaleel, D. (2024a). A Depiction of Rohingya Refugees in India's Online News Platforms Following the Shift in the Indian Government's Stance in 2017. *Societies*, 14(8), 140. <https://doi.org/10.3390/soc14080140>
- Aldamen, Y., & Abdul Jaleel, D. (2024b). Stimulation of the collective memory of the 1999 Turkey earthquake through the Turkish media coverage of the 2023 earthquake. *Online J. Commun. Media Technol.* 2024, 14, e202420. [*Online Journal of Communication and Media Technologies*, 14(2), e202420. <https://doi.org/10.30935/ojcm/14407>
- Aldamen, Y., & Hacimic, E. (2023). Positive determinism of Twitter usage development in crisis communication: Rescue and relief efforts after the 6

- February 2023 earthquake in Türkiye as a case study. *Soc. Sci.* 2023, 12, 436. *Social Sciences*, 12(8), 436. <https://doi.org/10.3390/socsci12080436>
- Andilau, A., AN, A. N., Saifudin, S., & Mahmud, A. (2022). The Meaning of Hijrah in the Qur'an Surah An-Nisa [4] verse 100: From the View of Esoteric and Exoteric Interpretation. In *International Conference on Islamic and Muhammadiyah Studies (ICIMS July 2022)* (pp. 28-36). Atlantis Press.
- Barnard, A. (2016). *Nytimes*. Death Toll From War in Syria Now 470,000. Available online: <https://www.nytimes.com/2016/02/12/world/middleeast/death-toll-from-war-in-syria-now-470000-group-finds.html> (accessed on 13 July 2020).
- BBC. (2011). Syria Unrest: Pro-Assad Rallies in Damascus and Aleppo. Available online: <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-12892870> (accessed on 15 April 2020).
- Bröning, M. (2011). The Sturdy House That Assad Built: Why Damascus Is Not Cairo, *Foreignaffairs*. Available online: <https://www.foreignaffairs.com/articles/syria/2011-03-07/sturdy-house-assad-built> (accessed on 15 April 2020).
- Bishara, A. (2013). Syria: A Way of Suffering to Freedom. A Foray into Current History: A Foray into Current History. Arab Center for Research and Policy Studies, Beirut.
- CarnegieMEC. Damascus Spring. Available online: <https://carnegie-mec.org/syriaincrisis/?fa=48518> (accessed on 16 April 2020).
- CFR: The Council on Foreign Relations by the Center for Preventive Action. (April 25, 2023) Conflict in Syria. Available online: <https://www.cfr.org/global-conflict-tracker/conflict/conflict-syria> (accessed on 12 May 2023).
- DePillis, L., Saluja, K., & Lu, D. (2015). A visual guide to 75 years of major refugee crises around the world. *Washington Post*, 21. Available online: <https://www.washingtonpost.com/graphics/world/historical-migrant-crisis/?noredirect=on> (accessed on 12 May 2020).
- Elhousseini, F. (January 24, 2014). *Middle East Monitor*. The Arab Spring: conspiracies or national will?". Available online: <https://www.middleeastmonitor.com/20140124-the-arab-spring-conspiracies-or-national-will/> (accessed on 12 May 2020).
- European Union. (2016). Directorate-General for Economic and Financial Affairs. An Economic Take on the Refugee Crisis, A Macroeconomic Assessment for the EU. Institutional Paper 33. Available online: <https://economy->

finance.ec.europa.eu/system/files/2022-08/ip033_en.pdf (accessed on 10 May 2020).

Eurostat. Asylum applications - annual statistics. Available online: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Asylum_applications_-_annual_statistics (accessed on December 24, 2024).

Erlich, R. (2016). Lobelog. The Five Most Common Middle East Conspiracy Theories. Available online: <https://lobelog.com/the-five-most-common-middle-east-conspiracy-theories/> (accessed on 10 June 2020).

Fisk, R. (September 16, 2010). Freedom, democracy and human rights in Syria. (Ribal al-Assad gives our writer a rare insight into the dynasty that has shaped modern Syria). The Independent (UK). Available Online: <https://www.independent.co.uk/opinion/commentators/fisk/robert-fisk-freedom-democracy-and-human-rights-in-syria-2080463.html> (accessed on 16 May 2020).

Freedom in the World 2023: freedomhouse. Available online: <https://freedomhouse.org/country/syria/freedom-world/2023>. (accessed on December 30, 2024).

Haberyirmi. (September 28, 2017). Suriye Etnik ve Dini Haritası. Available Online: <https://www.haberyirmi.net/2017/09/suriye-etnik-ve-dini-haritas.html> (accessed on May 03, 2020)

Ibn I. (2004). Sīratu Rasūlillāh (tr. Alfred Guillaume). Oxford University Press. p. 146.

IOM. IOM History. Available online: <https://www.iom.int/iom-history> (accessed on 11 April 2020).

Ismael, Q. (22 December, 2009). The Hamah Massacre - February 1982, Mass Violence & Résistance. Available online <http://bo-k2s.sciences-po.fr/mass-violence-war-massacre-resistance/en/document/hamah-massacre-february-1982> (accessed on 24 April 2020).

Kabalan, N. (2019). Insideover. Has International Intervention Pro War in Syria? Available online: <https://www.insideover.com/politics/has-international-intervention-prolonged-the-war-in-syria.html> (accessed on 06 August 2020).

Kılınç, R. (December 18, 2024). Why Syria's reconstruction may depend on the fate of its minorities. Available online: <https://theconversation.com/why-syrias-reconstruction-may-depend-on-the-fate-of-its-minorities-245913> (accessed on December 23 2024).

- Kmak, M., & Björklund, H. (Eds.). (2022). *Refugees and Knowledge Production: Europe's Past and Present* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003092421>
- Little, D. (1990). Cold War and Covert Action: The United States and Syria, 1945-1958. *Middle East Journal*, 44(1), 51-75. Middle East Institute.
- Lynch, M. (2011/01/06). Obama's 'Arab Spring'?, *Foreignpolicy*. Available online: <https://foreignpolicy.com/2011/01/06/obamas-arab-spring/> (accessed on April 14, 2023).
- Lynch, M. (2012). *The Arab Uprising: The Unfinished Revolutions of the New Middle East*. New York: PublicAffairs. p. 9. ISBN 978-1-61039-084-2.
- Manfreda, P. (2019). Thoughtco. What Is the Arab Spring? An Overview of the Middle East Uprisings in 2011. Available online: <https://www.thoughtco.com/definition-of-the-arab-spring-2353029> 16.10.2019 (accessed on 14 August 2020).
- Massad, J. (29 August 2012). "The 'Arab Spring' and other American seasons". *Al Jazeera*. <http://www.aljazeera.com/indepth/opinion/2012/08/201282972539153865.html> (accessed on 18 May 2020).
- Mercycorps. (05 June 2017). The 5 Biggest Refugee Crises in the World. Available online: <https://www.mercycorps.org/blog/worlds-5-biggest-refugee-crises> (accessed on 10 April 2020).
- Merriam-Webster (n.d.). The Origin of 'Refugee'. Available online: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/origin-and-meaning-of-refugee> (accessed on 2 November 2020).
- Merriman, J. (1996). *A History of Modern Europe: From the French Revolution to the Present*. W. W. Norton & Company.
- Middle East Star. (2014). Syrian Refugees Biggest Humanitarian Crisis. Available online: <https://www.middleeaststar.com/news/225225113/syrian-refugees-biggest-humanitarian-crisis> (accessed on 18 July 2020).
- Migiro, G. (May 15 2018). What Is The Arab Spring?, *worldatlas in Society*. Available online: <https://www.worldatlas.com/articles/what-is-the-arab-spring.html> (accessed on March 14, 2020).
- Mikaberidze, A. (2013). "Hama Massacre (1982)". *Atrocities, Massacres, and War Crimes: An Encyclopedia*. Santa Barbara, California 93116-1911, USA: ABC-CLIO, LLC. p. 229. ISBN 978-1-59884-925-7.

- Mohammad, R., & Aldamen, Y. (2023). Media dependency, uses and gratifications, and knowledge gap in online learning during the COVID-19 pandemic: The case of Afghanistan and Turkey. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 13(3), e202324. <https://doi.org/10.30935/ojcm/13097>
- Murphy, C. (2012). The Arab Spring: The uprising and its significance. *Trinity Magazine*.
- McEvers, Kelly. (March 16, 2012). Revisiting The Spark That Kindled the Syrian Uprising. NPR. Heard on Morning Edition. Middle East. Available online <https://www.npr.org/2012/03/16/148719850/revisiting-the-spark-that-kindled-the-syrian-uprising> (accessed on March 14, 2020).
- OHCHR. Protocol relating to the Status of Refugees. Available online: <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/protocol-relating-status-refugees> (accessed on 14 April 2020).
- OHCHR. The Universal Declaration of Human Rights. Available online: <https://www.ohchr.org/en/universal-declaration-of-human-rights> (accessed on 14 April 2020).
- Organization of African Unity (OAU), Convention Governing the Specific Aspects of Refugee Problems in Africa ("OAU Convention"), 10 September 1969, 1001 U.N.T.S. 45. Available online: <https://www.refworld.org/docid/3ae6b36018.html> (accessed on 4 May 2020)
- Razwy, S. A. A. (2014). A Restatement of the History of Islam and Muslims. Lulu Press, Inc. World Federation of KSI Muslim Communities United Kingdom ISBN 0950987913.
- Reliefweb. (2 Oct 2014). UN Children's Fund and REACH Initiative Report. Multi-Sector Assessment of Syrian Refugees in Informal Tented Settlements in Jordan - Syrian Refugees Staying in Informal Tented Settlements in Jordan: Multi-Sector Needs Assessment. Available online: <https://reliefweb.int/report/jordan/syrian-refugees-staying-informal-tented-settlements-jordan-multi-sector-needs> (accessed on 17 May 2020).
- Reuters. (2008). The Damascus Declaration and the Crisis of the Syrian State! Reuters. Available online: <https://2u.pw/JFge4> (accessed on 8 June 2020)
- Rodrigues, J. (2011). The Guardian. 1982: Syria's President Hafez Al-Assad Crushes Rebellion in Hama. Available online: <https://www.theguardian.com/theguardian/from-the-archive-blog/2011/aug/01/hama-syria-massacre-1982-archive> (accessed on 23 July 2020)
- Safieddine, S. (2011). Migration to Abyssinia. *Message of Thaqaalayn*, 12(2), 83-102. Ahlul Bayt World Assembly.

- Salvadoretti, T. (2013). The role of social media in the Syrian Crisis. Available online from Asfar UK: <https://www.asfar.org.uk/the-role-of-socialmedia-in-the-syrian-crisis/> (accessed on June 9, 2020)
- Sandıklı, A., & Semin, A. (2012). Orta Doğu'da Değişim ve Türkiye: Bütün Boyutlarıyla Suriye Krizi Ve Türkiye. *Bilgesam*. 193- 255.
- Sands, P. (2012). The national. Referendum was 'rigged', Syria opposition groups claim. Available online: <http://www.thenational.ae/news/world/middle-east/referendum-was-rigged-syria-opposition-groups-claim> (accessed on June 16, 2020)
- SCM: Syrian Center for Media and Freedom of Expression. (Mar, 2023). Monthly statistical on casualties in Syria. Violations Watch / Monthly statistical on casualties in Syria, March 2023. Available Online: <https://scm.bz/en/violations-watch/monthly-statistical-on-casualties-in-syria-march-2023> (accessed on May 12, 2023)
- Seale, P. (1989). *Asad of Syria: The Struggle for the Middle East*. Berkeley: University of California Press; London: I. B. Taurus.
- Shacknove, A. E. (2017). Who is a Refugee?. In *International Refugee Law* (pp. 163-173). Routledge.
- Schenker, D. (2015). Foreignaffairs. How Jordan and Lebanon Sheltered Millions of Refugees. Available online: <https://www.foreignaffairs.com/articles/jordan/2015-09-28/syrias-good-neighbors> (accessed on August 22, 2020)
- Sherwood, H. (2014). The Guardian. Global refugee figure passes 50m for first time since second world war. Available Online: <https://www.theguardian.com/world/2014/jun/20/global-refugee-figure-passes-50-million-unhcr-report> (accessed on July 11, 2020)
- SCPR. (2013). Socioeconomic roots and impact on the Syrian crisis published March 26, 2020. Available Online: <https://www.undp.org/arab-states/publications/socioeconomic-roots-and-impact-syrian-crisis> (accessed on November 24, 2020)
- SOHR :The Syrian Observatory for Human Rights. (2017). About 500000 persons were killed in Syria during 81 months after the Syrian Revolution started. Available Online: <http://www.syriahr.com/en/?p=80436> (accessed on June 25, 2020)
- SOHR :The Syrian Observatory for Human Rights. (2018). What languages do Syrians speak? Available Online: <https://syriahr.org/what-languages-do-syrians-speak/> (accessed on June 25, 2020)

- SOHR :The Syrian Observatory for Human Rights. (Mar 15, 2023). Syrian Revolution 12 years on | Nearly 614,000 persons killed since the onset of the revolution in March 2011. Available Online: <https://www.syriahr.com/en/291981/> (accessed on May 12, 2023)
- Tesch, N. (2011). Arab Spring, Britannica. Available Online <https://www.britannica.com/event/Arab-Spring> (accessed on January 12, 2020)
- UN. Universal Declaration of Human Rights, right of asylum (article 14/1). Available online: <https://www.un.org/en/about-us/universal-declaration-of-human-rights> (accessed on 16 April 2020).
- UN. Migrant: The United Nations. Available online: <https://www.un.org/en/fight-racism/vulnerable-groups/migrants> (accessed on 11 April 2020).
- UN. (21 December 2022). Syria: Needs rise amid deepening humanitarian and economic crisis. Available online: <https://news.un.org/en/story/2022/12/1131912> (accessed on 10 March 2023).
- UN. (24 September 2021). Syria: 10 years of war has left at least 350,000 dead. Available online: <https://news.un.org/en/story/2021/09/1101162> (accessed on 10 March 2023).
- UNHCR. History of UNHCR. Available online: <https://www.unhcr.org/tr/en/history-of-unhcr-old> (accessed on 16 April 2020).
- UNHCR. Internally Displaced Persons definition. Available online: [https://www.unhcr.org/internally-displaced-people.html#:~:text=Internally%20displaced%20people%20\(IDPs\)%20have,the%20reason%20for%20their%20displacement](https://www.unhcr.org/internally-displaced-people.html#:~:text=Internally%20displaced%20people%20(IDPs)%20have,the%20reason%20for%20their%20displacement) (accessed on 16 April 2020).
- UNHCR. (1951). The 1951 Refugee Convention. Available online <https://www.unhcr.org/4ca34be29.pdf> (accessed on 27 April 2020)
- UNHCR. (1951). Refugee definition: the 1951 United Nations Convention. Available online: <https://www.unhcr.org/what-is-a-refugee.html#:~:text=The%201951%20Refugee%20Convention%20is,group%2C%20or%20political%20opinion.%E2%80%9D> (accessed on 27 April 2020)
- UNHCR. (1984). Cartagena Refugee Declaration. Available online: <https://www.unhcr.org/about-us/background/45dc19084/cartagena-declaration-refugees-adopted-colloquium-international-protection.html> (accessed on 12 April 2020).

- UNHCR. (2018). Fact Sheet: Jordan. UNHCR. Available online: <https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/66556.pdf> (accessed on 31 December 2018).
- UNHCR. (2019). Syrian Refugees Crisis. Available online: <https://www.unrefugees.org/emergencies/syria/> (accessed on 31 December 2019).
- UNHCR. (2022). Total Registered Syrian Refugees. Available online: <https://data2.unhcr.org/en/situations/syria> (accessed on 22 December 2022).
- UNHCR. (20 March 2024). Who we protect -Refugees. Available online: <https://www.unhcr.org/about-unhcr/who-we-protect/refugees> (accessed on November 12, 2024).
- UNICEF. (17 April 2023). Syrian crisis: After more than a decade of conflict, children continue to pay the heaviest price. Available online: <https://www.unicef.org/emergencies/syrian-crisis> (accessed on 2 May 2023).
- UNOCHA. (2016). "UN Office for the Coordination of Humanitarian Affairs. Available online: <https://www.unocha.org/syria> (accessed on 21 May 2020).
- Watt, W. M. (1961). Muhammad: Prophet and statesman (Vol. 409). London: Oxford University Press.
- Wazzan, A., & Aldamen, Y. (2023). How university students evaluate the role of social media in political polarization: Perspectives of a sample of Turkish undergraduate and graduate students. *Journalism and Media*, 4(4), 1001–1020. <https://doi.org/10.3390/journalmedia4040064>
- Wheeler, B. (2006). Arab Prophets of the Qur'an and Bible. *Journal of Qur'anic Studies*, 8(2), 24-57.
- WPR. (2019). Syria Population. World Population Review. Available online: <http://worldpopulationreview.com/countries/syria-population/> (accessed on 14 March 2020).
- Wright, R. B. (2008). Dreams and shadows: The future of the Middle East. Penguin Press.

Intercultural Communication Experiences of Syrian Immigrants and the Challenges They Face: The Case of Şanlıurfa Province*

 Ferhat KAÇAR¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi,
Harran Üniversitesi
kacarferhat@harran.edu.tr
ORCID: 0000-0003-4053-7163

Gönderilme / Received

27.12.2024

Kabul Tarihi / Accepted

25.03.2025

Yayın Tarihi / Published

27.03.2025

Abstract

Migration and migrants have been one of the most fundamental elements of social, economic and cultural transformations throughout history and have therefore become an important focus of academic studies. This study analyses the intercultural communication problems of Syrian migrants living in Şanlıurfa, Turkey, with the local people. In this applied field study using qualitative research method, face-to-face in-depth interviews were conducted with 30 participants selected by purposive sampling method. The data obtained was analysed by content analysis and various themes and codes were created. The findings reveal that Syrian migrants see the language barrier as the biggest challenge and that this negatively affects their social cohesion. In addition to language-based problems, social factors such as exclusion, marginalization, prejudices, nationalist discourses and lack of empathy were also found to deepen communication problems. Especially the elderly participants stated that they experienced serious difficulties due to their lack of language skills and that their sense of belonging weakened. Despite all these negativities, Syrian migrants stated that they believed that behaving respectfully and empathizing would help them overcome communication problems. This study makes important observations and offers some suggestions in light of the findings obtained from Syrian immigrants.

Keywords: Migration, Syrian Immigrants, Intercultural Communication, Communication Barriers.

* Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. Benzerlik tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No similarity detected.

** Bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive” were followed.

*** Bu çalışma Harran Üniversitesi Rektörlüğü Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu Başkanlığı’nın 2024/246 sayılı 15/11/2024 tarihli kararı ile etik açıdan uygun bulunmuştur.

This study was found ethically appropriate with the decision of Harran University Rectorate Social and Human Sciences Ethics Committee No. 2024/246 dated 15/11/2024.

**** Çalışma tek yazar tarafından yürütülmüştür. The study was conducted by a single author.

***** Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

Kaynak gösterme / To cite this article: Kaçar F. (2025). Intercultural Communication Experiences of Syrian Immigrants and the Challenges They Face: The Case of Şanlıurfa Province. İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi, 5(1), 33-56. doi: 10.59534/jcss.1608706

Suriyeli Göçmenlerin Kültürlerarası İletişim Deneyimleri ve Karşılaştıkları Zorluklar: Şanlıurfa İli Örneği



Ferhat KAÇAR¹

¹ Asst. Prof. Dr,
Harran University
kacarferhat@harran.edu.tr
ORCID: 0000-0003-4053-7163

Gönderilme / Received
27.12.2024

Kabul Tarihi / Accepted
25.03.2025

Yayın Tarihi / Published
27.03.2025

Öz

Göç ve göçmenler, tarih boyunca sosyal, ekonomik ve kültürel dönüşümlerin en temel unsurlarından biri olmuş ve bu nedenle akademik çalışmaların önemli bir odak noktası haline gelmiştir. Bu çalışma, Türkiye'nin Şanlıurfa ilinde yaşayan Suriyeli göçmenlerin yerel halkla yaşadıkları kültürlerarası iletişim sorunlarını incelemektedir. Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı bu uygulamalı alan çalışmasında, amaçlı örnekleme yöntemiyle belirlenen 30 katılımcıyla yüz yüze derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler, içerik analizi ile değerlendirilerek çeşitli tema ve kodlar oluşturulmuştur. Bulgular, Suriyeli göçmenlerin en büyük zorluğu dil engeli olarak gördüklerini ve bunun sosyal uyumlarını olumsuz etkilediğini ortaya koymaktadır. Dil kaynaklı sorunların yanı sıra, dışlanma, ötekileştirme, önyargılar, milliyetçi söylemler ve empati eksikliği gibi sosyal faktörlerin de iletişim sorunlarını derinleştirdiği saptanmıştır. Özellikle yaşlı katılımcılar, dil bilmedikleri için ciddi zorluklar yaşadıklarını ve aidiyet duygularının zayıfladığını belirtmişlerdir. Tüm bu olumsuzluklara rağmen, Suriyeli göçmenler saygılı davranmanın ve empati kurmanın iletişim sorunlarını aşmada yardımcı olacağına inandıklarını ifade etmişlerdir. Bu çalışma, Suriyeli göçmenlerle ilgili elde edilen bulgular ışığında önemli tespitlerde bulunmakta ve bazı öneriler sunmaktadır. Araştırma, göçmenlerin kültürlerarası iletişim sorunlarına ilişkin literatüre anlamlı bir katkı sağlamayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler:: Göç, Suriyeli Göçmenler, Kültürlerarası iletişim, İletişim Engelleri.

Introduction

Globalisation has led to the reshaping of economic and political systems across the world; this has paved the way for the increase in international and regional conflicts and the acceleration of people's displacement processes. Developments in communication and transport technologies have also increased inter-country mobility and strengthened global migration flows (Aksoy 2012, s. 292). Especially from regions where war, conflict and economic crises prevail, millions of people seeking safe harbours migrate to other countries to provide better living conditions. Following the civil war that started in Syria in 2011, Turkey became one of the countries where this wave of migration was experienced most intensely (İçduygu, 2015). Since then, Syrian refugees have become one of the biggest threat perceptions of today, and this threat perception has led to anti-refugee sentiment in countries (Gessler et al., 2022; Yaylacı & Bakiner, 2023). Today, more than 3.5 million Syrians live in Turkey with temporary protection status (UNHCR, 2023). With the departure of Syria's ousted leader Bashar al-Assad, Syrian migrants are thought to be preparing to return home, but their presence in Turkey is likely to continue. It is important to address the intercultural communication problems of Syrian immigrants in general and the main communication problems experienced by immigrants in particular. In order to make a sound assessment of this issue, it is necessary to carry out comprehensive academic studies on Syrians in Turkey at different levels.

In addition to demographic changes, migration movements cause the emergence of new socio-cultural dynamics and communication problems between local people and immigrants (Vertovec, 2007). The necessity for individuals with different cultural backgrounds to live together in Turkey makes intercultural communication inevitable. Especially in the southern regions of Turkey (Kilis, Hatay, Gaziantep, Şanlıurfa, Mersin), the interactions between Syrian immigrants and local people cause intercultural communication problems. Addressing these problems and developing effective communication strategies are of great importance for ensuring social cohesion (Gudykunst & Kim, 1992). This study is important in terms of identifying communication problems between Syrians and locals people and offering solutions.

Although many studies have been conducted on Syrian immigrants, the lack of a comprehensive study to identify the intercultural communication problems of immigrants increases the original value of this study. A review of the literature reveals that it is generally found that Syrian immigrants experience various problems in different countries (Bartels et al., 2021; Clarke, 2024). Although Syrian migrants in Turkey have achieved a certain degree of integration during their stay (Bimay & Çetin, 2023), It can be seen that the steps taken by local administrations and policy makers towards cultural adaptation are insufficient (Havan, 2024).

It is stated that intercultural communication competence is not only about language, but also about making connections between the worldviews of individuals and groups with different values (Deardorff, 2006). Further field studies are needed to identify these connections. In today's world where migration is constantly increasing, overcoming communication barriers and developing communication

skills are imperative for ensuring harmony and peace between societies (Ting-Toomey & Dorjee, 2018; Byram, 1997). It can be said that there is a lack of in-depth academic studies on the language barrier, which is one of the biggest problems Syrians face in the integration process in Turkey. Although there are many studies on Syrians, the lack of a comprehensive study focusing on intercultural communication problems and barriers is an important gap in the literature. This study aims to make a unique contribution to literature by identifying existing communication problems and offering solutions. It is aimed to contribute to a better understanding of the problems faced by migrants in the future by identifying that even the people of Turkey and Syria, who are neighbouring each other, have different levels of communication problems. In addition, it is of great importance to minimise the effects of the destruction caused by Bashar al-Assad in Syria and to create a healthy communication environment with Syrians living in Turkey.

This study addresses the problems faced by Syrian immigrants who came to Şanlıurfa due to different reasons and risks arising from the Syrian war in intercultural communication processes with local people with a qualitative approach. This study, which is based on intercultural communication theories, contributes to filling the gap in the literature by providing an in-depth understanding of the intercultural communication dynamics of the interactions between refugees and local people and offering solutions to these problems.

1. Literature Review and Theoretical Background

Intercultural communication focuses on direct interactions between groups/ individuals with different cultural backgrounds and individuals belonging to different sub-cultures (Kim, 2005, pp.555-556). Due to the acceleration of globalisation processes, intercultural communication competence has become important for people who are sensitive to intercultural communication to communicate effectively and appropriately in society in order to minimise the problems that may arise from the necessity of different societies to live together (Chen & Starosta, 2012). Because the necessity of different societies to communicate more with each other has increased intercultural activities and intercultural communication-oriented activities have become the routines of different societies (Samovar et al., 2013). Thus, as a result of the cultural interactions of people from different cultures with each other, a symbolic exchange is experienced, which plays a functional role in symbolic production or transfer (Neuliep, 2016; Samovar et al., 2013; Özay, Söğütlüler & Söğütlüler, 2024). In short, intercultural communication is related to the interaction between different individuals with cultural differences, meaning transfer and cultural differences (Kartari, 2006).

Research in intercultural communication examines in depth the processes of effective communication between individuals with different cultural backgrounds and the problems that arise in this process. Some studies focus on exclusion, ethnocentrism, acculturation processes and cultural adaptation, which are obstacles to intercultural communication depending on the level of communication established between immigrants and the local population (Ekşi & Şahin, 2024; Gudykunst, 2005; Katbeh, 2020; Safi et al., 2023, 2024). These studies show that intercultural communication barriers continue to exist.

As Selçuk, (2005, p. 2) states, individuals who participate in communication tend to interpret expressions, attitudes and behaviours according to their own cultural norms unless they understand the communication behaviours of people from different cultures. This situation may lead to misunderstandings and conflicts in the intercultural communication process (Bekiroğlu & Balci, 2014). When intercultural communication does not take place to the expected extent in societies with cultural identities where dominant or local cultural forms are dominant, intercultural communication problems arise. Stereotypes and prejudices of societies or individuals (Marshall, 1999; Bilgin, 2007; Kaçar, 2023) are among the most important causes of intercultural communication problems. The state of anxiety caused by antipathy, distrust, suspicion, anxiety, fear, security and uncertainty caused by communicating with people from different cultures (Gudykunst, 2005; Neuliep & McCroskey, 1997) and especially the ethnocentric understanding that sees its own values superior to everyone else (Kartari, 2006), groups/societies stand out as the most important factors in the formation and maintenance of intercultural communication problems. In order to reduce or solve intercultural communication problems, intercultural communication and competence should be developed, and individuals should develop empathy to reduce communication barriers when they encounter new values that are different from their own cultural values (Byram, 1997). It is argued that the elimination of antipathy and the development of empathy depend on the development of intercultural competence, cultural awareness and interaction skills, and that this plays an important role in the adaptation process of immigrants to society (Deardorff, 2006). Byram (1997), argued that developing intercultural communication skills can help individuals cope with cultural diversity by increasing their cultural awareness levels.

Developing intercultural communication can create an effective and healthy communication environment by increasing individuals' worldviews and their ability to cope with cultural differences (Byram, 1997; Ting-Toomey & Dorjee, 2018). In this context, intercultural communication competence is defined as 'the knowledge, motivation, and skills to interact effectively and appropriately with members of different cultures' (Wiseman, 2002, p. 208).

The importance of intercultural communication skills of immigrants in their communication with local population is increasing (Deardorff, 2006; Gudykunst & Kim, 1992). Especially as individuals with different cultural backgrounds, immigrants need to interact with the local people of the societies they come from, and in this process, having intercultural communication skills becomes a great necessity (Spitzberg & Changnon, 2009). The development of intercultural communication skills of immigrants facilitates their social integration by enabling them to communicate effectively with the local community in the adaptation process (Gudykunst, 2005).

Considering these theoretical definitions of intercultural communication problems, there is a need for more in-depth research on migrants. Looking at the studies in the literature, it is seen that the first studies on the wave of migration from Syria are generally security-oriented and aimed at rapid problem identification (Boyras, 2015; Canyurt, 2015; Akin & Bozbaş, 2020, p. 51). In these studies, especially the return of Syrian migrants and their citizenship rights have

come to the fore (Kaya & Orchard, 2020; Kayaoglu et al., 2022). Erdoğan's (2015) study on the social acceptance and adaptation processes of Syrian migrants in Turkey points to many problems. Especially recently, studies have started to focus on the analysis of the attitudes and behaviours of local people towards Syrian refugees (Güney, 2022; Lippard & McNamee, 2021). Over time, developments such as the permanentisation of Syrians, who were initially accepted as guests, and the granting of citizenship or temporary citizenship status have aroused discomfort in a large segment of the public and turned into a threat perception with the discourses in the media (Çirakoğlu et al., 2021). Studies on anti-immigrant discourses in Turkey have comprehensively addressed how this perception is shaped and its reflection on security policies Unutulmaz et al., (2017). Baban et al., (2017) analyses the exclusion and acceptance processes of Syrian migrants in Turkey in detail and discusses how this process can be evaluated in a broader socio-political context. Although there have been many studies on the problems faced by Syrian migrants, the lack of a comprehensive study that addresses communication problems in depth constitutes an important gap in the literature. Moreover, each study carries dynamics specific to its own socio-cultural and political economy context The fact that this study was carried out in the province of Şanlıurfa, which is considered to have fewer problems, is particularly significant.

It is understood from the above literature that it is important for societies that maintain different cultural lives to develop intercultural communication. Intercultural communication research has revealed that when individuals get rid of stereotypes and develop knowledge and skills in their interactions with people from different cultures, it helps to ensure social integration (Neuliep, 2016). Spitzberg & Changnon (2009) emphasised that effective communication skills are a fundamental element supporting the integration of immigrants into society. Wiseman (2002) found that developing intercultural communication skills contributes to the solution of communication problems between immigrants and local people. This study is expected to contribute to the literature by understanding the intercultural communication problems experienced by immigrants and local people, identifying the difficulties faced by immigrants in the process of adaptation with local communities and presenting relevant suggestions.

2. Research Methodology

This section includes the purpose, significance, method, design, data collection, analysis and information about the participants.

2.1. Purpose and Importance of the Study

The wars in the Middle East increase the instability in the region and force people to migrate. Turkey has been one of the countries preferred by migrants due to its geographical location. Especially after the Syrian civil war, migration to Turkey has intensified and Syrian refugees have flooded border provinces such as Şanlıurfa, Gaziantep, Kilis and Hatay. This situation has brought along many socio-cultural and economic problems.

This study examines the problems faced by Syrian refugees living in Şanlıurfa in intercultural communication processes with local people with a qualitative approach. Within the framework of intercultural communication theories, it aims to understand the socio-cultural dynamics of the interactions between refugees and the host community and to offer solutions. Analysing these problems is important for developing policies to support social cohesion and integration. Identifying the communication problems of Syrian migrants has the potential to influence the future attitudes of the new regime in Syria and the relations between the two countries. This study aims to contribute to the development of immigration policies and social cohesion strategies. In order to determine the purpose of the study and intercultural communication problems, the following basic questions were asked to the participants:

- After migrating from Syria to Şanlıurfa, you became a part of a new culture. What were the biggest difficulties in communicating with people from different cultures in this process? How did/do these difficulties affect your social life?
- Which ways do you follow to overcome the difficulties you encounter while communicating? How did/do your actions in this process affect your social life?
- What emotions do you feel when you interact with people from different cultures in Şanlıurfa? What experiences have these interactions given you and how do they shape your social relations?

2.2.Method

This study is based on a phenomenological design in order to examine in depth the experiences of Syrian migrants regarding the communication barriers they experience. While Creswell & Poth (2016) state that phenomenological studies aim to reveal different personal experiences of a phenomenon, Yıldırım & Şimşek (2018) define the phenomenological design as a method that enables the discovery and interpretation of personal experiences. In this direction, our study tries to understand the communication barriers of migrants from their own perspectives and experiences.

A semi-structured interview form was used for data collection and the communication barriers experienced by the participants and their thoughts and feelings about these barriers were subjected to content analysis and divided into codes and themes. By including direct participant statements, the real experiences of the participants regarding the difficulties they experienced in communication processes and the meanings they attributed to these experiences were analysed in depth. In this way, the communication problems faced by Syrian migrants, their reactions to these problems and the emotions they feel were tried to be understood in detail.

2.3.Research Group and Data Collection Process

In this study, the research group consists of Syrian refugees/immigrants who settled in Şanlıurfa and are not active students (The location of the data collection

is presented in Figure 1). In line with the purpose of the study, purposive sampling method was preferred to reach participants who directly experienced intercultural communication problems (Creswell & Clark, 2020; Patton, 2014). A total of 34 participants from different professional groups and socio-economic levels were interviewed. However, the interviews were not continued with 4 participants who stated that they did not have problems in intercultural communication, and the demographic information of 30 participants was included in the study. Before starting the interviews, the participants were informed about the purpose and content of the study, their voluntary participation was ensured and their written consent was obtained. Arabic/Turkish/English interview forms consisting of two parts were delivered to the participants. Face-to-face interviews were conducted with illiterate or non-Turkish speaking participants in the presence of an interpreter. Participants who did not prefer face-to-face interviews but accepted to be interviewed were given the interview form and then their responses were collected.

Figure 1: Location Information of Şanlıurfa Province Where the Interviews were Conducted



The “Personal Interview Form” used in the data collection process consists of two main parts. The first part includes demographic information (gender, age, education level, etc.) of the participants. The second part includes questions about the problems and experiences of the participants in intercultural communication processes with local people. After the participants filled in the interview forms, they submitted them to the researcher and the process was completed. All participant information and data were collected in accordance with the ethical rules of the study and confidentiality principles were observed. The demographic information of the participants is presented in detail in Table 1.

Table 1: Demographic Information of The Participants

Participant No	Age	Gender	Graduation Status	Marital Status
1	25	Female	University (2.)	Single
2	28	Female	High School	Single
3	19	Male	High School	Single
4	35	Female	University	Single
5	53	Female	High School	Married
6	24	Male	High School	Single
7	40	Male	High School	Married
8	27	Female	University	Single
9	35	Male	University	Married
10	51	Male	University	Married
11	34	Female	University	Married
12	60	Male	University	Married
13	38	Male	University	Married
14	34	Female	University	Married
15	19	Female	High School	Single
16	29	Male	University	Married
17	65	Male	Primary School	Married
18	24	Female	University (2.)	Single
19	32	Female	University	Single
20	61	Female	Primary School	Married
21	25	Female	Middle School	Married
22	63	Male	Primary School	Married
23	36	Male	High School	Married
24	39	Male	High School	Married
25	19	Male	High School	Single (Widow)
26	62	Female	Middle School	Single
27	21	Male	Middle School	Single
28	24	Female	University	Single
29	30	Male	University	Married
30	23	Female	University (2.)	Single

2.4. Analysing the Data

After the data obtained from the participants in Arabic, English and Turkish were translated, they were first merged into a single Word document and then the analysis process was started. In line with the purpose and scope of the study, the questions and the data obtained from the interviews, appropriate themes were identified, and coding was carried out within the framework of these themes. During the coding process, the answers given by the participants were carefully analysed and a coding chart was created to identify the most prominent communication problems among these answers. In this table, the most frequently mentioned intercultural communication problems of the participants were identified and tabulated. Then, the direct statements of the participants regarding the themes created in different tables were given. At the end of each participant's statement, the most prominent statements were numbered with abbreviations such as 'P1', 'P2'.

3. Findings

During the interviews, the participants were primarily asked the following questions: "You migrated from Syria to Şanlıurfa and became a part of a new culture. In this process, what are the biggest difficulties you faced while communicating with people from a different culture? How did these difficulties affect your social life?" These and similar questions allowed the participants to express their intercultural communication experiences in more detail. In line with the data obtained in the interviews, the prominent themes and codes from the participants' statements about communication problems are presented in Table 2.

Table 2: General and Sub-themes/Codes Related to Intercultural Communication Problems

Theme/Code	f	Subcodes
Language Problem	27	Communication difficulties, difficulties with meaning, lack of vocabulary, different pronunciation
Exclusion and Othering	15	Ethnic discourses, nationalist discourses, social exclusion, cultural incompatibility, marginalisation, lack of tolerance
Lack of Empathy	11	Difficulty in understanding the other party's situation, lack of understanding, lack of empathy
Prejudices	12	Cultural prejudices, ethnic-based discrimination, stereotypes
Economic Challenges	5	Lack of participation in social activities, social isolation due to financial difficulties, economic problems
Problems by Age Groups	3	Language problems experienced by the elderly, adaptation problems of young participants
Social Cohesion/ Cultural Compatibility	2	Those who do not have adaptation problems, ease of adaptation of those who speak the language

The data in Table 2 show that the biggest difficulty in the intercultural adaptation process of immigrants is the language barrier. The language barrier negatively affects cultural adaptation due to difficulties in communication and difficulties in meaning. In addition, exclusion and marginalisation, together with

nationalist and ethnic discourses, stand out as other important factors that make the integration process difficult. Prejudices and lack of empathy are also among the important challenges faced by migrants, and the lack of understanding and empathy on the other side deepens cultural incompatibility. In addition, economic problems and age-related problems make it difficult to participate in social life, while those who know the language are observed to be more successful in the adaptation process. Some of the prominent statements of the participants regarding the above themes and codes are presented in Table 3.

Table 3: Participants' Statements on Intercultural Communication Problems

Participant	Participant Statement
P2	"My biggest problem is the language. Otherwise, I don't have too many problems of harmonisation with people from the culture I come from."
P4	"I experience communication problems related to language. When people speak different languages, it is difficult to understand each other. Since we do not understand each other, we naturally have some problems."
P5	"I have difficulties in communication because of the language. I have difficulty understanding words in a different language..."
P7	"The biggest problem I have is the language problem. There are also stereotypes and prejudices against Arabs. I also have problems depending on the level of economic development of this region."
P8	"Our biggest problem is exclusion. Although we belong to the same religion, we are often excluded because we come from different geographies and cultures. I am a dentist and I have a practice. Although I offer treatment at very reasonable prices, no one except Syrians come to my place."
P9	"...It is the exclusion of people from different identities and cultures. Some people marginalise us because they do not want our presence here. When I sell goods in the market, very few local people shop from me. My presence in the market is not wanted very much. They develop attitudes and discourses as if I am interfering with their work."
P19	"I experience communication problems due to language differences and lack of respect for others who are not my own"
P24	"As I do not speak the language, I face many difficulties in daily life. Despite the same religion and some cultural commonalities, I often feel that we are not welcomed with tolerance. I run a small grocery shop, but Turks generally do not prefer to shop from me. Although I also sell Turkish goods, the number of Turks among my customers is almost negligible. Even though my shop is very close to their homes, most of them pass me by and prefer to shop in shops further away."
P29	"I have difficulty in understanding because of the language, I communicate less because of prejudices. They do not put themselves in our shoes, they say that we fled the war in fear. They often say that we should go back to Syria and fight."
P22	"Since I do not speak the language, I cannot understand what the people around me are saying. I am also in a difficult economic situation and the aids given are unfortunately not enough. My relatives also have the same problems. Since there are not many local people in the neighbourhood where I live, I have great difficulty in communicating with people who are not like me. Therefore, I feel that I am becoming more and more isolated."
P14	"Since I speak the language and we live in similar geographies, there is not much difference in our cultures. Therefore, I do not have too many problems."
P27	"I don't have much of a problem in terms of communication because I speak Turkish. Although I don't face any major difficulties on my own behalf, as a lawyer, I observe that other Syrians are sometimes subjected to exclusion. Especially in recent times, the widespread use of hate language in the media exacerbates this situation. These discourses in the media cause the host population, who initially live in peace, to foster feelings of hatred over time."

In the interviews, language barrier, exclusion, prejudices and economic difficulties were the most frequently emphasised problems. The language barrier negatively affects social cohesion by creating difficulties in communication; difficulties in understanding and misunderstandings are frequently experienced due to the lack of understanding of different languages. Another important problem was expressed as exclusion and marginalisation. Participants stated that although they belong to the same religion, they are not tolerated, they are exposed to prejudices due to cultural differences, and local people avoid shopping or receiving services from them. Economic problems were mentioned as another main factor making it difficult to participate in social life. Participants, especially business owners, stated that they experienced exclusion in the market and trade areas and that their presence was undesirable due to economic competition. While some participants stated that they experience less integration problems due to their language skills or cultural similarities, those who do not speak the language experience greater difficulties in communication and social life. Hate speech in the media stands out as another factor that strengthens the sense of exclusion.

The themes and codes related to the participants' answers to the questions "Which ways do you follow to overcome the difficulties you encounter while communicating? How did/do your actions in this process affect your social life?" are presented in Table 4.

Table 4: Themes and Sub-Codes Related to Communication Difficulties and Their Effects on Social Life

Theme/Code	f	Subcodes
Trying to Understand	27	Learning culture, Patience
Empathy	15	Empathising, putting yourself in the other person's shoes
Responsibility	11	Cultural responsibility, social responsibility
Tolerance	12	Cultural tolerance, understanding
Non-bias	5	Free from prejudices, open-mindedness
Respect	3	Respect for the other person
Patience	2	Patience
Cautious Behaviour	1	Behaving with cultural sensitivity
Exclusion	1	Cultural exclusion, Social exclusion

Table 4 shows the main attitudes and behaviours developed by the participants to overcome the difficulties they encounter in intercultural communication. While the participants try to adapt with positive approaches such as trying to understand, empathising, taking responsibility, tolerance and respect, they also emphasise characteristics such as non-prejudice and patience. Topics such as cultural exclusion and cautious behaviour point to the social difficulties experienced by some participants. Some of the prominent statements of the participants regarding the above themes and codes are presented in Table 5.

Table 5: Participant Statements on Communication Difficulties and Their Effects on Social Life

Participant	Participant Statement
P2	"I try to understand them. I even watch their TV series or read their history. I try to have a sense of responsibility towards the culture you come from."
P3	"At first I was surprised at different people, but then I started to wonder about their cultures and learn about them. In fact, as you learn and communicate, you witness that the other people change."
P4	"I try to be tolerant, open to learning and understanding. The local people here may have differences in customs, traditions and values, but I believe that respect and understanding will build bridges."
P5	"I try to find common interests with the other person. Hobbies or subjects that bring us together improve the dialogue. I try to communicate in a way that highlights what we have in common."
P6	"I respect different cultures, I try to use clear and simple language, I try to speak slowly, I avoid using complex terms."
P7	"I try to empathise when communicating with people from different cultures. Thanks to my empathy, I have fewer conflicts with people from the opposite culture."
P8	"Even though I know that I am excluded, I try to understand others. I see that people's impatience towards Syrians has increased recently. I try to approach them with empathy and tolerance."
P9	"There are many prejudices against Syrians. I was much younger when I came here. People here cannot understand that young people run away from the war. They think I am a traitor. I try to understand all this, empathise and try to be without prejudice."
P13	"I try to act sensitively because I am a teacher."
P24	"I make an effort to understand and try to be patient and empathise and try to overcome difficulties."
P25	"I put myself in their shoes. I react by thinking, 'What would I do?'"
P29	"I try to be understanding and tolerant, because I feel responsible for this."
P12	"I always act cautiously towards other cultures."

According to the participants' statements, trying to understand and empathising are the most frequently emphasised themes in communication with different cultures. Participants found it important to understand and empathise with other cultures. For example, some participants stated that they tried to understand other cultures through activities such as watching TV series and reading history with cultural curiosity. The sense of responsibility was especially evident in the teachers and other participants, and they tried to approach the cultural adaptation process with empathy by taking responsibility. In addition, tolerance and non-prejudice are important values frequently mentioned by the participants. In addition to this, some participants stated the need to act cautiously in the face of cultural differences, while others shared their experiences of exclusion. However, in general, it is understood that the effort to establish dialogue by finding common interests plays a key role in the intercultural adaptation process.

The themes and codes related to the participants' answers to the questions "What do you feel when you interact with people from different cultures? What kind of emotions and experiences do these interactions give you?" are presented in Table 6.

Table 6: Themes and Sub-Codes Related to Emotions and Experiences

Theme/Code	f	Subcodes
Wealth/Enrichment	9	Enriching life, gaining a different perspective
Excitement	5	Exciting experience
Satisfaction	4	Satisfaction
Happiness	3	Be happy
Personal Development	2	Developing social intelligence
Pleasure/ Enjoying	2	Satisfaction and pleasure
Strangeness	1	Unusual or complex experience
Difficulty of Understanding	1	Difficulty in understanding in some cases

In Table 6, the data from the interviews show that the participants experienced different emotional and experiential themes in intercultural communication. The most frequently emphasised theme was enriching life and gaining different perspectives. Participants often described this process as an exciting and gratifying experience. Positive emotions such as happiness, personal growth and enjoyment were also expressed. Rarely, unfamiliar experiences and difficulties of understanding were mentioned. It is seen that migrants have both positive and complex experiences in their intercultural interactions. Some of the prominent statements of the participants regarding the above themes and codes are presented in Table 7.

Table 7: Participant Statements on Emotions and Experiences

Participant	Participant Statement
P3	"It is exciting for me to communicate with different cultures, sometimes it can be strange."
P4	"Interacting with people from different cultures makes me happy and enriches my life."
P5	"Dealing with people from different cultures makes me happy and excited. I enjoy discovering new ideas and cultures."
P7	"Interaction with different cultures offers me an enriching experience."
P9	"I find it exciting to understand the world of different people, differences are exciting to me."
P10	"Dealing with different cultures makes me happy and gives me pleasure."
P13	"It is a pleasure to meet different cultures."
P14	"People from different cultures make me happy and enrich me."
P25	"Communicating with different languages and cultures makes me happy."
P28	"I may find it difficult to understand, but I find this experience enriching."
P29	"Dealing with different cultures makes me feel good and enriches me."
P21	"I believe that interacting with different cultures improves my social intelligence and creates in me a sense of love and familiarity."
P22	"Interacting with different cultures gives me pleasure."

In the statements of the participants, it is seen that interaction with different cultures generally creates feelings of happiness, enrichment and excitement. Most participants stated that these interactions contributed positively to both their personal development and social life. The participants, who stated that meeting different cultural values excited them and enriched their lives, emphasised that these interactions broadened their perspectives on the world and helped them develop themselves. Positive emotions such as contentment and pleasure were also commonly expressed, indicating that participants perceived intercultural interactions as mostly enjoyable and fulfilling experiences.

On rare occasions, some participants experienced complex emotions, such as a feeling of awkwardness or difficulty in understanding; however, these negative emotions generally paled in comparison to the positive experiences and did not affect the participants' positive outlook on intercultural interactions. In general, cultural diversity provided the participants with new experiences and contributed positively to their social lives.

4. Discussion

In this study, intercultural communication problems encountered by Syrian immigrants in their interactions with people from different cultures were analysed using a semi-structured interview method. Codes and themes were created by considering the participant statements and the literature, and the most important phenomenological experiences of the participants were included. Following the coding in accordance with the content analysis, the participants' statements are presented descriptively and a summary of the findings that stand out in the participants' statements is given. One of the most important problems in intercultural communication is the language barrier. Ward & Kennedy (1999) emphasised the role and importance of language in intercultural communication and stated that language barriers lead to misunderstandings and adaptation problems among individuals. Language barriers not only hinder the communication process, but also cause the formation and maintenance of stereotypes between individuals and societies.

In the findings obtained, it is understood that the social adaptation and integration processes of Syrian immigrants are difficult due to language barriers. It has been determined that Syrian immigrants are misunderstood in their communication with local people due to language, they have difficulty in communicating, and pronunciation differences cause misunderstandings and negatively affect their cultural interactions. This situation reinforces Berry (1997) finding that language skills are important factors affecting the inclusion of immigrants in socio-economic and cultural life. Language barriers cause more than just the inclusion of individuals and groups in cultural life. Othering and stereotypes in societies, ethnocentric attitudes and behaviours are motivated by language. Studies conducted with different ethnic groups in different places have found that language barriers cause discrimination and make intercultural communication difficult (Safi et al., 2023; Safi & Atish, 2024a). In this study, it has been observed that Syrian migrants living in Şanlıurfa are excluded from social life, especially because they do not speak the language, and this makes

their integration into society more difficult. It is understood that Syrian migrants in Turkey experience significant intercultural communication problems despite being in close spatial proximity to Turkish society and sharing some cultural commonalities. This study's results align with other studies that address similar issues (Safi et al., 2023).

However, some studies on Syrians in Turkey have obtained different results. In a study conducted by Apak (2014) in Mardin in 2014, it was found that Syrian migrants did not experience serious difficulties in the adaptation process. There may be many reasons for this. The first reason is that Mardin has maintained tolerance Çetin (2007) due to its ethnic and religious diversity throughout history. The fact that different language and belief groups have been living in harmony in Mardin for a long time and that there are kinship ties between the communities on both sides of the border continues to exist in harmony with cultural differences. Another reason is that the Kurdish and Arabic languages spoken by Syrian migrants are widespread in Mardin, which has greatly reduced communication barriers and accelerated the adaptation process of migrants. A third reason is that the studies conducted in the first period were far from reflecting the feelings of the people. At first, the Turkish people welcomed all immigrants coming from Syria to Turkey, but when the period was prolonged and some social problems were experienced, the process of marginalisation began. So much so that in the general elections held in 2023 and local elections held in 2024 in Turkey, many politicians developed their discourses on sending Syrians away. For these reasons, the first studies on Syrians (Baban et al., 2017; Boyraz, 2015; Canyurt, 2015) do not fully reflect the real feelings of the public and Syrians. Despite the linguistic and ethnic diversity in Şanlıurfa, the rising nationalist discourses in recent years, the migrant conflicts between the opposition and the government, and the hate language in the media make the cultural cohesion between Syrian refugees and the local population difficult.

In addition, many studies have shown that the language used and the content produced by the media marginalise Syrians, develop exclusionary discourses, increase xenophobia and negatively affect social cohesion (Türk, 2019). In the news about Syrian refugees in the Turkish media, it is seen that 'negativist' content is generally included and Syrians are represented with discriminatory and marginalising discourses (Doğanay & Keneş, 2016; Gölcü & Dağlı, 2017). In this study in Şanlıurfa, the negative perceptions of local people towards Syrian refugees largely reinforce the discourses of the people in other regions and are similar to the negative representations of the media. Therefore, the increase in ethnocentric discourses and the spread of hate language deepen the lack of empathy towards Syrians and make social cohesion difficult. These findings reveal that the integration of migrants is not only due to language barriers, but that the cultural and socio-political structure of the society also significantly affects this process. Although the return of Syrians has started after the fall of the Bashar al-Assad regime in Syria, it will take a long time for all 3.5 million Syrians to return. Therefore, the participants' expressions and discomfort suggest that permanent political processes are needed for the integration and harmonisation processes of migrants in Turkey. The findings of this study show that there are no measures to eliminate intercultural communication barriers regarding migrants. The attitude

of local people towards Syrians strengthens this situation (Saçan, 2017).

Despite the communication problems, it is understood that Syrian immigrants try to empathise and understand the culture of the local people by avoiding prejudice against the culture of the local people, act with a sense of responsibility, and pay attention to be tolerant and respectful in order to overcome the intercultural communication barriers they experience. Karaman et al., (2023) draw attention to the necessity of increasing the empathy levels of local people in their study. Ward & Kennedy (1999) pointed out that empathy and tolerance in intercultural communication increase cultural adaptation. According to the findings of the study, it is understood that Syrians make an effort to communicate with the local people and act carefully. However, the expectations and perspectives of the public from Syrians stand in a different place. In many parts of Turkey, it is understood that local people do not want Syrians and see them as other and foreign (Eser & Uygur, 2019; Güney, 2022; Şimşek, 2020; Türk, 2019) The results of these studies show that negative perceptions of local people towards Syrian refugees are widespread and constitute a major obstacle to social cohesion. Şahin & Kocadayı (2022), on the other hand, argued that some concrete steps should be taken to prevent cultural conflicts and social violence between Syrians and Turks and made some suggestions in this regard. Therefore, it is not enough for Syrians to have positive feelings towards the local people; the public, the press and policy makers should also change their perspectives.

Research shows that Syrian refugees face prejudice and discrimination in Turkey despite sharing the same religion. The fact that cultural cohesion decreases as the duration of Syrians' stay increases reveals that religious brotherhood is not enough to reduce prejudices and discrimination. After the regime change in Syria, the issue of Syrians in Turkey returning to their country has become the most important agenda item for the public and the opposition. The prolonged stay of Syrians in Turkey disturbs a significant part of the public and shows that the effect of religious brotherhood has weakened. In a study conducted in the Netherlands, it was found that the role of religion in creating social identity and boundaries makes cultural adaptation difficult (Şafak-Ayvazoglu et al., 2021). In this study, looking at the experiences of immigrants, it is seen that different ethnic groups belonging to the same religion also experience identity problems and cultural adaptation problems. Therefore, it can be said that religion is not a sufficient factor in ensuring cultural integration and cohesion today. It is understood that the discourses of the ruling party based on religion and civilisation are not sufficient to eliminate the negativities. This study and other studies show that religion alone is not enough to ensure cultural cohesion and overcome prejudices.

'Economic problems, although not directly related to communication, can be considered as an indirect factor that increases communication problems. Although the participants do not directly complain about economic difficulties, economic difficulties stand out as an important factor that makes communication difficult, especially for elderly individuals. Apak & Artan (2024) pointed out that Syrian elderly groups are more disadvantaged and experience more problems than other groups. These findings indicate that the socio-economic status of Syrian migrants in Turkey is at a lower level compared to the Turkish society. Previous studies

conducted in different regions of Turkey also support this; for example, Arslan et al., (2017) and Akın & Bozbaş (2020) addressed Syrian migrants' low income, employment difficulties, and difficulties in accessing social rights. However, a significant segment of the host population in Turkey believes that Syrian migrants are in a privileged position compared to Turkish citizens and that the state prioritises them in many areas (Siviş, 2022). This perception makes the tensions created by economic difficulties even more evident in communication and deepens the communication problems between local people and migrants. Unutulmaz et al., (2017) states that anti-immigrant discourses in Turkey increase the concerns of local people about migrants' access to economic resources.

This study helps to explain the existence of intercultural communication problems between Syrians and the people of Şanlıurfa. The communication problems faced by immigrants and their adaptation to situations of exclusion are in line with Kim's (2017) Intercultural Adaptation Theory. This theory emphasises that although individuals experience difficulties in contact with different cultures, they develop new social and emotional skills during the adaptation process. It is understood that the participants tried to develop positive emotions and behaviours such as empathy, efforts to be without prejudice, responsible behaviour and respectfulness.

Finally, based on the findings obtained from the questions asked to the participants, it is understood that intercultural communication provides them with an enriching and exciting experience, they enjoy it, and it is effective in developing their personal and social intelligence. This situation is consistent with Homans' (1958) Social Exchange Theory. According to this theory, the rewards that individuals obtain in social relationships reduce the impact of the negativities experienced. It is understood that the positive emotions and experiences gained from intercultural communication overshadow the negative experiences and create an opportunity for cultural harmony. Legal, social, cultural and economic regulations should be increased to maintain social peace and justice.

Conclusion and Recommendations

Focusing on the experiences of Syrians, this qualitative study found that language barriers are one of the biggest problems in intercultural communication. When cultural differences are added to language barriers, it is seen that adaptation becomes difficult and ethnocentric perceptions are formed. Unless effective cultural integration of migrants is achieved, Turkey and the region may face several risks of conflict risks.

The results show that linguistic and cultural harmonisation has not been sufficiently achieved. Therefore, all segments of the society and the media should adopt an empathy-enhancing approach. The consequences of the destructive policies of the Assad regime and torture reveal the depth of the problems in the region. All institutions and individuals, especially the opposition, should avoid stereotypes and develop tolerance and understanding.

Although a temporary government has been established in Syria after the Assad regime, it is understood that the region will be subjected to manipulations for many years. In this context, it is important to overcome language barriers first. In conclusion, in order to ensure intercultural harmony, language barriers should be removed, human values should be adopted, economic conditions should be improved and media discourse should be regulated. Language education should be restructured in a way to increase cultural awareness, and media content should be created in a way to support empathy.

Suggestions for Academia:

- This study emphasises the need for interdisciplinary research on language barriers faced by migrants, with a particular focus on Syrians. It suggests that psychological and field experimental research can provide valuable insights into the reasons behind these language and related problems. In order to obtain more generalisable results, mixed method studies should be conducted using a sample from Şanlıurfa province. In addition, a similar study should be conducted on the experiences of local people living in Şanlıurfa. Field studies covering other regions of the Southeast are also recommended for a comprehensive understanding of the intercultural communication challenges faced by migrants. The text also suggests future research to examine the effects of Turkey's dialogue bridge with Syria and the change of the Assad regime on the perspectives, integration processes and intercultural sensitivities of Syrian migrants in Turkey.

Suggestions for Local Administrators:

- Comprehensive language training programmes should be organised to improve migrants' language skills and increase their cultural awareness. These programmes can be effective in supporting social cohesion by building bridges between local people and migrants. In addition, intercultural activities such as festivals, workshops and social projects should be organised to bring people from different cultures together and interact. Large-scale awareness-raising campaigns should be organised to combat social prejudice and exclusion, thus promoting a culture of empathy and tolerance.

Recommendations for General Authorities (National Policies):

- To support the integration of migrants, it is recommended that comprehensive social policies are established at the national level. These policies should include initiatives such as language training, employment opportunities, and cultural awareness programmes. Public awareness-raising programmes are also suggested to reduce prejudices against migrants and increase cultural understanding. Collaboration with media and educational institutions is essential to create a positive public perception of Syrian refugees. Negative representations of Syrians in the media should be counteracted through positive news content, TV series, cinema, and public service announcements. In order to accelerate the integration process, it is important to ensure coordination between local and national administrations and develop open and transparent

joint strategies. Establishing a friendship and integration process with Syrians will help facilitate effective communication in all aspects in the future.

These recommendations aim to help migrants overcome language barriers and social difficulties, as well as to strengthen social cohesion and intercultural dialogue. Promoting empathy, tolerance and mutual understanding will lead to a more harmonious coexistence of both migrants and locals and will contribute to making the region safer in all aspects.

Kaynakça

- Akın, M. H., & Bozbaş, G. (2020). Suriye’den Türkiye’ye Göçün Sosyolojik Sonuçları: Suriyeli Göçmenler Üzerine Uygulamalı Bir Saha Araştırması. *Liberal Düşünce Dergisi*, 25(97), 47–65.
- Aksoy, Z. (2012). “Uluslararası Göç ve Kültürlerarası İletişim.” *Journal of International Social Research*, 5(20), 292-303
- Apak, E., & Artan, T. (2024). Yaşlı Göçmen Olmak Türkiye’de Yaşlı Suriyelilerin Hizmet Alımındaki Konumları. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 35(2), 315–333.
- Apak, H. (2014). Suriyeli Göçmenlerin Kente Uyumları: Mardin örneği. *Mukaddime*, 5(2), 53–70.
- Arslan, İ., Bozgeyik, Y., & Alancioğlu, E. (2017). Göçün Ekonomik Ve Toplumsal Yansımaları: Gaziantep’teki Suriyeli Göçmenler Örneği/Socio-Economic Reflections of Migration: The Example of Syrian Immigrants in Gaziantep. *İlahiyat Akademisi*, 4, 129–148.
- Baban, F., Ilcan, S., & Rygiel, K. (2017). Syrian Refugees in Turkey: Pathways to Precarity, Differential Inclusion, and Negotiated Citizenship Rights. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 43(1), 41–57. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2016.1192996>
- Bartels, S. A., Michael, S., & Bunting, A. (2021). Child Marriage among Syrian Refugees in Lebanon: At the Gendered Intersection of Poverty, Immigration, and Safety. *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, 19(4), 472–487. <https://doi.org/10.1080/15562948.2020.1839619>
- Bekiroğlu, O., & Balci, Ş. (2014). Kültürlerarası İletişim Duyarlılığının İzlerini Aramak: “İletişim Fakültesi Öğrencileri Örneğinde Bir Araştırma”. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 1(35), 429–459.
- Berry, J. W. (1997). Immigration, Acculturation, and Adaptation. *Applied Psychology*, 46(1), 5–34. <https://doi.org/10.1111/j.1464-0597.1997.tb01087.x>
- Bilgin, N. (2007). *Kimlik İnşası*. Aşina Kitaplar, Ankara.
- Bimay, M., & Çetin, E. (2023). Entegrasyon Sürecinde Göçmen Aile Yapısında Yaşanan Değişimler: Batman’daki Suriyeliler Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(3), 1019–1035.
- Boyraz, Z. (2015). Türkiye’de Göçmen Sorununa Örnek Suriyeli Mülteciler. *Zeitschrift Für Die Welt Der Türken/Journal of World of Turks*, 7(2), 35–58.
- Byram, M. (1997). Teaching and Assessing Intercultural Communicative Competence (Multilingual Matters). Multilingual Matters.

- Canyurt, D. (2015). Suriye Gelişmeleri Sonrası Suriyeli Mülteciler: Türkiye’de Riskler. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, 48, 127–146.
- Çetin, İ. (2007). Çokkültürlülük, Etnisite ve Dil: Midyat Araştırması Örneği. *Makalelerle Mardin III*, 263–269.
- Chen, G.-M., & Starosta, W. J. (2012). Intercultural Communication Competence: A synthesis. In *Communication yearbook 19* (pp. 353–383). Routledge.
- Çirakoğlu, O. C., Demirutku, K., & Karakaya, O. (2021). The Mediating Role Of Perceived Threat in The Relationship between Casual Contact and Attitudes towards Syrian Refugees in Turkey. *Journal of Refugee Studies*, 34(3), 2984–2999.
- Clarke, J. (2024). The Bordering Practices of Canadian Newspapers (2011-2022): “Canada is the Hope of the World”. *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, 1–14. <https://doi.org/10.1080/15562948.2024.2358898>
- Creswell, J. W., & Clark, V. L. P. (2020). *Karma Yöntem Araştırmaları: Tasarımı ve Yürütülmesi* (Y. Dede & S. Demir, Trans.). Anı, Ankara.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative Inquiry And Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Sage Publications.
- Deardorff, D. K. (2006). Identification and Assessment of Intercultural Competence as a Student Outcome of Internationalization. *Journal of Studies in International Education*, 10(3), 241–266. <https://doi.org/10.1177/1028315306287002>
- Doğanay, Ü., & Keneş, H. Ç. (2016). Yazılı Basında Suriyeli ‘Mülteciler’: Ayrımcı Söylemlerin Rasyonel ve Duygusal Gerekçelerinin İnşası. *Mülkiye Dergisi*, 40(1), 143–184.
- Ekşi, R., & Şahin, E. (2024). Yerliler ve Suriyeli Sığınmacılarda Kültürlerarası İletişim Engelleri, Gruplararası Statü Algısı, Kültürleşme Tutumunun Sosyokültürel Uyuma Etkisi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 67, 32–55.
- Erdoğan, M. M. (2015). *Türkiye’deki Suriyeliler: Toplumsal Kabul ve Uyum*. Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Eser, H. B., & Uygur, M. R. (2019). Suriyeli Göçmenlere Yönelik Tutumların Bütünleşmiş Tehdit ve Sosyal Mesafe Kuramları Doğrultusunda İncelenmesi: Süleyman Demirel Üniversitesi Örneği. *Liberal Düşünce Dergisi*, 24(95), 131–162. <https://doi.org/10.36484/liberal.609598>
- Gessler, T., Gergő, T. & Johannes, W. (2022). “No Country for Asylum Seekers? How Short-Term Exposure to Refugees Influences Attitudes and Voting Behavior in Hungary”. *Political Behavior* 44(4):1813-41. doi: 10.1007/s11109-021-09682-1.
- Gölcü, A., & Dağlı, A. N. (2017). Haber Söyleminde ‘Öteki’yi Aramak: Suriyeli Mülteciler Örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 28, 11–38.
- Gudykunst, W. B. (2005). An Anxiety/Uncertainty Management (AUM) Theory of Effective Communication: Making the Mesh of the Net Finer. In W. B. Gudykunst (Ed.), *Theorizing About Intercultural Communication* (pp. 281–322). Sage Publications, London.
- Gudykunst, W. B., & Kim, Y. Y. (1992). *Communicating with Strangers: An Approach to Intercultural Communication* (Vol. 19). McGraw-Hill, New York.

- Güney, Ü. (2022). Syrian Refugees between Turkish Nationalism and Citizenship. *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, 20(4), 519–532. <https://doi.org/10.1080/15562948.2021.1950256>
- Havan, C. (2024). Göçmenlerin Sosyal Uyumunda Yerel Yönetimlerin Etkisi: Belediyelerin Rolü Üzerine Bir İnceleme. *İmgelem*, 14, 157–192.
- Homans, G. C. (1958). Social Behavior as Exchange. *American Journal of Sociology*, 63(6), 597–606. <https://doi.org/10.1086/222355>
- İçduygu, A. (2015). “Syrian Refugees in Turkey: The Long Road Ahead”. Washington, DC: Migration Policy Institute 1-18.
- Kaçar, F. (2023). Fatih Akın’ın Filmlerinde Kimlik, Ötekilik ve Göç Olgusu. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (BUSBED)*, 13(25), 305–320.
- Karaman, M. A., Schmit, M. K., & Can, N. (2023). “I Fight, I Don’t Give up Hope”: Resilience and Life Satisfaction among Syrian Refugee University Students in Turkey. *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, 21(3), 486–501. <https://doi.org/10.1080/15562948.2022.2064029>
- Kartari, A. (2006). Farklılıklarla yaşamak: Kültürlerarası iletişim. *Ürün Yayınları*, Ankara.
- Katbeh, A. (2020). Social İntegration of Syrian Refugees in Germany: Challenges and approaches. *Harmoon Center for Contemporary Studies*, 1–11.
- Kaya, S., & Orchard, P. (2020). Prospects of Return: The Case of Syrian Refugees in Germany. *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, 18(1), 95–112. <https://doi.org/10.1080/15562948.2019.1570579>
- Kayaoglu, A., Şahin-Mencütek, Z., & Erdoğan, M. M. (2022). Return Aspirations of Syrian Refugees in Turkey. *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, 20(4), 561–583. <https://doi.org/10.1080/15562948.2021.1955172>
- Kim, Y. Y. (2005). Inquiry in İntercultural and Development Communication. *Journal of Communication*.
- Kim, Y. Y. (2017). Cross-cultural Adaptation. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*.
- Lippard, C. D., & McNamee, C. B. (2021). Are refugees Really Welcome? Understanding Northern Ireland Attitudes towards Syrian Refugees. *Journal of Refugee Studies*, 34(3), 3091–3112.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü* (O. Akınhay & D. Kömürcü, Trans.). *Bilim ve Sanat Yayınları*, Ankara.
- Neuliep, J. W. (2016). *Intercultural Communication: A Contextual Approach*. Sage Publications, London.
- Neuliep, J. W., & McCroskey, J. C. (1997). The Development Of İntercultural and Interethnic Communication Apprehension Scales. *Communication Research Reports*, 14(2), 145–156. <https://doi.org/10.1080/08824099709388656>
- Patton, M. Q. (2014). *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice*. Sage Publications, London.
- Saçan, S. (2017). Aydın Halkının Suriyeli Göçmenlere Yönelik Bakış Açısının İncelenmesi. *Adnan Menderes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*,

1(1), 28–38.

- Şafak-Ayvazoğlu, A., Künüröğlu, F., Van de Vijver, F., & Yağmur, K. (2021). Acculturation of Syrian Refugees in The Netherlands: Religion As Social Identity and Boundary Marker. *Journal of Refugee Studies*, 34(1), 555–578.
- Safi, A. Q., Agustin, H., & Rizal, E. (2023). Afghan Migrants in Germany: Cross-Cultural Communication and Impact of Immigration on Afghan Culture. *Studies in Media and Communication*, 11(7), 135–149.
- Safi, A. Q., & Atish, M. S. (2024). Integration Challenges: Exploring the Impacts of Immigration on Mental Health among Afghan Immigrants in Germany. *Research Journal of Social Sciences and Economics Review*, 5(3), 79–88.
- Safi, A. Q., Saeedi, S. S., Agustin, H., Rizal, E., & Sapi, A. M. (2024). Cultural Differences and Discrimination: Afghan Immigrants' Experiences in Germany. *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, 1–17.
- Özay Söğütlüler, E. N., & Söğütlüler, T. (2025). Richard Sennett & Jonathan Cobb: Sınıfın Gizli Yaraları (Kitap İncelemesi). *Uluslararası Sosyal Bilimlerde Mükemmellik Arayışı Dergisi* (7), 52-57.
- Şahin, D., & Kocadayı, S. (2022). Turkey's Syrian Refugees Dilemma between the Triangle of Violence. *Migration and Diversity*, 1(1), 17–30.
- Samovar, L. A., Porter, R. E., McDaniel, E. R., & Roy, C. S. (2013). *Communication between cultures* (International ed ed.). Kustannuspaikka Tuntematon: Wadsworth Cengage Learning.
- Selçuk, A. (2005). Kültürlerarası İletişim Açısından Gündelik İletişim Davranışları. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13, 1–17.
- Şimşek, D. (2020). Integration Processes of Syrian Refugees in Turkey: 'Class-based Integration'. *Journal of Refugee Studies*, 33(3), 537–554.
- Siviş, S. (2022). Who İs (Un) Deserving? Differential Healthcare Access and The Interplay Between Social And Symbolic Boundary-Drawing Towards Syrian Refugees in Turkey. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 48(17), 4029–4048. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2022.2058470>
- Spitzberg, B. H., & Changnon, G. (2009). Conceptualizing Intercultural Competence. In *The SAGE Handbook Of Intercultural Competence* (pp. 2–52). SAGE Publications, Inc.
- Ting-Toomey, S., & Dorjee, T. (2018). *Communicating Across Cultures*. Guilford Publications, New York.
- Türk, E. (2019). Türk Basınında Suriyeli Göçmenlere İlişkin Haberlere Yapılan Yorumların İncelenmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 17–30.
- UNHCR. (2023). Türkiye'deki Mülteciler ve Sığınmacılar. <https://www.unhcr.org/tr/turkiyedeki-multeciler-ve-siginmacilar>
- Unutulmaz, K. O., Sirkeci, İ., & Utku, D. E. (2017). *Syrian Communities in Turkey: Conflict Induced Diaspora. Turkey's Syrians: Today and Tomorrow*, London: Transnational Press London.
- Vertovec, S. (2007). *Super-Diversity and Its Implications*. Ethnic and Racial

- Studies, 30(6), 1024–1054.
- Ward, C., & Kennedy, A. (1999). The Measurement of Sociocultural Adaptation. *International Journal of Intercultural Relations*, 23(4), 659–677.
- Wiseman, R. L. (2002). Ntercultural Communication Competence. In W. B. Gudykunst & B. Mody (Eds.), *Handbook of international and intercultural communication* (pp. 207–224). Sage Publications, London.
- Yaylacı, Ş., & Bakiner, O. (2023). Anti-Immigrant Attitudes: The Role of Casual Intergroup Contact in Perceived Group Threat. *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, 1–16.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin.

Aile İlişkilerinin ve Ebeveynin Olumsuz Çocukluk Çağı Yaşantıları İle Psikolojik Sağlamlığının Çocukların Dikkat ve Kaygı Düzeyi İle İlişkisi*

 Melek
HAFIZOĞLU¹

 Volkan KOÇ²

Öz

¹ Klinik Psikolog,
Milli Eğitim Bakanlığı,
melekbozdemir@gmail.com
ORCID: 0000-0003-0992-4181

² Dr. Öğr. Üyesi,
İstanbul Medeniyet Üniversitesi
kocvolkan@gmail.com
ORCID: 0000-0003-4218 6555

Gönderilme / Received
15.04.2024

Kabul Tarihi / Accepted
01.01.2025

Yayın Tarihi / Published
27.03.2025

Bu araştırmanın amacı çocuklarda dikkat ve kaygı problemlerinin, ebeveynin psikolojik sağlamlığı, olumsuz çocukluk çağı yaşantıları ve aile ilişkileriyle ilişkisinin incelenmesidir. Araştırmanın örneklemini, İstanbul ilinde yaşamakta olan, 9-10 yaş grubundaki çocuklar ile bu çocukların ebeveynleri oluşturmaktadır. Toplamda 187 ebeveyn ve 187 çocuktan veri toplanmıştır. Araştırmada nicel veri toplama yöntemi kullanılmış, katılımcılara yüzyüze ve çevrim içi anketler uygulanmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkileri değerlendirmek amacıyla, araştırma soruları kapsamında korelasyon analizi, aile ilişkileri, ebeveynin psikolojik sağlamlığı ve olumsuz çocukluk çağı yaşantılarının dikkat ve kaygı üzerindeki yordayıcı etkisini görebilmek amacıyla da hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre olumsuz çocukluk çağı yaşantıları ve aile ilişkileri ile çocukların dikkat ve kaygı düzeyleri arasında 0,14 ile 0,56 aralığında pozitif yönlü, ebeveynin psikolojik sağlamlığı ile çocukların dikkat düzeyleri arasında negatif yönlü istatistiksel açıdan anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Yapılan hiyerarşik regresyon analizlerine göre ise, ebeveynin olumsuz çocukluk çağı yaşantıları ve psikolojik sağlamlığı ile aile ilişkileri, çocukların dikkat becerilerini, durumluk ve sürekli kaygısını anlamlı düzeyde yordamaktadır. Bununla birlikte araştırmada ebeveynin bildirdiği çocuğun kaygı düzeyi ile, çocuğun kendi için bildirdiği kaygı düzeyi arasında farklılıklar olduğu görülmüştür. Araştırma sonucunda nörolojik etkenlerin göz ardı edilmemesiyle birlikte, ebeveyn psikolojik sağlamlığı, olumsuz çocukluk çağı yaşantıları ve aile ilişkileri çocukların dikkati ve kaygı düzeyiyle anlamlı düzeyde ilişkili bulunmuştur. Ebeveynlik becerilerinde ebeveyn özelliklerinin önemli olduğu, ebeveynlerin bu konudaki farkındalığı arttırıldığında çocuklarının gelişimsel olarak daha olumlu becerilere sahip olabileceği, bu sayede çocuklardaki dikkat ve kaygı sorunlarının da azaltılabileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dikkat, Kaygı, Psikolojik Sağlamlık, Çocukluk Çağı Olumsuz Yaşantıları, Aile İlişkileri.

* Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. Benzerlik tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No similarity detected.

** Bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive” were followed.

*** Bu çalışma İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Rektörlüğü Etik Kurulu Başkanlığı’nın 2022/05 sayılı 29/11/2022 tarihli kararı ile etik açıdan uygun bulunmuştur.

This study was found ethically appropriate by the decision of the Ethics Committee of the Rectorate of Istanbul Sabahattin Zaim University numbered 2022/05 and dated 29/11/2022.

**** Yazarların çalışmadaki katkı oranları; birinci yazar %60, ikinci yazar %40,

Contribution rates of the authors in the study; first author 60%, second author 40%.

***** Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

Kaynak gösterme / To cite this article: Hafizoğlu, M., & Koç, V. (2025). Aile İlişkilerinin ve Ebeveynin Olumsuz Çocukluk Çağı Yaşantıları ile Psikolojik Sağlamlığının Çocukların Dikkat ve Kaygı Düzeyi ile İlişkisi. İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi, 5(1), 57-81. doi: 10.59534/jcss.1468905



The Relationship Between Family Dynamics, Parents' Adverse Childhood Experiences and Psychological Resilience With Children's Attention and Anxiety Levels



Melek
HAFIZOĞLU¹



Volkan KOÇ²

¹ Clinical Psychologist,
Ministry of National Education
melekbozdemir@gmail.com
ORCID: 0000-0003-0992-4181

² Asst. Prof. Dr,
İstanbul Medeniyet University
kocvolkan@gmail.com
ORCID: 0000-0003-4218 6555

Gönderilme / Received
15.04.2024

Kabul Tarihi / Accepted
01.01.2025

Yayın Tarihi / Published
27.03.2025

Abstract

The aim of this study is to examine the relationship between attention and anxiety problems in children and parental psychological resilience, adverse childhood experiences, and family relationships. The sample of the study consists of 9-10-year-old children and their parents living in Istanbul. Data were collected from a total of 187 parents and 187 children. A quantitative data collection method was used in the study, and face-to-face and online questionnaires were administered to the participants. To assess the relationships between the variables, correlation analysis was conducted within the scope of the research questions, and hierarchical regression analysis was performed to determine the predictive effects of family relationships, parental psychological resilience, and adverse childhood experiences on attention and anxiety. According to the results of the analysis, positive correlations ranging between 0.14 and 0.56 were found between adverse childhood experiences, family relationships, and children's attention and anxiety levels, while a negative and statistically significant relationship was found between parental psychological resilience and children's attention levels. Hierarchical regression analyses revealed that parental adverse childhood experiences, psychological resilience, and family relationships significantly predict children's attention skills and both state and trait anxiety. Additionally, the study revealed differences between the anxiety levels reported by parents for their children and the anxiety levels reported by the children themselves. The results of the study indicate that, while neurological factors should not be overlooked, parental psychological resilience, adverse childhood experiences, and family relationships are significantly related to children's attention and anxiety levels. It is thought that parental characteristics play an important role in parenting skills, and that increasing parents' awareness of these issues could help their children develop more positive skills, thereby reducing attention and anxiety problems in children.

Keywords: Attention, Anxiety, Psychological Resilience, Adverse Childhood Experiences, Family Relationships.

Giriş

Dikkat Eksikliği ve Hiperaktivite Bozukluğu (DEHB) bilinen en yaygın tanımıyla bir uyarana odaklanmakta zorluk yaşama, aşırı hareketlilik ve dürtü kontrol bozukluğu ile öne çıkan, çocukluk çağında görülen en yaygın psikiyatrik problemlerden biridir (Biederman, 2005; Biederman ve Faraone, 2005; Morrison, 2014). Morrison (2014)'un ifade ettiğine göre çocukların %6'sında ve çoğunlukla da erkek çocuklarında Dikkat Eksikliği ve Hiperaktivite Bozukluğu (DEHB) görülmektedir. Ayrıca Polanczyk ve arkadaşlarına (2007) göre DEHB'in dünya istatistiğinde yaygınlık düzeyi %5,29'dur. Ülkemizde yapılan bir çalışmaya göre ise DEHB'in %13,8 oranında görüldüğü ortaya konmaktadır (Ercan ve ark., 2013). Erken çocukluk döneminde kendini göstermeye başlayan dikkat eksikliği ve hiperaktivite bozukluğu, ancak ilköğretim sürecinde tanılanabilmektedir (Öncü ve Şenol, 2002). Birçok psikiyatrik problemde olduğu gibi, çocukluk döneminde görülen dikkat eksikliği sorunlarının etiyolojisinde de biyolojik, psikolojik, sosyal ve kültürel olmak üzere çoklu faktörlerin rol aldığı kabul edilmektedir. DEHB ile ilgili yapılan bazı çalışmalar, uygulanan ilaç tedavileri ve nöropsikolojik araştırmalar etiyolojisinde fiziksel nedenleri ön planda tutarak biyolojik özelliklere odaklanmaktadır (Öner, Öner ve Aysev, 2003). Bununla birlikte dikkat eksikliğinin nedenleri daha kapsamlı şekilde düşünülerek çalışıldığında, ebeveyn çocuk ilişkisi ve aile yapısı gibi faktörlerin dikkat eksikliğine olan etkisi de kabul edilebilmektedir. Ailedeki psikolojik süreçlerin dikkat eksikliği tedavi sürecine eklenerek desteklenmeye çalışılması bunun en önemli göstergelerindendir (Kayaalp, 2008). DEHB semptomları gösteren çocukların, zekâ problemleri olmamasına rağmen, okuldaki ders başarıları düşük seyretmekte, bu çocuklar dürtüsel olmaları nedeniyle sosyal iletişim sıkıntısı yaşamakta ve çeşitli ruhsal sorunlarla mücadele etmek durumunda kalmaktadır. Ayrıca bu semptomlar yetişkin hayatında da sürmeye devam etmektedir (Morrison, 2014). Tüm bu bilgiler ışığında dikkat eksikliğinin çocukluk döneminde mutlaka üzerinde durulması gereken bir problem olduğu anlaşılmaktadır.

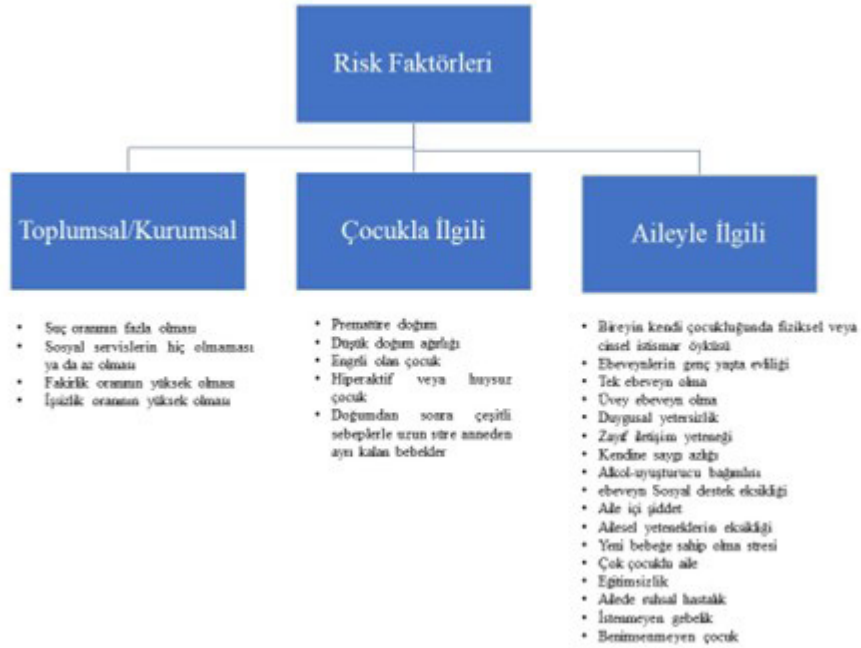
Tüm dünyada giderek artan DEHB oranları konuyu çevresel faktörlerin rolü açısından değerlendirmeyi zorunlu hale getirmektedir. En önemli çevresel faktörlerin başında ailesel faktörler gelmektedir. Ailesel faktörler çocuklarda görülebilecek çeşitli davranış bozukluğu ve psikiyatrik bozukluklarla ilişkili olabilmektedir. DEHB belirtileri gösteren çocukların bulunduğu ailelerde aile işlevselliğinde ve aile içi iletişimde sorunlarla karşılaşılabilir (Börekçi, 2017). Ailesel faktörler ile ilgili yapılan önemli bir çalışmada altı farklı risk faktörü belirlenmekte ve bu faktörler Rutter's Adversity Factors (Rutter'ın Zorluk Faktörleri) olarak ifade edilmektedir (Rutter ve ark., 1975). Belirlenen risk faktörleri, ekonomik durumun düşük düzeyde olması, geniş aile, aralarında şiddetli geçimsizlik yaşayan ebeveynler, suç işleyen baba, üvey ebeveynle birlikte yaşama ve annede psikiyatrik problemin olmasıdır. Bu faktörler çocuklarda görülen öğrenme güçlüğü, DEHB ve beraberinde görülen davranış problemleri ile diğer psikiyatrik problemlerin artışına neden olabilmektedir (Biederman, 1995).

Kaygı, tehlikeli sayılabilecek birçok duruma uyarıcı veya uyum sağlayıcı şekilde verilebilecek her türlü tepki olarak tanımlanabilir (Alisinanoğlu ve Ulutaş, 2003). Kaygı aynı zamanda kötü, korkunç bir şey olacaktı gibi bir beklenti içinde

olma durumudur (Çakmaklı ve ark., 2001). Çocuklarda görülen kaygı problemleri ile ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında, kaygı problemlerinin %10'unun günlük işlev bozukluğuna neden olduğu ve ciddiye alınması gerektiği anlaşılmaktadır. Elde edilen bu verilerin ise çoğunlukla çocuklarıyla ilgili farkındalık sahibi ebeveynlerden toplanan verilerden oluştuğu tahmin edilmektedir (Manassis, 2004). Aile ilişkileri çocukların kaygı düzeyini etkileyen önemli bir faktördür. Aile ilişkileri kapsamında değerlendirildiğinde çocukların kaygı düzeyi ile annelerinin kaygı düzeyi arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir (Alisinanoğlu ve Ulutaş, 2003). Özellikle kaygı bozukluklarında, DEHB'in eşlik etme oranı yükselebilmektedir (Gümüş ve ark., 2015). Durumluk kaygıya odaklanan çalışmalarda, yürütücü işlevler ve dikkat başarısı düşük olduğunda durumluk kaygının yüksek, yürütücü işlevler ve dikkat başarısı yüksek olduğunda ise durumluk kaygının düşük olduğu bulgulanmaktadır (Bulak, 2021). Alan yazında bilişsel işlevler ile kaygı arasındaki ilişkiyi inceleyen oldukça fazla çalışma mevcuttur. Çalışmalar genel olarak stres ortamında kaygı hisseden bireyin ketlenme ve değiştirme mekanizmalarının bozulduğunu, odaklanmanın da bozulmasıyla görevi sürdüremeyen bireyin çabasına rağmen büyük çoğunluğunun olumsuz sonuçlandığını göstermektedir (Eysenck ve ark., 2007).

Bireylerde strese karşı dayanıklı olma durumu çevresel ve genetik etkilerden kaynaklı olarak değişebilmektedir (Rutter, 1985). Psikolojik sağlamlık bu değişkenlikten kaynaklı olarak, bireyin yaşadıkları karşısında gösterdiği entegrasyon yeteneği şeklinde tanımlanmaktadır (Öz ve Bahadır Yılmaz, 2009). Aynı zamanda olaylara karşı umut hissedebilmek ve uyum, yeterlilik duygularını ortaya çıkarabilmek psikolojik sağlamlık kavramını açıklamaktadır (Murphy, 1987). Psikolojik sağlamlık kavramı tüm bireylerde sabit bir nitelik taşımamaktadır. Durumlara, yaşanan olaylara ve zamana göre farklılıklar gösterebilmektedir. Bireylerin yaşadıkları her olay, her durumda stres faktörü görevi görmemektedir. Aynı zamanda her stres hissedilen durumda da aynı olayı yaşıyor olabileceğimizi söylemek mümkün değildir. Hayatta tecrübe edilebilecek her türden olumsuz yaşantılar ve zorlayıcı yaşam olayları, bireyleri psikolojik sağlık açısından etkileyen risk faktörleridir (Öz ve Bahadır Yılmaz, 2009). Psikolojik sağlamlık konusunda literatürde önemli çalışmalardan biri olarak bahsedilen Werner (1989)'ın Kauai çalışmasında risk faktörleri, düşük ekonomik yaşam koşulları, yoksul hayat, aile içi şiddet, anne-babanın eğitim düzeyi, genetik geçmiş, bağımlılıklar ve ebeveyn patolojileri olarak ifade edilmektedir. Ailesel risk faktörlerinin araştırıldığı bir çalışmada ise benzer şekilde anne-baba rahatsızlığı ya da patolojik durumu, anne-babanın ayrı yaşaması, resmen boşanması, ölmesi veya anne-babadan bir tanesiyle yaşama, ergen gebeliği risk faktörleri arasındadır (Gizir, 2007). Bunların yanında ekonomik durumun kötü olması, ailede olumsuz ebeveynlik stillerinin kullanılması, aile kompozisyonu, ailede psikiyatrik bozukluğun olması ile çocuk ihmal ve istismar vakalarının şu anki durumu ve geçmişi risk faktörleri olarak sıralanabilmektedir (Murray, 2003). Zorlayıcı yaşam koşullarında kaygılarını daha kolay yönetebilen kişiler, psikolojik sağlamlık düzeyi yüksek, Covid-19 salgını gibi birdenbire gelişen önemli ve sarsıcı durumlara karşı daha kolay uyum sağlayabilen ve baş edebilen kişilerdir (Baykal, 2020). Ayrıca bu konuda yapılan çalışmalara göre zorlayıcı yaşam olaylarıyla karşı karşıya kalan bireylerin, etraflarındaki sosyal destekleri arttıkça psikolojik sağlamlık düzeyleri de artabilmektedir (Ceyhun, 2018). Bununla birlikte bireylerin zihinsel gelişimleri

ile psikolojik sağlamlıkları arasında da bir ilişki olduğu düşünülmektedir. Ailede algılanan psikolojik sağlamlık ile aile ilişkilerinin düzeyi çocuklarda görülen dikkat eksikliği veya diğer bilişsel sorunlarla ilişkili olabilmektedir. Olumlu aile ilişkileri ve anne-babanın psikolojik sağlamlık düzeyinin yüksek olması, aile bireylerinin stresle baş etme becerilerini geliştirmekte hem fizyolojik hem de psikolojik sağlık sorunlarının çözümünü kolaylaştırmaktadır (Uddin ve ark., 2020).



Şekil 1: Çocukluk çağı gelişimsel risk faktörleri**

Babayla kurulan ilişkinin kalitesi de çocuğun sağlıklı gelişimi için oldukça önem arz etmektedir. Günümüzde baba ve çocuk ilişkisi daha önceki zamanlardaki gibi tek boyutlu ve evrensel olarak değil, babanın olumlu bir rehber, arkadaş, oyuncu ve bakımveren kişi olduğu şeklinde algılanmaktadır. Zannedilenin aksine babaların çocuklarıyla annelerden daha fazla oyun oynadığını gösteren çalışmalar mevcuttur. Bu bulgulara göre babalar çocuklarıyla birçok farklı şekilde etkileşime girmektedir (Lamb, 1997; Lamb ve Lewis 2013; Taşkın, 2011). Çalışmalara göre baba yokluğu, baba rolünün doldurulmaması veya uygunsuz şekilde doldurulması riskinden dolayı farklı şekillerde zararlara yol açabilmektedir. Çok fazla ilgili babaları olan çocuklar, daha fazla bilişsel yeterlilik, empati becerisi ve içsel kontrol odağına sahip olmaktadır (Pleck, 1997; Pruett, 1983, 1985; Radin, 1982, 1994).

Ebeveyni ile beklenen düzeyde ilişki geliştirememiş kişilerde konuşma problemleri, kişilik bozuklukları, özgüven sorunları, sosyal ilişkilerde zorlanma, herhangi bir stres uyarısıyla karşı karşıya kaldığında baş etmekte zorluk gibi olumsuz durumlar görülebilmektedir. Bireyler böyle durumlarla karşı karşıya kaldıklarında suçluluk duygusu hissedebilmektedir (Kayabaşı ve Sapanıcı, 2021). Çocukluk döneminde kişinin yaşadığı tecrübeler sonraki yıllarda, yetişkinlik döneminde kişinin gelişimini etkileyen faktörlerdir. Yetişkinlik döneminde riskli

* (Rutter ve ark. (1975), Werner (1989), Öz ve Bahadır Yılmaz (2009) ve Gizir'in (2007) çalışmalarından faydalananak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.)

davranışlar gösteren ve duygu düzenleme becerileri zayıf olan kişilerde çocukluk çağı travmalarının etkisi büyük olabilmektedir (Bedirhanbeyoğlu, 2018). Travmatik çocukluk çağı yaşantılarına sebep olan olumsuz deneyimler arasında çocuğun kötüye kullanımı, şiddetin yaşandığı bir evde büyümek, aile bireylerinin madde kullanması, ebeveynlerin geçimsizliği ve ayrılması gibi çocukluk döneminde yaşanan olumsuz deneyimler yer almaktadır (Blair ve Boullier, 2018). Bu yaşantılara maruz kalan çocuklarda dikkat eksikliği belirtilerinin daha fazla görülebileceği, ailede yaşanan ihmal ve istismarın, çocukların bilişsel gelişim süreçleriyle ilişkili olabileceği düşünülmektedir (Gül ve Gürkan, 2018).

Çocuğun sağlıklı bir kişisel gelişimi için ailenin katkısı tüm gelişim süreci boyunca sürmektedir. Çocuk, ailenin katkısıyla toplumsal ilişkilerini düzenlemekte ve cinsiyet rollerini öğrenmektedir. Ayrıca çocuğun zihinsel, bedensel, ahlaksal, cinsel ve devinsel gelişiminde aile eğitimi oldukça etkili olmaktadır. Ebeveynin kişilik özellikleri de aile içi iletişimin şekline yön vermektedir. Ailede uygun bir davranış modelinin olması, iletişim ve empati yönünden yeterli anne-babaya sahip olmak ve olumlu problem çözme becerilerinin var olması aile içi iletişimin üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Öte yandan çocuğa, depresif ve problemlili bir aile yapısı sunan ebeveynler, çocuğun gelişimi üzerinde olumsuz bir etkiye neden olabilmektedir (Aydın, 2003; İbiloğlu, 2012; Özel ve Zelyurt, 2016). Aile ilişkilerinde en önemli olan uyum ve uyurlanabilirliktir. Yaşamda karşı karşıya kalınan değişikliklerle birlikte ailede bir denge hali olması gerekmektedir. Olumlu aile ilişkilerinin sürdürülmesinde en önemli faktörlerden biri bu denge haline uyum sağlayabilmektir. Değişikliklerin yüksek düzeyde olması kaosa ve dengesiz sistemlere yola açabilir. Düşük düzeyde olan değişiklikler ise katı sistemlerin ortaya çıkması ile sonuçlanabilmektedir (Olson, Sprenkle ve Russell, 1979).

Tüm bu bilgiler göz önünde bulundurulduğunda, çocukluk çağı dikkat sorunlarında nedensel faktörlerin çoğunlukla biyolojik bakış açısıyla değerlendirildiği ve araştırmaların bu yönde yapıldığı görülmektedir (Ör. Aydın, Diler, Yurdağül, Uğuz ve Şeydaoğlu, 2009; Qiu, Ye, Li, Liu, Xie ve Wang, 2011). Mevcut çalışmada dikkat sorunlarının etiyolojisi ailesel faktörler kapsamında ele alınmış, özellikle de ebeveyn ile ilgili olan kaygı, psikolojik sağlamlık, çocukluk çağı olumsuz yaşantıları ve aile ilişkilerinin destekleyici-engelleyici boyutları araştırılmıştır. Çalışma son yıllarda artış gösterdiği düşünülen dikkat eksikliği problemlerinin, aile ilişkilerinin düzeyi ve ebeveyn özellikleri ile ilgili olma durumunu incelemeyi amaçlamaktadır. Çocuğun, ebeveyn ve aile üçgeninde merkezde yer aldığı ve ebeveyninin tüm özellikleriyle belli miktarlarda bağ kurduğu bilinen bir gerçektir. Çocuğun ebeveyninin kaygısını, dayanıklılığını, olumsuz durumlara bakış açısını ve bunlarla baş etme gücünü adeta bir sünger gibi kendi bünyesine katabildiği düşünülmektedir. Kurulan bu mucizevi ilişki biçiminin çocuğun bilişsel özellikleri üzerinde de etkili olabileceği çalışmanın temel çıkış noktasıdır. Bu bağlamda çalışma, sahada ortaya çıkan dikkat problemlerinin etiyolojisine ve çözüm süreçlerinin gelişimine katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Aile içi sorunlar, ebeveyn psikopatolojisinin nedeni olabilmektedir. Ancak bunun yanında henüz farkına varılmamış olan çocuklardaki dikkat eksikliğinin de diğer bir nedeni olabilir (Gül ve Gürkan, 2018). Çocuklarda gözlenen davranış problemleri ve akademik problemlerin de dikkat eksikliği ile yakından ilişkili

olabileceği düşünülmektedir (Ercan, 2018). Buradan hareketle destekleyici veya engelleyici bir aileye sahip olmak, ebeveynin psikolojik sağlık düzeyi, çocukluk çağı olumsuz yaşantıları ve kaygı çevresel nedenler kapsamında çocuğun sağlıklı gelişimi ile ilişkili olabileceği düşünüldüğünden dolayı mutlaka üzerinde durulması gereken önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Alan yazın birikiminden yola çıkarak çocukluk çağı olumsuz deneyimleri yaşamış olan ebeveynlerin, bu olumsuz deneyimleri zarar görmüş bir psikolojik sağlık düzeyi aracılığıyla, çocuğuyla kurduğu ebeveynlik yolculuğuna aktarabileceği ve ebeveyn ile çocuk arasındaki ilişkide duygusal bir araç olarak görülebilen aile ilişkilerinin de çocuğun dikkat ve kaygı düzeyiyle ilişkili olabileceği düşünülmektedir.

1. Araştırmanın Amacı

Mevcut çalışma ilişkisel bir araştırma modeli olarak tasarlanmıştır. Ebeveyn ve çocuk özellikleri arasındaki ilişkinin düzeyi değerlendirilmektedir. Bu çalışmada, verilen tüm bilgiler doğrultusunda çocuklardaki kaygı ve dikkat düzeyinin anne-baba ile bağlantılı olabilecek birtakım nedenler (psikolojik sağlık, aile ilişkileri ve olumsuz çocukluk çağı yaşantıları) etrafında çalışılması amaçlanmıştır. Genellikle biyolojik temellere dayandırılan dikkat ve kaygı problemlerinin, biyolojik temellerle birlikte, çevresel faktörler kapsamında da değerlendirilmesi, bu çevresel faktörlerin ne kadarının ebeveyn temelli nedenlerden kaynaklandığını görebilmek araştırmanın çıkış noktasıdır. Bu kapsamda araştırmanın temel amacı doğrultusunda aile ilişkileri, ebeveynlerin psikolojik sağlamlığı ve çocukluk çağı olumsuz yaşantılarının çocukların kaygı ve dikkat düzeyini yordayacağı beklenilmektedir. Özellikle de dikkat sorunları çoğunlukla nörolojik nedenlere dayandırılmakta ve tedavide ilaç kullanımına ağırlık verilmektedir. Ancak son dönemde özellikle de çocuklarda dikkat eksikliği problemlerinin artışta olduğu görülmekte, bu kapsamda aile içi faktörlerin incelenmesi önemli görünmektedir. Tüm bu bilgiler ışığında mevcut araştırmanın dikkat ve yürütücü işlevler çalışmaları yapan araştırmacılar için daha kapsamlı bir bakış açısı ortaya koyabileceği, literatüre önemli katkılarda bulunabileceği düşünülmektedir. Çocuk büyütürken her anne babanın kendi duygu dünyasından ve kendi çocukluğundan izler ortaya koyması çok beklendik bir durumdur. Bu konuda ebeveyn farkındalığı arttırmak araştırmanın temel amacıdır. Ebeveynlik becerilerinde bilinçli farkındalığın çok önemli olduğu, farkındalığı yüksek ebeveynlerin çocuklarının gelişimsel olarak daha olumlu becerilere sahip olduğu, ebeveynin bilinçli farkındalığı arttıkça çocuklardaki davranış ve kaygı sorunlarının da azalabildiği görülmektedir (Işık, 2020).

Bu kapsamda araştırmanın amacı doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır;

- Aile ilişkilerinin boyutu (destekleyici veya engelleyici) çocukların dikkat düzeyiyle ilişkili midir?
- Aile ilişkilerinin boyutu (destekleyici veya engelleyici) çocukların kaygı düzeyiyle ilişkili midir?
- Ebeveynlerin olumsuz çocukluk çağı yaşantıları çocukların dikkat düzeyiyle

ilişkili midir?

- Ebeveynlerin olumsuz çocukluk çağı yaşantıları çocukların kaygı düzeyiyle ilişkili midir?
- Ebeveynlerin psikolojik sağlamlık düzeyi çocukların dikkat düzeyiyle ilişkili midir?
- Ebeveynlerin psikolojik sağlamlık düzeyi çocukların kaygı düzeyiyle ilişkili midir?
- Ebeveynlerin çocukluk çağı olumsuz yaşantıları ile psikolojik sağlamlığı ve aile ilişkileri çocukların dikkat düzeyini yordamakta mıdır?
- Ebeveynlerin çocukluk çağı olumsuz yaşantıları ile psikolojik sağlamlığı ve aile ilişkileri çocukların durumluk kaygı düzeyini yordamakta mıdır?
- Ebeveynlerin çocukluk çağı olumsuz yaşantıları ile psikolojik sağlamlığı ve aile ilişkileri çocukların sürekli kaygı düzeyini anlamlı olarak yordamakta mıdır?

2. Yöntem

Çalışmanın örnekleme için kolay örnekleme yoluyla İstanbul Bahçelievler ilçesinde ikamet etmekte olan, ön bilgilendirme yapılarak gönüllülük esasına göre 9-10 yaş aralığındaki çocuklar ve ebeveynleri seçilmiştir. Literatürde küçük yaş grubunda yapılmış çalışmaların az olması nedeniyle katılımcı çocukların ilköğrencisi olmasına dikkat edilmiştir. Mevcut araştırma için Etik Kurul onayı alındıktan sonra 2022 yılı mayıs ayı içerisinde veriler toplanmıştır. Katılımcılarla bireysel yönlendirmeye iletişim kurulmuştur. Katılımcı gizliliği için ebeveynlerden kendileri ve çocukları için bilgilendirilmiş onam yazılı olarak, elden alınmıştır. Çocuklara ise çalışmaya katılma izinleri sözel olarak sorulmuş, olumsuz geribildirim veren çocuklar çalışmaya alınmamıştır. Ebeveyn formlarının doldurulma sürecinde, ölçeğin anne ya da babadan hangisi tarafından doldurulacağı katılımcı ebeveynlerin isteğine bırakılmıştır.

Araştırmanın örneklem sayısına karar verebilmek için Güç Analizi (Power Analysis) yapılmıştır. Mevcut çalışma ilişkisel bir çalışma olduğundan dolayı güç analizi ilişkisel modele göre yapılmıştır. Ankete katılan katılımcı sayısını belirleyebilmek ve doğru sonuçlar elde edebilmek amacıyla Güç Analizi G* POWER 3.1 sürümü ile gerçekleştirilmiştir. Cohen (1988) ve Parajapati ve arkadaşlarının (2010) çalışmalarına göre istatistiksel gücün $1-\beta = 0.80$ olması yeterli olmaktadır. Güç analizi sonucunda orta düzeyde etki büyüklüğü dikkate alındığında regresyon analizi için 72 ve korelasyon analizi için 82 kişinin yeterli olduğuna karar verilmiştir. Bu çalışmada 193 örneklem kullanılmış, veriler incelendiğinde hatalı işaretleme nedeniyle, 6 geçersiz anket çalışmadan çıkarılmıştır. Kalan 187 katılımcının verileri incelenerek, yapılacak analizlerin bu aşama için yeterli olacağına karar verilmiştir. Bu çalışma için 187 çocuğa yüz yüze, sessiz ve anket doldurmaya uygun herhangi bir ortamda, 187 ebeveynlere ise çevrim içi anket tekniği ile uygulamalar yapılmıştır. Ebeveynlere Yenilenmiş Connors Ebeveyn Derecelendirme Ölçeği (3-

17 Yaş), Çocukluk Çağı Olumsuz Yaşantılar Ölçeği ve Kısa Psikolojik Sağlamlık Ölçeği uygulanmıştır. Ölçekler anket yöntemiyle çevrim içi olarak ebeveynlere ulaştırılmıştır. Çocuklara yüz yüze uygulanan ölçekler Çocuklar İçin Aile İlişkileri Ölçeği ve Durumluk-Sürekli Kaygı Ölçeği (Çocuk Formu) anketleridir.

Mevcut çalışmaya katılan çocukların 87'si (%46,5) kız, 100'ü (%53,5) ise erkektir. Yaş ortalamaları değerlendirildiğinde 9,2 olduğu görülmektedir (S.S=0,39). Araştırmaya katılan ebeveynlerin ise 164'ünü (%87,7) anneler, 23'ünü (%12,3) ise babalar oluşturmaktadır. Katılımcı anne-babaların yaş aralığı 27 ile 56 aralığındadır. Katılımcı anne-babaların yaş ortalamaları değerlendirildiğinde ise 39,7 olduğu görülmektedir (S.S = 5,3).

3. Veri Toplama Araçları

3.1.Demografik Bilgi Formu

Katılımcıların sosyo-demografik bilgilerinin belirlenmesi adına kişisel bilgi formu yazar tarafından oluşturulmuştur. Çocuklar için yaş ve cinsiyet bilgileri alınırken, ebeveynler için ise yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu ve çalışma durumu bilgileri alınmıştır.

3.2.Yenilenmiş Conners Ebeveyn Derecelendirme Ölçeği (3-17 Yaş) (CADÖ- Y/U)

Ölçeği öncelikle Conners (1998) DEHB belirti taramasında çalışılmak üzere geliştirmiştir. Ölçme aracının Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışması Kaner ve arkadaşları (2011) tarafından yapılmıştır . 80 madde ve 7 alt boyuttan oluşan ölçek Likert tipi derecelendirmeye sahiptir. Ölçeğin alt boyutlarından elde edilen puanların yüksek olması dikkat bozukluğunun fazla olduğunu göstermektedir. Ölçeğin bireylere uygulanabileceği yaş aralığı 3-17 yaş aralığıdır. Ölçeğin 7 adet alt boyutu vardır. Alt boyutlar Psikosomatik Belirtiler, Sosyal Problemler, Kaygı/ Utangaçlık, Mükemmelliyetçilik, Hiperaktivite, Bilişsel Problemler/Dikkatsizlik ve Karşı Gelme'dir. Bununla birlikte DSM-IV tanı maddelerini kapsayacak şekilde, DEHB kriterlerini incelemek amacıyla DEHB İndeksi, Global İndeks ve DSM-IV İndeksi alt boyutları da uygulamada kullanılmaktadır. Bu çalışmada Bilişsel Problemler/Dikkatsizlik ve Kaygı/Utangaçlık alt boyutları kullanılmıştır. Yenilenmiş Conners Ebeveyn Derecelendirme Ölçeği Uzun Formu'nun Türkçe'ye geçirilmesinde iki yarı test güvenilirlik değerleri 0,62-0,88, Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı değerleri 0,60-0,87 aralığındadır (Kaner, 2011).

Yenilenmiş Conners Ebeveyn Derecelendirme Ölçeği (3-17 Yaş) (CADÖ- Y/U) bu çalışmada 2 alt boyutta değerlendirmeye alınmıştır. Bu boyutlar araştırma soruları neticesinde "Bilişsel Problemler/Dikkatsizlik" ve "Kaygı-Utangaçlık" olarak belirlenmiştir. Araştırmada gerçekleştirilen güvenilirlik analizi sonucunda elde edilen bulgular araştırma ölçeğinin güvenilir olduğu yönündedir. Elde edilen Cronbach Alpha değeri dikkatsizlik boyutu için 0,87, kaygı boyutu için 0,77'dir. Literatürde Cronbach Alfa katsayısını değerlendirebilmek için farklı sınıflamalar bulunmaktadır. Yaygın olarak kullanılan yaklaşıma göre (George D, & Mallery P., 2003) bu değerler kabul edilebilir sınırlar içerisindedir. Bu çalışmada yapı

geçerliliğine dair kanıtlar elde etmek için yapılan DFA sonucunda ölçeğin dikkatsizlik ve kaygı alt boyutları için uyum iyiliği değerleri $\chi^2(298,518)$, χ^2/df (1,766) NFI (.78) CFI (.88) RMSEA (0,062) kabul edilebilir aralıktadır. Browne ve Cudeck (1992)'e göre RMSEA değerinin 0,05'ten küçük olması gerekmektedir. Fakat bu indeksin 0,08'e kadar çekilebileceği de bildirilmektedir.

3.3.Durumluk-Sürekli Kaygı Ölçeği (Çocuk Formu) (ÇDSKE)

Ölçek Spielberger (1973) tarafından çocuklardaki kaygı düzeyi değerlendirilmesinde durumluk ve sürekli kaygı düzeyini ve kaygıya yatkınlığı ölçebilmek amacıyla geliştirilmiştir. Ölçeğin Türkçe uyarlaması, geçerlilik ve güvenirlik çalışması Özusta (1995) tarafından yapılmıştır. Ölçek, durumluk kaygı ve sürekli kaygı olmak üzere 2 alt boyuttan oluşmaktadır. Her bir alt boyut 20 maddedir ve ölçeğin toplamı 40 madden oluşmaktadır. Ölçekte her madde 1-3 arasında puanlanmaktadır. Ölçek, 9-12 yaş aralığında yer alan çocuklara uygulanabilmektedir. Ölçeğin Türkçe uyarlama çalışmasında, Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı durumluk kaygı boyutu için 0,82, sürekli kaygı boyutu için ise 0,81 olarak tespit edilmiştir. Durumluk boyutu için test, tekrar-test güvenirlik katsayısı 0,60, sürekli boyutu için test, tekrar-test güvenirlik katsayısı ise 0,65'tir (Özusta, 1995).

Durumluk-Sürekli Kaygı Ölçeği (Çocuk Formu) (ÇDSKE)'nin araştırma içi güvenirlik analizini hesaplayabilmek amacıyla yapılan değerlendirmede ölçeğin güvenilir olduğu görülmektedir. Cronbach Alfa değeri durumluk kaygı boyutu için 0,87, sürekli kaygı boyutu için 0,83'dür. Bu çalışmada yapı geçerliliğine dair kanıtlar elde etmek için yapılan DFA sonucunda ölçeğin durumluk ve sürekli kaygı alt boyutları için uyum iyiliği değerleri $\chi^2(1395,481)$, χ^2/df (1,888) NFI (.50) CFI (.66) RMSEA (0,067) kabul edilebilir aralıktadır. Toplam örneklem için modelin uyum indeksleri değerlendirildiğinde, modelin χ^2/df değerinin 3'ün altında olmasından ötürü kabul edilebilir bir uyum gösterdiği görülmektedir (Browne ve Cudeck, 1992).

3.4.Kısa Psikolojik Sağlamlık Ölçeği (KPSÖ)

Ölçek, Smith (2008) tarafından bireylerde psikolojik sağlamlığın değerlendirilmesi amacıyla geliştirilmiştir. Ölçeğin Türkçe uyarlaması, geçerlilik ve güvenirlik çalışması Doğan (2015) tarafından yapılmıştır. Likert tipinde, toplamda 6 maddeye sahip bir ölçektir. Her madde 1-5 aralığında puan almaktadır. Toplam puanın yüksek olması, psikolojik sağlamlığın da yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Ölçek, yetişkinlere uygulanabilen bir yapıdadır. Madde analizi toplam korelasyon değerleri Türkçe uyarlamasında 0,49 ile 0,66 arasında değişmektedir. İç tutarlılık katsayısı ise 0,83 bulunmuştur (Doğan, 2015).

Kısa Psikolojik Sağlamlık Ölçeği (KPSÖ)'nin araştırma içi güvenirlik analizleri yapılmıştır. Buna göre ölçek araştırma için yeterli güvenirliğe sahiptir. Cronbach Alpha değeri 0,66'dır. Bu çalışmada yapı geçerliliğine dair kanıtlar elde etmek için yapılan DFA sonucunda uyum iyiliği değerleri $\chi^2(54,627)$, χ^2/df (6,070) NFI (.76) CFI (.78) RMSEA (0,160) kabul edilebilir aralıkta bulunmuştur

3.5.Çocukluk Çağı Olumsuz Yaşantılar Ölçeği (ÇÇOY)

Ölçek, CDC ve Permanente (1997) tarafından bireylerde görülen travma yaşantılarını değerlendirmek amacıyla geliştirilmiştir. Ölçeğin Türkçe uyarlaması, geçerlilik ve güvenirlik analizleri Gündüz ve arkadaşları (2018) tarafından yapılmıştır. Ölçek 10 maddeden oluşmaktadır. Ölçekte her ‘Evet’ cevabı 1 puan olarak değerlendirilmektedir. Toplam puanın yüksek olması travmatik yaşantıların fazla olduğunu ifade etmektedir. Yetişkin ölçeği olarak kullanılmaktadır. Sorularda taranan alt başlıklar, ihmal, cinsel istismar, şiddet, fiziksel istismar ve kötüye kullanım gibi başlıklardan oluşmaktadır. Ölçeğin Türkçe uyarlamasında Cronbach Alfa güvenirlik katsayısı 0,74 bulunmuştur (Gündüz ve ark., 2018).

Çocukluk Çağı Olumsuz Yaşantılar Ölçeği (ÇÇOY)’nin araştırma içi güvenirlik analizleri yapılmıştır. Buna göre ölçek araştırma için yeterli güvenirliğe sahiptir. Cronbach Alpha değeri 0,71’dir. Bu çalışmada yapı geçerliliğine dair kanıtlar elde etmek için yapılan DFA sonucunda uyum iyiliği değerleri $\chi^2(86,450)$, $\chi^2/df (2,470)$ NFI (,74) CFI (,81) RMSEA (0,086) kabul edilebilir aralıktadır.

3.6.Çocuklar İçin Aile İlişkileri Ölçeği (ÇAİÖ)

Ölçek, çocuklar tarafından algılanan aile işlevselliği düzeyini ölçebilmek amacıyla başarılı ailelerin özelliklerinin anlatıldığı Krysan, Moore ve Zill’in (1990) çalışmasından hareketle, Demirtaş Zorbaz ve Korkut Owen (2013) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek 20 maddedir. Engelleyici Aile İlişkileri ve Destekleyici Aile İlişkileri şeklinde 2 alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçek 1-3 puan aralığında puanlanan, Likert tipinde bir ölçektir. Engelleyici Aile İlişkileri ile ilişkili maddelerden alınan puanların yüksekliği, çocuklarda aile ilişkilerinin olumsuz ve sağlıklı ifade edildiği şeklinde değerlendirilmektedir. Destekleyici Aile İlişkileri ile ilişkili maddelerden alınan puanların yüksekliği, çocuklarda aile ilişkilerinin olumlu ve sağlıklı ifade edildiği şeklinde değerlendirilmektedir. Ölçek 9-12 yaş aralığında bulunan, 4. veya 5. Sınıf öğrencisi çocuk katılımcılara hitap etmektedir. Türkçe uyarlama çalışmaları için yapılan iki farklı analizde Cronbach Alfa katsayıları Destekleyici Aile İlişkileri alt boyutu için, 0,76 ve 0,78, Engelleyici Aile İlişkileri alt boyutu için 0,82 ve 0,84, şeklinde hesaplanmıştır. Geçerlilik analizinde ise 0,41 ve 0,89 aralığında değerler elde edilmiştir (Demirtaş Zorbaz ve Korkut Owen, 2013).

Çocuklar İçin Aile İlişkileri Ölçeği (ÇAİÖ), engelleyici ve destekleyici aile ilişkileri olmak üzere 2 alt boyuttan oluşan ölçeğe araştırma içi güvenirlik analizi yapılmıştır. Engelleyici aile ilişkileri alt boyutunun Cronbach Alpha değeri 0,73, destekleyici aile ilişkileri alt boyutunun Cronbach Alpha değeri 0,79 bulunmuştur. Bu çalışmada yapı geçerliliğine dair kanıtlar elde etmek için yapılan DFA sonucunda ölçeğin engelleyici ve destekleyici aile ilişkileri alt boyutları için uyum iyiliği değerlerinin $\chi^2(278,405)$, $\chi^2/df (1,647)$ NFI (,69) CFI (,84) RMSEA (0,057) kabul edilebilir aralıkta olduğu görülmüştür.

4. Verilerin Toplanması ve Veri Analizi

Uygulamalara başlanmadan önce katılımcı ebeveynlerden kendileri ve çocukları için onay alınmış ve etik kurul izni çıkarılmıştır. Ölçme araçlarının yer aldığı anketler ebeveynlere çevrim içi şekilde uygulanmıştır. Çocuklara uygulanan ölçekler kâğıt kalem testleri şeklinde ve yüz yüze uygulanmıştır. Ebeveynlere ve çocuklara farklı ölçekler uygulanmıştır. Ebeveynlere kendilerinin çocukluk çağı olumsuz yaşantılarını değerlendirebilmeleri amacıyla Çocukluk Çağı Olumsuz Yaşantılar Ölçeği, psikolojik sağlamlıklarını değerlendirebilmeleri amacıyla Kısa Psikolojik Sağlamlık Ölçeği ve son olarak çocuklarının dikkat düzeylerini ölçümledikleri Yenilenmiş Connors Ebeveyn Derecelendirme Ölçeği (3-17 Yaş) uygulanmıştır. Çocuklara ise aile ilişkilerini değerlendirebilmeleri için Çocuklar İçin Aile İlişkileri Ölçeği, kendi kaygı düzeylerini değerlendirebilmeleri için Durumluk-Sürekli Kaygı Ölçeği (Çocuk Formu) uygulanmıştır. Verilerin analizinde IBM SPSS V.25 paket programı kullanılmış ve betimsel istatistikler ile birlikte araştırmanın amacı doğrultusunda Pearson korelasyon ve hiyerarşik regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Yapı geçerliliği analizlerinde Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA) için AMOS programı kullanılmıştır.

5. Bulgular

5.1. Betimsel İstatistik Bulguları

Araştırmanın tüm değişkenlerine özgü normallik analizleri basıklık çarpıklık değerlerine (-3 ila +3) göre gerçekleştirilmiştir (Kline, 2011). Çarpıklık ve basıklık değerleri boyutlar üzerinden hesaplanmıştır. Bu analize göre değişkenlerin normal dağıldığı bulunmuştur. Analizde uç değerlere rastlanmamıştır. Ölçeğin eksik doldurulmasından kaynaklı olarak yalnızca 1 adet kayıp veri bulunmaktadır. Ortalamalar toplam puan üzerinden hesaplanmıştır. Değişkenlerin betimsel istatistik değerleri ile ilgili veriler Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1: Betimsel İstatistikler

Ölçüm	Değişken	Ort.	S.S	Basıklık	Çarpıklık	α
Ebeveyn	Dikkat (çocuk-ebeveyn bildirimi)	6,57	0,42	1,63	1,29	0,88
	Kaygı (çocuk-ebeveyn bildirimi)	4,39	0,25	2,27	1,37	0,78
	Psikolojik Sağlamlık	23,19	0,26	-0,66	0,15	0,65
	Çocukluk Çağı Olumsuz Yaşantıları	1,09	0,11	2,18	1,65	0,71
Çocuk	Destekleyici Aile İlişkileri	25,02	0,27	-0,11	-0,68	0,80
	Engelleyici Aile İlişkileri	15,16	0,26	0,31	0,92	0,73
	Durumluk Kaygı (çocuk - öz bildirim)	32,14	0,52	0,49	0,67	0,87
	Sürekli Kaygı (çocuk - öz bildirim)	39,21	0,52	-0,27	-0,04	0,83

5.2. Korelasyon Analizi Sonuçları

Çalışmaya katılan bireylerin psikolojik sağlamlık, çocukluk çağı olumsuz yaşantıları, destekleyici-engelleyici aile ilişkileri, dikkat, durumluk-sürekli kaygı ve kaygı (çocuk-ebeveyn bildirimi) arasındaki ilişkiler Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon analiziyle değerlendirilmiştir (bkz. Tablo 2). Buna göre dikkat puanları ile sürekli kaygı, durumluk kaygı, ebeveyn kaygı, çocukluk çağı olumsuz yaşantıları ve engelleyici aile ilişkileri arasında pozitif yönde istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Dikkat puanları ile psikolojik sağlamlık ve destekleyici aile ilişkileri arasında negatif yönde istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir.

Sürekli kaygı ile durumluk kaygı, ebeveyn kaygı, çocukluk çağı olumsuz yaşantıları arasında pozitif yönde, destekleyici aile ilişkileri arasında negatif yönde istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Sürekli kaygı düzeyi ve psikolojik sağlamlık düzeyi arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Durumluk kaygı ile psikolojik sağlamlık, çocukluk çağı olumsuz yaşantıları, engelleyici aile ilişkileri arasında pozitif yönde, destekleyici aile ilişkileri arasında negatif yönde istatistiksel açıdan anlamlı ilişki olduğu görülmektedir. Durumluk kaygı ile ebeveyn kaygı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Ebeveyn Kaygı ile çocukluk çağı olumsuz yaşantıları arasında pozitif yönde, psikolojik sağlamlık arasında negatif yönde istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Ebeveyn kaygı ile destekleyici aile ilişkileri ve engelleyici aile ilişkileri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Psikolojik sağlamlık ve engelleyici aile ilişkileri arasında pozitif yönde istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Ancak psikolojik sağlamlık ile çocukluk çağı olumsuz yaşantıları ve destekleyici aile ilişkileri arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır.

Çocukluk çağı olumsuz yaşantıları ile destekleyici aile ilişkileri ve engelleyici aile ilişkileri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Destekleyici aile ilişkileri ile engelleyici aile ilişkileri arasında negatif yönde istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir.

Tablo 2: Değişkenler Arası Korelasyon Katsayıları

Değişken	1	2	3	4	5	6	7
1. Dikkat	-						
2. Sürekli Kaygı (çocuk-öz bildirim)	0,17*	-					
3. Durumluk Kaygı (çocuk-öz bildirim)	0,14*	0,51***	-				
4. Kaygı (çocuk-ebeveyn bildirimi)	0,28***	0,15*	-0,01	-			

5. Psikolojik Sağlamlık	-0,14*	0,11	0,14*	-0,24***	-		
6. Çocukluk Çağı Olumsuz Y.	0,19**	0,22**	0,15*	0,19**	-0,10	-	
7. Destekleyici Aile İlişkileri	-0,30***	-0,31***	-0,37***	0,02	0,00	-0,09	-
8. Engelleyici Aile İlişkileri	0,28***	0,35***	0,45***	-0,03	0,14*	0,06	-0,56**

*p < 0,05, **p < 0,01, ***p < 0,001

5.3. Regresyon Analizi Sonuçları

Araştırmanın değişkenlerinin kaygı ve dikkat düzeyini yordama seviyesinin değerlendirilebilmesi için üç tane hiyerarşik regresyon analizi uygulanmıştır. Regresyon analizi ile ebeveynlerin psikolojik sağlamlığının, olumsuz çocukluk çağı yaşantılarının ve aile ilişkilerinin çocuklarının “sürekli kaygı”, “durumluk kaygı” ve “dikkat” düzeyini yordayıcılığı farklı farklı regresyon analizleri ile değerlendirilmiştir.

Ebeveynin psikolojik sağlamlığı, olumsuz çocukluk çağı yaşantıları ve destekleyici-engelleyici aile ilişkilerinin, çocukların dikkat düzeyini yordayıp yordamadığını belirlemek için yapılan hiyerarşik regresyon analizine (bkz. Tablo 3). göre birinci adımda denkleme giren psikolojik sağlamlık ($\beta = -0,145$; $t = -1,989$; $p < 0,001$) toplam varyansın %1’ ini açıklamaktadır (Düz. $R^2 = 0,016$; $F_{1,184} = 3,957$; $p = 0,048$). İkinci adımda denkleme giren çocukluk çağı olumsuz yaşantıları ($\beta = 0,177$; $t = 2,449$; $p = 0,015$), psikolojik sağlamlıkla birlikte toplam varyansın %4’ünü açıklamaktadır (Düz. $R^2 = 0,042$; $F_{2,183} = 5,032$; $p = 0,007$). Üçüncü adımda denkleme giren destekleyici aile ilişkileri ($\beta = -0,294$; $t = -4,242$; $p < 0,001$), psikolojik sağlamlık ve çocukluk çağı olumsuz yaşam olayları ile birlikte toplam varyansın %12’sini açıklamaktadır (Düz. $R^2 = 0,137$; $F_{3,182} = 9,666$; $p < 0,001$). Dördüncü adımda denkleme giren engelleyici aile ilişkileri ($\beta = 0,193$; $t = 2,304$; $p = 0,022$), psikolojik sağlamlık, çocukluk çağı olumsuz yaşantıları ve destekleyici aile ilişkileriyle birlikte toplam varyansın %14’ünü açıklamaktadır (Düz. $R^2 = 0,143$; $F_{4,181} = 8,748$; $p < 0,001$).

Tablo 3: Psikolojik Sağlamlık, Çocukluk Çağı Olumsuz Yaşantıları, Destekleyici Aile İlişkileri ve Engelleyici Aile İlişkilerinin Dikkat Düzeyine Dair Yordayıcı Etkisine Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi

Adım	Yordayan Değişken	R^2	Düz. R^2	F	β	t	p
1	Psikolojik Sağlamlık	0,021	0,016	3,957*	-0,145	-1,989	< 0,001
2	Psikolojik Sağlamlık Çocukluk Çağı Olumsuz Yaşantı	0,052	0,042	5,032**	-0,127 0,177	-1,761 2,449	0,080 0,015
3	Psikolojik Sağlamlık Çocukluk Çağı Olumsuz Yaşantı Destekleyici Aile İlişkileri	0,137	0,123	9,666***	-0,128 0,148 -0,294	-1,857 2,127 -4,242	0,065 0,035 < 0,001
4	Psikolojik Sağlamlık Çocukluk Çağı Olumsuz Yaşantı Destekleyici Aile İlişkileri Engelleyici Aile İlişkileri	0,162	0,143	8,748***	-0,158 0,143 -0,185 0,193	-2,275 2,076 -2,225 2,304	0,024 0,039 0,027 0,022

Yordanan değişken: Dikkat; *p < 0,05, **p < 0,01, ***p < 0,001

Ebeveynin psikolojik sağlamlığı, olumsuz çocukluk çağı yaşantıları ve destekleyici-engelleyici aile ilişkilerinin, çocukların durumluk kaygı düzeyini yordayıp yordamadığını belirlemek için yapılan hiyerarşik regresyon analizine (bkz. Tablo 4) göre birinci adımda denkleme giren psikolojik sağlamlık ($\beta = 0,149$; $t = 2,040$; $p = 0,043$) toplam varyansın %1'ini açıklamaktadır (Düz. $R^2 = 0,017$; $F_{1,184} = 4,162$; $p = 0,043$). İkinci adımda denkleme giren çocukluk çağı olumsuz yaşantıları ($\beta = 0,171$; $t = 2,359$; $p = 0,019$), psikolojik sağlamlıkla birlikte toplam varyansın %4'ünü açıklamaktadır (Düz. $R^2 = 0,041$; $F_{2,183} = 4,916$; $p = 0,008$). Üçüncü adımda denkleme giren destekleyici aile ilişkileri ($\beta = -0,366$; $t = 5,433$; $p < 0,001$), psikolojik sağlamlık ve çocukluk çağı olumsuz yaşam olayları ile birlikte toplam varyansın %17'sini açıklamaktadır (Düz. $R^2 = 0,170$; $F_{3,182} = 13,629$; $p < 0,001$). Dördüncü adımda denkleme giren engelleyici aile ilişkileri ($\beta = 0,324$; $t = 4,083$; $p < 0,001$), psikolojik sağlamlık, çocukluk çağı olumsuz yaşantıları ve destekleyici aile ilişkileriyle birlikte toplam varyansın %23'ünü açıklamaktadır (Düz. $R^2 = 0,236$; $F_{4,181} = 15,269$; $p < 0,001$).

Tablo 4: Psikolojik Sağlamlık, Çocukluk Çağı Olumsuz Yaşantıları, Destekleyici Aile İlişkileri ve Engelleyici Aile İlişkilerinin Durumluk Kaygı Düzeyine Dair Yordayıcı Etkisine Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi

Adım	Yordayan Değişken	R^2	Düz. R^2	F	β	t	p
1	Psikolojik Sağlamlık	0,022	0,017	4,162*	0,149	2,040	0,043
2	Psikolojik Sağlamlık Çocukluk Çağı Olumsuz Yaşantı	0,051	0,041	4,916**	0,166 0,171	2,291 2,359	0,023 0,019
3	Psikolojik Sağlamlık Çocukluk Çağı Olumsuz Yaşantı Destekleyici Aile İlişkileri	0,183	0,170	13,629***	0,164 0,134 -0,366	2,443 1,984 -5,433	0,016 0,049 < 0,001
4	Psikolojik Sağlamlık Çocukluk Çağı Olumsuz Yaşantı Destekleyici Aile İlişkileri Engelleyici Aile İlişkileri	0,252	0,236	15,269***	0,114 0,126 -0,184 0,324	1,741 1,934 -2,342 4,083	0,083 0,055 0,020 < 0,001

Yordanan değişken: Durumluk Kaygı; * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$

Ebeveynin psikolojik sağlamlığı, olumsuz çocukluk çağı yaşantıları ve destekleyici-engelleyici aile ilişkilerinin, çocukların sürekli kaygı düzeyini yordayıp yordamadığını belirlemek için yapılan hiyerarşik regresyon analizine (bkz. Tablo 5) göre birinci adımda denkleme giren psikolojik sağlamlığın ($\beta = 0,111$; $t = 1,518$; $p = 0,131$) toplam varyansa anlamlı bir katkı sağlamadığı görülmektedir (Düz. $R^2 = 0,007$; $F_{1,184} = 2,303$; $p = 0,131$). İkinci adımda denkleme giren çocukluk çağı olumsuz yaşantıları ($\beta = 0,241$; $t = 3,366$; $p = 0,001$), psikolojik sağlamlıkla birlikte toplam varyansın %6'sını açıklamaktadır (Düz. $R^2 = 0,070$; $F_{2,183} = 6,882$; $p = 0,001$). Üçüncü adımda denkleme giren destekleyici aile ilişkileri ($\beta = -0,295$; $t = -4,308$; $p < 0,001$), psikolojik sağlamlık ve çocukluk çağı olumsuz yaşantıları ile birlikte toplam varyansın %14'ünü açıklamaktadır (Düz. $R^2 = 0,142$; $F_{3,182} = 11,215$; $p < 0,001$). Dördüncü adımda denkleme giren engelleyici aile ilişkileri ($\beta = 0,227$; $t = 2,753$; $p = 0,006$), psikolojik sağlamlık, çocukluk çağı olumsuz yaşantıları ve destekleyici aile ilişkileriyle birlikte toplam varyansın %17'sini açıklamaktadır (Düz. $R^2 = 0,172$; $F_{4,181} = 10,611$; $p < 0,001$).

Tablo 5: Psikolojik Sağlamlık, Çocukluk Çağı Olumsuz Yaşantıları, Destekleyici Aile İlişkileri ve Engelleyici Aile İlişkilerinin Sürekli Kaygı Düzeyine Dair Yordayıcı Etkisine Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi

Adım	Yordayan Değişken	R ²	Düz. R ²	F	β	t	p
1	Psikolojik Sağlamlık	0,012	0,007	2,303	0,111	1,518	0,131
2	Psikolojik Sağlamlık Çocukluk Çağı Olumsuz Yaşantı	0,070	0,060	6,882***	0,135 0,241	1,888 3,366	0,061 0,001
3	Psikolojik Sağlamlık Çocukluk Çağı Olumsuz Yaşantı Destekleyici Aile İlişkileri	0,156	0,142	11,215***	0,134 0,212 -0,295	1,961 3,079 -4,308	0,051 0,002 < 0,001
4	Psikolojik Sağlamlık Çocukluk Çağı Olumsuz Yaşantı Destekleyici Aile İlişkileri Engelleyici Aile İlişkileri	0,190	0,172	10,611***	0,099 0,206 -0,167 0,227	1,448 3,043 -2,046 2,753	0,149 0,003 0,042 0,006

Yordanan değişken: Sürekli Kaygı; *p < 0,05, **p < 0,01, ***p < 0,001

6. Tartışma

Mevcut çalışmanın amacı kapsamında, temel değişkenler, ebeveynin psikolojik sağlamlığı ile olumsuz çocukluk çağı yaşantıları, engelleyici-destekleyici aile ilişkileri ve çocuğun durumluk-sürekli kaygısı ve dikkat düzeyi arasında anlamlı ilişkiler olup olmadığına bakılmıştır. Araştırmanın bulgularına göre çocukların dikkat ve durumluk-sürekli kaygı düzeyi ile ebeveynin çocukluk çağı olumsuz yaşantıları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler elde edilmiştir. Çocukluk çağı travma öyküleri fazla olan ebeveynlerin, çocukları olduğunda onları ihmal ve istismar yaşantısına maruz bırakma oranlarının daha fazla olması muhtemel olduğundan, bu çocuklarda DEHB semptomlarının görülme düzeyinin arttığını, genel hatlarıyla ebeveyne ait özelliklerin, çocuklarda görülen DEHB belirtileriyle bağlantılı olduğunu aktaran araştırmalar bulunmaktadır (Dilmenler, 2019; Gül ve Gürkan, 2016). Aynı zamanda çocukluk çağı olumsuz yaşantılarının, anne-babalarda psikolojik bozukluklara sebep olduğu hallerde, ailede yaşanan sağlıklı ve güvensiz ortamdan dolayı çocuklarda görülen kaygı miktarlarının artabilmektedir (Buldukoğlu ve ark., 2011). Çocukların bilişsel becerilerinin ebeveynin çocukluk çağı travmalarıyla ilişkili olduğu, çocukluk çağına duygusal olarak ihmal geçmiş olan ve duygu düzenleme yeteneğinde sorunlar yaşayan ebeveynlerin çocuklarının dikkat problemlerinin diğer bireylere göre daha fazla olabileceği düşünülmektedir (Coşgun, 2019; Karadeniz Sarısakal, 2022).

Mevcut çalışmanın sonuçlarına göre çocukların dikkat ve kaygı düzeyi, ebeveynin psikolojik sağlamlığı ile anlamlı düzeyde ilişkilidir. Ortaya çıkan bu sonuca göre ebeveynin psikolojik sağlamlık düzeyi arttıkça, çocuklarında dikkat sorunları artmaktadır. Bu sonuç araştırmanın sürpriz sonuçlarından biridir. Ebeveynin psikolojik sağlamlığının daha fazla olduğu durumlarda çocukta beklenen dayanma gücünün daha fazla olacağı, bunun da dikkat problemlerine nedenolabileceği şeklinde yorumlanmıştır. Çocuktan beklentinin arttığı durumlarda ise kaygının her bakımdan artacağı düşünülmektedir. Çocuk gelişimi açısından ailesel zorlukların incelendiği çalışmalarda, anne-babanın psikolojik sağlamlığı, annenin psikiyatrik probleminin olması, ebeveynlerden birinde psikopatoloji

olması, stres yönetiminde zorlukların yaşandığı bir aile ortamı, başarısız aile yapısı çocuklarda psikiyatrik problem yaşanma ihtimalini arttırabilmektedir (Biederman, 1995; Biederman, Faraone ve Monuteaux, 2002; Coşgun, 2019; Rutter ve ark., 1975). Ansızın gelişen zorlayıcı yaşam olaylarında, psikolojik sağlık seviyesi yüksek olan anne-babaların kaygı düzeyinin daha düşük olduğu yapılan çalışmalar tarafından bildirilmektedir. Bu kapsamda ebeveyn kaygı düzeyi yüksek olduğunda, çocukta görülen kaygı düzeyinin de yükselebileceği düşünüldüğünde, alan yazındaki araştırmalara göre çocuğun kaygı düzeyi ebeveynin psikolojik sağlık düzeyi ile ilişkili olabilmektedir (Artan, Atak, Cebeci ve Kahraman, 2020; Baykal, 2020; Şahin ve Görünmez, 2022).

Bu çalışmanın sonuçlarına göre aile ilişkileri değişkeni analizlerinde istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler görülmüştür. Çocukların durumluk-sürekli kaygı ve dikkat düzeyi, destekleyici ve engelleyici aile ilişkileri olarak iki boyut şeklinde değerlendirilen aile ilişkileri değişkeni ile ilişkili bulunmuştur. Engelleyici aile ilişkileri boyutu değerlendirildiğinde, çocukların kaygı ve dikkat düzeyleriyle engelleyici aile ilişkileri arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunmuştur. Bu sonuçlara göre engelleyici aile ilişkileri algısı yükseldikçe çocuklardaki kaygı ve dikkat problemleri de yükselebilmektedir. Destekleyici aile ilişkileri boyutu değerlendirildiğinde çocuğun kaygı ve dikkat düzeyi ile destekleyici aile ilişkileri arasında negatif yönlü anlamlı ilişki bulunmuştur. Destekleyici aile ilişkileri algısı arttıkça çocukların dikkat ve kaygı problemleri azalabilmektedir. Ebeveyn-çocuk arasındaki ilişkinin şekli, anne-babaların çocuk yetiştirmede kullandıkları yöntemler, çocuklarda ortaya çıkabilecek dikkat eksikliği, kaygı gibi patolojik durumlarla ilişkili olabilir. Buna uygun olarak sosyal kaygının incelendiği bir araştırmada, sosyal kaygı düzeyi yüksek bulunan çocukların anne-babalarının, daha fazla otoriter ve koruyucu ebeveyn tutumu sergilediği görülmüştür (Erkan, 2002). Çocukların sağlıklı gelişimi, ailenin pozitif ebeveyn tutumu sergilemesi, destekleyici bir bakış açısıyla yaklaşması ve ailede başarılı iletişim yöntemleri kullanılmasından etkilenebilmektedir. Dikkat ve kaygı düzeyinin yüksek olduğu ailelerde otoriter ve aşırı koyucu ebeveynlik stiline daha fazla kullanıldığı, dikkat ve kaygı düzeyinin düşük olduğu ailelerde ise demokratik ebeveynlik stiline daha baskın olarak kullanıldığı görülmektedir (Ahmadova, 2019; Aydın, 2003; Bethell ve ark., 2017; Nazhoğlu, 2019; Uddin ve ark., 2020; Ulusoy, 2006; Wang ve Zhang, 2012). Benzer çalışmalarda ailede sağlıklı iletişimin var olduğu, çatışmanın yüksek olduğu ve ev içinde işlev bozuklukları görülen ailelerde çocukların DEHB tanısı alma oranının daha yüksek olabileceği sonucuna varılmıştır (Biederman, Newcorn ve Sprich, 1991; Çöp, Çengel Kültür, Şenses Dinç, 2017; Faraone ve Biederman, 1998; Uzun, Uçar ve Vural, 2019).

Mevcut araştırmada ebeveynlerden çocuklarının kaygı düzeyini değerlendirmeleri istenmiştir. Çocukların kendilerini değerlendirdikleri durumluk-sürekli kaygı düzeyi puanlarıyla, ebeveynlerin çocuklarının kaygılarını değerlendirdikleri kaygı puanları arasındaki ilişkiye bakılmıştır. Ebeveyn bildirimli çocuk kaygı düzeyi ile çocuğun sürekli kaygı düzeyi arasında anlamlı ilişkiler görülmüştür. Ancak ebeveyn bildirimli çocuk kaygı düzeyi ile çocuğun durumluk kaygı düzeyi arasında anlamlı ilişkiler bulunamamıştır. Durumluk kaygı literatürde yapılan çalışmalara bakıldığında dikkat ve yürütücü işlevler üzerinde daha fazla etkili olabilmektedir. Yürütücü işlevler ve dikkat başarısı yüksek ise,

durumluk kaygının düşük olduğu görülmektedir. Benzer şekilde yürütücü işlevler ve dikkat başarısı düşük ise, durumluk kaygının yüksek olduğu görülmektedir (Bulak, 2021). Mevcut çalışma sonucu bize ebeveynlerin çocukların durumluk kaygı düzeyi ile ilgili farkındalığa sahip olamayabildiklerini göstermektedir. Ebeveynlik becerilerinde bilinçli farkındalığın çok önemli olduğu, farkındalığı yüksek ebeveynlerin çocuklarının gelişimsel olarak daha olumlu becerilere sahip olduğu, ebeveynin bilinçli farkındalığı arttıkça çocuklardaki davranış ve kaygı sorunlarının da azalabildiği görülmektedir (Işık, 2020). Mevcut araştırma sonucunda ebeveynin, çocuklarında sürekli kaygı olarak ifade edilen, kronikleşmiş kaygı problemleri ile ilgili farkındalığa sahip olduğu; ancak durumluk kaygı olarak ifade edilen, ansızın yaşanan ya da dönemlik belirtiler gösteren kaygı problemlerinin farkında olamayabildiğini göstermektedir. Bu sonuç, çocuk gelişiminde bilişsel ve psikolojik faktörler göz önünde bulundurulduğunda, ebeveyne ait özelliklerin önemli ve belirleyici olduğu görüşüyle yola çıkan mevcut çalışma için önemlidir.

Literatürde yapılan çalışmalar incelendiğinde iletişim, duygusal tepki verebilme, kontrollü davranış sergileyebilme becerisi zayıf ve bozuk aile işlevselliği gösteren ailelerin çocuklarında dikkat eksikliği belirtilerinin daha fazla olabildiği görülmektedir (Börekçi, 2017). Çocuk eğitiminde kontrolcü ve otoriter ebeveynlik tarzıyla yaklaşım gösteren ebeveynlerin, kendi kaygılarını ve gündemlerini çocuk üzerinde uygulamasının çocukta görülen dikkat düzeyini anlamlı olarak yordadığı ifade edilmektedir (Willoughby, 2020). Bu bakış açısıyla değerlendirildiğinde, ebeveynlerden kaynaklanan özellikler çocukların dikkat düzeylerini açıklayabilmektedir. Ancak mevcut çalışma genel olarak değerlendirildiğinde çalışmada incelenmiş olan ebeveyn özellikleri ve aile ilişkileri değişkeni çocuklardaki dikkat düzeyinin daha az bir kısmını açıklayabilmektedir. Ebeveyn özellikleri ve ailenin yapısı dikkat düzeyini yordayabilmektedir. Tüm bu bilgiyle beraber genetik ve nörolojik alt yapının da dikkate alınması gerekmektedir. Aynı zamanda ebeveyn-çocuk arasındaki ilişkinin niteliği de kişilerde görülen kaygı düzeyini yordamaktadır (Akdağ, 2017). Çalışmalardan birinde ebeveynin iyimserlik düzeyinin de kaygı ile ilişkili olduğu görülmüştür. Buna göre annelerin iyimserlik düzeyi çocuklarının kaygı düzeyini yordamaktadır. Kaygı düzeyi düşük olan çocukların ebeveynleriyle yakın ilişkiler kurabildiği görülmektedir (Tongar, 2020). Olumsuz çocukluk çağı yaşantıları yüksek düzeyde olan ebeveynlerin çocuklarının sürekli kaygı düzeylerinin de yüksek olabildiği bildirilmektedir (Buldukoğlu ve ark., 2011). Literatürdeki çalışmalarda ebeveyne ait özelliklerin ya da durumların çocuklarda bulgularan kaygı düzeyini yordayabildiği görülmektedir. Ebeveyne güvenli bağlanma ve benlik saygısının özellikle orta çocukluk döneminde kaygıyı anlamlı derecede yordayabileceği görülmektedir (Sümer ve Şendağ, 2009). Tüm sonuçlar değerlendirildiğinde kaygı problemlerinin, dikkat becerilerine göre daha fazla ailesel temelli olduğu anlaşılabılır. Dikkat problemlerinin nörolojik ve genetik temellerden etkilenme seviyesinin, kaygı problemlerinden daha fazla olduğu söylenebilir. Bu konuda bundan sonra yapılacak çalışmalarda 9-10 yaş çocuklarının dikkat ve kaygı seviyelerini değerlendirebilmek için farklı teknikler ve bireysel çalışma yöntemleri tercih edilmesi daha verimli sonuçlar alınmasını sağlayabilir.

Sonuç

Mevcut araştırmada ebeveyn ve çocuk bağlamındaki kriterler ele alınmış ve aralarındaki ilişki değerlendirilmiştir. Genel anlamda çalışma sonuçlarına bakıldığında, yola çıkılan fikir doğrulanmış olup, olumsuz ebeveynlerin çocukluk çağı yaşantıları, psikolojik sağlamlığı ve aile içindeki aile ilişkilerinin niteliği, çocuklarının kaygı ve dikkat düzeyi ile ilişkili olabildiği görülmüştür. Bununla birlikte tüm değişkenler tek tek analiz edilerek dikkat ve kaygının yordanma düzeyi değerlendirilmiş, sonucun anlamlı olduğu görülmüştür. Çocuğun dikkat ve kaygı düzeyi ebeveynin olumsuz çocukluk çağı yaşantıları, psikolojik sağlamlığı ve aile ilişkileri değişkenleri tarafından yordanmaktadır. En dikkat çekici bulgulardan biri de ebeveynin çocuğuyla ilgili bildirdiği durumluk kaygı farkındalığına dair elde edilen sonuçlardır. Ebeveynin çocuğuyla ilgili bildirdiği kaygı düzeyi daha düşük bulunmakta iken, çocukların kendileriyle ilgili bildirdiği kaygı düzeyi daha yüksek bulunmaktadır. Bu dikkat çekici sonuç kapsamında devam eden benzer çalışmalarda ebeveynin bilinçli farkındalığına dikkat etmek, değişkenler arasında yer vermek ebeveyn özellikleri açısından daha güvenilir sonuçlar elde edilmesine yardımcı olacaktır.

Mevcut çalışma okul çağı çocuğunda en fazla gözlenmekte olan psikiyatrik problemlerden dikkat ve kaygı sorunlarının aile ve ebeveyn kaynaklı nedenlerini incelemeyi amaçlamıştır. Bu konuda biyolojik çalışmalar ağırlıktayken, çevresel faktörlere ve ailesel nedenlere odaklanan çalışma sayısı yetersizdir. Özellikle de dikkat sorunları çoğunlukla nörolojik nedenlere dayandırılmakta ve tedavide ilaç kullanımına ağırlık verilmektedir. Ancak son dönemde özellikle de çocuklarda dikkat eksikliği problemlerinin artışta olduğu görülmekte, bu kapsamda aile içi faktörlerin incelenmesi önemli görünmektedir. Tüm bu bilgiler ışığında mevcut araştırmanın dikkat ve yürütücü işlevler çalışmaları yapan araştırmacılar için daha kapsamlı bir bakış açısı ortaya koyduğu, literatüre önemli katkılarda bulunabileceği düşünülmektedir. Çocuk büyütürken her anne babanın kendi duygu dünyasından ve kendi çocukluğundan izler ortaya koyması çok beklendik bir durumdur. Çocuğuna daha koruyucu ya da daha otoriter bir tutumla yaklaşım gösteren ebeveynlerin çocukluk çağı olumsuz yaşantılarının daha fazla olması öngörülebilir. Bu konuda ebeveyn farkındalığının yüksek olması, psikolojik destek almak, bu yaşantıları aktarmada zinciri kırabilmek adına mücadele etmek kendi çocuklarına ve ebeveynlik deneyimlerine olumlu şekilde yansıyabilmektedir. Tam bu noktada psikolojik sağlamlık faktörü devreye girmektedir. Psikolojik sağlamlığı yüksek anne-babaların, sağlıklı bir aile ortamı sağlayabilmesi, bunun sonucunda da çocuklarının tüm alanlardaki gelişimlerine olumlu katkıda bulunabilmesi beklenebilir. Mevcut çalışmada da buna uygun şekilde ebeveynlerden kaynaklanan özelliklerin, çocukların zihinsel ve psikolojik gelişimleri ile ilişkili olduğu görülmüştür. Birçok çalışmada ebeveyn tutumlarına odaklanılmakta, dikkat ve kaygı ile ebeveyn tutumları ilişkisi değerlendirilmektedir. Mevcut araştırma aile dinamiklerinin önemine odaklanarak aile ilişkileri bağlamında değerlendirmeler yapmayı amaçlamaktadır.

Mevcut çalışmada çocukların ve ebeveynlerin ölçeklerde en doğru şekliyle işaretlemeler yaptıkları varsayılarak değerlendirmeler yapılmıştır. Tüm öz bildirime dayalı ölçeklerde ortaya çıkma ihtimali bulunan sınırlılıklar

bu çalışma için de geçerlidir. Katılımcıların kendilerini yanlış ifade etmeleri ya da ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili yanlış yanıtlar vermeleri ihtimalleri araştırmanın sınırlılıklarındandır. Sonraki çalışmalarda her iki ebeveyninden ayrı ayrı veri toplanması araştırmayı daha kapsamlı hale getirebilir ve daha güvenilir sonuçlara ulaştırabilir. Araştırmanın temel değişkeni olan dikkat düzeyinin değerlendirilmesinde ebeveyn bildirimli ölçekler kullanılmış olması, ölçeklerin taraflı bir şekilde doldurulmasının muhtemel olduğunu akla getirmektedir. Bundan kaynaklı olarak sonraki araştırmalarda dikkat düzeyinin değerlendirilmesinde çocuklara uygulanabilecek bireysel testlerin daha güvenilir sonuçlar ortaya çıkarabileceği düşünülmektedir. Mevcut çalışmanın literatür ve ölçek belirleme aşamasında 9-10 yaş grubuna uygulanabilecek ölçeklerin oldukça sınırlı olduğu görülmüştür. Uygulamalar sırasında da bu yaş grubuna yapılacak ölçek uygulamalarının oldukça meşakkatli olduğu görülmüştür. Özellikle ölçek ifadelerinin daha yalın, sade ve oldukça somutlaştırılmış olması önem arz etmektedir. Literatür incelendiğinde bu yaş grubu için belirtilen özelliklerdeki ölçeklere oldukça ihtiyaç olduğu görülmüştür. Mevcut çalışmada da uygulanan ölçeklerin 9-10 yaş grubu için kolay anlaşılabilir olmama ihtimali ve öz bildirim yöntemine dayalı olması araştırmanın sınırlılıkları arasındadır. Sonraki çalışmalarda daha nesnel yöntem ve teknikler kullanılması önerilmektedir.

Bu çalışmanın sonucunda aile eğitiminin önemi dikkat çekmektedir. Ebeveyn olmadan veya olduktan sonra da çocuk gelişimi ve eğitimi konusunda destek eğitimlerini tamamlamış, bir birey olarak da kendi benliğinin bilinçli farkındalığına varabilmiş bir ebeveynin aile kurma ve anne-baba olma noktasında daha sağlıklı bir gelişim sağlayacağı söylenebilir. Çocukların zihinsel ve duygusal sağlığına katkısı olan ebeveynlerin, çocukla ilişkilerinde daha olumlu yaklaşımlar tercih ettiği görülmektedir. Bu nedenle ebeveynlik öncesinde ya da ebeveynlik sonrasında eğitimlerin ve psikolojik destek almanın önemi göz ardı edilemez. Bireyi ve aileyi temel alan gelişmiş toplumlarda çocuk eğitimi konusunda kanunlaşmış yöntem ve teknikler ebeveynlerle paylaşılmalı ve sorun yaşandığı durumlarda kolaylıkla psikolojik desteğe ulaşılabilmelidir. Bununla birlikte de her birey ve her aile için bireysel farklılıklar da gözetilmelidir. Bu sayede sonraki nesillerde çocukların biyopsikososyal gelişiminin daha sağlıklı bir ilerleyişe sahip olabilmesi muhtemeldir.

Kaynakça

- Ahmadova, P. (2019). Annenin bağlanma özellikleri ile ebeveyn tutumları ve çocukların psikiyatrik, davranışsal durumu arasındaki ilişkisinin incelenmesi. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Aydın Üniversitesi, Aydın.
- Akdağ, C. (2017). Genç yetişkin bireylerin anne-babalarıyla kurdukları ilişki örüntüsünün romantik ilişkilerindeki kaygı ve kaçınma düzeylerini yordama gücü. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Alisinanoğlu, F. ve Ulutaş, İ. (2003). Çocukların kaygı düzeyleri ile annelerinin kaygı düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. Eğitim ve Bilim, 28(128), 65-71.
- Artan, T., Atak, I., Kahraman, M. ve Cebeci, F. (2020). Koronavirüs (covid-19) salgınında sosyodemografik özellikler, psikolojik sağlık ve kaygı düzeyleri

- arasındaki ilişki. *Turkish Studies*, 15(6), 79-94.
- Aydın, A. (2003). *Gelişim ve Öğrenme Psikolojisi*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Aydın, H., Diler, R. S., Yurdağül, E., Uğuz, Ş., & Şeydaoğlu, G. (2006). DEHB tanılı çocukların ebeveynlerinde DEHB oranı. *Klinik Psikiyatri Dergisi*, 9(2), 70-74.
- Baykal, E. (2020). Covid-19 bağlamında psikolojik dayanıklılık, kaygı ve yaşam doyumu ilişkisi. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 10(2), 68-80.
- Bedirhanbeyoğlu, H. (2018). *Çocukluk çağı travmaları, bilişsel duygu düzenleme stratejileri ve riskli davranışlar arasındaki ilişkiler*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Maltepe Üniversitesi, İstanbul.
- Bethell, C. D., Solloway, M. R., Guinasso, S., Hassink, S., Srivastav, A., Ford, D. ve Simpson, L. A. (2017). Prioritizing possibilities for child and family health: An agenda to address adverse childhood experiences and foster the social and emotional roots of well-being in pediatrics. *Academic Pediatrics*, 17(7), 36–50.
- Biederman, J., Newcorn, J., ve Sprich, S. (1991). Comorbidity of attention deficit hyperactivity disorder with conduct, depressive, anxiety, and other disorders. *The American Journal of Psychiatry*, 148(5), 564–577.
- Biederman, J. (1995). Family-environment risk factors for attention-deficit hyperactivity disorder. *Archives of General Psychiatry*, 52(6), 464-470.
- Biederman, J., Faraone, S. V. ve Monuteaux, M. C. (2002). Differential effect of environmental adversity by gender: Rutter's index of adversity in a group of boys and girls with and without adhd. *American Journal of Psychiatry*, 159(9), 1556–1562.
- Biederman, J. (2005). Attention - Deficit / Hyperactivity Disorder: A Selective Overview. *Biological Psychiatry*, 57(11), 1215-1220.
- Biederman, J. ve Faraone, S. V. (2005). Attention Deficit Hyperactivity Disorder. *American Journal of Psychiatry*, 201(168) - 195.
- Boullier, Mary; Blair, Mitch . (2018). Adverse childhood experiences. *Paediatrics and Child Health*, 28(3), 132–137. doi:10.1016/j.paed.2017.12.008
- Börekçi, B. (2017). Okul öncesi çocuklarda dikkat eksikliği hiperaktivite bozukluğu belirtilerinin, davranışsal, sosyal problemler, aile işlevselliği ve ebeveyn tutumları ile ilişkilerinin değerlendirilmesi. (Yüksek Lisans Tezi), Işık Üniversitesi, İstanbul.
- Browne, M. W., & Cudeck, R. (1992). Alternative Ways of Assessing Model Fit. *Sociological Methods & Research*, 21(2), 230-258.
- Bulak, B. (2021). He effects of state anxiety on attention and executive functions / durumluk kaygının dikkat ve yürütücü işlevler üzerindeki etkisi. (Yüksek Lisans Tezi), Yeditepe Üniversitesi, İstanbul.
- Buldukoğlu, K., Bademli, K., Göral, G., Karakaya, D. ve Keser, İ. (2011). Psikiyatrik hastalığı olan ebeveynle yaşamak. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 3(4), 683-703.
- Büyüköztürk, Ş. (2017). *Veri Analizi El Kitabı* (23. bs.). Ankara: Pegem Akademi
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2nd ed.).

- Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Conners, K. C., Sitarenios, G., Parker, J. D. A. ve Epstein, J. N. (1998). The revised conners' parent rating scale (cprs-r): Factor structure, reliability, and criterion validity. *Journal Abnormal Child Psycholgy*, 26(4), 68-257.
- Coşgun, B. (2019). Self-regulation in at-risk children: Exploring factors that affect cognitive functions in refugee children. (Yüksek Lisans Tezi), Boğaziçi Üniversitesi, İstanbul.
- Çakmaklı, K. Göktürk, Ü. Motavallı Mukaddes, N. Polvan, Ö. ve Tüzün, Ü. (2001). Çocuk ve Ergen Psikiyatrisi. İstanbul: Nobel Tıp Kitabevi.
- Çöp, E., Çengel Kültür, E. ve Şenses Dinç, G. (2017). Ana babalık tutumları ile dikkat eksikliği ve hiperaktivite bozukluğu belirtileri arasındaki ilişki. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 28(1), 25-32.
- Demirtaş Zorbaz, S. ve Korkut Owen, F. (2013). Çocuklar için aile ilişkileri ölçeğinin geliştirilmesi. *Turkish Psychological Counseling ve Guidance Journal*, 4(39), 58-67
- Dilmenler, H. (2019). Ebeveyn ve birincil bakım verenleri tarafından travma yaşadığı belirtilen ve belirtilmeyen çocuklarda travma sonrası duygusal stres ile dikkat eksikliği, hiperaktivite, dürtüsellik, karşı gelme sorunları ve davranım sorunları arasındaki ilişki. (Yüksek Lisans Tezi), Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.
- Doğan, T. (2015). Kısa psikolojik sağlamlık ölçeğinin Türkçe uyarlaması: Geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *The Journal of Happiness ve Well-Being*, 3(1), 93-102.
- Ercan, E. S., Kandulu, R., Uslu, E., Ardic, U. A., Yazici, K. U., Basay, B. K., Aydın, C., ve Rohde, L. A. (2013). Prevalence and diagnostic stability of ADHD and ODD in Turkish children: A 4-year longitudinal study. *Child and adolescent psychiatry and mental health*, 7(1), 30.
- Eysenck, M. W., Derakshan, N., Santos, R. ve Calvo, M. G. (2007). Anxiety and cognitive performance: Attentional control theory. *Emotion*, 7(2), 336-353.
- Faraone, S.V. ve Biederman, J. (1998). Neurobiology of attention-deficit hyperactivity disorder. 1998 Society of Biological Psychiatry. 44(10), 951-958.
- George, D., & Mallery, P. (2003). SPSS for Windows step by step: answers to selected exercises. A simple guide and reference, 63(1), 1461-1470, 101007.
- Gül, H., ve Gürkan, C. K. (2018). Child maltreatment and associated parental factors among children with adhd: A comparative study. *Journal of Attention Disorders*, 22(13), 1278-1288.
- Gümüş, Y. Y., Çakın Memik, N. ve Ağaoğlu, B. (2015). Dikkat eksikliği hiperaktivite bozukluğu olan çocuk ve ergenlerde kaygı bozukluğu eş hastalanımı. *Nöro Psikiyatri Arşivi*, 52(2), 185-193.
- Gündüz, A., Yaşar, A. B., Gündoğmuş, İ., Savran, C. ve Konuk, E. (2018). Çocukluk çağı olumsuz yaşantılar ölçeği Türkçe formunun geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 19(1), 68-75.
- Işık, E. (2020). Bilinçli farkındalık aile eğitim programının ebeveynlerin bilinçli farkındalıkları, yetkinlik algıları ve iletişim düzeyleri ile çocukların davranış

- problemleri üzerindeki etkisinin incelenmesi. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- İbiloğlu, A. O. (2012). Aile içi şiddet. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 4(2), 204-222.
- Kaner, S., Büyüköztürk, Ş., İşeri, E. ve Özaydin, L. (2011). Connors anababa dereceleme ölçeği yenilenmiş uzun formu: Faktör yapısı, geçerlilik ve geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Çocuk ve Gençlik Ruh Sağlığı Dergisi*, 18(1), 45–58.
- Kayaalp, L. (2008). Dikkat eksikliği hiperaktivite bozukluğu. *Sürekli Tıp Eğitimi Etkinlikleri Sempozyum Dizisi*, 62, 147-152.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling*. London: Guilford publications.
- Krysan, M., Moore, K. A. ve Zill, N. (1990) *Identifying Successful Families: An Overview of Constructs and Selected Measures*. Washington DC: Child Trends Press.
- Lamb, M. E. (1997). *Fathers and child development:an introductory overview and guide. The Role of The Father in Child Development*. (Ed. by M. E. Lamb). New York: John Wiley, Sons, Inc, 1-21.
- Lamb, M. E. ve Lewis, C. (2013). The role of parent–child relationships in child development. In *Social and personality development* (pp. 259-308). Psychology Press.
- Manassis, K. (2004). Childhood anxiety disorders: Approach to intervention. *Can Fam Physician*, 50(3), 379-384.
- Morrison, J. (2014). *DSM-5'i Kolaylaştıran Klinisyenler İçin Tanı Rehberi*. (Çev. Ed. H. U. Kural). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Nazlıoğlu, A. G. (2019). *Çocuğun ayrılık kaygısı ile annelerinin kaygı düzeyleri ve ebeveynlik tutumları arasındaki ilişki*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Olson, D. H., Sprenkle, D. H. ve Russell, C. S. (1979). Circumplex model of marital and family system: I. cohesion and adaptability dimensions, family types and clinical applications. *Family process*, 18(1), 3–28.
- Öncü, B. ve Şenol, S. (2002). Dikkat eksikliği hiperaktivite bozukluğunun etiyolojisi: Bütüncül yaklaşım. *Klinik Psikiyatri Dergisi*, 5(2), 111-119.
- Öner, P., Öner, Ö. ve Aysev, A. (2003). Dikkat eksikliği hiperaktivite bozukluğu. *Sürekli Tıp Eğitim Dergisi*, 12(3), 97-99.
- Öz, F. ve Bahadır Yılmaz, E. (2009). Ruh sağlığının korunmasında önemli bir kavram: Psikolojik sağlamlık. *Sağlık Bilimleri Fakültesi Hemşirelik Dergisi*, 16(3), 82-89.
- Özusta, Ş. (1995). *Çocuklar için durumluk sürekli kaygı envanterinin uyarlama, geçerlilik ve güvenilirlik çalışması*. *Türk Psikoloji Dergisi*, 10(34), 32-44.
- Özel, E. ve Zelyurt, H. (2016). Anne baba eğitiminin aile çocuk ilişkilerine etkisi. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, (36).
- Polanczyk, G., De Lima, M. S., Horta, B. L., Biederman, J. ve Rohde, L. A. (2007). *The worldwide prevalence of adhd: A systematic review and metaregression*

- analysis. *The American journal of psychiatry*, 164(6), 942–948.
- Pleck, J. H. (1997). Paternal involvement: Levels, sources and consequences. In M. E. Lamb (Ed.), *The role of the father in child development* (3rd ed., pp. 66–103, 325–332). New York: Wiley
- Prajapati, B., Dunne, M. ve Armstrong, R. (2010). Sample size estimation and statistical power analyses. *Optometry today*, 16(7), 10-18.
- Pruett, K. D. (1983). Infants of primary nurturing fathers. *Psychoanalytic Study of the Child*, 38, 257–277.
- Pruett, K. D. (1985). Children of the fathermothers: Infants of primary nurturing fathers. In J. D. Call, E. Galenson, & R. L. Tyson (Eds.), *Frontiers of infant psychiatry* (Vol. 2, pp. 375–380). New York: Basic Books.
- Radin, N. (1982). Primary caregiving and role-sharing fathers. In M. E. Lamb (Ed.), *Nontraditional families: Parenting and child development* (pp. 173–204). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Radin, N. (1994). Primary-caregiving fathers in intact families. In A. E. Gottfried & A. W. Gottfried (Eds.), *Redefining families: Implications for children's development* (pp. 11–54). New York: Plenum
- Rutter, M. (1985). Resilience in the face of adversity. Protective factors and resistance to psychiatric disorder. *The British Journal of Psychiatry*, 147(6), 598–611.
- Rutter, M., Cox, A., Tupling, C., Berger, M. ve Yule, W. (1975). Attainment and adjustment in two geographical areas: I-the prevalence of psychiatric disorder. *The British Journal of Psychiatry*, 126(6), 493–509.
- Rutter, M., Yule, B., Quinton, D., Rowlands, O., Yule, W. ve Berger, M. (1975). Attainment and adjustment in two geographical areas: III-some factors accounting for area differences. *British Journal of Psychiatry*, 126(6), 520-533.
- Smith, B. W., Dalen, J., Wiggins, K., Tooley, E., Christopher, P. ve Jennifer Bernard, J. (2008). The brief resilience scale: Assessing the ability to bounce back. *International Journal Of Behavioral Medicine*, 15, 194–200.
- Spielberger, C. D. (1966). *Anxiety and Behavior*. New York: Academic Press.
- (1973) *Manual For the State Trait Anxiety Inventory For Children*. Palo Alto: Consulting Psychologists Press.
- Sümer, N. ve Şendağ, M. A. (2009). Orta çocukluk döneminde ebeveynlere bağlanma, benlik algısı ve kaygı. *Türk Psikoloji Dergisi*, 24(63), 86-101.
- Şahin, H. ve Görünmez, M. N. (2022). Anne kaygı düzeyi ile çocuk kaygı düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Iğdır University Journal of Social Sciences*, 31(11), 324–349.
- Taşkın, N. (2011). Çocukların gelişiminde katkıları unutulmalar: Babalar. *Eğitime Bakış Dergisi*, 7, 43-47.
- Tongar, H.K. (2020). Pandemi sürecindeki annelerin iyimserlik kötümserlik düzeyleri ile çocuklarının kaygı seviyeleri arasındaki ilişkinin incelenmesi: ‘Türkiye covid-19 örneği’. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.

- Qiu, M. G., Ye, Z., Li, Q. Y., Liu, G. J., Xie, B., & Wang, J. (2011). Changes of brain structure and function in ADHD children. *Brain topography*, 24, 243-252.
- Uddin, J., Alharbi, N., Uddin, H., Hossain, M. B., Hatipoğlu, S. S., Long, D. L., ve Carson, A. P. (2020). Parenting stress and family resilience affect the association of adverse childhood experiences with children's mental health and attention-deficit/hyperactivity disorder. *Journal of affective disorders*, 272(1), 104–109.
- Ulusoy, A., Güngör, A., Köksal Akyol, A., Sübaşı, G., Ünver, G. ve Koç, G. (2006). *Gelişim ve Öğrenme*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Uzun, M. E., Uçar, H. N. ve Vural, A. P. (2019). Dikkat eksikliği ve hiperaktivite bozukluğu olan ergenlerde bağlanma özellikleri ve ebeveyn tutumları. *Güncel Pediatri*, 17(2), 300-313.
- Wang, M. F. ve Zhang, Y. L. (2012). Relationship between preschoolers' anxiety and parenting styles: A longitudinal study. *Chinese Journal of Clinical Psychology*, 20(1), 49–52.
- Werner, E. E. (1989). High-risk children in young adulthood: A longitudinal study from birth to 32 years. *American Orthopsychiatric Association*, 59(1), 72–81.
- Willoughby, M. T., Williams, J., Mills-Koonce, W. R. ve Blair, C. B. (2020). Early life predictors of attention deficit/hyperactivity disorder symptomatology profiles from early through middle childhood. *Development and Psychopathology*, 32(3), 791–802.

Siyasal Sadakat ve Parti İtibarı: Yozgat İli Örneğinde Bir İnceleme*

 **Fatih**
ŞIVGIN¹

 **Mehmet Akif**
GÜNAY²

¹ fatihsvgn@hotmail.com
ORCID: 0009-0008-7698-7776

² Dr. Öğr. Üyesi,
Gümüşhane Üniversitesi
mag-user@hotmail.com
ORCID: 0000-0003-1039-5440

Gönderilme / Received
30.11.2024

Kabul Tarihi / Accepted
16.01.2025

Yayın Tarihi / Published
27.03.2025

Öz

İmaj ve itibar hedef kitlenin partiye yönelik tutum ve davranışlarının şekillenmesinde ve sadık seçmenlerin oluşmasında önemli rol oynamaktadır. Bunun farkında olan siyasi partileri imaj ve itibarını yüksek seviyeye ulaştırmak için büyük çaba harcamaktadır. Partiler imaj ve itibar çalışması yaparken aynı zamanda partilerin sürekliliğini sağlayan ve onları her dönem destekleme meyline sahip olan sadık seçmenlerini de oluşturmuş olur. Sadık seçmene sahip olan siyasi partiler farklı olumsuz durumlarda seçmenlerin desteğini alarak uzun yıllar varlığını sürdürebilmektedir.

İtibar ve sadakat siyasi partilerin tercih edilmesinde rol oynayan önemli faktörler içeresin de yer almaktadır. Bu bağlamda bu çalışma siyasi parti itibarı ile siyasi parti sadakati arasındaki ilişkiyi incelemektedir. İtibar oluşturulması uzun bir süreci kapsadığından dolayı ülkemizdeki köklü siyasi partilerden olan Adalet ve Kalkınma Partisi, Cumhuriyet Halk Partisi ve Milliyetçi Hareket Partisi örneklem olarak tercih edilmiştir. Yozgat il sınırları içerisinde yaşayan 18 yaş üzeri 600 seçmenle gerçekleştirilen bu anket çalışmasında veriler toplanarak analiz edilmiştir. Yapılan analizler doğrultusunda parti itibarı alt boyutlarının kendi aralarında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca parti itibarının tüm alt boyutları ile parti sadakati arasında da anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki olduğu saptanmıştır. Elde edilen tüm bulgular, çalışmanın bulgular ve sonuç bölümlerinde detaylı olarak sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: İtibar, Sadakat, Siyasi Parti itibarı, Siyasi Parti Sadakati.

* Bu makale, Gümüşhane üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'nde Fatih Şıvgın'ın Mehmet Akif Günay'ın danışmanlığında yürüttüğü "Parti İtibarının Parti Sadakati Oluşturmasındaki Rolü: Yozgat İli Örneği" adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

This article is derived from Fatih Şıvgın's master's thesis entitled "The Role of Party Reputation in Creating Party Loyalty: The Case of Yozgat Province" conducted by Fatih Şıvgın under the supervision of Mehmet Akif Günay.

** Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. Benzerlik tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No similarity detected.

*** Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed.

**** Bu çalışma Gümüşhane Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 2023/1 sayılı 28/02/2023 tarihli kararı ile etik açıdan uygun bulunmuştur.

This study was found ethically appropriate with the decision of Gümüşhane University Scientific Research and Publication Ethics Committee numbered 2023/1 and dated 28/02/2023.

***** Yazarların çalışmadaki katkı oranları; birinci yazar %60, ikinci yazar %40,

Contribution rates of the authors in the study; first author 60%, second author 40%.

***** Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

Kaynak gösterme / To cite this article: Şıvgın, F., & Günay, M. A. (2025). Siyasal Sadakat ve Parti İtibarı: Yozgat İli Örneğinde Bir İnceleme. İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi, 5(1), 82-105. doi: 10.59534/jcss.1594186



Political Loyalty and Party Reputation: An Investigation in the Case of Yozgat Province



Fatih
ŞIVGIN¹



Mehmet Akif
GÜNAY²

¹ fatihsvgn@hotmail.com
ORCID: 0009-0008-7698-7776

² Asst. Prof. Dr,
Gümüşhane University
mag-user@hotmail.com
ORCID: 0000-0003-1039-5440

Gönderilme / Received

30.11.2024

Kabul Tarihi / Accepted

16.01.2025

Yayın Tarihi / Published

27.03.2025

Abstract

Image and reputation play an important role in shaping the attitudes and behaviors of the target audience towards the party and in the formation of loyal voters. Realizing this, political parties are making great efforts to raise their image and reputation to high levels. While focusing on enhancing their image and reputation, political parties also cultivate a loyal voter base that not only ensures the parties' continuity but also consistently supports them. Political parties with loyal voters can sustain their existence for many years by receiving the support of voters in different unfavorable situations.

Reputation and loyalty are among the important factors that play a role in political parties' preferences. This study investigates the correlation between political party reputation and loyalty. Since building a reputation takes a long time, Adalet ve Kalkınma Partisi, Cumhuriyet Halk Partisi, and Milliyetçi Hareket Partisi, which are among the well-established political parties in our country, were chosen as samples. We collected and analyzed data from this survey, which involved 600 voters over the age of 18 living within the borders of Yozgat province. The analyses concluded a significant and positive relationship between the party reputation sub-dimensions. Additionally, the study determined a significant and positive relationship between all sub-dimensions of party reputation and party loyalty. The study's findings and conclusion sections present all results in detail.

Keywords: Reputation, Loyalty, Political Party Reputation, Political Party Loyalty.

Giriş

İtibar kelimesi, bir bireyin, markanın veya kurumun hakkında oluşan kapsamlı yargılar bütünü olarak ifade edilebilir. Bir kurum veya marka için iyi bir itibar, müşterilerin, tedarikçilerin, yatırımcıların, çalışanların, toplumun ve tüm paydaşların saygısını kazanmak, güven duymasını sağlamak ve prestijli olmak anlamına gelir. İyi bir itibara sahip olmak, kuruluşlara veya bireylere birçok avantaj sağlamaktadır. Marka değerinin belirlenmesinde itibar önemli bir kıstas olarak ortaya çıkmaktadır (Acar, 2012). İtibar, bir kurumun veya bir bireyin geçmişten bugüne dek sergilemiş olduğu tüm davranışlar ve gerçekleştirmiş olduğu tüm faaliyetler sonucu oluşan bir kavram olduğu için oldukça uzun ve meşakkatli bir sürece dayalıdır.

İtibar kavramı, siyasi partiler için oldukça büyük bir önem taşımaktadır. Çünkü siyasal alanda başarıya ulaşmak ve seçmenin desteğini kazanmak için iyi bir itibara sahip olunması gerekmektedir. Siyasi partilerin sergilemiş oldukları tüm davranışlar ve gerçekleştirmiş oldukları tüm faaliyetler, parti itibarına olumlu veya olumsuz yönde yansımaktadır. Bu yansımaların sonucu olarak da siyasi partilerin seçmen nezdinde ki itibarları oluşmaktadır. İyi bir itibara sahip olan partiler daha kolay ve daha hızlı bir şekilde büyük kitlelere ulaşırken, kötü bir itibara sahip olan partiler ise hiçbir ilerleme ve gelişim gösterememektedir.

İtibar güvendir, güvenilir olmaktır. Güvenilir olabilmek uzun vadede kazanılabilen fakat aynı zamanda çok kısa bir süre içerisinde de kaybedilebilen bir değerdir (Argüden, 2003, s. 9). İtibarın sürdürülebilir ve kalıcı olması için ilk olarak güven kavramını tam anlamıyla sağlanması gerekmektedir. Güven tam anlamıyla sağlanamadığı zaman iyi bir itibar elde etmek oldukça zordur. Siyasi partilerin seçmen ve parti üyeleri nezdinde güven kazabilmesi için de partilerin tüm söylemlerinde, davranışlarında ve açıklamalarında dürüst ve tutarlı bir yol izlemeleri gerekmektedir. Dolayısıyla siyasi partilerin, gerek kurum içi olarak parti yöneticileri ve parti üyeleriyle gerekse kurum dışı olarak medya grupları ve seçmenlerle olan tüm ilişkilerini ve iletişimin süreçlerini güven çerçevesinde yürütmesi parti itibarının zarar görmemesi ve itibarın kalıcı hale gelebilmesine katkı sağlayacaktır.

Öte yandan, siyasi partiler için itibar kavramı kadar sadakat kavramı da büyük önem arz etmektedir. Sadakat, bir kurum veya kuruluşa içten bağlılık hissetme ve gönüllük esaslı olarak söz konusu kurum veya kuruluşun çıkarlarını gözeterek bu doğrultuda çalışmalar yürütmek anlamına gelmektedir (Koç & Uygur, 2010, s. 80). Bu anlamıyla sadakat kavramının, siyasi partiler için oldukça önemli olduğu görülmektedir. Çünkü bir siyasi partiye sadakatile bağlı olan seçmenler, siyasi partiye sadece oy vermekle kalmayıp aynı zamanda partinin gelişmesi ve güçlenmesi adına çeşitli çalışmalar da yapabilmektedir. Yapılan bu çalışmalarda siyasi partilerin, rekabet ortamında rakiplerine karşı üstünlük kurabilmeleri ve seçim dönemlerinde yüksek oy potansiyeline ulaşabilmeleri noktasında önemli katkılar sağlamaktadır. Bu nedenlerden dolayı parti sadakatinin yüksek düzeylere çıkmasını arzulayan siyasi partilerin, seçmen sadakati oluşturma konusunda oldukça büyük bir çaba sarf etmesi gerekmektedir.

Parti sadakatının yüksek seviyelerde olduğu siyasi partilerde aidiyet duygusu ön planda olacağı için hem parti yönetici ve üyeleri hem de seçmenler partinin tüm faaliyetlerinde gönüllük esas çerçevesinde çalışmaktadırlar. Partiyle arasında pozitif bir bağ kuran seçmenler, parti hakkındaki olumlu görüşlerini çevresindeki insanlara aktararak partinin tanınırlık oranının ve mevcut oy potansiyelinin artmasına katkı sağlayabilmektedir. Bu durumda, siyasi partilerin tanıtım çalışmalarına ve hızlı gelişim göstermelerine büyük kolaylık sağlamaktadır.

Yapılan tanımlamalara bakıldığında itibar ve sadakat kavramlarının siyasi partiler için ne denli önemli olduğu görülmektedir. Seçmenlerin oy verme davranışlarına doğrudan etki eden bu kavramlar, partilerin oy oranlarına olumlu ya da olumsuz olarak yansımaktadır. İyi bir itibara ve sadık seçmenlere sahip olan siyasi partiler, seçim dönemlerini rakiplerine oranla daha rahat yönetebilmekte ve siyasi hayatlarını oldukça başarılı bir şekilde sürdürebilmektedir. Bu yüzden siyasi partiler, itibar ve sadakat kavramlarına önem vererek itibar ve sadakatin yüksek seviyelere ulaşması için sürekli çalışmalıdırlar. Ancak siyasi partilerin bu kavramlar üzerinde çalışma yaparken oldukça dikkatli olmaları gerekmektedir. Zira, itibar ve sadakat uzun ve meşakkatli bir süreç sonucu elde edilebilirken yapılan ufak bir hata sonucu bir anda da kaybedilebilmektedir.

Bu çalışmada parti itibarı ile parti sadakati arasındaki ilişki incelenerek, parti itibarının parti sadakati oluşturmadaki rolü anlaşılmaya çalışılmıştır. İtibar ve sadakat kavramlarının oluşabilmesi için uzun bir zaman dilimi gerekmektedir. Bu yüzden ülkemizde bulunan siyasi partilerin kuruluş tarihleri ve oy oranları göz önünde bulundurularak Adalet ve Kalkınma Partisi, Cumhuriyet Halk Partisi ve Milliyetçi Hareket Partisi çalışmaya dâhil edilerek bu partiler bağlamında anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Anket sonucu elde edilen veriler analiz edilerek çalışmanın bulgular kısmına eklenmiştir.

Literatüre bakıldığında bu çalışmaya konusu bağlamında benzerlik gösteren bazı çalışmalar bulunmaktadır. Bunlardan birisi Tuba Üzüm Bükümer ve Emre Şahin Dölarıslan (2013) tarafından gerçekleştirilen ‘Parti Sadakatının Oluşumunda Seçmenlerin Kişisel Özelliklerinin Düzenleyicilik Etkileri’ adlı çalışmadır. Araştırmacı çalışmada seçmenlerin kişisel özelliklerinin parti sadakati oluşumu üzerindeki düzenleyicilik etkilerini anlamaya odaklanmıştır.

Mehmet Erdoğan (2018) tarafından gerçekleştirilen “Oy Verme Yaklaşımlarının Siyasal Liderin İtibar Değeri Üzerindeki Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma” adlı çalışmada ise siyasal liderlerle ilgili genel algıların tespit edilmesi ve siyasal liderlerin seçmen nezdinde sahip olduğu itibar değerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

Sadakat konusuna değinen diğer bir çalışma Akyay Uygur ve Hasan Koç’un (2010) yapmış olduğu ‘Örgütsel Sadakat ve Örgütsel Bağlılık: Siyasi Partiler Açısından Bir Analiz’ adlı çalışmadır. Yazar bu çalışmada seçmenlerin örgütsel sadakat ve bağlılık düzeylerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Benzerlik gösteren bir başka çalışma ise Esra Alınçık, Ümit Alınçık ve Nurullah Genç (2010) tarafından gerçekleştirilen “Kurumsal İtibar Bileşenlerinin

Algılanan Önemi Demografik Özelliklerden Etkilenmekte Midir?” adlı çalışmadır. Çalışma, demografik özelliklerin, kurumsal itibar bileşenlerinin algılanan önem derecelerini etkileme durumunu anlamaya çalışmıştır.

Yapılan literatür taramasında parti itibarı ve parti sadakati arasındaki ilişkiyi araştıran ve parti itibarının parti sadakati üzerindeki rolünü inceleyen herhangi çalışmaya rastlanmamıştır. Dolayısıyla bu çalışma konusu bağlamında literatüre önemli katkılar sağlayan özgün bir çalışmadır.

1. İtibar Ve Kavramsal Çerçevesi

İtibar kavramı Arapça kökenli bir kelime olup, Türk Dil Kurumu’na göre, saygı görme, değerli, güvenilir olma durumunu ve saygınlık olarak tanımlanmaktadır (TDK). Bir kurumun rakipleriyle karşılaştırıldığı takdirde paydaşlarına karşı genel çekiciliğini tanımlayan, geçmişteki hareketleriyle ve gelecekte tüm yapabileceklerinin algısal olarak betimlemesidir (Ural, 2006, s. 172). İtibar, hedef kitleye yönelik yansıtılan fazla ya da eksik kötü ya da iyi bütün davranışları, sunulan hizmetleri ve yapılan işleri kapsamaktadır. Kurum ve kuruluşların en değerli varlığı olarak tanımlanan itibar kavramı, bir kurumun veya endüstrinin genel değerlerine ilişkin güvenilirliği ve bu güvenilirliğe layık olması, sorumluluk ve gücü (yeterliliği) bağlamında birçok kişisel ve kolektif (toplu) yargıdan oluşan bir bütün olarak tanımlanabilmektedir (Okay & Okay, 2001, s. 452). İtibar, bir bireyin belirli bir bireye veya örgüt yapısına karşı göstermiş olduğu saygı ve saygıyla vermiş olduğu değerdir. İtibar ancak güven duygusu üzerine kurulabilmektedir. Bu bağlamda itibarın, maddi değerinin olmadığı ve para karşılığında satın alınabilecek bir hizmet veya ürün olmadığı söylenebilir (Çınaroğlu & Şahin, 2012, s. 29).

Genel olarak itibar kelimesi, bir bireyin, markanın veya kurumun hakkında oluşan kapsamlı yargılar bütünü olarak ifade edilebilir. Bir kurum veya marka için iyi bir itibar, müşterilerin, tedarikçilerin, yatırımcıların, çalışanların, toplumun ve tüm paydaşların saygısını kazanmak, güven duymasını sağlamak ve prestijli olmak anlamına gelir. İyi bir itibara sahip olmak, kuruluşlara veya bireylere birçok avantaj sağlamaktadır. Bir şirketin marka değeri belirlenirken o şirkete atfedilen değer yani itibar kavramı öne çıkmaktadır (Acar, 2012, s. 13-14). Bu bilgilere bakılarak itibarın hem bireyler hem de kurum ve kuruluşlar için ne denli önemli bir kavram olduğu açıkça görülmektedir. Bireylerin ve kurumların toplum tarafından saygı görmeleri ve paydaşları nezdinde belirli bir statüye ulaşmaları için iyi bir itibara sahip olmaları gerekmektedir.

İtibarın siyasi partiler içinde oldukça büyük önem arz ettiği görülmektedir. Çünkü iyi bir itibara sahip olan siyasi partiler, toplumun ve paydaşlarının nezdinde güven duyulan ve saygı gösterilen bir konuma sahip olabilmektedir. Bu sahip olunan konum da siyasi partilerin büyümesi, gelişmesi ve başarılı olması noktasında büyük rol oynayabilmektedir. Öte yandan siyasi partilerin itibar kazanmaları partilerin oy oranlarına olumlu yönde yansıyabilir ve bu olumlu yansıma sonucu da özellikle seçim dönemlerinde partilerin rakiplerine kıyasla daha başarılı bir seçim geçirmelerine olanak sağlayabilir.

1.1.Siyasi Parti İtibarı

Kamuoyunda kabul görebilmek veya başka bir ifadeyle toplum tarafından onaylanabilmek için iyi bir itibar kazanılması gerekmektedir (Taşcıoğlu, 2011, s. 179). Bu bağlamda bakıldığında, itibar kavramının siyasi partiler içinde oldukça önemli olduğu söylenebilir. Çünkü partilerin seçmen tarafından kabul görebilmeleri ve onaylanabilmeleri için iyi bir itibara sahip olmaları gerekmektedir. Partilerin iyi bir itibar kazanmaları, hem partinin mevcut statüsünü güçlendirebilir hem de partilerin oy oranlarını olumlu yönde etkileyerek partilerin seçim dönemlerini rakiplerine kıyasla daha az riskli bir şekilde atlatmalarını sağlayabilir.

Öte yandan iyi bir itibarı kazanabilmek kadar, kazanılan bu iyi itibarı koruyarak sürdürebilmek de oldukça zordur. Çünkü bir siyasi partinin itibarı olumlu yönde arttıkça topluma rol model olma niteliği de artış göstermektedir. İtibarlarını önemseyen siyasi partiler, yalnızca seçmenleriyle (hedef kitleleriyle) olan ilişkilerine değil, teşkilat mensuplarıyla, siyasi lideriyle ve parti çalışanlarıyla olan ilişkilerine de büyük ölçüde önem vermelidir. Bütün bu hususlarda tutarlı ve ilkeli davranmaya özen gösteren siyasi partiler çok daha kolay bir şekilde itibar kazanabilirler. Siyasi partiye bağlı tüm birimlerin (belediye başkanları, milletvekilleri, parti yönetim kadroları, il ve ilçe teşkilatlarının) davranışları partinin kurum itibarını oluşturan ilkelere aykırı olduğunda bu durum kamuoyunu etkilemekte ve buna bağlı olarak da siyasi partiler büyük oranda itibar kaybetmektedir (Argüden, 2003, s. 10). Bu nedenle siyasi partilerin itibar yönetimine oldukça dikkat etmeleri gerekmektedir. Partilerin iyi bir itibar yönetimi elde edebilmeleri için katılım, açıklık, şeffaflık, verimlilik, sorumluluk, hesap verilebilirlik gibi iyi yönetim ilkelerini önemseyerek dikkat etmek, davranış ve uygulamalarını doğru bir şekilde tanıtabilmek için sürekli çabalamak ve emek vermeleri gerekmektedir. Partilerin sosyal ve ekolojik sorunların çözümüne somut katkılar sağlayabilmesi de itibar yönetimi adına büyük önem arz etmektedir. İtibar yönetimi partiler için her davranışı ve uygulamayı vizyon, misyon ve temel değerlerle bağdaştırmak, iç ve dış iletişim ağlarının etkinliğini yükseltebilmek ve tutarlılığı sağlamak için önemli bir araçtır. Ayrıca partilerin kriz dönemleri için uygun ve iyi bir risk planlaması yapmaları ve tutarlı davranışlar sergilemeleri itibar yönetimini olumsuz etkileyecek riskleri azaltmanın en etkili yollarından birisidir. Siyasi partilerin itibar kazanabilmeleri uzun ve meşakkatli bir süreçtir. Bu nedenle partilerin uzun vadede düzenli ve tutarlı davranışlar sergilemeleri gerekmektedir. Çünkü siyasi partilerin en değerli varlıklarından birisi itibardır (Argüden, 2003, s. 12).

Özetle itibar kavramı, siyasi partilerin güçlenerek gelişmesi açısından oldukça önemlidir. Ayrıca itibar partilerin hedef kitle (seçmen) ile arasındaki kurulan etkileşim ve iletişim süreçlerini de olumlu yönde etkileyebilir. Kötü bir itibara sahip olan siyasi partinin gün geçtikçe seçmenler gözünde oy alma potansiyeli düşerken, iyi bir itibara sahip olan siyasi partilerin ise seçmenlerin gözünde oy alabilme potansiyelleri yükselebilir. Bu nedenle siyaset arenasında iyi bir itibara sahip olan partilerin rakiplerine kolaylıkla üstünlük kurabilecekleri söylenebilir.

2. Sadakat Ve Kavramsal Çerçevesi

Sadakat kavramı en kapsamlı anlamıyla, gerçeğe uygunluk, ihanet etmeme, içten, kalıcı ve samimi bir dostluk, his ve duygularda tutarlılık ve dayanıklılık anlamlarını taşımaktadır. Başka bir deyişle sadakat kavramı, bir kişinin gerçekte bir davaya tam ve gönüllü bağlılığını ifade etmektedir. Burada bahsedilen dava kavramı ile kastedilmek istenen ise bir kurum veya kuruluşa, arzulanan bir olaya veya arzulanan bir amaç veya hedefe bağlılıktır (E. Koç, 2002, s. 49-50). Küresel bir ifade olarak sadakat, 1960'lardan beri örgütsel literatürde geniş kapsamlı olarak incelenmiştir. Sadakat kavramı yapısı itibarıyla disiplinler arası bir kavramdır. Ağırlıklı olarak etik, yönetim ve psikoloji gibi alanlarda odak nokta olarak ele alınmış ve gelişmiştir (Coughlan, 2005, s. 43-57). Sadakat kavramının önemini algılayan ve keşfeden ilk bilim adamlarından biri Chester Irving Barnard'dır. Barnard, örgütsel yapının çalışma birliği yapma istekliliği hakkındaki tartışmalardan sonuçlar çıkarmak için sadakat kavramını ele almıştır. Ayrıca, genel anlamda sadakat terimi ile bireysel isteklilik kavramının eşdeğer bir nitelikte kullanılacağını varsaydı. Sadakat kavramı örgütler adına oldukça önemli bir gereklilik olarak kabul edilmektedir. Ayrıca Barnard sadakatin çalışma birliğine isteklilik bağlamında kilit bir faktör olduğunu belirtmiştir (Serin, 2021, s. 5).

Sadakat kavramı siyasal alanda da büyük bir öneme sahiptir. Çünkü siyasi partilerin varlıklarını sürdürebilmeleri ve mevcut statülerini korumaları için partilere karşı sadakat hisseden seçmenlerin olması gerekmektedir. Partilere sadakat hisseden seçmenler herhangi bir karşılık beklemeden partileri desteklerler ve partilerin gelişimi için çaba sarf ederler. Ayrıca sadakat hissettikleri partiyi çevresinde bulunan kişilere anlatarak partinin tanınırlığının artmasına da katkıda bulunabilirler. Bu nedenle siyasi partilerin birbirlerine üstünlük kurmaya çalıştığı rekabet ortamında, kendisine sadakatle bağlılık hisseden seçmenlere sahip partiler rakiplerine daha kolay bir şekilde üstünlük kurabilir.

2.1.Siyasi Parti Sadakati

Siyasi partiye duyulan sadakat, seçmenin siyasi karar sürecinde güç aldığı ve güven duyduğu psikolojik bağlılığı göstermektedir. Seçmenin siyasi partiye karşı hissettiği sadakat duygusu ne kadar güçlü olursa, partiye karşı olan psikolojik katılımı da bir o kadar güçlü olmaktadır. Ve bu güçle birlikte seçmen siyasi kararını siyasi partinin hedeflerine, ideolojik ve ileriye dönük faaliyetlerine bağlı olarak şekillendirmektedir. Öte yandan seçmenin siyasi partiye karşı hissettiği sadakat duygusu ne kadar zayıf olursa, partiye karşı duyduğu güven ve psikolojik bağlılıkta aynı oranda zayıf olmaktadır. Bu sadakat zayıflığı da en ufak bir olumsuzlukta dahi seçmenin partiyi terk etmesine neden olabilir (Güven, 2016, s. 92). Siyasi partilerin ve siyasi liderlerin siyaset arenasında yere sağlam basmak ve siyasi hayatlarını sürdürebilmek için sadakatli seçmenlere ihtiyaçları vardır. Siyasi partiye veya siyasi lidere sadakat duygusuyla bağlı olan seçmenler, çevresindeki insanlara parti veya lider hakkındaki olumlu görüş ve fikirlerini aktararak parti veya liderin taraftar kazanmasını sağlayabilmektedir. Bu nedenler dolayı sadakat kavramı siyasi parti ve siyasetçiler için çok büyük bir önem arz etmektedir.

3. Yöntem

Araştırma da yöntem olarak nicel araştırma yöntemi uygulanmış ve veri toplama aracı olarak da çevrimiçi anket formu kullanılmıştır. İki bölümde yapılandırılan anket formunun ilk bölümünde itibar ve sadakat ölçeklerinden oluşan anket soruları ve sorulara ek olarak seçmenlerin oy verme davranışlarına (siyasal durumuna) ilişkin siyasi parti sorusu bulunmaktadır. Anket formunun ikinci bölümde ise katılımcıların kişisel özellikleriyle (cinsiyet, yaş, eğitim ve gelir durumu) ilgili sorular yer almaktadır.

İtibar, sadakat ve kişisel bilgileri içeren anket formu oluşturulduktan sonra 14 Mayıs 2023 genel seçimlerinden önce 06.03.2023-08.05.2023 tarihleri arasında Yozgat il sınırları içerisinde yaşayan seçmenlere anket soruları Google Forms üzerinden oluşturulan link üzerinden online olarak gönderilmiştir. Ardından cevaplar da yine Google Forms üzerinden kaydedilerek alınmıştır. Bu anket çalışması, her siyasi parti (AKP, CHP ve MHP) için 200 kişinin katılımıyla toplam 600 kişi ile gerçekleştirilmiştir. Herhangi bir siyasi parti diğer partilerden daha önce 200 katılımcıya ulaştığında anket durdurulmuş ve kişi sayısı tamamlanan parti için işaretleme kapatılmıştır. Her siyasi parti için 200'er kişiye ulaşıldığında ise anket sonlandırılmıştır.

Anket çalışmasında iki adet ölçek kullanılmıştır. Bu ölçeklerden ilki Harris-Fombrun (1998) İtibar Oranı (RQ) ölçeğidir. Bu ölçek, Charles Fombrun ve Cees Van Riel (2003) tarafından geliştirilen ve altı başlığa bölünen 20 konudan oluşan anket ölçeğidir. Kullanılan altı başlık ise “Duygusal Çekicilik, Ürünler ve Hizmetler, Finansal Performans, Vizyon ve Liderlik, Kurumsal Çevre ve Sosyal Sorumluluktur. Sadakat ölçeği ise O’Cass ve Pecotich (2005) ‘Parti Seçimi İstikrarı Ölçeği’nin, Yoo ve Donthu (2002)’nin ‘Marka Sadakati Ölçeği’ne adapte edilmesi ile oluşturulmuştur. Bu ölçekte ‘Parti Sadakati’ başlığı altında dört sorudan oluşmaktadır. Harris-Fombrun İtibar Oranı (RQ) ölçeğini Fatma Geçikli, M. Serdar Erciş ve Meryem Okumuş (2016)’un oluşturduğu ‘Kurumsal İtibarın Bileşenleri ve Parametreleri Üzerine Deneysel Bir Çalışma: Türkiye’nin Öncü Kurumlarından Biri’ adlı makaleden derlenerek araştırma konusuna uyarlanmıştır. Parti sadakati ölçeğini ise Tuba Üzümlü Büküner (2013)’in yılında hazırlamış olduğu ‘Parti Sadakatının Oluşumunda Seçmenlerin Kişisel Özelliklerinin Düzenleyicilik Etkileri’ adlı tez çalışmasından derlenerek araştırma konusuna uyarlanmıştır.

3.1.Verilerin Toplanması ve Analizi

İtibar, sadakat ve kişisel bilgileri içeren anket formu oluşturulduktan sonra 14 Mayıs 2023 genel seçimlerinden önce 06.03.2023-08.05.2023 tarihleri arasında Yozgat il sınırları içerisinde yaşayan seçmenlere anket soruları Google Forms üzerinden oluşturulan link üzerinden online olarak gönderilmiştir. Ardından cevaplar da yine Google Forms üzerinden kaydedilerek alınmıştır. Bu anket çalışması, her siyasi parti (AKP, CHP ve MHP) için 200 kişinin katılımıyla toplam 600 kişi ile gerçekleştirilmiştir. Herhangi bir siyasi parti diğer partilerden daha önce 200 katılımcıya ulaştığında anket durdurulmuş ve kişi sayısı tamamlanan parti için işaretleme kapatılmıştır. Her siyasi parti için 200'er kişiye ulaşıldığında ise anket sonlandırılmıştır.

Verilerin analizinde ise araştırmada üç farklı siyasi partiye oy veren 600 kişinin doldurduğu itibar ve sadakat ölçeklerinden elde edilen puanların nasıl olduğu, ilgili puanların partilere göre oy verme, cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve gelir durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlenmeye çalışıldığı bu çalışmanın ilk aşamasında söz konusu ölçme araçlarından elde edilen betimsel değerler incelenmiştir. Bir sonraki aşamada ise çeşitli bağımsız değişkenlerin alt düzeyleri ölçme araçlarından elde edilen ortalamalar açısından karşılaştırılmıştır. Ortalama karşılaştırma testlerine geçmeden önce ilgili grupların alt ölçek puanlarının dağılımı incelenmiştir. Bir alt gruba ilişkin puanların dağılımına karar vermede birçok yöntem bulunmaktadır. Söz konusu literatür taraması sonucu dağılım yapısına karar vermede en çok kullanılan farklı yöntemler bir araya getirilerek çoklu karşılaştırmalar yapılmıştır. Bu yöntemlerden ilki ilgili puan dağılımının sahip olduğu basıklık-çarpıklık katsayısı değerleridir. Basıklık ve çarpıklık katsayısı değerinin (-2, +2) arasında yer alması dağılımın normal olduğuna ilişkin kanıt oluşturduğunu göstermektedir (Hair vd., 2013: 571). Bir diğer ölçüt olarak söz konusu puanlara ilişkin basıklık ve çarpıklık katsayı değerinin kendi standart hatasına bölünerek elde edilen Z değerinin (-1.96, +1.96) arasında yer alması yine dağılımın normal olduğunu gösteren bir kanıt olarak görülmektedir (Howitt ve Cramer, 1997: 71). Son olarak ise söz konusu puan dağılımının normal dağılım özelliği gösterip göstermediğini bir istatistiksel hipotezi test ederek belirleyen Kolmogorov-Smirnov (K-S) ve Shapiro Wilks (S-W) testleri kullanılmıştır. Bu testlere ilişkin hesaplanan istatistik değerinin anlamlı çıkmaması durumunda ($p>0.05$) dağılımın normal dağıldığı varsayılmıştır (Bryman ve Cramer, 2001: 66). Sözü geçen üç dağılım belirleme yönteminden en az ikisinin dağılıma ilişkin normallik kanıtı vermesi durumunda dağılım normal, hepsinin normallliği reddetmesi durumunda dağılım çarpık olarak değerlendirilmiştir. Alt gruplarından en az bir tanesi çarpık dağılım gösteren değişkenlerin ortalama karşılaştırma testlerinde ise alt grup sayısı ikiyse Mann Whitney U, ikiden fazla alt grup varsa Kruskal-Wallis H testi kullanılmıştır. Araştırmanın son aşamasında ölçeklerden elde edilen puanlar arasında korelasyon katsayıları incelenmiştir. Puanları normal dağılım özelliği göstermeyen puanlar arası ilişkilerde Spearman Brown sıra farkları korelasyon katsayıları incelenmiştir.

3.2. Geçerlilik ve Güvenilirlik

Tablo 1: Araştırma Ölçeklerinin Cronbach Alfa Değerleri

Ölçek	Faktör Yükleri	Cronbach α
Duygusal Çekicilik	.60-.70	.84
Kurumsal Çerçeve	.51-.68	.76
Ürün ve Hizmet	.52-.71	.79
Vizyon ve Liderlik	.59-.78	.82
Finansal Performans	.51-.78	.83
Sosyal Sorumluluk	.52-.71	.82
Sadakat Ölçeği	.52-.71	.83

Araştırma ölçeklerinin geçerlilik ve güvenilirlik test sonuçlarına bakıldığında, duygusal çekicilik alt boyutunun sonucunun .84, kurumsal çerçeve alt boyutunun sonucunun .76, ürün ve hizmet alt boyutunun sonucunun .79, vizyon ve liderlik alt boyutunun sonucunun .82, finansal performans alt boyutunun sonucunun .83, sosyal sorumluluk alt boyutunun sonucunun .82 ve sadakat ölçeğinin sonucunun ise .83 olarak çıktığı görülmüştür. Bu sonuçlar doğrultusunda her iki ölçeğinde güvenilir olduğu anlaşılmıştır.

3.3.Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışma, siyasi parti itibarı ile siyasi parti sadakati arasında ki ilişkiyi incelemeyi amaçlamaktadır. Siyasi parti itibarı ve siyasi parti sadakati oluşması için uzun bir zaman dilimi gerekmektedir. Bu nedenle hem kuruluş yılları hem de geçmiş dönemlerdeki oy oranları göz önünde bulundurularak ülkemizde uzun yıllardır aktif bir şekilde siyasi hayatına devam eden Adalet ve Kalkınma Partisi, Cumhuriyet Halk Partisi ve Milliyetçi Hareket Partisi çalışmaya dâhil edilmiştir. Çalışmada, bu üç parti bağlamında seçmenlerin fikirleri alınarak, parti itibarı ve parti sadakati arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır.

Literatüre bakıldığında, parti itibarı ve parti sadakati arasındaki ilişkinin incelenmesi konusunda herhangi bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Bu nedenle konusu itibarıyla çalışmanın özgün olması, literatüre katkı sağlamak açısından oldukça önemlidir. Öte yandan, siyasi partilerin bu çalışmayı inceleyerek parti itibarı ve parti sadakati arasında nasıl bir ilişki olduğu konusunda bilgi alabilecek olmaları, araştırmanın önemini artırmaktadır.

3.4.Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışmada, yalnızca Yozgat il sınırları içerisinde yaşayan seçme ve seçilme hakkına sahip (18 yaş ve üzeri) seçmenlere yönelik olmasıyla bazı sınırlılıklara neden olmaktadır. Bu sınırlılıklardan ilki araştırmada anket uygulanan seçmenlere sunulan seçeneklerde partilerin Adalet ve Kalkınma Partisi, Cumhuriyet Halk Partisi ve Milliyetçi Hareket Partisi ile sınırlı olmasıdır. İkinci sınırlılık ise çalışmanın yapıldığı sürecin 06.03.2023-08.05.2023 tarihleri aralığı ile sınırlı olmasıdır.

3.5.Araştırmanın Hipotezleri

H1: Cinsiyet gruplarıyla siyasi parti itibarı algısı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H2: Cinsiyet gruplarıyla siyasi parti sadakati arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H3: Yaş ile siyasi parti itibarı algısı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H4: Yaş ile siyasi parti sadakati arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H5: Eğitim düzeyiyle siyasi parti itibarı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H6: Eğitim düzeyiyle siyasi parti sadakati arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H7: Aylık gelir durumu ile siyasi parti itibarı algısı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H8: Aylık gelir durumu ile siyasi parti sadakati algısı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H9: Siyasi parti itibarı ile seçmen sadakati arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H9.1: AKP, MHP ve CHP'nin duygusal çekiciliği ile seçmen sadakati arasında doğrudan ve anlamlı bir ilişki vardır.

H9.2: AKP, MHP ve CHP'nin pozitif kurumsal çevre algısı ile seçmenin sadakati arasında doğrudan ve anlamlı bir ilişki vardır.

H9.3: AKP, MHP ve CHP'nin kaliteli ürün ve hizmet sunma boyutu ile seçmen sadakati arasında doğrudan ve anlamlı bir ilişki vardır.

H9.4: AKP, MHP ve CHP'nin güçlü vizyonu ve etkili liderlik özellikleri ile seçmen sadakati arasında doğrudan ve anlamlı bir ilişki vardır.

H9.5: AKP, MHP ve CHP'nin finansal başarısı ile seçmen sadakati arasında doğrudan ve anlamlı bir ilişki vardır.

H9.6: AKP, MHP ve CHP'nin sosyal sorumluluk projelerine aktif katılımı ile seçmen sadakati arasında doğrudan ve anlamlı bir ilişki vardır.

3.6. Bulgular

Bulgular bölümünde, araştırmaya katılan bireylerin demografik bilgilerini içeren tablo, araştırmaya katılan bireylerin parti seçenek dağılımını gösteren tablo, araştırmanın demografik değişkenleri olan cinsiyet, yaş, aylık gelir durumu ve eğitim düzeyi değişkenlerinin itibar ve sadakat ölçeklerine göre karşılaştırıldıkları tablolar, Adalet ve Kalkınma Partisi, Cumhuriyet Halk Partisi ve Milliyetçi Hareket Partisi'nin itibar ve sadakat ölçeklerinden elde edilen ortalama puanların değerlendirildiği tablo, itibar ve sadakat ölçekleri bağlamında seçmenlerin parti seçim durumuna göre farklılıkların incelendiği tablo, seçmenler bağlamında Adalet ve Kalkınma Partisi, Cumhuriyet Halk Partisi ve Milliyetçi Hareket Partisi'nin itibar ve sadakat ölçeklerine göre yapılan korelasyon testi sonuçlarını içeren tablolar bulunmaktadır.

Tablo 2: Araştırmaya Katılan Bireylerin Demografik Bilgileri

Cinsiyet	N	Yüzdelik
Kadın	249	41.5
Erkek	351	58.5

Toplam	600	100
Yaş	N	Yüzdelik
18-24	131	21.8
24-34	173	28.8
35-44	101	16.8
45-54	69	11.5
55-64	57	9.5
65+	69	11.5
Toplam	600	100
Eğitim Düzeyi	N	Yüzdelik
İlk-Ortaöğretim	142	23.7
Lise	216	36.0
Ön lisans-Lisans	194	32.3
YL-Doktora	48	8.0
Toplam	600	100
Aylık Gelir	N	Yüzdelik
8500 ve Altı	221	36.8
8501-12.500	189	31.5
12.501-16.500	126	21.0
16.501 ve üzeri	64	10.7
Toplam	600	100

Demografik bilgilerin verildiği tabloda cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve aylık gelir değişkenleri yer almaktadır. Tablo 2'ye bakıldığında cinsiyet dağılımında erkek seçmenlerin kadın seçmenlere oranla daha fazla olduğu anlaşılmaktadır. Araştırmaya katılan bireylerin %41.5'inin kadınlardan %58.5'inin ise erkeklerden oluştuğu görülmektedir.

Yaş dağılımına bakıldığında %28.8 oranla 24-34 yaş aralığındaki bireylerin diğer yaş aralığındaki bireylere kıyasla daha fazla olduğu görülmektedir. Buna göre araştırmaya katılan bireylerin %21.8'i 18-24 yaş aralığında, %16.8'i 35-44 yaş aralığında, %11.5'i 45-54 yaş aralığında, %9.5' i 55-64 yaş aralığında ve 11.5'i 65 yaş ve üzeri olduğu anlaşılmıştır.

Eğitim düzeyi dağılımına bakıldığında araştırmaya katılan bireylerin %36 oranla lise düzeyinde eğitime sahip bireylerin diğer eğitim düzeyine sahip olan bireylerden daha fazla olduğu görülmektedir. Buna göre araştırmaya katılan bireylerin %23,7'sinin ilk ve ortaöğretim, %32.3'ünün ön lisans ve lisans ve %8'inin yüksek lisans ve doktora eğitim düzeyine sahip oldukları görülmektedir.

Aylık gelir durumu dağılımına bakıldığında araştırmaya katılan bireylerin %36.8 oranla 8500 ve altı gelir durumuna sahip bireylerin diğer gelir durumuna sahip bireylere kıyasla daha fazla olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan diğer bireylerin ise %31.5'i 8501-12.500, %21'i 12.501-16.500 ve %10.7'si 16.501 ve üzeri aylık gelir durumuna sahiptir.

Tablo 3: Araştırmaya Katılan Bireylerin Parti Seçenek Dağılımı

Parti	N	Yüzdelik
CHP	200	33.3
MHP	200	33.3
AKP	200	33.3
Toplam	600	100

Araştırmaya katılan bireylerin hangi partiyi seçtiklerine yönelik betimsel istatistik tablosu tablo 3'ee yer almaktadır. Tabloda CHP'nin 200, MHP'nin 200 ve AKP'nin 200 kişinin seçmiş olduğu ve toplamda 600 kişinin araştırmaya katıldığı görülmektedir. Tüm partilerin %33.3'lük oranla aynı orana sahip oldukları anlaşılmaktadır.

Tablo 4: İtibar ve Sadakat Ölçeği Cinsiyet Değişkenine Göre Karşılaştırma

Ölçek	Düzye	N	X±S.S	Sıra Ortalaması	U	P
Duygusal Çekicilik	Kadın	249	10.58±9.13	61.45	596.0	0.003
	Erkek	351	5.18±6.22	38.59		
Kurumsal Çerçeve	Kadın	249	8.35±6.21	59.25	796.0	0.136
	Erkek	351	7.00±7.75	57.68		
Ürün ve Hizmet	Kadın	249	9.01±8.03	60.12	717.0	0.039
	Erkek	351	6.41±7.79	44.09		
Vizyon ve Liderlik	Kadın	249	8.69±6.99	58.07	903.5	0.042
	Erkek	351	7.59±6.65	52.57		
Finansal Performans	Kadın	249	6.13±6.29	57.85	924.0	0.022
	Erkek	351	5.55±6.33	53.50		
Sosyal Sorumluluk	Kadın	249	10.33±9.25	59.32	790.0	0.021
	Erkek	351	7.68±8.28	47.41		
Sadakat Ölçeği	Kadın	249	10.33±9.25	59.32	790.0	0.002
	Erkek	351	7.68±8.28	47.41		

Cinsiyet değişkenine göre yapılan Mann Whitney U test istatistiği sonuçlarında kurumsal çerçeve alt boyutunda anlamlı farklılık olmadığı sonucu saptanmıştır ($p>.05$). Diğer alt boyutlar incelendiğinde Sadakat ölçeği, duygusal çekicilik, ürün ve hizmet, vizyon ve liderlik, finansal performans ve sosyal sorumluluk başlıklarında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar saptanmıştır ($p<.05$).

Tabloya bakıldığında anlamlı farklılıklar saptanan tüm boyutlarda kadın seçmenlerin erkek seçmenlere kıyasla daha pozitif değerlere sahip

olduğu görülmektedir. Bu bağlam da kadın seçmenler ile erkek seçmenler karşılaştırıldığında kadın seçmenlerin itibarı oluşturan duygusal çekicilik, ürün ve hizmet, vizyon ve liderlik, finansal performans ve sosyal sorumluluk alt boyutlarına ve parti sadakatine karşı tutumlarının erkek seçmenlere oranla daha olumlu yönde olduğu söylenebilmektedir.

Tablo 5: İtibar ve Sadakat Ölçeği Yaş Değişkenine Göre Karşılaştırma

Ölçek	Düzyey	N	X±S.S	Sıra Ort.	SD	U	P
Duygusal Çekicilik	18-24	131	10.43±7.46	64.82	2	1.52	0.004
	24-34	173	8.07±8.02	51.90			
	35-44	101	9.96±9.50	57.55			
	45-54	69	9.57±7.78	63.68			
	55-64	57	8.69±4.78	63.53			
	65+	69	7.54±6.89	52.96			
Kurumsal Çerçeve	18-24	131	7.57±6.52	56.04	2	2.82	0.092
	24-34	173	8.83±7.06	61.83			
	35-44	101	8.56±8.71	55.19			
	45-54	69	8.43±7.47	55.75			
	55-64	57	9.34±7.71	60.33			
	65+	69	8.13±6.51	55.87			
Ürün ve Hizmet	18-24	131	8.57±8.79	64.89	2	0.86	0.074
	24-34	173	6.66±6.28	61.41			
	35-44	101	5.24±5.59	53.59			
	45-54	69	10.79±11.29	58.04			
	55-64	57	11.03±9.08	62.45			
	65+	69	9.11±8.69	54.54			
Vizyon ve Liderlik	18-24	131	5.36±5.56	58.04	2	0.41	0.021
	24-34	173	6.55±6.49	65.60			
	35-44	101	4.59±5.22	53.23			
	45-54	69	3.21±3.95	53.75			
	55-64	57	3.72±4.04	59.53			
	65+	69	2.96±2.89	56.60			
Finansal Performans	18-24	131	1.71±2.05	58.11	2	2.12	0.042
	24-34	173	2.45±3.16	65.93			
	35-44	101	1.61±2.68	53.08			
	45-54	69	4.43±4.40	56.32			
	55-64	57	4.24±3.36	59.07			
	65+	69	4.19±3.88	56.28			
Sosyal Sorumluluk	18-24	131	2.93±3.60	56.07	2	1.22	0.023
	24-34	173	4.10±5.26	63.52			
	35-44	101	3.23±4.72	54.49			
	45-54	69	5.14±4.52	60.79			
	55-64	57	5.69±4.91	62.43			
	65+	69	4.67±4.63	53.99			
Sadakat Ölçeği	18-24	131	8.14±2.27	58.82	2	2.97	0.011
	24-34	173	2.62±1.70	62.38			
	35-44	101	2.29±7.23	54.41			
	45-54	69	10.43±7.46	64.82			
	55-64	57	8.07±8.02	51.90			
	65+	69	9.96±9.50	57.55			

Yaş değişkeninin incelediği ve Kruskal Wallis testinin yapıldığı analiz sonuçlarında sadakat ölçeği, vizyon ve liderlik, sosyal sorumluluk, finansal performans ve duygusal çekicilik alt boyutlarında anlamlı farklılık saptanmıştır ($p<.05$).

Tablo incelendiğinde anlamlı farklılıklar tespit edilen boyutlardan, duysal çekicilik boyutuna bakıldığında 18-24 yaş aralığındaki seçmenlerin diğer yaş aralığındaki seçmenlere kıyasla daha pozitif bir tutum sergilediği görülmektedir. Bu durumda duygusal 18-24 yaş aralığında ki seçmenlerin, diğer yaş aralığında ki seçmenlere oranla daha olumlu bir tutum sergilediklerini göstermektedir.

Vizyon ve liderlik, sosyal sorumluluk ve finansal performans boyutlarında 24-34 yaş aralığındaki seçmenlerin diğer seçmenlere oranla daha pozitif bir tutum sergiledikleri anlaşılmıştır. Bu durum da 24-34 yaş aralığında ki seçmenlerin vizyon ve liderlik, sosyal sorumluluk ve finansal performans boyutlarında ki tutumlarının diğer yaş aralığındaki seçmenlere kıyasla daha olumlu yönde olduğunu göstermektedir.

Sadakat ölçeğine bakıldığında ise 45-54 yaş aralığındaki seçmenler diğer seçmenlere oranla daha pozitif bir tutum göstermişlerdir. Bu bağlamda parti sadakatine 45-54 yaş aralığındaki seçmenlerin diğer yaş aralığındaki seçmenlere kıyasla daha olumlu bir tutum sergiledikleri anlaşılmaktadır.

Tablo 6: İtibar ve Sadakat Ölçeği Aylık Gelir Durumuna Göre Karşılaştırma

Ölçek	Düzy (TL)	N	X±S.S	Sıra Ort.	SD	X ²	P
Duygusal Çekicilik	8500 ve Altı	221	10.21±8.79	78.00	2	1.52	0.032
	8501-12.500	189	10.53±8.64	66.80			
	12.501-16.500	126	11.13±9.34	72.38			
	16.501 ve üzeri	64	16.86±11.19	75.78			
Kurumsal Çerçeve	8500 ve Altı	221	13.77±13.18	67.81	2	2.82	0.532
	8501-12.500	189	18.33±12.95	72.36			
	12.501-16.500	126	9.03±7.11	73.72			
	16.501 ve üzeri	64	10.97±9.33	67.83			
Ürün ve Hizmet	8500 ve Altı	221	10.54±8.47	73.58	2	0.86	0.532
	8501-12.500	189	10.83±6.51	76.84			
	12.501-16.500	126	9.70±8.10	68.09			
	16.501 ve üzeri	64	9.88±6.31	71.34			
Vizyon ve Liderlik	8500 ve Altı	221	8.28±5.37	70.16	2	0.41	0.042
	8501-12.500	189	7.34±6.04	69.27			
	12.501-16.500	126	8.33±6.94	73.82			
	16.501 ve üzeri	64	11.83±7.98	83.31			
Finansal Performans	8500 ve Altı	221	11.41±9.74	64.48	2	2.12	0.034
	8501-12.500	189	12.48±9.59	72.26			
	12.501-16.500	126	6.34±5.09	73.59			
	16.501 ve üzeri	64	5.77±5.76	65.02			
Sosyal Sorumluluk	8500 ve Altı	221	5.75±4.95	77.41	2	1.22	0.182
	8501-12.500	189	3.83±3.78	70.93			
	12.501-16.500	126	4.06±4.32	65.38			
	16.501 ve üzeri	64	4.19±3.95	78.53			

	8500 ve Altı	221	2.93±2.99	78.41			
Sadakat Ölçeği	8501-12.500	189	1.97±2.83	64.05	2	2.97	0.003
	12.501-16.500	126	2.04±2.56	75.78			
	16.501 ve üzeri	64	4.72±3.22	75.47			

Aylık Gelir durumu değişkeninin incelediği ve Kruskal Wallis testinin yapıldığı analiz sonuçlarında sadakat ölçeği, vizyon ve liderlik ve duygusal çekicilik alt boyutlarında anlamlı farklılık saptanmıştır ($p<.05$).

Anlamlı farklılık tespit edilen boyutlarda sadakat ölçeği ve vizyon ve liderlik boyutlarında 8501 (TL) ve altı gelir durumuna sahip olan seçmenlerin diğer seçmenlere oranla daha pozitif bir tutum sergiledikleri görülmüştür. Bu durumda 8501 (TL) ve altı aylık gelir durumuna sahip olan seçmenler diğer seçmenlere kıyasla vizyon ve liderlik boyutuna ve parti sadakatine karşı daha olumlu bir tutum göstermektedir.

Duygusal çekicilik boyutunda ise 16501 (TL) ve üzeri aylık gelire sahip olan seçmenlerin diğer seçmenlere oranla daha pozitif bir tutum sergiledikleri görülmüştür. Bu durumda duygusal çekicilik boyutuna 16501 (TL) ve üzeri aylık gelir durumuna sahip olan seçmenler diğer seçmenlere kıyasla daha olumlu bir tutum sergilemişlerdir.

Tablo 7: İtibar ve Sadakat Ölçeği Eğitim Düzeyine Göre Karşılaştırma

Ölçek	Düzy	N	X±S.S	Sıra Ort.	SD	X ²	P
Duygusal Çekicilik	İlk-Ortaöğretim	142	13.88±5.22	78.00	2	1.52	0.032
	Lise	216	7.15±5.06	66.80			
	Ön lisans-Lisans	194	11.9±10.74	72.38			
	YL-Doktora	48	8.82±9.02	75.78			
Kurumsal Çerçeve	İlk-Ortaöğretim	142	10.13±8.81	67.81	2	2.82	0.532
	Lise	216	8.31±4.73	72.36			
	Ön lisans-Lisans	194	9.90±8.56	73.72			
	YL-Doktora	48	7.32±5.84	67.83			
Ürün ve Hizmet	İlk-Ortaöğretim	142	11.00±7.31	73.58	2	0.86	0.532
	Lise	216	5.38±4.56	76.84			
	Ön lisans-Lisans	194	10.75±9.62	68.09			
	YL-Doktora	48	8.17±7.99	71.34			
Vizyon ve Liderlik	İlk-Ortaöğretim	142	9.75±6.69	70.16	2	0.41	0.042
	Lise	216	5.77±4.60	69.27			
	Ön lisans-Lisans	194	10.5±8.70	73.82			
	YL-Doktora	48	8.26±6.65	83.31			
Finansal Performans	İlk-Ortaöğretim	142	5.00±3.74	64.48	2	2.12	0.034
	Lise	216	5.77±6.48	72.26			
	Ön lisans-Lisans	194	8.60±8.10	73.59			
	YL-Doktora	48	5.46±5.81	65.02			
Sosyal Sorumluluk	İlk-Ortaöğretim	142	7.75±5.95	77.41	2	1.22	0.182
	Lise	216	6.62±6.19	70.93			
	Ön lisans-Lisans	194	12.2±11.89	65.38			
	YL-Doktora	48	9.96±8.87	78.53			

Sadakat Ölçeği	İlk-Ortaöğretim	142	5.13±3.04	63.38	2	2.97	0.045
	Lise	216	3.54±4.65	43.35			
	Ön lisans-Lisans	194	6.7±8.05	59.50			
	YL-Doktora	48	5.07±5.18	58.06			

Eğitim durumu değişkeninin incelediği ve Kruskal Wallis testinin yapıldığı analiz sonuçlarında sadakat ölçeği, sosyal sorumluluk, finansal performans ve duygusal çekicilik alt boyutlarında anlamlı farklılık saptanmıştır ($p<.05$).

Anlamlı farklılık tespit edilen boyutlardan sosyal sorumluluk ve sadakat ölçeği boyutlarında ilk ve ortaöğretim eğitim düzeyindeki seçmenlerin diğer eğitim düzeyindeki seçmenlere kıyasla daha pozitif bir tutuma sahip oldukları görülmektedir. Bu bağlamda sosyal sorumluluk ve parti sadakati boyutlarına ilk ve ortaöğretim eğitim düzeyindeki seçmenlerin diğer eğitim düzeyindeki seçmenlere oranla daha olumlu bir tutum sergiledikleri görülmektedir.

Duygusal çekicilik ve finansal performans boyutlarında ise ön lisans ve lisan eğitim düzeyine sahip seçmenlerin diğer eğitim düzeyindeki seçmenlere kıyasla daha pozitif bir tutuma sahip oldukları görülmüştür. Bu durumda ön lisans ve lisan eğitim düzeyine sahip seçmenlerin diğer eğitim düzeyindeki seçmenlere oranla duygusal çekicilik ve finansal performans boyutlarına karşı daha olumlu bir tutum sergilediklerini göstermektedir.

Tablo 8: Üç Farklı Siyasi Partinin İtibar ve Sadakat Ölçeklerinden Elde Edilen Puanların Değerlendirilmesi

Alt Ölçek	CHP		AKP		MHP	
	N	X±S.S	N	X±S.S	N	X±S.S
Duygusal Çekicilik	200	7.03±7.18	200	7.67±5.16	200	7.96±7.46
Kurumsal Çerçeve	200	7.09±6.05	200	7.96±9.80	200	7.55±8.70
Ürün ve Hizmet	200	6.91±6.52	200	7.43±8.11	200	7.13±7.09
Vizyon ve Liderlik	200	6.43±7.51	200	7.99±6.18	200	7.01±5.76
Finansal Performans	200	6.87±5.28	200	7.87±9.21	200	6.53±5.67
Sosyal Sorumluluk	200	7.93±7.10	200	7.86±5.30	200	6.86±7.76
Sadakat Ölçeği	200	6.93±4.62	200	7.88±9.33	200	7.78±6.72

Ortalama puanların ve betimsel istatistiklerin incelendiği tabloya baktığımızda duygusal çekicilik alt boyutunda (7.96±7.46) puan alarak Milliyetçi Hareket Partisi'nin en yüksek ortalama puana sahip olmuştur. Sosyal sorumluluk alt boyutunda da (7.93±7.10) puan alarak Cumhuriyet Halk Partisi en yüksek ortalama puana sahiptir. Genel olarak en yüksek ortalamalara sahip olan Adalet ve Kalkınma Partisi'nin ise alt boyutlardan kurumsal çerçevede (7.96±9.80), ürün ve hizmette (7.43±8.11), vizyon ve liderlikte (7.99±6.18), finansal performansta (7.87±9.21) ve sadakat ölçeğinde (7.88±9.33) puanlarını alarak en yüksek ortalama puana sahip olduğu görülmüştür.

Milliyetçi Hareket Partisi'ne oy veren seçmenlerin vermiş oldukları yanıtlar doğrultusunda duygusal çekicilik alt boyutunda en yüksek ortalama puanı Milliyetçi Hareket Partisi'nin aldığı görülmüştür. Bu durum Milliyetçi Hareket Partisi'ne oy veren seçmenlerin parti itibarını oluşturan en önemli alt boyutun duygusal çekicilik olduğunu düşündüklerini göstermektedir.

Cumhuriyet Halk Partisi'ne oy veren seçmenlerin vermiş oldukları yanıtlar çerçevesinde sosyal sorumluluk alt boyutunda en yüksek ortalama puanı ise Cumhuriyet Halk Partisi almıştır. Bu bağlamda Cumhuriyet Halk Partisi'ne oy veren seçmenler için parti itibarını oluşturan en önemli alt boyutun sosyal sorumluluk olduğu anlaşılmaktadır.

Adalet ve Kalkınma Partisi'ne oy veren seçmenlerin vermiş oldukları yanıtlar bağlamında itibarın alt boyutları olan vizyon ve liderlik, ürün ve hizmetler, kurumsal çerçevede, finansal performans boyutlarında ve ayrıca sadakat ölçeğinde en yüksek ortalama puanı Adalet ve Kalkınma Partisi'nin aldığı görülmüştür. Bu durumda Adalet ve Kalkınma Partisi'ne oy veren seçmenlerin parti itibarını oluşturan en önemli alt boyutların vizyon ve liderlik, ürün ve hizmetler, kurumsal çerçevede ve finansal performans boyutları olduğu saptanmıştır. Adalet ve Kalkınma Partisi'nin sadakat ölçeğinde de en yüksek ortalama puana sahip olması Adalet ve Kalkınma Partisi'ne oy veren seçmenlerin, diğer iki siyasi partiye oy veren seçmenlere kıyasla destekledikleri partilerine karşı daha fazla sadakat hissettiklerini göstermektedir.

Tablo 9: İtibar ve Sadakat Ölçeği Parti Seçim Durumuna Göre Karşılaştırma

Alt Ölçek	Düzyey	N	X±S.S	Sıra Ort.	SD	Z ²	P
Duygusal Çekicilik	CHP	200	8.11±5.97	64.00	2	1.52	0.008
	AKP	200	12.40±10.04	82.83			
	MHP	200	11.41±9.76	64.01			
Kurumsal Çerçeve	CHP	200	9.47±7.45	68.34	2	2.82	0.047
	AKP	200	12.43±11.20	58.93			
	MHP	200	18.42±12.73	78.75			
Ürün ve Hizmet	CHP	200	17.18±13.70	71.10	2	0.86	0.435
	AKP	200	13.74±13.03	73.45			
	MHP	200	8.17±6.92	58.73			
Vizyon ve Liderlik	CHP	200	13.13±9.49	82.38	2	0.41	0.003
	AKP	200	9.56±8.50	68.50			
	MHP	200	9.53±8.06	70.00			
Finansal Performans	CHP	200	8.06±6.35	64.80	2	2.12	0.041
	AKP	200	11.83±7.60	74.25			
	MHP	200	8.95±7.09	65.23			
Sosyal Sorumluluk	CHP	200	11.05±6.92	86.05	2	1.22	0.032
	AKP	200	6.77±6.10	64.29			
	MHP	200	9.60±6.31	80.43			
Sadakat Ölçeği	CHP	200	6.77±5.49	69.40	2	2.97	0.002
	AKP	200	7.79±7.00	62.84			
	MHP	200	9.37±8.69	60.83			

Partilere göre farklılıkların incelendiği ve Kruskal Wallis testinin yapıldığı analiz sonuçlarında sadakat ölçeği, vizyon ve liderlik, sosyal sorumluluk, finansal performans, kurumsal çerçeve ve duygusal çekicilik alt boyutlarında anlamlı farklılık saptanmıştır ($p<.05$).

Anlamlı farklılık tespit edilen boyutlardan vizyon ve liderlik, sadakat ölçeği ve sosyal sorumluluk boyutlarına karşı Cumhuriyet Halk Partisi'ni seçmiş olan seçmenlerin diğer siyasi partilere oranla daha pozitif bir tutum sergiledikleri görülmüştür. Bu sonuçlar Cumhuriyet Halk Partisi'ni seçmiş olan seçmenlerin diğer siyasi partileri seçmiş olan seçmenlere kıyasla vizyon ve liderlik, parti sadakati ve sosyal sorumluluk boyutlarına göstermiş oldukları önem düzeyinin daha fazla olduğunu göstermektedir. Bu durum aynı zamanda Cumhuriyet Halk Partisi'ni seçmiş olan seçmenlerin, diğer siyasi partileri seçmiş olan seçmenlere nazaran partinin amaçlarına, partinin yönetimine, parti içerisindeki sadakat düzeyine ve partinin toplum yararına yapmış olduğu faaliyetleri daha fazla önemseydiğini açıklamaktadır.

Finansal performans ve duygusal çekicilik boyutlarında Adalet ve Kalkınma Partisi'ni seçmiş olan seçmenlerin diğer siyasi partilere oranla daha pozitif bir tutum sergiledikleri görülmüştür. Bu bağlamda boyutlarında Adalet ve Kalkınma Partisi'ni seçmiş olan seçmenlerin diğer siyasi partileri seçmiş olan seçmenlere kıyasla finansal performans ve duygusal çekicilik boyutlarına göstermiş oldukları önem düzeyinin daha fazla olduğu söylenebilir. Bu sonuçlar Adalet ve Kalkınma Partisi'ni seçmiş olan seçmenlerin diğer siyasi partileri seçmiş olan seçmenlere nazaran parti ile kurulan duygusal bağ noktasına ve partinin ekonomik durumuna daha fazla önem verdiklerini göstermektedir.

Kurumsal çerçeve boyutunda ise Milliyetçi Hareket Partisi'ni seçmiş olan seçmenlerin diğer siyasi partilere oranla daha pozitif bir tutum sergiledikleri görülmüştür. Bu sonuçlar Milliyetçi Hareket Partisi'ni seçmiş olan seçmenlerin diğer siyasi partileri seçmiş olan seçmenlere kıyasla kurumsal çerçeve boyutuna göstermiş oldukları önem düzeyinin daha fazla olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda bakıldığında Milliyetçi Hareket Partisi'ni seçmiş olan seçmenlerin diğer siyasi partileri seçmiş olan seçmenlere nazaran partinin kurumsal yapısına verdikleri önemin daha fazla olduğu sonucuna varılmaktadır.

Tablo 10: İtibar ve Sadakat Ölçeklerine Göre CHP Seçmeni Korelasyon Testi Sonuçları

Alt Ölçek	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
(1) Duygusal Çekicilik	1.0						
(2) Kurumsal Çerçeve	.58	1.0					
(3) Ürün ve Hizmet	.54	.61	1.0				
(4) Vizyon ve Liderlik	.53	.57	.63	1.0			
(5) Finansal Performans	.52	.58	.57	.65	1.0		
(6) Sosyal Sorumluluk	.60	.61	.63	.66	.61	1.0	
(7) Sadakat Ölçeği	.62	.54	.62	.64	.69	.77	1.0

Cumhuriyet Halk Partisi'ni seçmiş olan seçmenlerin parti itibarı ve parti sadakati arasındaki ilişkisinin incelendiği korelasyon testi sonuçlarında, itibarın alt boyutları olan duygusal çekicilik, kurumsal çerçeve, ürün ve hizmet, vizyon ve liderlik, finansal performans ve sosyal sorumluk ile parti sadakati arasında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Cumhuriyet Halk Partisi'ni seçmiş olan seçmenlerin parti sadakati ile parti itibarı alt boyutları arasında pozitif ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca parti sadakati ile parti itibarı alt boyutu olan finansal performans ve sosyal sorumluk boyutları arasındaki yüksek ilişki dikkat çekmiştir.

Tablo 11: İtibar ve Sadakat Ölçeklerine Göre AKP Seçmeni Korelasyon Testi Sonuçları

Alt Ölçek	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
(1) Duygusal Çekicilik	1.0						
(2) Kurumsal Çerçeve	.68	1.0					
(3) Ürün ve Hizmet	.64	.71	1.0				
(4) Vizyon ve Liderlik	.72	.77	.73	1.0			
(5) Finansal Performans	.72	.78	.80	.86	1.0		
(6) Sosyal Sorumluluk	.73	.77	.79	.79	.84	1.0	
(7) Sadakat Ölçeği	.82	.64	.72	.84	.79	.77	1.0

Adalet ve Kalkınma Partisi'ni seçmiş olan seçmenlerin parti itibarı ve parti sadakati arasındaki ilişkisinin incelendiği korelasyon testi sonuçları incelendiğinde, itibarın alt boyutları olan duygusal çekicilik, kurumsal çerçeve, ürün ve hizmet, vizyon ve liderlik, finansal performans ve sosyal sorumluk ile parti sadakati arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Adalet ve Kalkınma Partisi'ni seçmiş olan seçmenlerin parti sadakati ile parti itibarı alt boyutları arasında pozitif ve yüksek düzeyde ilişki olduğu anlaşılmıştır. Özellikle parti sadakati ile vizyon ve liderlik, duygusal çekicilik ve finansal performans boyutları arasındaki yüksek ilişki dikkat çekmiştir.

Tablo 12: İtibar ve Sadakat Ölçeklerine Göre MHP Seçmeni Korelasyon Testi Sonuçları

Alt Ölçek	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
(1) Duygusal Çekicilik	1.0						
(2) Kurumsal Çerçeve	.73	1.0					
(3) Ürün ve Hizmet	.62	.67	1.0				
(4) Vizyon ve Liderlik	.77	.79	.72	1.0			

(5) Finansal Performans	.54	.57	.63	.72	1.0		
(6) Sosyal Sorumluluk	.69	.70	.71	.72	.79	1.0	
(7) Sadakat Ölçeği	.81	.74	.82	.83	.81	.84	1.0

Milliyetçi Hareket Partisi'ni seçmiş olan seçmenlerin parti itibarı ve parti sadakati arasındaki ilişkisinin incelendiği korelasyon testi sonuçlarına bakıldığında, itibarın alt boyutları olan duygusal çekicilik, kurumsal çerçeve, ürün ve hizmet, vizyon ve liderlik, finansal performans ve sosyal sorumluk ile parti sadakati arasında anlamlı bir ilişki olduğu anlaşılmıştır.

Milliyetçi Hareket Partisi'ni seçmiş olan seçmenlerin parti sadakati ile parti itibarı alt boyutları arasında pozitif ve yüksek düzeyde ilişki olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan parti sadakati ile vizyon ve liderlik, sosyal sorumluk ve ürün ve hizmet boyutları arasındaki yüksek ilişki dikkat çekmiştir.

Korelasyon test sonuçları incelendiğinde, parti itibarı alt boyutlarının kendi aralarında ve parti sadakati ölçeği ile arasında olan ilişkilerinin 0.74-0.92 arasında olduğu ve hepsinin %99 güven düzeyinden anlamlı ve pozitif ilişkilere sahip olduğu tespit edilmiştir.

Sonuç

İtibar ve sadakat ölçeklerinin cinsiyet değişkenine göre yapılan test istatistiği sonuçlarında kurumsal çerçeve alt boyutunda anlamlı farklılık bulunmadığı sonucu saptanmıştır. Diğer alt boyutlar incelendiğinde duygusal çekicilik, ürün ve hizmet, vizyon ve liderlik, finansal performans, sosyal sorumluluk ve sadakat ölçeği başlıklarında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar saptanmıştır. Ayrıca kadın ve erkeklere yönelik ortalamalara bakıldığında anlamlı farklılık saptanan duygusal çekicilik, ürün ve hizmet, vizyon ve liderlik, finansal performans, sosyal sorumluluk ve sadakat ölçeği boyutlarında kadın seçmenlerin erkek seçmenlere oranla algıladıkları önem düzeyinin daha yüksek olduğu görülmüştür. Alınacak vd., (2010)'nin yapmış olduğu çalışmada da kurumsal itibar bileşenlerinin tamamında kadın katılımcıların algıladığı önem düzeyi, erkek katılımcıların algıladığı önem düzeyinden yüksektir. Bu sonuçlar doğrultusunda kadın seçmenlerin erkek seçmenlere oranla parti itibarı konusuna daha duygusal olarak yaklaştığı ve erkek seçmenlere kıyasla kadın seçmenler için parti itibarı oluşumunda duygusal bağ kurmanın daha önemli olduğu anlaşılmıştır.

Yaş değişkenine göre yapılan test istatistiği sonuçlarında sadakat ölçeği, vizyon ve liderlik, sosyal sorumluluk, finansal performans ve duygusal çekicilik alt boyutlarında anlamlı farklılık saptanmıştır. Kurumsal çerçeve ve ürün ve hizmetler alt boyutlarında ise anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür. Anlamlı farklılık bulunan boyutlarda yaş dağılımına göre aritmetik ortalamalara bakıldığında duygusal çekicilik ve ürün ve hizmetler boyutunda 18-24 yaş aralığındaki seçmenlerin diğer yaş aralığındaki seçmenlere kıyasla daha pozitif bir tutum sergiledikleri görülmektedir. Bu durumda yaş aralığı düştükçe bireylerin partilere olan duygusal bağının ve partilerin sunmuş oldukları hizmetlere yönelik vermiş oldukları önemin arttığı söylenebilir.

Eğitim düzeyine göre yapılan test istatistiği sonuçlarında sadakat ölçeği, sosyal sorumluluk, finansal performans ve duygusal çekicilik alt boyutlarında anlamlı farklılık saptanmıştır. Anlamlı farklılık saptanan duygusal çekicilik ve finansal performans boyutlarında ön lisans ve lisans eğitim düzeyine sahip olan seçmenlerin diğer eğitim düzeyine sahip olan seçmenlere kıyasla daha pozitif bir tutum sergiledikleri görülmüştür.

Aylık gelir durumuna göre yapılan test istatistiği sonuçlarında sadakat ölçeği, vizyon ve liderlik ve duygusal çekicilik alt boyutlarında anlamlı farklılık saptanmıştır. Anlamlı farklılık tespit edilen boyutlardan sadakat ölçeği ve vizyon ve liderlik boyutlarında 8501 ve altı gelir durumuna sahip olan seçmenlerin diğer aylık gelir durumuna sahip olan seçmenlere kıyasla daha olumlu bir tutum sergiledikleri görülmüştür. Bu durum aylık gelir durumunun azaldıkça seçmenlerin parti sadakatine, partinin hedeflerine ve partinin nasıl yöneltildiğine verdiği önemin arttığını göstermektedir.

Ortalama puanların ve betimsel istatistiklerin inceleme sonuçlarına bakıldığında duygusal çekicilik alt boyutunda Milliyetçi Hareket Partisi en yüksek ortalama puana sahip olmuştur. Sosyal sorumluluk alt boyutunda da Cumhuriyet Halk Partisi en yüksek ortalama puana sahiptir. Adalet ve Kalkınma Partisinin ise kurumsal çerçeve, ürün ve hizmet, vizyon ve liderlik, finansal performans alt boyutlarında ve sadakat ölçeğinde en yüksek ortalama puana sahip olduğu görülmüştür. Bu sonuçlar doğrultusunda partilerin genel ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalama puana sahip olan ilk partinin Adalet ve Kalkınma Partisi ikinci partinin Milliyetçi Hareket Partisi ve üçüncü parti de Cumhuriyet Halk Partisi olduğu anlaşılmıştır.

Korelasyon testi incelendiğinde parti itibarı alt boyutlarının kendi aralarında ve parti sadakati ölçeği ile arasında olan ilişkilerinin 0,74-0,92 arasında olduğu ve hepsinin %99 güven düzeyinden anlamlı ve pozitif ilişkilere sahip olduğu tespit edilmiştir. Korelasyon çift yönlü olduğundan dolayı elde edilen bu sonuçlara göre parti itibarı arttıkça parti sadakatinin de artacağı veya parti itibarı azaldıkça parti sadakatinin de azalacağı söylenebilir. Bu bağlamda araştırmanın hipotezlerine bakıldığında ‘H9: Siyasi parti itibarı ile seçmen sadakati arasında anlamlı bir ilişki vardır.’ şeklinde olan hipotezin ve bu hipotezin tüm alt hipotezlerinin kabul edildiği görülmüştür. Bükümer (2013, s. 44)’in yapmış olduğu çalışma sonucunda seçmenin güven duygusunun, parti sadakati oluşumu açısından önem taşıdığı ortaya konulmuştur.

İtibarın oluşmasında güven faktörü oldukça büyük bir öneme sahiptir. Bu nedenle bu çalışma ki parti itibarının parti sadakati oluşmasında etkili olduğu sonucuna ulaşılması ve Bükümer (2013, s. 44)’in yapmış olduğu çalışmada ki seçmenlerin bir partiye güvenmesiyle söz konusu partiye sadakat hissetmeleri sonucuna ulaşılması iki çalışma arasındaki benzerliği göstermektedir.

“Parti İtibarının Parti Sadakati Oluşturmasındaki Rolü: Yozgat İli Örneği” adlı bu çalışma zaman ve maliyet kısıtları nedeniyle belirli bir zaman aralığında ve belirli bir il sınırları içerisinde yapılmıştır. Bu çalışma ile benzer konularda çalışmalar yapılacaksa, itibar ve sadakat kavramlarının uzun bir süreç

sonucu oluştugu göz önünde bulundurularak zaman diliminin uzun tutulması önerilmektedir. Özellikle seçimlerin tekrarlanma aralığı olan beş yıl içerisinde belirli aralıklarla partiler bağlamında itibar ve sadakat ölçümleri yapılarak daha verimli sonuçlar elde edilebilir. Öte yandan araştırma genişletilerek Türkiye’de bulunan her bölgeyi ve tüm illeri kapsayacak şekilde yapılırsa daha net ve daha verimli sonuçlar alınacağı düşünülmektedir.

Ayrıca günümüzde bazı siyasi partilerin bir araya gelerek ittifak çatısı altında birleştikleri göz önünde bulundurulduğunda, öncelikle partilerin ayrı ayrı itibar ve sadakatleri ölçülüp ardından oluşan ittifak gruplarının itibar ve sadakatleri ölçülebilir. Böylece yapılan ittifakların seçmen nezdinde parti itibarını ve parti sadakatini ne denli etkilediği konusunda da bir çalışma yapılabilir.

Kaynakça

- Acar, E. (2012). Görmeyeni Muteber Kılmak, İtibar Yönetimi. İstanbul: Karasus Yayınları.
- Alınacak, E., Alınacak, Ü., & Genç, N. (2010). Kurumsal İtibar Bileşenlerinin Algılanan Önemi Demografik Özelliklerden Etkilenmekte Midir? Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13(23), 105-106.
- Argüden, Y. (2003). İtibar Yönetimi (1. Basım). İstanbul: ARGE Danışmanlık Yayınları. .
- Coughlan, R. (2005). Employee Loyalty as Adherence to Shared Moral Values. Journal of Managerial, 17(1), 43-57.
- Çınaroğlu, S., & Şahin, B. (2012). Kurumsal İtibar ve İmajın Hastanelerin Performansı İle İlişkisi. Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 30(2), 27-30.
- E. Koç. (2002). İnsan ve Sadakat. Felsefe Dünyası Dergisi, 1(35), 49-50.
- Erdoğan, M. (2018). Oy verme yaklaşımlarının siyasal liderin itibar değeri üzerindeki etkisi: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma (Master’s thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü). Gümüşhane.
- Fombrun, C. J., & Riel, C. V. (2003). Fame and fortune: How successful companies build winning reputations. Financial Times Prentice Hall.
- Fombrun, J. C. (1998). Indices of Corporate Reputation: An Analysis of Media Rankings and Social Monitors’ Ratings. Corporate Reputation Review, 1(4), 327–330.
- Geçikli, F., Erciş, M. S., & Okumuş, M. (2016). Kurumsal İtibarın Bileşenleri ve Parametreleri Üzerine Deneysel Bir Çalışma: Türkiye’nin Öncü Kurumlarından Biri. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 20(4), 1549-1562.
- Güven, S. (2016). Türkiye’de Siyasal Hayatta Dönüşüm Ve Lider Odaklı Siyaset. Selçuk Üniversitesi İletişim Dergisi, 9(3), 90-118.
- Koç, H., & Uygur, A. (2010). Örgütsel Sadakat Ve Örgütsel Bağlılık: Siyasi Partiler Açısından Bir Analiz. İşletme Araştırmaları Dergisi, 2(4), 79-94.
- O’Cass, A., & Pecotich, A. (2005). The dynamics of voter behavior and influence processes in electoral markets: a consumer behavior per-spective. Journal of

- Business Research, 58(4), 406-413.
- Okay, A., & Okay, A. (2001). Halkla İlişkiler Kavram, Strateji ve Uygulamalar. İstanbul: Der Yayınları.
- Serin, K. S. (2021). Örgütsel Sadakate İlişkin Nitel Bir Çalışma. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi. Burdur.
- Taşcıoğlu, R. (2011). Türkiye’de Organize Suç Örgütlerinin İtibar Kazanma Girişimlerinin Yazılı Basında Yansıması. Ankara: Polis Akademisi Yayınları.
- TDK. (tarih yok). İtibar. <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı
- Ural, E. G. (2006). Stratejik Halkla İlişkiler Uygulamaları. İstanbul: Birsen Yayınevi.
- Ü. Bükümer, T. (2013). Parti Sadakatının Oluşumunda Seçmenlerin Kişisel Özelliklerinin Düzenleyicilik Etkileri. Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, 5 (1), 15-52.
- Yoo, B., & Donthu, N. (2002). Testing cross-cultural invariance of the brand equity creation process. Journal of Product ve Brand Management, 11(6), 380-398.

Dünden Bugüne Türkiye’de Sektörel Yayıncılık*



Büşra Tosun
DURMUŞ¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi,
Marmara Üniversitesi
busratosundurmus@gmail.com
ORCID: 0000-0001-5158-0058

Gönderilme / Received

10.12.2024

Kabul Tarihi / Accepted

20.02.2025

Yayın Tarihi / Published

27.03.2025

Öz

Sektörel yayıncılık, uluslararası literatürde B2B (business to business) kavramı ile de ifade edilen, “trade publishing” tanımları içinde yer alan, ekonomi içinde belirli bir endüstriyel alanı kapsayan, bir meslek kolu ve grubunu hedef kitle olarak belirlemiş, hem yazılı ve görsel, hem işitsel ve elektronik ortamın kullanılması suretiyle yayıncılık faaliyetlerinin sürdürülmesini ifade etmektedir. İçinde bulundukları sektörün gelişmelerinin hedef kitle ile paylaşılması, spesifik anlamda sektör içi iletişimin sağlanması, birbiriyle alakalı sektörlerin bilgi alışverişini mümkün kılması başta olmak üzere pek çok fayda üreten sektör yayıncılığının Türkiye’deki gelişimine odaklanan bu çalışma, erken dönem mesleki yayıncılığı da içine alan bir yaklaşımla, yayıncılığın dijitalleştiği dünyada sektörel yayıncılığın dün, bugün ve geleceğini analiz etmeyi hedeflemektedir.

Bu bağlamda, çalışma, dünden bugüne sektörel yayıncılık özellikleri gösteren ilk örneklerden bugüne gelen süreci, siyaset yapıcılarının ekonomik kararları ve akabinde yaşanan dönüşümlerin yayıncılığa etkisini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Türkiye’de sektörel yayıncılığın bel kemiğini oluşturan ve 2000 yılında kurulan Sektörel Yayıncılar Derneği’nin (SEYAD) ayrıntılı değerlendirildiği bu çalışma, ayrıntılı bir literatür araştırması akabinde derlenerek kaleme alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sektörel yayıncılık, B2B, SEYAD, Mesleki Yayıncılık, Dijitalleşme

* Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. Benzerlik tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No similarity detected.

** Bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive” were followed.

*** Çalışma tek yazar tarafından yürütülmüştür.

The study was conducted by a single author.

**** Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

Kaynak gösterme / To cite this article: Durmuş, B.T. (2025). Dünden Bugüne Türkiye’de Sektörel Yayıncılık. İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi, 5(1), 106-139. doi: 10.59534/jcss.1599268



From Past to Present: B2B Publishing in Türkiye



Büşra Tosun
DURMUŞ¹

¹ Asst. Prof. Dr,
Marmara University
busratosundurmus@gmail.com
ORCID: 0000-0001-5158-0058

Gönderilme / Received
10.12.2024

Kabul Tarihi / Accepted
20.02.2025

Yayın Tarihi / Published
27.03.2025

Abstract

Sectoral publishing, which is also expressed by the concept of B2B (business to business) in international literature and included within the definitions of “trade publishing,” refers to publishing activities carried out by targeting a specific professional branch or group, encompassing a particular industrial area within the economy, and using written, visual, auditory, and electronic media. Focusing on the development of sectoral publishing in Türkiye, this study examines the various benefits of sectoral publishing, including sharing industry developments with the target audience, ensuring intra-sector communication, and facilitating information exchange between related sectors. Adopting an approach that also encompasses early professional publishing, the study aims to analyze the past, present, and future of sectoral publishing in a world where publishing is becoming increasingly digital.

In this context, the study seeks to trace the evolution of sectoral publishing from its earliest examples to the present, highlighting the impact of policymakers’ economic decisions and the subsequent transformations in the publishing industry. A detailed evaluation of the Sectoral Publishers Association (SEYAD), which has been a cornerstone of sectoral publishing in Türkiye since its establishment in 2000, is also included. This study has been compiled and written based on a comprehensive literature review.

Keywords: Sectoral Publishing, B2B, SEYAD, Professional Publishing, Digitalisation

Giriş

Yayıcılık tarihinin henüz hareketli matbaanın kullanılmadığı aşamalarına dahi bakıldığında, iletişim kurma amacının belirli sektörler arasında ortaya çıktığı, haberleşme ihtiyacının da bu bağlamda şekillendiği görülecektir. Elle yazılmış, özellikle Orta Çağ Avrupa'sının içine kapalı topluluklarının birbirleriyle haberleştikleri ve hayatîyetlerini devam ettirmek için oldukça önemli bir etkinlik alanı sunan ekonomi içerikli “haber mektupları” bunların başında gelmektedir. Yine belirli periyotlarla 16. yüzyılın başlarında görülen yıllıklar, panayır dönemlerinde ekonomik ihtiyaca binaen altı aylık süreçlerde yayınlanan ve oldukça ilgi gören dergiler iletişim tarihinde yazılı iletişimin temel ürünleri sayılmakla birlikte sektörel yayın olma özelliği göstermeleri bakımından da dikkat çekicidir. Dolayısıyla yayıcılık sahasının başlangıçtan itibaren bel kemiğini oluşturan ve sektörlerin ihtiyaçlarını karşılamayı hedefleyen bu spesifik yayıcılık anlayışına odaklanmak alana katkı sağlamak bakımından önemli ve elzemdir.

Konvansiyonel yayıcılıktan özellikle hedef kitlesi ve içerik bakımından farklılaşan sektörel yayıcılık, alan yayıcılığı, uzmanlık yayıcılığı, teknik yayıcılık, kesim yayıcılığı, dağıtım kanalı yayıcılığı gibi ifadelerle anılsa da, sektörel yayıcılık kavramının kapsayıcılığına sahip olmamaları sebebiyle çalışmada tercih edilmeyecektir. Bu bağlamda sektörel yayıcılık, avcılık, koleksiyon, el işi gibi hobi yayıcılığından, kültür, sanat ve eğitime yönelik yayıcılıktan, genel okura yayın yapan tematik yayıcılık kategorisindeki yayınlardan ayrıldığından incelenen literatürün kapsamına alınmayacaktır. Diğer taraftan sektörel yayınlar yapıları ve içerikleri itibarıyla özel kamu kurum ve kuruluşlarının dergileri, oda dernek ve sendika gibi oluşumların kurumsal yayınlarından farklı bir yerde tutulsa da (Ceyhan, 2006) bunlara, özellikle tarihsel kesitte sektörel yayıcılığı hazırladıkları kabulüyle yer verilecek, sektörel yayıcılık geleneğinin başlamasına yaptıkları hizmete vurgu yapılacaktır. Benzer şekilde “business publication” olarak anılan, ekonomi, iş dünyası, para, borsa gibi genel hedef kitlesine yayın yapan, dünyada The Economist, The Financial Times, Forbes, Fortune, Business Week (Kotler ve Pfoertsch, t.y., s. 287), Türkiye’de Ekonomist, Borsa Aktüel, Para, Derin Ekonomi, Capital gibi örnekleri olan süreli yayınların da sektörel yayınlardan ayrıldığını ifade etmek faydalı olacaktır.

Bu genel bilgilerden hareketle sektörel yayıcılığın Türkiye’deki serüvenine odaklanılarak hazırlanan bu çalışmada, öncelikle sektörel yayıcılık hakkında bilgi verilecek, Türkiye özelinde bu yayıcılığın sürdürülebilmesi için gerekli olan adımlardan bahsedilecektir. Akabinde yayıcılığın henüz doğduğu, basın faaliyetlerinin henüz şekillenmeye başladığı dönemlerde başta Avrupa’da sektörel yayıcılık özellikleri gösteren yayıcılık anlayışına odaklanılan bir tarih okuması gerçekleştirilecektir. “Türk basın tarihinde Cumhuriyet öncesi sektörel yayıcılık” başlığı altında, daha önce derli toplu çalışılmamış bir alan olması ve bu anlamda kaynaklık teşkil edecek bir tarih çalışması olması amacıyla önem verilerek hazırlanan literatür taraması, Türk basın tarihinin girizgahı olan 19. yüzyıl itibarıyla gerçekleşen, sektörel yayıcılığın hazırlığı olarak nitelendirilebilecek mesleki yayıcılığın tarihine temas edilecektir. Takip eden bölümde Cumhuriyet’e geçişle birlikte dönüşen iktisat politikalarına vurgu yapılmak suretiyle sektörel gelişmeler hakkında bilgi aktararak, erken dönem mesleki-sektörel yayıcılığa

dair örnekler sunulacaktır. Ayrıca 1980 sonrasında ithal ikameci büyüme stratejisinin terk edilerek, dışa açık büyüme stratejisinin kabulünü ifade eden 24 Ocak kararları sürecinin sektörel çeşitliliğe yaptığı büyük etkiden bahsedilecektir. Bu etkinin bir sonucu olarak ortaya çıkan, modern anlamda sektörel yayıncılığın örneklerinin hızla artış gösterdiği politik ve ekonomik durum değerlendirmesi yapılacaktır. Devamında 2000 yılında kurulan “Sektörel Yayıncılar Derneği (SEYAD)”, partner şirketler ve üye dergilere dair genel bilgiler verilecektir. Nihayetinde dijitalleşmenin sektörel yayıncılığa etkileri çerçevesinde matbu dergicilikten, elektronik yayıncılığa geçiş ile alakalı yorumlara yer verilerek sektörel yayıncılığın aldığı yeni form ve hedefler değerlendirilecektir.

Tarihsel sürecine dair müstakil çalışılmamış bir konu olması sebebiyle sektörel yayıncılıkla alakalı kaleme alınan bu çalışma, yayıncılık alan literatürüne katkıda bulunması bakımından önemlidir. Metodolojik bakımdan ayrıntılı bir literatür taraması ile gerçekleştirilen bu derleme, bağlantılı çalışmalara kaynaklık teşkil edecek ayrıntılara sahip olacak şekilde tasarlanmıştır.

1. Sektörel Yayıncılık: Nedir, Ne Değildir?

Uluslararası literatürde B2C (business to consumer-işletmeden tüketiciye) den farklı özellikler gösteren B2B (business to business-işletmeden işletmeye) kavramı ile de ifade edilen (Kotler ve Pfoertsch, t.y., s. 21), “trade publishing” tanımları çerçevesinde, ekonomi içinde belirli bir endüstriyel alanı kaplayan, özellikle belirli bir meslek grubunu hedef kitle olarak seçen, yazılı, görsel, işitsel ve elektronik ortam aracılığıyla yayıncılık faaliyetlerinin sürdürülmesinin karşılığı olan sektörel yayıncılık, medya teknolojilerindeki gelişmeler ve sanayileşmenin ilerlemesi suretiyle yaygınlık kazanan yayıncılık alanıdır. İçinde bulundukları sektörün gelişmelerinin hedef kitle ile paylaşılması, spesifik anlamda sektör içi iletişimin sağlanması, birbiriyle alakalı sektörlerin bilgi alışverişini mümkün kılması başta olmak üzere pek çok fayda üreten sektörel yayıncılık, yapısı itibarıyla konvansiyonel dergi ve kitap yayıncılığı faaliyetlerinin içinde bulunduğu genel durumun dışında kalabilme potansiyeline de sahip olması bakımından ayrıca değerlendirilmeyi hak etmektedir.

Buradan hareketle içeriklerine göre sektörel yayınlar, gazete, dergi, katalog ve rehber, yıllık ve almanaklar ile süresiz yayın kategorisindeki kitaplar olarak beşe ayrılırken, kullanıldıkları ortama göre; metbu sektörel yayınlar, görsel ve işitsel iletişim sistemlerinde dinleyici ve izleyiciye yönelik sektörel yayınlar ile elektronik ortamları kullanan sektörel yayınlar olmak üzere üçe ayrılırlar Bu bağlamda yılda en az dört sayı yayımlanması gereken süreli yayınlar kategorisinde yer alan türlerine göre ise sektörel yayıncılık; haber, röportaj, dosya haber, mülakat, firma veya ürün tanıtımı, çeviri ve telif yazılar, görüş, yorum ve eleştiriler, akademi menşeli akademik veya üretici temelli teknik makaleler, etkinlik takvimleri, izlenim ve gezi yazıları, bilimsel toplantı, sempozyum, kongre kitapçıları, firma ve derken etkinlikleri, fuar ve teknik gezi yazıları ile belirli bir konu dahilinde hazırlanan ve seri halde yayınlanan bilgilendirici içeriklerden oluşur (Ceyhan, 2006).

Temelde en büyük gelir kaynağı, doğrudan ilgili sektörün paydaşlarınca verilen reklamlardan oluşan sektörel dergi yayınları, ağırlıklı olarak posta yoluyla ve ücretsiz olarak hedef kitlesine ulaştırılır. İlgili sektörün profesyonelleri ve bu sektörle iş yapmayı planlayan diğer sektörlerce takip edilen yayınlar, McCarthy tarafından pazarlamanın temel elemanları olarak tayin edilen ve pazarlamanın 4P'si olarak literatüre geçen ürün (product), fiyat (price), satış yeri (Place) ve tutundurma (promotion) karmasının (McCarthy ve Perreault, 1993, s. ix) promosyon denilen kısmında görev ifa etmektedir. Ekonominin temel itkilerinden olan pazarlamanın, sanayileşme sürecinde öneminin arttığı kabulünden yola çıkarak yapılacak bir tespitle, sektörel dergi yayıncılığının önemine vurgu hatalı olmayacaktır.

İş dünyası için hayati bilgi kaynağı olan ve sektörlerin takip edildiği güncel süreli yayın organları olan sektörel dergi yayıncılığında başlıca hedef, belirli bir sektörün iletişim ihtiyacını gidermek ve tanıtımdır. Diğer taraftan ilgili sektörün gelişimi adına yapıcı içeriklere sahip olması ve bunu sağlamak adına kuvvetli bir Ar-Ge çalışması önem arz etmektedir. Günün ihtiyaçlarını karşılarken, iletişim sistemlerinin geçirdiği dönüşümlere muhakkak uyum sağlaması gereken sektörel dergi yayıncılığı, bilgilendirme ve yönlendirme kapasitesine sahip olmaları bakımından, sektörlerle doğrudan irtibatı olan donanımlı elemanlarca hazırlanmak zorunluluğundadır. Dolayısıyla iletişim fakültesi mezunu olmak, gazetecilik ve yayıncılık eğitimlerinden geçmiş olmak sektörel yayıncılık alanında başarılı bir eleman olmak için yeterli değildir. Alakalı sektör hakkında geniş bilgi sahibi olmak, sektörün gelişmelerini takip etmek, fuar ve etkinliklerini kaçırmamak, sektör içi ilişkilere hâkim olmak, sektörün ihtiyaçlarından haberdar olmak, dolayısıyla ihtisas gerektiren donanım başarılı bir sektörel yayıncılık faaliyeti için elzemdir. Tarafsız ve rekabetçi ortamın dengelerini gözetmesi gereken sektörel dergi yayıncılığı, haksız rekabete sebep olacak içerikten kaçınmak durumundadır. Bu yayınlar sadece yayının hedef kitlesi olan sektörün ihtiyaçlarını karşılamakla kalmaz, aynı zamanda birlikte iş gören sektörler arasındaki iş birliklerini sağlama ve karşılıklı bilgi alışverişini mümkün kılma gibi misyonları da yüklenmektedir. Sektörel deriler, bir taraftan sektörün güncel ihtiyaçlarını karşılamayı hedeflerken, diğer taraftan sektörün geçirdiği gelişime dair arşiv konumundadırlar. Hedef kitle ile doğru ve sağlıklı iletişim kurulması, sektörün ihtiyaçları, sorunları, geleceği hakkında etkin bir yayıncılık gerçekleştirilmesi, bunu akıcı içerikle ve doğru mizanpaj teknikleriyle uygulanması durumunda, sektörel gelişmeye büyük katkılar sağlayan bir alan olarak sektörel dergiler, ülkelerin ekonomik kalkınmalarında, endüstrilerinin ilerlemesinde doğrudan pay sahibi olacak güce sahip yayınlardır.

Sektörel kitap yayıncılığı ise dergiciliğin gösterdiği spesifik özelliklerin tamamını taşımamakla birlikte, özellikle mesleki alanlarda sektör profesyonellerine temel bilgi ve beceri aktarımını sağlayacak içeriklerle hazırlanmaları bakımından eğitsel özellik göstermektedirler. Çoğunlukla belirli sektörlerle profesyonel eleman yetiştiren akademisyenler tarafından kaleme alınan mesleki kitapların yanı sıra, sektörün gelişimi adına gerçekleştirilen faaliyetlerin raporları, çeşitli konferans/kongre sunum metinleri gibi çalışmaların kitaplaştırılmaları neticesinde ortaya çıkan yayınlar sektörel kitap yayınları arasında sayılmaktadır.

Sadece sektörel kitap yayıncılığına odaklanan kimi yayınevleri olduğu gibi, her alanda kitap yayıncılığı yapan yayınevlerinin çeşitli sektörleri doğrudan ilgilendirecek eğitsel içerikli kitaplar yayınladıkları da görülmektedir. Bu bağlamda bahsi geçen kitapların satış yoluyla okuyucuya ulaşmanın yanı sıra, sektörde faaliyet gösteren şirket, dernek, oda ve vakıflar tarafından ücretsiz olarak dağıtıldığı veya dijital ortamda elektronik varyasyonlarıyla dolaşıma sokuldukları görülmektedir.

Başta dergi ve kitap yayıncılığı şeklinde yürütülen sektörel yayıncılık faaliyetlerini sürdürebilmek için ülkelerin kanuni belgelerine dayanılarak hak ve sorumluluklar belirlenmektedir. Türkiye özelinde başta T.C. Anayasası olmak üzere, 5187 sayılı Basın Kanunu, 5681 sayılı Matbaalar Kanunu, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu, 8625 sayılı Marka Patent Kanunu, 195 nolu Basın İlan Kurumu Kanunu, 4454 sayılı Basın Yoluyla İşlenen Suçlar Kanunu ve 5237 sayılı Ceza Kanunu'nun ilgili maddeleri ile bunlara bağlı yönetmeliklerin muhatabı olan sektörel yayınlar ("[Yayıncılık Mevzuatı Hakkında Tüm Detaylar](#)", t.y.), bu yasalarda gerçekleştirilecek düzenlemelerden doğrudan etkilenmektedir. Dolayısıyla sektörel yayıncıların yakından takip etmesi gereken bu yasalar, yasa yapımcılarla kurulacak irtibatla sektörel yayıncılık lehine değişimleri mümkün kılacak hukuki metinlerdir.

Sektörel dergi yayıncılığı girişiminde bulunacak yayın şirketlerinin öncelikli olarak yayıncı ve sorumlu yazı işleri müdürünün adının, yayınevi adresi, sahibi ve sorumlu yazı işleri müdürünün ikamet adresleri, basılacağı matbaanın adı ve adresi, yayının türü, dili, periyodu vs. bilgilerin yer aldığı bir beyannamenin Cumhuriyet Savcılığı'na başvurusu gerekmektedir. Akabinde önceden imtiyaz sahipliği ile korunan yayıncı hakları, güncellenen Basın Kanunu gereği, dergi adının marka tescili yapılması ile korunmaktadır. Dolayısıyla dergi yayına başlamadan, derginin adı ve şekilden (logo) oluşan markanın Türk Patent ve Marka Kurumu'na uzman marka vekili avukatlar tarafından tescil ettirilmesi gerekmektedir. Tescil işlemi ardından hazırlığı yapılan dergiye, uluslararası süreli yayın standart numarası olan ISSN (International Standart Serial Number) alınmak üzere, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü'ne e-devlet üzerinden başvuru yapılmalıdır. Kitap yayıncılığı için ise Yayıncı Sertifikası ve uluslararası kitap standart numarası olan ISBN (International Standart Book Number) alınması ayrıca zorunluluktur. Bu ön işlemlerin tamamlanması ardından Matbaalar Kanunu gereğince basılan dergilerin basımevinin bulunduğu bölgedeki Basın Savcısı ve Derleme Müdürlüğü'ne gönderilmesi gerekmektedir. Diğer taraftan eğer dergi KİT ve BİT'lerden (Kamu İktisadi Teşekkülü-Belediye İktisadi Teşekkülü) reklam alıyorsa; Basın İlan Kurumu'na kayıt olmak ve dergilerin kuruma düzenli olarak gönderilmesi de zorunludur ("[Yayıncılık Mevzuatı Hakkında Tüm Detaylar](#)", t.y.).

Alanında faaliyet gösterecek yayıncılık şirketlerinin, gerekli başvurular ve girişimleri tamamlamalarıyla başlayacak olan sektörel yayıncılık, süreli veya süresiz, matbu veya elektronik ortamlarda gerçekleştirilebilmektedir. Sektörel yayıncılık, yoğun ve titiz bir çalışma neticesinde hazırlanan yayının, ilgili sektörle

alakalı firmaların tespit edilmesi, irtibat kurulması ardından genellikle posta yoluyla gönderilmesi veya elektronik ortamların paylaşılması suretiyle işleyen bir sistemdir. Aldığı reklamları hem kâr amaçlı hem de sektörün yenilikleriyle alakalı bilgi kaynağı olarak kullanan dergiler, ulusal ve uluslararası bağlantıların tesisini sağlamaları bakımından gittikçe önem kazanmaktadır. Bu bağlamda, eriştikleri gücün kaynağını anlamak bakımından, sektörel dergi ve kitap yayıncılığın modern uygulamalarının hazırlığını tesis eden sürecin arka planına bakmak yerinde olacaktır.

2. Sektörel Yayıncılığın Tarihsel Temelleri

Toplumsal bir ihtiyaç olarak haberin doğuşu, basının doğuşuyla ilişkilendirilmesi sebebiyle iletişim tarihi çalışmalarında öncelikli ele alınan konular arasındadır. Her ne kadar 19. yüzyıl Batı merkezli tarih yazımı çerçevesinde ilk yazılı haber kaynaklarının Orta Çağ Avrupa'sında görüldüğü iddia ediliyorsa da temelleri 10. yüzyıl Çin'in Pekin kentine dayanmaktadır. Böylece tarihin bilinen en eski yazılı haber metinleri olan 911 tarihli King Pao gazetesi, saray raporlarını kapsayan içeriği ile kâğıdın ve matbaanın da anavatanı olan Çin'de yayınlanmıştır ("[Basının Doğuşu ve Gelişimi](#)". [Milli Eğitim Bakanlığı Gazetecilik Alan Modül Belgesi](#)", 2011, s. 6; [İnuğur, 1982, ss. 37-38](#)). Diğer taraftan haberin sözlü kültürün bir parçası olarak kulaktan kulağa yaygınlaşmasını mümkün kılan sistemin siyasal birliklerin ihtiyaçlarını karşılamakta yetersiz kalması ardından basın faaliyetleri kapsamında değerlendirilebilecek olan ve iletişim tarihi çalışmalarında konvansiyonel gazetecilik uygulamalarının atası sayılan, İnuğur'un "öncü yayınlar" dediği ([İnuğur, 1982, s. 40](#)) "haber mektupları" ortaya çıkmıştır. Ticari ilişkilerin, Avrupa'nın Orta çağ şartlarında dışarıya kapalı feodal yapılanmalarının birbirleriyle kurdukları sınırlı irtibatın temelini oluşturduğu bilgisinden hareketle, her ne kadar haberciliğin ve gazeteciliğin temeli oldukları iddia edilse de bu mektuplar sektörel yayıncılığın ilk örnekleri olma özelliği gösterecektir.

Almanya'nın Aşağı Ren bölgesinin şehircilik ve ticaret anlamda gelişme gösterdiği 14. yüzyıl başlarında, 1321'de ortaya çıkan, "gazete" terimini ifade eden "titingen" kelimesi ([Abadan Unat, 1961, s. 119](#)) çerçevesinde, haberleşme ile ilgili şekilsel özellikler belirmeye başlamıştır. Özellikle siyasi iktidarların deniz aşırı bölgelerde sürdürdükleri ticari ilişkiler, haber alıp verme ihtiyacını kuvvetlendirmiş, başlangıçta elle yazılan, "haber mektupları" formunda başlayan rapor niteliğindeki basın faaliyetleri, ticari haber alışverişini mümkün kılmaları sebebiyle sektörün iletişim açığını kapatma görevi üstlenmiştir. Dolayısıyla her ne kadar haber ihtiyacı siyasi istikrar, fetih ve genişleme politikaları ile bağlantılı ise de ticaret borsalarının faaliyet gösterdiği merkezlerin tarih boyunca basın faaliyetlerinin de merkezi olması dikkat çekicidir. Gutenberg'in hareketli matbaasının Avrupa'dan yayılması da başta Ren nehri kullanılmak suretiyle ticaret yolları üzerinden gerçekleşmiştir ki Mainz'den Frankfurt, Strasbourg ve Basel'e geçmiştir ([Briggs ve Burke, 2015, s. 20](#)). Bağlantılı olarak Almanya'da Ausburg, İtalya'da Venedik, Hollanda'da Anvers başta olmak üzere birçok liman şehri, haber mektuplarının da merkezi hükmünde olacaktır. Bu merkezlerin aynı zamanda coğrafi keşifler adı altında kolonyal sistemi tesis edecek sömürgecilik faaliyetlerinin de merkezleri olması dikkat çekicidir. Bu merkezlerden başta

ekonomi haberi içeriğiyle haber mektupları, bölgenin asil ve zenginleri tarafından rağbet görmüş ve yüksek meblağlar karşılığı satın alınmıştır. Feodal sistemin merkezîyetçi devletlerle yer değiştirdiği büyük dönüşümde Avrupa hükümetleri, borsa merkezlerinden gelen ve “ditta di borsa” denilen borsa hakkındaki haberleri (Davison, t.y.) taşıyan iletişim sistemiyle sermaye açığının önemli bir bölümünü kapatabileceği bilgi alışverişini sağlamıştır. Kamuoyunun şekillenmesine katkı sağlayan bu gelişmeler, sömürgeler arasında sürekli seyahat halindeki tüccarların, hızlı şekilde haber yayma görevi üstlendiklerini de ortaya koymaktadır.

Hem basın tarihinin hem de sektörel yayıncılığın temellerini 12 ila 13. yüzyılda Venedik’te atan, Müslüman ve Hristiyan ordularının çarpıştığı İspanya’da oldukça rağbet gören (İnuğur, 1982, s. 41) ve 16. yüzyılla birlikte İngilizlerin “newsletters”, Fransızların “novellen”, “nouvelles a la main” (Abadan Unat, 1961, s. 122) dedikleri bu ilk örneklerin ardından hareketli matbaanın geliştirilmesi, Reform hareketinin önemli katkısı ile gelişen gazetecilik faaliyetlerini, basılı ürünlerin broşür, kitap, dergi, gazete, almanak v.b. gibi çeşitlenmeleri takip etmiştir. Bu sürecin sektörel yayıncılık bağlamında kesintisiz devam ettiği, özellikle ekonomi yayıncılığının temsili olan yayın faaliyetlerinin basılı olarak sürdürüldüğü, Venedik’te “avessi” şeklinde anıldıkları ve “gazetta” denilen bakır Venedik paraları karşılığında satıldığı bilinmektedir (‘Basının Doğuşu ve Gelişimi’. Milli Eğitim Bakanlığı Gazetecilik Alan Modül Belgesi”, 2011, s. 7; İnuğur, 1982, s. 42). Bu bağlamda ilk süreli ekonomi içerikli yayın ise 1597 yılında Floransa’da görülmüş, haftalık olarak, posta arabaları vasıtasıyla Avrupa şehirlerini dolaşmıştır. Bu haber kaynaklarında dönem dünya dengesi bakımından ağırlığın Doğu’da ve özellikle genişlemekte olan Osmanlı İmparatorluğu’nda olduğu döneme denk gelmesi bakımından, içeriklerin başta Osmanlı ve ham maddenin merkezi olan Doğu ile alakalı olduğu hatırlanmalıdır. Bu bilgiden hareketle, haber dolaşımı ile Doğu-Batı ilişkileri bakımından doğrusal bir ilişkinin olduğu tespiti önemlidir. Zira Batı’nın 15. yüzyıldan itibaren coğrafi keşifler adı altında sömürgecilik arayışlarıyla sonuçlanacak Avrupa temelli hareketliliği ile basın ve özellikle sektörel yayıncılığı da içine alacak yayıncılık faaliyetleri arasındaki ilişkiyi kurmak ancak bu şekilde mümkün olacaktır.

Bu bağlamda basın tarihi kitaplarında ilk günlük gazete olarak anılan Leibziger Zeitung ise 1650’de yayına başlamış bir ticari bültendir (İnuğur, 1982, s. 69). Bu açıdan değerlendirildiğinde sektörel anlamda yayın yaptığını iddia etmek yanlış olmayacaktır. Yine Hollanda’nın Anvers Limanı’nda 1605 yılında yayınlanan Nieuwe Tijdingen (Abadan Unat, 1961, s. 122; İnuğur, 1982, s. 41) de ilk sektörel düzenli yayınlara örnek olarak gösterilebilir. Başta Anvers olmak üzere, sömürgecilik faaliyetlerinin yürütüldüğü liman şehirlerinde ortaya çıkan yayıncılığın, hem sömürge merkezleri ile kurulan irtibatın sağlanması hem de başta tüccar ve misyonerler olmak üzere okur kitlesine bilgi aktarma, sömürge eylemine meşruiyet kazandırma gibi misyonlar yüklendiği ifade edilebilir. Benzer şekilde 16, 17 ve 18. yüzyıllarda kıtalar arası haberleşmenin Meksika veya Peru ile Avrupa arasındaki gümüş yolu veya Karibik Adaları’ndan Londra’ya uzanan şeker yolu gibi ticaret yolları üzerinden, haber mektupları aracılığıyla gerçekleştiği (Briggs & Burke, 2015, s. 20) hatırlandığında, zenginliğin işgal edilen kolonilerden Avrupa’ya akışını sağlama fonksiyonu ile haber alışverişi arasındaki bağ rahatlıkla kurulabilir. Bu servet aktarımı üzerinden ve sayesinde gelişen haberleşme ağını

kuvvetlendirmek amacıyla denizcilik sektörü alanında İngiliz Edward Llyod tarafından 1629 itibariyle başlatılan yayıncılığa dikkat çekmek yerinde olacaktır. Zira Llyod, Londra'da tüccarların buluşma mekânı olan bir kafenin sahibi olarak, sömürgecilik faaliyetlerinin bel kemiğini oluşturan denizcilik sektörünün haberleşme ihtiyacını fark ederek, haftalık bir yayına başlamış görünmektedir. Erken dönemde Llyod's News adı verilen yayın, daha sonra Llyod's List ve New Llyod's List isimleriyle yayına devam etmiştir (Palmer, 2002). Halen denizcilik sektörü hedefli biçimde online yayınlanmakta olan Llyod's List ("Lloyd's List", t.y.), sektörel yayıncılığın erken dönem başlayan ve uzun süreli devam eden örneklerinden biridir.

Basın ve haberleşme sahasındaki tüm bu ilk örneklere baktığımızda, haberleşme ihtiyacının temelinde yatan motivasyonun özellikle kolonyal servetin Avrupa'ya aktarımı için temelli ticari ilişkileri yürütmek ve genişletmek amacıyla geliştiği görülmektedir. Bu çaba özellikle içe kapanık yönetim sistemlerinin yaygın olduğu dönemde Avrupa'da dikkat çekmiş, ilerleyen tarihsel kesitte sanayinin gelişimine paralel olarak, bağlantılı sektörleri içine alacak şekilde gelişme göstermiştir. Bu açıdan değerlendirildiğinde, sektörlerin varlıklarını sürdürme, iç iletişimlerini sağlama amaçlı yayıncılık faaliyetlerinin hayatiyetini anlamak mümkündür.

Buradan hareketle İngiltere'nin gazetecilik faaliyetlerinin hız kazandığı ülkelerin başında gelmesi hem kolonyal süreçteki rolleri hem de sanayi devrimi ile olan bağlantıları sebebiyle tesadüf değildir. Zira Sanayi Devrimi adı verilen devrimin İngiltere temelli gelişmelere bağlı olduğu hatırlandığında, sektörel çeşitlenmenin en yoğun gözlemlendiği merkezler de nüfusu hızla artan, sanayinin geliştiği yerlerdir. Bu bağlamda İngiltere ürün çeşitliliğinin hızla arttığı bir ülke olması hasebiyle, reklamcılık faaliyetlerinin de dikkat çekici biçimde arttığı bir merkezdir. Bu bağlamda reklamcılık sektörünü ilgilendiren ilk yayın faaliyetleri İngiltere'de görülecektir. Daily Advertiser reklamcılık sektörünü içine alan, içeriğinin büyük kısmını üretimi gerçekleştirilen malların reklamları teşkil eden yayın 1730-1870 yılları arasında yayınlanmıştır. 1771 itibariyle politik haberleri de kapsayan içeriğiyle Daily Advertiser (İnuğur, 1982, ss. 79-80; Tucker, 1999), sanayi ile sektörel yayıncılığın bağlantısını ortaya koyması bakımından önemlidir. Zaten 19. yüzyıl, Avrupa merkezli sömürgecilik hareketlerinin itici gücüyle gerçekleşen ekonomik kalkınmanın etkisiyle gazetecilik anlayışında da bir kırılmayı temsil etmiş, haberleşme amaçlı kullanılan basında, ekonomik içeriğin, sektörel yatırımlar adına yol gösterici içeriklerin fark edilir biçimde artmasına şahit olunmuştur. Sanayi Devrimi'nin kentleşmeye doğrudan tesiri de bu itkiyi kuvvetlendirmiş, yaşanan dönüşüm sektörel gelişmeleri tetiklemiştir. Öncesinde soylu sınıf, derebeyleri, toprak sahipleri ve kiliseye çalışan halk arasında yeni sektörlerde varlık gösteren burjuva sınıfının teşekkülü ile toplumun sosyal anlamda dönüşüm geçirmesi, yayıncılık faaliyetlerinde de önemli değişimleri beraberinde getirmiştir. Profesyonel yayıncılık faaliyetlerinin kapitalist ekonominin gelişmesiyle doğrudan ilişkisi, sermaye birikimin ve ticarete yaşanan gelişmeler sektörel yayıncılık sahasına yansımıştır.

Avrupa'da başlayan ve Amerika'da devam eden bu süreç William Joseph Hearst'in sektörel yayıncılığın modern anlamda başlatıcısı olduğunu düşündüren yayınları ile çeşitlenmiştir. Hearst, 19. yüzyıl Amerika'sının önemli yayıncısı

olan Joseph Pulitzer'in New York World isimli gazetesinde 1886'da çalışmış ve bu gazetenin başarısını örnek alarak Examiner'ı geliştirmeye çalışmak suretiyle yayıncılık faaliyetlerine başlamış bir isimdir. Mesleğe San Francisco'da başlayan Hearst kısa sürede Pulitzer'e rakip olacak şekilde New York'ta yayıncılığa devam etmiş ve fark yaratacak bir yayın anlayışı adına adımlar atmıştır (Graziano, 1991). Amerikan dergiciliğinin zirveye ulaştığı dönemde Hearst, 1903'te otomobil meraklıları için Motor isimli, araba sektörünü doğrudan ilgilendiren bir yayına başlamış, 1905'te Cosmopolitan'ı ilk sahibinden yüksek bir meblağ ödemek suretiyle satın almıştır (Nasay, 2001, s. 190). Yine Motor Boating & Sailing isimli yayın da 1907'de yatçılık sektörüyle ilintili şekilde yayınlanmıştır. Böylece dergicilik sektöründe fark yaratan faaliyetler yürüten bir yayıncı olma çabası dikkat çekicidir. Diğer taraftan bugün TIM Global Media olarak tanınan Thomas Industrial Media, 1905'te yayınına başladığı Thomas' Register of American Manufacturer isimli sanayi katalogları ile tanınmış ve sektörel sahanın ihtiyaçlarını gideren faaliyetlerini böylece başlatmıştır ("Timglobal Media", t.y.). Türkiye'de 2006 yılında yayınlanan ve halen sektörel yayıncılığın önemli bir parçası olan Ekonomi Dünyası; "Avrupa endüstriyel pazarına endüstriyel dergileriyle, web siteleriyle, arama motorlarıyla ve e-bültenlerle hizmet veren TIMGlobal Media firmasının Türkiye'deki kardeş firması ("Hakkımızda", t.y.-a)" olarak tanıtılmakta ve aynı isimle yayınladıkları sektörel dergi "yeni ürün ve çözüm arayan endüstriyel karar vericilerin ve mühendislerin başvurdukları en güvenilir kaynak ("Hakkımızda", t.y.-a)" olarak zikredilmektedir. Merkezi Belçika'da yer alan TIM Global Media, 20. yüzyılın başlarından itibaren sektörel yayıncılığın uluslararası sahadaki önemli örneklerinin yayıncısı firmalar arasında yer almıştır. B2B adı verilen bu süreli yayıncılık anlayışını sürdüren başlıca uluslararası yayıncılık şirketleri arasında alt yapısında çeşitli farklı şirketleri ve farklı sektörleri barındıran Relx Group, bir etkinlik ve sergi organizasyon şirketi olan Reed Exhibition ve alt şirketi olan sektörel yayıncılık alanında yoğun faaliyet gösteren Reed Business Information (RBI), İngiltere merkezli bir medya şirketi olan Haymarket Media Group, yine bilgi teknolojileri ve ilgili sektörlerde yayıncılık yapan IDG (International Data Group) Communications, finansal sektöre odaklanan bir medya şirketi olan ve ismini Delinian olarak değiştiren Euromoney Institutional Investor PLC, Amerika temelli yayıncılık faaliyetleri yürüten Bonnier Corporation, birçok farklı sektörde yayın yapan bir medya ve bilgi şirketi olan Informa sayılabilir. Bahsi geçen yayıncı şirketler bünyesinde çok sayıda matbu ve dijital sektörel dergi yayınlanmakta, bu dergiler uluslararası sahada sektörlerin bilgi alışverişini sağlamaktadır. Diğer taraftan sektörel yayıncılığın dergi dışındaki önemli mecrası olan kitap yayıncılığı alanında da özellikle mesleki yayın bağlamında bu türde yayıncılığının hızla arttığı ve dijitalleşmenin etkisiyle, elektronik kitap varyasyonlu yayınların yaygınlaştığı görülmektedir. Örneğin O'Reilly Media teknoloji, bilgisayar sektörü ve yazılım geliştirme alanında yayın yapan bir şirket iken, Elsevier işletme, sağlık, mühendislik gibi sektörlerle bilgi aktarımı sağlayacak mesleki içerikli yayıncılık yapmaktadır. Bu ve benzeri sektörel kitap yayıncılığına odaklanan spesifik yayınevlerinin yanı sıra, çeşitli yayınevlerince, örneğin Ernest Joyce ve Alan Peters tarafından kaleme alınan The Technique of Furniture Making (Mobilya Yapım Teknikleri/1997), Michael R. Lindeburg'un Mechanical Engineering Practice Problems (Mekanik Mühendisliği Uygulama Problemleri/2020), Lance Woolery imzalı HVAC for Beginners: The Most Updated Guide to Heating, Ventilation, and Air Conditioning Technology | How to Repair and Install Equipment for

Residential and Commercial Buildings (HVAC'ye Giriş: Isıtma, Havalandırma ve Klima Teknolojisine İlişkin En Güncel Kılavuz | Konut ve Ticari Binalar için Ekipman Onarımı ve Kurulumu/2023) isimli sektörel içerikli kitap ya da Off Grid Solar Power Bible: [5 in 1] Essential and Complete Beginner's Guide to Achieve Energy Independence in Homes, Rv's, Vans, Cabins, and Boats (Off-Grid Güneş Enerjisi Kutsal Kitabı: Evlerde, Karavanlarda, Kamyonetlerde, Kabinlerde ve Teknelerde Enerji Bağımsızlığına Ulaşmak İçin Gerekli ve Tamamen Başlangıç İçin Kılavuz [5'te 1]/2023) gibi başta İngilizce olmak üzere çeşitli birçok dilde yayınlanmış ve belirli sektör profesyonellerine bilgi aktarımı sağlayacak içerikte sayısız yayın yapılmaktadır.

Uluslararası sahada sektörel yayıncılığın başlangıç noktası ve bugününe dair verilen genel bilgilerin ardından, Türkiye bağlamında sektörel yayıncılığın doğuşu ve gelişimine odaklanan, 21. yüzyıl şartlarında sektörel dergicilik ve kitapçılık alanındaki faaliyetlere işaret etmek yerinde olacaktır.

3. Türk Basın Tarihinde Cumhuriyet Öncesi Sektörel Yayıncılık

Temelleri Avrupa'da atılan bu sürecin devamında çeşitli sektörlerin iç haberleşme ve bilgi alışverişi ihtiyacını gözetken yayıncılık faaliyetlerinin artması göz önüne alındığında Türkiye'de sektörel yayıncılık meselesinin köklerini de bu ilişkilerde aramak ve bulmak mümkündür. Yayıncılık gelişimi için Osmanlı Devleti tarafından desteklenen ilk matbaanın kurulduğu 1727 yılına dönmek ve basın faaliyetlerini takip etmek için ise bundan bir asır sonrasına odaklanmak gerekmektedir. Zira ilk basın ürünlerinin 19. yüzyıl ile tarihlendirildiği, bu bağlamda ilk gazetecilik faaliyetlerinin yanı sıra hızla dergi formunda yayınların teşekkül ettiği bilinmektedir. Tam da bu aşamada belirli sektör ve meslek alanlarını ilgilendiren ilk örneklerin sektörel yayıncılık anlayışının nüvelerini oluşturacak özellikler gösterdiğini iddia etmek yanlış olmayacaktır. Henüz basın sahasında ilk örneklerin zuhur ettiği 19. yüzyıl ilk yarısında, 1849 yılında yayınlanmaya başlayan ve Türk basın tarihinde ilk dergi olma özelliği de gösteren Vakayi-i Tıbbiye, sağlık sektörü ile alakalı bir dergi olması ve mesleki içeriği ile ilk sektörel dergicilik örneği olması bakımından dikkate değerdir. Gazette Médicale de Constantinople isimli Fransızca olarak da yayınlanan dergi Mekteb-i Tıbbiye'nin yayın organı olarak Hayrullah Efendi'nin yönetiminde aylık olarak çıkmıştır (Akün, 1998, s. 68). İlk dergicilik örneklerinden olması sebebiyle şekilsel özellikleri bakımından Türk dergiciliğinin başlangıcı olarak işaret edilmekte çekinceler bulunsa ve 1862'de neşrolunan Mecmua-i Fünûn bilim dergisi Türk basın tarihinin ilk dergisi olarak anılsa da dönem şartlarındaki dergicilik formuna uygunluk gösteren bu erken dönem yayını milat olarak kabul etmekte bir sakınca bulunmamaktadır.

Osmanlı dergicilik hareketliliğine yakından bakıldığında, her ne kadar basın faaliyetleri ile yeni tanışılmış olsa da hem Tanzimat hem de I. ve II. Meşrutiyet dönemlerindeki dergilerin şaşırtıcı biçimde belirli meslek alanları ve sektörlerin ihtiyaçlarına binaen yayınlandıkları görülecektir. Bülent Varlık tarafından 1870'lere kadar gelen süreçteki dergi yayıncılığı "seçkinlere yönelik dergiler dönemi" olarak adlandırılması (Varlık, 1985, s. 112) bu bağlamda son derece anlamlıdır. Bu adlandırmadan da anlaşılacağı gibi, henüz okuma yazma oranı belli bir seviyenin üzerine çıkamamış bir toplumda yayıncılık faaliyetleri belirli entelektüellerin

mensubu olduğu meslekî alan ve sektörleri hedef alacak biçimde şekillenmiştir. Dolayısıyla Osmanlı dergicilik faaliyetlerinin dönem şart ve sektörleri bağlamında öncelikli olarak bilimsel ve meslekî içerikli diğer taraftan ise sektörel özellikler göstermiştir.

1849'da Vakayı-i Tıbbiye ile Tanzimat döneminde başlayan dergicilik süreci, aynı zamanda sektörel yayıncılığı da başlatmış görünmektedir. Zira Tanzimat Fermanı'nı takip eden tarihler Osmanlı ticareti ve ekonomisi adına önemli ivmelerin kazanıldığı bir dönemi temsil etmektedir. Tıpkı dünyada basın faaliyetleri ve sektörel yayıncılığın fitilini ateşleyen unsurun ticaret ilişkileri ve ekonomi olduğu gibi, Osmanlı örneğinde de durum farklı değildir. Dış ticaret hususunda gerçekleştirilen atılımlar, 16 Ağustos 1838'de imzalanan Osmanlı-İngiliz ticaret anlaşması ve devamında Avrupa'lı diğer ülkelerle imzalanan anlaşmalar, 1838'de başarılı olamasa da Osmanlı topraklarında ilk banka kurulma girişimi, Batılı anlamda ilk kredi kurumlarının tesisi, hukuki altyapıyı tesis amacıyla 1850'de Kanunnâme-i Ticaret'in yayınlanması ile hızla parasallaşma sürecine girilmesi ile iç ve dış ticaretin genişlemesi, kapalı, durağan iktisadi yapının çözülüp dinamik, büyüyen ve gelişen bir ekonomik yapıya geçme çabasının sinyallerini vermeye başlamış görünmektedir (Z. Toprak, 1988, s. 195). Dolayısıyla bu erken dönem hareketliliğini takiben, henüz kendisi de gelişme aşamasında olan basın faaliyetleri, meslekî-sektörel alanda hızla varlık göstermiş, ticaret sektörünü ilgilendiren yayınlara bu erken dönemde rastlanılabilmektedir. Bunun ilk örneği olan ve basın tarihinde daha ziyade gazete olarak anılan Cerîde-i Ticaret 1857'de yayına başlayacaktır. Gazete deniz ve kara ticaretine dair içeriği ile, ticari davalara dair haberlerin de yer aldığı, sektörle alakalı reklamlara yer verilerek, ithal edilen ürünlere dair bilgi akışını sağladığı görülmüştür (Tekdemir, 2011, ss. 215-217). Kaç sayı çıktığı tam olarak bilinmeyen yayının Beyazıt Devlet Kütüphanesi'nde Hakkı Tarık Us koleksiyonunda birinci ve yedinci sayıları mevcuttur. Bu sayılara aynı zamanda dijitalize edilmiş biçimde ulaşılabilmektedir ("Periodicals of Hakkı Tarık Us Collection", t.y.).

1860'lı yıllara gelindiğinde Ticaret Nazırı Edhem Paşa'nın başvurusunu yaptığı ancak yayınlanma fırsatı bulunamayan Mecmua-i Nezaret-i Ticaret için 1863 Nisan'ında izin alındığı bilinmektedir. Bu girişim Cerîde-i Ticaret'in bu dönemde yayına son verdiğini düşündürmektedir. Zira Ticaret Nezareti'nce yayınlanıp abonelik usulüyle dağıtılması planlanan ticaret, sanat ve ziraat konularını içermesi düşünülen yayın, sektörel yayıncılık özellikleri göstermektedir. Ancak çok dilli olarak yayını planlanan Mecmua-i Nezaret-i Ticaret, bu hususta yaşanan zorluk sebebiyle başarıyla sonuçlanamamıştır (Yazıcı, 1999, s. 59).

Takip eden süreçte, içeriği Cerîde-i Ticaret'e nazaran çok daha kapsamlı olan (Tekdemir, 2011, s. 217) Takvim-i Ticaret (Le Moniteur du Commerce) Şubat 1866'da sektörel yayıncılık alanında faaliyet gösterecek şekilde yayına başlamıştır. Takvim-i Ticaret, sektörün ihtiyacının büyümesi sebebiyle alandaki boşluğu doldurmak amacıyla, Berlin Sefiri Jean Aristarchi Bey ile Constantin Calliady, Georg Guarracino ve Alexandre Caratheodory tarafından verilen dilekçe akabinde yayın izni almıştır. İçeriği başmakale ve yazılar, nizamnameler, çeşitli haberler ve sektörü ilgilendiren reklamlardan oluşan Takvim-i Ticaret, haftalık olarak cumartesi günleri dergi formatında, iki sayfası Türkçe diğer iki

sayfası Fransızca olacak şekilde yayınlanmış, ilanların ise, Rumca, Ermenice, İtalyanca gibi farklı dillerde verildiği görülmüştür (Yazıcı, 1999, ss. 60-63). Ticaret uğraşısını sürdürenlerin yoğunlukla azınlık milletleri olduğu hatırlanırsa, meslekî yayınlardaki çok dillilik anlamlı bir bağlama oturacaktır. 1879 Ekim’inde siyasi haberler verme izni almasının hemen akabinde Saray hakkında hakaret içeren sözler gerekçesiyle kapatılan Takvim-i Ticaret’in 1865 ila 1873 yılları arasındaki muhtelif nüshaları Milli Kütüphane’nin dijital koleksiyonlarında mevcuttur (“Tuhfet-ül Tıb”, t.y.). Anlaşılan odur ki, ticaretin gelişmekte olduğu 19. yüzyıl son çeyreğinde Osmanlı basın faaliyetleri arasında sektörün ihtiyaçları bu yayın sayesinde karşılanmıştır.

Yine tıp alanında yayın yapan Tuhfet-ül Tıb (Gönenç, 2006, s. 22) gibi spesifik meslek-sektörlerin ihtiyacını karşılayan yayınların çoğalarak arttığı görülmektedir. Batıcılışma ve modernleşme kararının erken uygulamalarından biri olan modern askeri okullardan biri olan Tıbbiye’nin varlığı ve gelişme süreci bu alanda yayın ihtiyacını arttırmış görünmektedir. 1867 Aralık ayından 1868 Temmuz ayına kadar iki haftada bir yayın yaptığı bilinen Tuhfet-ül Tıb, tıp alanındaki gelişmeleri tercüme yoluyla alana aktarmak, Batılı tıp bilgisinin ithalini mümkün kılmak amacıyla yayınlanmıştır. İçeriğinde yer alan jinekoloji ve yenidoğan hastalıkları ile alakalı bölümler dikkat çekicidir (Altıntaş, Dinç ve Başaoğlu, 2001, s. 21). Sektörel yayıncılığın dergicilik mecrasında olduğu kadar kitap yayını noktasında da gerçekleştiği düşünüldüğünde erken dönem örneklerin yine mesleki bağlamda kaleme alınan sektörel/mesleki kitaplar olduğunu ifade etmek gerekir. Dolayısıyla tıp mesleği alanında yayınlanan kitaplar bu kategoride değerlendirilebilirler ancak her ne kadar mesleki dergiler birçok sektörel yayın özelliği gösteriyor olsalar da matbu mesleki kitapların daha ziyade eğitim amaçlı kaleme alındıkları dikkatlerden kaçmamalıdır. Dolayısıyla erken dönem sektörel yayıncılığın dergicilik üzerinden ilerlediği, sektörel kitap örneklerinin Cumhuriyet’in ilanından sonraki süreçte dahi kısıtlı olacak şekilde görüldüğü, 1940’lar sonrasında modern anlamda örneklerinden bahsedilebileceğini belirtmekte fayda vardır.

Tanzimat sonrası gelişme gösteren modern meslek ve sektörlerin ilerleme kaydederek sektörel yayıncılık üzerinde etkisinin arttığı bir diğer önemli dönem ise II. Abdülhamid’in tahta çıkarak, I. Meşrutiyet’i ilan ettiği süreçtir. Bu sürecin önemli özelliği ise 1877-1878 Osmanlı Rus Savaşı sebebiyle alınan OHAL kararını takiple basın üzerinden kontrol mekanizmasının şiddetlendirmesidir. Bu baskı sürecinden her ne kadar gazeteler ciddi anlamda etkilenmişlerse de dergicilik bağlamında ciddi bir atılımın yaşandığı bilinmektedir. Sadece 1880 ile 1885 yılları arasında çıkan dergi sayısının ellinin üzerindedir (Varlık, 1985, s. 115). Bu dönem aynı zamanda dergicilik alanında “geniş kitleye açılışın başlangıcı”dır (Varlık, 1985, s. 114). Zira siyasetten uzak yayıncılık desteklenirken, aynı zamanda okullaşmanın hızla arttığı, sanayileşme anlamında icraatların dikkat çektiği bir dönem olması da dönemin başat özelliklerindendir. Dolayısıyla sadece belirli sektör ve mesleklerin konularını işleyen ve tematik dergi özelliği göstermekten ziyade, kurumlar tarafından yayınlanan sektörel dergiler dikkat çekici biçimde çoğalmıştır.

Türk basın tarihinin ilk tarım ve hayvancılık dergisi olan Vasıta-i Servet 1880 yılında, öncelikli olarak 21 nüsha yayınlanmıştır. Derginin editöryel kadrosu

ve yazarları Mekteb-i Tıbbiye-yi Mülkiye hocalarıdır ve Anadolu'ya tayinleri sonrasında yayın durdurulmuş, yazarların İstanbul'a döndükleri 1888'de 12 sayı daha yayınlanacak şekilde yeniden faaliyete geçmiştir. Veterinerlik alanını da kapsayan hayvancılık içeriği ile tarım ve yetiştiricilik konularında sektörde çalışan halkın bilgilenmesini sağlayacak bilgi aktarımı sunulmuştur. Vasıta-i Servet yayının devam ederken Salim Bey de Ziraat Gazetesi'ni çıkarmak üzere harekete geçmiştir. 72 sayı kadar tarımsal üretimin arttırılması adına çiftçilere yönelik olacak biçimde yayınlanan Ziraat Gazetesi'ni, 1884'te devlet tarafından yayınlanan Orman ve Maadin Mecmuası izlemiştir. 77 sayı çıkan bu dergi, 1893'te Orman ve Maadin ve Ziraat Mecmuası adıyla yayına devam etmiştir. İkinci döneminde 144 sayı çıkan derginin hedefi madenler ve orman işletmeleri hakkında bilimsel bilgi aktarımı ve yeni tarımsal alet ve makinelerin başta çiftçiler olmak üzere sektöre tanıtmak olmuştur. Böylece başlayan ziraat sektörü ile alakalı yayıncılık ara vermeden sürmüş, sırayla Umur-ı Nafia ve Ziraat Mecmuası (1882), Osmanlı Terakki-i Ziraat (1894), Resimli Ziraat Gazetesi (1905), Osmanlı Ticaret ve Ziraat Gazetesi (1907), Orman ve Maadin ve Ziraat ve Baytar Nezareti Mecmuası (1908), İkramiyeli Ziraat Gazetesi (1909), Resimli Çiftçi (1911), Ticaret ve Ziraat Nezareti Mecmuası (1912), Felahat (1913-1919), Toprak (1913-1914), İkinci (1913-1914), Çiftçiler Derneği Mecmuası (1917-1919), Halkalı Ziraat Mekteb-i Alisi Mecmuası (1917-1918), Bağçevan (1918-1919), Ziraat Hayatı (1919) Cumhuriyet öncesi dönemde yayınlanmış, Yeni Ziraat Gazetesi ise 1920 Mayıs'ından 1924 Haziran'ına kadar 50 sayı olacak biçimde çıkmıştır (Demir, 2017, ss. 55-59).

Yine sektörel yayıncılık bağlamında değerlendirilebilecek bir başka dergi ise Ticaret Odası Mecmuası'dır. Her ne kadar oda, dernek, vakıf, sivil toplum örgütleri, ticari kuruluşlara ait dergilerin sektörel yayınlar arasında zikredilmesi tartışmalı bir konu ise de (Ceyhan, 2006), gerçek anlamda sektörel yayıncılık faaliyetlerinin Türkiye özelinde 1980 sonrasında başladığı kabulünden hareketle özellikle belirli sektörlerin iç iletişimini erken dönemde sağlayan bahsi geçen yayınlardan sektörel yayınların öncüleri olmaları bakımından ilerleyen bölümlerde de bahsedileceğini belirtmek yerinde olacaktır. Zira bu erken dönem sektör yayınları zikredilmeden, yaşanan dönüşümün ve geçişin anlaşılması mümkün görünmemektedir. Dolayısıyla 1882'de kurulan Dersaâdet Ticaret Odası'nın yayını olan Ticaret Odası Mecmuası, 1888'de çıkmaya başlayan, sektörel yayıncılık anlayışının öncülerinden kabul edilebilecek bir yayın olarak vurgulanmaya değerdir. Dersaâdet Ticaret Odası, II. Abdülhamid döneminde, Avrupa'da ortaya çıkan ve Batı'nın kalkınmasında önemli bir işlev gören Sanayi Devrimi'nin etkilerinin fark edilmesi ve Batıcılışmacı hareketin bir neticesi olarak sanayi ve kalkınma adına gerçekleştirilen atılımlardan biridir. Ticaret Odası Mecmuası ise Türk basın tarihinin bir kurum tarafından çıkarılan ilk ekonomi içerikli yayınıdır. Sanayileşme ve yerli üretimi teşvik eden, ithal ürünlere olan talebin tehlikelerine vurgu yapan içeriğinin yanı sıra, uluslararası gelişmelerin ekonomi üzerindeki etkilerine dair bilgilendirmeye dair yayın yapmıştır. Yayın kadrosunun sektör içinde faaliyet gösteren kişi ve tüccarlardan oluştuğu göz önüne alındığında derginin özel sektörün ekonomiye bakışını yansıttığı ifade edilebilir (Memiş, 2019, s. 229). Dolayısıyla ekonomi ve ticaret içerikli sektörel yayınların 20. yüzyılın sonunda, dünyadaki gelişmelere ayak uydurmak amacıyla gerçekleştirilen atılımların destekçisi bir hamle olarak başladığını belirtmek yanlış olmayacaktır.

Ocak 1912’de ilk sayısı yayınlanan Gemici mecmuası ise Hamid Naci imtiyaz sahipliğinde yine milli ticaret vurgusu ile, gemicilik ve deniz ticareti odaklı yayın yapmış, Ticaret Bahriye Matbaası’nda basımı gerçekleştirilmiş haftalık yayınlanacağı ifade edilen sektörel dergidir (1327). Derginin ilk sayısının son sayfasında kaptanlara, çıktıkları seyahatlerde meydana gelen önemli hadiselerle alakalı haber ve bilgileri, isim ve imzaları net şekilde yazılmak suretiyle dergiye göndermelerini rica eden bir ilan bulunmaktadır ([“Rica”, 1327](#)). Buradan anlaşılmaktadır ki, dergi denizcilerin haber alışverişlerinde de etkin olarak kullanılma hedefindedir. Derginin ilk sayısına dijital ortamlarda ulaşılabilirken ([“Gemici”, t.y.](#)), varsa diğer sayıları hakkında bilgi yoktur. Ancak sektörün ihtiyacına binaen yayınlandığı düşünüldüğünde, yayının bir süre devam ettiği, Balkan Savaşları ile sekteye girdiği öngörülebilir.

Yine Türk basın tarihinin II. Meşrutiyet sonrasına tekabül eden dönemde mimar ve mühendislik mesleği odaklı yayın yapan, dönem koşullar göz önünde bulundurulduğunda rahatlıkla sektörel yayıncılık faaliyetleri arasında değerlendirebileceğimiz yayınlar da mevcuttur. Mühendis Mektebi İktisat Cemiyeti yayını olan ve Ocak 1909-Temmuz 1914 tarihleri arasında çıkan Genç Mühendis, Mühendis Mektebi İktisat Cemiyeti yayını olan ve Ekim 1909-Eylül 1910 tarihleri arasında faaliyet gösteren Osmanlı Mühendis ve Mimar Cemiyeti Mecmuası ile Mühendis Mektebi Talebe Teavün Sandığı’nca Nisan 1922-Nisan 1923 arasında yayınlanan Mühendis Mektebi Mecmuası önemli meslekî dergi örneklerindendir. Yine Cumhuriyet’in ilk yıllarında, 1928’de gerçekleşen harf inkılabına kadar geçen sürede, elektrik mühendisi Mehmet Refik Bey tarafından yayınlanan Fen Âlemi (Ocak 1925-Aralık 1926), Türk Mühendisler Ocağı tarafından yayınlanan Türk Mühendisler Ocağının Fen Mecmuası (Revue technique de l’association des Ingénieurs Turcs) (Ağustos 1925-Ekim 1925) ile harf inkılabından sonra da yayına devam eden Mühendis Mektebi Mecmuası (Revue de l’École des Ingénieurs) Mühendis Mektebi Heyet-i Talimiyesi (İstanbul Teknik Üniversitesi) tarafından 1927 Haziran’ından itibaren yayınlanmış meslek dergisidir ([Ünalın, 2009, s. 60](#)).

4. Cumhuriyet’e Geçişte İktisat Politikaları ve Sektörel Yayıncılık

Osmanlı Devleti’ni yıkan ve verilen kurtuluş mücadelesinin ardından Cumhuriyet’in ilanıyla birlikte tarihin yeni bir evresine geçilen süreçte, yeni devletin iktisadi anlamda oldukça yıpranmış bir ekonomi devralmıştır. Zaten Osmanlı’dan kalan iktisadi mirasa bakıldığında, temelde tarıma dayanan bir ekonominin dünya pazarları ve yabancı sermayeye açılma çabasına şahit olunduğuna daha önce de değinilmişti. Diğer taraftan 1820’lerden Birinci Dünya Savaşı’na kadar geçen sürede Osmanlı’dan kopan topraklardan Anadolu’ya gerçekleşen göçler sebebiyle Türkiye sınırlarındaki nüfus hızla iki katına çıkmış, dolayısıyla üretim hacminde artış gözlenmiştir. Ancak aynı dönemde Avrupa ekonomisi çok daha büyük bir hızla büyümüştür. Neticede 20. yüzyıl Türkiye’sine devredilen miras bir taraftan tarıma dayalı, diğer taraftan dış ticarete yabancı sermayeye açılmış bir yapı söz konusudur ([Pamuk, 2007, ss. 25-27](#)). Fakat yukarıda bahsedildiği gibi içinden geçilen savaş sürecinin etkileri oldukça ağır olmuş, 1912 Balkan Savaşları ile başlayan, Birinci Dünya Savaşı ve akabindeki Kurtuluş Savaşı neticesinde Anadolu’da yaşanan nüfus kaybı ve demografik değişimle birlikte, zanaatkarlar, iç ve dış pazarda tarım gelirlerini sağlayan çiftçiler, kırsalla Avrupa

arasında bağlantıyı sağlayan tüccarların sayısı azalmış, gelişmesi adına büyük çabalar gösterilen ve sektörel yayıncılık sahasında oldukça hareketli bir saha olan tarım, sanayi ve madencilik ciddi yara almıştır. Cumhuriyet’le birlikte yaşanan nüfus mübadeleleri ile kent nüfusu yüzde otuz beş azalmış, yerine gelen ağırlıklı köylü nüfus sebebiyle Türkiye’nin kırsal nüfusu artmıştır (M. Toprak, 2004, s. 116). Savaş dönemindeki milliyetçi politikalarından faydalanan ve özellikle Rum ve Ermeni azınlığın yerini alacak şekilde yeni Müslüman Türk burjuvazisi belirli bir güç kazanmışsa da işletmeleri büyük ölçeğe ulaşamamıştır (Pamuk, 2007, s. 165).

On yıllık savaş dönemi ardından kurulan Cumhuriyet, eskiyle bağları koparmanın bir simgesi olarak siyasi bir devrim olmakla birlikte resmi iktisat görüşleri bakımından henüz eskinin devamı niteliğindedir. Yukarıda da zikredilen ve II. Meşrutiyet’le birlikte benimsenen milli iktisat hareketi, yeni devletin de iktisadi temellerini oluşturmuştur. Zira döneme damgasını vuran Lozan Antlaşması’nın koyduğu gümrük politikası engelleri sanayileşmenin arka plana atılmasına sebep olmakla birlikte (Boratav, 1998, s. 28) dönemin iktisadi milliyetçilik siyaseti ulusal ekonomiyi kurma çabalarına evrilmiş, yeni demiryolları inşası, mevcut şirketlerin millileştirilmesi, sanayileşme ve Müslüman Türk burjuvazisinin güçlenmesi temel ekonomik yapı taşı olarak kabul edilmiştir (Pamuk, 2007, s. 166). Diğer taraftan 1925’te aşar vergisinin kaldırılmasıyla dolayı vergilerin (şeker, gaz yağı gibi) arttırılması suretiyle şehirli emekçi tüketici sınıflardan kırsaldaki köylüye bir gelir aktarımı gerçekleşmiş, 1923-1929 yılları arasındaki süreç tarım bakımından altın çağ olarak nitelendirilmiş, 1925’de Sanayi ve Maadin Bankası’nın kuruluşu ile Osmanlı’dan devraldığı tesislerin özel sektöre aktarılması amaçlanarak, özel sanayi ve maden işletmelerini kredi ve iştiraklerle desteklemesi hedeflenmiştir. 1927’de çıkan Teşvik-i Sanayi Kanunu ile sanayi yatırımlarına geniş imtiyaz ve teşvikte bulunulması kararlaştırılmıştır. Lozan Antlaşmasına ek olarak imzalanan ve beş yıllığına Türkiye’nin dışarıya karşı uygulayacağı iktisat politikalarını donduran, yeni ithalat ve ihracat yasakları koyan Ticaret Sözleşmesi’nin süresinin dolduğu 1928 tarihi itibarıyla yeni gümrük tarifesi uygulanması mümkün hale gelirken, 1929’da Osmanlı dış borçlarının ödemeleri başlamıştır (Boratav, 1998, ss. 34-42). Böylece dünyayı derinden etkileyen “büyük buhran” yılları başlamıştır.

Büyük buhran yıllarını da içine alan on yıllık dönem ise yeni devletin 1923-1929 yılları arasındaki açık ekonomi koşulları yerini savaş dönemindeki müdahaleci korumacı politikalara öykünecek biçimde tesis edilmiş ve açık ekonominin yerini almış görünmektedir. Bu bağlamda yeni devletin 1930 yılı itibarıyla iktisadi politikasında dış ticaretin payı azalırken, ekonomik kalkınma stratejisi içe dönük ve sanayileşme üzerinde tasarlanacaktır (Pamuk, 2007, ss. 164-168). Korkut Boratav da Cumhuriyet iktisat politikalarına dair dönemlendirme yaparken, 1930-1939 arasındaki dönemi “korumacı-devletçi sanayileşme” hareketiyle tanımlar (Boratav, 1998, s. 45). Büyük buhranla birlikte tarım mamullerinin fiyatlarında yaşanan dramatik düşüşle yaşanan tarım bağlantılı bunalımı, devletin dış ticaret üzerinde geniş denetim önlemleri aldığı korumacı-devletçi ekonomiye geçişini hızlandırmış, ithal ikameci denilen sanayileşme stratejisi benimsenmiş, 1933 yılına kadar ise başta imalat sanayi olmak üzere kimi alanlarda devlet kuruluşlarının herhangi bir faaliyeti olamamıştır. 1939’a gelindiğinde ise imalat sanayi, enerji ve madencilik alanında 600 bin kişinin istihdamıyla iş gücünün yüzde onunu oluşturan 20 kuruluş bile yoktu (Pamuk, 2007, ss. 173-175). Sanayileşmenin,

sektörel büyümenin bu denli sınırlı olduğu koşullar elbette yayıncılık sahasını da etkilemiş, sektörel ve mesleki yayıncılık oldukça fakir bir görüntü sergilemiştir. 1928 yılında Arap alfabesinin terki ve Latin alfabesine geçişin yarattığı yayıncılık krizi her ne kadar devlet tarafından özellikle gazetelere verilen destekle aşmaya çalışılmışsa (Gevgilili, 1995, s. 215) da erken dönem yayıncılığa damgasını vurmuştur. Dolayısıyla Cumhuriyet'in bu erken dönemi, bahsi geçen sebeplerden dolayı sektörel ve mesleki yayıncılık adına faaliyetlerin sınırlı kaldığı bir geçiş dönemini temsil etmektedir. Zira henüz harf inkılabının gerçekleşmediği 1924-1925 yılları arasında İstanbul'da 38 sayı yayınlanan Meslek, haftalık periyotlarla çıkan tamamı ekonomik içerikten oluşan bir süreli yayındır (Kocabaş, 2011, ss. 51-52). Bu bağlamda Meslek dergisi, henüz Cumhuriyet'in kuruluş yıllarına rastlayan erken dönem sektörel yayınları arasında zikredilebilir.

Cumhuriyet dönemi basın tarihinin erken örneklerinden sayılabilecek bir başka yayın ise Mimar/Arkitekt dergisidir. Yoğun bir savaş döneminin ardından bayındırlık faaliyetlerine duyulan büyük ihtiyaca binaen, Cumhuriyet dönemi mimarlık mesleğine yönelik hareketlilik oldukça yoğun olmuştur. Ancak yine içinden çıkılan savaş koşulları, İmparatorluktan devralınan yapı sanayinin az sayıda kereste, tuğla ve çimento fabrikasından ibaret olması hem mimar ve mühendis kadrosunun hem de teknik eleman, işçi ve usta yetersizliği, bayındırlık bakımından büyük ihtiyaçları olan Anadolu'nun ilk beş yıl ihmaline sebep olmuştur. Mimar Kemalettin ve Vedat Beyler öncülüğünde Osmanlı mirası devamı niteliğinde yürütülen "Milli Mimari Akımı", öncelikli olarak yeni devletin başkentinin yeniden kalkındırılması için ön plana alınmıştır. Bunu büyük buhrana kadar devam eden ve inşaat harcamalarının yükseldiği süreç takip etmiştir. 1927 Teşvik-i Sanayi Kanunu ve I. Beş Yıllık Sanayi Planı çerçevesinde hareket edilen ekonomik ortamda hızlı bir yapı politikası yürürlüğe konulmuş hem kamusal yapılar hem konutlar ve bayındırlık ve iskân işlerinin yürütülmesi hedeflenmiştir. Bu çalışmalar için resmi kanallar aracılığıyla yabancı mimar ve planlamacıların Türkiye'ye çağırıldığı, modern mimari anlayışının tesis edilmeye çalışıldığı bir ortamda 1931 gibi erken bir dönemde yayınlanan Mimar dergisi (Batur, 1983, ss. 1381-1388) ilgi çekicidir.

Türkiye'nin mimarlık alanında bilinen ilk ticari meslek dergisi olarak tanıtılan Mimar, elli yıl boyunca süren yayıncılık serüveninde yalnızca satış ve reklamlarla ayakta durmuş, kar etme amacı güdülmeyen bir yayın olmuştur (Tanyeli, 2001, ss. 34-36). Bu bağlamda değerlendirildiğinde gerçek anlamda ticari ve sektörel özellikler gösteren dergiler için 1980'lere gelinmesi gerektiği hatırlanmalıdır. Dergi, öncelikli olarak modern mimarinin Türk mimarlara arasında tanınması, mevcut uygulamalar hakkında tartışmalar yürütülmesi, modern pratiklerin duyurulmasını hedeflemiştir. "Daha çok didaktik nitelikte ve laik Cumhuriyetçi çizgide bir yayın organı olan dergi, ilk oluşunun yanı sıra uzun yıllar tek oluşuyla da Cumhuriyet mimarlığının kuruluşunda ve bunun çağdaş bir mimarlık olması yolunda tarihi bir rol üstlenmiştir" (Batur, 1983, s. 1388). Dergi dönemin önemli mimarları olan Leman Tomsu, Münevver Belen gibi isimlerin proje uygulamalarına dair bilgiler aktarırken, çeşitli yarışma önerilerinin de yer aldığı bir yayın olmuştur. Bugünlere tanıklık etmemiş ilk dönem Cumhuriyet mimarisi örnekleri hakkında bilgi aktaran Mimar (Batur, 1983, s. 1392), erken dönem meslek dergilerine örneklik teşkil etmesi bakımından zikre değer bir yayın

organıdır. Derginin ismi 1935 yılında gerçekleşen Dil Devrimi ile değiştirilmiş ve Arkitekt olmuştur. Aylık yayınlanması planlanan dergi zaman zaman aksaklıklarla iki ayda bir yayınlanmış, II. Dünya Savaşı döneminde duraklamalar yaşamış (Atıcı ve Burnak, 2021, ss. 278-279) olmasına rağmen 1981 yılına kadar yayın hayatını sürdürmüştür. Meslek içi iletişim sektörü dergiler vasıtasıyla yapılmasının önemini temsil eden bu yayınla birlikte, basın faaliyetlerinin bir kolu olacak biçimde mesleki ve sektörel yayıncılığın faydalarının da görülmesi bakımından ayrıca önemlidir. Uzun yayın hayatı süresince dergi bu misyonu yürüterek yeni kurulmuş bir devletin bayındırlık ve inşaa faaliyetlerinin gelişmesi, tanıtılması ve mimarlık mesleğine yön verilmesini sağlamıştır. Bu çaba, köklü bir mesleki yayıncılık geleneği oluşturmaya çalışması bakımından da dikkat çekicidir. Bu bağlamda mimarlık mesleği çerçevesinde gelişen geleneğin devamında 1927 yılında kurulan Türk Yüksek Mimarlar Birliği tarafından 1944'te yayınlanmaya başlayan Mimarlık dergisi, yine aynı isimle 1963'te Mimarlar Odası tarafından yayınlanmaya başlayan ve güncel olarak varlığını sürdüren Mimarlık dergisi (Tanyeli, 2001, s. 36) gibi yayınlar sayılabilir. 1968'de yayınlanan ve hala yayını süren Yapı, isim hakkını boşta bırakarak dergisi Arkitekt'i kapatan mimar Zeki Sayar'ın desteği ile 1981'de 10 sayı olarak yayına başlayan Arkitekt Kent Yaşamı, 1992'de Arkitekt Yaşam Sanatı (Altınar, 2001, s. 45) da mimarlık sektörü ile alakalı artçı yayınlardır.

Mimari ve inşaat alanında sektörel yayıncılığın süreli yayınlar dışındaki diğer önemli mecrası olan kitap yayıncılığının ise ancak 1960'lar sonrasında kısıtlı çerçevede görüleceğini, bu kitapların, mühendislik ve mimarlık fakültelerinde okutulan, aynı zamanda sektörün de faydasına sunulan içerikte olduğunu belirtmekte fayda vardır. Mimarlık sahasında Türk mimarlık tarihine dair yayınlarıyla da dikkat çeken Sedat Hakkı Eldem'in 1960'ların sonlarında yayınlanan eserleri, İstanbul Teknik Üniversitesi Mimarlık ve daha sonra İnşaat Fakültelerinde uzun yıllar öğretim üyesi olarak görev almış olan Prof. Dr. İsmet Aka'nın özellikle betonarme yapılarla alakalı 70li yıllarda kaleme aldığı eserleri, Prof. Dr. Fahrettin Ardan'ın 50li yılların sonlarında çelik yapılar hakkında kaleme aldığı kitaplar örnek olarak verilebilir. Bu bağlamda 1971 yılında kurulan ve teknik eğitim alanına odaklanan yayınlarıyla dikkat çeken Birsan Yayınevi'nin kitap yelpazesi dikkat çekicidir.

Her ne kadar doğrudan tek bir sektörü hedef alacak şekilde yayınlanma planında olmasalar da başta ziraat olmak üzere kooperatifleşme adına yayın yaparak sektörel gelişmenin temel kurumlarının inşasında görev üstlenmiş bir dizi dergi sektörel yayıncılığın örnekleri arasında zikredilebilecek özellikler taşımaktadır. 1931 yılında kurulan Türk Kooperatifçilik Cemiyeti'nin aylık yayın organı olan ve 1934'te Karınca ismiyle yayına başlayan, ilerleyen tarihlerle adı Karınca Kooperatif Postası olarak değişen dergisidir. Devlet desteği almış olmasının verdiği mali kuvvetle uzun yıllar kesintisiz yayınlanan Karınca "Köylü ve kooperatifçi karınca gibi çalışkan, karınca gibi biriktiricidir." alt başlığıyla (Kocabaş, 2011, s. 58), erken dönemlerinde ziraat sektörünü doğrudan ilgilendirecek içeriğiyle sektörel yayın kategorisinde değerlendirilebilir. Dergi günümüzde alanını genişletmiş, sektörel anlamda kucaklayıcı bir içerikle kooperatifçilik bağlamında yayına devam etmektedir.

Kooperatifçilik çerçevesinde kurumsal yayınların haricinde kişisel çabalarla çıkarılan dergiler de mevcuttur. Türk Kooperatifçisi, Muhittin Birgen ve Nazmi Topçuoğlu'nun 1930-1933 yılları arasında 32 sayı yayınladıkları bir dergidir (Kocabaş, 2011, s. 54). Takip eden dönemin siyaset ve düşünce adamlarından Ahmet Hamdi Başar'ın girişimiyle 1946'da yayınlanan Kooperatif Dergisi de kişisel çabaların ürünü bir yayındır. Kooperatifçiliğin demokratik ve kalkınmış bir toplumun olmazsa olmazlarından olduğunu düşünen Ahmet Hamdi, dergiye yazdığı makalelerde Türkiye'deki ekonomik geçiş süreçlerinin Batı'dan farklı olması sebebiyle kooperatifçilik anlayışının da niteliksel bakımdan farklı olacağına vurgu yapar. Batı örneğinin tersine önce kooperatifçiliğin yerleşmesi ve ardından kapitalistleşmenin gerçekleşeceği ve böylece kapitalist kurumların yükleneyeceği görevlerin bir kısmının kooperatiflere aktarılması gerektiğini savunur. Dolayısıyla liberal ilişkiler içerisinde kendiliğinden doğması gereken kooperatiflerin Türkiye örneğinde iktisadi devletçilik amaçlarına uygun şekilde devlet tarafından adeta zorla kurumlaşması gerektiğini de vurgular (Aslanoğlu, 1983, s. 1278). Kooperatif isimli bir başka dergi ise 1946-1949 yılları arasında Yusuf Saim Atasagun'ın kişisel çabalarıyla yayınlanmıştır. Atasagun, "kooperatif hareketle ilgili açıklamaları, düşünceleri, gelişmesi için ileri sürdüğü önerileri ile kooperatif düşünceye değerli katkılarda bulunmuş" (Kocabaş, 2011, s. 61), sektörlerin gelişim aşamalarında kooperatifçiliğin önemine vurgu yapmıştır. Bahsi geçen ve geçmeyen bu kooperatif dergileri başta ziraatçilerin iç ilişkilerini düzenleme, iç haberleşmelerini sağlama, siyasetçilerin sektörlerle alakalı adımlarının izlenmesini sağlama adına her ne kadar kooperatifçilik odaklı yayınlanmış olsalar da sektörel yayın işlevi gördüklerini ifade etmek yanlış olmayacaktır. Yine erken dönem iktisat içerikli ve başta ormancılık, ticaret, madencilik gibi sektörlerin tetkik ve tenkitlerinin yapıldığı Aslan Tufan Yazman ve Yakup Kadri Yazman'lar tarafından yayınlanan İktisadi Yürüyüş dergisi (Ülken, 2014, s. 531), 1939-1970 gibi oldukça geniş bir tarih aralığında 512 sayı olacak şekilde çıkmıştır. Bu uzun tarih aralığında Türkiye ekonomik ve siyasi hayatının birçok evresine şahitlik eden yayın, iktisat tarihi çalışmaları olduğu kadar, dönemlerin sektörel hareketliliğini takip bakımından da oldukça önemli bir yayındır.

Erken dönem sektörel yayıncılık faaliyetlerinin bir başka meslek alanındaki örneği ise turizm sektöründe görülecektir. 1956 yılında yayına başlayan Turizm Mecmuası, herhangi bir kurum bünyesinde olmayacak biçimde 31 yıl boyunca yayınlanmış sektörel bir dergidir (Aydın ve Aydın, 2019, s. 38). Derginin yayınlandığı dönem Cumhuriyet tarihinin 2. Dünya Savaşı sonrasındaki ekonomik düzene rastlamaktadır. Her ne kadar Türkiye II. Dünya Savaşı'na girmediyse de savaş ekonomisinin tüm ağırlığı hissedilmiş, ithalatın yarı yarıya düştüğü, buğday üretiminin yüzde 50 azaldığı, Milli Koruma Kanunu, Varlık vergisi, Toprak Mahsulleri Vergisi gibi tartışmalı iktisadi önlemlerin alındığı bir dönem yaşanmıştır. Böylece tüm üretken sektörlerin ve milli gelirin daraldığı 1940-1945 yıllarını takiple, 1946 yılında tek parti rejimini sonlandıran siyasi hareketlenmelerin neticesinde 1950 yılında çok partili sisteme resmen geçişin yaşandığı bir dönüm noktası tecrübe edilmiştir. Boratav'ın ifadeleriyle bu önemli gelişme her ne kadar iktisat politikaları ve ekonominin genel gidişatı üzerinden derim bir etki yaratmadıysa da "parlamenter rejimin gereği olarak geniş halk kitlelerinin toplum sahnesinde artık seyirci değil, aktörler olarak yer alması sonucunu doğurmuştur". Dolayısıyla artık halk, özellikle de işçi, köylü ve esnafın

isteklerinin muhatap bulacağı çok partili seçimler dönemi başlamıştır (Boratav, 1998, ss. 63-64-78). Bir taraftan ABD'nin 1947'de kanunlaştırdığı Truman doktrini bünyesinde Marshall yardımlarından faydalanılıyorken, diğer taraftan yaşanan Kore Savaşı ardından tarımsal hammadde fiyatları artmasıyla ihracat girdisinde yükselmeler görülmüştür (Yenal, 2010, s. 98). 1950'lerin ortalarından itibaren iç ve dış koşulların normalleşmesiyle birlikte sanayileşme yeniden ekonominin temel muharriki kabul edilmiş, 1954 ve sonrasında yaşanan döviz bunalımı tecrübesinde, özel sektörde ithal ikamecilik birikimin devamlılığı adına yegâne çıkış yolu olarak nitelendirilmiştir. Böylece 1954 ile 1980 yılları arasında iç pazara yönelik ithal ikamesi ekonomik modeli damgasını vurmuştur (Pamuk, 2007, s. 250). Ekonomik anlamda böylesine sıkışık bir dönemin içinden geçilirken, bireysel çabalarla, ülke ekonomisinin önemli bir parçası olan turizm ile alakalı bir sektörel yayın çabası dikkat çekicidir. Herhangi bir kurum bünyesinde çıkmadığı daha önce de ifade edilen dergi Hayri Benli tarafından bireysel olarak yayınlanmıştır. İhmal edilen bir sektör olan turizmin önemine vurgu yapmak ve yurtiçinde kıymetli turistik lokasyonların tanıtımı ve imarı konusunda farkındalık yaratmak olan Turizm Mecmuası, çeşitli şehirlerin konu edildiği özel sayılar yayınlanmış ve 1987'ye kadar süren uzun soluklu bir yayın geçmişine sahip olmuştur (Aydın ve Aydın, 2019, ss. 37-39). Reklam gelirleri sayesinde yayına devam edebilen derginin turizm sektörünün uzun dönem tek temsilcisi sektörel yayın olduğu bilgisi dikkat çekicidir. Bu alanda hem politika üretme hem de sektörün gelişerek sektörel yayıncılığın ivme kazanması için 1980'lerin bekleneceği unutulmamalıdır. Dolayısıyla henüz sektörün emekleme döneminde olduğu 1957 gibi erken bir tarihte kişisel çabalarla bir dergi yayınlanması başlı başına önem arz etmektedir.

Bir meslek örgütünün yayın organı olarak çok partili siyasal dönemin şartlarında yayınlanmaya başlayan bir meslek-sektör dergisi olan Türk Kütüphaneciler Derneği Bülteni, 1949'da kurulan Türk Kütüphaneciler Derneği bünyesinde 1952'de yayına başlamış 1987 yılında adını Türk Kütüphaneciliği olarak değiştirmiştir (Toplu, 2009, s. 722). 1992 yılına kadar sektörel dergi hükmünde sayılabilecek yayın, daha sonra uluslararası hakemli akademik dergi statüsüne geçiş yapmıştır (Toplu, 2009, s. 722; "Türk Kütüphaneciliği", t.y.). Kütüphanecilik mesleğinin yeniden teşekkül ettirildiği bu yıllarda derginin önemli bir boşluğu doldurduğu ifade edilmelidir.

Yukarıda ifade edilen, çok partili döneme geçişin de yaşandığı II. Dünya Savaşı sonrası Türkiye'sinde, iktisadi anlamda içinde bulunulan tarihlerde, sanayileşme adına atılan adımların bir göstergesi olduğu ifade edilebilecek oluşum 1952 yılında İstanbul Sanayi Odası'nın kuruluşudur. 750'ye yakın sanayicinin talebi doğrultusunda kurulan Oda, hızla üye sayısı yükselen ve ülke ekonomisine katkısı şüphesiz olan en büyük sanayi odasıdır ("Tarihçe ve Türk Ekonomisindeki Yeri", t.y.). Oda bünyesinde 1966 yılında yayına başlayan İstanbul Sanayi Odası Dergisi sektörün iletişimi sağlamak suretiyle gelişmesi adına sanayicilerin her türlü bilgi alışverişlerini gerçekleştirdikleri bugün halen Sanayi adıyla çıkmaya devam eden sektörel yayındır.

1954 yılında kurulan Maden Mühendisler Odası'nın yayını olan Madencilik: Maden Mühendisleri Odası Dergisi 1960 yılında yayına başlamış, zaman içinde Bilimsel Madencilik Dergisi ismiyle hakemli akademik dergiye dönüşmüştür.

İçeriğinde Oda'nın haberlerinin yer aldığı, çeşitli sektörel reklamların yayınlandığı dergi ("**Bilimsel Madencilik**", t.y.), madencilikle bağlantılı tüm sanayi kollarını ilgilendiren bilgi akışını sağlamış sektörün ihtiyacını bu anlamda gidermiş bir yayındır. 1938 yılında kurulan Toprak Mahsülleri Ofisi'nin 1956'da yayına başladığı Toprak Mahsülleri Ofisi Dergisi tarım sektörünü doğrudan ilgilendiren içeriği ile sektörün iletişim aracı görevini dönemi adına üstlenmiş, Ofis ismiyle e-bülten olarak yayına devam etmektedir.

Süreli yayın kapsamında değerlendirilebilecek dergicilik faaliyetlerinin yanı sıra, tarım ve hayvancılık alanında sektörel kitap yayıncılığı alanında örnek olarak gösterilebilecek kurumlardan biri 1949 yılında kurulan Türkiye Ziraatçılar Derneği'nin yayın faaliyetleridir. 1965 tarihli Önemli Tarımsal Meseleler ve Çözüm Yolları, 1967 tarihli Tarım Reformu gibi kitaplar, sektörün faydasına sunulmuştur.

1961 yılında kurulan Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Basımevi, 1990'lı yıllara kadar tarım sektörünün profesyonel bilgi ihtiyacını karşılayacak içerikte kitap yayıncılığı faaliyetlerini sürdürmüş, ziraat ve tarım alanlarında bilimsel çalışmaların yayınlanması çerçevesinde mesleki yayıncılık icra etmiştir. Yine Tarım Bakanlığı bünyesinde önce Tarım Bakanlığı Yayınları, daha sonra Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Yayınları adı altında gerçekleştirilen sektörel kitap yayıncılığı da, tarım politikaları, üretim teknikleri, hayvancılık, bitki koruma, tohumculuk, sulama, organik tarım gibi konularda sektörün bilgi ihtiyacını karşılama amaçlı olarak faaliyet göstermiştir.

Bu bağlamda 50'li yılların koşullarının dönüşüme başladığı Türkiye'nin planlı ekonomiye geçtiği 1960 ve sonrasındaki sürecin ekonomik koşullarına bakıldığında 1950'lerin ikinci yarısında yaşanan durgunluğun aşılmaya başladığı süreç aynı zamanda siyasi anlamda da hareketli bir konjonktüre evrilmiştir. Boratav'ın "görelî açık pazar koşullarında tarıma dayalı büyüme" olarak nitelendirdiği 1946-1953 arasındaki ekonomik dönemden farklılıklar içeren 1962-1976 dönemi planlama tabanlı iktisat politikalarının yürürlüğe girdiği tarihlerdir. Böylece kamu yatırımlarının beş yıllık planlara uyum sağlaması gereken bir dönem başlamıştır. Özel yatırımlar ise Devlet Planlama Teşkilatı'nın veya yatırım projelerinin hedefleri doğrultusunda denetlenerek onaylanmak zorunda idiler. Ancak iktisat politikalarının parasal boyutu ile planlamalar beklenen uyumu gösterememiştir. Birinci beş yıllık plan, ithal ikameci sanayileşme temelli olması, dönemin tüketim normlarını karşılama bakımından yeni çözümler üretilmesini gerekli kılmış, yabancı sermayenin katılımıyla yurtiçinde üretim öncelenmiştir. Bu üretimler başta montaj üzerine kurulu iken zamanla yerli yan sanayilerle modern bir görünüm kazanmakla birlikte Batılı emsallerinden geri kalmaları sebebiyle dış pazara yönelemeyeceklerdir. Ancak emekçi ve orta kesimin gelirlerindeki artışla birlikte yaşanan ekonomik dönüşüm, yurt içinde dayanıklı tüketim mallarının kullanımını yaygınlaştıracak, 70'li yıllarda beyaz eşya, televizyon hatta otomobil sahiplik oranı gittikçe yükselecektir. Görünen o ki, uygulanan iktisadi politikalar her ne kadar dışa bağımlılığı azaltmayı hedeflese de netice tam tersi bir istikamete yönelmiş, ekonominin ithalata bağımlılığı artmıştır. Bu bağımlılığın yanı sıra ihracatın görelî duraksadığı dönemde ekonominin büyümeye devamını sağlayan, Avrupa'daki Türk işçilerinin gönderdiği döviz de içine alan dış kaynak enjektisi

olmuştur. Diğer taraftan 1974 sonrasında tüm dünyanın içine girdiği (Boratav, 1998, ss. 98-114) ekonomik bunalımın, içinde bulunulan siyasi istikrarsızlık ev sürekli olarak seçim ortamının yaşanması sebebiyle ülkede hissedilmemesi adına uygulanan “yapay” yöntemler geçici bir rahatlama sağladıysa da seçim koşullarının sürdürüldüğü 1977 yılı ekonomik bunalımın patlak verdiği sene oldu. 1977-1979 yıllarını kapsayan bu bunalım içe dönük, dışa bağımlı, müdahaleci, ithal ikameci sürecin bir uzantısı olarak değerlendirildi. Böylece 1980’li yılların ezber bozan, ekonomik politikalar anlamında dönüm noktası teşkil eden, sektörel çeşitlenmenin dramatik biçimde arttığı ve dolayısıyla sektörel yayıncılığın ivme kazandığı süreci hazırlayan eşişe varılmıştır.

5. 1980 Sonrası Sektörel Hareketlilik ve Yayınlar

Türkiye’de sektörel yayıncılığın bir yayıncılık kolu olarak icrasına bakılmak istendiğinde 1980 ve sonrasına odaklanmak gerektiğinden daha önce bahsedilmişti. Sektörel çeşitlilikle doğrudan bağlantılı olan sektörel yayıncılık, ülkenin iktisat politikalarıyla da organik anlamda bağlıdır. Sektörel yayıncılığın 1980 sonrasında yoğunlaşması da Türkiye’nin hem siyasal hem de iktisadi politikalar anlamında yeni bir dönemece girmesiyle açıklanabilir. Özellikle 1980-1985 yılları arasında uygulanan ekonomi kararları dikkat çekici düzeyde etkili olacaktır. Bu bağlamda 1970’lerin sonu, ekonomik anlamda ciddi bir darboğazın yaşandığı, dönem başbakanının İMF ile pazarlıklara giriştiği, ileri sürülen ağır koşulların kabul edilemediği bir süreçtir (Pamuk, 2007, s. 270). Ekonomik bunalım hem geniş halk kitlelerini hem de sermaye sınıflarını derinden etkilemektedir. Özellikle şehirli halk temel tüketim ürünlerindeki etkisiz fiyat denetimleri, karaborsa gibi hususlarda zorlanırken, işçi sınıfı alışkın olunmayan bir enflasyon hızıyla mücadele etmekteydi. Büyük sermaye grupları açık biçimde gidişata dur denilmesi gerektiğine, sendikaların disipline edilmesi ve sermaye için güvenli ortamın yeniden tesisinin gerekliliğine dair çağrılarını kuvvetlendirmiştir (Boratav, 1998, s. 119).

1979 yılı iç karışıklık ve huzursuzlukların zirve yaptığı, adeta iç savaş ortamını andıran kaostan hüküm sürdüğü bir senedir. 12 Kasım 1979’da yaşanan hükümet değişikliğinin ardından başbakanlık görevini Bülent Ecevit’ten devralan Süleyman Demirel, yeni bir istikrar paketini inşa etme görevini MESS (Türkiye Metal Sanayicileri Sendikası) ve Sabancı Holding’in yöneticisi, uluslararası sermaye çevrelerinin güvenini kazanmış bir isim olan Turgut Özal’a devretmiştir. Başbakanlık müsteşarı Turgut Özal, devam eden süreçte başbakan yardımcılığı ANAP genel başkanlığı, başbakanlık ve cumhurbaşkanlığı görevlerini de yürütecek, 80’li yıllara damgasını vuracak siyasal bir figür olacaktır. 1979 sonunda Demirel’e sunduğu ve tarihte “24 Ocak kararları” olarak anılacak istikrar paketi, iktisadi anlamda bahsi geçen dönüm noktasını temsil edecek, sektörel çeşitliliğin büyük bir ivme göstererek artacağı süreci başlatmıştır. Zira yürürlüğe girdiği 24 Ocak 1980 tarihiyle anılan bu kararlar, sermaye çevrelerinin beklentisini karşılayacak içeriği ile dikkat çekmiştir. Turgut Özal, 12 Eylül 1980’de yaşanan darbe ile yaşanan rejim değişikliği akabinde 20 Eylül’de başbakan yardımcılığı görevine getirilmiş ve 24 Ocak kararlarını 1985 yılı sonuna kadar istikrarlı biçimde uygulama şansı bulmuştur. Gündüz’ün ifadeleriyle bu kararların temelini “arz-talep dengesini sağlamak, kamu açıklarını en düşük seviyeye indirmek, özel kesim girişimciliğini etkin bir hale getirmek, ekonomiye olan devlet müdahalesini en aza indirmek,

serbest piyasanın işleyişini sağlamak, ödemeler dengesini kurmak ve ekonomiyi dış rekabete açmak (Gündüz, 1999, s. 277)” teşkil etmekteydi.

Boratav’ın “sermayenin karşı saldırısı” dediği, sermaye ve emekçi sınıflar arasındaki çelişkilerin emek aleyhinde denetlenerek düzenlenmeye çabalandığını ifade ettiği (Boratav, 1998, s. 123) bir dönem başlamıştır. Yanı sıra sanayi kapasite kullanım oranında yükselişin gözlemlenerek, işsizlik oranının %7,5 seviyesine gerilediği (Gündüz, 1999, s. 279) bu süreçle birlikte liberal ekonomi anlayışı hâkim olmuş, başta tekstil, turizm ve inşaat sektörlerinde belirgin hareketlenmeler kayda geçmiştir. 24 Ocak kararları çerçevesinde devletin kâğıt sübvansiyonunu kaldırması ve kilosu dönem fiyatlandırmasına göre 13 lira olan kâğıdın, 41 liraya fırlaması, reklam geliri elde edemeyen basın kuruluşlarını ciddi bir krize sokmuş (Koloğlu, 1995, s. 134), ancak arkasına belirli bir sektörü alan ve iç dinamiklerini bu denge içinde kuran sektörel dergiler için durum farklı seyretmiştir. Diğer taraftan 1980 sonrasında basının büyük sermayelerin kontrolü altına girmesi ve adeta tekelleşmeye başlaması da söz konusudur ki, bünyelerinde gazeteler, dergiler, haber ajansları, ticaret ve pazarlama şirketleri bulunan büyük grup veya holdingler teşekkül etmeye başlamıştır (Koloğlu, 1995, s. 136). Sermaye yapısında şahit olunan değişimin, liberalleşme politikalarıyla birlikte basın alanında önemli el değiştirmelerle yaşandığı, basın dışı sermayenin alana giriş yaptığı bu dönem, pazarlamayı basının temel pay koparma alanı haline getirmiştir. Sektörde yaşanan teknolojik gelişmelerin takibi, basın merkezinin Cağaloğlu’ndan şehrin dış çeperlerindeki büyük tesislere aktarılması 90’lı yılların önemli gelişmelerdendir (Gür, t.y., ss. 145-146). Böylece sermaye değişikliğiyle teşekkül eden bahsi geçen büyük oluşumların çatısı altında yayınlanan dergiler de dönemin hareketlenen ekonomisinin neticesi olarak değerlendirilebilir.

Bu bağlamda 1980 ekonomik koşullarının henüz şekillendiği, sektörel dergicilik alanında bir geleneğin oluşmadığı, fakat modern anlamda sektörel yayıncılığın temsilcisi örneklerin görülmeye başlandığı dönemde yayına başlayan sektörlerin başında inşaat, turizm, tekstil, reklamcılık geldiğinden daha önce de bahsedilmişti. 1985 yılında yayına başlayan, halen e-dergi olarak da yayınlanan İnşaat Dünyası, 1987 yılında Tekstil ve Makina adıyla sektörel yayıncılığa başlayan, 1991’den itibaren Tekstil ve Mühendis ismini alan dergi, 80’li yıllarla birlikte amatör yayınlar dönemini kapatarak profesyonel yayın kuruluşları tarafından yayınlanan mimarlık özelindeki sektörel dergilerden Arredamento-Dekorasyon, Tasarım, Ahşap, Dizayn, Vizyon Dekorasyon (Batur, 1996, s. 897) gibi ilk örnekler, 90’larla birlikte dolaşıma giren Medya Market, Medya Marketing, Türkiye, Forum, Media Cat, Mesaj (Borahoğlu, 1996, ss. 1097-1098) gibi reklamcılık sektörünü hedef alan sektörel yayınlar dikkat çekicidir. Böylece, sektörlerin ihtiyaçlarının oda, kooperatif, dernek ve ticari kuruluşların kısıtlı yayın faaliyetleri ile giderildiği aşama geçilmiş, tam anlamıyla sektörel yayıncılık örnekleriyle karşılaşılabilen bir döneme girilmiştir. Zira bir sektörün yayın faaliyeti gösterebilmesi için “bir iş kolunun, bir sanayi kolunun o ülkede belirli bir ölçekte mal ve hizmet üretiyor olması, gelişime, büyümeye açık olması, dinamizme sahip olması gerekiyor. Yani bir ülkede bir sanayi kolu, anlamlı ölçekte üretici bir kesim, endüstri yoksa o ‘sektör’ o ülkede yoktur (Ceyhan, 2006)”, dolayısıyla sektörel yayıncılık bağlamında bir yayın faaliyeti yürütmesi de beklenemez. Sektörün varlığı ile sektörel yayın senkronize gelişen ve büyüyen iki alandır. 1980 ve sonrası süreçte Türkiye, karşılıklı pas

verilmesi suretiyle sektörler ve sektörel yayıncılığın gelişme gösterdiği yıllar olmuştur.

Sektörel dergi yayıncılığı adına Türkiye’de 2000 yılına gelindiğinde atılan en önemli adımlardan biri olan SEYAD (Sektörel Yayıncılar Derneği) hakkında bilgi vermeye geçmeden önce, 80li yılların sektörel yayıncılığın dergicilik dışındaki önemli bir mecrası olan kitap yayını sahasında da hareketlenmelerin görüldüğü yıllar olduğu bilgisini aktarmak gerekmektedir. Bu bağlamda kuruluş tarihi 1968 olan Yapı-Endüstri Merkezi (YEM), uzun yıllar yapı dünyasına bilgi merkezi olacak şekilde hizmet vermiş, aynı zamanda sektörel kitap yayıncılığında önemli bir yere oturmuştur. 2018 yılında Yapımevi Yayıncılık İletişim Ltd. Şti. tarafından devralınarak halen yayın faaliyetlerini sürdüren YEM Yayın ve YEM Kitabevi, mimarlık, iç mimarlık, tasarım, mühendislik, şehircilik, kentsel planlama, çevre, kültür, sanat vb. Alanlar uzun yıllar boyunca Türkçe ve İngilizce kitap yayıncılığı sürdürmüşlerdir. YEM Yayın uluslararası bir yayınevi olarak mimarlık, tasarım, kültür, sanat alanlarında 1968’den bu yana, 300’ü aşkın kitap yayımlarken, YEM Kitabevi üniversitelerde, fuarlarda ve sektörel etkinliklerde gezici satış standları açmak, konferans, söyleşi vb. etkinliklerin organize edilmesi, kişi ve kurumlara özel kütüphane kurulumu gibi hizmetler de vermektedir. Kendilerini “Türkiye’nin uzmanlaşmış tek kitabevi” olarak tanıtan YEM, sektörel kitap yayıncılığında uzmanlaşmış, yayın yaptığı sektörlerle el kitabı niteliğinde yayınlar sunmuştur (“Hakkımızda”, t.y.-b).

2010 yılında Prof. Dr. Tülay Kılınçaslan ve Prof. Dr. İsmet Kılınçaslan tarafından kurulan ve kent ekonomisi, kentsel planlama, kentsel ulaşım, kentsel planlamada anlatım teknikleri gibi kategorilerde kitap yayıncılığı yapan Ninova yayınları (“Hakkımızda”, t.y.-c) da yapı ve mimari alanında mesleki/sektörel kitap yayıncılığına katkıda bulunmaktadır. Bu noktada belirtmekte fayda vardır ki Türkiye’de sektörel kitap yayıncılığı, sektörlerin bilgi ihtiyacını çoğunlukla mesleki yayıncılık biçiminde karşılayacak şekilde yürütülmektedir. Aynı zamanda özellikle 1980 sonrası süreçte karşılaşılan, abone sistemi veya ücretsiz dağıtım yoluyla okuyucusuna ulaşan, reklamlar üzerinden kazanç sağlayan sektörel dergilerden farklı olarak sektörel/mesleki kitap yayıncılığının, daha ziyade konvansiyonel yayıncılık faaliyetleriyle paralel şekilde fiyatı mukabilinde satın alınma yöntemiyle okuyucuya ulaştığı belirtilmelidir. Çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren şirketler bünyesinde ve tarafından yayınlanıp dağıtımı ücretsiz gerçekleştirilen broşür niteliğindeki yayınlar ise ayrı bir kategori olarak değerlendirilebilir. Bu bağlamda 1959 yılında yayın sektörüne adım atan Seçkin Yayınevi de mesleki bilgi aktaran yayıncılığa 1970 yılında hukuk alanında faaliyet gösterecek şekilde başlayan ve 1990’larla birlikte ekonomi, işletme, muhasebe, mühendislik, bilgisayar gibi alanlarda da kitap yayınlamaya başlamıştır. 2000’li yıllarda akademik ve mesleki yayınlar konusunda uzmanlaşmak suretiyle sektörel kitap yayıncılığı çerçevesine uygun bir politika yürütmüştür (“Tarihçe”, t.y.). Bu ve benzeri yayınevlerinin mesleki yayın faaliyeti çerçevesinde belirli sektörlerin profesyonellerine bilgi aktarımı sağlayacak içeriklerle yayıncılık yaptıklarını ifade ettikten sonra, sektörel dergi yayıncılığını tek bir çatı altında toplaması hasebiyle oldukça önemli bir görev ifa eden SEYAD’dan bahsetmek yerine olacaktır.

6. Sektörel Yayıncılar Derneği: SEYAD

1980-2000 Anadolu'nun çeşitli merkezlerinde yeni sanayi bölgelerinin oluşumuna, dolayısıyla yükselen bir sanayi ve orta sınıfa şahit olunan yıllardır. Değişen dünya koşullarına uyumlanma sürecine girilen ve sanayinin dışa açıklamaya başladığı bu yıllar doların değerindeki düşüşle birlikte ihracatta bir sıçramaya sahne olmuştur. 1980 öncesi ihracatı tarıma bağlı bir ülkeyken Türkiye sonrasında mamul malların ihracatı dikkat çekici düzeyde artmıştır. Tarım ve ticaret ağırlıklı bir ortamdan sanayi kapitalizmine geçiş olarak yorumlanan bir aşama kaydedilmiştir. Elbette tüm bu gelişmeleri takip eden süreçte Anadolu temelli sanayileşmeyi arkasına alarak iktidara gelen ve uzun süre iktidarda kalacak olan Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) özellikle 2002-2007 yıllarını ılımlı politikalarla takip ederken, AB giriş müzakerelerine yoğunlaşmış dünya ekonomisiyle bütünleşme taraftarı ekonomi politikaları sayesinde bahsi geçen sanayici ve orta sınıfın desteğini kazanmıştır (Pamuk, 2007, ss. 273-280). Bu koşullar altında 80 sonrası ivme kazanan sektörel hareketlilik 2000 sonrası gelişme hızını arttırmış, sektörel yayıncılık bağlamında da dünyaya entegre olma kararlılığının sonuçları alınmaya başlanmıştır.

Bu bağlamda sektörel yayınların gösterdiği ivmenin bir neticesi olarak, bu yayınları çatısı altında toplama hedefiyle kurulan Sektörel Yayıncılar Derneği, 2000 yılının Temmuz ayında, dönem itibarıyla sektörel yayıncılık alanında faaliyet göstermekte olan Doğa Yayıncılık, Maya Basın Yayın, Şatana Yayıncılık, Ekin Yayıncılığın girişimleriyle dernek statüsünde kurulmuştur ("[Hakkımızda](#)", t.y.-d). Sektörel yayıncılık yapan fiil ehliyetine sahip gerçek ve tüzel kişilerin haklarının korunması, yardımlaşma ve sosyal haklarının temini için gerekli faaliyetlerin yürütülmesi amacıyla kurulan dernek, sektörel yayıncılık yapan kişi ve kuruluşlar arasında bilgi alışverişi ve dayanışmayı sağlamak amaçlı, ortak yarar paydasında güç birliği oluşturacak şekilde tesis edilmiştir. Dernek aynı zamanda, temelde sektörel yayıncılığın diğer yayıncılıktan ayrılması noktasında farkları belirlemek ve belirtmek; bu yayıncılık türünün standardize edilmesi adına belirli kodlar geliştirmek; ürettiği toplumsal ve ekonomik faydanın çeşitli iletişim araçlar vasıtasıyla tanıtılmasını sağlamak; Pazar AR-GE, Organizasyonel AR-GE ve dağıtım kanalları AR-GE'leri gibi alanlarda araştırma ve geliştirme çalışmalarının yapılması; kaynak israfını önlemek ve kaynakların verimli kullanılmasını sağlamak amacıyla bu alanda eğitim çalışmaları, kurslar, seminerler düzenlenmesi, meslek içi eğitim programları oluşturmak; alanla alakalı bir bilgi bankası oluşturacak literatürü yabancı yazının kazandırılması yolunda çeviri ve araştırma faaliyetlerinde bulunup, Türkçeleştirerek kullanım yaygınlığına ulaşılmasını mümkün kılmak; yabancı meslek organizasyonlarına üye olunmak suretiyle, ulusal ve uluslararası faaliyetlerde eş güdüm elde etmek; aynı alanda yayın yapan grupları alt komisyonlar tesis edilerek iyileştirmek; dernek faaliyetlerini kurs, seminer, sempozyum, konferans ve panel gibi eğitim çalışmaları yapılarak geliştirmek; üyeler arasındaki ilişkinin kuvvetlendirilmesi amacıyla sosyal etkinliklerde bulunmak gibi çalışma ve faaliyet alanları tespit etmiştir ("[Sektörel yayıncılar Derneği Tüzüğü](#)", t.y.).

Dernek faaliyetleri neticesinde başlangıçta 5187 sayılı Basın Kanunu'nun 2. Maddesinin f bendi uyarınca "Yerel süreli yayın: Tek bir yerleşim biriminde

yayımlanan süreli yayınlar ile haftada bir veya daha uzun aralıklarla yayımlanan yaygın ve bölgesel yayınları ([Basın Kanunu, t.y.](#))” kapsamında değerlendirilen sektörel dergilerin, 2015 yılında Beşir Atalay ve Adalet Bakanı Cemil Çiçek’in makamında ziyaret edilerek, hazırlanmakta olan Basın Kanunu’nda mağduriyetlerin giderilmesi adına önerilerde bulunulmuş ve böylece yasada (yerel yayın-periyoda bağlı olarak) farklı tanımlanabilmeleri temin edilmiştir. Ayrıca 2016 yılında SEYAD ile Türk Patent Enstitüsü arasında gerçekleştirilen görüşmeler neticesinde Basın Yasası ile birlikte marka tescillerinin zorunlu olması akabinde yaşanan güçlüklerin aşılmasında kolaylık sağlayacak girişimlerde bulunulmuştur. Derneğin girişimleri neticesinde PTT ile yapılan görüşmelerde, sektörel yayıncıların posta bedellerinde fiyat indirim elde edilmiş ve insert bedellerinin kaldırılması çalışmaları gerçekleştirilmiştir. Yine SEYAD tarafından sektörel yayıncıların desteklenmesi adına, 2017 yılında KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı) ile yapılan görüşmelerle üyelerin KOSGEB desteklerinden yararlanması, hizmet sektörünün KOBİ (Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler) tanımı içinde yer almasının sağlanması suretiyle desteklerden faydalanılmasının önü açılmıştır. 2018 yılında SEYAD, TOBB (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği) bünyesinde kurulan Medya ve İletişim Meclisi’nde üye olarak yer almış, sunulan taleplerin meclisin raporlarında yer alması sağlanmıştır. Üyelerinin karşılaştığı hukuki sorunlarda bilirkişi olarak görüş belirten ve üyelerini hukuki anlamda destekleyen SEYAD ([“Üye Firmalar”, t.y.](#)), sektörel yayıncıların ihtiyaçlarına cevap vermede oldukça etkin rol oynamaktadır.

2023 yılı itibariyle aralarında başta 1989 yılında kurulan ve Metal Dünyası dergisinin yayıncısı olarak faaliyete başlayan ve sektörde ilk internet sitesinin sahibi olan Prestij Yayıncılık ([Gül, 2010a](#)), 1985 yılında Nakliyeciler Dergisi’ni yayınlarken sektöre adım atan İlker Altun tarafından 1994 yılında faaliyete geçirilen Aysberg Basın ([“Hakkımızda”, t.y.-e](#)), 1987’de Metal Makina dergisini yayınlarken kurulan AjansMik Yayıncılık ([Gül, 2010b](#)), 1992 yılında Termodinamik dergisi ile yayın hayatına giren Doğa Sektörel Yayın Grubu ([“Doğa Sektörel Yayın Grubu Kalite Yönetim Sistemini Belgelendirdi”, 2008](#)), 1992 yılından itibaren faaliyet gösteren Ekin Yayın Grubu ([“Ekin Yayın Grubu”, t.y.](#)), 1988 yılından itibaren inşaat sektörü odaklı yayıncılık yapan Ekosistem Medya ([“Ekosistem Medya”, t.y.](#)), 1994 yılından itibaren Taşıyanlar Ticari Taşıtlar Dergisi isimli yayımla sektörel yayıncılığa hizmet veren Maya Medya Grubu ([“Maya Medya Grubu”, t.y.](#)), 1992 yılında Sektör Reklam Evi adıyla kurulan Sektörel Tanıtım Grubu, 1988’de Türkiye’de mesleki teknik dergi özellikleri taşıyan Doğalgaz ve 1993’te Tesisat dergisini 1994’te Yangın ve Güvenlik dergilerini yayımlayan ve ismini 2016 yılında B2B Medya olarak değiştiren Teknik Sektör Yayıncılık ([“Teknik Sektör Yayıncılığı”, t.y.](#)) ve 1995 yılında mühendislerden oluşan bir kadroyla kurulan, Plastik ve Ambalaj Teknolojisi Dergisi’nin yayıncılığını üstlenen Yağmur Fuarcılık ([“Yağmur Fuarcılık Yayıncılık”, t.y.](#)) olmak üzere Air World Türkiye, Aramedya, Dağıtım Kanalı, , Metal Medya Grubu, Mimart Yayıncılık, Moneta Medya Grubu, Medi Kongre, Ned Medya, Nice Yayıncılık, Odaklı Grup Medya Sektörel Tanıtım Grubu, Steel Orbis’in olduğu 21 üye firmanın ([“Üye Firmalar”, t.y.](#)), 61 basılı ([“Üye Dergiler”, t.y.](#)), 67 dijital dergisine ([“Dijital Yayınlar”, t.y.](#)) ev

sahipliği yapan SEYAD, <https://seyad.org/> adresli web sitesi sayesinde sektörel yayıncılığın tek çatı altında toplanmasını sağlaması, bilgi akışını düzenli ve tek elden sağlaması bakımından önemli bir görev ifa etmektedir.

7. Dijitalleşmenin Sektörel Yayıncılığa Etkileri

Bunoktadaküreselleşmeyi takiben, internet teknolojilerinde ve yaygınlıklarında yaşanan dönüşümlerin bir neticesi olarak konvansiyonel yayıncılık faaliyetlerinin önce eş zamanlı olarak matbu ve dijital, daha sonra tamamen dijitalleşecek şekilde mecra değiştirdiğini ifade etmek gerekmektedir. Dijital yayıncılık bir elektronik kitap projesi olarak 1971 yılında Gutenberg Projesi ismiyle başlamış ve günümüze gelene kadar devasa bir büyüme ve dönüşüm sergilemiştir. Dijital yayıncılık, hedef kitleye dijital içerik sağlama eylemi olarak günümüzde kitap, dergi, müzik, animasyon, video, film, ses, haberler, video oyunları, mobil uygulamalar ve daha fazlasını içeren bir faaliyet alanıdır.

Bu geçişin yaygın ulusal yayıncılıkta olduğu gibi sektörel yayıncılık sahasında da yaşandığı görülmektedir. Özellikle sektörel dergicilik kapsamında yayınların ülke ekonomisine, sanayi ve ticarete katkısı göz önünde tutulduğunda, uluslararası sahada yaşanan dijitalleşme yöneliminin Türkiye örneğinde de gecikmeden gerçekleştiği belirtilmelidir. Yeni bir dergi türü olarak dijital dergicilik, bilgi üretiminin dönüşümüne yaptığı katkı bakımından da önemli bir yere sahiptir ve sektörel dergicilik faaliyetleri açısından da oldukça elverişli bir ortam yaratmaktadır.

Dijital dergi, basılı derginin bilgisayar ortamına aktarılmasından öte, bu mecranın özelliklerine uygun şekilde tasarlanması gereken içerikleriyle, bu içeriğin paylaşımını kolaylaştıracak teknolojiyle hazırlanan, cep telefonları ve tabletler başta olmak üzere birçok elektronik araç aracılığıyla ulaşıp, okunabilen yayın ürünüdür (Kazan, 2017, s. 19). Dijital veya diğer adıyla elektronik dergiler PDF, HTML ve Flash olmak üzere üç farklı biçimde yayımlanmaktadır. PDF dergiler birçok özelliğin bir arada kullanılmasını mümkün kılan özelliği ve küçük dosya boyutu sebebiyle en çok tercih edilen biçimdir. Metin, videolar, ses dosyaları kullanma, durağan görüntüler yerleştirme imkânı ve internete bağlanma opsiyonu sayesinde kullanıcıya kolaylık sağlayan form olma özelliği göstermektedir. Flash programıyla tasarlanan dergiler yüksek düzeyde görsellerin kullanımının mümkün olması sebebiyle özellikle teknoloji, sanat ve tasarım alanında kullanılmakta, HTML dergiler ise etkileşimli öğelerin üst düzeyde kullanımı sebebiyle, internet üzerinden web sayfası biçiminde tercih edilen dergi biçimlerindendir (Turgut, 2009, s. 93). Sektörel dergi yayıncılarının özellikle HTML ve PDF dergi biçimlerini sıkça kullandıkları görülmektedir.

Dijitalleşmenin dergicilik alanına sağladığı farklı biçimlerde yayın olanaklarının yanı sıra, çeşitlilik, ulaşılma imkânı, kağıt masraflarından kurtulma gibi avantajların, yayıncıları hızla dijitalleşmeye ittiği görülmektedir (Apak, 2022, s. 94). Çoğunlukla abonelik sistemi veya ücretsiz şekilde ilgili sektöre dağıtım yoluyla okuyucusunu bulan sektörel dergiler için dijital dergicilik uygulamaları da önemli bir kolaylık alanı yaratmıştır. Zira dijital dergicilik sadece iletişim ve veri akışını sağlamakla kalmaz aynı zamanda hedef kitle ile yakınlığı arttırma,

multimedya desteği ile konvansiyonel dergiciliğin üzerine çıkma, internetin sağladığı sınırsız alan avantajları, düşük maliyet ve yoğun etkileşim gibi farklı imkanlar sunar (İpek ve Göçmen, 2021, s. 92).

Tüm bu özelliklerin yanı sıra dijital iletişimin kontrolsüzce gerçekleşme riski, bu alanı yönetme ve yönlendirmeyi zorlaştırmakta, hedef kitleyi yayına çekecek içerik, dizayn ve reklam girdilerinin planlanmasının önemi artmaktadır. Sektörel yayınlar da bu riskler ve dezavantajla karşısında doğru konum almak, avantajlarla dolu bu yeni mecrada başarı elde etmek amacıyla hedef kitlenin beklenti ve isteklerini karşılayacak şekilde yayıncılık faaliyetlerinde dönüşüm yaşamaktadır (Apak, 2022, s. 95). Özellikle alakalı web sitelerinin kurulumu ile başlayan dijitalleşme süreci ile birlikte yayıncı kuruluşlar da matbu dergicilik faaliyetlerinin yanı sıra dijital yayıncılık alanında uzmanlaşma yoluna gitmek durumunda kalmıştır. Bu durum, sektörel yayıncılığı mümkün kılacak özel donanımına sahip ekibe, dijital yayıncılığı sağlayacak teknolojik donanımına sahip ekip ihtiyacını da arttırmıştır.

Online yayıncılığın getirdiği diğer dezavantajların başında gelir kaynaklarında yaşanan dönüşüm gelmektedir. Dijitalleşmeye geçişle sektörel yayınların küçük de olsa gelir kaynaklarından biri olan abonelik uygulamaları ortadan kalkmış, içeriğin tamamen ücretsiz dağıtıma girdiği, matbu dergilerdeki ilanların artık online sahada banner ilanlarına dönüştüğü, sürdürülebilir gelir akışı modelleri arayışının arttığı bir ortam gelişmiştir. Buradan hareketle reklam ve haber ayrımının bulanıklaşması da başka bir problem yaratmıştır. Sektörel yayınlar dijital reklam pastasından daha fazla pay almaya çalışırken, içerik ve reklam sponsorlu içerik benzeri uygulamalara başlanmış, etik sorun yaşanmaması ve yayınların tarafsızlıklarını korumaları bu noktada güçleşmiş, yazı dilinin özenli seçiminin önemi atmıştır. Diğer taraftan sektörel yayıncılığın muhatabı olduğu firmaların dijital mecralar konusunda yeterli bilgi sahibi olmamaları da dijitalleşmenin dezavantajlarından bir diğeri olarak sayılabilir. Kimi firmaların finansal anlamda dijitalleşmeye bütçe ayırmamaları, dijitalleşmenin önemine vakıf olmamaları, yayıncıları zorlamıştır (Apak, 2022, ss. 97-98). Ancak, şirketlerin genç ekipleri arttıkça, yayıncıların dijitalleşmenin önemine vurguları belirginleştikçe tüm bu zorlukların aşılması mümkün görünmektedir. Türkiye örneğinde, SEYAD bünyesinde dijital yayın yapan sektörel dergi sayısının matbu yayınları geçmesi bunun en önemli kanıtıdır.

Diğer taraftan sektörel yayıncılığı, mesleki bilgi bağlamında destekleyen sektörel kitap yayınlarının da dijital platformlarda bedelsiz olarak yayınlandıkları bir süreç başlamıştır. Telif problemi içerecek şekilde, matbu eserlerin korsan biçimde dijitalleştirilmiş versiyonlarının dolaşıma sokulduğu bir ortamı hariç tutmak gerekirse, vakıf ve derneklerin, kimi şirket veya kurumların yayıma soktuğu ve dijital olarak ulaşılabilen kitaplar mevcuttur. Örneğin 1991 yılında Türkiye’de özel sektörün teknoloji geliştirme ve inovasyon faaliyetlerinin desteklenerek güçlendirilmesi amacı ile kurulan TTGV (Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı) çeşitli sektörleri ilgilendiren analiz, rapor ve araştırmaları içeren elektronik kaynakları erişime açık biçimde sunmaktadır. Ürün Yönetimi Perspektifinden Türkiye Deneyimleri Derlemesi, Sürdürülebilir Tarım: Toprak ve Su, Kurumlarda Psikolojik Güvenlik ve Inovasyon, Metal Malzemelerin Geleceği,

Tarım Teknolojileri, Tarım Ekosisteminde İnovasyon Fırsatları, Kompozit Malzeme Teknolojilerinin Endüstriyel Üretimde Yaratacağı Etkiler, Sağlık Değer Zinciri 101 ([“Yayınlar”, t.y.](#)) başta olmak üzere, farklı sektörleri ilgilendiren inovatif gelişmeler hakkında bilgi aktarımı yapan elektronik kitap, belge ve raporlar vakfın sitesi üzerinden ücretsiz olarak yayınlanmaktadır.

TMMOB (Türkiye Mühendis ve Mimar Odaları Birliği), web sitesi üzerinden sektörü doğrudan ilgilendiren elektronik versiyonlu rapor, bildiri, kitap yayınlarını ücretsiz olarak sunmaktadır ([“Kitap”, t.y.](#)). Benzer şekilde Türkiye İnşaat Mühendisleri Odası’nın e-kütüphane sekmesi sektörel kitap yayıncılığı bağlamında kaleme alınan kitapların dijitalleştirilmiş ve ücretsiz varyasyonlarını sunmaktadır ([“Kitaplar”, t.y.](#)). Elektrik Mühendisleri Odası internet sitesi üzerinden bir taraftan sektörü ilgilendiren matbu kitap satışına yer verilirken, diğer taraftan E-kitaplar başlığı altında ücretsiz elektronik kitaplar pdf formatında ilgisine sunulmaktadır ([“E-kitaplar”, t.y.](#)).

Nihayetinde içinde bulunan 21. yüzyıl, her alanda dijitalleşmeyi mecbur kılmış, avantaj-dezavantaj dengesi kurulmak suretiyle sektörel gelişimi destekleyecek dijital sektörel yayınların yaygınlaşması kaçınılmaz hale gelmiştir.

Değerlendirme ve Sonuç

Hem uluslararası sahada hem de Türkiye’de gittikçe yükselen değer olma özelliği gösteren bir yayıncılık formu olan sektörel yayıncılık (uluslararası ismiyle B2B publishing), ekonominin can damarını oluşturan ve sürekli ilerleme göstermesi hedeflenen alanlarda öncelikli olarak iletişimi ve ayrıca sektörler arasındaki bağlantıların kurulmasını sağlamada rol almaktadır. Tarihsel arka planı, basın faaliyetlerini henüz hareketli matbaanın Avrupa’da gelişip yaygınlaşmadığı, el yazma ticaret içerikli haber mektupları ile başladığı erken döneme kadar götürülebilen süreli sektörel yayıncılık, gazetecilik faaliyetlerinin başlaması ile ihtiyaç sebebiyle birlikte özellikle dergicilik bağlamında hızlı bir şekilde gelişmiş ve yayıncılık sektörünün ayrılmaz bir parçası olmayı tarih boyunca da sürdürmüştür. Sanayi devrimi akabinde çeşitlenen ve gelişen sektörlerin iletişim, haberleşme, reklam alışverişi ihtiyaçları bu yayınlar sayesinde karşılanabilmiştir. Benzer şekilde Osmanlı Devleti’nde yayıncılık faaliyetlerinin başladığı 19. yüzyılda sektörel yayıncılıkla paralel kabul edilebilecek mesleki dergicilik örneklerine rastlanmaktadır. Kitap yayıncılığının ise yine mesleki kitap içeriğinde, meslek profesyonellerini eğitecek materyaller sunacak şekilde sınırlı biçimde yayınlanmış oldukları görülmektedir.

Devletlerin ekonomi politikaları ile doğrudan bağlantı kurulabilecek olan süreli sektörel yayınlar, Türkiye’de bu bağlamın etkisi altında 1980’li yıllara kadar emekleme dönemi geçirmiş, “24 Ocak kararları” olarak bilinen ve liberal ekonomiye geçiş anlamına gelen süreç, temelleri mesleki yayıncılıkla atılmış olan sektörel dergi yayıncılığın hızla gelişmesini sağlamıştır. Böylece çeşitlenen sektörel hayatın beklentilerini karşılamak üzere yayıncılık şirketlerince üstlenilen profesyonel sektörel dergi yayıncılığı 2000’li yıllara gelindiğinde bir dernek çatısı altında toplanacak yeküne ulaşmış, SEYAD’ın böylece kurulmasıyla, rekabet ortamını dengeleyecek, hukuki problemlerde yayıncılara destek olacak, dönem

hükümetleriyle köprü görevi ifa edecek bir yapı tesis olunmuştur.

Türkiye’de sektörel yayıncılığın kitap yayını mecrasında gelişimi ise, mesleki yayınlara ağırlık veren kimi yayınevlerinin sektörlerin temel danışma kaynakları olacak nitelikte kitap yayınına odaklanması ve çeşitli mesleki dernek, vakıf ve odalar tarafından basılan çeşitli temel eserlerin sektör profesyonellerine sunulması yoluyla gerçekleşmiştir. Ancak sektörel yayıncılık pratiklerinin, özellikle SEYAD çatısı altında dergicilik mecrasında yaygınlaşarak, temellendiği görülmektedir.

Son olarak, 21. yüzyılın bir gerekliliği olarak yayıncılığın dijital alana kaymasından payını hızla alan sektörel dergi ve kitap yayıncılığı, neredeyse matbu yayıncılığı aşan bir ivme kaydederek, sektörel gelişmenin ve ekonomik ilerlemenin lokomotif olma görevini üstlenmiş, Türkiye’de de uluslararası sahadakine benzeyen bir dijitalleşme eğilimi görülmüştür. Dergicilik bağlamında dijitalleşmenin yaygınlaşmasının yanı sıra, sektörel kitap yayıncılığında da elektronik kitap uygulamaları artarken, çeşitli kurum ve kuruluşların internet siteleri üzerinden ücretsiz olarak elektronik formatlarda kitap paylaşmayı tercih ettikleri görülmüştür.

Kaynakça

- Abadan Unat, N. (1961). Gazeteciliğin Gelişim Safhaları. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 16(01), 177-203.
- Akün, Ö. F. (1998). Hayrullah Efendi. TDV İslam Ansiklopedisi. İstanbul: TDV yayınları.
- Altınar, A. T. (2001). Mimarlık Dergilerinin BABıalı Serüveni. Mimarlık, (300), 44-45.
- Altıntaş, A., Dinç, G. ve Başaoğlu, İ. (2001). Basılı Tıp Yayınları Alanının Öncülerinden Biri “Tuhfetü’l-Tıb”. Tıp Tarihi Araştırmaları-History of Medicine Studies içinde (Eds: Hüsrev Hatemi, Aykut Kazancıgil., ss. 21-37). İstanbul: Yüce Yayın.
- Apak, D. (2022). Türkiye’de Dijitalleşen Sektörel Yayıncılık Üzerine Bir Araştırma. Disiplinlerarası Boyutlarıyla Hizmet İşletmeleri içinde (Ed: Yusuf Yıldırım., ss. 89-102). İstanbul: Eğitim Yayınevi.
- Aslanoğlu, M. (1983). Ahmet Hamdi Başar ve Kooperatifçilik. Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi.
- Atıcı, E. ve Burnak, T. M. (2021). Mimar Dergisi’nin Arkitekt Dergisi’ne Evrilmesi Sürecinin (1931-1934) İçerik Analizi. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 22(1), 277-292.
- Aydın, Ç. ve Aydın, C. (2019). Türkiye Turizminin Tanıtılmasında Öncü Bir Süreli Yayın: Turizm Mecmuası (1957-1987). Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 30(2), 35-44.
- Basın Kanunu. f 2. <http://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5187.html> adresinden erişildi.
- “Basının Doğuşu ve Gelişimi”. Milli Eğitim Bakanlığı Gazetecilik Alan Modül Belgesi. (2011). Milli Eğitim Bakanlığı. Ankara.

- Batur, A. (1983). Cumhuriyet Döneminde Türk Mimarlığı. Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Batur, A. (1996). Yüzyıl Sonuna Doğru Türkiye Mimarlığı. Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi: Yüzyıl Biterken. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bilimsel Madencilik. (t.y.).Dergipar.org.tr. 15 Mart 2023 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/madencilik> adresinden erişildi.
- Boralıoğlu, G. (1996). 80'lerden 90'lara Reklamcılık. Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi: Yüzyıl Biterken. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Boratav, K. (1998). Türkiye İktisat Tarihi: 1908-1985. İstanbul: Gerçek Yayınevi.
- Briggs, A. ve Burke, P. (2015). A Social History of Media: From Gutenberg to the Internet. Cambridge: Polity.
- Ceyhan, İ. (2006). Sektörel Yayıncılık Nedir? SEYAD.org.
- Davison, W. P. (t.y.). Public Opinion. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/topic/public-opinion> adresinden erişildi.
- Demir, K. (2017). Osmanlı Ziraat Dergilerinden Bir Örnek: İkinci. Osmanlı Bilimi Araştırmaları, XIX(1), 57-74.
- Dijital Yayınlar. (t.y.).SEYAD.org. 21 Mart 2023 tarihinde <https://seyad.org/uye-dijital-yayinlar/> adresinden erişildi.
- Doğa Sektörel Yayın Grubu Kalite Yönetim Sistemini Belgelendirdi. (2008, 7 Aralık).Ebelediye.info. 21 Mart 2023 tarihinde <https://www.ebelediye.info/haberler/doga-sektorel-yayin-grubu-kalite-yonetim-sistemini-belgelendirdi> adresinden erişildi.
- Ekin Yayın Grubu. (t.y.).SEYAD.org. 21 Mart 2023 tarihinde <https://seyad.org/uye-bilgileri/ekin-yayin-grubu/> adresinden erişildi.
- E-kitaplar. (t.y.).Kitap.emo.org.tr. 5 Eylül 2023 tarihinde <https://kitap.emo.org.tr/genel/e-kitaplar.php> adresinden erişildi.
- Ekosistem Medya. (t.y.).SEYAD.org. 21 Mart 2023 tarihinde <https://seyad.org/uye-bilgileri/ekosistem-medya/> adresinden erişildi.
- Gemici. (t.y.).Dijital-kutuphane.mkutup.gov.tr. 5 Eylül 2023 tarihinde <https://dijital-kutuphane.mkutup.gov.tr/tr/periodicals/catalog/issue/54158> adresinden erişildi.
- Gevgilili, A. (1995). Türkiye Basımı. Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Gönenç, A. Y. (2006). Türkiye’de ve Fransa’da Dergicilik ve Kadın Dergileri. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Graziano, J. (1991). Music in William Randolph Hearst’s New York Journal. Notes, 48(2), 383-424.
- Gül, Y. (2010a, Kasım). Türkiye’de Sektörel Yayıncılığa Hala Ciddi Bakılmıyor. Güncel, 8.
- Gül, Y. (2010b, Ağustos). Sektörel Yayınlar Sektörünün Her Zaman Bir Adım Önünde Olmalı. Güncel, 8.

- Gündüz, A. Y. (1999). Türkiye Ekonomisindeki Yapısal Değişiklikler ve 1980 Sonrası Uygulanan İstikrar Politikaları. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 15, 277-288.
- Gür, A. (t.y.). Sermaye Yapısında Değişim ve Dergiler. Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi: Yüzyıl Biterken. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Hakkımızda. (t.y.-a).Endüstri-dunyasi.com. 3 Haziran 2023 tarihinde <https://www.endustri-dunyasi.com/hakk%C4%B1m%C4%B1zda/> adresinden erişildi.
- Hakkımızda. (t.y.-b).Yemkitapevi.com. 5 Eylül 2023 tarihinde <https://yemkitapevi.com/pages/yem-kitapevi-hakkinda> adresinden erişildi.
- Hakkımızda. (t.y.-c).Ninovayayin.com. 5 Eylül 2023 tarihinde <http://www.ninovayayin.com/hakkimizda.html> adresinden erişildi.
- Hakkımızda. (t.y.-d).SEYAD.org. 21 Mart 2023 tarihinde <https://seyad.org/hakkimizda/> adresinden erişildi.
- Hakkımızda. (t.y.-e).Aysberg.com. 21 Mart 2023 tarihinde <https://www.aysberg.com/hakkimizda/> adresinden erişildi.
- İnuğur, M. N. (1982). Basın ve Yayın Tarih. İstanbul: Çağlayan Kitapevi.
- İpek, B. ve Göçmen, P. Ö. (2021). Türkiye’de Dijital Dergi Yayıncılığı: 2015-2019. Akademik Sanat Tasarım ve Bilim Dergisi, 12, 88-100.
- Kazan, H. (2017). Avantajları ve Dezavantajları ile Dijital Dergicilik. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication, 7(1), 17-24.
- Kitap. (t.y.).Tmmob.org.tr. 5 Eylül 2023 tarihinde <http://www.tmmob.org.tr/yayin-turu/kitap> adresinden erişildi.
- Kitaplar. (t.y.).İmo.org.tr. 5 Eylül 2023 tarihinde <https://www.imo.org.tr/TR,76617/kitaplar.html> adresinden erişildi.
- Kocabaş, Ö. Y. (2011). Türkiye’de Kooperatifçilik Hareketinin Düşünsel Boyutu (ss. 39-86). 20. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi Tebliğler Kitapçığı, sunulmuş bildiri, Ankara: Türk Kooperatifçilik Kurumu. <https://ticaret.gov.tr/data/5d41d91713b87639ac9e0235/408dc506efa12cd18863b3d13b93038f.pdf> adresinden erişildi.
- Koloğlu, O. (1995). Liberal Ekonomi Düzeninde Basın Rejimi. Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi: Yüzyıl Biterken. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kotler, P. ve Pfoertsch, V. (t.y.). B2B Brand Management. Berlin: Springer.
- Lloyd’s List. (t.y.).Www.lloydslist.com. 14 Şubat 2023 tarihinde www.lloydslist.com adresinden erişildi.
- Maya Medya Grubu. (t.y.).SEYAD.org. 21 Mart 2023 tarihinde <https://seyad.org/uye-bilgileri/maya-medya-grubu/> adresinden erişildi.
- McCarthy, E. J. ve Perreault, W. D. (1993). Basic Marketing: A Global-Managerial Approach. Boston: Irwin.
- Memiş, Ş. (2019). Dersaâdet Ticaret Odası Gazetesi Haberlerine Göre Osmanlı Ekonomisi Hakkında Kısa Bir Dönem Analizi: 1885-1887. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (62), 228-242.
- Nasay, D. (2001). The Chief: The Life of William Randolph Hearst. Boston:

- Houghton Mifflin Company.
- Palmer, M. (2002, 21 Nisan). Lloyd's List. Mariners-l.co.uk. 23 Mart 2023 tarihinde <http://www.mariners-l.co.uk/ResLloydsList.html> adresinden erişildi.
- Pamuk, Ş. (2007). Osmanlıdan Cumhuriyete Küreselleşme, İktisat Politikaları ve Büyüme. İstanbul: İş Bankası Yayınları.
- Periodicals of Hakkı Tarık Us Collection. (t.y.).Tufs.ac.jp. 5 Eylül 2023 tarihinde <http://www.tufs.ac.jp/common/fs/asw/tur/htu/list1.html#c> adresinden erişildi.
- Rica. (1327, Kanunisanı /25 Ocak 1912).Gemici, (1), 4.
- Sektörel yayıncılar Derneği Tüzüğü. (t.y.).SEYAD.org. 21 Mart 2023 tarihinde <https://seyad.org/sektorel-yayincilar-dernegi-tuzuk/> adresinden erişildi.
- Tanyeli, U. (2001). Mimarlık'ın 300. Sayısı Ve Sektörün Tarihi Bağlamında Bugün Türkiye'de Mimarlık Dergiciliği. Mimarlık, (300), 34-36.
- Tarihçe. (t.y.).Seckin.com.tr. 5 Eylül 2023 tarihinde <https://www.seckin.com.tr/about> adresinden erişildi.
- Tarihçe ve Türk Ekonomisindeki Yeri. (t.y.).İso.org.tr. 15 Mart 2023 tarihinde <https://www.iso.org.tr/kurumsal/tarihce-ve-turkiye-ekonomisindeki-yeri/> adresinden erişildi.
- Tekdemir, A. (2011). Osmanlı Devleti'nde İlk Ticari Gazete: Ceride-i Ticaret. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 13(11), 209-221.
- Teknik Sektör Yayıncılığı. (t.y.).SEYAD.org. 21 Mart 2023 tarihinde <https://seyad.org/uye-bilgileri/maya-medya-grubu/> adresinden erişildi.
- Timglobal Media. (t.y.).<https://www.tim-europe.com/>. 3 Haziran 2023 tarihinde <https://www.tim-europe.com/> adresinden erişildi.
- Toplu, M. (2009). Mesleki Bir Örgüt Olarak Türk Kütüphaneciler Derneği'nin Altmış Yıllık Gelişim Çizgisi. Türk Kütüphaneciliği, 23(4), 678-741.
- Toprak, M. (2004). İzmir İktisat Kongresi: Bir Gelecek Perspektifi. İktisat-İşletme ve Finans Dergisi., 19(214), 115-131.
- Toprak, Z. (1988). İktisat Tarihi. Türkiye Tarihi 3: Osmanlı Devleti (1600-1908) içinde (ss. 191-242). İstanbul: Cem Yayınları.
- Tucker, D. H. v.d. (1999). History of publishing. Britannica. <https://www.britannica.com/topic/The-Daily-Advertiser> adresinden erişildi.
- Tuhfet-ül Tıb. (t.y.).Dijital-kutuphane.mkutup.gov.tr. 5 Eylül 2023 tarihinde <https://dijital-kutuphane.mkutup.gov.tr/tr/periodicals/catalog/details/1817> adresinden erişildi.
- Turgut, Ö. P. (2009). Elektronik Yayıncılık Biçimleri ve Blog Tasarımı. Sanat ve Tasarım Dergisi, 1(3), 87-104. doi:<https://doi.org/10.18603/std.24869>
- Türk Kütüphaneciliği. (t.y.).Tk.org.tr. 14 Mart 2023 tarihinde <http://www.tk.org.tr/index.php/TK> adresinden erişildi.
- Ülken, H. Z. (2014). İkitisadi Yürüyüş. İstanbul University Journal of Sociology, (2), 531-532.
- Ünalın, Ç. (2009). Mimar ve mühendisler tarafından İstanbul'da yayımlanmış iki dergi: GÉNIE CIVIL OTTOMAN (1910) ve ZEITSCHRIFT FÜR TECHNIK

- UND INDUSTRIE IN DER TURKEI (1916). Osmanlı Bilimi Araştırmaları, X(2), 59-96.
- Üye Dergiler. (t.y.).SEYAD.org. 21 Mart 2023 tarihinde <https://seyad.org/uye-dergiler/> adresinden erişildi.
- Üye Firmalar. (t.y.).SEYAD.org. 21 Mart 2023 tarihinde <https://seyad.org/uye-firmalar/> adresinden erişildi.
- Varlık, B. (1985). Tanzimat ve Meşrutiyet Dergileri. Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Türkiye Ansiklopedisi.
- Yağmur Fuarcılık Yayıncılık. (t.y.).SEYAD.org. 21 Mart 2023 tarihinde <https://seyad.org/uye-bilgileri/yagmur-fuarcilik-yayincilik/> adresinden erişildi.
- Yayıncılık Mevzuatı Hakkında Tüm Detaylar. (t.y.).SEYAD.org. 22 Mart 2023 tarihinde <https://seyad.org/yayincilik-hakkinda/> adresinden erişildi.
- Yayınlar. (t.y.).TtgV.org.tr. 5 Eylül 2023 tarihinde <https://www.ttgV.org.tr/tr/yayinlar> adresinden erişildi.
- Yazıcı, N. (1999). Tanzimat Döneminde Ekonomi Basını "Takvim-i Ticaret". Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, (39), 55-68.
- Yenal, O. (2010). Cumhuriyet'in İktisat Tarihi. İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.
- (1327, Kanunisani /25 Ocak 1912).Gemici, (1). http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Bas%C4%B1n%C4%B1n%20Do%C4%9Fu%C5%9Fu%20Ve%20Geli%C5%9Fimi.pdf adresinden erişildi.

Uluslararası Siyasal İletişim Aracı Olarak Medya: TRT Français Örneği*



Mehmet
GÜNESEN¹

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi,
Bolu Abant İzzet Baysal
Üniversitesi,
mehmetgunesen.81@gmail.com
ORCID: 0009-0002-3363-3886

Gönderilme / Received

30.12.2024

Kabul Tarihi / Accepted

17.03.2025

Yayın Tarihi / Published

27.03.2025

Öz

Küreselleşen dünyada gelişen teknoloji sayesinde bugün ülkeler enformasyon yarı-şını uluslararası yayınlarıyla sürdürmektedir. Farklı ülkelerde farklı dillerde yayın yapan bu kuruluşlar ülkeler arası siyasal iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. Türkiye’de cumhuriyetin ilk yıllarında başlayan uluslararası yayıncılık kurulduğu günden bu yana TRT aracılığıyla uluslararası yayınlarını organize etmektedir. Bu çalışmanın temel amacı TRT’nin Fransız diliyle yayın yapan dijital haber platformu TRT Français’nin yayın çizgisini enformasyon akışısını sağladığı ülkeler ve ele aldığı konular üzerinden yayın çizgisinin ne olduğu sorusunu cevaplandırmaktır. Örneklemi oluşturan ilgili kuruluştaki Nisan 2024’te yapılan tüm haberler içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. TRT Français’nin tüm dünyada ülkelerin kendi kaderini kendi belirlemeleri gereken bir yayın anlayışıyla hareket ettiği ve haber içeriklerini buna göre seçerek oluşturduğu tespit edilmiştir. Ele alınan konular Türkiye Cumhuriyeti’nin resmî ideolojisi ve tezleri bağlamında aktarılmaktadır. TRT Français, hem Türkiye’nin iç meselelerini hem de dış dünyadaki gelişmeleri seçerken, yorumlarken ve aktarırken adeta bir diplomatik aracı olarak kullanılmakta ve dezenformasyon olarak nitelendirilen çalışmalara da bu yayın organıyla yanıt verilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası siyasal iletişim, küreselleşme, medya, Türkiye Radyo Televizyon Kurumu, TRT Français.

* Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. Benzerlik tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No similarity detected.

** Bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive” were followed.

*** Bu çalışma İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Rektörlüğü Etik Kurulu Başkanlığı’nın 2022/05 sayılı 29/11/2022 tarihli kararı ile etik açıdan uygun bulunmuştur.

This study was found ethically appropriate by the decision of the Ethics Committee of the Rectorate of Istanbul Sabahattin Zaim University numbered 2022/05 and dated 29/11/2022.

**** Yazarların çalışmadaki katkı oranları; birinci yazar %60, ikinci yazar %40,

Contribution rates of the authors in the study; first author 60%, second author 40%.

***** Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

Kaynak gösterme / To cite this article: Günesen, M. (2025). Uluslararası Siyasal İletişim Aracı Olarak Medya: TRT Français Örneği. İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi, 5(1), 140-158. doi: 10.59534/jcss.1609914



Media as a Tool of International Political Communication: The Example of TRT Français



Mehmet
GÜNESEN¹

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi,
Bolu Abant İzzet Baysal
University,
mehmetgunesen.81@gmail.com
ORCID: 0009-0002-3363-3886

Gönderilme / Received
30.12.2024

Kabul Tarihi / Accepted
17.03.2025

Yayın Tarihi / Published
27.03.2025

Abstract

Today, thanks to the developing technology in the globalizing world, countries continue the information race with international broadcasts. These organizations, which broadcast in different languages in different countries, are used as a means of political communication between countries. International broadcasting, which started in the first years of the republic in Turkey, has been organizing international broadcasts through TRT since its establishment. The main purpose of this study is to answer the question of what the broadcast line of TRT Français, TRT's digital news platform broadcasting in French, is through the countries through which it provides information flow and the topics it covers. All news published in April 2024 in the relevant organization that constituted the sample was analyzed using the content analysis method. It has been determined that TRT Français acts with a broadcasting approach that countries all over the world should determine their own destiny and creates its news content by selecting it accordingly. The topics discussed are conveyed in the context of the official ideology and theses of the Republic of Turkey. TRT Français is used as a diplomatic tool when selecting, interpreting and conveying both Turkey's internal issues and developments in the outside world, and works deemed as disinformation are responded to by this media organ.

Keywords: International political communication, globalization, media, Turkish Radio and Television Corporation, TRT Français.

Giriş

Günümüz küresel dünyasında ülkeler enformasyon dağıtım konusunda da birbirleriyle mücadele halindedir. Ülkelerin kendi tezlerine ve çıkarlarına yönelik uluslararası kamuoyunda meşruiyet ve gerekirse destek sağlama çabası uluslararası denklemde siyasal iletişim sürecine yön vermek için enformasyon akışında söz sahibi olma hedefiyle aynı doğrultuda ilerlemektedir. Nitekim siyasal iletişim sadece seçim dönemlerinde yurt içinde belirli seçim bölgelerinde uygulanan kısa süreli propaganda faaliyetlerinden daha bütüncül, dinamik ve geniş bir süreci ifade etmektedir. Bugün küresel köy olan dünyada siyasal iletişimin uluslararası boyutu daha da önem kazanmaktadır.

ABD'den CNN ve AP, Birleşik Krallık'tan BBC ile Reuters, Fransa'dan Agence France Press, Almanya'dan DeutchWelle, Rusya'dan Sputnik, Katar'dan Al Jazeera ve daha birçok ülkeden farklı kuruluşlar sadece kendi ülkelerinde ve dillerinde değil daha pek çok coğrafyaya farklı dillerde yayınlar yapmaktadır. Bauman'ın küresel olmanın zıt anlamlısı olan yerel olmak olgusu bir geri kalmışlık göstergesi olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla böylesi bir sistemde ülkeler medya kuruluşlarıyla da küresel bir yer edinmek zorundadır.

Türkiye'nin uluslararası yayıncılık süreci henüz cumhuriyetin ilk yıllarında radyoyla başlamakla birlikte ise kamu yayıncısı olan Türkiye Radyo Televizyon Kurumu'nun (TRT) çatısı altındaki Dış Yayıncılık Daire Başkanlığı tarafından yürütülmektedir. Özellikle 2000'li yıllarda TRT bu alanda pek çok projeyi hayata geçirirken bugün farklı dillerde yayın yapan radyo ve televizyon kanalları ile dijital haber portalları mevcuttur.

Bu portallardan biri de 2022 yılında yayın hayatına başlayan TRT Français'dir. Fransızca, Birleşmiş Milletler'in altı resmi dilinden biridir. Fransızca'nın dünyanın en çok konuşulan beşinci dili ve hedef kitlenin dünya çığında bu dili konuşan tüm insanlar olması açısından bu haber portalı önem arz etmektedir. Haber kuruluşlarının bir konuyu haberleştirip haberleştirmemesi ve ele aldığı konulara nasıl yaklaştığı yayın çizgisini belirlemektedir. Bu çalışmada da TRT Français'nin en çok haber verdiği ülkeler ve konular üzerinden yayın anlayışı analiz edilmiştir. Bununla birlikte Türkiye konulu haberlerdeki yaklaşım da incelenmiştir. TRT Français'nin yayın çizgisi ortaya konulmaya çalışılmıştır.

1. Siyasal İletişimin Uluslararası Boyutu

Siyasal iletişim, siyasal aktörlerin belirli ideolojik amaçlarını, takip ettikleri politikalarını yine belirli gruplara, kitlelere, ülkelere veya gruplara kabul ettirmek, eğer gerekirse eyleme dönüştürmek ve uygulamak için çeşitli tür ve tekniklerin kullanılması olarak tanımlanmaktadır (Aziz, 2023: 3). Dolayısıyla siyasal iletişim sadece seçim süreçlerinde oy vermesi istenen hedef kitleye uygulanan kısa süreli bir iletişim değil daha bütüncül ve karmaşık bir süreçtir. Sadece ülke içinde değil diğer ülkelere karşı ve hatta uluslararası bloklara karşı da uygulanan bir sistematik iletişim anlayışıdır.

Dominique Wolton, siyasal iletişimi “Siyaset konusunda kamuoyunda

kendilerini ifade etme meşruiyetine sahip olan, siyasetçi, gazeteci ve kamuoyu olan üç aktörün anketler aracılığıyla birbiriyle çelişen (farklı) söylemlerinin paylaşıldığı dinamik alan.” olarak tanımlarken siyasal iletişimin aktörlerinden birinin de medya olduğunu belirtmektedir (Wolton, 1995: 107-108). Öte yandan siyasal iletişim araştırmacıları modern siyaseti ve medyayı birbirinden ayrılmaz bir şekilde iç içe geçmiş görme eğilimindedir (Henneberg, 2007: 17).

Devletler, dış politikaya yönelik amaçlarına ulaşmak, diğer devletler ve aktörler ile ilişkilerini geliştirmek için etki kapasitesini artırmak yönünde özellikle iletişim araçlarından da yararlanmaktadır. Devletlerin diğer toplumlarla doğrudan ilişki kurmasını temin eden kitle iletişim araçları; devletin dış politika mesajlarını yayması, diğer devletlerin halklarına kendilerini tanıtmaları ve sosyal diyalogun geliştirilmesi açısından etkili bir özne haline gelmiştir (Gülal & Durakçay, 2023: 522).

Uluslararası siyasal iletişimde medyanın önemini arttıran en önemli olgu ise küreselleşmedir. Küreselleşme kavramı, son yılların en fazla ilgi çeken kavramlarından biridir. Birçok teorisyenin ele aldığı küreselleşme kavramına yaklaşım farklılıkları olsa da çoğunlukla üzerinde uzlaşılan konu onun karmaşık yapısıdır.

Bir kavram olarak küreselleşme; ürünlerin, fikirlerin, kültürlerin ve dünya görüşlerinin alışverişinden doğan uluslararası bütünleşme süreci olarak ifade edilmektedir. Yapısı gereği karşılıklı bir bağımlılık içerir ve bu gücünü gün geçtikçe arttırmaktadır. Buradan küreselleşmenin çok boyutlu bir kavram olduğu kolaylıkla anlaşılabilmektedir. Nüfuz alanı insan ve insan toplulukları arasındaki ilişkiler olan küreselleşme, bu nedenle ekonomik, siyasi/güvenlik, teknolojik/iletişimsel, çevresel/demografik ve kültürel boyutlara sahiptir (Bayar, 2008: 26).

İletişim kuramcısı Marshall McLuhan, 1962’de Gutenberg Galaksisi adlı eserinde ilk kez ‘küresel köy’ kavramını kullanmıştır. McLuhan, henüz internet teknolojilerinden söz edilmediği bir dönemde değişen ve gelişen elektronik teknolojilerinin dünyayı küresel bir köy haline getireceğini ileri sürmüştür. Bu sayede herhangi bir insan dünyanın neresinde olursa olsun istediği kişiyle istediği zaman kolayca iletişim kurabilecektir. Kısacası zaman ve mekân kavramları önemini yitirecek dünya küresel bir köye dönüşecektir. Nitekim dünyanın bugününde bu gerçekleşmiş bir kehanettir (McLuhan, 2022).

Sosyolog Antony Giddens (2021: 68) küreselleşme kavramını 1980’lerin sonunda ilk kez kullanmış ve onu ‘bir ülkede meydana gelen olayların başka bir yerlerdeki olaylar üzerinde etkiye sahip olması ya da ulusal sınırlar dışında meydana gelen olaylardan etkilenme bağlamında sosyal ilişkilerin dünya ölçeğinde yoğunlaşması’ olarak tanımlamıştır. Burada da küreselleşmeyi etkileme, etkilenme ve etkileşim durumu olarak ele almıştır.

Hareketlilik bu dönemdeki tabakalaştırıcı etmendir. Küreselin tersi olan yerel olmak geride kalmış olmakla aynı anlamda ele alınmaktadır. Küreselleşmenin en belirgin sonucu ise zaman/mekân sıkışmasıdır (Bauman, 2021: 10-11). Bu açıdan bakıldığında bir ülkenin medya alanında farklı dillerde ve farklı ülkelere

uluslararası yayın ağlarının olmaması bir geri kalmışlık göstergesidir.

Bugün artık küreselleşme sürecinin tam ortasında bilgi teknolojileri ve bu teknolojilere sahiplik yer almakta, 'küresel' olan bu sahiplik ilişkisiyle betimlenmektedir. Küreselleşme siyasal, ekonomik, toplumsal ve kültürel pek çok değişim ve dönüşümü de beraberinde getirmiştir (Güven, 2017).

Sosyo-kültürel alanda da küreselleşmenin etkileri çokça tartışılmaktadır. Bu akışkan sürecin her toplum için aynı derecede işlememesi ile toplumsal adaletsizlik ya da eşitsizlik küreselleşmenin en çok eleştirilen toplumsal sonucunu oluşturmaktadır (İlter, 2019: 992).

Küreselleşme sürecinde ülkeler arasındaki rekabet ekonomiden kültüre, savunmadan diplomasiye ve habercilikten televizyon yayıncılığına kadar her alanda hızla arttığı görülmektedir. Bu yeni dönemde, gelişmiş ülkeler kendi çıkarları doğrultusundaki tezlerini ve paradigmalarını küresel çapta da egemen kılmanın mücadelesini vermektedir. Dolayısıyla enformasyon üretim, dağıtım ve kontrolü küresel iktidarın başat aracı olarak önemini daha çok hissettirmektedir (Devran, 2015: 284).

Medya ve iletişim sistemlerinde 1980'lerden sonra bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ile medya sahipliğinde yaşanan yoğunlaşma küreselleşmeyi hem mümkün kılan hem de hızlandıran bir etki yapmıştır (Varol, 2017: 403). Medya içeriklerinin çoğunun küresel medya kuruluşları tarafından üretildiği bir gerçektir. Kitle iletişim araçlarını kontrol eden gelişmiş ülkelerin küresel medya endüstrisi tarafından üretilen, kontrol edilen ve dağıtılan medya ürünleri dünyanın her yerinde tüketilmektedir (Akgül & Kaya, 2022: 26).

Küreselleşmenin sonucu olarak habercilikteki özne sayısı çok çeşitliymiş gibi görünse de kuruluşların etkililiği anlamında bu aslında bir yanılsamadır. Bu sürecin sonunda manipülatif bir güçle dünyanın gündemini belirleyen AP, AFP, Reuters gibi uluslararası haber ajansları ile dünyanın birçok ülkesinde farklı dillerde yayın yapan Sputnik, BBC, CNN gibi enformasyon akışını kontrol eden tek merkezli yapılar olarak çıkmıştır. Uluslararası yayınlar ekonomik, siyasal ve kültürel olarak bir yapılandırıcı araç rolü görmektedir (Zorlu, 2016: 850).

2. Dünyada Uluslararası Yayıncılığın Başlangıç ve Gelişimi

1898 yılında ilk kez gemiden karayla iletişim kurulmasıyla başlayan radyo yayıncılığının toplumsal etkileme gücünü ilk keşfeden ülke Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (SSCB) olmuştur. İdeolojisini diğer ülkelere yaymak amacıyla SSCB'de Moskova Radyosu 1929'da Almanca, Fransızca ve İngilizce yayıncılığa başlamış, 3 yıl içinde Türkçe dahil 11 dilde sınır ötesi yayın yapan bir kuruma dönüşmüştür (Akt. Öztürk, 2017: 170). Batı ülkeleri de sömürgeleri üzerindeki etkisini korumak ve arttırmak amacıyla radyodan yararlanmıştır. Hollanda da aynı dönemde sömürgeleri Doğu Hindistan ve Endonezya'ya yayın yapmaya başlamıştır. Fransa da sömürge ülkeleriyle iletişimi sistematik olarak kurmak ve kontrol etmek amacıyla 1931'de Le Poste Colonial adlı radyoyu kurmuştur (Kuitenbrouwer, 2022: 55-56; Walden, 2008: 40).

Birleşik Krallık'ta da günümüzde de 30'un üzerinde dilde yayın yapan BBC, 1932'de uluslararası yayıncılığa başlamıştır. Kral V. George'un iki büyük savaş arasındaki dönemde, Londra'dan binlerce kilometre uzaklıktaki Avustralya ve Yeni Zelanda'ya yönelik olarak radyodan yaptığı bu 3 dakikalık konuşma, emperyal sistemin sürdürülmesi ve İngilizce'nin tüm dünyada etkin dil olarak kabul edilmesi açısından önemli kabul edilmektedir. Peşi sıra devletler başta sömürgeleştirdikleri devletler olmak üzere kendileri dışındaki ülkelerde farklı dillerde yayınlar yapan radyoları kurup geliştirirken II. Dünya Savaşı bu sürecin zirveye çıktığı dönem olmuştur. O dönemde en etkili ve hızlı kitle iletişim aracı olan radyo, propaganda ve ikna aparatı olarak ülke içinde olduğu kadar dış yayınlarda da ön plana çıkmıştır. Radyo sahipliği neredeyse hava, kara ve deniz kuvvetleri kadar güçlü bir araç olarak algılanmış ve yararlanılmıştır. Adolf Hitler, radyonun bu gücünü en iyi kullananlardan biri olmuştur (Değirmencioğlu & Yalçın, 2020: 449; Kasım, 2011: 74).

Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) dış yayıncılık 1942 yılı başında 2. Dünya Savaşı'na katılmasıyla başlamıştır. Nazi propagandasına karşılık Avrupa kıtasına yönelik 1942'nin başında Voice of America (VOA) yani 'Amerika'nın Sesi' adıyla Almanca radyo yayınları başlatılmıştır (Berg, 1999: 104). Savaş sonunda VOA 40 farklı dilde yayın yapan dünyanın etkili dış yayıncılık kuruluşlarından bir haline gelmiştir. Bugün halen 50'ye yakın dilde küresel çapta yayınlarını sürdürmektedir (İlkay & Anah, 2015: 88; VoA, t.y.). Küresel güçler arasında sınır ötesi yayıncılığa en geç başlayan ülke olmasına rağmen ABD günümüzde tüm kültür ürünleri gibi medya ürün ve hizmetlerinin de dünyanın geri kalanına yayıldığı ülkelerin başında gelmektedir.

3. Türkiye'de Uluslararası Yayıncılık

3.1. TRT'nin Yurtdışı Yayıncılığı ve Üstlenilen Görevleri

Türkiye'de de medya diplomasisi son dönemde büyük oranda güç kazanmış ve TRT uluslararası faaliyetlerini arttırmış ve güçlendirmiştir. Türkiye Cumhuriyeti'nin Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'ne geçişi ile birlikte Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'na bağlanan TRT'nin görevleri arasında yurtdışı yayıncılığı 4 No'lu Kararname'nin 534. Maddesinde belirtilmiştir.

Yurt dışı yayıncılığı için iki temel görev "yurt dışında yapılacak yayınlarla; devletin her alanda tanıtılmasına ve yurt dışında bulunan Türk vatandaşlarının Türkiye Cumhuriyeti ile ilişkilerinin sürdürülmesine yardımcı olmak" ve "yurt içi ve yurt dışında gerektiğinde tüm mecralardan yayın yapmak ve bu yayınları sürdürülebilir kılmak amacıyla her türlü faaliyette bulunmak ve buna ilişkin tedbirleri almak" olarak kaydedilmiştir (Resmî Gazete, 2018).

TRT'nin uluslararası yayınları TRT Dış Yayınlar Dairesi Başkanlığı tarafından planlanmakta ve yürütülmektedir. Bu başkanlığın görevi "TRT Dış Yayınlar Dairesi Başkanlığı, radyo ve diğer medya araçları aracılığı ile Türkiye'nin görüşlerini yansıtmak ve tanıtımını yapmak, yurt dışında yaşayan Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları, soydaşları ve akraba toplulukları ile Türkiye Türkçesi konuşanların, Türkiye ile Türk kültürü ile bağlarının devamını sağlamak üzere yurt dışına

yönelik Türkçe ve değişik dil ile lehçelerde yayın gerçekleştirmek, yurt dışındaki radyo ve televizyon kuruluşlarından gelecek haber, program ve müzik taleplerini karşılamak, yayın ortaklıkları oluşturmak görevlerini gerçekleştirmektedir” olarak ifade edilmektedir ([Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu, t.y.](#)).

3.2. Türkiye’nin Sesi Radyosu

Türkiye’de radyo yayıncılığı 1927 yılında başlamıştır. Türkiye Cumhuriyeti’nin kurucu Cumhurbaşkanı Mustafa Kemal Atatürk’ün 1935 yılında Türkiye Büyük Millet Meclisi’nde yaptığı konuşmada radyonun ulusal kültür için olduğu kadar uluslararası ilişkiler bakımından da yüksek öneme sahip olduğunu belirtmesiyle uluslararası yayıncılık için çalışmalar başlamıştır ([Değirmencioğlu & Yalçın, 2020: 452](#)).

8 Ocak 1937’de, Başbakan İsmet İnönü’nün Hatay sorunu ile ilgili 15 dakikalık açıklamasının Arapça’ya çevrilerek Ankara Radyosu’ndan Hatay ve Suriye’de yayınlanması Türkiye’de dış yayıncılığın başlangıcı olarak kabul edilir. Türkiye’nin Hatay sorununa yönelik tezlerinin duyurulmasında önemli bir başarı getiren bu yayınlar Fransızlar tarafından yasaklanmaya çalışılsa da Hatay’ın anavatanına katılmasına kadar Arapça yayınlar devam etmiştir ([Demirkıran, 2011: 427](#)).

Dış yayıncılık alanında ikinci önemli gelişme ise Ankara Radyosu’nun 28 Ekim 1938’de faaliyete geçirilmesidir. Bu sayede 10 Kasım 1938 tarihinde Atatürk’ün vefatı İngilizce, Fransızca, İtalyanca, Arapça ve Bulgarca olarak yapılan yayınlarla tüm dünyaya duyurulmuştur. 1941 yılında Urduca, Farsça, Sırpça ve Hırvatça yayına başlanırken, 1942’de de Yunanca bir diğer yayın dili olmuştur ([Doğaner, 2005: 46](#)). II. Dünya Savaşı, Kore’ye asker gönderilmesi, Almanya’ya işçi göçü gibi olaylarda hem yurt dışındaki Türklere yönelik yayınlar yapılmış hem de Türkiye’nin bakış açısı diğer ülke vatandaşlarına kendi dillerinde ulaştırılmıştır ([Değirmencioğlu & Yalçın, 2020: 454](#)). 1962 yılına kadar Kısa Dalga Ankara Radyosu adı altında yapılan yayınlar Türkiye’nin Sesi Radyosu’nun kurulmasıyla kurumsallaşmıştır. 1964’te Türkiye devlet radyo-televizyonu olan kamu yayıncısı Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu’nun (TRT) kurulmasıyla faaliyetlerini bu çatı altında sürdürmeye başlamıştır (TRT TSR, 2023). Teknik alanda yapılan yatırımlarla 1970’lerin sonuna gelindiğinde Türkiye’nin Sesi Radyosu, dünyanın büyük bir kısmından dinlenebilecek hale gelmiştir. ([Akt. İlaslan, 2016: 258](#)).

3.3. TRT’nin 2000’li Yıllardaki Uluslararası Girişimleri

2000’li yıllarda TRT, küresel anlamda bir etki ve güç aracı olabilmesi amacıyla yeniden yapılandırılmış ve farklı dillerdeki yayınlarına radyoya ek olarak televizyon kanalları ile internet kullanımının yaygınlaşmasıyla internet sitelerini de eklemiştir. Bu kapsamda 2008 yılında 28 dilde haber yayını yapan www.trt-world.com kurulmuştur (trt-world.com, t.y.).

2009 yılında Türkiye ve Orta Doğu başta olmak üzere dünyadaki Kürt toplumuna hem Türkiye’nin iç ve dış politikaları bu kitleye aktarılması hem de terör örgütü PKK’nın yayın organlarına alternatif oluşturulması amacıyla TRT Şeş / TRT 6 kurulmuştur. Bugün yayınlarına TRT Kurdî adı altında devam

etmektedir (Boschele & Ay, 2016: 45-47). Aynı yıl dünyadaki diğer Türki devletlere yönelik TRT Avaz yayın hayatına başlamıştır. Balkanlar, Kafkasya, Orta Asya ve Orta Doğu'da 27 ülkede 250 milyonluk bir nüfusa yönelik planlama ile hareket edilmiştir (Kavoğlu, 2022: 312).

Dış yayıncılık açısından 2009'daki bir diğer önemli gelişme de İngilizce televizyon yayınlarının başlamasıdır. Euronews ile iş birliğiyle TRT-Int kurulmuş, bu kanal 18 Mayıs 2015'de İngilizce yayın yapan TRT World'e dönüşmüştür. Diğer bölgesel yayınlara göre Türkiye'nin dünyanın her köşesinde yayın yapan bu kuruluşu dış yayıncılık anlamında en önemli adımlardan biri olarak ele alınabilir. 2010'da ise Orta Doğu ve Afrika'daki 22 Arap ülkesine yönelik olarak TRT Arapça yayın hayatına başlamıştır (Eren, 2019: 7).

Dijital teknolojilerin yükselişiyle birlikte bu duruma ayak uydurmak isteyen TRT de uluslararası yayıncılık anlamındaki yatırımlarını bu alana da yayma girişimlerine başladığı görülmektedir. Bu anlamda başta Almanya olmak üzere Almanca konuşulan ülkelerde yaşayan Türklerin sesi olma birincil amacıyla merkezi Berlin'de olan TRT Deutch dijital haber platformu 2020 yılında yayınlarına başlamıştır (Elbir, 2022). Aynı yıl Rusça yayın yapan TRT Rusça da yayınlarına başlamıştır (Rakipoğlu, 2020).

2022 yılında ise dünya çapında Fransızca konuşulan 28 ülkeye yayılmış geniş bir takipçi kitlesine ulaşmak amacıyla dijital yayıncılık yapan bir diğer kuruluş olan TRT Français kurulmuştur (Altaş, 2022). Aynı yıl Türkiye'nin dış politikada merkezinde bulunan yerlerden olan Balkan coğrafyasındaki 5 ülkeye hitap eden Makedonca, Arnavutça, Boşnakça, Hırvatça, Sırpça dillerinde yayın yapan TRT Balkan da yayına alınmıştır (Kavoğlu, 2022: 309; TRT Haber, 2022).

Uluslararası etki gücünü geliştirerek Afrika'da güvenilir bir haber kaynağı olmak amacıyla 2023 yılında 25 ülkeye İngilizce ve Fransızca'nın yanı sıra Hausa ve Swahili dillerinde yayın yapan TRT Afrika dijital platformu kurulmuştur (TRT, 2023). 2024 yılında ise konuşan insan sayısı bakımından dünyanın en önemli dillerinden olan İspanyola da TRT'nin yayın yaptığı dillere dahil edilerek TRT Español platformu yayın hayatına başlamıştır (Demir, 2024). TRT'nin 10. platformu ve 12. dili olarak dünya çapında 130 milyonu aşkın Farsça konuşan insana haber sunmak hedefiyle de TRT Farsi haber platformu 2024'te yayına alınmıştır (T.C. İletişim Başkanlığı, 2024).

Bunların dışında www.trtvotworld.com üzerinden TRT içerikleri 30'un üzerinde dilde daha dijital olarak dünyanın farklı coğrafyalarına ulaştırılmaktadır (www.trtvotworld.com, t.y.). Daha önceki uluslararası yayıncılık adımlarındaki gibi yeni girişimlerin de dünyada olup biten gelişmelere yönelik Türkiye'nin bakış açısını dünya kamuoyuyla paylaşılmasının amaçlandığı görülmektedir (Baritci & Aydeniz, 2019: 1559).

3.4. TRT Français

19. yüzyıldan itibaren sanayi devrimi ve sömürge döneminde Fransız devleti gittiği her yere devlet dili Fransızca'yı da götürmüştür. Ana dili Fransızca olanların

sayısı 77 milyonken, çok resmi dilli ülkelerin varlığı ve yabancı dil eğitimiyle 200 milyonu aşan bir nüfus ikinci dil olarak Fransızca konuşmaktadır. Bugün Fransızca farklı coğrafyalardaki 33 ülkede toplam 300 milyon kişinin konuştuğu bir dildir (Günday, 2021: 186-189). Bu açıdan bakıldığında bir ülkenin Fransız dilinde yayınlar yapması ulaşabileceği kitlenin büyüklüğü ve yayılımı açısından önemlidir.

Fransızca konuşulan takipçi kitlesine ulaşmak amacıyla bir dijital haber platformu olan TRT Français Mayıs 2022’de yayın hayatına başlamıştır. Hedef kitlesi ise küresel çapta Fransızca konuşan tüm insanlar olarak belirlenmiştir. TRT Genel Müdürü Prof. Dr. Mehmet Zahid Sobacı, TRT Français’nin yurt dışında Türkiye’ye karşı yürütülen dezenformasyon ve karalama faaliyetlerine karşı doğru, güvenilir, sağlam bilgi kaynaklarına duyulan ihtiyaç nedeniyle kurulduğunu belirtmiştir (Altaş, 2022).

Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı Prof. Dr. Fahrettin Altun, ise uluslararası alanda bir avuç medya şirketinin tahakkümü ve hegemonyasına dikkat çekmiş, “TRT’nin bugünkü girişimi, bu uluslararası hegemonyaya bir itirazdır, bir çıkıştır, bir alternatif oluşturma çabasıdır, TRT World ve TRT’nin diğer uluslararası kanallarında olduğu gibi. Bu itirazı önemsemeliyiz. Bu itiraz, Türkiye’nin küresel adaletsizliğe itirazının bir yansımasıdır.” demiştir (TRT Haber, 2022).

TRT Français’nin internet sitesine girildiğinde Güncel Haberler, Tartışmalar, Toplum, Spor ana başlıkları altında yayın yapıldığı ve ayrıca İnfografikler ve Videolar için de ayrı başlıklar açıldığı görülmektedir. TRT’nin diğer uluslararası platformları gibi TRT Français de “trtfrancais.com” adresli web sitesi haricinde YouTube, Facebook, Twitter ve Instagram’daki hesaplarında da içeriklerini paylaşmaktadır.

4. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmada uluslararası siyasal iletişim bağlamında TRT’nin dış yayıncılık markalarından olan TRT Français’nin yayın çizgisini anlamak ve en çok ele aldığı ülke, konu ve bağlamlarını tespit etmek amaçlanmıştır. Bu doğrultuda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

TRT Français’de en çok hangi ülkeler haber olmaktadır?

TRT Français’de en çok hangi konular haberleştirilmektedir?

TRT Français’nin Türkiye ile ilgili haberleri hangi bağlamda yapılmaktadır?

Türkiye’nin küresel enformasyon akışındaki yarışta yer alma girişimleri son dönemde yeni girişimlerle perçinlenmektedir. Dünyanın en çok konuşulan 5. dili olan Fransızca olarak yayın yapması, Fransa’dan Kanada’ya Belçika’dan pek çok Afrika ülkesine kadar geniş bir ülkeyi hedef kitlesine alması bağlamında TRT Français’nin yayın çizgisini anlamak önemlidir.

5. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini TRT Français dijital haber platformunda kurulduğu 2022 yılından bu yana yayınlanan tüm haber içerikleri oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme ise 1 Nisan 2024 – 30 Nisan 2024 tarihi arasında bir ay boyunca yapılan haberler oluşturmaktadır. Örneklemde toplamda 272 haber yer almaktadır.

6. Araştırmanın Yönetimi

Toplanan haberler içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Haberler başlık ve spotları taranarak bahsedilen ülke ve konularına göre gruplandırılmıştır. Ardından ortaya çıkan gruplar bazında haber metinleri tümüyle okunarak ele alınan konuların bağlamı ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

7. Bulgular

1 Nisan 2024 ile 30 Nisan 2024 tarihleri arasında TRT Français’de toplam 272 haber paylaşıldığı tespit edilmiştir. Haberlere 42 ayrı ülke konu olmakla birlikte Avrupa Birliği (AB) ve Birleşmiş Milletler (BM) ile ilgili haberler yapıldığı görülmüştür. Resmi dili Fransızca olan veya bu dilin yoğun olarak konuşulduğu Frankofon ülke sayısı ise 16’dır.

Bu haberlerden yüzde 19,8’ine denk gelen 54’ü Filistin, yüzde 17,9’u olan 49’u Fransa, yüzde 15’ini oluşturan 41’i Türkiye ile ilgilidir. Filistin’e yönelik saldırıların dışında gelişen olaylar dışında İsrail ile ilgili 26 (yüzde 9,5), Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ile ilgili ise 23 haber (yüzde 8,4) yapıldığı tespit edilmiştir. Toplam haberlerin yüzde 38’i Frankofon ülkelerle ilgilidir. İran’a ilişkin 8, Birleşmiş Milletler’le ilgili 7, Togo özneli 5 ve İngiltere’nin başrol olduğu 4 haber yapılmıştır.

Tablo 1: Ülkelere Göre Haber Sayıları

Ülke	Haber Sayısı	Haber Yüzdesi	Frankofon mu?
Filistin	54	19,78	
Fransa	49	17,95	Frankofon
Türkiye	41	15,02	
İsrail	26	9,52	
ABD	23	8,42	
İran	8	2,93	
BM	7	2,56	
Togo	5	1,83	Frankofon
İngiltere	4	1,47	
Burkina Faso	3	1,1	Frankofon
Kanada	3	1,1	Frankofon

Mısır	3	1,1	
Ruanda	3	1,1	Frankofon
Senegal	3	1,1	Frankofon
Sudan	3	1,1	
AB	2	0,73	
Avustralya	2	0,73	
BAE	2	0,73	
Cezayir	3	1,1	Frankofon
Çad	3	1,1	Frankofon
Fas	3	1,1	Frankofon
Nijer	2	0,73	Frankofon
Tunus	2	0,73	Frankofon
Yemen	2	0,73	
Almanya	1	0,37	
Azerbaycan	1	0,37	
Barbados	1	0,37	
Belçika	1	0,37	Frankofon
Demokratik Kongo	1	0,37	Frankofon
Etiyopya	1	0,37	
Fildişi Sahili	1	0,37	Frankofon
Güney Afrika	1	0,37	
Hindistan	1	0,37	
Irak	1	0,37	
İrlanda	1	0,37	
İspanya	1	0,37	
Japonya	1	0,37	
Katar	1	0,37	
Lübnan	1	0,37	
Mali	1	0,37	Frankofon
Nikaragua	1	0,37	
Rusya	1	0,37	
Tayvan	1	0,37	
Ukrayna	1	0,37	
GENEL TOPLAM	273	100	16

Haber konularına bakıldığında da en üst sırada İsrail'in Filistin'e yönelik saldırılarının yüzde 47,9'luk oran ve 131 haber ile ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Bu haberleri 32 adetle dış politika, 16 haberle İsrail-İran gerilimi ve her biri 12 haberle 3. sayfa haberleri, seçim ve iç güvenlik konuları takip etmektedir. Terör olayları ise 11 kez haberlere konu olmuştur.

Tablo 2: Konularına Göre Haber Sayıları

Konu	Haber Sayısı	Haber Yüzdesi
İsrail'in Filistin'e Saldırısı	131	47,99
Dış Politika	32	11,77
İsrail-İran	16	5,86
Üçüncü Sayfa	12	4,40
Seçim	12	4,40
İç Güvenlik	12	4,40
Terör	11	4,03
Kültür Sanat Medya	10	3,67
İç siyaset	9	3,30
Göçmenlik	6	2,20
Spor	4	1,47
İsrail	6	2,20
Sağlık	3	1,10
Soykırım İddiaları	3	1,10
Eğitim	2	0,73
Ekonomi	1	0,37
İslamofobi	1	0,37
Teknoloji	1	0,37
Yoksulluk	1	0,37
GENEL TOPLAM	273	100

İsrail-Filistin çatışmalarının konu edildiği haberlerin detaylarına bakacak olursak ilk sırada saldırının neden olduğu can kayıplarına ilişkin haberler yüzde 43 oranıyla yer almaktadır. Bunu yüzde 2,9 ile dünyanın farklı ülkelerinde üniversiteler başta olmak üzere Filistin'e destek için yapılan gösteri ve protestoları, yüzde 15 ile uzlaşma görüşmeleri ve ülkeler arası konuya ilişkin diplomasi trafiği, yüzde 13 oranıyla İsrail'e yönelik cezalandırma ve yaptırım girişimleri ve yüzde 5,26 ile Filistin'e insani yardım ihtiyacını içermektedir.

En çok ele alınan ikinci başlık olan dış politika kısmında ise farklı ülkelerin diğer ülkelerle olan temasları ve diplomatik adımları verilmiştir. Özellikle

Fransa'nın eski sömürgeleri olan Fas, Senegal, Burkina Faso, Cezayir ve Ruanda'yla ilişkilerinin haberleştirildiği görülmektedir.

Üçüncü en çok işlenen başlık ise İran-İsrail gerilimidir. Bu başlık altında da İsrail'in İran'ın Şam büyükelçiliğine yaptığı saldırıyla başlayan karşılıklı gerilimde farklı ülkelerden yapılan açıklamalar ile gerilimin yükselmesinin Ortadoğu'daki olası sonuçları üzerinde durulmuştur.

Üçüncü sayfa haberlerinde de farklı ülkelerdeki yangın, deprem, sel, gibi olaylar ve neden olduğu can ve mal kaybı aktarılmıştır. Bunun dışında Avrupa'da artan suç çeteleri, Fransa'daki mahkûm sayısındaki artışa yönelik haberler verildiği görülmektedir.

Bir diğer başlık da seçimdir. Türkiye, Senegal, Togo ve Hindistan seçim sonuçları ile Avrupa Parlamentosu seçimini içeren haberler yapılmıştır. Togo seçimlerine yönelik 5 haber yapıldığı görülmektedir. Bu haberlerde bağımsız bir Togo'nun inşasının bölgesel bir belirleyici olabileceği üzerinde durulduğu göze çarpmaktadır.

Tablo 3: Türkiye ile İlgili Haber Sayıları

Konu	Haber Sayısı	Haber Yüzdesi
İsrail'in Filistin saldırısı	15	36,59
Dış politika	11	26,83
Terör	6	14,63
Seçim	3	7,32
Soykırım İddiaları	3	7,32
3. sayfa	2	4,88
Kültür sanat	1	2,44
GENEL TOPLAM	41	100

Nisan ayı boyunca TRT Français'de yapılan haberlerin yüzde 15.02'sine denk gelen 41'inin öznesini Türkiye oluşturmaktadır. Türkiye ile ilgili haberlerin yüzde 36,59'u (15 adet) İsrail'in Filistin'e yönelik saldırısını konu almaktadır. Arabuluculuk girişimleri, çatışmaların sona ermesi için diğer ülkelerle yapılan görüşmeler, İsrail'e yönelik ambargo ve kısıtlama uygulaması, savaşın sonuçları ve Filistin halkına yönelik insani yardım faaliyetleri bu haberlerde ele alınmaktadır.

Haberlerin yüzde 26.8'ini (11 adet) Türkiye'nin dış politikasına ilişkin diğer başlıklar oluşturmaktadır. Bunlar Türkiye'nin AB'ye üyelik süreci, sınır komşusu olan Irak ve İran'la olan ilişkileri, Kıbrıs Sorunu ve TRT İspanyolca'nın yayın hayatına başlamış olmasına ilişkin haberlerdir. Bu haberlerde Türkiye'nin diğer ülkelerle görüşmeleri ve gündeme bizzat getirdiği konular dışında diğer ülkelerden dezenformasyon olarak nitelendirilen açıklamalara yönelik yapılan karşı reaksiyonlara yer verildiği görülmektedir.

Nisan ayında TRT Français’de yayınlanan haberlerin yüzde 14.6’sı (6 adet) ise Türkiye’nin terörle mücadele konusudur. Bu kapsamda Irak’ın kuzeyinde düzenlenen terörle mücadele operasyonları, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın Irak’a yaptığı ziyaret ve PKK terör örgütüne finansal destek sağladığı iddiasıyla Fransa’da yargılanacak olan 7 şahsı ele almaktadır.

Sözde soykırımı iddialarına karşı da 3 haberin yayınlandığı görülmektedir. Bu haberlerin ilki Şili Temsilciler Meclisi tarafından kabul edilen ve 1915 olaylarını “soykırım” olarak tanıyan kararın, yok hükmünde olduğuna dair Ankara’dan yükselen tepkiye ilişkindir. Bir diğer haberde ise Fransa’daki Ermeni lobisinin etkisine değinilmektedir. Sansür ve tehdit mekanizmaları kullanılarak Fransız siyaseti ve medya alanı Ermeni lobisinin etkisi altında olduğu belirtilmektedir. Ermeni Meselesi ve Türk-Fransız ilişkileri üzerindeki çalışmalarıyla tanınan tarihçi Maxime Gauin ile röportaj yapılan haberde “soykırım” iddialarının “tarihsel olarak yanlış” çıkarlara hizmet için kullanıldığı vurgulanmaktadır.

Son haber ise Fransa Senatosu’nun 1915-1918 yılları arasında Süryani ve Keldani’lere yönelik soykırım uygulandığını iddia eden ve oy çokluğuyla kabul eden kararına ilişkin Türkiye’den yükselen tepkiyle ilgilidir. Türkiye Dışişleri Bakanlığı’ndan yapılan ve kararın tarihsel gerçeğe uygun olmadığı ve yok hükmünde olduğuna ilişkin açıklamanın yer aldığı haberde ilgili açıklamanın “Siyasi çıkarlar adına tarihi olayları çarpıtma çabalarının bir örneği” ifadesi ön plana çıkarılmıştır.

31 Mart 2024 Pazar günü yapılan yerel seçimlere ilişkin de nisan ayında 3 haber yapıldığı görülmektedir. “Türk demokrasisinin gücü belediye seçimlerinin sonuçlarıyla ortaya çıktı” başlığıyla seçim sonuçları haberleştirilirken “Batı medyasının Türkiye’deki seçimlerin adil olmayacağına dair yaydığı dezenformasyon, pazar günkü seçimlerde muhalefetin büyük şehirlerde öne geçmesiyle dağıldı.” ifadesi kullanılmıştır. Haber boyunca ülkedeki demokrasi canlılığı vurgulanmış bu tezi destekleyecek analistlerin görüşlerine yer verilmiştir.

İstanbul’da meydana gelen ve 29 kişinin hayatını kaybetmesine neden olan yangınla ilgili iki haber ise üçüncü sayfa kategorisinde değerlendirilmiştir. Bir diğer haberde ise İsrail casusu oldukları iddiasıyla gözaltına alınan 7 şüpheli konu edilmektedir. Son olarak ise bir haber kültür sanat medya kategorisinde değerlendirilmiştir. Bu haberi içeriği ise İletişim Başkanı Fahrettin Altun’un Anadolu Ajansı’nın 107. kuruluş yıldönümüne yönelik mesajını içermektedir.

Sonuç

Cumhuriyetin henüz ilk yıllarında başlayan dış yayıncılık geleneği kamu yayıncısı sıfatıyla 1964’te Türkiye Radyo Televizyon Kurumu’nun (TRT) kurulmasıyla çeşitlenerek gelişmiştir. 2000’li yıllarda TRT, küresel anlamda bir etki ve güç aracı olabilmesi amacıyla yeniden yapılandırılmış ve farklı dillerdeki yayınlarına radyoya ek olarak televizyon kanalları ile internet kullanımının yaygınlaşmasıyla internet sitelerini de eklemiştir.

TRT’nin yurtdışı yayınlarında kanunen “Türkiye’nin görüşlerini yansıtmak ve

tanıtımını yapmak” ve “Yurt dışında yaşayan Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları, soydaşları ve akraba toplulukları ile Türkiye Türkçesi konuşanların, Türkiye ile Türk kültürü ile bağlarının devamını sağlamak” olarak iki temel görevi belirtilmektedir. Bu doğrultuda TRT’nin yurt dışına yönelik yayınları Türkçe olanlar ve diğer yabancı dillerde olanlar olarak iki kategoride yapılandırılmıştır. İlk dönemde yurt dışında yaşayan Türklerle Türk kültür bağını devam ettirmek ve yabancılara da Türkleri tanıtmak amaçlarını önceleyen bir anlayışla hareket edildiği 2000’li yıllarda ise farklı dillerdeki yayınlara ağırlık verilerek dış yayıncılıkta diplomatik amaçların ön plana alındığı görülmektedir. Bu çalışmada TRT’nin 2022 yılında yayına aldığı ve Fransız diliyle yayın yapan TRT Français’nin yayın çizgisini en çok konu edindiği ülkeler ve konular üzerinden tespit etmek amaçlanmıştır. TRT Français’nin küresel çapta en çok takip edilen uluslararası olayları ele aldığı görülmüştür. Bu olay ve konuları da Türkiye devletinin dış politikasına uygun olarak haberleştirmektedir. Örneğin örneklem kapsadığı süre zarfında İsrail’in Filistin’e yönelik saldırıları en çok haber yapılan konu olmuştur. Türkiye’nin bu savaşta aldığı pozisyon haberlere de yansımıştır. Ayrıca en çok işlenen konulardan olan İsrail-İran geriliminde de bölgedeki barış ve istikrara sürekli olarak vurgu yapıldığı görülmektedir.

En çok ele alınan ikinci başlık olan dış politika kısmında ise farklı ülkelerin diğer ülkelerle olan temasları ve diplomatik adımları verilmiştir. Ülkelerin haber olma olasılığına bakıldığında diğer ülkelerle olan temaslarının (savaş, diplomasi vb.) daha yüksek olduğu görülmektedir.

Haberlere 42 ayrı ülke konu olurken bunun 16’sını resmi dili Fransızca olan veya bu dilin yoğun olarak konuşulduğu Frankofon ülkeler oluşturmıştır. Dünyada tüm Fransızca konuşan nüfusun hedef kitle olarak belirlenmesinin yansımaları görülmektedir. Fransa en çok haber yapılan Frankofon ülke olsa da diğer ülkelerdeki gelişmeler de haberleştirilmiştir. Eski Fransız sömürgesi olan bu ülkelerdeki seçimler, anayasa değişiklikleri, Fransız etkisinden kurtulmaya yönelik çalışmalar en çok haberleştirilen konulardır. Her ülkenin kendi geleceğine kendi karar vermesi ve özgürce hareket edebilmesine yönelik hareketlerin ön plana çıkarıldığı ve demokrasi vurgusu yapıldığı görülmektedir. Ayrıca ekonomik zorluk yaşayan ülkelerin yardım talepleri, göçmenlik ve vize şartlarındaki zorlaştırmalar nedeniyle ülkeler arasında hareketliliğin olumsuz etkilenmesi konularının işlenmesi de bu durumu pekiştirmektedir.

Ülkelerin haber olma durumunda etkili olan bir diğer faktör de 3. sayfa haberleri denilen deprem, sel, yangın, kaza gibi doğal veya doğal olmayan nedenlerle geniş çapta can ve mal kaybına neden olan olaylardır.

TRT Français, sadece Türkiye dışındaki gelişmelerde ülkenin resmi görüşlerine göre konu ve bağlam seçimi yapmakla kalmamıştır. Türkiye ile ilgili gelişmelerde de diğer ülkelerin bilgilenmesi ve durduğu noktanın görülmesine yönelik bir araçsallaştırma unsuru saptanmıştır. Örneğin nisan ayı boyunca TRT Français’de yapılan haberlerin yüzde 15’inin öznesi Türkiye’dir. Bu haberlerde ilk sırada Filistin’de yaşananlar, ikinci sırada ise Türk dış politikasına yönelik yapılan görüşmeler yer almaktadır. Bu haberlerde Türk yetkililerin Filistin’e destek ve İsrail’e tepki açıklamaları ön plana çıkarılmıştır.

Dış politika alanında ise Türkiye'nin AB'ye üyelik süreci, sınır komşusu olan Irak ve İran'la olan ilişkileri, Kıbrıs Sorunu işlenmiştir. Bu haberlerde de Türkiye'nin tezlerinin savunulduğu görülmektedir. Türkiye'nin bizzat getirdiği konular dışında diğer ülkelerden dezenformasyon olarak nitelendirilen söylemlere yönelik açıklamalar kendisine yer bulmaktadır.

Türkiye'nin hem sınırları içinde hem de sınırları dışında en önemli gündem maddelerinden olan terörle mücadeleye yönelik adımları da haberlere konu olmuş ve kararlılık mesajlarının altı çizilmiştir.

Fransa ve Şili'den gelen sözde soykırımı iddialarına karşı da 3 haberin yayınlandığı görülmektedir. Şili Temsilciler Meclisi'nin 1915 olaylarını "soykırım" olarak tanıyan kararının yok hükmünde olduğuna dair resmî açıklama haberleştirilmiştir. Bir diğer haberde ise sözde Ermeni soykırımına karşı açıklamaların yapılmasının suç sayıldığı Fransa'daki Ermeni lobisinin etkisine değinilmektedir. Sansür ve tehdit mekanizmaları kullanılarak Fransız siyaseti ve medya alanı Ermeni lobisinin etkisi altında olduğu savunulmaktadır. Son haber ise Fransa Senatosu'nun 1915-1918 yılları arasında Süryani ve Keldani'lere yönelik soykırım uygulandığını iddia eden ve oy çokluğuyla kabul eden kararına ilişkin Türkiye'den yükselen tepkiyle ilgilidir. Siyasi çıkarlar adına tarihi olayları çarpıtma çabalarına ses yükseltilmektedir.

Son olarak 31 Mart 2024 Pazar günü yapılan yerel seçimlere ilişkin haberlerde ise seçim sonuçları aktarılırken Türk demokrasinin güçlü olduğu savı ön plana çıkarılmış ve demokratik canlılık vurgulanmıştır. Dış dünyadan seçimlerin adil geçmeyeceğine dair iddialara karşı yayın planı yapıldığı görülmektedir.

Özetle TRT Français'nin tüm dünyada ülkelerin kendi kaderini kendi belirlemeleri gereken bir yayın anlayışıyla hareket ettiği ve haber içeriklerini buna göre seçerek oluşturduğu görülmektedir. Ele alınan konular Türkiye Cumhuriyeti'nin resmî ideolojisi ve tezleri kapsamında aktarılmaktadır. TRT Français, hem Türkiye'nin iç meselelerini hem de dış dünyadaki gelişmeleri seçerken, yorumlarken ve aktarırken adeta bir diplomatik aracı olarak kullanılmaktadır. Ayrıca Türkiye'ye yönelik dezenformasyon olarak nitelendirilen çalışmalara da bu yayın organıyla yanıt verilmektedir.

Kaynakça

- Akgül, B., & Kaya, E. C. (2022). Küresel Medya İşletmelerinin Ülkelerin Ekonomik, Sosyo-Kültürel ve Siyasal Yapılarına Etkileri. *Düşünce Dünyasında Türkiz*, 11(57), 9-34.
- Altaş, M. (2022, 5 Nisan) TRT'nin Fransızca Dijital Haber Platformu Yayına Başladı. Erişim adresi: <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/trtnin-fransizca-dijital-haber-platformu-yayina-basladi/2555679>
- Aziz, A. (2023). Siyasal İletişim (10. Baskı). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Bakanlıklara Bağlı, İlgili, İlişkili Kurum ve Kuruluşlar ile Diğer Kurum ve Kuruluşların Teşkilatı Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi. (2018, 15 Temmuz). Resmi Gazete (Sayı: 30479). Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2018/07/20180715.htm>
- Baritci, F., & Aydeniz, H. (2019). Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Medya: TRT World Örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(2), 1551-1576. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.509054>
- Bauman, Z. (2021). Küreselleşme. Toplumsal Sonuçları (10. Baskı). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bayar, F. (2008). Küreselleşme Kavramı ve Küreselleşme Sürecinde Türkiye. *Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi*, 32(4), 25-34.
- Berg, J. S. (1999). On The Short Waves, 1923-1945: Broadcast Listening in The Pioneer Days of Radio. Jefferson: McFarland.
- Boschele, F. A., & Ay, A. (2016). Çokkültürlülük Bağlamında Türkiye'de Çokkültürcü Medya ve TRT Kürdi. *İnsan ve İnsan*, 3(9).
- Değirmencioğlu, N., & Yalçın, Ö. (2020). Radyoda Dış Yayıncılık. TRT Akademi, 5(9), 446-459.
- Demir, İ. (2024, 26 Nisan). TRT İspanyolca Yayın Hayatına Başladı. Erişim adresi: <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/trt-ispanyolca-yayin-hayatina-basladi/3202977>
- Demirkıran, C. (2011). Türk-Arap İlişkileri Bağlamında Türkiye'nin Yabancı Dilde İlk Uluslararası Kamu Televizyonu. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 6(3), 4C0101.
- Devran, Y. (2015). Yeni Türkiye'nin küresel sesi TRT World: fırsatlar ve güçlükler. *Intermedia International E-Journal*, 2(2).
- Doğaner, Y. (2005). Millet Liderini Uğurluyor. *Atatürk Dergisi*, 4(4), 45-64.
- Elbir, K. (2022, 12 Ocak) TRT Deutsch İki Yaşında – İnsan Odaklı Habercilik. Anadolu Ajansı. Erişim adresi: <https://www.aa.com.tr/tr/analiz/gorus-trt-deutsch-iki-yasinda-insan-odakli-habercilik/2471776>
- Eren, E. (2019). Medya Diplomasisi Aktörü Olarak TRT ve Balkanlardaki Örnek Faaliyetleri. *TRT Akademi*, 4(7), 26-41.
- Giddens, A. (2021). Modernliğin Sonuçları (10. Baskı). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Gülal, A. G. G., & Durakçay, F. A. (2023). Türkiye Cumhuriyeti'nin Yüzüncü Yılında Kamu Diplomasisi ve İletişim Stratejisi. *Gaziantep University Journal*

- of Social Sciences, 22(Cumhuriyet'in 100. Yılı Özel Sayısı), 519-544.
- Günday, R. (2022). Fransa ve Türkiye'nin Yabancı Dil Eğitimi Politikaları. Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 1(1), 181-216.
- Güven, A. (2017). Küreselleşme Nedir ve Küreselleşmenin Boyutları. İlim ve Medeniyet. Erişim adresi: <https://www.ilmvemedeniyet.com/kuresellesme-ve-kuresellesmenin-boyutlari.html>
- Henneberg, S. C. (2007). Theory and Concept Development in Political Marketing: Issue and an Agenda, Journal of Political Marketing, 6 (2/3), 5-31.
- İlaslan, S. (2016). Türkiye'de Kısa Dalga Radyo Dinleme Deneyimi: Dx'cilik. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 26(2), 251-266.
- İlkay, E., & Anah, S. (2015). From the Voice of America to Radio Ankara: The Construction of Public Opinion During the Korean War. Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, (22), 83-100. <https://doi.org/10.16878/gsuilet.96690>
- İlter, E. (2019). Küreselleşme Sürecinde Ortaya Çıkan Toplumsal Sorunlar ve Sosyal Politikalarındaki Değişimlerin İncelenmesi. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 24(4), 989-1003.
- Kasım, M. (2011). Hitler Döneminde Propaganda Aracı Olarak Radyo. Selçuk İletişim, 6(4), 64-75.
- Kavoğlu, S. (2022). Kamu Diplomasisi Perspektifinden Uluslararası Yayıncılık: TRT Balkan Üzerine Bir İnceleme. Intermedia International E-Journal, 9(17), 306-323. <https://doi.org/10.56133/intermedia.1175315>
- Kuitenbrouwer, V. (2022). Dutch Speaking to Dutch. Broadcasts from the Netherlands to Indonesia during the Decolonization War (1945–1949). Journal of Radio & Audio Media, 29(1), 42–60. <https://doi.org/10.1080/19376529.2021.2023538>
- McLuhan, M. (2022). Gutenberg Galaksisi: Tipografik İnsanın Oluşumu (6. Baskı). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Öztürk, G. (2017). Bir Propaganda Aracı Olarak Radyo. Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 2(3), 157-174.
- Rakipoğlu, Z. (2020, 24 Mayıs) TRT'nin Rusça dijital haber platformu yayına başladı Erişim adresi: <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/trtnin-rusca-dijital-haber-platformu-yayina-basladi/1852338>
- T.C. İletişim Başkanlığı (2024, 12 Aralık). TRT Farsça Kanalı'nın Açılışı. Erişim adresi: https://www.iletisim.gov.tr/turkce/dis_basinda_turkiye/detay/trt-farsca-kanalinin-acilisi-iran
- TRT Haber. (2022, 11 Mayıs). TRT Fransızca'nın Tanıtımı Ankara'da Yapıldı. Erişim adresi: <https://www.trthaber.com/haber/gundem/trt-fransizcanin-tanitimi-ankarada-yapildi-679550.html>
- TRT Haber. (2022, 16 Haziran). TRT Balkan Yayın Hayatına Başladı. Erişim adresi: <https://www.trthaber.com/haber/gundem/trt-balkan-yayin-hayatina-basladi-688407.html>

- TRT Haber. (2023, 31 Mart). TRT Afrika Yayın Hayatına Başladı. Erişim adresi: <https://www.trthaber.com/haber/gundem/trt-afrika-yayin-hayatina-basladi-757509.html>
- TRT Haber. (2023, 31 Mart). TRT'den Dev Adım: TRT Afrika Açıldı. Erişim adresi: <https://www.trthaber.com/trtden-haberler/trtden-dev-adim-trt-afrika-acildi-761.html>
- TRT Haber. (2024, 27 Nisan). TRT İspanyolca Yayın Hayatına Başladı. Erişim adresi: <https://www.trthaber.com/trtden-haberler/trt-ispanyolca-yayin-hayatina-basladi-998.html>
- TRT VoT World. (t.y.). TRT Dış Yayınlar Dairesi Başkanlığı. Erişim adresi: <https://www.trtvotworld.com/>
- trt-world.com. (t.y.). TRT World. web.archive.org üzerinden alınmıştır: <https://web.archive.org/web/20090303103103/http://www.trt-world.com/international/VOTAnaSayfa.aspx>
- Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu. (t.y.). Dış Yayınlar Dairesi Başkanlığı. Erişim adresi: <https://www.trt.net.tr/kurumsal/organizasyon-semasi/dis-yayinlar-dairesi-baskanligi>
- Varol, S. F. (2017). Medyanın Küreselleşmesi: Neden-Sonuç Ekseninde Bir Değerlendirme. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 5(1), 399-424.
- Voice of America. (t.y.). Mission, Firewall and Charter. Erişim adresi: <https://www.insidevoa.com/p/5831.html>
- Walden, A. (2008). The International Vocation Of The Media And Its Geostrategic Impact [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Université du Droit et de la Santé-Lille II.
- Wolton, D. (1995). Les Contradictions de la Communication Politique. Hermès, (3), 107-124.
- Zorlu, Y. (2016). Uluslararası İletişim Düzeni ve Batı Egemenliği. Journal Of International Social Research, 9(42).

Kültür Emperyalizminin Netflix Üzerinden Okunmasına Yönelik Bir Araştırma*



Burcu Nur BURÇ¹



Emel TANYERİ MAZICI²

Öz

¹Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
ozsuveren.burcunur@gmail.com
ORCID:0000-0002-2031-6606

²Prof. Dr.,
Erciyes Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
etanyeri@erciyes.edu.tr
ORCID:0000-0003-2731-5996

Gönderilme/ Received

12.01.2025

Kabul Tarihi/ Accepted

08.03.2025

Yayın Tarihi/Published

27.03.2025

Kültür emperyalizmi, ülkelerin kendi kültürel değerlerini, sembollerini ve fikirlerini başka ülkelere benimsetmesidir. Kültürel değerler ise dizi, film gibi araçlar üzerinden yaygın şekilde aktarılmaktadır. Bu aktarım önceden geleneksel mecralar üzerinden uygulansa da zaman içerisinde teknolojiye bağlı olarak kültür emperyalizmi faaliyetleri dijital alanlara da taşınmış ve dijital platformlara yönelim başlamıştır. Özellikle bir kültür taşıyıcısı olan televizyonun dijitalleşmesiyle birlikte dijital TV platformları kültür emperyalizminin önemli uygulayıcısı haline gelmiştir. Bilhassa bu platformların başında küresel çapta yayın yapan ve milyonlarca kullanıcı sayısına ulaşan Netflix gelmektedir. Bu bağlamda çalışmada kültür emperyalizmi faaliyetleri çerçevesinde Netflix kullanımını ortaya koymak ve kültür emperyalizminin dijital mecralara geçişiyle birlikte Netflix'in bu süreçteki işleyişini açığa çıkarmak amaçlanmıştır. Literatürde bu konu hakkında sınırlı çalışma olması ve farklı bir bakış açısı ortaya konulması da araştırma için önem arz etmektedir. Netflix'te yer alan Amerikan yapımı filmlerle sınırlandırılan çalışmada içerik analizi tekniği kullanılmış ve Amerika kültürüne ait öğeler analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular “güç sembolleri”, “bilim ve teknoloji”, “medya”, “Amerikan markaları”, “mimari”, “ekonomi”, “askeri”, “spor”, “eğitim”, “yeme-içme” ve “evrensel kelimeler” olarak 11 tema altında kodlanmıştır. Bulgular Netflix'te yer alan Amerikan yapımı filmlerde Amerikan kültürel öğelerinin vurgulandığını göstermektedir. Amerika'nın bu filmler aracılığıyla kültür emperyalizmi faaliyetlerini Netflix üzerinden yürüttüğü sonucuna da ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kültür emperyalizmi, Amerikan emperyalizmi, Dijitalleşme ve dijital TV platformları, Netflix

* Bu çalışma, Prof. Dr. Emel Tanyeri Mazıcı danışmanlığında Burcu Nur Burç tarafından yürütülen yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

This study is derived from a master's thesis conducted by Burcu Nur Burç under the supervision of Prof. Dr. Emel Tanyeri Mazıcı.

**Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. Benzerlik tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No similarity detected.

*** Bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive” were followed.

**** Yazarların çalışmadaki katkı oranları eşittir.

Authors contribution rates in the study are equal.

***** Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

Kaynak gösterme / To cite this article: Burç, B. N., & Tanyeri Mazıcı, E. (2025). Kültür Emperyalizminin Netflix Üzerinden Okunmasına Yönelik Bir Araştırma. İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi, 5(1), 159-188. doi: 10.59534/jcss.1618374



A Study on Reading Cultural Imperialism on Netflix



Burcu Nur BURÇ¹



Emel TANYERİ MAZICI²

¹Erciyes University, Institute of Social Sciences,,
ozsuveren.burcunur@gmail.com
ORCID:0000-0002-2031-6606

²Prof. Dr.,
Erciyes University, Faculty of Communication,
etanyeri@erciyes.edu.tr
ORCID:0000-0003-2731-5996

Gönderilme/ Received

12.01.2025

Kabul Tarihi/ Accepted

08.03.2025

Yayın Tarihi/Published

27.03.2025

Abstract

Cultural imperialism is the practice of countries imposing their own cultural values, symbols and ideas on other countries. Cultural values are widely conveyed through tools such as TV series and movies. Although this transfer was previously implemented through traditional media, over time, due to technology, cultural imperialism activities have been transferred to digital areas and a tendency towards digital platforms has begun. With the digitalization of television, especially as a carrier of culture, digital TV platforms have become important implementers of cultural imperialism. Particularly at the forefront of these platforms is Netflix, which broadcasts globally and has millions of users.

In this context, the aim of this study is to reveal the use of Netflix within the framework of cultural imperialism activities and to reveal the functioning of Netflix in this process along with the transition of cultural imperialism to digital media. The fact that there are limited studies on this subject in the literature and that a different perspective is presented is also important for the research. In the study limited to American-made films on Netflix, the content analysis technique was used and elements of American culture were analyzed. The findings obtained as a result of the research were coded under 11 themes as “power symbols”, “science and technology”, “media”, “American brands”, “architecture”, “economy”, “military”, “sports”, “education”, “food and beverage” and “universal words”. Findings show that American cultural elements are emphasized in American-made films on Netflix. It has also been concluded that America carries out its cultural imperialism activities through Netflix through these films.

Keywords: Cultural imperialism, American imperialism, Digitalization and digital TV platforms, Netflix

Giriş

Emperyalizm, devletlerarasındaki egemenlik mücadelesi kadar eskiye dayanmış olsa da 19. yüzyılın ortalarından itibaren özellikle Avrupalı devletlerin yayılmacı politikalarından sonra ortaya çıkan bir kavram olmuştur (Wood, 2014, s. 141). Emperyalizm, bir devletin gücünü ve etkisini başka devletler ve toplumlar üzerinde genişletmesi, güçlü ülkelerin diğer ülkeler üzerinde onların rızası olmadan hâkimiyet kurma politikasıdır (“Collins Dictionary”, 2024). Dolaylı ya da doğrudan kurulan bu egemenlik siyasi, ekonomik ve kültürel faktörlere dayandırılabilir (Mohammadi, 1991, s. 324). Günümüz modern toplumlarında ise uluslararası arenada yaşanan güç çatışmaları askeri müdahale ve politik baskı kurmanın ötesine geçmiş, artık bireylerin düşüncelerini kontrol altına alma mücadelesi başlamıştır (Kocaoğlu, 1996, s. 42). Modernleşme adı altında yerel kültürlerin sömürülerek kültürlerin tek tipleşmesine neden olan bu süreç kültür emperyalizmi olarak adlandırılmaktadır (Özel, 2019, s. 77).

Kültür emperyalizmi, baskın kültürün normlarının ve değerlerinin diğer kültürler üzerindeki hâkimiyetidir. Herbert Schiller kültür emperyalizmini egemen kültürün kendi ideolojisini, değerlerini ve inançlarını baskı yoluyla ikincil kültürlerle dayatması olarak ifade etmektedir (Keser, 2024, s. 138-139). Özellikle yabancı ülkeler tarafından açılan okulların eğitimi ele geçirmesi, merkez ülkelerin tekelinde olan medya sektörünün spor, dizi, film gibi unsurları diğer ülkelere aktarması da kültür emperyalizminin araçları arasında yer almaktadır (Özçetin, 2018, ss. 217-218). Kültür emperyalizmi vasıtasıyla emperyalist politikalara maruz kalan toplumların gelenekleri, inançları, tüketim kalıpları ve davranış biçimleri istenilen yönde değiştirilebilmektedir (Yalçınkaya, 2019, s. 182). Bu durum yerel kültürlerde yıkıma neden olmaktadır (Sabuncuoğlu İnanç, Kaya, & Başoğlu, 2022, s. 133).

Geçmişte geleneksel mecralar üzerinden yürütülen kültür emperyalizmi faaliyetleri, teknolojiye yaşanan gelişmelerle birlikte dijital mecralarda da yer almaya başlamıştır. Hayatın hemen hemen her alanında yaşanan dijitalleşme süreci toplumların tüketim kültürüne ve ülkelerin emperyalizm faaliyetlerine de yansımış, böylece kültür emperyalizmi de dönüşüm geçirerek dijitalleşmeye başlamıştır. İzleyiciler artık dijital platformlara yönelmeye başlamıştır. Bu yönelimin başında ise dijital TV platformları gelmektedir. Kontrolün izleyicilerin elinde olması, etkileşim olanağı sağlaması, zaman ve mekân sınırının olmaması gibi sebepler izleyicilerin dijital TV platformlarına yönelmesindeki önemli etkenlerdendir.

İzleyicileri için geniş bir arşiv ve onlara özel profil oluşturma imkânı sunan dijital TV platformları, geleneksel televizyon yayıncılığı için önemli bir rakip olmuş ve geleneksel televizyonu gerisinde bırakmıştır. Bu sebeple başta Amerika olmak üzere Batılı ülkeler dijital TV platformlarında da kültür emperyalizmi faaliyetlerini uygulamaya başlamıştır. Bu platformların başında ise günümüzde yaygın olarak kullanılan ve Amerikan menşeli olan Netflix gelmektedir (Gümüş, 2021, s. 155). Özgün içerikler sunan Netflix, dünyanın birçok yerinde yayın yapmaktadır (Can, Koçer, & Hekimoğlu Toprak, 2021, s. 329).

Bu bilgiler kapsamında; Netflix'te yer alan Amerikan yapımı filmlerde Amerika'nın kültür emperyalizmi faaliyetleri araştırılacaktır. Bu çalışmada

kültür emperyalizmi faaliyetleri çerçevesinde Netflix kullanımını ortaya koymak amaçlanmıştır. Yöntem kısmında ise kültür emperyalizmi faaliyetlerinin Netflix üzerinden nasıl yürütüldüğünü ve Netflix'te yer alan Amerikan yapımı filmlerde hangi kültürel öğelerin ön plana çıkarıldığını ortaya koymak amacıyla filmleri incelemek için içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Filmler amaçlı örneklem yöntemiyle belirlenmiştir. Elde edilen veriler MAXQDA programıyla analiz edilmiş, çıkan bulgular yorumlanarak değerlendirilmiştir.

1. Kültür Emperyalizmi

Latince “imperium” sözcüğüne dayanan emperyalizm; diktatörlük gücü, merkezi hükümet, keyfi yönetim metotları anlamına gelmektedir (Bagge, 2011, s. 65). Başka bir ifadeye göre emperyalizm, hegemonik gücün demokratikleştirme adı altında başka bir toplumu gerek dini ve kültürel açıdan gerek maddi açıdan sömürmesi ve kendine bağımlı hale getirmesi olarak da açıklanmaktadır (Genel, 2021, s. 4). Toplum hayatında önemli bir yer tutan kültür zamanla ülkeler arasındaki çıkar çatışmalarının artması sonucunda güçlü ve kalıcı olmanın da başlıca aracı haline gelmiştir. Bu faaliyetlerin bir sonucu olarak kültür emperyalizmi kavramı ortaya çıkmıştır.

Schiller'e göre başta ABD olmak üzere Batının çıkarlarını gözetken çok uluslu firmaların izledikleri politikalar diğer ülkelerin kültürel bağımsızlıklarına engel teşkil etmekte, bu durum da kültür emperyalizmine neden olmaktadır (Korkmaz, 2021, ss. 56;72). Kültür emperyalizmi; modern kültürel ürünlerin, imajların ve müzik, dil gibi popüler tarzların dünya genelinde yayılmasının ve kültürel baskının çağdaş hali olarak ifade edilmektedir (Lull, 2001, s. 242). Stevenson ise (2008, s. 364) bu kavramı geneli ABD menşeli çok uluslu örgütlerin küresel egemenliğinin daha az güç sahibi olan ülkelerdeki medya tüketimi üzerinde hâkimiyet kurması olarak açıklamaktadır. Başat kültürün artan hegemonyası Batı değerlerinin, tüketim kültürlerinin ve yaşam tarzlarının diğer kültürlerle iç içe geçerek yaygınlaşması kültür emperyalizmi olarak aktarılmaktadır (Taylan & Arklan, 2008, s. 91).

Kültür emperyalizmi, hâkim kültürün diğer kültürel formlar üzerinde kurduğu egemenliktir. Emperyalist ülkelerin kendilerine ait olan yaşam biçimlerini, bakış açılarını ve kültürlerini sömürgeleri altında olan ülkelere dayatması ve aşılmasıdır. Sömürgeci devletler bunu yaparken inanç, tutum, değerlerinin yanı sıra edebiyat, sanat ve düşüncelerini de empoze etmektedir (Kongar, 1997, s. 29).

Amerika'nın uluslararası arenada kültürünü nasıl konumlandığı ve diğer ülkelerin kültürleri üzerinde nasıl egemenlik kurduğu kültür emperyalizminin odak noktasını oluşturmaktadır (Schiller, 2018, s. 1-2). Schiller'e göre gelişmekte olan ülkeler ABD'den gelen teknoloji ve içerikler tarafından kuşatma altına alınmakta, yerel kültürleri tehditle karşı karşıya kalmakta ve gelişmiş ülkelerin sanayilerine olan bağımlılıklarında artışlar yaşanmaktadır (Schiller, 1992, s. 58). Batılı ülkeler az gelişmiş ülkeleri kendi ürettikleri teknoloji, platform ve içeriklere bağımlı hale getirerek onlar üzerinde denetim kurabilmektedir (Schiller, 1989).

Özü itibarıyla insanları yönlendiren bir sistem olan kültür emperyalizmi söylemleri, yönlendirme gücü en yüksek olan kitle iletişim araçları üzerine

yapılmaktadır. Medya, kültür emperyalizminin ana kaynağı olarak gösterilmektedir (Tomlinson, 2020, s. 21;45). Bu sebeple bazı kuramcılar kültür emperyalizmini, medya emperyalizmi olarak da adlandırmaktadır (Morley & Robins, 1997, s. 187). Bütün bunlara bağlı olarak, kültür emperyalizminin gelişmesinde, etki alanlarını genişletmesinde medya emperyalizminin aktif rol oynadığını söylemek mümkündür.

2. Medya Emperyalizmi

Gelişmiş ülkeler sahip oldukları teknolojik imkânlar sayesinde kitle iletişim araçlarını daha aktif ve etkin kullanmakta, kültürünü, ideolojisini ve mesajını daha kolay aktarmaktadır. Kitlelerin medya vasıtasıyla etkileşim içerisinde olması birbirlerinden etkilenmelerine ve yeni yaşam biçimlerinin tanınmasına imkân sağlamıştır. Bunun sonucunda toplumlara empoze edilen düşünce ise Batı gibi olmaları ve onun tükettiği ürünleri tüketmeleri gerektiği olmuştur. Paul Feyerabend ise Batı'nın dünya üzerindeki egemenliğini medyaya borçlu olduğunu söylemektedir (Yarimsakal, 2019, s. 102-103).

Medya araçları toplumlara nüfuz edebilme ve Batı hayatını kapsama bakımından hızla büyümekte, bu bağlamda medya çağdaş Batı kapitalizminin merkezi olarak ele alınmaktadır (Tomlinson, 2020, s. 48-49). Kitle iletişim araçlarını aktif bir şekilde kullanan, hayatının hemen her alanına dâhil eden ve dünyanın her coğrafyasında yer alan bireyler Batı'nın medya üzerinden sunmuş olduğu ürünleri tüketerek medya emperyalizminin etkisi altına girmektedir (Yüksel, 2021, s. 151;154).

Medya emperyalizmi hegemonik devletlerin az gelişmiş ülkelere karşı teknolojik ve ekonomik üstünlüğünü kullanarak ürettikleri içeriklerle kendi kültürünü empoze etmesi, hedef kültüre zarar vermesi, yozlaştırması ve kitlelerin kendi kültürlerine yabancılaştırılması olarak da nitelendirilmektedir. Bir ülkenin medyası sahiplik ve yayınların içeriği bakımından başka bir ülkenin medya çıkarları için tahakküme maruz kalıyorsa bu durum medya emperyalizmi olduğunun göstergesidir. Medya emperyalizmi tüm dünyada Amerikan kökenli kabul edilmekte ve medya operasyonlarının, kültür üreticisinin ve aktarımının ana noktası olarak Amerika Birleşik Devletleri görülmektedir. Üretmiş olduğu içerikler vasıtasıyla dayattığı yapay kültürle toplumların dini, siyasi, ahlaki ve aile değerlerini yozlaştırdığını, yaşam tarzını derinden etkilediğini söylemek mümkündür (Genel, 2021, s. 1-2;11).

Ritzer, ABD öncülüğünde Batı medyasının emperyalist olduğunu, az gelişmiş ülkelere ve kültürlerine egemen olduğunu savunmaktadır. Ritzer'e göre ABD'de ortaya çıkan televizyon programları, Hollywood filmleri, Amerikalı yazarlar tarafından yazılan kitaplar, Fox gibi ABD medya şirketleri vasıtasıyla ideolojilerini, kültürlerini az gelişmiş uluslara yerleştirme fikri, hem medyalarını hem de kültürlerini şekillendirme konusunda önemli rol oynamaktadır (Ritzer, 2011, s. 114). Bu bağlamda kültür emperyalizminin Amerikan merkezli yürütüldüğünü söylemek mümkündür.

3. Amerikan Emperyalizmi

Amerika, ülkeler üzerinde emperyalist faaliyetlerini gerçekleştirirken egemenlik kurduğu ülkelerin yaşam tarzı, siyaseti, kültürü, medyası ve bilimsel

alanlarını kapsayan toplumsal düzene dâhil olmakta ve toplumun her birimine ulaşmaktadır (Gerger, 2011, s. 17). Teknolojinin gelişmesinin ardından Amerikan medya ürünleri tüm dünyada hâkimiyet kurmaya başlamış ve günümüzde de kültür pazarlamasında azalma olmamıştır (Schiller, 1992, s. 12).

ABD, kültürel öğeleri için piyasa bulmasının yanı sıra bireylerde bilinç oluşturarak egemenlik kurmayı amaçlamaktadır. Bu noktada eğlence ürünlerinin pazarlanması son derece önemli hale gelmektedir. Diğer yandan toplumları kültür emperyalizmi vasıtasıyla kendi benliklerinden ve kültürlerinden uzaklaştırmaktadır (Petras, 1994, s. 2070).

Amerika'nın var olan kültür emperyalizmi, ulus aşırı şirketlerin ekonomik ve kültürel egemenliğe dönüşmesinde başat rol oynamaktadır. Şirketlerin kontrolü altında politika ve teknolojinin birleşmesi sonucunda toplumların kültürleri ve dilleri geçmişe kıyasla daha büyük risk altında bulunmaktadır. Küresel pazarlar ve serbest ticaret kültürel bağımsızlığı set çekmektedir (Yaylagül, 2018, s. 18).

Amerikan iletişim teknolojileri, Amerikan endüstriyel kompleksinin dünya üzerindeki gücünü ve hâkimiyetini kolaylaştırmaktadır. Ekonomik olarak zayıf olan ülkeler Amerikan teknolojisinin gücü sayesinde Amerikan teknolojisine ve ekonomisine bağlanmaktadır. Bağımsızlığını kazanan Üçüncü Dünya Ülkeleri'nin çoğu eğlence, haber, kültürel ürünlerin aktarılması ve teknoloji konusunda Amerika'ya bağımlı olarak yaşamaktadır (Yaylagül, 2018, s. 14-15).

Amerika Birleşik Devletleri, kendi sömürsünden kurtulmak için bağımsızlık mücadelesi veren toplumlara, yardım etme ya da kurtarma vaadiyle müdahalede bulunarak hegemonyasını kurmaya başlamıştır (Güngör, 2021, s. 36-37). Ülke genelinde veya dış ülkelerde istedikleri etkiyi yaratabilmek için yoğun ve bilinçli şekilde stratejik hamleler yapan ABD medyası, Amerikan kültürünü dünyaya ihraç ederek hem ekonomik gücünü arttırmakta hem de kendi ideolojini pazarlamaktadır (Mora, 2008, s. 10). Günümüzde ise Amerika başta olmak üzere Batı ülkeleri içerisinde olduğumuz dijitalleşme sürecine paralel olarak kültür emperyalizmi faaliyetlerini dijital ortamlara taşımıştır.

4. Dijitalleşme ve Dijital TV Yayıncılığı

İnternetin icadıyla birlikte bilgi ve iletişim alanı yeniden inşa edilmiş, geleneksel medyanın kullanım yolları değişime uğramıştır (Özbaş Anbarlı, 2019, s. 80). İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, bilgisayar ve ağ teknolojilerinin kullanımı sonucunda dijital çağ dönemi başlamıştır (Bolat, 2021, s. 189). Analog bilgilerin sayısallaştırılması olarak belirtilen dijitalleşme, verilerin internet vasıtasıyla kullanılabilir hâle getirilerek analiz edilebildiği teknik bir süreçtir (Gray & Rumpe, 2015, s. 1319). Dijitalleşme, dijital teknolojilerin ve altyapıların politik, ekonomik ve sosyal alanlarda uygulanmasıdır. Veri ve enformasyonun analog formattan dijital formata aktarılmasıdır (Proksch, Rosin, Stubner, & Pinkwart, 2021, s. 5). Kısaca dijitalleşme, analog bilgi akışının dijital verilere dönüştürülmesinin maddi sürecidir (Beyaz Özbey, 2022, s. 146).

Dijitalleşme; gelenek ve göreneklerin aktarılması, çeşitli yollardan maddi ve manevi kazançlarla yararlılık sağlaması, eğitsel faaliyetlerin devam ettirilmesi, geçmiş ve bugünü ortak zamanda birleştirmesi açısından bütünleştirici işlevleri yerine getirmektedir (Özdemir, 2019, s. 40). Dijitalleşme; bilgi, ürün, hizmet, para

aktarımı gibi alanlarda insanlara kolaylık sağlamakta ve gün geçtikçe etkisini artırmaktadır. Dijitalleşmenin yaygınlaşmasının ardından veri ve bilgi akışında artış yaşanmış, küresel bilgiye erişim kolay hâle gelmiştir (Sözuer, 2019, s. 241). Günümüzde ise her türlü ihtiyaç dijital alandan karşılanmakta, bilgi paylaşımı, veri akışı, güncel olaylar dijital mecralar üzerinden takip edilmekte, hemen her alanda verimliliğin artması ve kolay erişim sağlanması adına dijitalleşmeye yönelim gerçekleşmektedir (Balci, 2019, s. 160). Bu yönelim doğrultusunda yayıncılık sektörü de dijital dönüşüm sürecine girmiştir.

Yeni iletişim teknolojilerindeki yenilikler ve beraberinde getirdiği dijital dönüşümle birlikte geleneksel medyada önemli bir kırılma yaşanmasına sebep olmuştur. Bunun sonucunda toplumların okuma, dinleme ve izleme alışkanlıkları da dijital hâle gelmiştir. Yayıncılık sektörünün dijitalleşmesiyle birlikte gazete, radyo ve televizyon gibi konvansiyonel iletişim mecraları da dijital yayıncılığa geçiş yapmıştır (Çaycı & Karagülle, 2016, s. 573). Televizyon kanalları yarışma, program, dizi gibi içerikleri kendi internet siteleri üzerinden izleyiciyle buluşturarak internet teknolojisine eklemlenmeye başlamıştır. Yeni medya teknolojilerinin gelişim göstermesi sonucunda meydana gelen dijital platformlar ile birlikte zaman içerisinde televizyonlar ve televizyon kullanıcılarının izleme alışkanlıklarında değişimler meydana gelmiştir (Er, 2022, s. 118). Televizyon ve sinema gibi alanlarda üretilen kültürel ürünler yerini dijital mecralarda üretilen kültürel ürünlere bırakmış ve kitleler dijital yayın platformlarına yönelmeye başlamıştır. Bu durum sonucunda geleneksel televizyonlara nazaran dijital televizyonlar rağbet görmeye başlamıştır (Burç & Tanyeri Mazıcı, 2023, s. 135). Günümüzde ise Netflix gibi dijital TV platformları televizyon yayıncılığını farklı bir boyuta taşımıştır (Kırık, 2024, s. 582).

4.1. Netflix

Netflix, aylık ücret ödemesi karşılığında dizi, film, belgesel, çocuklara yönelik programlar gibi birçok içerik sunan ve dünyada tercih edilenlerin başında gelen OTT sistemli televizyon platformudur (Söğüt, 2020, s. 412). Bir başka deyişle Netflix, internet bağlantısı olan cihazlar üzerinden birçok film, dizi, belgesel gibi içerikler sunan abonelik sistemine dayanan yayın hizmetidir (Aytekin, 2021, s. 86). 1997 yılında Reed Hasting tarafından kurulan ve posta yoluyla DVD kiralama şirketi olarak piyasaya giriş yaşan Netflix, 1998 yılında bu işi internet sitesi üzerinden yürütmeye başlamıştır. 2007 yılına gelindiğinde Netflix üyelerinin dizi ve filmleri anlık olarak izleyebilecekleri bir yayın sistemine geçiş yapmıştır ("Netflix", 2024).

Netflix kullanıcılarının inceleyerek seçebileceği, tür bakımından kategorilendirilmiş çok sayıda dizi, film içerikleri sunmaktadır. Bunun yanı sıra izleyicilerine platformu kişiselleştirme imkânı sunarak spesifik bir öneri sistemini hayata geçirmiştir. Kullanıcıların platform ile olan etkileşimi üzerinden değerlendirme yaparak izledikleri içerikler çerçevesinde öneriler sunmakta ve onları kişisel zevklerine uygun içeriklerle buluşturmaktadır (Gökler & Burç, 2021, s. 83).

Kişiselleştirmeye ve mobil teknolojilere uygun tasarımı, kullanıcıların bir hesap üyeliği üzerinden birçok profil oluşturabiliyor olması, tablet, televizyon, telefon, bilgisayar gibi cihazların hepsinden erişim sağlanabilmesi ve oluşturulan

profiller üzerinden yapay zeka algoritması sayesinde kullanıcı beğenileri ekseninde içerik önerileri sunulması, Netflix'in küresel arenada hızla yükselmesinin başlıca nedenleri arasındadır (Baloğlu & Birincioğlu, 2021, s. 552). Netflix'in küresel alanda bilinen ve tanınan bir marka haline gelmesi, güçlü teknolojik alt yapıya sahip olması, reklamsız akış hizmeti ve orijinal içerikler sunması, kullanıcılarına küresel çapta içerik sağlamayı taahhüt etmesi gibi özellikleri onun büyümesini ve şu anda bulunduğu konuma gelmesini sağlamıştır (Mavnacıoğlu, 2022, ss. 266-267).

5. Kültür Emperyalizminin Dijitalleşmesi

Toplumsal değişim ve gelişimlerle birlikte gelişen ve dönüşen medya sektörü, kapitalist ekonominin güçlenmesi neticesinde ekonomik çıkarları ön planda tutmaya başlayan bir yapıya bürünmüştür. Önceden devletin kontrolü altında olan ve kamu hizmeti amacı güden televizyonlar, özel kanalların ortaya çıkışıyla birlikte ticarileşmeye başlamış, bu süreç internetin yayılmasının ardından hız kazanmıştır. Bunun sonucunda farklı endüstriler medya aracılığıyla ilişki içerisine girmiş, medyanın siyasi güç olarak kullanılması dijital ortamlara doğru ilerlemeye başlamıştır. Bu durum siyaset, eğlence gibi sektörlerin kültür emperyalizmine hizmet etmesine neden olmuştur (Sayar, 2021, s. 123).

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler mesafeleri ortadan kaldırmış, kültürler arasındaki teması kolay hâle getirmiş ve toplumsal yapılarda dönüşümler yaşanmasına neden olmuştur (Akgül, 2020, s. 72). 20. yüzyılın sonundan itibaren iletişimin dijitalleşmesi ve son dönemlerde revaçta olan mobil iletişim teknolojileri sayesinde bireylerin hareketliliği artmış, toplumlar ve bilhassa kültürler arasındaki etkileşim yoğunlaşmaya başlamıştır (Çaycı & Karagülle, 2016, s. 572).

Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle beraber kültürler birbirleriyle yakından temas etmeye başlamış ve sınırların ortadan kalktığı dünyada ulusal ölçekte üretilen ürün, hizmet ve fikirler yerini küresel çapta üretilen ürün, hizmet ve fikirlere devretmiştir (İltaş, 2022, s. 154). İnternet üzerinden iletilen mesajlar milyonlarca kişiye hızlı bir şekilde ulaşmaktadır. Bu sebeple tüketim kültürü, yaşam tarzları ve kültürel değerler toplumlar arasında hızla yayılmaktadır (Taylan & Arklan, 2008, s. 93).

Dijitalleşme modern emperyalizmin bir yolu olarak yeni bir işgal alanı oluşturmaktadır. Dijital işgal, devletlerin siber coğrafyasının internet ve dijital mecralar aracılığıyla işgal edilmesidir. Ülkeleri sanal olarak himaye altına alması ve kitlelerin zihinlerini sömürgeleştirilmesidir. İnsanların zihnine ve algısına bu kadar güçlü şekilde işleyen, insanları istediği yöne doğru sevk eden bu süreç zihinsel işgal olarak adlandırılmaktadır. Dijital işgal, zihinsel işgali de beraberinde getirmektedir. Teknolojiyi elinde bulunduran ve kullananlar aynı zamanda gücü de elinde bulundurmakta, sömürgeciliğin en güçlü belirleyicisi ve sahibi olmaktadır. Çünkü zihinsel işgal bilgisayar oyunları, diziler, sinema, eğlence programları, haberler ve edebi metinler gibi günlük hayatta sık kullanılan mecralar üzerinden gerçekleşmektedir (Genel, 2021, s. 21-25).

Kullanıcıların bilgilere erişimini hızlandıran yeni medya, kültür emperyalizminin yayılmasına öncülük etmektedir. Toplumun tamamına ulaşımı kolaylaştıran yeni medya kültürel açıdan toplumların yıpranmasına neden

olmaktadır. Medya ürünlerinin etkisiyle ulusal kültürlerin yerel kültürler üzerinde hâkimiyet kurması kültür emperyalizminin yayılmasını da beraberinde getirmektedir (Özdemir & Akpınar, 2022, s. 24-25).

6. Netflix'te Amerikan Emperyalizmi Yansımaları

Dijital platformların kültür yayma aracı olarak kullanılma potansiyelleri önemli bir silah haline gelmiştir. Kitleye ulaşmak için herhangi bir sınırlarının olmaması, bu platformların içerik üreticileri tarafından aktarılacak istenen mesajın ötesinde propaganda, algı oluşturma ve kitleleri yönlendirme açısından da fonksiyonel yapıda olduğunu göstermektedir. Dijital platformların sahip olduğu algoritmalar sayesinde kullanıcılar hakkında detaylı bilgiye ulaşım sağlanabilmektedir. Bu sayede onların isteklerine uygun, tüketebilecekleri ve etkilenebilecekleri içerikler tespit edilebilmektedir. Kullanıcı profiline uygun içerik listeleri ve önerilerle zamanla bilinçaltına yapılan göndermeler aracılığıyla düşüncelerin değişmesini sağlamak muhtemeldir (Aytekin, 2021, s. 84).

Dijital platformların ortaya çıkmasıyla birlikte küreselleşmenin etkilerinin en fazla sirayet ettiği alanlardan biri de medya içerikleri olmuştur. Meta haline gelen medya, standart hâle getirilen homojen kültürün aktarıcısı konumuna gelmiştir (Aydın, 2023, s. 737). Bilhassa Amerika etkisiyle oluşturulan popüler kültür öğeleri, küresel dünyadaki en önemli kültür aktarıcısı olarak kabul gören televizyonun mühim kaynaklarından biridir. Geleneksel televizyon yayınları ve dijital platformlar içerik üretimi yaparken başta popüler kültür öğeleri olmak üzere birçok kültürel öğeye yer vermekte, ağırlıklı olarak yerel ve küresel unsurları kullanmaktadır. Bunların başında gelen dijital platformlar yoğun bir şekilde küresel kültür öğelerinden yararlanmaktadır (Sarı & Türker, 2021, s. 74).

Günümüzde yerel kültürler, başka kültürlerin etkisi altında kalmakta ve tahrip edilmektedir. Özellikle Netflix gibi dijital yayın platformları ve sosyal medya, kültürler arasındaki etkileşimi artırmakta ve popüler olan kültürün yerel kültürü ekarte etmesine zemin hazırlamaktadır. Amerikan kökenli olan bu yeni medya araçları kendi kültürlerini tanıtmayı amaçlamaktadır (Özdemir & Akpınar, 2022, s. 23). Siyasi arenada sahip olunan gücün kültürel alana da doğrudan tesir etmesi, dijital teknolojiler sayesinde küresel kültürün ABD egemenliğinde olduğunun göstergesidir. ABD'nin teknoloji ve küresel kültüre hükmeden taraf olması dijital kültürün başrolünde yer aldığını göstermektedir. Bunun sonucunda kültürel akışın ABD'den dünyaya doğru gerçekleştiğini söylemek mümkündür (Aslan, 2020, s. 57).

Geçmişte Batılı olmayan ülkeleri askeri gücü ve sermayesiyle kontrol altına alan Amerika günümüzde Netflix gibi piyasaya sürdüğü dijital platformlarla kontrol etmektedir (Jin, 2013, s. 145). Amerikan propagandası yapan, siyasi söylemler üreten ve Batı kültürünü diğer kültürlerle benimseten içerikler, izleyicilerini etki altına alabilmektedir (Yüksel, 2021, s. 179). Günümüzde Amerikan kültürünün taşıyıcılarından olan Netflix, yayılmak istenen inanç ve değerler için bir araç olarak kullanılmakta, bu sayede yerel dil ve kültürel unsurları baskı altına alınabilmektedir. Böylece hâkim kültürün medya vasıtasıyla kültürel öğeleri aktarmak ve Amerika'nın kültürel alanda üstünlük sağlaması adına zemin oluşturmaktadır (Aydın, 2023, s. 729).

Egemen kültür olan Amerikan kültürü yerel kültürü markajı altına almış, yerel kültürlerin küreselleşme çabalarının önüne set çekmiştir. İçerisinde belgesel, çizgi film, dizi, film gibi çeşitli içerikleri bulunduran Netflix ise bu egemen kültürün baskınlığını devam ettirebilmesi için önemli bir araç haline gelmiştir (Aydın, 2023, s. 715).

7. Metodoloji

7.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Günümüzde kültür emperyalizmi, klasik emperyalizm faaliyetlerinin aksine baskı ve güç kullanmadan daha çok rıza yönetimine dayalı olarak uygulanmaktadır. Ülkeler bunu sağlamak için kitle iletişim araçlarının gücünden faydalanmaktadır. Özellikle bu araçlar içerisinde televizyon adeta bir kültür yayma aygıtı olarak ön plana çıkmıştır. 2000'li yıllardan sonra ise teknolojinin hızla gelişmesi ve hayatın odak noktası haline gelmesiyle yaşamın neredeyse her alanı dijital dönüşüm süreci içerisine girmiştir. Televizyon sektörü de bu dönüşümden fazlasıyla etkilenecek yayıncılık serüvenini dijital mecralar üzerinden icra etmeye başlamıştır. Yaşanan gelişmelere paralel olarak başta Amerika Birleşik Devletleri olmak üzere ülkeler de kültür emperyalizmi faaliyetlerini dijital TV platformları üzerinden yürütmektedir. Bilhassa Netflix, diğer dijital platformlar içerisinden sıyrılarak çok kısa sürede küresel bir etki yaratmış ve dünyanın birçok yerinde milyonlarca üyeye ulaşmıştır. Bu bağlamda kültür emperyalizmi faaliyetleri çerçevesinde Netflix kullanımını ortaya koymak çalışmanın genel amacını kapsamaktadır. Ayrıca kültür emperyalizminin dijital mecralara geçişiyle birlikte Netflix'in bu çalışmalardaki etkisini açığa çıkarmak amaçlanmıştır.

Kültür emperyalizminin günümüz işleyişine uygunluğu açısından Netflix ile bağdaştırılarak bu platformda yer alan filmler üzerindeki yansımalarını tespit etmek, kültür emperyalizminin öncüsü ve uygulayıcısı olan Amerika'nın Netflix üzerinden kültürünü nasıl ve ne yönde yaydığını belirlemek araştırmanın önemini yansıtmaktadır. Ek olarak literatürde bu konu hakkında sınırlı çalışma olması ve farklı bir bakış açısı ortaya konulması da araştırma için önem arz etmektedir.

7.2. Araştırma Soruları

Araştırmanın genel perspektifi doğrultusunda hazırlanan araştırma soruları şu şekildedir:

S.1) İncelenen filmlerde Amerikan kültürel öğelerinin dağılımı nasıldır? Amerika'nın hangi kültürel değer ve sembolleri ön plana çıkarılmıştır?

S.2) Kültür emperyalizmi faaliyetleri Netflix üzerinden nasıl yürütülmektedir? Netflix'in kültürel yayılcılıkta yeri ve işlevi nedir?

7.3. Araştırma Yöntemi

Çalışmada içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Sosyal bilimler alanında sık kullanılan tekniklerden birisi olan içerik analizi, belirli kurallar çerçevesinde yapılan kodlamalarla bir içeriğin kategoriler oluşturularak incelendiği sistematik ve yenilenebilir bir tekniktir (Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz, & Demirel, 2016, s. 250). İçerik analizi; nesnel, ölçülebilir, doğrulanabilir bilgilere ulaşabilmek için metin, televizyon programı, doküman gibi farklı alanlardaki

materyalleri belli kurallar çerçevesinde analiz etmeyi amaçlamaktadır (Metin & Ünal, 2022, s. 273). Temel amaç ise toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ulaşmaktır. Bu amaç doğrultusunda toplanan veriler önce kavramsallaştırılır. Ardından ortaya çıkan kavramlar doğrultusunda veriler düzenlenerek verileri açıklayan temalar oluşturulur. Birbiri ile benzer olan veriler belirli kavram ve temalar altında toplanarak okuyucuların anlayabileceği şekilde düzenlenir ve yorumlanır. Bu kapsamda içerik analizi ile verileri tanımlayarak verilerin içerisinde yer alan doğrudan görülemeyen gerçekler ortaya çıkarılmaya çalışılmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2018, s. 242). Çalışmada içerik analizi tekniğiyle toplanan veriler MAXQDA programıyla analiz edilmiştir.

7.4. Evren ve Örneklem

Dijital çağda kültür emperyalizmi çalışmalarının incelendiği bu araştırmanın evrenini, Netflix bünyesi içerisinde yer alan filmler kapsamaktadır. Evreni temsil etmesi için amaçlı örneklem yöntemi kullanılmıştır. Amaçlı örneklem, araştırmacının bireysel değerlendirmelerinden yola çıkarak, araştırma sorularına cevap verebileceğini düşündüğü belirli nitelikleri barındıran deneklerin seçildiği örneklem türüdür (Gürbüz & Şahin, 2018, s. 132). Bu çalışmada örneklem olarak Netflix'te yayınlanan Amerikan yapımı filmler seçilmiştir. Abone sayısı verileri baz alındığında pazar payında Netflix'in öne çıkması, küresel çapta yayın yapması, yüksek oranda hedef kitleye hitap etmesi, izlenme sıklığı ve oldukça geniş bir film yelpazesi barındırması gibi hususlar örneklem seçiminde belirleyici olmuştur. Ayrıca kültür emperyalizminin Amerikan emperyalizmi ile eş değer tutulması ve Netflix'in Amerikan menşeli olması da örneklem tercihindeki diğer kriterleri oluşturmaktadır.

İncelemeler neticesinde çeşitli kültürel değerleri yansıtan ve bunları izleyiciye aktaran dolayısıyla da örneklemini temsil edebileceği düşünülen dört film seçilmiştir. Çalışmaya dâhil edilen filmler F1, F2, F3, F4 şeklinde kodlanarak kültürle ilişkili kategoriler oluşturulmuştur. Filmler haricinde belgesel, dizi vb. yapımlar örnekleme alınmamıştır. Araştırma tekniğini daha doğru uygulayabilmek için örneklem olarak seçilen filmler analiz edilmeden önce pilot filmler incelenmiştir. Bu filmlerden ulaşılan veriler ön test niteliği taşıdığı için bulgulara yansıtılmamıştır.

7.5. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılığı

Araştırmanın kapsamını kültür emperyalizmi ve Netflix ilişkisi oluşturmaktadır. Araştırmaya getirilen sınırlılıklar ise şu şekildedir.

- Literatürde kültür emperyalizminin doğrudan Amerika ile ilişkilendirilmesi, Amerikan kültürünün benimsenmesi sebebiyle araştırma Amerika'nın kültür emperyalizmi faaliyetleri ile sınırlı tutulmuştur.
- Araştırma dijital TV platformları içerisinde sadece Netflix bazında hazırlanmıştır.
- Analizlerde sadece filmler incelenmiş, dizi, belgesel vb. içerikler çalışmaya dâhil edilmemiştir.
- Çalışmada yer alan kodlar sadece Amerika'ya özgü ve Amerikan menşeli kültürel öğeler çerçevesinde oluşturulmuştur.

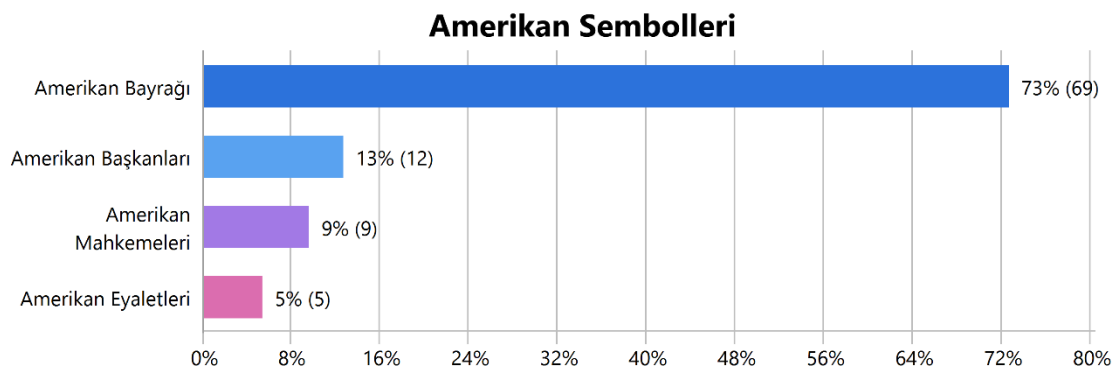
- Filmlerin sürelerinin uzun olması ve incelenen filmlerden yeterli verilerin elde edilmesi neticesinde gerekli doygunluğa ulaşıldığı ön görülerek örneklem sayısı dört filmle sınırlı tutulmuştur.
- Örneklem olarak seçilen filmler farklı konularda ele alınmış, birçok perspektiften Amerika kültürünü yansıtan, beş üzeri IMDb puanına sahip, Netflix verilerinde dönem dönem en çok izlenen yapımlar kategorisinde yer alan filmlerden seçilmiştir. Ayrıca örneklem olarak ele alınan filmler pilot incelemeler neticesinde Amerikan kültürü açısından gerekli veri doygunluğuna ulaşılabilceği düşünülen yapımlardan seçilmiştir.
- Çalışmada gerek literatür gerek yöntem kısmında sunulan veriler araştırmannın başlandığı ve teslim edildiği zaman aralığında sınırlı tutulmuştur.

7.6. Analiz ve Bulgular

Bulgularda elde edilen temalar literatür taramasında ulaşılan verilere göre oluşturulmuştur. Literatürde yer alan Amerika'nın kültür emperyalizmi faaliyetleri kapsamında filmlerde işlenen Amerikan kültürel öğeleri tespit edilmiştir. Bu öğeler türlerine göre alt başlıklar halinde kategorilendirilmiştir. Örneklem olarak incelenen filmlerde vurgulanan Amerika'ya has kültürel değerler göz önünde bulundurularak ilgili temalar ortaya konmuştur. Çalışma 11 tema üzerinden kodlanmıştır. Bunlar; güç sembolleri, bilim ve teknoloji, medya, Amerikan markaları, mimari, ekonomi, askeri, spor, eğitim, yeme-içme ve evrensel kelimelerdir.

7.6.1. Güç Sembolleri Kategorisine İlişkin Bulgular

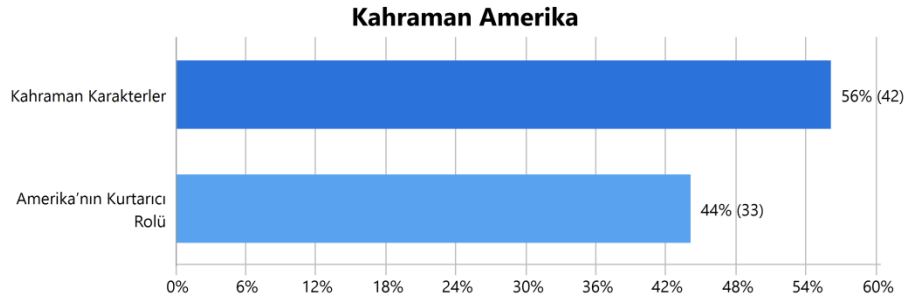
Güç sembolleri teması kendi içerisinde Amerikan Sembolleri, Kahraman Amerika ve Lider Amerika alt başlıklarında kodlanmıştır.



Şekil 1: Amerikan Sembolleri

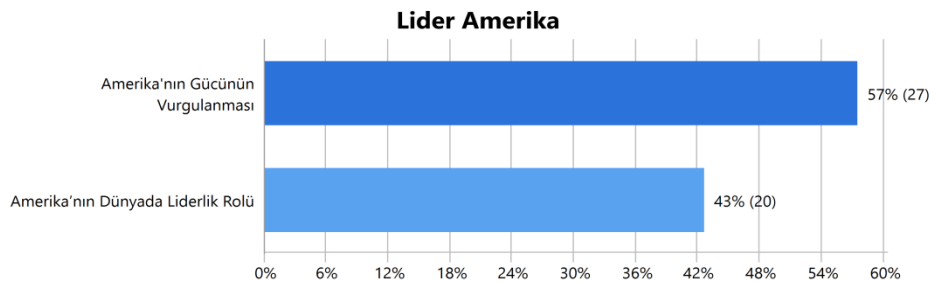
Grafikte görüldüğü üzere; filmlerde Amerikan bayrağı, en çok vurgulanan sembol olarak öne çıkmaktadır. Bu durum, bayrağın Amerika'nın ulusal kimliği ve gücünün bir simgesi olarak algılandığını göstermektedir. Amerikan başkanları, ikinci sırada yer alarak liderlik figürlerinin güçlü bir sembolik değere sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Başkanlar, Amerikan tarihi ve siyasetinin temel

bir parçası olmaktadır. Dünyanın en gelişmiş yargı sistemlerinden birine sahip olan Amerikan mahkemeleri, üçüncü sırada yer alırken, adalet sistemi ve hukuk kültürüyle ilişkilendirilmektedir. Amerikan eyaletleri ise diğer sembollere nazaran daha az dikkat çekerek son sırada yer almaktadır. Amerikan sembolleri adı altında toplanan temalarda görüldüğü üzere Amerika kendi ülke kimliğini ve kültürünü yansıtan bu sembollere filmlerde sıkça vurgu yapmış ve tüm dünyaya benimsetmeye çalışmıştır.



Şekil 2: Kahraman Amerika

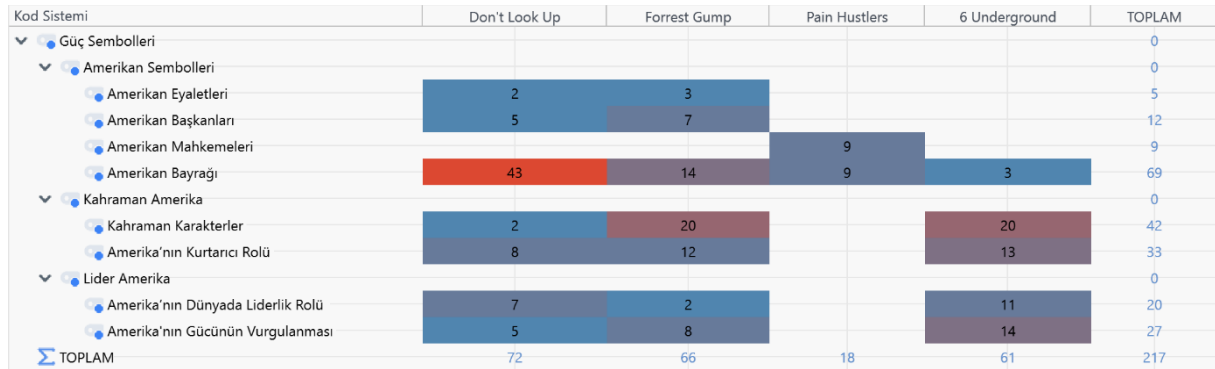
Kahraman karakterler, bu kategoride öne çıkan unsur olmuştur. Amerikan kültüründe kahraman figürlerinin sıkça yer alması, özellikle medya ve sinemada güçlü bir şekilde temsil edilmesi, öne çıkmasında önemli bir etken olmuştur. Amerika'nın kurtarıcı rolü, ikinci sırada yer almakta ve Amerika'nın küresel olaylardaki rolüne yönelik algıları yansıtmaktadır. Bu sonuç, Amerika'nın uluslararası krizlerde "kurtarıcı" bir aktör olarak konumlandırıldığının göstergesidir. Bu bağlamda Amerika'nın dünya siyasetinde kendisini kurtarıcı ve kahraman gösterme çabalarının filmlerde oldukça fazla işlendiği tespit edilmiştir. Amerikan emperyalizmi çalışmalarının temel dayanağını oluşturan "Kurtarıcı ve Kahraman Amerika" konuları filmlerde işlenen temel öğelerin başında gelmiş, bu yönde rıza yönetimi ve olumlu bir imaj oluşturulmaya çalışılmıştır.



Şekil 3: Lider Amerika

Amerika'nın gücünün vurgulanması, liderlik teması içerisinde en fazla dikkat çeken unsur olmaktadır. Bu durum, Amerika'nın askeri, ekonomik ve kültürel gücünün küresel arenada yansıtıldığını göstermektedir. Amerika'nın dünyada liderlik rolü, ikinci sırada yer almakta ve Amerika'nın uluslararası ilişkilerde üstlendiği lider konumunu desteklemektedir. Bu sonuç, Amerika'nın dünya

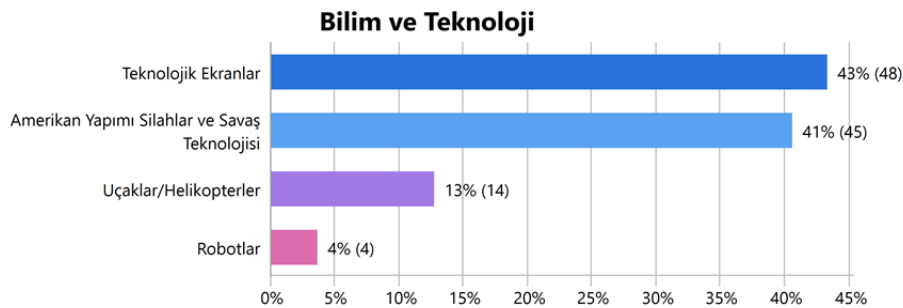
siyaseti ve ekonomisinde baskın bir aktör olarak kabul edildiğini göstermektedir. Filmlerde Amerika'nın dünyaya yön veren misyonunu üstlenmesi, uluslararası sorunlara çözüm üreten ve ülkelerin refahı için çalışmalar yapan ülke konumunda yer alması, Amerika'nın dünyaya liderlik yaptığı algısını yaratmaktadır. Bu sonuç, Amerika'nın dünya arenasında kendisini etkin bir aktör olarak kabul ettirmeye çalıştığını göstermektedir.



Şekil 4: Güç Sembolleri

Amerikan bayrağı, bütün filmlerde yer alsa da Don't Look Up filminde milliyetçilik ve gücün sembolü olarak sıkça kullanılmıştır. Forrest Gump ve 6 Underground filmlerinde Amerikan kahramanlığı, kurtarıcı bir rol ile güçlü bir şekilde işlenmiştir. Don't Look Up Amerikan bayrağına odaklanırken, Forrest Gump ve 6 Underground kahramanlık ve kurtarıcı rol üzerinden Amerika'nın küresel alandaki etkisini ve gücünü vurgulamıştır. Pain Hustlers filminde ise Amerikan mahkemeleri üzerinden Amerika'nın adalet sistemine vurgu yapılmıştır.

7.6.2. Bilim ve Teknoloji Kategorisine İlişkin Bulgular

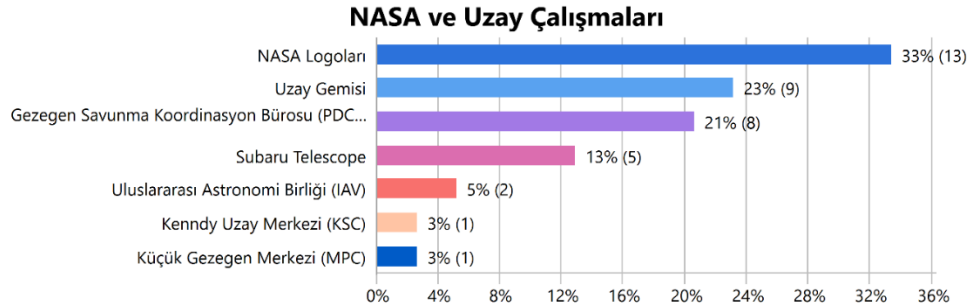


Şekil 5: Bilim ve Teknoloji

Bu kategoride teknolojik ekranlar, en çok dikkat çeken unsur olmaktadır. Teknolojinin günlük hayatta yaygın kullanımı ve ekranların artık hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelmesi, filmlerde de teknolojik ekranların sık vurgulanmasında büyük bir öneme sahiptir. Amerikan yapımı silahlar ve savaş teknolojisi, ikinci sırada yer alarak önemli bir ilgi toplamaktadır. Bu durum Amerika'nın askeri gücü ve savaş teknolojisinin küresel anlamda büyük bir etkiye sahip olmasıyla ilişkilidir. Uçaklar/helikopterler, üçüncü sırada yer almaktadır. Uçak ve helikopterler, hem sivil havacılık hem de askeri amaçlarla büyük önem

taşıyan unsurlar olarak dikkat çekmektedir. Filmlerde robotlar, en az dikkat çeken kategori olmaktadır. Bu durum, robot teknolojisinin henüz yaygın olarak günlük hayatta kullanılmamasıyla açıklanabilir.

Bilim ve Teknoloji teması altında kodlanan NASA ve Uzay Çalışmalarına ait veriler ise şu şekildedir:



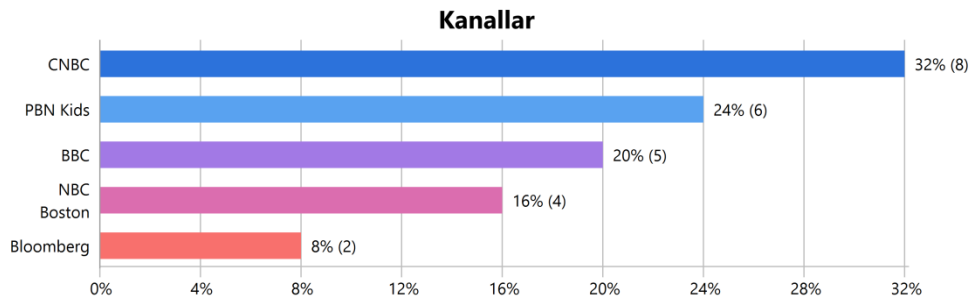
Şekil 6: NASA ve Uzay Çalışmaları

NASA ve uzay çalışmaları kategorisinde NASA logoları filmlerde en çok geçen unsur olmaktadır. Amerika, filmlerde de NASA'ya verdiği önemi vurgulamıştır. Bu durum, NASA'nın güçlü bir marka değeri ve görsel imajının küresel ölçekte tanınırlığını yansıtmaktadır. İkinci sırada yer alan uzay gemisi ise NASA'nın uzay araştırmalarında önemli bir temsilci olduğunu göstermektedir. Gezegen Savunma Koordinasyon Bürosu (PDC) üçüncü sırayı almaktadır. Bu unsur, dünya dışı tehditlere karşı geliştirilen savunma stratejilerinin popülerlik kazandığını göstermektedir. Subaru Telescope, Uluslararası Astronomi Birliği (IAV), Kennedy Uzay Merkezi (KSC) ve Küçük Gezegen Merkezi (MPC) daha düşük oranlarda yer almakta, bu yapılar diğer unsurlara kıyasla daha düşük bir görünürlük sergilemektedir.

NASA logoları Amerikan uzay programının güçlü bir kültürel ve bilimsel sembolü olarak kullanılmıştır. NASA ve uzay çalışmaları, bilim ve teknolojinin Amerikan kültüründeki önemini yansıtmıştır.

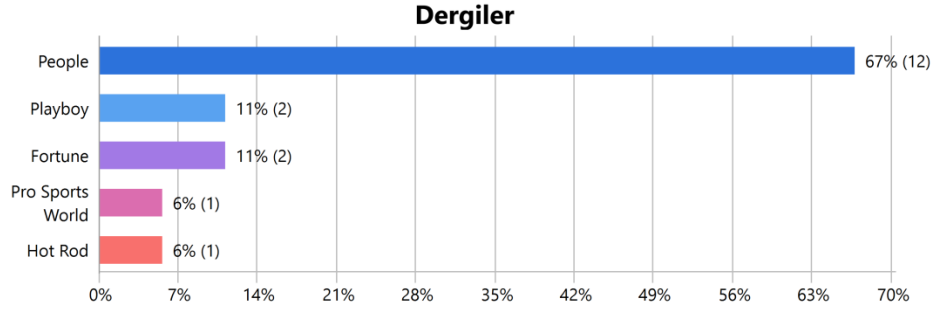
7.6.3. Medya Kategorisine İlişkin Bulgular

Medya kategorisinde kanallar, dergiler, sosyal mecralar ve popüler karakterler alt kategoride kodlanmıştır.



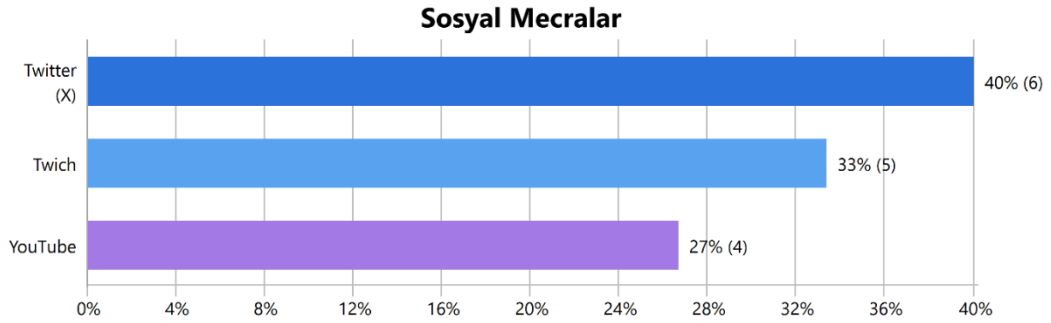
Şekil 7: Amerikan Kanalları

CNBC'nin ekonomi ve finans alanındaki içerikleri dikkat çekmiş, böylece filmlerde bu unsurlara sıkça yer verilmiştir. PBN Kids, ikinci sırada yer almaktadır. Filmlerde çocuklara yönelik içerikler de önemli bir yer tutmaktadır. Uluslararası haber kanalı olan, bilinirliği ve güvenilirliğiyle filmlerde de yer alan BBC Amerika, üçüncü sırada bulunmaktadır. NBC Boston ve Bloomberg ise diğer kanallara kıyasla filmlerde daha sınırlı bir alan bulmuştur.



Şekil 8: Amerikan Dergileri

People dergisi, %67 ile en fazla dikkat çeken dergi olmaktadır. Bu durum, derginin popüler kültür ve ünlüler dünyasına odaklanarak geniş bir kitleye hitap etmesinden kaynaklanmaktadır. Playboy ve Fortune dergileri, %11 oranıyla ikinci sırada yer almaktadır. Playboy, eğlence kültürü ve yaşam tarzı temalarıyla bilinirken; Fortune, iş dünyası ve finans alanında saygın bir yere sahiptir. Pro Sports World ve Hot Rod dergileri daha sınırlı bir ilgi görmektedir. Spor ve otomotiv temalarının belirli bir kitleye hitap etmesi nedeniyle filmlerde diğer dergilere oranla daha az yer verilmiştir.



Şekil 9: Sosyal Mecralar

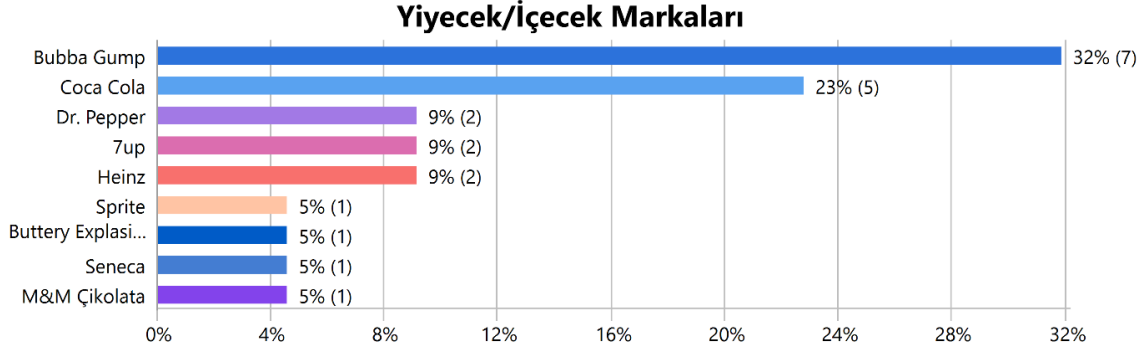
Tüm dünyada yaygın olarak kullanılan Twitter (X), filmlerde en fazla geçen sosyal medya platformudur. Bu durum, Twitter'ın hızlı bilgi akışı ve gündem takibi için etkili bir platform olarak kabul edilmesini yansıtmaktadır. Twitch, ikinci sırada yer alarak özellikle oyun ve canlı yayın kültürünün popülerliğini ortaya koymaktadır. YouTube ise üçüncü sırada bulunmakta ve video içerik platformlarının geniş bir kullanıcı kitlesine hitap ettiğini göstermektedir.

Bir ülkenin kültür emperyalizmi faaliyetleri oluşturma ve yayma araçlarının mihenk taşlarından birisi de medyadır. Filmlerde geçen Amerikan kanallarının dünya çapındaki bilinirliği ve sosyal medya platformlarının da yine tüm dünya

tarafından kullanılması, Amerika'nın emperyalizm faaliyetlerinde medyanın işlerliğinin ne derece önemli olduğunu göstermiştir.

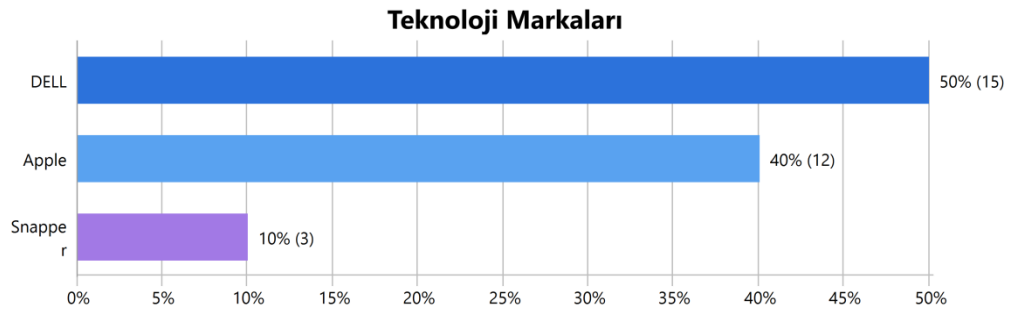
7.6.4. Amerikan Markaları Kategorisine İlişkin Bulgular

Amerikan markaları kategorisi yiyecek/içecek markaları, teknoloji markaları, giyim markaları, araba markaları, tütün ve alkol markaları olmak üzere 5 alt kategoride kodlanmıştır.



Şekil 10: Amerikan Yiyecek/İçecek Markaları

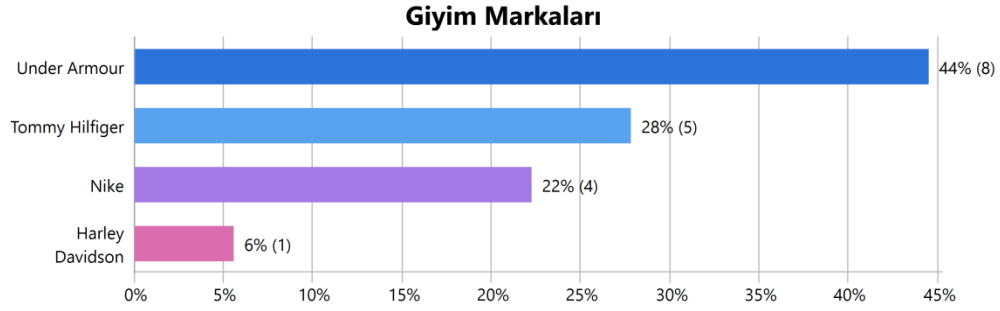
Amerikan deniz ürünleri restoran zinciri olan Bubba Gump, bu kategoride en fazla yer alan marka olarak öne çıkmaktadır. Özellikle karidesle temeli atılan bu restoran tüketiciler tarafından benimsenmiş, bu sebeple filmlerde de değinilen bir marka haline gelmiştir. Coca Cola ikinci sırada yer almaktadır. Dünya genelinde güçlü bir konuma ve pazar payına sahip olan Coca Cola Amerika'nın en önemli markalarından biri olarak filmlerde de yer almaktadır. Meşrubat markası olan Dr. Pepper ve 7up; ketçap, mayonez, hardal gibi sos üreticisi olan Heinz, eşit oranlarla üçüncü sırada yer almaktadır. Global olarak bilinen ve tüketiciler tarafından tercih edilen bu markalara Amerika'nın filmlerinde yer verdiği görülmektedir. Diğer markalar olan Sprite, Buttery Explosion, Seneca ve M&M Çikolata daha düşük oranlara sahip olmaktadır. Filmlerde bu markalara daha az yer verilmiştir.



Şekil 11: Amerikan Teknoloji Markaları

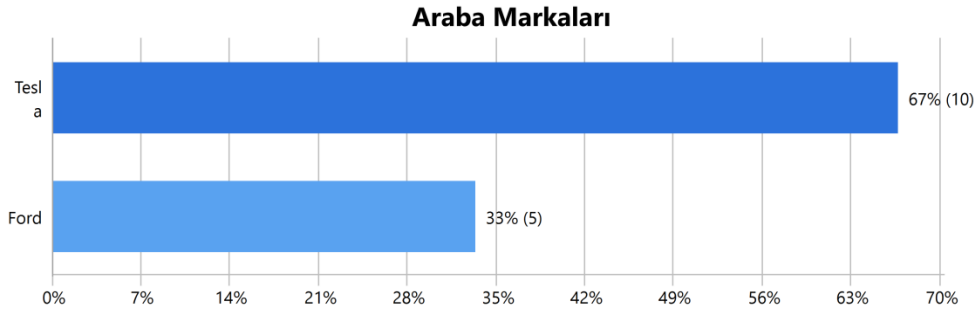
DELL, teknoloji kategorisinde lider konumdadır. Bu durum, markanın geniş bir kitleye hitap ettiğini göstermektedir. Apple, ikinci sırada yer alarak güçlü bir rekabet ortaya koymaktadır. Apple'ın yüksek payı, markanın güçlü imajını ve popülerliğini desteklemektedir. DELL ve Apple markalarının dünya genelinde bilinen ve yaygın olarak kullanılan markalar olması, bu markaların filmlerde teknoloji alanında dikkatleri üzerlerine çektiğini göstermektedir. Snapper ise

daha düşük orana sahiptir. Bu durum, markanın daha az bilinirliğe sahip olduğunu göstermektedir.



Şekil 12: Amerikan Giyim Markaları

Under Armour, filmlerde en çok yer verilen marka olarak öne çıkmaktadır. Tüketiciler tarafından tercih edilen markalardan olan Under Armour filmlerde de sıkça yer almıştır. Tommy Hilfiger ikinci sırada yer alırken, klasik ve güvenilir bir marka olması sebebiyle filmlerde yer alan bir diğer marka olmuştur. Nike ise az bir farkla üçüncü sırada yer almaktadır. Dünya genelinde bilinen ve geniş bir kitleye sahip olan spor markası, Amerika'nın giyim sektöründe büyük bir paya sahiptir. Harley Davidson, diğer markalara göre daha düşük bir orana sahiptir.

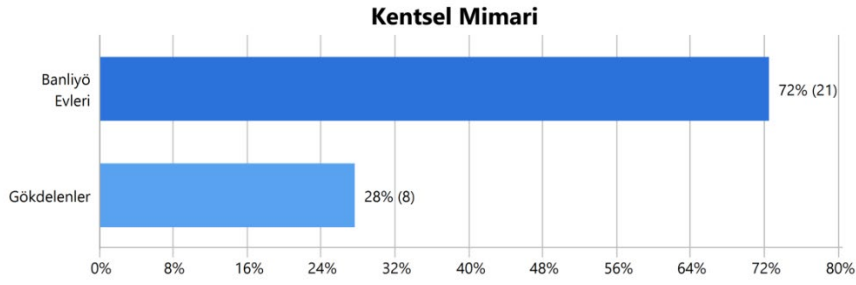


Şekil 13: Amerikan Araba Markaları

Tesla, açık ara önde olan bir marka olarak dikkat çekmektedir. Yenilikçi ve teknoloji odaklı imajı, günümüzde insanların tercihlerini etkileyen unsurlardan olması filmlerde de sık geçmesinde etkili olmaktadır. Ford ise ikinci sırada yer almaktadır. Ford daha düşük bir orana sahip olsa da köklü bir firma olarak filmlerde yer almaktadır. Tesla gibi daha yeni ve yenilikçi markalarla rekabet ettiğini göstermektedir.

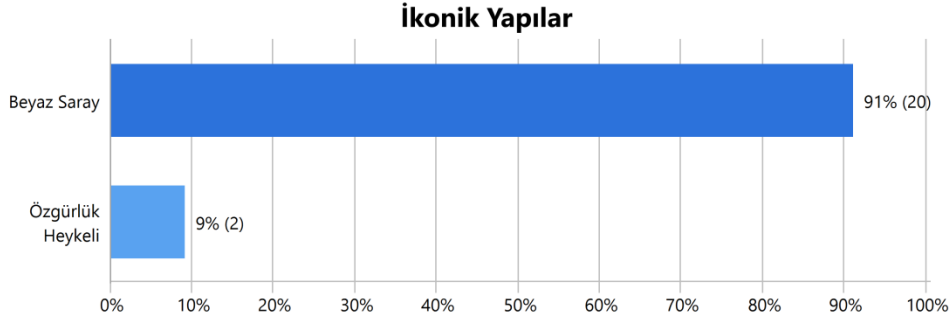
Amerikan markaları teması altında filmlerde tespit edilen markaların tüm dünya pazarına açılan, küresel çapta dünyanın dört bir yanında hedef kitlelere ulaşan, uluslararası işletmeler olduğu görülmektedir. Bu durum Amerika'nın kendi ürünlerinin yaygın şekilde kullanıldığını tüm dünyaya göstermektedir.

7.6.5. Mimari Kategorisine İlişkin Bulgular



Şekil 14: Amerikan Kentsel Mimari

Kentsel mimari kategorisinde banliyö evleri %72 ile en dikkat çeken unsurdur. Amerikan yaşam tarzında banliyö kültürünün güçlü bir yer tutması filmlere de yansımıştır. Gökdelenler, %28 ile ikinci sırada yer alarak kentsel modernleşmenin bir yansıması olarak filmlerde yer almıştır. Filmlerde yer alan bu unsurlar Amerika'nın mimari çeşitliliğinde hem geleneksel banliyö evlerinin hem de modern şehir yapılaşmasının önemli olduğunu göstermektedir.

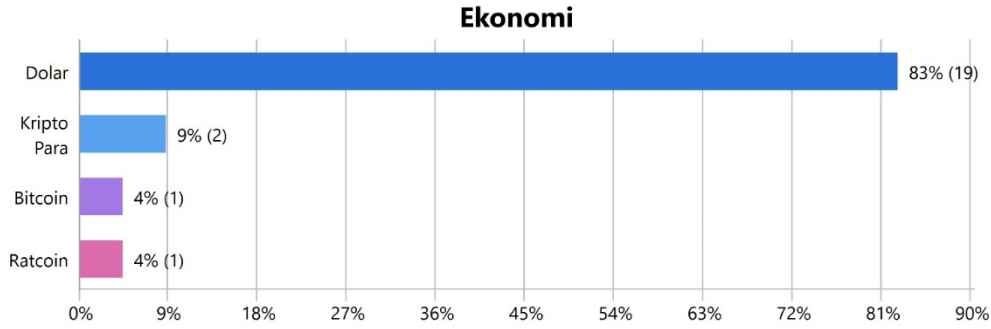


Şekil 15: Amerikan İkonik Yapıları

İkonik yapılar başlığında Beyaz Saray büyük bir ağırlık taşımaktadır. Beyaz Saray'ın %91 oranında vurgulanması, Amerika'nın siyasi gücünü ve sembolik önemini ön plana çıkarmaktadır. Özgürlük Heykeli ise %9 oranında bir temsil ile yer almaktadır. Amerika'nın özgürlük ve demokrasi ideallerinin sembolü olan Özgürlük Heykeli popüler kültürde sıkça yer almakta; adalet, barış ve eşitlik vurgusu yapmaktadır. Bu sebepten ötürü her iki yapı da filmlerde sıkça vurgulanmıştır.

Ülkelerin kültürel yapısını ve yaşam tarzını gösteren en önemli ikonlardan birisi de mimari yapılardır. Filmlerde de görüldüğü üzere Amerika'nın hem iç hem dış mimari yapısı izleyiciye sıklıkla gösterilmiştir. Amerika'nın son derece konforlu, lüks ve gösterişli yapılarla inşa edildiği aktarılmıştır. Ülkenin yönetim merkezi olan Beyaz Saray'ın ülke yönetiminde kilit konumda olduğu ve orada alınan kararların tüm dünyayı ilgilendirdiği konu edinmiştir.

7.6.6. Ekonomi Kategorisine İlişkin Bulgular

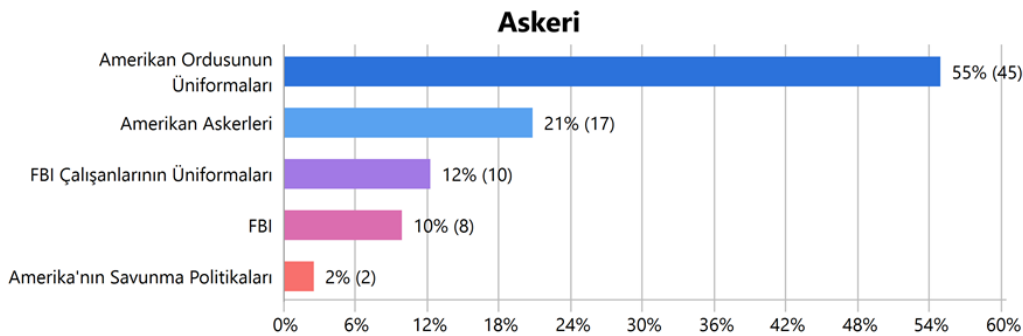


Şekil 16: Amerikan Ekonomisi

Amerikan ekonomisinin en önemli sembolü olan dolar, en fazla dikkat çeken ekonomik unsur olmaktadır. Doların küresel ekonomideki baskın rolü ve Amerikan para birimi olarak uluslararası ticaretteki yaygın kullanımı filmlerde de sık yer almasında önemli rol oynamaktadır. Kripto Para, ikinci sırada yer almaktadır. Dijital varlıkların son yıllarda popülerliğinin ve alternatif bir yatırım aracı olarak görülmesi sebebiyle filmlerde yer alan bir diğer ekonomik unsur olmuştur. Bitcoin ve Ratcoin ise diğer öğelere göre filmlerde daha az yer almıştır.

Amerika'nın emperyalist çalışmalarının bu denli başarılı olmasının arkasındaki temel güç ekonomidir. Tüm dünya piyasasına yön veren ve kendi para birimini uluslararası para birimi haline getiren Amerika filmlerde de doları sıkça göstermiştir. Ayrıca kısa sürede milyonlarca kullanıcıya ulaşan kripto paralar da sahnelerde geçmektedir. Bu durum ekonomik yayılcılığın göstergesidir. Amerika, filmlerde yer verdiği bu tarz sahnelerle dünya ekonomisinin temel belirleyicilerinden biri olduğunu, ülkesinin dünya para ve borsa piyasasında önemli bir aktör olduğunu vurgulamaktadır.

7.6.7. Askeri Kategorisine İlişkin Bulgular



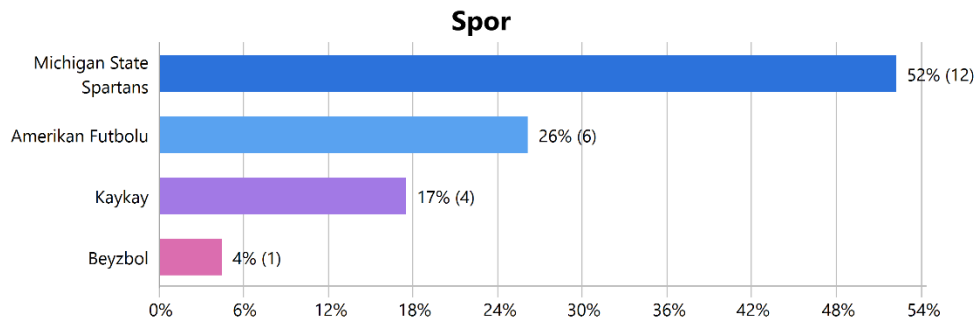
Şekil 17: Amerikan Askeri Unsurları

Amerikan ordusunun üniformaları en fazla dikkat çeken unsur olmaktadır. Birçok farklı çeşidi bulunan Amerikan ordusunun üniformaları global olarak tanınması ve gücü temsil etmesi sebebiyle filmlerde sıkça yer almaktadır. Amerikan askerleri, ikinci sırada bulunmaktadır. Amerikan askerlerinin hem küresel güvenlikteki rolü hem de kültürel temsillerdeki önemi filmlerde ön plana çıkarılmıştır. FBI çalışanlarının üniformaları, üçüncü sırada yer alırken FBI ise

dördüncü sırada yer almaktadır. Amerika'nın iç istihbarat ve güvenlik gücü olan FBI resmi görünümü, federal kuvvetler arasındaki etkinliği ve gücü nedeniyle filmlerde vurgulanan unsurlar arasında yer almaktadır. Amerika'nın savunma politikaları, bu kategoride en az vurgulanan unsur olmuştur. Bu durum savunma politikalarının daha soyut ve görsel olmayan bir alan olmasıyla ifade edilebilir.

Amerikan filmlerinde askeri ve güvenlik sahnelerinin oldukça fazla işlendiği görülmektedir. Gerek askeri gücünü gerekse de federal güvenliklerin eğitilmiş, başarılı ve yenilmez olduğunu kitlelere benimsetmeye çalışmış ve askeri yapılanmalarını tanıtmıştır. Filmlerde çatısı altındaki güvenlik güçlerinin tamamen iyi niyetli, barışçıl ve ülke güvenliği uğruna mücadele eden insanlar olarak lanse edildiği görülmüştür.

7.6.8. Spor Kategorisine İlişkin Bulgular



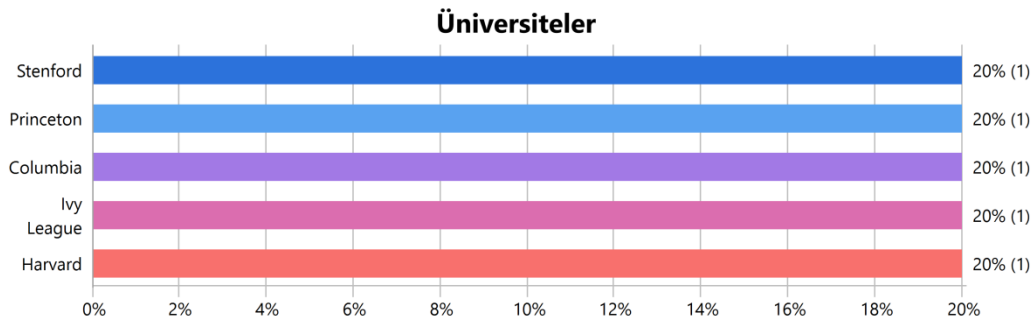
Şekil 18: Amerikan Sporları

Spor kategorisinde Michigan State Spartans en fazla dikkat çeken unsur olmaktadır. Amerikan üniversite spor kültürünün ve kolej takımlarının popülerliği filmlerde de yansıtılmıştır. Amerikan Futbolu ise ikinci sırada yer alarak, Amerika'da spor kültürünün en belirgin öğelerinden biri olmaya devam etmektedir. Gençlik kültürüyle ilişkilendirilen kaykay, %17 oranıyla filmlerde yer alan bir diğer spor dalı olmuştur. Beyzbol ise filmlerde en az vurgulanan spor dalı olmuştur.

Spor ülke tanıtımında ve kültüründe önemli yer tutmaktadır. Spor teması kapsamında elde edilen verilerde görüldüğü üzere Amerika'ya has spor faaliyetlerinin filmlerle ülke sınırları dışında gösterilmesi, Amerika'nın spor kültürünün dünyanın birçok yerine tanıtılma çabasının göstergesidir.

7.6.9. Eğitim Kategorisine İlişkin Bulgular

Eğitim kategorisinin alt başlığında kodlanan Üniversiteler kategorisine ilişkin veriler şu şekildedir:



Şekil 19: Amerikan Üniversiteleri

Bu kategoride Stanford, Princeton, Columbia, Ivy League ve Harvard üniversiteleri filmlerde eşit oranlarda yer almaktadır. Her biri %20 oranında dikkat çekmiş ve birbirinden ayrıışmamıştır. Dünya genelinde bilinen ve prestijli olan bu üniversiteler filmler aracılığıyla da izleyicilere tanıtılmıştır. Özellikle Harvard ve Stanford, akademik başarıları ve dünya çapındaki bilinirlikleriyle ön plana çıkmaktadır. Ivy League, tek bir üniversite yerine Ivy League'e dâhil olan üniversitelerin genel bir temsilini yansıtmaktadır. Princeton ve Columbia ise akademik başarı ve köklü geçmişleriyle tanınan okullar olarak yer almaktadır. Filmlerde ilgi çekici kampüs alanları ve eğitim sistemleri vurgulanmıştır.

Amerika dünyaca ünlü okullarını film sahnelerinde göstermeyi ihmal etmemiştir. Her biri en başarılı öğrencileri kabul eden ve dünyanın en donanımlı üniversiteleri arasında gösterilen bu okullar sahnelerde yer bularak Amerika'da eğitimin çekiciliği ve kalitesi pekiştirilmeye çalışılmıştır.

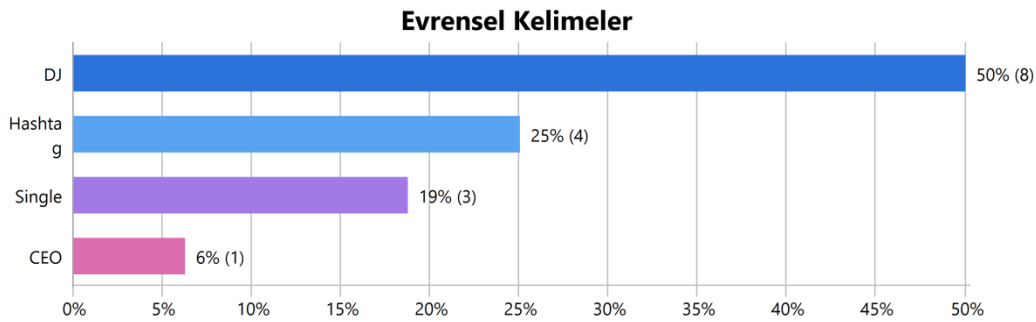
7.6.10. Yeme-İçme Kategorisine İlişkin Bulgular

Kod Sistemi	Don't Look Up	Forrest Gump	Pain Hustlers	6 Underground	TOPLAM
Yeme-İçme					0
> Karides	1	4			5
Σ TOPLAM	1	4	0	0	5

Şekil 20: Amerika'ya Özgü Yemekler

Bu kategoride Amerika'ya özgü yiyecek olan karides kodlanmıştır. Forrest Gump ve Don't Look Up filmlerinde toplamda 5 kez geçmiştir. Amerika'ya özgü olan ve Kuzey Amerika kıyılarında bulunan karides aynı zamanda yiyecek/içecek markaları kategorisinde yer alan Bubba Gump restoran zincirinin ana ürünü olarak dikkat çekmektedir.

7.6.11. Evrensel Kelimeler Kategorisine İlişkin Bulgular

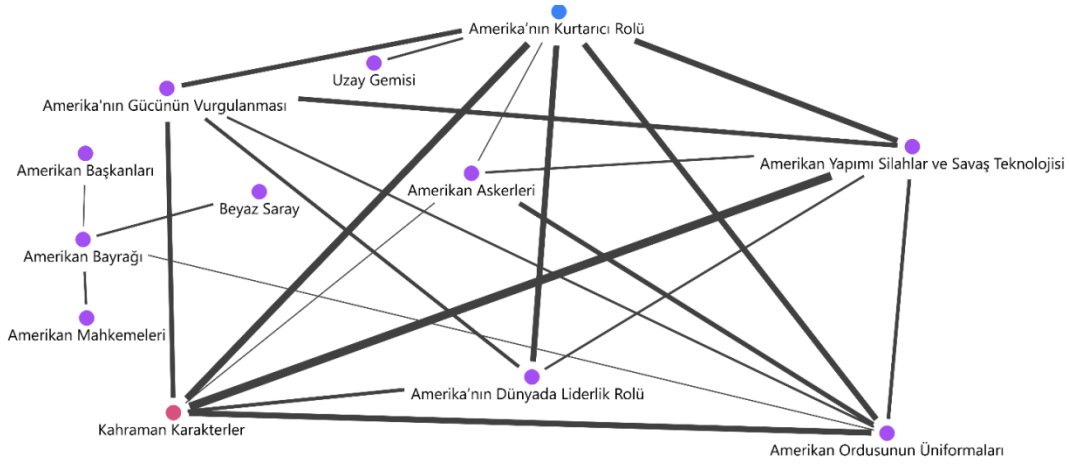


Şekil 21: Evrensel Kelimeler

DJ, en fazla dikkat çeken kelime olmaktadır. Bu durum, DJ'lerin popüler kültürde geniş yer tutması ve müzik dünyasında küresel bir figür haline gelmesiyle açıklanabilir. Hashtag, ikinci sırada yer almakta ve sosyal medya kullanımının küresel etkisini göstermektedir. Hashtag'ler, bilgi paylaşımı ve etkileşim için evrensel bir araç haline gelmiştir. Single, üçüncü sırada yer alarak,

müzik dünyasında tekli parçaların popülerliğini yansıtmaktadır. CEO, ise dördüncü sırada yer almaktadır.

Elde edilen tüm bulgular kapsamında filmlerde sıkça yer alan alt kodlar için kod haritası çizilerek şekil 22’de gösterilmiştir.



Şekil 22: Amerikan Kültürel Ögeleri Kod Haritası

Kod haritası, filmlerde Amerikan kültürünün kahramanlık, askeri güç ve küresel liderlik temaları etrafında şekillendiğini ortaya koymuştur. Kahraman karakterler, dünya liderliği ve kurtarıcı rol gibi kavramlarla sıkı bir bağ kurmuşlardır. Amerikan ordusu, teknolojisi ve sembolleri, ülkenin gücünü vurgulayan unsurlar olarak birbirlerini desteklemişlerdir. Sonuç olarak, Amerikan kültüründe gücün sembolleri (bayrak, Beyaz Saray, askerler), kahramanlık ve küresel liderlik anlatıları ile özdeşleşmiş ve güçlü bir şekilde yansıtılmıştır.



Şekil 23: Amerikan Kültürel Ögeleri Kelime Bulutu

Bu görselde, Amerikan kültürü ve sembollerine dair kavramlar farklı boyut ve renklerde sıralanmış, öne çıkan temaların yoğunluğu yansıtılmıştır. Büyük puntolu kavramlar, filmlerde daha sık vurgulanan veya öne çıkan unsurları

göstermiştir. Amerikan ordusunun üniformaları, Amerikan askerleri ve Amerikan yapımı silahlar ve savaş teknolojisi kavramları güçlü bir şekilde vurgulanmıştır. Bu durum, Amerikan kültüründe askeri güç ve savaş teknolojilerinin önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir. Amerikan bayrağı, kahraman karakterler, Amerika'nın dünyada liderlik rolü ve Amerikan başkanları gibi kavramlar, Amerika'nın küresel liderlik ve kahramanlık anlatılarındaki sembolik unsurlarını yansıtmıştır. Teknolojik ekranlar, Apple, DELL, NASA logoları gibi unsurlar, Amerikan kültürünün teknolojik ilerlemeye verdiği önemi vurgulamıştır. Dolar kavramının vurgulanması, Amerikan ekonomisinin küresel ölçekteki etkisini göstermiştir.

Sonuç

Kültür emperyalizmi, teknolojinin ve internetin gelişmesiyle birlikte faaliyetlerini dijital ortamlara da taşımaya başlamış, geleneksel mecraların yanı sıra dijital mecralarda da kendisine yer edinmiştir. Dijital yayıncılığın yaygınlaşmasıyla birlikte erişim sağlanan tüketici kitlesi genişlemiş, böylece kültürel etkileşim de artış göstermiştir. Özellikle televizyon yayıncılığının dijitalleşmesiyle birlikte kültür yayma aracı olarak önemli bir silah haline gelen dijital TV platformları kültür emperyalizminin uygulayıcısı haline gelmiştir. Bilhassa Netflix kültürler arasındaki etkileşimi artırmakta, egemen kültürün yerel kültürleri baskılamasında başat rol oynamaktadır. Amerikan menşeli olan Netflix, Amerikan kültürünü tüm dünyaya tanıtmaktadır. Hâkim kültür olan Amerikan kültürü ise yerel kültürleri etkisi altına alarak, yerel kültürlerin küreselleşmesinin önündeki en büyük engellerden biri olmaktadır.

Çalışma kapsamında incelenen, Netflix'te yer alan Amerikan yapımı filmlerde ise Amerika'nın kültürel öğeleri eğitim, spor, güç, liderlik, kahramanlık, bilim ve teknoloji, askeri, ekonomi, mimari, medya, Amerikan markaları, Amerika'ya özgü yiyecekler ve evrensel kelimeler gibi temalarda görülmüştür. Kültür emperyalizmi için önemli bir araç olan eğitim temasında üniversiteler dikkat çekmiş, dünya genelinde bilinen üniversitelere yer verilmiştir. Amerika filmlerde eğitime vurgu yaparak ve küresel alanda kendi bünyesindeki üniversiteleri, eğitim kalitesini ve göz alıcı kampüslerini tanıtmaktadır. Spor kategorisinde ise birçok spor dalını bünyesinde bulunduran, köklü bir spor kulübü olan Michigan State Spartans Amerika'nın spor kültürünü vurgulamaktadır. Amerika'da yaygın olmasının yanı sıra dünya genelinde de ilgi gören Amerikan futbolu, özellikle gençlerle özdeşleşen kayak ve tarihi çok eskilere dayanan beyzbol Amerika'nın spor alanında küresel bazda kendisine pazar yaratmasında önemli rol oynamaktadır. Bir diğer kategori ise güç sembolleri kategorisidir. Bu kategoride Amerika'yı yansıtan bayrak, eyaletler, başkanlar, mahkemeler, Amerika'nın kahramanlık, liderlik ve kurtarıcı rolleri üzerinde durulmuştur. Amerika için son derece önemli olan bu kültürel öğelerle Amerikan ulusal gücüne, kimliğine, hukuk sistemine, küresel olaylardaki etkisine ve rolüne dikkat çekilmiştir. Bilim ve teknoloji kategorisinde özellikle Amerika'ya ait olan silah ve savaş teknolojileri, uçaklar ve helikopterler sıkça yer almıştır. Ayrıca teknolojik ekranlar, robotlar, NASA gibi alanlar da bu kategorideki önemli unsurlardandır. Askeri kategorisine ilişkin verilerde ise Amerikan askerleri, FBI çalışanları ve Amerika'nın savunma politikaları ele alınmıştır. Amerika filmlerinde bu öğelerle güvenlik güçlerine ve politikalarına dikkat çekerken bu alandaki gücünü ulusal arenada sergilemektedir. Ekonomi

kategorisinde Amerikan para birimi olan dolar ve kripto para birimleri dikkat çekmiştir. Amerika'nın özellikle kendi para birimine yer vermesi küresel ekonomideki ve borsadaki varlığını vurguladığını göstermektedir. Mimari kategorisinde ise ikonik yapılardan özgürlük heykeli ve Beyaz Saray, kentsel mimariden banliyö evleri ve gökdelenler gözlemlenmiştir. Özellikle Beyaz Saray ile uluslararası alanda siyasi gücüne dikkat çekerken, geleneksel banliyö kültürünün devam etmesinin yanı sıra gökdelenler vasıtasıyla da modern kentleşmenin gerçekleştiği görülmektedir. Kültür emperyalizminin en önemli aktarıcısı olan medya kategorisinde kanallar, dergiler ve sosyal mecralar işlenmiştir. Amerika'ya ait uluslararası kanalların, dergilerin ve tüm dünyada yaygın olarak kullanılan sosyal mecraların filmlerde kendine yer bulması, Amerika'nın küresel medya alanındaki gücünü gözler önüne serdiğini göstermektedir. Amerikan markaları kategorisinde ise giyim, araba, teknoloji ve yiyecek/içecek markaları yer almaktadır. Her biri küresel hale gelen bu markalar filmler aracılığıyla da bireylerin zihinlerinde yer edinmektedir. Yeme-içme kategorisinde ise Amerika'ya özgü yemeklerden olan karides dikkat çekmektedir. Amerika kendi yemek kültürüne ait olan karidese filmlerinde yer vermiş, tüm dünyada yaygın olarak tüketilen bu ürünün kendilerine ait olduğunu vurgulamıştır. Kültür emperyalizminin bir diğer aktarım aracı dildir. Bu filmlerde de İngilizce olan fakat dünya genelinde sıkça kullanılan kelimeler ele alınmıştır. Evrensel kelimeler kategorisinde verilen bu kelimeler farklı dile sahip ülkeler tarafından da kullanılmaktadır.

Filmlerde kültürel değer ve semboller arasında özellikle Amerikan bayrağı ön plana çıkmaktadır. Bu durum Amerika'nın bağımsızlığını, gücünü ve milli değerlerini vurguladığını göstermektedir. Ayrıca Amerika'nın kahramanlık ve liderlik özellikleri filmlerde sık sık yer almıştır. Bu sayede güçlü Amerika, dünyada krizlerde öncü olan, ülkelere bağımsızlık, demokrasi getirme vaadiyle müdahalelerde bulunan ve kurtarıcı rolü üstlenen bir imaj yaratmaktadır. Filmlerde dolar sıkça geçmektedir. Evrensel para birimi olan ve tüm dünyada kullanılan dolar, Amerika'nın ekonomik gücünü yansıtmaktadır. Bunun yanı sıra Amerika'nın askeri gücü de ön plana çıkarılmıştır. Özellikle Amerikan ordusunun küresel alandaki başarıları, korkusuzluğu ve bağımsızlık mücadelesi üzerinde durulmuştur. Bilim ve teknolojiyi de filmlerinde sıkça işleyen Amerika, NASA çalışmaları, teknolojik ekranlar, robotlar ve savaş teknolojisindeki gücünü tüm dünyaya resmetmektedir. Tüm dünyada bilinen ve tüketiciler tarafından tercih edilen Apple, Dell, Nike, Tommy Hilfiger, Under Armour, Coca Cola, Heinz, Sprite gibi küresel markalar filmlerde dikkat çekmiştir. Bu durum Amerika'nın markalarıyla pazarda geniş bir paya sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca medya da ön plana çıkan bir diğer alan olmuştur. CNBC, BBC gibi kanallar; People, Playboy dergileri ve Twitter (X), YouTube gibi sosyal mecralar filmlerde dikkat çeken unsurlar olmuştur. Küresel alanda da tanınan kanal, dergi ve sosyal mecralar Amerika'nın uluslararası alanda sağladığı medya gücünün göstergesidir.

Netflix, başta Amerikan kültürü olmak üzere dünya genelinde kültür emperyalizminin taşıyıcısı konumuna gelmiştir. Ülkelerin kendine has kültürel öğeleri, milli değerleri, güç sembolleri, ekonomik yapısı ve gücü, eğitim sektörü, sağlık ve spor gibi kendileri ile özdeşleşmiş ideolojilerini Netflix'te yer alan filmlerde geniş bir şekilde işlediği görülmüştür. Böylece küresel alanda ilgi gören

ve dünyanın hemen her yerinde izleyici kitlesi olan Netflix, kültürler arasındaki mesafeyi ortadan kaldırmıştır. Bu durum ise egemen kültürün yayılmasına ve kültürlerin tek tipleşmesine neden olmaktadır. Netflix'in Amerikan menşeli olması ise Amerikan kültürel öğelerini izleyicilere aktarmasında önemli bir araç olmaktadır. Amerika'nın kendi ideolojisini ve kültürel değerlerini Netflix'te yer alan Amerikan yapımı filmlerde işlediği ve önem verdiği hususları filmlerde sık sık vurguladığı görülmüştür.

Netflix'te birçok ülke kendi yapımları olan dizi ve filmleri sunarak dünyada çok sayıda insana kültürlerini tanıtabilmektedir. Geniş izleyici kitlesine sahip olması ve küresel alanda hizmet vermesi içerik üreticilerinin de Netflix'e yönelmesinde başat rol oynamaktadır. Buradaki içeriklerde ülkeler kendi ideolojilerine, kültürel değerlerine, ülkeye has öğelere sıkça yer vermektedir. İzleyiciler ise Netflix'te yayınlanan dizi/filmlerde kendilerine aktarılan kültürel öğelerden etkilenmektedir. Filmlerde ülkelerin kültürlerinin kusursuz ve ilgi çekici olarak aktarılması, insanların o kültüre olan ilgisini de artırmaktadır. Bu durum hayran kültürü oluşmasında önemli bir paya sahiptir.

Başta Netflix olmak üzere, dijital TV platformları kültür emperyalizmi için yeni bir aktarıcı haline gelmiştir. Bu platformlar ülkelerin kültürlerini yayma, ideolojilerini aktarma konusunda önemli yer tutmaktadır. Bilhassa iletişim teknolojilerinin hâkimiyetini elinde bulunduran Batı ülkelerinin kültürel alanda yayılmasına hizmet etmektedir. Bu platformların geniş kitleler tarafından benimsenmesi uluslararası alanda kültürün yeniden yapılanmasına olanak sağlamaktadır. Hemen hemen dünyanın her yerine ulaşan bu platformlar kültür emperyalizmi için yeni alanlar oluşturmaktadır. Kitlelere empoze edilen kültürel değer ve öğeler, geleneksel mecralara kıyasla Netflix gibi platformlarda daha yoğun şekilde işlenmektedir. Ayrıca hedef kitleye erişim ve öğelerin aktarımı daha kolay olmaktadır. Sonuç olarak Netflix başta olmak üzere dijital TV platformları, temel amaçları çerçevesinde yayınladıkları içeriklerle hâkim kültür olan Amerikan kültürünü tüm dünyaya yayarak yerel kültürleri baskı altına almaktadır. Bu kapsamda Netflix, kültür emperyalizminin ve Amerikan emperyalizminin yayılmasında, etki alanını genişletmesinde ve kültüre yön vermesinde önemli rol oynamaktadır.

Kaynakça

- Akgül, M. (2020). Kimlik Mekânı Olarak Ağ Grupları: Facebook'ta Giritli Kimliğinin Yeniden İnşası. İçinde O. Önürmen (Ed.), *Yeni Medya Yeni Mekân Yeni Mesaj* (ss. 67-86). Konya: Palet Yayınları.
- Aslan, P. (2020). *Dijitalleşme ve İletişim* (1. bs). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Aydın, D. (2023). Yerel Kültürün Küreselleşmesi Hala Mümkün Mü?: Netflix Türkiye ve Egemen Kültür Üzerine Bir İnceleme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 11(1), 715-743. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.1189664>
- Aytekin, M. (2021). Dijital Platformlar ve Sinema: Netflix'in Sinema Stratejisi Üzerine Bir Değerlendirme. İçinde H. Semiz Türkoğlu (Ed.), *Dijitalleşme Çağında Değişen İletişim Dinamikleri* (1. bs, ss. 79-115). İstanbul: Beta Yayıncılık.

- Bagge, H. E. (2011). Emperyalizm Kuramları ve Amerikan Kamu Diplomasisi. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi*, (28), 63-79.
- Balcı, F. (2019). Dijital Kültürde Siyaset ve Halkbilimi İlişkisi. İçinde M. Özdemir (Ed.), *Dijital Kültür* (1. bs, ss. 269-284). İstanbul: Arı Sanat Yayınları.
- Baloğlu, U., & Birincioğlu, Y. D. (2021). Bir Kültürel Tüketim Pratiği Olarak Netflix Dizileri. *Alanya Akademik Bakış Dergisi*, 5(2), 547-570. <https://doi.org/10.29023/alanyaakademik.821572>
- Beyaz Özbey, İ. (2022). Dijitalleşme, Sosyal Medya Ve Risk Toplumu. *İmgelem*, 6(10), 141-158. <https://doi.org/10.53791/imgelem.1053815>
- Bolat, N. (2021). Televizyon Yayıncılığında Dijital Platformlarla Dönüşen İzleyici. İçinde İ. H. Yaşar (Ed.), *Dijitalleşme Ekseninde İletişim, Kültür ve Medya* (ss. 187-207). Konya: Literatürk Academia Yayınları.
- Burç, M., & Tanyeri Mazıcı, E. (2023). Kültür Endüstrisi Aracı Olarak Dijital Yayıncılık: Dijital Tv Platformları Üzerine Durum Çalışması. *İletişim Ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 133-166. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7785622>
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (22. bs). Ankara: Pegem Akademi.
- Can, E. N., Koçer, M., & Hekimoğlu Toprak, H. (2021). Tüketicilerin Netflix Kullanımları Üzerine Bir Araştırma. *Erciyes Akademi*, 35(1), 323-344.
- Collins Dictionary. (2024). Geliş tarihi 04 Kasım 2024, gönderen <https://www.collinsdictionary.com/> website: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/imperialism>
- Çaycı, B., & Karagülle, A. E. (2016). İletişimin Dijitalleşmesi ve Kültürel Melezleşme. *Global Media Journal TR Edition*, 6(12), 570-586.
- Er, H. E. (2022). Dijital Platformların İzleyici Alışkanlıkları Üzerindeki Etkisi: Netflix Örneği. *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 117-142. <https://doi.org/10.34086/rteusbe.1114260>
- Genel, M. G. (2021). Medya Emperyalizmi, Şirketlerin İdeolojik Aygıtları (ŞİA) ve Sömürü Stratejileri. İçinde M. G. Genel (Ed.), *Medya Emperyalizmi* (1. bs, ss. 1-56). Ankara: Berikan Yayınevi.
- Gerger, H. (2011). Amerikan Emperyalizminin Ayırdedici Özellikleri. Geliş tarihi 05 Şubat 2024, gönderen [Www.praksis.org](http://www.praksis.org) website: <https://www.praksis.org/wp-content/uploads/2011/07/011-01.pdf>
- Gökler, K., & Burç, M. (2021). Kamu Diplomasisi Faaliyetlerinin Dijital TV Platformları Üzerinden Uygulanmasına Yönelik Bir Araştırma: Netflix Örneği. İçinde M. Temel & Ö. F. Koçak (Ed.), *Dijital Çağda İletişim, Kültür ve Medya I* (ss. 71-110). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Gray, J., & Rumpe, B. (2015). Models for Digitalization. *Software & Systems Modeling*, 14(4), 1319-1320. <https://doi.org/10.1007/s10270-015-0494-9>

- Gümüş, B. (2021). Maraton İzleyiciliğinden Aşırı İzlemeye: Netflix'in İzleme Alışkanlıklarına Etkisi. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (37), 147-169. <https://doi.org/10.17829/turcom.862011>
- Güngör, G. (2021). *Amerikan Emperyalizmi Yeni Sömürgecilik* (1. bs). İstanbul: Cinius Yayınları.
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (5. bs). Ankara: Seçkin Yayınları.
- İltaş, G. (2022). Netflix'in Ülkelere Göre Farklılaşan İletişim Stratejisi Üzerine Bir İçerik Analizi: Amerika ve Türkiye Örnekleri. İçinde K. Duman (Ed.), *Netflix Etkisi: Dijital Çağda Ekran Kültürü* (ss. 153-171). İstanbul: Urzeni Yayınevi.
- Jin, D. Y. (2013). The Construction of Platform Imperialism in the Globalization Era. *tripleC*, 11(1), 145-172.
- Keser, E. (2024). Kültürel Emperyalizm Bağlamında Yeni Dijital Sömürgecilik Uygulamaları: GeForce NOW ve Game Pass. *Bılar: Bilim Armonisi Dergisi*, 7(1), 135-153. <https://doi.org/10.37215/bilar.1487367>
- Kırık, A. M. (2024). Türkiye'de Dijital Yayıncılığın Gelişim Süreci ve Fırsatları. *TRT Akademi Dergisi*, 9(21), 579-591. <https://doi.org/10.37679/trta.1493621>
- Kocaoğlu, A. M. (1996). Rusya'nın Tarihe Düşen Emperyalist Gölgesi. *Bilig*, (3), 39-52.
- Kongar, E. (1997). *Kültür Üzerine*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Korkmaz, A. (2021). *Medya ve Kültür Emperyalizmi Küreselleşmenin Yerel Kültüre Etkisi*. Ankara: Akademisyen Kitabevi.
- Lull, J. (2001). *Medya İletişim Kültür* (N. Güngör, Çev.). Ankara: Vadi Yayınları.
- Mavnacıoğlu, K. (2022). Covid-19 Pandemi Sürecinde Netflix'in İletişim Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi. İçinde K. Duman (Ed.), *Netflix Etkisi: Dijital Çağda Ekran Kültürü* (ss. 265-278). İstanbul: Urzeni Yayınevi.
- Metin, O., & Ünal, Ş. (2022). İçerik Analizi Tekniği: İletişim Bilimlerinde ve Sosyolojide Doktora Tezlerinde Kullanımı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 273-294. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1227356>
- Mohammadi, A. (1991). Kültür Emperyalizmi ve Kimlik Sorunu. İçinde Y. Kaplan (Ed.), *Enformasyon Devrimi Efsanesi* (ss. 323-343). Kayseri: Rey Yayıncılık.
- Mora, N. (2008). Medya ve Kültürel Kimlik. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(1), 1-14.
- Morley, D., & Robins, K. (1997). *Kimlik Mekânları Küresel Medya, Elektronik Ortamlar Ve Kültürel Sınırlar* (1. bs; E. Zeybekoğlu, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Netflix. (2024). Geliş tarihi 06 Haziran 2024, gönderen <https://about.netflix.com/tr> website: <https://about.netflix.com/tr>

- Özbaş Anbarlı, Z. (2019). Dijital Kültür. İçinde M. Küçük (Ed.), *Çevrimiçi İletişim ve Yansımaları* (1. bs, ss. 76-90). Ankara: Gece Akademi.
- Özçetin, B. (2018). *Kitle İletişim Kuramları Kavramlar, Okullar, Modeller* (1. bs). İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Özdemir, M. (2019). Kültürün Dönüşümü veya Dijitalleşme. İçinde M. Özdemir (Ed.), *Dijital Kültür* (1. bs, ss. 17-49). İstanbul: Arı Sanat Yayınları.
- Özdemir, N., & Akpınar, B. (2022). Kültürel Emperyalizm ve Yeni medya: Türk Toplumunda Kore Kültürü Örneği. *Olgu Sosyoloji Dergisi*, 1(1), 20-26.
- Özel, M. (2019). Kültür Emperyalizmi Bağlamında Türkiye’de Cadılar Bayramı. *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 14(54), 75-92.
- Petras, J. (1994). Cultural Imperialism in Late 20th Century. *Economic and Political Weekly*, 29(32), 2070-2073.
- Proksch, D., Rosin, A. F., Stubner, S., & Pinkwart, A. (2021). The Influence of a Digital Strategy on The Digitalization of New Ventures: The Mediating Effect of Digital Capabilities and a Digital Culture. *Journal of Small Business Management*, 62(1), 1-29. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1883036>
- Ritzer, G. (2011). *Küresel Dünya* (1. bs; M. Pekdemir, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sabuncuoğlu İnanç, A., Kaya, B. S., & Başoğlu, B. (2022). Kültür Emperyalizmi Bağlamında Black Friday İndirim Dönemi: Hepsiburada ve Trendyol E-Pazaryeri Sitelerinin Reklam Mesajlarının Analizi. İçinde A. İşman, A. Z. Özgür, Y. Adıgüzel, N. Akıncı Çötök, D. Çiftçi, & M. Öztunç (Ed.), *İletişim Çalışmaları 2022* (1. bs, ss. 131-158). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Sarı, Ü., & Türker, H. (2021). Dijital Platform Kullanıcılarının İzleme Alışkanlıklarına Yönelik Bir Araştırma: Netflix Örneği. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 59-80. <https://doi.org/10.18037/ausbd.902558>
- Sayar, T. E. (2021). Dijital Oyunlar Medya Emperyalizmi İlişkisi Üzerine Eleştirel Bir İnceleme. İçinde M. G. Genel (Ed.), *Medya Emperyalizmi* (1. bs, ss. 123-146). Ankara: Berikan Yayınevi.
- Schiller, H. (1989). *Culture Inc. The Corporate Take Over of Public Expression*. Oxford, New York: Oxford University Press.
- Schiller, H. (1992). *Mass Communications and American Empire* (2. bs). Amerika: Westview Press.
- Schiller, H. (2018). *Communication And Cultural Domination*. London: Routledge.
- Söğüt, F. (2020). Blu Tv Netflix’e Karşı: İçeriklere Yönelik Bir Karşılaştırma. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 10(4), 408-422.
- Sözüer, A. (2019). İşletmelerin Uluslararasılaşması ve Dijital Dönüşüm. İçinde I. Mendes Pekdemir (Ed.), *İşletmelerin Kaçınılmaz Yolculuğu: Dijital Dönüşüm* (1. bs, ss. 235-258). İstanbul: Beta Yayıncılık.

- Stevenson, N. (2008). *Medya Kùltürleri, Sosyal Teori ve Kitle İletişimi* (G. Orhon & B. E. Aksoy, Çev.). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Taylan, H. H., & Arklan, Ü. (2008). Medya ve Kùltür: Kùltürün Medya Aracılığıyla Kùreselleşmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 85-97.
- Tomlinson, J. (2020). *Kùltürel Emperyalizm Eleştirel Bir Giriş* (2. bs; E. Zeybekoğlu, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Wood, E. M. (2014). *Sermaye İmparatorluğu* (O. Köymen, Çev.). İstanbul: Yordam Kitap.
- Yalçınkaya, A. (2019). Arap Baharı ve Kùltürel Emperyalizm. *Emperyalizm, Hegemonya ve İstihbarat Faaliyetleri*, 175-208. Giresun: Atatürk Araştırma Merkezi Yayınları.
- Yarımsakal, G. (2019). Kùreselleşme, Reklamlar ve Kùltürel Emperyalizmin Etkileri. *Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 101-118.
- Yaylagül, L. (2018). Herbert Schiller'in İletişim Kuram Ve Araştırmalarına Katkısı. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakùltesi Uluslararası Hakemli Dergisi*, 26(2), 11-23.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (11. bs). Ankara: Seçkin Yayınları.
- Yüksel, H. (2021). Medya Emperyalizminin Taşıyıcı Gücü Olarak Televizyon Dizileri "The Walking Dead" Örneği. İçinde M. G. Genel (Ed.), *Medya Emperyalizmi* (1. bs, ss. 147-186). Ankara: Berikan Yayınevi.

Netflix Orjinal Türk Dizilerinin Dijital Kültür Diplomasisi Bağlamında Uluslararası Öğrenciler Tarafından Alımlanması Üzerine Bir Araştırma*



Muhammed
Ersin TOY¹

¹ Dr,
nehreyn@gmail.com
ORCID: 0000-0003-4851-5321

Gönderilme / Received
09.02.2025

Kabul Tarihi / Accepted
27.03.2025

Yayın Tarihi / Published
31.03.2025

Öz

Dijital platformlar, günümüzde geleneksel televizyon yayıncılığının oluşturduğu popüleritenin ötesine geçerek, yalnızca bir eğlence aracı olmaktan çıkmış ve küresel ölçekte etkili bir endüstri haline gelmiştir. Uzun yıllar boyunca Hollywood'un egemenliğinde şekillenen bu sektör, dijital platformların yükselişiyle birlikte derin bir dönüşüm sürecine girmiştir. Bu dönüşümün en dikkat çekici aktörlerinden biri olan Netflix, aynı zamanda dijital kültür diplomasisinin en güçlü temsilcilerinden biri olarak öne çıkmaktadır.

Bu çalışma, Netflix'in orijinal yapımı olan 23 Türk dizisinin, dijital kültür diplomasisi bağlamında, Türkiye'de Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı bursuyla öğrenim gören 36 uluslararası öğrenci tarafından nasıl alımlandığını incelemektedir. Alımlama analizi kapsamında derinlemesine mülakat yöntemi kullanılmış; yarı yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanmıştır.

Bu çalışmanın bulguları, katılımcıların büyük bir kısmının Netflix'in Türk dizi içeriklerinde Türk kültürünü ve Türk imajını yeterince doğru bir şekilde yansıtmadığı yönünde bir algıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır. İçeriklerde yerel unsurlar bulunsun da, bu unsurların çoğunlukla küresel bir anlatının Türkçe versiyonu olarak değerlendirildiği ifade edilmiştir. Katılımcılar, milli ve manevi değerlerin ya çarpıtılarak aktarıldığını ya da yalnızca yüzeysel biçimde, dekoratif bir popüler kültür öğesi olarak kullanıldığını belirtmişlerdir. Bu bağlamda, Netflix'in sunduğu Türk toplumuna dair imajın çoğunlukla olumsuz bir anlatı içerdiğine dikkat çekmişlerdir. Ayrıca, Netflix'in Türkiye'yi turizm destinasyonu olarak etkileyici biçimde tanıttığı kabul edilmekle birlikte, toplumsal ve sosyolojik bağlamda olumsuz bir dijital kültürel anlatı sunduğu vurgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Kültür Diplomasisi, Uluslararası Öğrenciler, Netflix, Netflix Türkiye, Dijital Platformlar, Soft Power.

* Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. Benzerlik tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No similarity detected.

** Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed.

*** Bu makale "Netflix'teki Türk Dizilerinin Türkiye'de Öğrenim Gören Yabancı Uyraklı Üniversite Öğrencileri Üzerindeki Etkisine Yönelik Bir Araştırma" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

This article is derived from his doctoral dissertation titled "A Research on the Effects of Turkish TV Series on Netflix on Foreign University Students Studying in Turkey".

**** Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

Kaynak gösterme / To cite this article: Toy, M. E. (2025). Netflix Orjinal Türk Dizilerinin Uluslararası Öğrenciler Tarafından Alımlanması Üzerine bir Araştırma. İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi, 5(1), 189-214. doi: 10.59534/jcss.1636430



Research on the Reception of Netflix Original Turkish Series by International Students A Research on the Reception of Netflix Original Turkish Series by International Students



Muhammed
Ersin TOY¹

¹ Dr,
nehreyn@gmail.com
ORCID: 0000-0003-4851-5321

Gönderilme / Received

09.02.2025

Kabul Tarihi / Accepted

27.03.2025

Yayın Tarihi / Published

31.03.2025

Abstract

Digital platforms have surpassed traditional television broadcasting, evolving beyond mere entertainment tools to become a globally influential industry. Once dominated by Hollywood, this sector has undergone a profound transformation with the rise of digital platforms. Among the leading actors in this transformation, Netflix stands out as one of the most effective representatives of digital cultural diplomacy.

This study examines how 23 original Turkish series produced by Netflix are perceived in the context of digital cultural diplomacy by 36 international students studying in Turkey with scholarships from the Presidency for Turks Abroad and Related Communities (YTB). The study employs in-depth interview methods within the framework of reception analysis, utilizing a semi-structured interview technique to gather data.

The findings of this study indicate that a significant portion of the participants believe that Netflix's Turkish series do not accurately reflect Turkish culture and national identity. Although local elements are present in the content, they are often perceived as a localized version of a global narrative rather than a genuine representation of Turkish culture. Participants expressed concerns that national and spiritual values are either distorted or merely included as superficial, decorative elements of popular culture. Moreover, they highlighted that the image of Turkish society portrayed by Netflix carries a predominantly negative narrative.

Keywords: Digital Cultural Diplomacy, International Students, Netflix, Netflix Turkey, Digital Platforms, Soft Power.

Giriş

Bu çalışma, “Netflix Orjinal Türk Dizilerinin Uluslararası Öğrenciler Tarafından Alınlanması Üzerine bir Araştırma” başlığı altında, dijital kültür diplomasisi kavramını merkeze alarak, dijital TV platformlarının uluslararası alanda ülkelerin imajını kültürel unsurlar aracılığıyla nasıl inşa ettiğini incelemektedir. Özellikle kültürel aktarımda önemli bir araç olarak değerlendirilen diziler, hem kültürel hem de yaratıcı endüstri ürünleri arasında kritik bir yere sahiptir. Türk yapımı diziler, ihraç edildikleri ülkelerde Türk kültürüne, yaşam tarzına ve tüketim alışkanlıklarına yönelik bir cazibe ve ilgi uyandırmaktadır. Bu bağlamda, Netflix gibi küresel dijital platformlarda yayınlanan orijinal Türk yapımı dizilerin, Türkiye’nin kültürel kimliğini ve unsurlarını ne ölçüde ve nasıl yansıttığı, bu dizilerin izleyici kitleleri üzerinde nasıl bir etki yarattığı bu araştırmanın odak noktasını oluşturmaktadır. Araştırma, kültürel diplomasi perspektifinden hareketle, bu dizilerin uluslararası alanda Türkiye imajına nasıl katkıda bulunduğunu ve Türkiye’de öğrenim gören yabancı öğrenciler üzerindeki etkilerini kapsamlı bir şekilde ele almaktadır.

Netflix, 2016 yılından itibaren 190’dan fazla ülkede içeriklerini izleyicilere sunan küresel bir medya devi olarak tanınmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri merkezli olan bu şirket, Amerika dışındaki ülkelerde de Netflix Original yapımlarıyla yerel içerikler üretmekte ve bu içerikleri küresel çapta pazarlamaktadır. Netflix’in ürettiği yerel içerikler, bulundukları bölgenin dilsel ve kültürel özelliklerini barındırır da, aslında evrensel bir “Netflix” estetiğine sahiptir. Bu içerikler, üretildikleri bölgelerin kültürel ve dilsel kodlarını kullanırken aynı zamanda “endüstrileşmiş ideolojik tüketim nesneleri” olarak kültür endüstrisine hizmet etmektedir. Bu yapımlar, tekdüze gerçeklik kalıplarının tekrarı niteliğinde olup, temelde Netflix’in küresel anlam ve örüntülerini vurgular. (Toy, 2024, s. 12)

Yerel içerik denildiğinde genellikle bir ülkenin yerel televizyon veya sinemasının yayınladığı dizi ya da filmler akla gelir. Ancak Netflix, yerel olarak ürettiği bir içeriği küresel çapta dağıtarak ve pazarlayarak bu anlayışı değiştirmiştir. Netflix, yerel dil ve kültürel öğeleri küresel pazarda bir pazarlama aracı olarak kullanmakta ve bu unsurları, küresel ölçekte izleyiciyi çekmek ve yerel pazarlarda kalıcı olmak için bir strateji olarak görmektedir. Lotz (2020, s.11), bu durumu şu şekilde ifade etmektedir: Netflix’in içerik üretiminde, yerel kültürlerin yalnızca belirleyici değil, aynı zamanda bu içeriklerin farklı pazarlarda ticari başarı sağlamasında da önemli bir rol oynamaktadır. Örneğin, “Bir Başkadır” (2020), “Fatma” (2021), “Terzi” (2023) ve “Kübra” (2024) gibi diziler, Orta Doğu ve Kuzey Afrika bölgelerinde, yerel ve kültürel özellikleri ön planda olduğu için yayına alınmıştır. Bu tür yerel ve kültürel öğeleri barındıran içerikler, kültürel yakınlık bulunan ülkelerdeki Netflix platformlarında sergilenmekte ve bu içeriklerin hangi bölgelerde gösterileceğine dair kararlar Netflix tarafından verilmektedir. Bu durum, Netflix’in küresel çapta kültürel ürünlerin dolaşımını kontrol eden bir “eşik bekçisi” olarak hareket ettiğini göstermektedir. Böylece, içeriklerin platformun belirlediği sınırlar içinde dolaşması sağlanmakta ve bu sınırlar, içeriklerin hangi pazarlarda sunulacağını ve hangi kitlelere ulaşacağını belirlemektedir.

Netflix kendisini şu şekilde tanımlamaktadır: “Netflix, 190’dan fazla ülkede

300 milyon kullanıcıya farklı türlerde ve dillerde dizi, film, oyun ve çok daha fazlasını sunan dünyanın lider eğlence platformudur. Üyelerimiz, sunduğumuz sonsuz seçenek arasında arzu ettiklerini istedikleri zaman, istedikleri yerde, istedikleri kadar izlemenin, duraklatıp kaldıkları yerden devam etmenin keyfini çıkarır; gönüllerince oyun oynayabilir ve üyelik planlarını diledikleri zaman değiştirebilir”. (Toy,2024, s.13)

Netflix, 2016 yılında Türkiye pazarına giriş yapmış; ancak özgün içerik üretimine 2018 yılı itibarıyla başlamıştır. Bu tarihten itibaren Türkiye’de 24 dizi ve 23 filmin yapımcılığını üstlenerek, ülkeye verdiği stratejik önemi açıkça ortaya koymuştur. Son yıllarda Türkiye, “Türkiye Yüzyılı” vizyonu çerçevesinde, özellikle Orta Doğu ve Asya coğrafyasında en popüler ülkelerden biri haline gelmiştir. Bu bölgelerdeki izleyiciler, Türkiye’yi dizi ve filmler aracılığıyla yakından takip etmekte ve bu içeriklere yoğun ilgi göstermektedir. Netflix, bu algı ve popülerliği avantaja çevirerek, Türk dizilerini ve içeriklerini, Türkiye markasını ve imajını kullanarak bu pazarlarda yaygınlaştırmakta ve bu yolla önemli bir ekonomik kazanç elde etmektedir. Türkiye’nin kültürel kimliğini uluslararası izleyiciye adeta bir “meta” olarak sunan Netflix, içerik üretim sürecinde hedef ülke ve izleyici kitlesini dikkate alarak kapsamlı bir planlama yapmaktadır. Senaryo aşamasından mekân seçimine, sinematografiden oyuncu tercihlerine kadar birçok unsur, içeriğin pazarlanacağı coğrafyaya göre şekillendirilmektedir.

Netflix Türkiye, farklı ülkelerle ortak projeler geliştirerek kültürlerarası etkileşimi artırmayı hedeflemektedir. Örneğin, Almanya ile ortaklaşa çekilen “She Said Yes” filmi, büyük ölçüde Türkiye’de çekilmiş ve Türk ekiplerle hayata geçirilmiştir. Hamburg’dan İstanbul’a uzanan bu hikâye, hem Almanya’daki Türk izleyicilere hem de Türkiye’deki izleyicilere hitap etmektedir. Bu tür projelerle Netflix, kültürel farklılıkların bir arada nasıl yaşayabileceğini ve bu farklılıkların nasıl güçlendirici bir unsur olarak kullanılabileceğini vurgulayan toplumsal mesajlar vererek izleyici kitlesini etkilemeyi amaçlamaktadır.

Netflix’in bu stratejisi, yalnızca Türkiye’nin değil, aynı zamanda Türkiye üzerinden tüm Orta Doğu ve Asya pazarlarının potansiyelini değerlendirmeye yöneliktir. Türkiye’nin kültürel zenginlikleri, tarihi ve modern yaşantısı, Netflix’in uluslararası izleyici kitlesi için büyük bir çekim noktası oluşturmaktadır. Netflix’in birçok içeriğinde yabancı uyruklu Türk vatandaşları ve farklı din mensupları yer almakta, bu sayede küresel piyasada dikkat çekici hikâyeler oluşturulmaya çalışılmaktadır. Örneğin, “Terzi” dizisinde Rum karakterler yer alırken, “Kulüp”, “Pera Palas’ta Gece Yarısı”, “Biz Kimden Kaçıyorduk Anne”, “Zeytin Ağacı” ve “Şahmaran” dizilerinde çeşitli etnik gruplardan Türk vatandaşlarının başrolleri üstlendiği görülmektedir. Bu tür yapımlar, Türkiye’nin uluslararası alandaki kültürel diplomasisine de katkıda bulunmakta ve Türk kültürünün küresel bir izleyici kitlesine ulaşmasını sağlamaktadır.

Gökler ve Burç (2021,s.105), Netflix’in içerik üretiminde ve dağıtımında izlediği stratejilerin, küresel ölçekte etkili bir “algı yönetimi” aracı olarak işlev gördüğünü ifade etmektedir. Netflix, ürettiği yapımlar aracılığıyla belirli mesajları

izleyicilerin bilinçaltına işleyerek veya doğrudan empoze ederek sunmaktadır. Bu doğrultuda, Netflix sadece bir eğlence platformu olmanın ötesine geçmekte, ülkelerin ve toplumların uluslararası arenadaki imajlarını şekillendirmede aktif bir rol oynamaktadır.

Netflix, ülkelerin kendine özgü yayınlarını küresel izleyici kitlesine sunarak, bu yayınlar aracılığıyla belirli algılar oluşturmakta ve izleyicilerin bakış açılarını değiştirmektedir. Dizi ve filmler, ülkelerin siyasi, sosyal veya kültürel mücadelelerini haklı ve meşru bir çerçevede sunarken, aynı zamanda bu ülkelerin estetik, tarihi ve turistik değerlerini öne çıkararak izleyicilerde merak ve seyahat arzusu uyandırmaktadır. Bu süreçte, ülkeler kendi markalaşma stratejilerini Netflix gibi küresel platformlar üzerinden yürütmekte ve uluslararası arenada konumlarını güçlendirmektedir. Ayrıca, Netflix, uluslararası ilişkilerde rekabet içinde olunan diğer ülkeleri olumsuz bir perspektifle sunarak izleyicilerin düşüncelerini ve algılarını etkilemekte ve bu yolla örtük bir “yumuşak güç” stratejisi uygulamaktadır.

Netflix’in, ülkeler, toplumlar ve sosyal ya da siyasi rol üstlenen kişi ve kurumlar üzerinde “algı yönetimi” oluşturabilecek derecede güçlü ve etkili bir platform olduğu vurgulanmaktadır. Bu bağlamda, özellikle “Z kuşağı” olarak adlandırılan genç nesil için özel olarak üretilen içerikler, bu neslin sosyal sermayesini, gündelik ilişkilerini ve gerçeklik algısını yeniden şekillendirme amacı taşımaktadır. Netflix, genç izleyicilerin beğenilerine ve değerlerine hitap eden orijinal içerikler üreterek onların dünya görüşlerini ve davranışlarını yönlendirmekte; dolayısıyla, küresel kültürün ve ideolojilerin genç nesiller üzerindeki etkisini artırmaktadır.

Bu strateji, Netflix’in küresel içerik politikalarının ne kadar güçlü ve yaygın bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Özellikle Türkiye gibi kültürel açıdan zengin bir ülkede, Netflix’in yerel içerikleri küresel bir dilde sunarak hem yerel hem de uluslararası izleyicilere hitap etme çabası, dijital platformların gelecekteki kültürel etkilerini ve bu etkilerin toplumsal dinamikler üzerindeki yansımalarını anlamak açısından önemli bir örnek teşkil etmektedir.

Netflix’in tarihsel sürecine baktığımızda, telekomünikasyon, iletişim ve internet arasındaki yakınsamanın bir sonucu olarak dijital platformların tüm sektörleri dönüştürdüğü ve geliştirdiği görülmektedir. İnternetin hayatımıza girmesiyle birlikte, kitle iletişim araçlarının sayısallaşma süreci başlamış ve bu süreçten en çok etkilenen araç, geleneksel yayıncılığın amiral gemisi olan televizyon olmuştur. Televizyon yayıncılığının internete taşınması, yayıncılık ve izleme alışkanlıklarında büyük değişikliklere yol açmıştır. İnternet teknolojisinin büyük rol oynadığı bu değişim sürecinde, dijital platformların ortaya çıkışı, geleneksel yayıncılığın zayıflamasında önemli bir etken olmuştur. Günümüzde mobil cihazların yaygınlaşmasıyla birlikte televizyon, yeni bir anlayışın ve dönüşümün merkezi haline gelmiştir.

İnternetin sunduğu imkânlar ve olanaklarla birlikte yeni bir izleyici kültürü oluşmuştur. Bu kitle, dijital platformları kullanarak internetin eriştiği her yerde, mobil cihazlar aracılığıyla istedikleri içerikleri tüketme imkânına sahip olmuştur. Yeni yayıncılık pratikleri sayesinde kullanıcılar, çift yönlü ve etkileşimli bir izleme

olanağına kavuşmuşlardır. Geleneksel televizyon izleme pratiği, artık araçsal bir tüketim ilişkisine dönüşmüştür. Günümüz izleyicisi, ne seyredeceğini bilerek ekran başına oturmakta ve bu nedenle televizyon izleme süreci araçsal bir tüketim ilişkisi şeklini almaktadır. Geleneksel televizyon yayıncılığında seyirciler mevcut içeriklere maruz kalırken, dijital platformların kullanıcıları, içerikleri kendileri seçerek ve talep ederek izleme imkânı bulmaktadır. Dijitalleşme sayesinde izleyiciler, izlemek istedikleri içeriği kolayca seçme ve dönüştürme yetisine sahip olmuştur.

Dünya genelinde ve Türkiye’de izleme alışkanlıkları, yeni bir izleyici kültürünün varlığını ortaya koymaktadır. Dijital teknolojinin ilerlemesi ve medyanın dönüşümü, izleyici kavramını yeniden tanımlamış ve bu süreç, IPTV (Internet Protocol Television) gibi yeni yayıncılık biçimlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. İnternet protokolü üzerinden iletilen bu yayın türü, kişiselleştirilmiş ve bireye özel bir format sunarak, daha önce pasif bir rol üstlenen tüketiciyi içeriğin aktif bir bileşeni haline getirmiştir. Dijital dönüşümün bir başka önemli sonucu ise OTT (Over the Top) hizmetlerinin hayatımıza girmesidir. “Her zaman, her yerde ve her cihazda” ifadesiyle tüketicilere hitap eden bu sistem, herhangi bir operatöre ihtiyaç duymadan içeriklere doğrudan erişim imkânı sunmaktadır. IPTV ve Web TV gibi yayın teknolojilerini geniş bir kitleye ulaştıran OTT, Netflix gibi platformların yükselişine zemin hazırlamıştır.

OTT servis sağlayıcıları, PAY TV operatörlerine bağımlı olmaksızın internet üzerinden kullanıcıların içeriklere doğrudan ulaşmasını sağlamaktadır. “İçerik kraldır” prensibini benimseyen OTT, kullanıcılara yüksek kaliteli içerikler sunma olanağı tanımaktadır. Ayrıca, OTT sayesinde kullanıcılar, internet bağlantısına ihtiyaç duymadan mobil ve tablet cihazlarında içerik izleme imkânına erişmektedir. OTT servis sağlayıcıları, hizmetlerini geliştirirken içerik kalitesi, kullanıcı deneyiminin iyiliği ve dağıtım maliyetinin düşük olması gibi unsurlara öncelik vermektedir. Bu durum, kullanıcı taleplerini karşılamak, onlara en iyi deneyimi sunmak ve maliyetleri kontrol etmek açısından büyük önem taşımaktadır.

Bu çalışmada, veri toplama tekniklerinden yarı yapılandırılmış mülakat yöntemi kullanılmış ve Netflix’in orijinal Türk dizilerini izleyen yabancı uyruklu üniversite öğrencilerine çeşitli sorular yöneltilmiştir. Her bir görüşme yaklaşık 120 ila 150 dakika sürmüş ve elde edilen veriler etnografik bir yaklaşımla analiz edilmiştir. Çalışmanın evrenini, Netflix’in genel yapısı ve özellikle Türkiye’de üretilen orijinal Türk dizileri oluşturmaktadır. Dünya genelinde 300 milyon abonesiyle en yaygın kullanılan dijital televizyon platformu olan Netflix, bu nedenle araştırma için tercih edilmiştir. Araştırmanın örneklemini, 2018-2024 yılları arasında Netflix platformunda yayınlanan tüm Türk dizileri oluşturmaktadır. Görüşme yapılan öğrenciler arasında bu dizilerin tamamını izlemiş olanlar olduğu gibi, yalnızca bazılarını izlemiş olanlar da bulunmaktadır. Genel olarak, öğrencilerin büyük çoğunluğunun 23 diziden en az 8’inin tüm bölümlerini izlediği tespit edilmiştir.

Araştırmanın saha evrenini, Yurtdışı Türkler ve Akraba Toplulukları Başkanlığı’nın burs verdiği 15 bini aşkın öğrenci grubu oluşturmaktadır. Bu geniş evrenden, amaçlı örneklem yöntemi kullanılarak, farklı sınıf ve çeşitli uyruklardan 36 öğrenci örneklem olarak seçilmiştir. Bu öğrenciler, Netflix aboneliğine sahip ve

Türkiye'ye gelmeden önce Türkiye'ye yönelik bir ilgi geliştirmiş bireyler arasından tercih edilmiştir.

Toplam 36 katılımcıyla gerçekleştirilen bu çalışmada, dizileri izleyen bireyler 19 ile 35 yaş aralığında olup, maksimum çeşitliliği sağlamak amacıyla seçilmiştir. Maksimum çeşitlilik stratejisi, nispeten küçük bir örneklem kullanarak, araştırılan probleme dair bireylerin geniş bir yelpazede farklılıklarını ortaya koymayı hedeflemektedir. Bu yöntemin amacı, genelleme yapmak değil, farklı durumlar arasında ortak ya da paylaşılan olguların varlığını tespit etmek ve bu çeşitlilik üzerinden problemin çeşitli boyutlarını belirlemektir (Yıldırım & Şimşek, 2016, s.119). Bu sayede, farklı izleyici gruplarının diziyi alımlama düzeylerinde herhangi bir değişim veya dönüşüm olup olmadığı analiz edilmiştir.

Etnografik yaklaşım, tarihsel ve toplumsal koşulların bireysel deneyimlerle birlikte ele alınmasına imkân tanımaktadır. Bu yaklaşımla gerçekleştirilen alımlama çalışmalarında, ikili karşıtlıklar yerine etnografik verilerin de bir “metin” olarak değerlendirildiği bir inceleme yöntemi benimsenmiştir. Dolayısıyla, medya metinlerinin oluşturduğu özne konumlarına odaklanmak yerine, gerçek izleyicilerin ifadeleri birer “metin” olarak analiz edilmiştir.

Çalışmanın temel varsayımları şu şekilde sıralanabilir: Netflix, kültür endüstrisinin küresel ölçekte yayılımında etkili bir araç olarak, Amerikan yaşam tarzını ve Batı medeniyetinin kültürel değerlerini yaygınlaştırmayı hedeflemektedir. Bunun yanı sıra, platform, dijital bir diplomasi aracı olarak işlev görmek; ideolojik ve siyasi görüşleri kitlelere aktarmak, bu görüşleri meşrulaştırmak ve izleyicileri bu düşünceleri benimsemeye ikna etmek amacıyla bir soft power (yumuşak güç) mekanizması olarak kullanılmaktadır. Ticari bir yapıya sahip olmasına rağmen Netflix'in amacı yalnızca kâr elde etmekle sınırlı kalmamakta; aynı zamanda dünya halklarının ve ülkelerinin marka değerlerini ve imajlarını şekillendirmeyi de hedeflemektedir.

Bu bağlamda, yabancı uyruklu öğrencilerin izledikleri Netflix yapımı Türk dizilerinin, içeriklerinde Türk kültürünü ve yaşam pratiğini tam anlamıyla yansıtmadığı öne sürülmektedir. Netflix'in yapımcılığını üstlendiği Türk dizileri, küresel normlara uygun içerikleri Türk kültürüne aitmiş gibi sunmakta ve bu yapımlarda Türk kültürüne özgü unsurların yalnızca sınırlı bir yer bulduğu ifade edilmektedir. Bu diziler, Türk kültürel öğelerini küresel bir anlatı diliyle ele almakta ve izleyicilere küreyerel (küresel ve yerel unsurların harmanlanması) bir yaklaşımla sunmaktadır. Sonuç olarak, Türk kültürüne ait özgün unsurlar, küresel normlara entegre edilmiş ve yerel özellikler büyük ölçüde küresel beklentilere uyum sağlayacak şekilde dönüştürülmüştür.

1. Uluslararası Öğrenciler ve Netflix'in Türk Orjinal İçerikleri

Bu çalışma, Netflix'in Türkiye pazarındaki stratejik hamlelerinin uluslararası öğrenciler/izleyiciler üzerindeki etkilerinin ve bu stratejilerin toplumsal yansımalarını derinlemesine incelemektedir. Araştırmanın temel amacı, Netflix'in dijital kültür üzerindeki etkilerini ve platformun yerel ile küresel dinamiklere nasıl uyum sağladığını anlamaktır. Aynı zamanda bu stratejilerin izleyici davranışlarına olan

yansımalarını analiz etmek de çalışmanın odak noktalarından biridir. Araştırma, özellikle Netflix'in Türkiye'ye özgü olarak uyguladığı stratejilerin kültürel temsiller üzerindeki etkilerini kapsamlı bir şekilde değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, çalışma, dijital platformların toplumsal yapılar ve kültürel kimlikler üzerindeki dönüştürücü etkilerine dair önemli bulgular sunmayı hedeflemektedir.

Tablo 1: Netflix Originals Türk Filmleri

1: Kül	2024
2: Hazine	2022
3: Do Not Disturb	2023
4: Bana Karanlığımı Anlat	2022
5: Müstakbel Damat	2022
6: İyi Adamın 10 Günü	2023
7: Kim Bu Aile?	2022
8: Sofra Sırları	2017
9: Sen Yaşamaya Bak	2022
11: Sen, Ben, Lenin	2021
11: Aykut Enişte	2019
12: Azizler	2021
13: Kağıttan Hayatlar	2021
14: Nuh Tepesi	2020
15: Kin	2021
16: Sen Hiç Ateş Böceği Gördün mü?	2021
17: Aaahh Belinda	2023
18: Tamirhane	2022
19: İllegal Hayatlar	2023
20: Sarmaşık	2015
21: Cici	2022
22: Tam Bir Centilmen	2024

Netflix'in Türkiye pazarına girişi, yerel izleyici alışkanlıklarını ve dijital içerik tüketimini önemli ölçüde etkilemiştir. Yerel platformlarla yapılan iş birlikleri ve altyazılı içerik sunumu, Netflix'in Türkiye'deki kullanıcı tabanını genişletme ve yerel pazara uyum sağlama çabasının bir göstergesidir. Ayrıca, Netflix'in küresel içeriklerini Türkiye'de sunma konusundaki tartışmalar, platformun uluslararası yayın hakları ve yerel düzenlemelerle nasıl başa çıktığını göstermektedir.

Netflix'in Türkiye pazarında başarılı olmasının arkasında, yerel kültüre uyum sağlama çabaları ve kullanıcı deneyimini artırma stratejileri bulunmaktadır. Platform, kullanıcıların izleme alışkanlıklarını analiz ederek, izleyicilerin ilgisini çekecek içerikler üretmeye devam etmektedir. Bu yaklaşım, Netflix'in küresel pazardaki rekabet gücünü artırmakta ve kullanıcı memnuniyetini sağlamaktadır. Netflix'in, yerel ve küresel stratejilerini başarılı bir şekilde entegre etmesi, platformun dünya çapındaki popüleritesini korumasına yardımcı olmaktadır.

Tablo 2: Netflix Originals Türk Dizileri

1: Atiye	2019-2021
2: Şahmaran	2023
3: Fatma	2021
4: Bir Başkadır	2022
5: Yakamoz S245	2023
6: Kulüp	2021
7: Hakan: Muhafız	2018-2020
8: Kuş Uçuşu	2022
9: Sıcak Kafa	2022
10: Andropoz	2022
11: Zeytin Ağacı	2022
12: Erşan Kurneri	2021
13: Biz Kimden Kaçıyorduk Anne	2023
14: Pera Palas'ta Gece Yarısı	2022
15: Uysallar	2022
16: Aşk 101	2020-2021
17: Rise of Empires: Ottoman	2020
18: 50M2	2021
19: Terzi	2023
20: Kübra	2014
21: Kuvvetli Bir Alkış	2024
22: Kimler Geldi Kimler Geçti	2024
23: Mezarlık	2022

2. Netflix'in Türkiye'deki Yerelleşme Stratejileri: Küresel Temalar ve Yerel Kültürel Üretim Üzerine Bir İnceleme

Netflix'in Türkiye'de ürettiği yapımları değerlendirirken, platformun karakteristik özellikleri ve tematik yaklaşımları çerçevesinde bir analiz yapmak önemlidir. Netflix orijinal içerikleri, platformu diğerlerinden ayıran belirgin özelliklere sahiptir. Bu içerikler, gişe rekorları kıran Hollywood filmlerine kıyasla daha makul bütçelerle üretilmekte olup, genellikle evrensel temalar ve hikâye anlatımları içermektedir. Aynı zamanda, platformun dezavantajlı gruplara, özellikle LGBTQ+ bireyler ve etnik azınlıklar gibi kesimlere pozitif ayrımcılık yaptığı gözlemlenmektedir. Bu içeriklerde, karakterlerin yaşadığı olaylar genellikle siyasi ve politik uzantılar taşımakta olup, bu uzantılar aracılığıyla sistem eleştirileri yapılmakta; ancak, temelde egemen anlatıları destekleyen bir yapı sürdürülmektedir. Sonuç olarak, bu içerikler mevcut sistemi sorgulamak yerine, sistemin sınırları içinde alternatif bakış açıları sunmayı tercih etmektedir. Bu durum, Netflix'in geniş kitlelere hitap eden ve kültürü şekillendiren bir platform olarak konumunu daha da pekiştirmektedir (Yaman, 2023, s. 71).

Netflix tarafından sunulan lisanslı ve orijinal Türk yapımlarının en çok izlendiği 20 ülke arasında Amerika Birleşik Devletleri, Avustralya, Arjantin, Brezilya, Birleşik Krallık, Hindistan, Fransa, İtalya, İspanya, Kolombiya, Kanada, Polonya, Meksika, Şili ve Suudi Arabistan gibi ülkeler bulunmaktadır (Bamboo, 2020). Netflix, Türkiye'ye yönelik yapımlarında yerel kültürü yansıtmayı ve Türkiye'nin zengin tarihini ve kültürel mirasını ön plana çıkarmayı stratejik bir hedef olarak benimsemiştir. İlk Türk orijinal yapımı olan "Hakan: Muhafız"ın ardından, "Atiye" (The Gift) gibi yapımlarla Türkiye'nin kültürel ve tarihi zenginlikleri uluslararası izleyici kitlesine tanıtılmıştır. "Atiye" dizisi, Göbeklitepe ve Anadolu'nun mistik unsurlarını merkezine alarak geniş bir izleyici kitlesine ulaşmıştır.

2022 yılında, Netflix Türkiye, "Aşk 101" (Love 101) ve "Bir Başkadır" (Ethos) gibi yapımlarla genç neslin ve farklı sosyal katmanların hikayelerini izleyiciyle buluşturmuştur. "Aşk 101", 1990'lar Türkiye'sinde geçen bir gençlik hikayesiyle nostaljik bir atmosfer yaratırken, "Bir Başkadır" farklı sosyoekonomik ve kültürel geçmişlerden gelen karakterlerin İstanbul'da kesişen hayatlarını anlatmış ve geniş yankı uyandırmıştır. Bunun yanı sıra, Netflix Türkiye, komedi ve dram türlerinde de dikkat çekici yapımlar üretmiştir. "50m2" adlı kara komedi dizisi ve "Kulüp" (The Club) adlı dönem dizisi, izleyiciler tarafından beğeniyle karşılanmıştır.

Netflix'in Türkiye stratejisi, ürettiği 23 dizi üzerinden değerlendirildiğinde, belirli kritik noktalar öne çıkmaktadır. Netflix'in Türkiye'den ve Türk halkından kabul görmeyi hedeflediği anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda, platform, içeriklerini ve temalarını, toplumsal bilinçaltında yer eden meseleler üzerinden şekillendirmektedir. Örneğin, "Atiye" dizisi, Göbeklitepe'yi merkezine alarak oluşturulmuş bir yapım olup, 2019 yılında turizmde "Göbeklitepe Yılı" ilan edilmesiyle birlikte yayınlanmıştır. Bu dizi, yalnızca Göbeklitepe ile sınırlı kalmayarak Mardin, Şanlıurfa ve İstanbul'un tarihi ve kültürel mekânlarını seyirciyle buluşturarak Türkiye'nin tanıtımına katkıda bulunmuştur. Netflix'in sunduğu diğer yapımlar da, "Bir Başkadır," "Fatma," "Aşk 101," "Kübra," "Andropoz" ve "Kimler Geldi Kimler Geçti," "50m2" gibi, toplumsal hayata doğrudan temas eden içeriklerdir.

Bu diziler, Türkiye'nin gündelik yaşamına ve kültürel meselelerine değinerek "yerel bir ses" olma iddiası taşımakta; ancak esas itibarıyla dikkat çekici unsurları ön plana çıkarmayı amaçlamaktadır. Örneğin, Pera Palas'ta Gece Yarısı dizisi, Türkiye'nin tarihini ve önemli kültürel figürlerini odağına alarak hem Türk izleyicisini hem de Türkiye'ye ilgi duyan küresel izleyiciyi cezbetmeyi hedeflemektedir. Charles King'in Midnight at the Pera Palace adlı eserinden uyarlanan bu dizi, Batı dünyasının popüler yapımlarından Doctor Who'nun zaman yolculuğu temasını Türk tarihine adapte ederek, izleyiciyi Batı perspektifinden şekillendirilmiş bir tarih anlatısını kabullenmeye teşvik etmektedir. Bu tür yapımlar, tarihsel olayları ve figürleri Batı merkezli bir bakış açısıyla ele alarak izleyiciye belirli bir ideolojik çerçeve sunmakta ve bu çerçeveyi izleyiciye dayatmaktadır.

Bu noktada, filmlerin ve dizilerin içerik ve temaları üzerinden yapılan değerlendirmeler, Netflix'in küresel stratejisinin yerel kültürel normlara ne denli uyum sağladığı ya da bu normları nasıl şekillendirdiği tartışmasına katkı

sağlamaktadır. Netflix'in Türkiye'deki üretimleri, yerel dinamiklere hitap ederken aynı zamanda uluslararası bir izleyici kitlesine ulaşmayı amaçlayan bir içerik stratejisinin parçası olarak değerlendirilebilir. Ancak bu strateji, zaman zaman kültürel değerlerin yozlaşması ve Batılı bakış açısının hakimiyeti gibi eleştirileri de beraberinde getirmektedir.

Sonuç olarak, Netflix, yalnızca bir eğlence ve yaratıcı kültür ürünü sunan bir platform olmanın ötesinde, ideoloji ve sistemlerin meşrulaştırılmasında da etkin bir rol oynamaktadır. Neoliberal ve tüketim kültürü ideolojisini yansıtan içerikler üreten Netflix, Türkiye'de de benzer bir politika izlemektedir. Her ne kadar özgürlük ve çeşitliliği ön plana çıkaran bir anlayış sergilese de, gerçekte postmodernitenin kültürel etkisiyle yoğrulmuş bir zeminde, neoliberalizmin yalnızca sınırlı ürünlerini değil, aynı zamanda yaşam biçimlerini, ifade tarzlarını ve geniş bir kültürel pratikler seçkisini, tüketici tercih özgürlüğünü vurgulayan stratejik bir yaklaşımla desteklediği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, Netflix, kapitalist sınıfın çıkarlarını savunmakta ve bu çıkarları geliştirmektedir; çünkü platform, yalnızca içerik değil, aynı zamanda bir yaşam kültürü de pazarlamaktadır. Netflix, neoliberal stratejiler doğrultusunda yapımlar üretmekte ve bu üretimini bireysel özgürlük, farklılaşmış tüketicilik ve niş tüketici tercihlerini beslemeye yönelik, daha incelikli ve stratejik bir sistemle sürdürmektedir (Maden, 2020, s.60).

Netflix'in bu stratejik hamleleri, Türkiye'deki dijital içerik tüketim alışkanlıklarını da önemli ölçüde etkilemiştir. Yerel yapımların platforma dahil edilmesi, Türkiye'deki kullanıcı tabanını genişletmeye yönelik bir girişimdir. Ayrıca, bu yapımların uluslararası alanda izlenmesi, Türk kültürünün ve sanatının dünya genelinde tanınmasına katkıda bulunmaktadır. Netflix'in bu yerelleştirme politikası, Türk yapımcılarına ve senaristlerine küresel bir platformda kendilerini ifade etme fırsatı sunmakta ve bu da Türk yapımlarının uluslararası arenada daha görünür hale gelmesini sağlamaktadır.

3. Araştırma Süreci ve Yöntem

Bu araştırma kapsamında, çeşitli etnik, ekonomik, sosyal ve kültürel sermayelere sahip 36 katılımcı ile yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcılarla yapılan tüm görüşmeler yüz yüze gerçekleştirilmiş olup, ihtiyaç duyulduğunda ses ve video kayıtları alınmıştır. Görüşmelere başlamadan önce, katılımcılara bilgilendirme metni okunmuş, ses ve görüntü kaydı yapılacağı belirtilmiş ve araştırmaya katılım onamları alınmıştır. Görüşmeler ve veri toplama 1 Haziran 2024 ve 1 Eylül 2024 arasında gerçekleştirilmiştir.

Katılımcılar, Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB) tarafından burs verilen ve farklı etnisitelere sahip 19-35 yaş aralığındaki 36 öğrenciden oluşmaktadır. Bu öğrenciler, amaçlı örneklem yöntemiyle maksimum çeşitlilik örnekleme türüne göre seçilmiştir. Netflix aboneliği bulunan ve Türkiye'ye gelmeden önce de Netflix'ten Türk içeriği izleyen öğrenciler arasından seçilmişlerdir. Araştırmanın evreni ve örnekleminin Yurt Dışı Türkler ve Akraba Toplulukları Başkanlığı'ndan seçilme nedeni, bu başkanlığın öğrenci seçme sürecindeki kültürel ve tarihi meraklarına dayanmaktadır. YTB, Türk kültürüne

ilgi duyan ve Türkiye ile ilgilenen öğrencilere burs vermektedir. Bu öğrenciler, burs sonrası Türkçe ve Türk kültürünü öğrenmektedirler. Dolayısıyla, Türkiye ve Türk kültürüne ilgi ve merak duyan öğrenciler, araştırmanın sağlıklı ve verimli sonuçlanabilmesi için önemli bir kriteri yerine getirmektedir.

Çalışmada maksimum çeşitlilik örnekleme yönteminin uygulanmasındaki ana amaç, görece olarak küçük bir örneklem oluşturup bu örnekleme yer alan profillerin dağılımını ve niteliğini maksimum düzeyde yansıtmaktır. Bu nedenle, genellemelere başvurmak yerine, çeşitliliği açığa çıkaran durumlar arasındaki ortaklıkların, benzerliklerin veya farklılıkların tespit edilmesine çalışılmıştır. Örneklem seçiminde yaş, cinsiyet, uyruk ve eğitim gibi kriterlerin önemli olduğuna karar verilmiş; 1989-2005 yılları arasında doğan, 19-35 yaş arası 20 kadın ve 16 erkek olmak üzere toplam 36 görüşmeci seçilmiştir. Olabildiğince çeşitli ve farklı niteliklerin görüşlerini almaya çalışan bu çalışmada, 19 farklı ülkeden seçilen öğrencilerin eğitim durumu da çeşitlendirilmiştir. Öğrencilerin 20'si yüksek lisans öğrencisi, 8'i doktora öğrencisi ve 8'i lisans öğrencisidir.

Nitel veri toplamak için kullanılan görüşme yöntemi, disiplinler arası farklılıklar nedeniyle çeşitli yaklaşımlarla entegre edilebilmektedir. Derinlemesine görüşmeler, katılımcıların cevaplandırması istenen açık uçlu sorularla yapılandırılmıştır. Bu teknik, genellikle keşif odaklı bir yaklaşımı benimsemekte olup, katılımcıların kendi görüşlerini ifade etmesine olanak tanır. Yarı yapılandırılmış görüşmeler, anahtar soruların önceden planlanmasıyla birlikte, görüşme esnasında yeni soruların eklenmesine ve daha fazla veri elde edilmesine imkân tanır. Görüşme süreci boyunca katılımcıya aktif olarak dinlendiği ve görüşlerinin dikkate alındığı izleniminin verilmesi önemlidir. Elde edilen veriler, uluslararası öğrencilerin yorumları, analizleri ve bakış açıları ile etnografik analiz yoluyla yorumlanmıştır.

Bu araştırmanın kuramsal çerçevesi, doküman incelemesi yöntemiyle oluşturulmuştur. Bu yöntemin tercih edilmesinin temel nedeni, analiz aşamasında yarı yapılandırılmış mülakat tekniğinin kullanılacak olmasıdır. Yarı yapılandırılmış görüşmeler, katılımcılara ifade özgürlüğü tanınması ve derinlemesine veri sağlama potansiyeli nedeniyle uygun görülmüştür. Bu doğrultuda, Netflix Orijinal Türk dizilerini izleyen yabancı uyruklu öğrencilere çeşitli sorular yöneltilmiş; her bir görüşme yaklaşık 120 ila 150 dakika sürmüştür. Netflix aboneliğine sahip ve platformda Türk yapımı orijinal dizileri izleyen 36 uluslararası öğrenciyle gerçekleştirilen bu görüşmelerden elde edilen veriler, söz konusu dizilerin Türkiye'de öğrenim gören yabancı öğrenciler tarafından nasıl alımlandığını; ayrıca Türk kültürü ve Türkiye markası algılarını nasıl şekillendirdiğini anlamak amacıyla değerlendirilmiştir.

Katılımcıların fikirlerini rahat ve samimi bir şekilde ifade edebilmeleri için görüşmeler sırasında ses ve görüntü kaydı alınmamıştır. Her bir katılımcıyla ortalama 2,5 saat süren birebir sohbet ortamında görüşmeler yapılmıştır. Görüşmelerde, önceden hazırlanmış yarı yapılandırılmış görüşme formu (EK-1) kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış mülakat yöntemiyle elde edilen veriler, nitel analiz yöntemi ile incelenmiştir. Çalışmaya katılan 36 katılımcı, 19 ile 35 yaş aralığındaki izleyicilerden, amaçsal örneklem tekniğinin maksimum çeşitlilik örnekleme türüne göre seçilmiştir. Bu yöntem, çalışılan probleme taraf olabilecek

bireylerin çeşitliliğini maksimum düzeyde yansıtmak amacıyla küçük bir örneklem oluşturulmasını sağlar. Maksimum çeşitlilik örneklemesi, genelleme yapmak yerine, farklı durumlar arasındaki ortak veya paylaşılan olguları ortaya çıkarmayı ve problemi farklı boyutlarıyla incelemeyi hedefler (Yıldırım & Şimşek, 2016, s.119). Bu sayede, farklı izleyici gruplarının filmi alımlama düzeyinde herhangi bir dönüşümün gerçekleşip gerçekleşmediği araştırılmıştır.

Toplumsal araştırma yöntemleri genel olarak niceliksel ve niteliksel olmak üzere iki ana gruba ayrılır. Ackland, araştırma türlerini dört başlık altında toplar: deneyler, anketler, görüşmeler ve odak grupları, saha araştırmaları ve örtülü gözlemler (Alyanak, 2018, s.127). Bu araştırma, Türkiye’de öğrenim gören ve Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluğu Başkanlığı tarafından burs verilen öğrenciler üzerinde bir alımlama çalışması olarak planlanmıştır. Türkiye Bursları alan öğrencilerin seçilme nedeni, bu öğrencilerin Türk kültürünü ve Türkçeyi öğrenmek durumunda olmalarıdır. Türkiye Bursları öğrencileri, bir yıl Türkçe eğitimi almakta ve Türk kültürüne yönelik çeşitli seminer ve programları takip etmektedirler. Bu nedenle, bu uluslararası öğrenciler hem Türk kültürünü bilmekte hem de yabancı bir kültürden geldikleri için yerel içeriğin küresel izleklerini daha kolay fark edebilmektedirler.

Araştırma, Netflix içeriklerinin (yerel kültürel metinler) yabancı izleyiciler üzerindeki kültürlerarası alımlama sürecini incelemektedir. Dolayısıyla, çalışmanın örneklem grubuna dahil edilen uluslararası izleyiciler, kendi kültürel birikimleriyle küresel bir şirketin yerel temelli yapımlarını yorumlamışlardır. Bu çalışma, yarı yapılandırılmış soruların sorulduğu görüşmeleri kapsamaktadır (Açiler, 2020). Uluslararası öğrencilerin, Netflix’in ürettiği orijinal içerikleri nasıl alımladıkları, bu içerikleri nasıl algıladıkları ve bu algıların gerçekte ne kadar örtüştüğü araştırma konusu olarak ele alınmıştır. Yarı yapılandırılmış mülakatlarla yapılan görüşmelerde, katılımcıların konuya ilişkin algıları, tanımlamaları ve ifadeleri aracılığıyla ortaya konulmuştur (Punch, 2016).

Yarı yapılandırılmış görüşme, araştırma sorusuna bağlı olarak açık uçlu sorularla görüşmecilerin düşüncelerini serbestçe ifade etmelerini sağlayan bir veri toplama tekniğidir (Mayring, 2011: 7375). Derinlemesine görüşmeler, soruların önceden belirlenmiş olup olmamasına göre “enformel sohbet tarzı görüşme,” “rehber bir görüşme formu ışığında yapılan görüşme” ve “standartlaştırılmış açık uçlu görüşme” şeklinde sınıflandırılır (Kümbetoğlu, 2015: 7378). Yarı yapılandırılmış görüşmeler, nitel araştırmalarda sıkça tercih edilen bir yöntem olup, araştırmacının belirleyici rolü büyük bir önem taşır (Brinkmann, 2013: 21). Etnografik görüşme, genellikle uzun saha araştırmaları boyunca kullanılan nitel bir araştırma tekniğidir (Heyl, 2007, s. 369).

Bu çalışma, hem kültürlerarası iletişim hem de küreselleşme ve yerelleşme dinamiklerini kapsamlı bir şekilde ele alarak, bu alanlardaki literatüre katkıda bulunmayı hedeflemektedir. Türkiye’de öğrenim gören ve Türkiye Bursları kapsamında desteklenen uluslararası öğrenciler, Türk kültürünü ve dilini öğrenme süreçlerinin bir parçası olarak, Netflix’in Türk yapımlarını nasıl algıladıklarını değerlendireceklerdir. Bu öğrenciler, kendi kültürel birikimleri ve Türkiye’deki deneyimleri doğrultusunda, bu içeriklerin kendi kültürel perspektifleriyle nasıl örtüştüğünü veya çatıştığını analiz edeceklerdir. Bu bağlamda, çalışma, Netflix’in

küresel bir platform olarak yerel içerik üretimi ve bu içeriklerin uluslararası izleyiciler tarafından alınılması konusundaki mevcut bilgi birikimine katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

4. Bulgular

Bu çalışmada, nitel araştırma yöntemleri arasında yer alan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmelerde, katılımcıların bakış açılarını ve konuyu derinlemesine anlamayı mümkün kılan çoktan seçmeli ve açık uçlu sorular tercih edilmiştir (Patton, 2018, s.21). Bu teknik, medya araştırmalarında yaygın olarak kullanılmakta olup, katılımcıların duygu, düşünce ve davranışlarını özgürce ifade etmelerine olanak tanıyarak zengin ve detaylı verilerin elde edilmesini sağlar. Araştırmanın temel amacı, Türkiye’de öğrenim gören uluslararası öğrencilerin Netflix’in Türkçe ürettiği orijinal içerikleri nasıl alımladıklarını incelemektir.

2024 yılı Kasım ayı itibarıyla Netflix Türkiye, toplamda 23 yerli diziyi “Netflix Orijinal” olarak yayınlamıştır. İlk orijinal dizi “Hakan: Muhafız”dan (2018) başlayarak, çeşitli türlerde toplam 36 sezon dizi yayınlanmıştır. Bu diziler arasında “Atiye” (3 sezon), “Rise of Empires: Ottoman” (2 sezon), “Aşk 101” (2 sezon), “Bir Başkadır”, “Fatma”, “Kulüp” (2 sezon), “Pera Palas’ta Gece Yarısı”, “Erşan Kurneri”, “Kuş Uçuşu” (3 sezon), “Zeytin Ağacı” (2 sezon), “Şahmaran” (2 sezon) ve “Terzi” (3 sezon) gibi yapımlar bulunmaktadır. Diziler, 12 farklı yapıım şirketi tarafından üretilmiştir ve bu çeşitlilik, araştırmanın kapsamını genişletmiştir (Gazete Duvar, 2024).

Araştırma evrenini, Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB) tarafından burs verilen 15 bini aşkın öğrenci oluşturmakta olup, araştırmanın örnekleme, maksimum çeşitlilik örnekleme tekniği ile seçilen 36 öğrenciden oluşmaktadır. Bu öğrenciler, Netflix aboneliği bulunan ve Türkiye’ye gelmeden önce de Netflix’ten Türk içerikleri izleyen bireyler arasından seçilmiştir. YTB’nin öğrenci seçim sürecindeki kültürel ve tarihî merakları göz önünde bulundurulmuş; bu öğrencilerin Türk kültürünü öğrenme süreçleri ve kendi kültürleriyle kıyaslamaları, araştırmanın sağlıklı sonuçlar elde etmesi açısından önemli bir kriter olarak kabul edilmiştir.

Çalışmada maksimum çeşitlilik örnekleme, göreceli olarak küçük bir örneklem oluşturarak bu örnekleme yer alan profillerin dağılımını ve niteliğini maksimum düzeyde yansıtmayı amaçlamıştır. Bu nedenle, genellemelere başvurmak yerine, farklı durumlar arasındaki ortaklıklar, benzerlikler ve farklılıklar tespit edilmeye çalışılmıştır. Örneklem seçiminde yaş, cinsiyet, uyruk ve eğitim gibi kriterlerin önemi dikkate alınarak, 1989-2005 yılları arasında doğan, 19-35 yaş arası 20 kadın ve 16 erkek olmak üzere toplam 36 görüşmeci seçilmiştir. Bu görüşmeciler, 19 farklı ülkeden gelen yüksek lisans, doktora ve lisans öğrencilerinden oluşmaktadır.

Araştırma kapsamında, izleyici odaklı kitle iletişimi çalışmalarına yer verilmiş ve analiz süreci için Netflix’in Orijinal yapımı olan 23 Türk dizisi seçilmiştir. Ancak, çalışmaya katılan 36 öğrencinin tamamı bu dizilerin hepsini izlememiştir. Buna rağmen, her katılımcı en az 8 Türk dizisini izlediğini beyan etmiştir. Bu nedenle,

çeşitliliği ve farklılıkları gözeterek genel bir sonuca ulaşabilmek amacıyla tüm 23 dizi çalışma örneklemini olarak kabul edilmiştir.

Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğiyle yürütülen çalışmada, katılımcılara Netflix Orijinal Türk dizilerine ilişkin çeşitli sorular yöneltilmiştir. Her bir derinlemesine görüşme yaklaşık 120 ila 150 dakika sürmüştür; elde edilen veriler etnografik bir yaklaşımla analiz edilmiştir. Bu yöntem, tarihsel ve toplumsal bağlamları bireysel deneyimlerle birlikte ele alarak, alımlama çalışmalarını yalnızca metin analizine indirgemeksizin daha geniş bir perspektifte değerlendirmeye olanak tanımaktadır. Bu bağlamda çalışmada, dizilerin kurguladığı özne konumları yerine, gerçek izleyicilerin deneyim ve yorumları “metin” olarak ele alınmıştır (Karabağ Sarı, 2013, s. 2021).

Bu araştırma, uluslararası öğrencilerin Netflix'in Türkçe içeriklerini nasıl algıladığını anlamak için kapsamlı bir veri toplama süreci gerçekleştirmiştir. Çalışmanın bulguları, kültürlerarası etkileşim, küresel kültür, küyerelleşme ve kültürel diplomasi gibi kavramlar etrafında değerlendirilecek ve bu kavramların Türkiye'de öğrenim gören uluslararası öğrencilerin Netflix içeriklerini alımlama süreçlerindeki yansımaları ortaya konulacaktır.

Tablo 3: Katılımcıların Cinsiyetleri

Katılımcıların cinsiyetleri:
20 Kadın- 16 Erkek öğrenci katılmıştır mülakatımıza.
Cinsiyet Dağılımı:
Kız katılımcılar: 20
Erkek katılımcılar: 16
Yaş İstatistikleri:
Ortalama yaş: Yaklaşık 26.3
Standart sapma: 3.91
Minimum yaş: 19
Maksimum yaş: 35
Medyan yaş: 26

Tablo 4: Katılımcıların Eğitim Durumu

Yüksek Lisans (Master's): 20 katılımcı
Doktora (PhD): 8 katılımcı
Lisans (Bachelor's): 8 katılımcı
Mülakata Katılan Öğrencilerin Ülke Dağılımı:
Mısır, Kazakistan ve Sudan'dan 4'er katılımcı
İran, Tunus ve Azerbaycan'dan 3'er katılımcı
Filistin ve Arnavutluk'tan 2'şer katılımcı
Diğer ülkelerden (Kırgızistan, Macaristan, Özbekistan, Kosova, Endonezya, Bangladeş, Somali, Nijerya, Bosna Hersek, Cezayir, Suriye) 1'er katılımcı

Netflix, dünya genelinde milyonlarca kullanıcıya sahip bir dijital platform olarak, medya endüstrisinde kendine sağlam bir yer edinmiştir. Türkiye, Netflix için önemli bir pazar haline gelmiş ve platform, Türkiye'deki izleyici yapısını ve geleneksel izleyici kültürünü dönüştürerek yeni bir izleyici kitlesinin ortaya çıkmasına öncülük etmiştir. Netflix'in Türkiye'de yerel içerikler üretmeye başlaması, izleyici kitlesini genişletme stratejilerinin bir parçası olarak öne çıkmıştır. Bu strateji kapsamında tanınmış ve sevilen oyuncuların platforma dahil edilmesi, özellikle genç izleyicilerin dikkatini çekmiştir. İlk orijinal içeriklerin diğer içeriklere göre daha fazla ilgi çekme potansiyeli, bu içeriklerin izlenme motivasyonunu da artırmıştır. Z kuşağının ilgisini çekmek amacıyla popüler oyuncuların tercih edilmesi, Netflix'in Türkiye'deki pazarlama stratejilerinin önemli bir unsuru olmuştur. Bu stratejiler sayesinde, Netflix'in Türkiye pazarındaki varlığı ve yerel orijinal içerik üretimi, özellikle genç izleyiciler üzerinde olumlu bir etki yaratmıştır. Netflix, yerel pazarlama stratejileriyle Türkiye'ye özgü içeriklerini artırarak, izleyicilerin kültürel, ekonomik, sosyal ve sembolik sermayelerine hitap etmiş ve bu sayede dijital platformlarda içeriklerin daha fazla konuşulmasını sağlamıştır. Türkiye'ye yönelik yerelleştirilmiş reklam kampanyaları da büyük ilgi görmüş ve özellikle Z kuşağı tarafından beğeni kazanmıştır (Söğütöller, 2022, s.108).

Netflix'in orijinal içerikleri, belirli karakteristik özelliklere sahiptir. Bu içerikler, genellikle Hollywood yapımlarına kıyasla daha makul bütçelerle üretilmekte ve evrensel temalar ile hikâyeler içermektedir. Ayrıca, Netflix'in içerikleri, pozitif ayrımcılık yaparak dikkat çeken unsurlar barındırmakta ve karakterlerin yaşadığı olayların siyasi ve politik uzantılarını işlemektedir. Bu durum, Netflix'in geniş kitlelere hitap eden ve kültürü şekillendiren bir platform olarak konumunu pekiştirmektedir (Yaman, 2023, s.71). Netflix, küresel bir firma olarak faaliyet gösterdiği ülkelerde yerel içerikler üretmeye başlamış, Türkiye'de ise yerli yapımlarla dijital yayın haklarına sahip projeleri sunmuştur. Türkiye'deki ilk orijinal içerik olan "Hakan: Muhafız" (The Protector), Türkçe olarak kayda geçen ilk Netflix yapımıdır. 2018-2024 yılları arasında Netflix, Türkiye'de toplam 23 orijinal dizinin yapımcılığını üstlenmiştir. Bu dönemde, Netflix'in kütüphanesinde 70'in üzerinde yerli proje, 1000'i aşkın bölümden oluşan diziler ve 50'den fazla Türk yapımı film yer almıştır. Netflix Türkiye'nin en önemli dönüm noktalarından biri, ilk orijinal yerli içerik olan "Hakan: Muhafız" dizisinin yayınlanmasıdır. Netflix tarafından sunulan lisanslı ve orijinal Türk yapımlarının en çok izlendiği 20 ülke arasında ABD, Avustralya, Arjantin, Brezilya, Birleşik Krallık, Hindistan, Fransa, İtalya, İspanya, Kolombiya, Kanada, Polonya, Meksika, Şili ve Suudi Arabistan bulunmaktadır (Bamboo, 2020).

Netflix'in Türkiye yapımları incelendiğinde, belirli yapım şirketleri ve yönetmenlerin sıkça tercih edildiği görülmektedir. Toplamda 12 farklı yapım şirketi bulunmakla birlikte, yapımların yarısını OGM Yapım üstlenmiştir. Örneğin, BKM (Beşiktaş Kültür Merkezi) ve Yılmaz Erdoğan'ın yapımcısı, oyuncusu ve yönetmeni olduğu projeler, diğer yapımlardan daha fazla öne çıkmaktadır. Yılmaz Erdoğan gibi bazı yönetmenler, diğerlerine kıyasla daha fazla yer bulmaktadır. Bu durum, yapımların ele aldığı konuların nasıl işlendiği ve hangi boyutların öne çıkarıldığı incelendiğinde belirgin bir ideolojik yönelimin olabileceğini düşündürmektedir (Özışık, 2023, s.83).

Sinemanın yaratıcı bir kültür ürünü olarak sanatsal bir kaygıyla yorumlanmasının yanı sıra, ideolojik, politik ve sosyal bir yapıyı da barındırdığı bilinmektedir. Netflix Türkiye’deki içeriklerin yapımcı ve senaristlerinin belirli bir gruptan yoğun olarak seçilmesi, Netflix’in içeriklerini bu kişilerin perspektifleri doğrultusunda inşa etmesine neden olmaktadır. Sinematografik olarak içerikte yer alan sahneler, mekânlar, dil, senaryo ve oyuncu seçimi kadar dekor, müzik ve figüranlar gibi unsurlar da alt metinler halinde birçok şeyi temsil etmektedir. Her bir yapımda izleyicinin önceden planlanmış bir kurgunun içine çekilmesi, film hakkında düşünmeye sevk edilmesi ve duygusal bir bağ kurması amaçlanmaktadır. Bu tercihlerin arkasında yer alan yönetmen, yapımcı ve senaristlerin de kendi değer sistemlerine, ideolojik yönelimlerine ve yaşam tarzlarına sahip oldukları unutulmamalıdır. Netflix’in Türk içeriklerinde en dikkat çeken hususlardan biri, geleneksel, milliyetçi ve İslami değerlerin neredeyse tamamen göz ardı edilmesidir (Özışık, 2023, s.84).

Bu çalışma, Netflix’in Türkiye için ürettiği içeriklerde Türkiye ve Türk algısının, Türk toplumunun milli değer ve geleneklerinden uzak bir zihinsel süreçle ortaya konulduğunu göstermektedir. Netflix’in yerel içerik stratejileri ve bu stratejilerin Türk izleyiciler üzerindeki etkileri, dijital medya platformlarının kültürel ve sosyal dinamikler üzerindeki rolünü anlamak açısından önemli veriler sunmaktadır. Bu bulgular, Netflix’in Türkiye’deki izleyici kitlesi üzerindeki etkisinin, kültürel ve sosyal bağlamda nasıl şekillendiğini anlamamıza yardımcı olacaktır.

İlk olarak, katılımcılara “Netflix’teki Türk dizilerinde Türk kadınlarının nasıl aktarıldığı” sorulmuştur. 36 katılımcıdan 5’i, Türk kadınlarının narin, savunmasız ve çaresiz olarak tasvir edildiğini belirtmiştir. Buna karşılık, 17 katılımcı, Türk kadınlarının kendi ayakları üzerinde duran, güçlü ve otoriter karakterler olarak sunulduğunu ifade etmiştir. Katılımcılar ayrıca, Türk kadınlarının annelik rolünün “Türk kadını” kimliğinin önemli bir unsuru olarak öne çıktığını vurgulamışlardır.

Bunun yanı sıra, 14 katılımcı, Türk kadınlarının “feminist” özellikler sergilediğini belirtirken, bazıları bu kadınların “aşırı” seküler ve bağımsız kişilik özelliklerine sahip olduğunu ifade etmiştir. Dindar kadın temsili ise genellikle anne veya eş rolleriyle sınırlı kalmakta ve toplumun en alt düzeydeki görevlerinde yer aldığı belirtilmektedir. Katılımcılar, Türk kadınının “anne” ve aile içindeki temsiliyetini olumlu değerlendirirken, feminist ve daha bağımsız, özgür karakterler üzerinden yapılan temsiliyeti olumsuz fakat gerçekçi bulmuşlardır. Türkiye’nin giderek daha seküler bir yapıya büründüğünü gözlemleyen katılımcılar, bu sekülerleşmenin özellikle “kadın” üzerinden okunabilir hale geldiğini vurgulamışlardır. Dizilerde özellikle “Z kuşağına” hitap eden kadın karakterlerin, sıkça “özgür olun, bağımsız olun, güçlü olun ve kendi ayaklarınızın üzerinde durun” mesajları vererek kadınlara rol model olma çabası içinde olduğu da gözlemlenmiştir.

Sonuç olarak, katılımcıların büyük bir kısmı, Netflix’teki Türk dizilerinde kadın karakterlerin genellikle güçlü, bağımsız ve kararlı olarak tasvir edildiğini belirtmiştir. Bu karakterler, kendi hayatlarını yönlendiren, kararlarını kendileri alan ve zorluklarla başa çıkabilen figürler olarak sunulmaktadır. Bununla birlikte, bazı katılımcılar, kadın karakterlerin zaman zaman zayıf, çaresiz ve itaatkâr olarak gösterildiğini ifade etmişlerdir. Ayrıca, kadınların sadakatsiz, kurnaz

veya baskın ebeveynler olarak yansıtıldığı da belirtilmiştir. Geleneksel rollerin ve toplumsal beklentilerin etkisiyle, kadın karakterlerin daha muhafazakâr ve aile odaklı olarak gösterildiği de gözlemlenmiştir.

Katılımcılara bu sorunun ardından, ikinci soru olarak “Netflix’teki Türk dizilerinde Türk erkeklerin nasıl aktarıldığı” sorusu yöneltilmiştir. 36 katılımcıdan 18’i, Türk erkeğinin temsili konusunda olumlu görüş bildirmiştir. Bu katılımcılara göre, Türk erkeği güçlü, sevecen ve yardımsever olarak tanımlanmaktadır. Ancak, 10 katılımcı, Türk erkeklerinin özellikle şiddet, cinayet ve kabalık ile özdeşleştirildiğini ve bunun da güvensizlik ve rahatsızlık verici bir algıya neden olduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca, 8 katılımcı, erkeğin baba rolünün ya çok az vurgulandığını ya da oldukça pasif bir şekilde sunulduğunu belirtmiştir. Bu katılımcılar, Türk toplumunun geleneklerine bağlı bir toplum olduğunu ve bu nedenle erkeğin aile içindeki temsilinin olumsuz olarak algılandığını ifade etmişlerdir. Sonuç olarak, katılımcıların görüşlerine göre, Türk erkeği dizilerde güçlü ve yardımsever olarak olumlu bir şekilde temsil edilirken, şiddet, alkol kullanımı ve aile içindeki rolünden dolayı olumsuz bir şekilde de değerlendirilmektedir. Geleneksel rol modeli olarak “baba” figürünün oldukça az ve pasif bir karakter olarak sunulması, Netflix’in küresel anlatısı bağlamında ailesiz toplum projesine işaret ettiği yönünde katılımcıların zihninde soru işaretleri yaratmıştır.

Sonuç olarak, katılımcılar, dizilerdeki erkek karakterlerin genellikle evrensel bir imaja sahip olduğunu, Türk kültürünü tam olarak yansıtmadığını belirtmişlerdir. Buna rağmen, hegemonik bir okuma gerçekleştiren katılımcılar, Türk toplumunun en değerli özelliklerinden biri olan yardımseverlik, sıcakkanlılık ve misafirperverlik gibi niteliklerin Netflix’in sunduğu Türk erkek karakterlerinde yer aldığını ifade etmişlerdir. Bu katılımcılar, Netflix’in ortaya koyduğu Türk erkeğini olumlu bir şekilde değerlendirmişlerdir. Buna karşılık, müzakereci bir okuma gerçekleştiren bazı katılımcılar, dizilerdeki erkek karakterlerin fiziksel ve sosyal olarak abartılı temsillerinin Türkiye’deki gerçek hayattan uzak olduğunu belirtmişlerdir.

Muhafif bir okuma yapan katılımcılar ise Z kuşağının daha seküler bir hayat yaşadığını kabul etmekle birlikte, gençlerin ahlaken bu kadar dejenere olmadığını vurgulamışlardır. Katılımcılar, Netflix’in gerçekçi bir yaşantı sunmaya çalıştığını kabul etmekle birlikte, bunu milli ve manevi değerlerden tamamen soyutlayarak, inançsız, değersiz ve ideolojisiz bir hikâyeye örgüsüyle gerçekleştirdiğini eleştirmişlerdir. Ayrıca, Netflix’in aile konusundaki tutumu da katılımcılar tarafından eleştirilmiştir. Muhafif okuma yapan katılımcılar, dizilerde erkek karakterlerin baba figürü içerisinde yeterince gösterilmediğini ya da baba figürünün olumsuz özelliklerle inşa edildiğini vurgulamışlardır.

Araştırmada, katılımcılara sosyal yaşantıya dair sorular yöneltilerek, Netflix’in Türk dizilerinde sunduğu ilişkisel temsillerin gerçek hayattaki Türk ilişkileriyle ne ölçüde örtüştüğü değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda, üçüncü soru olarak katılımcılara, “Netflix’in Türk dizilerini izlediğinizde, arkadaşlık, evlilik gibi ilişkiler gerçek Türk yaşamındaki ilişkilerle aynı mı?” sorusu yöneltilmiştir.

Katılımcıların verdikleri yanıtlar, bu dizilerin toplumsal ilişkiler açısından nasıl algılandığına dair önemli bulgular ortaya koymuştur.

Toplam 36 katılımcının 23'ü, Netflix'in arkadaşlık, evlilik ve genel ilişkiler konusunda yanlış ve yanıltıcı bir temsil sunduğunu belirtmiştir. Bu katılımcılar, dizilerdeki ilişki dinamiklerinin gerçek Türk yaşamından uzak olduğunu ve bu temsillerin izleyicilerin Türkiye'ye dair algılarını olumsuz yönde etkilediğini ifade etmişlerdir. Özellikle Türkiye'nin geleneksel sosyal yapısı ve aile değerlerine dair beklentilerle çelişen bu temsillerin, olumsuz algılara yol açtığı vurgulanmıştır.

Öte yandan, 12 katılımcı ise Netflix'in sunduğu temsillerin gerçeği yansıttığını savunmuştur. Bu katılımcılar, Türkiye'nin son yıllarda giderek sekülerleştiğini ve Batı tarzı bir yaşam biçiminin benimsendiğini belirterek, dizilerdeki ilişkilerin bu toplumsal dönüşümün bir yansıması olduğunu ileri sürmüşlerdir. Bu bağlamda, Netflix'in sunduğu temsillerin, mevcut gerçeklikten sapmadığını, aksine bu toplumsal değişimi doğru bir şekilde aktardığını ifade etmişlerdir. Ayrıca, bu katılımcılar, Netflix dizilerindeki anlatım tarzının yer yer abartılı olabileceğini kabul etmekle birlikte, bu abartıların olayların "gerçekliğini" ortadan kaldırmadığını, aksine mevcut sosyokültürel eğilimleri vurgulamak için kullanılan bir yöntem olduğunu belirtmişlerdir.

Katılımcılara dördüncü soru olarak, "Netflix'in Türk dizilerinde yer verilen dini ve İslami öğeler, gerçekçi ve doğru bir şekilde aktarılıyor mu?" sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların 35'i Müslüman, 1'i ise Hristiyan'dır. İslam kültürünü ve dinini kendi ülkelerindeki yaşam pratikleri ve uygulamalar üzerinden deneyimleyen bu katılımcılardan bazıları, Netflix'in Türk dizilerindeki dini temsilleri gerçekçi bulmadıklarını ifade etmiştir.

Özellikle "Terzi" ve "Kübra" dizileri üzerinden değerlendirmede bulunan katılımcılar, bu yapımlarda dinin eksik ve zaman zaman hatalı bir biçimde temsil edildiğini ifade etmişlerdir. Bazı katılımcılar, "Kübra" dizisinde dinin, yapay zeka benzeri bir yapı üzerinden kurgulanarak, seküler bir inanç sistemi ve seküler bir ibadet pratiği olarak sunulduğunu vurgulamışlardır. Bu durumun, İslam'ın özüne ve geleneksel dini değerlere uzak bir anlatı biçimi sunduğu ifade edilmiştir.

Öte yandan, "Şahmaran", "Atiye" ve "Yaratılan" dizilerinde ise dini değerlerin ve inançların, mitolojik unsurlar ve tarih öncesi inanışlarla harmanlanarak işlendiği gözlemlenmiştir. Katılımcılar, bu tür anlatıların uluslararası izleyiciler açısından zaman zaman kafa karıştırıcı olabildiğini belirtmiş; ancak aynı zamanda estetik, merak uyandırıcı ve dikkat çekici bulunduğunu da dile getirmişlerdir.

Buna karşın, bazı katılımcılar ise bu temsilleri oldukça gerçekçi bulmuş ve Bir Başkadır ve Fatma dizisindeki dini öğeleri örnek göstermişlerdir. Bazı katılımcılar, dinin hassas bir alanı temsil ettiğini belirterek, Netflix içeriklerinde dinin camiler veya başörtülü bireyler üzerinden yalnızca kültürel bir unsur olarak temsil edildiğini ifade etmişlerdir. Dini temsilleri olumlu ve gerçekçi bulan katılımcıların çoğu, bu kültürel boyutun gösterilmesini kültürel çeşitlilik unsuru olarak değerlendirmiştir.

Öte yandan, olumsuz görüş bildiren katılımcılar, dindar kişilerin yaşamlarında dinin yalnızca “kötü” ve sorunlu bir şekilde temsil edilmesini eleştirmişlerdir. Ayrıca, bazı katılımcılar, Türkiye’de dinin yalnızca İslam ile özdeşleşmediğini fark etmelerinin Türkiye algılarını değiştirdiğini belirtmişlerdir. Aynı şekilde, Netflix’in Mevleviliği ve tasavvufi öğeleri İslam’ın kendisi gibi sunmasını ve anlatmasını da garipsemiş, ancak bunu dinin kültürel bir görünümü olarak değerlendirmişlerdir. Morley’in alımlama çalışmalarında vurguladığı üzere, bireylerin anlam kodlarını çözme süreçlerinde, kültürel değerler ve yakınlık noktaları başat unsurlar olarak ön plana çıkmaktadır (Akova, 2014, s.128).

Katılımcılara yöneltilen beşinci soru, “Netflix’in Türk dizilerinde Türk ailesi genel olarak nasıl gösteriliyor?” olmuştur. Bu soruya 36 katılımcıdan 22’si, Türk ailesinin içeriklerde büyük bir önem atfedilerek yer aldığını ifade etmiştir. Katılımcılara göre, Türk ailesi genellikle iyiliğin, güzelliğin, birliğin ve beraberliğin temsili olarak sunulmakta ve kahramanın zor bir duruma düşmesi halinde bile ailesinin ona doğru yolu göstermeye çalıştığı vurgulanmaktadır. Aile, bir sığınak olarak temsil edilmekte ve bu bağlamda dizilerde ana kahraman, örtük bir biçimde ailenin kendisi olmaktadır. Bu çerçevede, aile, Türk toplumunun yapı taşlarının en önemli unsurlarından biri olarak değerlendirilmektedir. Dolayısıyla, Netflix içeriklerinde aile, genellikle olumlu bir algıyla temsil edilmektedir.

Buna ek olarak, 14 katılımcı, dizilerde temsil edilen aile yapısının modern ve çekirdek bir aile modelini yansıttığını; eğitilmiş ve seküler bir duruş sergilediğini belirtmiştir. Bu yapının, geleneksel değerlerin olumsuzlandığı bir yaklaşımı içerdiği ifade edilmektedir. Bununla birlikte, Terzi, Fatma, Kübra ve Andropoz gibi dizilerde aile yapısının milli ve manevi değerler açısından olumsuz bir şekilde ele alındığını düşünen katılımcılar da bulunmaktadır. Ancak, bu eleştirilere rağmen, aile teması içeriklerde güçlü ve iyiliğin temsilcisi olarak yer almaktadır.

Ayrıca, kalabalık ailelerin daha doğu ve muhafazakâr bir yaşam tarzını simgelediği vurgulanmakta, ancak içeriklerde çoğunlukla çekirdek aile yapısının ön plana çıkarıldığı ifade edilmektedir. Katılımcılar, evlenmeden birlikte yaşamının sıkça gösterilmesinin, ailenin kutsallığına zarar verdiğini de belirtmişlerdir.

Katılımcılara yöneltilen altıncı soru, “Netflix’in Türk dizilerinde sizi en çok rahatsız eden temsiller ve unsurlar nelerdir?” olmuştur. Bu soruya 36 katılımcıdan 25’i, dizilerde aile içi şiddetin sıkça vurgulanmasının önemli bir rahatsızlık kaynağı olduğunu ifade etmiştir. Şiddet sahnelerinin aşırı dramatize edilmesi, izleyiciler üzerinde olumsuz etkiler bıraktığı şeklinde değerlendirilmiştir. Ayrıca, 11 katılımcı, dizilerde ihanet temalarının yoğun bir şekilde işlenmesini eleştirmiş ve bu tür davranışların Türk toplumunda yaygın olmayan bir durum olmasına rağmen, normalleştirilmesine neden olduğu gerekçesiyle endişelerini dile getirmiştir.

Katılımcılar, erkek karakterlerin agresif, baskıcı ve duygusuz bir şekilde tasvir edilmesinin toplumsal cinsiyet normlarını olumsuz yönde pekiştirdiğini belirtmektedir. Kadınların genellikle pasif ya da erkeklere itaatkâr olarak gösterilmesi, kadınların toplumsal rollerinin çeşitliliğini ve karmaşıklığını yansıtmadığı için rahatsızlık uyandırmaktadır.

Ayrıca, dizilerin Türk toplumunu ve kültürünü Avrupalılaştırarak temsil etmesi, gerçekçi olmayan bir Türkiye imajı yaratmaktadır. Katılımcılar, Türk karakterlerin Avrupalı karakterler gibi yazıldığını ve bu durumun gerçekliği saptırdığını ifade etmektedir. Dizilerdeki olayların aşırı dramatize edilmesi ve gerçek hayatta mümkün olmayan olayların yer alması da izleyicileri rahatsız etmektedir. Özellikle şiddet içeren sahnelerin gereğinden fazla kullanılması ve kadına yönelik şiddet sahnelerinin abartılı bir şekilde sunulması dikkat çekmektedir. Bu tür sahneler, farkındalık yaratma amacı taşısa da izleyiciler tarafından rahatsız edici bulunmakta; cinsel içerikli sahnelerin gereğinden fazla ve açık bir şekilde gösterilmesi ise hikâye ile bağlantılı görülmemektedir.

Dindar karakterlerin kötü davranışlar (cinayet, ihanet, zina) sergilemesi ve bu şekilde temsil edilmesi, izleyicilerde olumsuz bir etki yaratmaktadır. Katılımcılar, manevi değerlere sahip karakterlerin bu şekilde sunulmasından rahatsızlık duyduklarını ifade etmektedir. Türk toplumunun değer verdiği kişiliklerin olumsuz davranışlarla temsil edilmesi, izleyicilerin milli duygularını zedelemektedir.

Katılımcılara, dokuzuncu soru olarak “Gerçek hayattaki Türk kültürü ile Netflix Türk dizilerinde gösterilen Türk kültürünü karşılaştırırsanız neler söylersiniz?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların 30’u, dizilerde gösterilen Türk kültürünün aşırı derecede Batıcı ve modernist bir görünüme sahip olduğunu ve bu temsillerin gerçekçi olmadığını dile getirmiştir. Buna karşılık, 6 katılımcı, bu temsillerin Türkiye’nin çeşitliliğini ve derinliğini yansıttığını ve bu nedenle gerçekçi olduğunu savunmuştur.

Bazı katılımcılar, dizilerdeki kültürel öğelerin yerel ve mahallî renkler taşıdığını, bu sayede izleyiciler üzerinde etkili olduğunu belirtmiştir. Ancak, milli ve kültürel değerlerin Netflix tarafından bilinçli bir şekilde manipüle edilerek dekoratif bir malzeme olarak kullanıldığı ve bu durumun Türk kültürünün tahrif edilmesine yol açtığı vurgulanmıştır. Katılımcılar, kısa süreli Türkiye deneyimlerine rağmen, Türk insanının yaşamında ahlak, namus, milli değerler ve örfün önemli bir yer tuttuğunu gözlemlemiş; buna karşın Netflix’in bu unsurları ters bir şekilde göstermeye çalıştığını ifade etmişlerdir.

Sonuç olarak, birçok katılımcı, dizilerde aşırı şiddet ve dramatizasyonun varlığından rahatsız olduklarını belirtmiştir. Şiddet içeren sahnelerin gereğinden fazla kullanılması, izleyicilerde olumsuz bir izlenim yaratmaktadır. Bazı katılımcılar, dizilerin aşırı Batılı yaşam tarzlarını yansıttığını ve gerçek Türk kültüründen uzaklaştığını ifade etmişlerdir. Özellikle açık ilişki tarzları, içki kullanımı ve Batılı değerlerin öne çıkması eleştirilmiştir.

Katılımcılar, dizilerde sıkça tekrarlanan klişe ve stereotipik karakterlerin varlığından rahatsızlık duymaktadır. Fakir erkek-zengin kız hikâyesi gibi tekrar eden temaların izleyicilerde sıradanlık hissi yarattığı belirtilmiştir. Ahlaki ve dini değerlere saygısızlık olarak görülen sahneler, bazı izleyicilerde rahatsızlık yaratmıştır. Özellikle cinsel içerikli sahnelerin fazlalığı ve dindar karakterlerin negatif temsilleri eleştirilmiştir.

Ekonomik sıkıntılar, toplumsal eşitsizlikler ve göç gibi konuların ele alınması,

bazı katılımcıların Türkiye algısını değiştirmiştir. Bu temalar, Türkiye'nin iç yüzünü daha iyi anlamalarını sağlamıştır. Dizilerin Türkiye'nin kültürel ve tarihi zenginliklerini yansıtmaları, katılımcıların Türkiye hakkındaki bilgilerini ve algılarını derinleştirmiştir. Göbeklitepe, Kapadokya gibi tarihi mekânların dizilerde yer alması, Türkiye'yi daha çekici kılmaktadır.

Bazı dizilerde Türkiye'nin modernleşme süreci ve toplumsal değişimlerin ele alınması, katılımcıların Türkiye'yi daha modern ve çeşitli bir toplum olarak görmelerine neden olmuştur. Katılımcılar, Netflix dizilerinde gösterilen Türk insanı ile gerçek hayattaki Türk insanı arasında hem benzerlikler hem de farklılıklar olduğunu belirtmişlerdir. Dizilerdeki karakterlerin genellikle dramatize edildiği, ancak bazı yönleriyle gerçek hayattaki Türk insanını yansıttığı ifade edilmiştir.

Sonuç

Bu çalışmada, Netflix'in Türkiye için ürettiği ve "Netflix Original" etiketiyle yayımlanan 23 dizi, araştırma örnekleme olarak seçilmiştir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu bu 23 diziden yalnızca 8'ini izlemiş olup, dizilerin tamamını izleyen 4 katılımcı, 13 diziyi izleyen ise 9 katılımcı bulunmaktadır. Geriye kalan 23 katılımcı ise 8 diziyi izlemiştir. Araştırma, 36 uluslararası öğrenciyle gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış mülakatlar ve etnografik bir yöntem kullanılarak yürütülmüştür. Bu bağlamda, öğrencilerin Netflix'in orijinal Türk dizilerine yönelik bakış açıları ve yorumları detaylı bir şekilde incelenmiştir.

Netflix, içeriklerini 300 milyon abonesine ulaştırarak, bu abonelere orijinal içerik ürettiği ülkeler, toplumlar ve kültürler hakkında bilgi aktarmakta ve bu bağlamda "dijital kültür diplomasisi" faaliyetlerini sürdürmektedir. Bu durum, Netflix'i yalnızca bir yayın platformu olmanın ötesine taşıyarak, bir "diplomasi kurumu" ve aynı zamanda "dijital kültür" ile "dijital baskı ve algı" aracı haline getirmektedir.

Platform, toplumlar ve halklar arasında etkileşim yaratarak, üretilen içeriklerin ait olduğu ülkelerin yaşam biçimlerini küresel bir değere dönüştürmektedir. Üretilen içeriklerin farklı kültürler ve yaşam pratikleri üzerindeki alımlanmasının önemli olduğu kadar, bu içeriklerin ülke imajı üzerinde de önemli bir etkiye sahip olduğu açıktır.

Tarihsel olarak, Hollywood, Batı dünyasının ve Batı merkezli insan anlayışının ideolojik ve kültürel savunuculuğunu sinema endüstrisi aracılığıyla yürütmüştür. Günümüzde bu misyonun dijital platformlar üzerinden sürdürüldüğü ve bu bağlamda Netflix'in ön plana çıktığı görülmektedir.

Netflix, ulusal ve bölgesel pazarlar için içerik üreten küresel bir şirket olarak, küresel dolaşımı mümkün kılmak amacıyla kültürel özgünlük ve yerel motifler temelinde çeşitli türlerde içerik üretmektedir. Türkiye'de üretilen içerikler, genel olarak küresel hegemonik kültür endüstrisinin anlatısını yansıtırken, aynı zamanda yerel ve geleneksel kültürel kodları da bünyesinde barındırmaktadır. Bu strateji, literatürde yaygın olarak ele alınan "glokalizasyon" (küreyerelleşme) kavramıyla açıklanmaktadır. Küreyerelleşme, küresel ürünlerin yerel bağlamlara

uyum sağlaması ve yerel unsurların küresel etkilerle etkileşim içine girmesi süreci olarak tanımlanmaktadır. Netflix, Türk içeriklerinde bu stratejiyi benimsemekte ve yerel ile küresel öğeleri bir arada kullanmaktadır.

Katılımcılardan elde edilen bulgular, Netflix'in Orijinal Türk dizilerinde Türk kültürel dokularının ve motiflerinin genellikle yalnızca dekoratif unsurlar olarak kullanıldığını göstermektedir. Hikâye ve senaryoların işleyişi, Netflix'in genel küresel stereotipleri tarafından şekillenirken, Türkiye'ye dair mekânlar ve Türk insanına ilişkin sahneler, genellikle "doğum, ölüm, düğün ve evlilik" gibi basmakalıp temalarla sınırlı kalmaktadır. Bu yaklaşım, Türk kültürünün çok boyutlu ve derinlikli yapısını yansıtmak yerine, daha yüzeysel bir temsil ortaya koymaktadır. Türk kültürünün, bir ticari emtia olarak batı anlatısının kıyafetlerinin giydirilmiş hali olarak değerlendirilmektedir.

Katılımcılar, dizilerde Türk kültürü ve yaşam pratiklerinin oldukça seküler ve Batı tarzı modern bir Türkiye'nin temsili olarak sunulduğunu ifade etmişlerdir. Bu bağlamda, dizilerde Türkiye'nin modern ve çağdaş yüzünün ön plana çıkarıldığı gözlemlenmiştir. Katılımcılar ayrıca, Türkiye'de bulundukları süre zarfında, özellikle Z Kuşağı olarak adlandırılan genç nüfus arasında seküler yaşam tarzının giderek daha yaygın hale geldiğini gözlemlediklerini belirtmişlerdir. Ancak, Netflix'in içeriklerinde seküler temaların genellikle ahlaksızlık, fuhuş, cinayet, şiddet ve kurnalsızlık gibi olumsuz unsurlar üzerinden işlendiği yönünde eleştiriler dile getirilmiştir.

Katılımcılar, bu tür temaların Türkiye'yi ve Türk insanını olumsuz bir şekilde yansıttığını vurgulamış; Netflix'in seküler yaşamı ahlaki değerlerden yoksun bir biçimde tasvir etmesinin, Türkiye'nin toplumsal gerçekliğini tam olarak yansıtmadığını ifade etmişlerdir. Katılımcılara göre, Türkiye'deki seküler yaşam, ahlaki ve geleneksel değerlerle çatışmak zorunda değildir; aksine, modern yaşamla uyum içinde var olabilmektedir. Ayrıca, dizilerin senaryolarının sıklıkla tekdüze olması ve sürekli aynı oyuncuların tercih edilmesi, bu içeriklerin ideolojik bir pekiştirme aracı olarak kullanıldığı yönünde değerlendirilmiştir. Netflix'in Türk içeriklerinde sıklıkla, aldatma, cinayet, ihanet, güvensizlik ve kadına şiddet gibi temaların yer almasının da aynı şekilde bilinçli bir strateji olarak görmüşlerdir.

Bazı katılımcılar, özellikle sabah kuşağında izledikleri kadın programları ve haberlerde sıkça işlenen "cinayet, aldatma, ihanet ve ahlaki yozlaşma" temalarının zihinlerinde bir karmaşa yarattığını ifade etmişlerdir. Katılımcılar, bu tür olayların gerçek hayatta varlığını kabul etmekle birlikte, Netflix içeriklerinde sunulan ahlaki yozlaşmanın, gerçek yaşamdaki durumlara kıyasla daha abartılı bir şekilde yansıtıldığını dile getirmişlerdir. Ayrıca, Türkiye'de yayıncılık anlayışı ve reyting sisteminin, bu tür içeriklerin popülaritesini artıran bir dinamik yarattığı göz önüne alındığında, Netflix'in Türkiye için ürettiği içerik politikasının izleyici çekme açısından başarılı bir strateji olduğu öne sürülmüştür.

Katılımcılar, bu tür içeriklerin geniş bir izleyici kitlesine hitap etmesinin, Netflix'in izleyici ilgisini çekme potansiyelini ortaya koyduğunu belirtmişlerdir. Ancak, sunulan olayların genellikle istisnai vakalar olmasına rağmen izleyicilerden yoğun bir ilgi görmesinin kendilerini şaşırttığını da ifade etmişlerdir. Bu durum,

Netflix'in Türkiye'deki genel yayıncılık eğilimlerine uyum sağladığını ve yerel izleyici kitlesinin beklentilerini dikkate aldığını göstermektedir. Netflix'in hikâye, tema ve içeriklerinde seküler bir dindarlık ve yaşam anlayışını işleyerek, geleneksel değerleri ve kültürel unsurları yozlaştırarak kafa karışıklığı yarattığı iddia edilmiştir. Özellikle Terzi dizisinde, başkahramanın hem "semazen ve neyzen" kimliğiyle tasvir edilmesi hem de ihanet, zina, şiddet ve seküler yaşam biçimleriyle ilişkilendirilmesi, bu tür eleştirilerin temelini oluşturmıştır. Ayrıca, cami gibi dini mekânlarda "günah çıkarma" temalı sahneler, Yunan mitolojisiyle bağlantılı olay örgüleri ve spiritüel-seküler bir din anlayışı gibi unsurlar, katılımcılar tarafından kafa karışıklığını artıran ve tartışmalı bulunan detaylar olarak değerlendirilmiştir.

Netflix'in, mitolojik ve spiritüel temaları işleyen içeriklerinde küresel izleyici kitlesine ulaşma hedefi güttüğü görülmekle birlikte, bu süreçte Türk kültürü ve değerlerini tahrip ettiği yönünde eleştiriler dile getirilmiştir. Katılımcılara göre, bu tür içerikler Türkiye ve Türk toplumu hakkında yanlış ve olumsuz algılar oluşturma potansiyeline sahiptir.

Katılımcılar, Netflix'in Türkiye'yi ve Türk insanını daha gerçekçi ve dengeli bir şekilde yansıtmayı gerektiğini vurgulamışlardır. Özellikle, kültürel ve yerel unsurların yalnızca dekoratif öğeler olarak değil, hikâye ve karakterlerin derinliğine katkıda bulunacak şekilde ele alınmasının önemine dikkat çekmişlerdir. Bu, izleyicilerin kültürel ve toplumsal gerçekliği daha iyi anlamalarına olanak sağlayacak ve Türkiye'nin zengin kültürel mirasının daha doğru bir şekilde aktarılmasına katkı sunacaktır.

Sonuç olarak, dijital kültür diplomasisi perspektifinden değerlendirildiğinde, ülkelerin ve toplumların birbirlerini tanımlarının giderek dijital platformlar üzerinden gerçekleştiği yeni bir durum ortaya çıkmaktadır. Özellikle dünya çapında 300 milyondan fazla aboneli bulunan Netflix'in, içeriklerini diğer sosyal medya platformlarında da dolaşıma sokarak potansiyel olarak yaklaşık 5 milyar kişilik küresel bir izleyici kitlesine ulaşabildiği gözlemlenmektedir. Bu durum, dijital platformların yürüttüğü kültürel diplomasi faaliyetlerinin, devletler ve toplumlar arasındaki ilişkileri, karşılıklı algıyı ve tanınırlığı, algı yönetimini ve ulusal marka değerini şekillendirmede önemli bir rol üstlendiğini ortaya koymaktadır.

Bu bağlamda, bugüne dek Türkiye'de 23 orijinal dizi üreten Netflix, Türkiye'nin kültürel anlatılarını ve toplumsal deneyimlerini küresel izleyiciyle buluşturmaktadır. Söz konusu yapımlar, yalnızca eğlence temelli içerikler olmanın ötesinde, Türkiye'nin kültürel, sembolik ve temsili değerlerini yansıtan ve ülkenin uluslararası marka değerine katkı sağlayan anlatılar olarak değerlendirilebilir. Bu içeriklerde kurgulanan temsiller, küresel kamuoyunda Türkiye algısının inşasında işlevsel bir rol oynamakta; dolayısıyla dijital kültür endüstrisinin, Türkiye'nin yumuşak güç (soft power) stratejileriyle olan etkileşimi giderek belirginleşmektedir.

"Türkiye Yüzyılı" vizyonunun uluslararası düzlemde görünür kılınmasında, dijital platformlarda üretilen içeriklerin bu vizyonu yansıtabilecek temsil kapasitesine sahip olması kritik bir eşik olarak öne çıkmaktadır. Bu çerçevede,

Netflix'in Türk yapımları yalnızca Türkiye'nin küresel imajını ve marka değerini dönüştürme potansiyeli taşımakla kalmamakta; aynı zamanda dünya kamuoyunun Türkiye'nin geleceğe yönelik stratejik vizyonuna ilişkin algılarını biçimlendirme gücüne de sahiptir.

Her ne kadar Netflix'in Türkiye merkezli içerik üretiminde temel motivasyonu ticari kazanç elde etmek olsa da, bu içerikler aynı zamanda Türkiye'yi ve Türk toplumunu uluslararası düzeyde temsil eden kültürel araçlara dönüşmektedir. Bu nedenle, dijital platformlar üzerinden yürütülen kültürel üretim süreçleri, günümüzün dönüşen diplomasi pratikleri bağlamında dijital kültür diplomasisi olarak tanımlanmakta; ulusların, toplumsal grupların ve ideolojik yapıların küresel düzeyde temsili için yeni bir mecra sunmaktadır.

Kaynakça

- Akova, S. (2020). Kültürlerarası iletişim bağlamında ötekileştirme olgusunun dijital taşıyıcılığına dair Netflix dijital televizyonu üzerinden bir bakış: 13 Commandments (13 Emir) dizisi üzerinden göstergebilimsel analizi. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 10(15), 4479-4516.
- Alyanak, B. Z. (2018). Etnografi ve çevrimiçi etnografi. İçinde M. Binark (Ed.), *Yeni medya çalışmalarında araştırma yöntem ve teknikleri* (ss. xx-xx). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Başlar, G. (2021). Yerel içeriğin küresel dolaşımı bağlamında Netflix: "Hakan Muhafız" izleyici yorumlarının analizi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (36), 415-435.
- Brinkmann, S., & Kvale, S. (2018). *Doing interviews*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Burç, M. (2023). *Kültür endüstrisi çerçevesinde dijital TV platformlarının kullanımı üzerine bir inceleme*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
- Carr, C. T., & Hayes, A. R. (2015). Social media: Defining, developing and divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46-65.
- Dönmez, E. (2022). Türkiye'de yeni nesil televizyon yayıncılığı: Netflix serüveni. İçinde K. Duman (Ed.), *Netflix etkisi dijital çağda ekran kültürü içinde* (ss. 55-74). İstanbul: Urzeni Yayınevi.
- Erdoğan, M. (2023). Türkiye'de dijital film platformlarının sinema sektörüne etkileri: Netflix üzerine bir inceleme. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi*, 5(9), 725-748.
- Heyl, B. S. (2007). Ethnographic interviewing. İçinde P. Atkinson, A. Coffey, S. Delamont, J. Lofland, & L. Lofland (Eds.), *Handbook of ethnography* (ss. 369-383). Sage.
- Karabağ Sarı, Ç. (2019). 12 Eylül filmleri ve üniversite gençliği: Politik söylemler bağlamında 12 Eylül filmlerinin alımlanması. *Sinecine: Sinema Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 9-39.
- Karasar, N. (2020). *Bilimsel araştırma yöntemi* (36. baskı). Ankara: Nobel

Yayınları.

- Keskin, E. K. (2023). Eleştirel algoritma çalışmaları perspektifinde dijital platformlarda öneri sistemleri: Kullanıcı motivasyonlarına yönelik bir araştırma. (Yayımlanmamış doktora tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Kümbetoğlu, B. (2015). Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Maden, A. (2020). Postmodern bağlamda Netflix'te LGBTQ+ söylemler. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul İbn Haldun Üniversitesi, İstanbul.
- Mayring, P. (2011). Nitel sosyal araştırmaya giriş (A. Gücüş & M. S. Durgun, Çev.). Ankara: Bilgesu Yayınları.
- Netflix Türkiye. (2024). Netflix Türkiye YouTube kanalı. <https://www.youtube.com/channel/UCeZOywU-zg9j3SxYG0FdLtw>
- Patton, M. Q. (2018). Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri (M. Bütün & S. B. Demir, Çev.). Ankara: Pegem Akademi.
- Punch, K. F. (2016). Sosyal araştırmalara giriş: Nicel ve nitel yaklaşımlar (4. baskı, D. Bayrak, H. B. Arslan ve Z. Akyüz, Çev.). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Söğütlüler, Z. (2022). Z kuşağının Netflix yerel içeriklerini alımlama biçimleri. (Basılmamış doktora tezi). Aydın.
- Tekin, H. H. (2006). Nitel araştırma yönteminin bir veri toplama tekniği olarak derinlemesine görüşme. İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi, 3(13), 101-116.
- Temelli Çoşgun, A. (2022). Kültür endüstrisi bağlamında dijital seyir platformu Netflix'e yönelik eleştirel bir analiz. İçinde K. Duman (Ed.), Netflix etkisi dijital çağda ekran kültürü içinde (ss. 245-264). İstanbul: Urzeni Yayınevi.
- Türker, O., Alizadehfanaeloo, P., & Demir, H. H. (2021). Medya sektöründe marka mimarisi: Netflix örneği. Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 10(2), 1264-1280. <https://doi.org/10.33206/mjss.846541>
- Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim araştırmalarında etkin olarak kullanılabilecek nitel bir araştırma tekniği: Görüşme. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi, 24, 543-559.
- Toy, Muhammed Ersin, (2024) Netflix ve Türkiye, Çizgi Yayınevi, Konya,
- Yaman, E. (2023). Netflix'te oryantalizm: Orta Doğu konulu dizilerde emperyal izler. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (11. baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yoo, E., & Buzinde, C. (2012). Gazing upon the kingdom: An audience reception analysis of a televised travelogue. Annals of Tourism Research, 39(1), 221-242.
- Özışık, F. U. (2023). Dijital platformlarda Türk sineması, Türkiye temsilleri ve Türkiye'nin kültürel tanıtımı: Netflix içerikleri üzerinden bir değerlendirme. İçinde Türk sineması Türkiye'nin yumuşak gücü (ss. 79-95). İstanbul: Diplomasi Vakfı Yayınları.

Portekiz’de Türk Dizileri’nin Alımlama Pratikleri¹



Faruk SADIÇ¹

¹Dr.,

Erciyes Üniversitesi, İletişim

Fakültesi,

faruksadic@erciyes.edu.tr

ORCID:0000-0002-2031-

6606

Gönderilme/ Received

17.03.2025

Kabul Tarihi/ Accepted

25.03.2025

Yayın Tarihi/Published

27.03.2025

Öz

Bu çalışma, Türk televizyon dizilerinin Portekiz’deki sosyal medya platformlarında nasıl alımlandığını Stuart Hall’ün kodlama/çözümleme modeli çerçevesinde incelemektedir. Araştırma kapsamında Facebook, Instagram ve YouTube gibi platformlardaki izleyici yorumları nitel içerik analiziyle değerlendirilmiştir. İzleyici tepkileri; hâkim, müzakereci ve muhalif olmak üzere üç temel alımlama konumuna göre sınıflandırılmıştır. Bulgular, Portekizli izleyicilerin büyük oranda dizilere olumlu veya müzakereci bir tutumla yaklaştığını; geleneksel değerler, duygusal anlatım ve yüksek prodüksiyon kalitesinin bu ilgiyi artırdığını göstermektedir. Bununla birlikte, bazı yorumlarda kültürel uyumsuzluklar ve ideolojik farklılıklardan kaynaklanan eleştiriler de yer almaktadır. Araştırma, Türk dizilerinin küresel izleyiciyle kurduğu kültürlerarası etkileşimi ortaya koyarken, izleyicinin aktif bir yorumlayıcı olduğunu ve sosyal medya üzerinden anlam üretim sürecine katıldığını vurgulamaktadır. Çalışma, transnasyonal medya tüketimi ve kültürel dolaşım konularına katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Türk Dizileri, Alımlama Kuramı, Sosyal Medya, Kültürlerarası Etkileşim, Stuart Hall.

* Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. Benzerlik tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No similarity detected.

** Bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive” were followed.

*** Çalışma tek yazar tarafından yürütülmüştür.

The study was conducted by a single author.

**** Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

Kaynak gösterme / To cite this article: Sadıç, F. (2025). Portekiz’de Türk Dizileri’nin Alımlama Pratikleri. İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi, 5(1), 215-228. doi: 10.59534/jcss.1659557



Reception Practices of Turkish Serials in Portugal



Faruk SADIÇ¹

¹Dr.,
Erciyes University, Faculty
of Communication,
faruksadic@erciyes.edu.tr
ORCID:0000-0002-2031-
6606

Gönderilme/ Received

17.03.2025

Kabul Tarihi/ Accepted

25.03.2025

Yayın Tarihi/Published

27.03.2025

Abstract

This study examines how Turkish TV series are received on Portuguese social media platforms, using Stuart Hall's encoding/decoding model as its theoretical framework. Viewer comments from Facebook, Instagram, and YouTube were analyzed through qualitative content analysis and classified into dominant, negotiated, and oppositional decoding positions. Findings indicate that most Portuguese viewers respond positively or negotiate meaning based on their own cultural frameworks. The appeal of Turkish dramas—marked by emotional storytelling, traditional values, and high production quality—has led to a strong fan base. However, certain comments express resistance or criticism, often stemming from cultural or ideological dissonances. The study highlights that audiences are not passive recipients but active interpreters who engage in meaning-making via social media platforms. Ultimately, the research underscores the intercultural dialogue facilitated by Turkish series and contributes to discussions on transnational media reception, cultural globalization, and soft power dynamics in international broadcasting.

Keywords: Turkish TV Series, Reception Theory, Social Media, Intercultural Interaction, Stuart Hall.

Giriş

Bilim ve teknoloji alanlarındaki gelişmeler, küreselleşme ve nihayetinde kitle iletişim araçlarında gözlemlenen hızlı ilerlemeler, toplumun tüm kesimlerini kapsayan çok boyutlu bir etkileşim sürecini beraberinde getirmiştir. Bu dönüşüm unsurlarından biri olan televizyonun bireylerin günlük yaşamında önemli bir yer edinmesiyle birlikte, söz konusu etkiler her yaş grubundan ve toplumun her katmanından izleyiciler üzerinde doğrudan ya da dolaylı biçimde gözlemlenebilmektedir. Bu değişimlerin ve etkilerin ne tür sonuçlar doğurduğu sorusu ise yalnızca bu alanda çalışan akademik çevrelerin değil, aynı zamanda değişen toplumsal bağlamlarda genel kamuoyunun da gündemini meşgul etmektedir.

Öte yandan, teknolojik gelişmeler ve ekonomik dinamiklerle ivme kazanan küreselleşme, iletişim yöntemlerinde ve tekniklerinde köklü değişimlere yol açmıştır. İnternet ve uydu teknolojilerindeki ilerlemeler, bilişim teknolojilerinin ucuzlaması ve yaygınlaşması, bilgi akışını hızlandırmış; zaman, mekân ve mesafe algılarını dönüştürmüştür. Bu durum, toplumsal yapının çeşitli boyutlarında önemli değişikliklerin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Yurdabakan, 2002). Nüfus yapısındaki farklılaşma, ekonomik dönüşüm, aile yapıları ve yaşam tarzlarında yaşanan değişimler, bu dönüşümün yalnızca bazı boyutlarını yansıtmaktadır. Dolayısıyla, bu gelişmeler kültürlenme süreçlerini hızlandırmış ve küresel değerlerin oluşmasına zemin hazırlamıştır (Balay, 2004).

Küreselleşmenin doğal bir sonucu olarak “küresel köy” alegoriyle tanımlanan dünya, önceden herhangi bir etkileşimin söz konusu olmadığı, birbirinden oldukça farklı coğrafyalarda yer alan kültürleri bir araya getirmiştir (Tanrıöver, 2015). Bir başka ifadeyle, küreselleşme yalnızca ekonomik faaliyetlerde etkili olmakla kalmamış; kültürel dolaşımı ve kültürler arası etkileşimi de mümkün kılmıştır. Bu yeni kültürel temaslar, medyanın etkisinin ve gücünün gözle görülür biçimde arttığı bir dönemin başlangıcını oluşturmıştır. Küreselleşmenin küresel bir kültür üretimini mümkün kıldığı ve bu küresel ölçekli kültürün medya aracılığıyla yerel kültürlere nüfuz ederek onları dönüştürdüğü ve benzeşme süreçlerini tetiklediği düşünülmektedir. Küresel kültürün yayılım alanlarından biri olan televizyon, yerel kültür ile küresel kültür; ya da daha özel olarak ifade etmek gerekirse, küresel popüler kültür ile bölgesel altkültürler arasında dinamik bir etkileşim zemini sunmaktadır. Bu gelişim ve dönüşümlerin dikkat çekici bir sonucu olarak, farklı bir coğrafi ve kültürel yapıya sahip olan Portekiz’de Türk televizyon dizilerinin geniş bir izleyici kitlesine ulaşması, bu duruma anlamlı ve somut bir örnek teşkil etmektedir.

Nitekim, Türk televizyon dizileri son on yılda küresel bir fenomene dönüşmüş; 100’den fazla ülkeye ihraç edilerek Türkiye’yi, Amerika Birleşik Devletleri’nden sonra dünyanın en büyük ikinci dizi ihracatçısı konumuna getirmiştir (Kehya, 2024). Yüksek prodüksiyon kalitesi ve duygusal anlatımıyla öne çıkan bu diziler, Türkiye sınırlarının ötesinde coşkulu izleyici kitleleri bulmuştur. Portekiz’de de Türk dizileri kendine özgü bir hayran kitlesi oluşturmuş; bu durum, Portekiz televizyonunda yalnızca Türk dizilerine odaklanan “Dizi” adlı kanalın yayına başlaması ve çevrimiçi hayran topluluklarının etkinliğiyle somutlaşmıştır.

Nitekim, SPI International tarafından yalnızca seçkin Türk dizilerine adanmış “Dizi” kanalı kısa süre önce önemli bir Portekiz televizyon platformunda erişime açılmış; bu gelişme, yerel izleyicilerin bu içeriklere yönelik artan ilgisini yansıtmaktadır (Editor, 2023).

Resmî yayınlara ek olarak sosyal medya platformları da izleyici etkileşiminin temel mekânlarından biri hâline gelmiştir. Facebook’taki Dizi Portugal topluluğu, Instagram’daki @diziportugal hesabı ve YouTube’daki “Universo Séries Turcas” (Türk Dizileri Evreni) kanalı gibi platformlar, izleyicilerin bölümler, karakterler ve kültürel nüanslara dair yorumlarını paylaştıkları canlı etkileşim alanları sunmaktadır. Bu yorumlar, Portekizce konuşan toplulukların Türk dizilerini nasıl alımladığını anlamak açısından zengin bir kaynak teşkil etmektedir.

Bu çalışma, Portekiz’de yayınlanan Türk dizileri üzerine sosyal medya platformlarında yer alan Portekizli izleyici yorumlarını alımlama kuramı çerçevesinde analiz etmeyi amaçlamaktadır. Stuart Hall’ün kodlama/çözümleme modeline dayanan bu analizde, izleyici yorumları hâkim, müzakereci ve karşıt olmak üzere üç temel okuma konumunda sınıflandırılmaktadır (Turner, 2015). Bu çevrimiçi yorumlar incelenerek, Portekizli izleyicilerin Türk dizilerindeki kültürel mesajları nasıl alımladığı anlaşılmaya çalışılmaktadır. Analiz süreci, bu yorumları kültürlerarası etkileşim, kimlik temsilleri, popüler kültür ve medya tüketim alışkanlıkları bağlamında konumlandırmaktadır.

1.Stuart Hall’ün Kodlama/Çözümleme Modeli

Stuart Hall’un alımlama kuramı, izleyicilerin medya metinlerini nasıl yorumladıklarını analiz etmek için bir bakış açısı sunar. Hall, “Encoding/Decoding” başlıklı öncü makalesinde, medya yapımcılarının metinlere tercih edilen anlamlar kodladığını ancak izleyicilerin bu mesajları kendi toplumsal ve kültürel bağlamlarına göre farklı şekillerde çözdüğünü ileri sürmüştür. Hall, bu süreçte üç varsayımsal çözümleme konumu tanımlar: hâkim (ya da hegemonik) okuma, müzakereci okuma ve muhalif okuma (Hall, 1972).

Hâkim/egemen okumada izleyici, yapımcıların kodladığı anlam ve değerleri tam olarak paylaşır. İzleyici, mesajı tam da amaçlandığı biçimde çözümler ve anlatıya kodlanan tercih edilen anlamı aynen kabul eder. Bu konumda izleyici, “hâkim kod içinde faaliyet göstermektedir”; başka bir deyişle, yorumu, içeriğin baskın kültürel ideolojisi ve yapımcıların niyetleriyle uyumludur. Örneğin, bir Türk dizisini egemen okumayla yorumlayan Portekizli bir izleyici, aile değerleri veya romantik temaların dizideki sunumunu tam da yapımcıların öngördüğü biçimde içselleştirir ve alttaki mesajı sorgulamadan kabul eder (Hall, 1972).

Müzakereci konumda izleyici, metnin kodlarıyla kısmen örtüşür ve genel olarak tercih edilen anlamı benimsese de bunu kendi deneyimleri veya bağlamı ışığında dönüştürür. Hall, bunu “uyumsal ve muhalif unsurların karışımı” olarak tanımlar; izleyici, genel anlamda hegemonik ya da baskın mesajı kabul etse de bunu kişisel bakış açısı veya yerel değerler doğrultusunda şekillendirir. Müzakereci bir okuyucu, bir Türk dizisinden keyif alıp mesajlarının çoğuna katılsa da belirli unsurları farklı yorumlayabilir veya bazı çekincelerle

yaklaşabilmektedir. Örneğin, Portekizli bir hayran, dizinin genel ahlaki anlatısını beğense de, gösterilen kültürel pratikleri eleştirebilir veya dizinin ritmini ve stilini Portekiz/Latin pembe dizileriyle kıyaslayarak anlamı kendi kültürel beklentilerine göre hafifçe yeniden çerçeveleme yöntemini kullanabilmektedir.

Muhallif çözümlemede izleyici, metnin literal ve amaçlanan anlamını bilmesine rağmen onu reddeder; mesajı alternatif bir çerçeveye yorumlar. İzleyicinin toplumsal konumu veya inançları, medya metnindeki varsayımlarla çatışır. Böylece aynı içeriği “küresel ölçekte zıt” bir şekilde çözümler ve niyetlenmiş mesajı etkili şekilde direnç göstererek ya da altüst ederek bozar. Muhallif konumdan tepki veren bir izleyici, örneğin dizinin geleneksel cinsiyet rollerini veya aile yapılarını olumlu göstermesini fark edip bununla şahsen uyuşmadığını, hatta bu temsillerin çok ataerkil ya da muhafazakâr olduğunu söyleyerek diziyi eleştirebilir – ve böylece zıt bir yorum seslendirir (ör. dizinin klişeleri pekiştirdiğini savunmak). Bu gibi durumlarda izleyici, tercih edilen okuma biçimini reddeder ve metnin ideolojik temellerine meydan okuyacak kendi anlamını dayatır (Hall, 2001).

Hall’ün modeli, anlamın medya metninde sabit olmadığını, aksine izleyicinin çözümleme sürecinin etkin ve sosyokültürel bağlamdan etkilendiğini göstermektedir. Portekiz’de veya başka yerlerde izlenen Türk dizileri örneğinde, bu kuram bize geniş bir tepki yelpazesi olacağına işaret etmektedir: Bazı izleyiciler dizinin amaçlanan anlatısına ve kültürel ipuçlarına tam uyum gösterirken, bazıları içeriği kendi yerel bakışlarıyla harmanlar, bazıları ise uyumsuz buldukları noktalara direnç gösterir. Sosyal medya yorumlarını bu üç konuma ayırarak, Portekizce konuşan toplulukların Türk dizilerini kendi kültürel çerçeveleri içinde nasıl anlamlandırdığını sistematik biçimde değerlendirebiliriz. Bu yaklaşım, alımlama analizi geleneğine dayalı olup, izleyicinin etkin yorumunu ve medya metinlerinin “çokanlamlılığını” (polysemy) vurgulamaktadır.

2. Yöntem

Bu araştırma, Portekiz’deki Türk televizyon dizilerinin izleyici alımlamasını incelemek amacıyla sosyal medya yorumlarının nitel içerik analizini kullanmaktadır. Başlıca veri kaynakları, Portekizli ve Lusofon hayranların Türk dizileri tartışmak için bir araya geldiği üç popüler sosyal platformdur:

Facebook – “Dizi Portugal” Sayfası: Bu sayfa, Türk dizilerine adanmış bir hayran topluluğudur ve takipçiler düzenli olarak bölüm güncellemeleri, karakter gelişimleri ve yeni dizi haberleri hakkında yorum yapar. Bu kamusal forum, topluluktaki tartışmaların ve tepkilerin incelenmesi açısından önemli ipuçları sunar (Facebook, t.y.)

Instagram – @diziportugal: Bu hesapta Türk dizileriyle ilgili görseller, kısa klipler (ör. fragmanlar) ve duyurular paylaşılmaktadır. Takipçiler, bu içeriklerin altında çoğunlukla duygusal veya düşünsel tepkilerini dile getiren yorumlar yazar; bu da hızlı ve içgüdüsel izleyici tepkileri açısından zengin bir kaynak oluşturur (Dizi Portugal (@diziportugal) • Instagram fotoğrafları ve videoları, t.y.)

YouTube – “Universo Séries Turcas” Kanalı: Bu kanal, Portekizce konuşan izleyiciler için Türk dizi içerikleri (bölüm kesitleri, fragmanlar veya hayran altyazılı videolar) barındırmaktadır. Videoların altındaki yorumlar, izleyicilerin

derinlemesine düşüncelerini, tartışmalarını ve bazen de hayranlar arasındaki konuşmaları yansıtır. Bu kanal, Türkçe bölümlere eklenen Portekizce altyazılar sayesinde dizilerin uluslararası dolaşımında hayran odaklı içerik erişimine ihtiyaç duyan izleyiciler için oldukça işlevseldir ([Universo Séries Turcas - YouTube, t.y.](#))

Bu platformlardan toplanan yorumlar, Portekiz’de yayınlanan veya çevrimiçi olarak popülerleşen belirli Türk dizilerine (örneğin, “Binbir Gece” / Mil e Uma Noites, “Fatmagül’ün Suçu Ne” / Fatmagul, “Kara Sevda” / Amor Eterno vb.) odaklanmaktadır. Söz konusu dizilerle ilgili paylaşımların altında biriken izleyici yorumları örneklenmiş, bu dizilerin yayın dönemleri veya çevrimiçi etkin şekilde tartışıldığı zamanlar hedeflenmiştir. Toplamda yüzün üzerinde yoruma ulaşılacak şekilde, yüksek beğeni/toplanma oranına sahip yorumlar ile rastgele seçilen yorumlar harmanlanarak çeşitlilik sağlanmıştır. Tüm yorumlar, orijinal dilinde (Portekizce veya zaman zaman İspanyolca/İngilizce) korunmuş ve gerektiğinde analiz için Türkçeye çevrilmiştir.

Hall’ün üç izleyici konumu (hâkim, müzakereci, muhalif) analitik kategoriler olarak kullanılmış ve her bir yorumun diziyi egemen, müzakereci veya muhalif biçimde alımladığına dair kanıtlar aranarak kodlama yapılmıştır. Örneğin, “Amo esta série, é perfeita! Não perco um episódio” (“Bu diziyi seviyorum, mükemmel! Bir bölümü bile kaçırmıyorum”) şeklindeki bir yorum, tam bir kabullenme ve övgü içerdiğinden egemen okuma olarak tespit edilmiştir. Buna karşın, “Gosto da novela, mas acho estranho o jeito que retratam as mulheres, meio antiquado...” (“Diziyi beğeniyorum ama kadınların gösteriliş şeklini biraz eski moda buluyorum...”) şeklindeki ifade, izleyicinin diziden keyif aldığını fakat aynı zamanda bir yanını eleştirdiğini gösterdiği için müzakereci okuma olarak kodlanabilir. Tamamen muhalif olan bir yorum ise, “Não entendo por que tanta gente gosta disso, é muito chato e conservador pro meu gosto” (“Bu kadar kişinin neden sevdiğini anlamıyorum, bana çok sıkıcı ve muhafazakâr geliyor”) gibi dizinin çekiciliğini veya değerlerini açıkça reddeden ifadelerdir.

Hall’ün alımlama kategorilerinin yanı sıra, izleyicilerin dizideki hangi unsurlara tepki verdiğini anlamak amacıyla tematik bir analiz de gerçekleştirilmiştir. Analizde dört temel temaya odaklanılmıştır: Kültürel Aktarım, Kimlik Temsilleri, Popüler Kültür Unsurları ve Medya Tüketim Alışkanlıkları.

Kültürel Aktarım: Yorumda Türk kültürü, dili veya kültürlerarası benzerlik/farklılıklara dair göndermeler var mı? Dizi, izleyiciler için bir kültürel köprü görevi görüyor mu (ör. Türk yemekleri, müzikleri, aile gelenekleri ya da Türkiye’yi ziyaret etme isteği gibi)?

Kimlik Temsilleri: Yorum, karakterlerin veya olayların cinsiyet rolleri, aile rolleri ya da ulusal kimlik açısından temsili üzerine mi odaklanıyor? Örneğin, izleyiciler dizide gösterilen kadın-erkek davranışlarını veya Türk toplumundaki aile dinamiklerini kendi kültürleriyle kıyashıyor mu? Burada ayrıca izleyicinin kendi kimlik konumunu metne yansıtması da (örn. “Bir Portekizli olarak bu karakterle özdeşleşiyorum” veya “Bizim kültürde bu farklı şekilde çözüldü”) değerlendirilmektedir.

Popüler Kültür Unsurları: İzleyiciler, diziyi başka popüler kültür veya türlerle bağlantılı hâle getiriyor mu? Örneğin, dizileri Latin Amerikan telenovelalarıyla

veya dünya genelindeki pembe dizilerle kıyaslamak, yıldız/oyuncu kültürünü ele almak ya da favori çiftleri “ship” etmek, ünlü replikleri tekrar etmek vb.

Medya Tüketimi: İzleyiciler dizileri nasıl izliyor ve nasıl etkileşim kuruyor? Binge-watching (peş peşe izleme) alışkanlıkları, platform tercihleri (televizyon, streaming, YouTube), altyazı veya dublaj konusundaki beğenileri, hatta hayran topluluklarının içeriğe erişimi kolaylaştırma rolleri neler? Özellikle Portekiz ve Brezilya gibi pazarlarda, hayran çeviri grupları ve çevrimiçi paylaşım çok önemli olmuştur – ulusal yayıncıların veya SVOD servislerinin yerine geçerek Türk dizilerini yaygınlaştırmıştır. “Universo Séries Turcas” kanalının yüklemelerine teşekkür eden ya da hayranların sağladığı çevirilerden bahseden yorumlar, bu tüketim pratiklerinin göstergesidir ([¿Por qué el éxito de las telenovelas turcas en Latinoamérica?, 2016](#)).

Tüm yorumlar, bulgular bölümünde anonim hâle getirilmiş ve yalnızca toplu eğilimler veya özetlenmiş içerikler paylaşılmıştır (herhangi bir kişisel veri paylaşılmamıştır). Analiz, Türk dizilerinin uluslararası izleyici kitlesine ilişkin akademik ve gazetecilik kaynaklarından da yararlanarak yürütülmüş ve bulgular bağlamsallaştırılmıştır. Nitel verilerden elde edilen içgörü ile literatür arasındaki ilişkiyi üç boyutlu şekilde ele alarak, Portekiz ve ötesinde Türk dizilerinin algısına dair kapsamlı bir tartışma amaçlanmıştır. Sonuçlar önce üç alımlama kategorisine (hâkim, müzakereci, muhalif) dair örneklerle sunulmaktadır.

3. Bulgular

Hakim/Egemen Alımlama: Dramanın ve Değerlerin İçselleştirilmesi

Portekizli izleyicilerin önemli bir bölümü, Türk dizilerine hâkim ya da tercih edilen bir okuma sergilemiştir; bu da dizilerin içeriklerini tam da hedeflendiği şekilde coşkulu bir biçimde benimsediklerini gösterir. Bu yorumlar büyük oranda olumlu olup, dizilerin anlatı çerçeveleriyle ve duygusal işaretleriyle uyumludur. Hâkim okuma sergileyen yorumlarda dikkat çeken bazı ortak örüntüler şunlardır:

Duygusal ve Anlatısal Katılım: İzleyiciler, hikâyenin kendilerini ne kadar derinden etkilediğini sıklıkla dile getirmiştir. Örneğin hayranlar, Facebook’ta trajik sahnelerde ağladıklarını, başkarakterler arasındaki romantizme kapıldıklarını veya her bölümü sabırsızlıkla beklediklerini belirtir. Bu tarz tepkiler, dizilerin tipik melodramatik tonunu izleyicilerin kabul ettiğini gösterir. Örneğin, “Esta série é maravilhosa, cada capítulo me deixa em êxtase!” (“Bu dizi harika, her bölümü beni heyecan içinde bırakıyor!”) diyen bir izleyici, hikâyenin amaçlanan duygusal yankısını tam olarak yansıtır. Aşk, aile çatışması ve ahlaki ikilemlere odaklanan melodram türü, güçlü duygular uyandırmak için tasarlanmıştır ve Portekizli hayranların tepkileri, bu etkinin kodlandığı gibi karşılandığını ortaya koymaktadır.

Geleneksel Değerler ve Ahlakın Takdiri: Hâkim yorumların çoğu, Türk dizilerindeki aile odaklı ve ahlaki açıdan yükseltici temaları övmektedir. İzleyiciler bu dizileri genellikle “içten” ve ailece izlemeye uygun bulduklarını, yerel veya Batılı bazı yapımlarla karşılaştırıldığında daha muhafazakâr ya da “temiz” olduklarını ifade etmektedir. Bu eğilim, başka bölgelerde de kaydedilmiştir – örneğin Latin Amerikalı Portekiz’li izleyiciler, Türk dizilerinin daha muhafazakâr ve geleneksel hikâye anlatımını memnuniyetle karşılayarak onu aile değerlerinin

güçlü olduğu klasik melodramlara bir dönüş olarak görmektedir. Portekizli yorumcular da benzer şekilde sevgi, dostluk, fedakârlık ve büyüklere saygı gibi temsilleri vurgular. Örneğin bir Instagram gönderisi altında, aile yemeği sahnesi üzerine bir kullanıcı, “Que lindo ver o respeito aos pais e avós. Lembra a novela da minha avó, cheia de valores.” (“Anne babaya ve büyüklere duyulan saygıyı görmek ne güzel. Babaannemin eski dizilerini hatırlatıyor, değerlerle dolu.”) demiştir.

Karakterler ve Durumlarla Özdeşleşme: Hâkim okuyucular genellikle baş kahramanlar veya kilit çatışmalarla yakın özdeşleşme yaşarlar. Yorumlar, dizilerdeki evrensel temaların izleyicilerin kendi yaşamlarıyla uyuştuğunu gösterir. Örneğin “A história de Fatmagül me tocou profundamente, tantas mulheres passam por isso” (“Fatmagül’ün hikâyesi beni derinden etkiledi; bu durumu yaşayan çok kadın var.”) şeklinde bir yorum, dizinin işlediği ciddi temanın izleyiciye etkili biçimde geçtiğini gösterir.

Prodüksiyon Kalitesi ve Estetik Öğelerin Beğenisi: Hâkim okumayı besleyen diğer bir unsur, Türk dizilerinin sinematografik kalitesine, güzel oyuncularına ve mekânlarına duyulan hayranlıktır. Portekizli izleyiciler, tıpkı Latin Amerikalı izleyicilerin yaptığı gibi, “gösterişli ortamlar” ve etkileyici görsellerden övgüyle bahsederler. Örneğin “Istanbul é tão linda nesta novela, dá vontade de visitar um dia” (“İstanbul bu dizide öyle güzel görünüyor ki, bir gün gitmek istiyorum”) gibi yorumlar sıklıkla görülmektedir.

Müzakereci Alımlamalar: Türk Dizilerinin Yerel Perspektiflerle Harmanlanması

Birçok izleyici dizilere açık bir hayranlık duysa da, kayda değer sayıdaki yorum müzakereci bir alımlamayı yansıtmaktadır; bu durumda, izleyici, içeriği kısmen benimsiyor ancak kendi bakış çerçevesi veya eleştirileriyle de harmanlamaktadır. Müzakereci okumalar, Türk dizilerinin amaçlanan mesajı ile izleyicinin yerel kültür ya da kişisel beklentileri arasında bir diyalog oluşturmaktadır. Müzakereci yorumlarda öne çıkan temalar şöyledir:

Seçici Kabul ve Hafif Eleştiriler: Tipik bir müzakereci yorum, diziyi genel anlamda övse de tuhaf veya katılmadığı bir noktaya işaret etmektedir. Örneğin “Adoro Kara Sevda, mas confesso que acho estranho terem tantos episódios – a história anda muito devagar comparado com as novelas a que estou acostuada.” (“Kara Sevda’yı seviyorum ama çok fazla bölümü olması garip geliyor – alışkın olduğum pembe dizilerle kıyaslayınca hikâye çok yavaş ilerliyor.”). Burada izleyici diziyi (hâkim okuma) beğense de, bölümlerin uzunluğu ve yavaş ilerleyen yapıyı eleştirmektedir.

Kültürel Farklılıkları Uzlaştırma: Bazı müzakereci okumalar, izleyicilerin dizilerde gördükleri kültürel uygulamaları veya toplumsal normları kendi kültürleriyle kıyaslayarak anlamaya çalışma çabalarında ortaya çıkar. Örneğin, “Dizi Portugal” Facebook sayfasında bir kayınvalide-gelin sahnesi için şu türde bir yorum yer alabilir: “Essa postura tão submissa me incomoda um pouco, mas entendo que faz parte da cultura deles. Mesmo assim, torço pela personagem!” (“Bu kadar itaatkâr tutum beni biraz rahatsız ediyor ama onların kültürünün bir parçası olduğunu anlıyorum. Yine de karakteri destekliyorum!”).

Türk ve Yerel Pop Kültürü Harmanlama: Müzakereci okumalar, izleyicilerin Türk dizilerine dair referansları kendi pop kültürleriyle harmanlamasını da içerebilir. Örneğin, Meksikalı ya da Brezilyalı bir izleyici, bir Türk dizisindeki beklenmedik bir olay örgüsünü “parece coisa de novela mexicana dos anos 90” (“90’lar Meksika pembe dizilerine benziyor”) diye yorumlayabilir. Portekizli izleyiciler de benzer şekilde bu dizileri kendi Portekiz yapımı dizileriyle kıyaslayabilmektedir.

Beklentiler ve Tür Kalıpları: Müzakereci yorumlar, izleyicilerin Türk dizilerindeki tür öğelerini kendi beklentileriyle kıyasladığı durumlarda ortaya çıkabilir. Örneğin, “Universo Séries Turcas” adlı YouTube kanalında bir izleyici şu şekilde bir yorum yapabilir: “Sadece romantik bir dizi sanmıştım, ama aile içi şiddet gibi toplumsal konular da varmış. Bunu beğendim, ancak daha fazla kaçış bekliyordum.” Bu ifade, izleyicinin başlangıçta daha yüzeysel bir hikâyeye dair beklentileri varken, dizinin sunduğu daha derin toplumsal mesajları zamanla takdir ettiğini ve ‘romantik eğlencelik’ türüne dair beklentilerinden kısmen uzaklaştığını göstermektedir. Müzakereci alımlama burada, izleyicinin başlangıçta “Bu istediğim gibi değil” şeklinde muhalif bir tutum sergileyerek, zamanla daha kabullenici bir yaklaşım benimsemesini sağlayan bir öğrenme sürecini de içerebilmektedir.

Dil ve Dublaj Tercihleri: Müzakereci okumalar, dil erişilebilirliği üzerinden de değerlendirilebilir. Bazı Portekizli izleyiciler, altyazılı mı yoksa dublajlı mı izlemeyi tercih ettiklerini tartışmaktadır. Örneğin, “Oyuncuların gerçek seslerini duymak için altyazılı izlemeyi tercih ediyorum, ancak ailem diziyi sadece Portekizce dublajlı olarak izliyor.” şeklindeki bir yorum, evdeki bir uzlaşmayı yansıtmaktadır: Gençler orijinal sesi tercih ederken, diğer izleyiciler altyazıyı okumakta zorlanabilir ve bu nedenle dublajı tercih edebilir. Bu durum, medya tüketim pratiğinde bir müzakereyi gösterir; yabancı içeriğin olduğu gibi korunması (orijinal ses) ile yerel gereksinimlerin karşılanması (dublaj) arasında bir denge kurma çabasıdır. “Dizi Portugal” kanalının hem dublajlı hem de altyazılı içerik sunması, yerel izleyiciye uyum sağlama isteğini gösterir. Hayranlar arasındaki bu tartışma, yabancı içeriğin nasıl tüketildiğiyle ilgili müzakereci yolları ortaya çıkarır. İçerik takdir edilse de, yerel zevklere ve pratiklere uyum sağlanarak bazı düzenlemeler yapılmaktadır.

Müzakereci Okumalar: Müzakereci okumalar, izleyicinin pasif bir tüketici olmadığını, içerikle kendi kültürel bağlamı ışığında etkileşime girdiğini ortaya koyar. Genel eğilim, dizilere olumlu veya en azından nötr yaklaşılmaya rağmen, izleyicilerde medya farkındalığı ve eleştirel bir bakış açısı görülmektedir. Bir diziyi sevip de “şu kısım farklı olabilirdi” görüşüne varmak veya kendi kültürel bağlamlarıyla kesişim noktalarını tartışmak, Türk dizilerinin Portekiz ve Latin Amerika’da etkin bir şekilde alımlandığını işaret edebilmektedir. Bu süreç, yorumlar üzerinden zengin bir kültürlerarası diyalog yaratma eğilimini vurgular. Örneğin, hayranlar birbirlerine “Türkler gerçekten şu âdeti yapar mı?” ya da “Bizim kültürümüzde bu durum nasıl yaşanır?” gibi sorular yöneltebilir. Sosyal medyanın katılımcı çözümleme işlevi burada gözlemlenmektedir: Çevrimiçi hayran toplulukları, izleyicilerin içeriğin anlamını birlikte müzakere etmesine ve dönüştürmesine olanak tanımaktadır. Müzakereci yorumlar, kabul ve eleştirel bakışın nasıl iç içe geçebildiğini gösterir ve izleyicilerin körü körüne her şeyi

benimsemek yerine kültürel açıdan zenginleşmiş bir deneyim yaşadıklarına işaret etmektedir.

Muhalif Alımlama: Eleştirel Yaklaşımlar

Daha az sıklıkla görülse de, muhalif olarak sınıflandırılabilen yorumlar da mevcuttur. Bu tür yorumlarda, izleyiciler dizinin mesajlarına karşı çıkar veya onlarla bağ kuramaz, içeriği reddeder ya da eleştirirler. Çoğunlukla bu forumlara katılanlar diziyi seven kitle olsa da, zaman zaman yeni izleyiciler veya belirli bir unsura eleştirel yaklaşan kişiler de görülebilmektedir. Muhalif duruşlar, Türk dizilerinin Portekiz bağlamında ne ölçüde doğru aktarılabilirdiği veya hangi noktaların uyumsuzluk yarattığına dair önemli ipuçları sunması bakımından önem arz etmektedir. Muhalif tepki örüntülerinden bazıları şunlardır:

Algılanan İdeolojik Çatışmalar: Bazı izleyiciler, dizideki değerler veya davranış biçimleriyle derin bir çatışma yaşar. Örneğin, YouTube'da “Bu diziyi izleyemiyorum. Kocanın eşini kontrol etme şekli sinir bozucu ve benim için kabul edilemez.” şeklinde bir yorum bulunmaktadır. Burada izleyici, belki de geleneksel Türk aile yapılarının bir yansımasını reddederek, dizinin ilerleyen bölümlerinde bu konuda bir çözüm olsa bile, ilk izleniminde “dizi bu davranışı normalleştiriyor” düşüncesine kapılabilir. Müzakereci bir izleyici aynı konuda eleştiride bulunabilir ve yine de diziyi izlemeye devam edebilirken, muhalif izleyici bu noktada kopuş göstermektedir (“izleyemiyorum”). Bu durum, kültürel veya feminist duyarlılıkların dizi anlatısına ters düşmesinin bir örneği olarak değerlendirilebilir. Eğer dizi Türkiye'deki toplumsal gerçekliği yansıtıyorsa, izleyici bunu “kabul edilemez bir norm” olarak algılayabilir ve metnin hegemonik mesajlarıyla bağdaştırmayabilir. Bu da kültürel aktarımın sınırlarını vurgular: Her izleyici gösterilen normlara adapte olmak istemeyebilir ve kendi değer çerçevesini dizinin koduna karşı koyarak tercih ettiği okumaların dışında konumlanabilmektedir.

İçerik ve Kalite Eleştirisi: Bazı muhalif yorumlar, ideolojik olmaktan çok kalite veya tür tercihlerine dayalıdır. Örneğin bir Portekizli izleyici, “Tentei ver, mas achei muito melodramática e parada. Prefiro séries ocidentais com mais ação.” (“İzlemeye çalıştım ama çok melodramatik ve durağan buldum. Daha aksiyonlu Batı dizilerini tercih ediyorum.”) diyebilir. Burada izleyici, dizilerin melodramatik türünü ve yavaş temposunu eleştirmektedir. Başkalarının sevdiği “ağır ilerleyen duygu yoğun” yapıyı “sıkıcı” olarak değerlendirir. Hall’ün terminolojisine göre bu, iletinin duygusal katılım yönündeki amaçlanan etkisinin başarısız olduğu bir muhalif çözümleme anlamına gelir (Hall, 1997). Bu tür tepkiler, evrensel izleyici kitlesinin homojen olmadığını, hatta Portekiz veya Brezilya gibi ülkelerde dahi farklı beğeni gruplarının var olduğunu hatırlatmaktadır.

Uyumsuzluk veya Yanlış Anlama Kaynaklı Ret: Bazen, kültürel bağlama aşına olmayan izleyiciler, yanlış anlama sonucu diziyi reddedebilir. Örneğin bir sahnede karakter dua ederken veya camideyken, Müslüman pratiğine aşına olmayan bir izleyici konfor alanından çıkarak “Essa parte religiosa eu pulo, não gosto dessas coisas na TV” (“Bu dini kısımları atlıyorum, televizyonda böyle şeyleri sevmem”) şeklinde bir tepki verebilir. Ya da görücü usulü evlilik veya baskın bir aile büyüğünün yer aldığı bir olay örgüsü karşısında “Que absurdo, ninguém deveria aceitar isso” (“Ne saçma, kimse böyle bir şeyi kabul etmemeli”) diyerek diziyi eleştirip reddedebilir. Hall’e göre bu izleyici, anlatının ne olduğunu kavrasa da,

farklı bir çerçeveden bakarak metni tamamen olumsuz değerlendirir. Bu tür tepkiler, bazen kültürel önyargı veya katı inançlardan da kaynaklanabilir (Hall, 2001). Örneğin Orta Doğu kültürünü “çok baskıcı” olarak etiketleyen bir izleyici, birkaç bölüm izleyerek önyargısını pekiştirebilir.

Olumsuz Sosyal Medya Dinamikleri: YouTube veya Facebook gibi açık platformlarda zaman zaman kasten muhalif yorumlar da yer alabilmektedir. Örneğin “Essas pessoas que assistem isso precisam arrumar o que fazer, novela boba” (“Bunu izleyenlerin başka işi yok mu, ne aptal bir dizi”) gibi bir yorum, samimi bir eleştiriden ziyade provoke etme amacı taşıyabilir. Bu tür yorumlar, hem metni hem de dizinin hayranlarını küçümseyerek muhalif bir tavır takınır. Bu çalışmada, genel olarak moderasyonun olduğu küratörlü sayfalarda bu tip yorumlara nadiren rastlansa da, YouTube gibi daha açık platformlarda bazen görülmektedir. Bu durum, muhalif alımlamanın bir başka boyutunu gösterir: yalnızca metni değil, o metnin hayranı olma hâlini de reddetmek. Analitik açıdan, Türk dizilerine ilgi göstermeyen ve bunu anlamsız bulan küçük bir izleyici kitlesinin varlığına işaret etmektedir.

Eleştirel Hayranlar – Hayranlık İçinde Muhalif Unsurlar: İlginç bir şekilde, dizinin geneline hayran olan izleyiciler bile belirli bir unsurda muhalif tutum sergileyebilmektedir. Bu pratik, müzakereci okumadan biraz farklıdır; çünkü hayranın belirli bir kurgu hamlesine yönelik yorumu, yazarların niyetine tamamen ters düşebilir. Örneğin popüler bir Türk dizisinde baş karakterin ölümü veya tartışmalı bir final, öfke yaratabilmektedir. Hayran “Se for verdade esse final, vou odiar os roteiristas para sempre. Eles destruíram a história!” (“Eğer bu son gerçekse, senaristlerden sonsuza kadar nefret edeceğim. Hikâyeyi mahvettiler!”) diyebilmektedir. Bu durum, anlatının ne olduğunu tam olarak anlamasına rağmen, yaratıcı kararı reddetme ve “hikâyenin anlamının ihanet edilmesi” şeklinde yorumlanabilir. Burada izleyici, başlangıçta hâkim bir duygu paylaşırsa da, istenmeyen bir finalle birlikte dizinin anlatısını “muhalif” bir şekilde tersine çevirir. Bu durum, izleyicinin ne kadar duygusal yatırım yaptığını ve izleyici ajansının bir örneğini göstermektedir.

Özetle, muhalif okuma yorumları sayıca az olsa da, izleyici alımlamasının genel tablosunu anlamak açısından kritik öneme sahiptir. Kültürel ürünlerin evrensel kabul görmediğini, her ne kadar küresel başarı yakalansa da bazı noktalarda izleyicinin direnç geliştirebileceğini göstermektedir. Muhalif tepkiler genellikle kültürel değerler (cinsiyet rolleri vb.), anlatının üslubu veya kişisel beğeni etrafında şekillenmektedir. Türk dizilerinin küresel yolculuğu bağlamında bu muhalif yorumlar, kültürel uyumsuzlukların veya anlatı biçimine yönelik itirazların altını çizmektedir. Kimileri için korunaklı aile rolleri cazip gelirken, kimilerini itici bulabilir; melodramik ağır tempo kimilerine çekici, kimilerine ise “sıkıcı” gelebilir. Ayrıca Portekiz toplumu, Türk hikâyeleriyle bazı ortak aile/değer kodlarını paylaşırsa da, kuşak farkı veya toplumsal talepler, dizinin bazı yanlarını “eski” veya kabul edilemez bulmalarına yol açabilmektedir. Bu nedenle, muhalif okumalar uluslararası medya alımlamasının tekdüze olmadığını ve Türk dizilerinin yaygın popülerliğine rağmen eleştiri ve tartışmaya da kapı araladığını vurgulamaktadır.

Sonuç

Portekiz sosyal medyasındaki Türk televizyon dizileri hakkındaki yorumların, Stuart Hall'ün kodlama/çözümleme modeli ışığında analiz edilmesi, kültürel sınırları aşan medya metinleri ile izleyiciler arasındaki dinamik etkileşimi gözler önüne sermektedir. Türk dizileri, Portekiz'de dil ve kültür engellerini aşarak kendine sadık bir izleyici kitlesi bulmuştur. İzleyiciler, bu dizileri tam onaydan sert muhalefete kadar uzanan bir yelpazede yorumlamakta, çoğunluk ise müzakereci bir orta noktada birleşmektedir.

Portekizli izleyiciler arasında görülen hâkim okumalar, Türk dizilerinin kodladığı tercih edilen anlamların – örneğin aşıkta engellerin aşılması, ailenin ve sadakatin önemi, net ahlaki çözümler – büyük ölçüde benimsendiğini göstermektedir. Birçok Portekizli hayran, dizilerin yapımcılarının vurguladığı noktaları (duygusal yoğunluk, geleneksel değerler, yüksek prodüksiyon kalitesi) olumlu karşılamakta, bu da niyetlenen anlamın kültürler arası aktarımda başarılı olduğunu işaret etmektedir. Bu hâkim kabul, paylaşılan belli bir kültürel yakınlık sayesinde güçlenmektedir: Aile odaklı sosyal normlar, Portekiz/Latin melodram geçmişi, Türk anlatılarına aşinalık hissi yaratmaktadır. Böylelikle izleyiciler, bir yandan nostaljik şekilde “klasik” melodramı anımsatan, öte yandan çağdaş bir görsellik sunan bu metinlerde aradıkları eğlenceyi bulmaktadır.

Bununla birlikte, müzakereci okumaların yaygınlığı, izleyicinin pasif olmadığını göstermesi bakımından özenm arz etmektedir. Portekizli izleyiciler, tıpkı Latin Amerikalı meslektaşları gibi, kendi “bilgi çerçevelerini” devreye alarak, dizileri yerel yapımlarla kıyaslar, kimi zaman kültürel farklılıkları tartışır ve yabancı öğeleri kısmen uyarlayıp kısmen yeniden yorumlamaktadır. Bu etkileşimli süreç, yabancı bir içeriği izleme deneyimini öğrenme, diyalog ve seçici adaptasyon fırsatına dönüştürür. Örneğin cinsiyet rolleri veya toplumsal normlara dair yorumlar, izleyicinin anlatıyı takdir etmekle birlikte kendi değerleriyle harmanladığını göstermektedir. Bu müzakereci çözümleme, “iki yönlü kültürel aktarım”ın kanıtı niteliğindedir: Türk dizileri belirli Türk kültürel anlatılarını dış izleyiciye tanıtır; izleyiciler de bunu kendi değer süzgeçlerinde “müzakere” ederek yorumlar ve sosyal medyada geri bildirim oluşturur. Bu geri bildirim, gelecekte yerel dağıtıcıların veya yapımcıların içerikleri hedef pazarlara nasıl sunacağını da şekillendirebilmesi bakımından önem arz etmektedir.

Muhalik okumalar daha düşük sayıda olsa da önemlidir; kabul sınırlarını ve izleyicinin inançlarıyla çelişebilecek noktaları ortaya koyar. Bu ister ataerkil mesajlara tepki, ister melodram tarzının bıkkınlık verici bulunması olsun, herkesin bu akıma kapılmadığını ve kimilerinin sert biçimde reddettiğini gösterir. Medya çalışmaları açısından bu, izleyici özerkliğinin bir hatırlatıcısıdır; en çok ihraç edilen medya ürünleri bile evrensel beğeni kazanamaz; her yerde karşı anlatılar veya direnç noktaları oluşabilir. Bu yorumlar, yapımcıların veya yayıncıların farklı izleyici segmentlerini nasıl dikkate alması gerektiğine dair ipuçları sunmaktadır (örneğin, belli temsil biçimlerinin veya hikâye kalıplarının uluslararası düzeyde rahatsızlık yaratması).

Kültürel küreselleşme ve yumuşak güç bakış açısından elde edilen sonuçlar dikkat çekicidir. Türk dizileri, Türkiye'nin (en azından bazı) kültürel unsurlarını milyonlarca yabancı izleyiciye taşımaktadır. Analiz edilen izleyici yorumları, Türk

mekânlarına, adetlerine ve hatta dildeki belirli ifadelerle yönelik artan ilgi ve aşinalığı göstermektedir. Bu tür “resmî olmayan kültürel diplomasi”nin gerçek etkileri olabilmektedir; örneğin raporlara göre dizilerin popülerliği, Latin Amerika gibi bölgelerde Türkiye’ye yönelik turizm ilgisini artırmıştır (Sancak, 2016). Portekizli izleyicilerin ekranda gördükten sonra İstanbul’a gitme ya da Türk kahvesi deneme isteği, eğlence sektörünün kültürel etkileşim yaratma potansiyelini gözler önüne serer. Fakat aynı zamanda, analizimiz izleyicilerin bu değerleri körü körüne benimsemediğini, kendi filtrelerinden geçirerek yorumladığını da ortaya koyar. Dolayısıyla bu “yumuşak güç” etkisi, izleyicinin kültürel merceğiyle sınırlanır.

Sonuç olarak, Portekiz’de Türk dizilerinin alımlanması, küresel ve yerelin başarılı bir sentezini gösterir. Bu yapımlar, yerel popüler kültürün tartışma alanına girerken aynı zamanda Türkiye’nin toplumsal dokusundan kesitler taşımaktadır. İzleyiciler, hikâyeleri bir yandan evrensel hazlar (aşk, aile, adalet) yönüyle yeniden teyit ederken, diğer yandan özgül (kültürel öğrenme, normlara eleştiri) noktalarla da meşgul olurlar. Hall’ün modeli, geniş ölçüde olumlu karşılanan bir hayran kitlesi içinde dahi kabulden dirence uzanan çeşitliliği ortaya koymada yararlı olmuştur. Araştırmamız, her ne kadar sosyal medya yorumlarına odaklansa da, yapımcılar ve akademisyenler için daha geniş çıkarımlar taşımaktadır: farklı bağlamlardaki izleyici alımlamasını anlamak, ulusötesi medya akışlarının tam etkisini kavramak açısından kilit önem taşımaktadır. Her yorum – ister hayranlık dolu, ister eleştirel, ister karşıt olsun – küresel izleyicilerin yabancı hikâyeleri nasıl kendine mal ettiğinin bir parçasıdır.

Nihayetinde, Portekiz’deki Türk dizileri, izleyicileri eğlendirmenin ötesinde, kültürlerarası bir diyalog penceresi de açmıştır. Kıtalar arası hayranlar, bölümler üzerine konuşurken kültür ve değerleri de sessiz bir kıyas süreciyle değerlendirir. Bu tür etkileşimler, Türkiye hakkında bilgi edinme veya ortak noktalar bulma yoluyla daha büyük bir empati ve anlayış geliştirebilir. Bu çalışmanın gösterdiği üzere, dizilerin “alımlanması”, etkin, yorumlayıcı bir eylemdir – medya metnini yolculuğuna çıkarmakla kalmaz, aynı zamanda izleyicinin kişisel, kültürel ve toplumsal yapısını da dönüştürür.

Kaynakça

- Balay, R. (2004). Küreselleşme, bilgi toplumu ve eğitim. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 37(2), 61-82.
- Dizi Portugal (@diziportugal) • Instagram fotoğrafları ve videoları.* (t.y.). Geliş tarihi 17 Mart 2025, gönderen <https://www.instagram.com/diziportugal/>
- Editor. (2023, Aralık 11). *Portugal: Dizi on NOS*. <https://www.advanced-television.com/2023/12/11/portugal-dizi-on-nos/>
- Facebook.* (t.y.). Geliş tarihi 17 Mart 2025, gönderen <https://www.facebook.com/diziportugal>

- Hall, S. (1972). 1980. Encoding/decoding. *Centre for Contemporary Cultural Studies (ed.) Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies*, 79, 128-138.
- Hall, S. (1997). İdeoloji ve iletişim kuramı. *Medya, kültür, siyaset*, 79-99.
- Hall, S. (2001). 1980 'Encoding/decoding, encoding/decoding. *Media and Cultural Studies: Keywords*, 166-176.
- Kehya, R. Ö. (2024). Transnational Reception Research on Turkish Tv Dizis (Series): A Meta-Synthesis. *İmgelem*, 14, 475-494. <https://doi.org/10.53791/imgelem.1483459>
- ¿Por qué el éxito de las telenovelas turcas en Latinoamérica? (t.y.). La Ventana Ciudadana. Geliş tarihi 12 Mart 2025, gönderen <https://laventanaciudadana.cl/por-que-el-exito-de-las-telenovelas-turcas-en-latinoamerica/>
- Sancak, K. (t.y.). *Yumuşak Güç Kaynağı Olarak Kültür ve Türkiye'nin Yumuşak Gücünde Kültür Faktörü*.
- Tanrıöver, A. G. O. (t.y.). *Global Köy ve Kültürel Emperyalizm: Küreselleşme Bağlamında Enformasyon Toplumuna Bakış*.
- Turner, G. (2015). British Cultural Studies. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition)*, University of Queensland, Brisbane, QLD, Australia, 852-855.
- Universo Séries Turcas - YouTube*. (t.y.). Geliş tarihi 17 Mart 2025, gönderen <https://www.youtube.com/>
- Yurdabakan, İ. (2002). *Küreselleşme Konusundaki Yaklaşımlar ve Eğitim*. https://www.researchgate.net/profile/Irfan-Yurdabakan/publication/236003901_Kuresellesme_Konusundaki_Yaklasimlar_ve_Egitim_The_Approaches_about_Globalization_and_Education/links/56fa45d108ae38d710a35e30/Kueresellesme-Konusundaki-Yaklasimlar-ve-Egitim-The-Approaches-about-Globalization-and-Education.pdf

Global Television Journalism and Foreign Policy: Theoretical Approaches; Debates*



Ekin Bahar İLİK¹

¹Asst. Prof. Dr.,
Avrasya University, Faculty of
Communication,
ekinbahar.ilik@avrasya.edu.tr
ORCID: 0009-0006-0612-4209

Gönderilme/ Received

28.01.2025

Kabul Tarihi/ Accepted

25.03.2025

Yayın Tarihi/Published

27.03.2025

Abstract

Globalization, as being one of the key concepts of the 1990s, has brought important theoretical approaches in the context of different disciplines of social sciences. The impact of communication technologies has led to important debates in media studies, and the globalization of the media has enabled news to cross borders with the influence of large media companies. This has significantly changed the role of the media at the national level. There are two main views on this issue. First, the so-called CNN Effect argues that the media influence political leaders by informing and directing public opinion. By creating public pressure, the media can force politicians to act on certain issues. Another view is the “Manufacturing Consent” theory of Noam Chomsky and Edward S. Herman. According to this theory, the media is controlled by powerful economic and political interests and is used as a tool to encourage society to consent to the existing order. In international news, the influence of large media corporations and local powers complicates the impartiality of the news. Global television journalism, which started with the technological transformation, has opened the relationship between national media policies and communication flows to discussion and reconsidered the links between foreign policy and broadcasting practices. The study draws a historical, conceptual and theoretical framework on the relationship between global television journalism and foreign policy. As a result of the literature review, it has been observed that there are fewer studies on this relationship than expected.

Keywords: Global Journalism, Television News, Foreign Policy.

* Bu çalışma, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Medya ve İletişim Çalışmaları Anabilim Dalı'nda Prof. Dr. Zeliha Hepkon'un danışmanlığında yürütülen doktora tezinden üretilmiştir. This study is derived from İstanbul Ticaret University, Institute of Social Sciences, Department of Media and Communications, PhD thesis supervised by Prof. Dr. Zeliha Hepkon..

**Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. Benzerlik tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No similarity detected.

*** Bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive” were followed.

**** Çalışma tek yazar tarafından yürütülmüştür.

The study was conducted by a single author.

***** Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

Kaynak gösterme / To cite this article: İlik, E. B. (2025). Global Television Journalism and Foreign Policy: Theoretical Approaches; Debates. İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi, 5(1), 229-246. doi: 10.59534/jcss.1628592



Küresel Televizyon Haberciliği ve Dış Politika: Kuramsal Yaklaşımlar; Tartışmalar



Ekin Bahar İLİK¹

¹Dr. Öğr. Üyesi.,
Avrasya Üniversitesi, İletişim
Fakültesi,
ekinbahar.ilik@avrasya.edu.tr
ORCID: 0009-0006-0612-4209

Gönderilme/ Received

28.01.2025

Kabul Tarihi/ Accepted

25.03.2025

Yayın Tarihi/Published

27.03.2025

Öz

1990'lı yılların anahtar kavramlarından birisi olan küreselleşme; sosyal bilimlerin farklı disiplinleri bağlamında önemli kuramsal yaklaşımları ortaya çıkarmıştır. Kavram, iletişim teknolojilerinin bu süreçteki konumunu düşünüldüğünde medya çalışmaları açısından da önemli tartışmaları beraberinde getirmiştir. Medyanın küreselleşmesi, dünya genelindeki büyük medya şirketlerinin etkisinin artmasıyla haberlerin sınır tanımayan bir akışa dönüşmesini sağlamıştır. Bu durum, medyanın ulusal düzeydeki rolünü önemli ölçüde değiştirmiştir. Bu konuda iki ana görüş öne çıkmaktadır. İlk olarak, CNN Etkisi olarak bilinen yaklaşım, medyanın kamuoyunu bilgilendirerek ve yönlendirerek siyasi liderler üzerinde etkili olduğunu savunur. Medya, kamuoyunda baskı yaratarak siyasetçileri belirli konularda harekete geçmeye zorlayabilir. Diğer bir görüş ise Noam Chomsky ve Edward S. Herman'ın "Rızanın Üretimi" teorisidir. Bu teoriye göre, medya güçlü ekonomik ve siyasi çıkarlar tarafından kontrol edilmekte ve bu çıkarlar, medya aracılığıyla kamuoyunu kendi lehlerine şekillendirir. Medya, toplumu mevcut düzene rıza göstermeye teşvik eden bir araç olarak kullanılır. Uluslararası haberlerde ise, büyük medya şirketleri ile yerel ekonomik ve siyasi güçlerin etkisi, haberlerin tarafsızlığını ve objektifliğini zorlaştıran bir durum yaratmaktadır. Bu yıllarda yaşanan teknolojik dönüşümle birlikte başlayan küresel televizyon haberciliği uluslararası düzeyde iletişim akışlarıyla ulusal medya politikalarının belirlenme süreci arasındaki ilişkilerin tartışmasını; buradan yola çıkarak dış politika süreçleriyle yayıncılık pratikleri arasındaki ilişkilerin yeniden ele alınmasına neden olmuştur. Bu çalışma, küreselleşme sürecinin uluslararası habercilik alanındaki yansımalarını ve ortaya çıkan yeni eğilimleri ele almaktadır. Çalışmada, küresel televizyon haberciliği ve dış politika ilişkisiyle ilgili tarihsel, kavramsal ve kuramsal bir çerçeve çizilmiştir. Yapılan bu tarama sonucunda, söz konusu ilişkiye dair bu alanda beklenenden daha az sayıda çalışma bulunduğu gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Küresel Gazetecilik, Televizyon Haberleri, Dış Politika.

Introduction

New communication technologies, which are considered as the main trigger of social transformation process experienced in the 1980s, are of great importance in terms of globalization debates. The effects of the technological transformation experienced in different social contexts have been discussed by all disciplines of social sciences; efforts to define the period after the 1980s have also brought new approaches to the field of international communication. In academic literature and popular usage, globalization is often seen as “inevitable” and “a brand new stage” in human history. According to these approaches, new communication technologies are the most important factor that makes the transition to the new period called “globalization” possible. It is thought that the social sphere from economy to politics has been reshaped in this new period; when it comes to the field of media studies, it is argued that the process in which global news, symbolic product circulation and media policies are determined has changed. In contrast to this approach, attention is drawn to the ideological aspect of the views put forward in the context of globalization. Accordingly, the world economy was at least as internationalized in the late nineteenth century as it is today; Presenting the developments as “brand new” and “inevitable” is seen as an ideological approach.

The formation of global corporations in the field of media and the discussion of the relationship between global communication flows and the role of the media in national contexts is one of the main debates on the globalization of communication (Freedman, 1998, p. 413-414). Among the many approaches to the issue, the CNN Effect and the Manufacturing Consent approaches stand out. The CNN Effect approach assumes a particular model of policymaking and attributes the influence of the media to the public pressure it exerts on political leaders (Gilboa, 2005, p. 38). The debate on who controls the media and whether groups other than political decision-makers have gained the ability to influence politics, although named after CNN, refers not only to CNN but also to all mass media with a global reach such as Fox, Sky News, BBC World and MSNBC (Palloshi, 2015, p. 49). In Herman and Chomsky's “Manufacturing consent” approach, political and economic power holders shape public opinion through media and public relations strategies (Denk, 2007, p. 147). In this process where symbolic content is commodified, the media serves the ideological reproduction of the system. This approach emphasizes the ownership structure that determines the news production process and the determining role of media-power relations in the process (Herman & Chomsky, 2002, p. 54). In the field of international journalism, there is an international news ecosystem shaped by global corporations and economic and political forces that are being determinants at the local level. Starting from the debates around the concept of globalization, this study aims to present the theoretical approaches and the main debates in the field of international journalism and global television journalism in the post-1980 period.

1. Globalization Conceptual Framework

The concept of globalization is one of the 10 most popular words of the 1990s according to Merriam Webster Dictionary. The concept, which is considered as a key concept by different disciplines of social sciences, has created a sizeable literature with its popular use. This intense interest in the concept has led to

different definitions. The common point of these definitions is that the concept is mainly used to describe the transition to a brand-new stage in human history. Accordingly, in the 1990s, social life and the world order have been restructured, interdependence and integration have increased in a historically unprecedented manner, and a time-space framework has emerged that transcends previous sociological perspectives. The most important determinant of this change is seen as the innovations in communication technologies (Ampuja, 2012, p. 285). According to globalization thesis, in this new stage, which is seen as a “break” in human history, the “nation state” will lose its importance in all social processes from economy to politics and culture. Considering the possible consequences of the thesis that the importance of the nation state as a category that has a determining influence on the individual life of human beings from birth to death is diminishing, it would not be surprising that important theoretical debates will arise in all fields of social science.

In the existing literature on globalization, there are schematically three different views. According to absolute globalizers such as David Held and Anthony McGrew, globalization is a definite trend that changes everything and nation states can do little or nothing to do against it. The other view is that of authors such as Ellen Meiksins Wood and David Gordon, who question the impact, significance and novelty of globalization. According to this view, companies are not really free to move where they choose, when they choose, and the world economy was at least as internationalized in the late nineteenth century as it is today. According to this approach, globalization has become an ideology. The third view, which we find in authors such as Robert Went, Paul Hirst and Grahame Thompson, is that serious changes have begun that have important implications for the organization and functioning of the world economy, but that at the same time we are far from a truly globalized economy, and that we are far from a linear economy, and that there is no development and that many of the claims of globalization ideologues are baseless (Went, 2001, p. 22-23).

In order to comprehend the post-1990 world and analyze developments, it is of great importance to be aware of these debates on the concept and to be able to evaluate the possible results. The field of Media Studies is one of the fields where globalization debates are intensely experienced. The fact that new communication technologies are seen as the “perpetrator” of the new era described as globalization makes these debates even more important.

2. Globalization and Media

New communication technologies have had a significant impact on all aspects of social life. The evaluation of these effects has created debates in the field of media studies as well as in different disciplines of social sciences. Absolute globalization thesis, which consider new communication technologies as the main actor of the social transformation process, see these technologies as the most important factor enabling the transition to the new era called “globalization”. It is thought that the social sphere, from economy to politics, has been reshaped; the global circulation of news, symbolic products and the process by which media policies are determined are said to have changed. The formation of global corporations in the field of media and the analysis of the relationship between

global communication flows and the role of the media in the national context constitute the main topics of discussion on the globalization of communication (Freedman, 1998, p. 413-414). These debates have led to four important approaches: modernization theory, cultural or media imperialism approach, critical political economy approach and cultural studies approach (Iosifidis, 2011, p. 93).

Through modernization theory, the discipline of international communication has traditionally been defined through the national imagination. This framework, which emerged in the 1950s, dealt with the modernization of social life and the role of communication tools in this process (Türkoğlu, 2003, p. 70-74). At this point, the transformation in the field of communication technologies is also considered as an independent variable that determines a new era.

The cultural imperialism approach argues that developed countries dominate the global economic system and that peripheral countries do not have control over their social, political and cultural developments. The view theorized by authors such as Herbert Schiller and Armand Mattelard emerged after the Second World War as a critique of modernizationist views in the field of international communication (Uluç, 2008, p. 103). In the cultural imperialism approach, the media is positioned as an instrument of “neocolonialism” in the sense of disseminating Western culture (Uluç, 2008, p. 104). Another view in the context of the cultural imperialism approach is the media imperialism thesis developed by Oliver Boyd Barret. This thesis describes the situation where the ownership structure, distribution system and content of the media in a country are determined by interest groups in another country or countries (Uluç, 2008, p. 111). According to this approach developed in the 1970s, the concept of media imperialism is defined as the promotion of an image of America and the world in line with US interests and the advertising of American goods and services as a result of the sale of cultural software and hardware of US origin (Boyd-Barret, 2010, p. 139-141).

Since its emergence in the 1970s, the critical political economy approach has been examining the structural transformation of the media under capitalism. It is argued that there are dominant economic structures in the media and communication sector and that these determine the views and perspectives disseminated by the media (Iosifidis, 2011, p. 97). Accordingly, commercial media is an instrument of class domination and aims to maintain the status quo. The role of the media in creating surplus value through the production and exchange of a commodity is scrutinized, as well as the indirect way it plays through advertising (Garnham, 2006, p. 179-180). Nicholas Garnham, an important figure in the field, argues that structures of domination are based on class relations. Graham Murdock and Peter Golding criticize the disruption of the balance between public and commercial media and discuss the consequences of deregulation and privatization in the 1980s and 1990s. The effects of media on the cultural sphere in global capitalism are analyzed (Iosifidis, 2011, p. 98).

Cultural studies theory focuses primarily on the phenomenon of how cultural forms are produced, disseminated and interpreted by media and communication systems and the concept of cultural migration. Like the political economy approach

to mainstream media sociology (Iosifidis, 2011, p. 99). The cultural studies approach questions the importance of the globalization process in the formation of the cultural identity of national and territorial borders. Dislocalization and hybridization are the key concepts of this approach in the context of globalization and media. Accordingly, the constant flow of people and ideas has brought connectivity at the global level. Cultural identities have become less stable. They are now more rootless than ever. Nation states will be less successful in developing “official” identities. This process will overcome the crisis in the reproduction of identity and clear the way for the “post national imaginary” (Ampuja, 2012, p. 291).

Globalization theses see new communication technologies as the main source of the post-1980 transformation. While criticizing globalization theses, theorists who draw attention to the “positive” aspects of globalization as a brand-new stage also see new communication technologies as a transformative force. This approach is also seen in Manuel Castells' view that we live in a network society whose structure is not fixed in time and space, hierarchical and decentralized while underlining economic, social and cultural transformation (Ampuja, 2012, p. 287). Castells sees the end of the great totalitarianism of industrial society, the unidirectional anomie mass, the statist forms of governance and the increasing political apathy of the people.

While there is a widespread view that the trend towards globalization in the field of communication will ultimately abolish nation states, another debate is whether national variations of media systems can be used to understand media policies. According to Daniel Hallin and Paolo Mancini, there are three models: the liberal model in North America, Britain and Ireland; the democratic-corporatist model in Northern Europe; and the polarized pluralist model in the Mediterranean countries of Southern Europe. The liberal model is dominated by the market mechanism and commercial media. The democratic corporatist model is one in which commercial media and media associated with social and political groups coexist, while the state plays an active role. The polarized pluralist model is one in which the media is integrated into party politics, commercial media is weak and state control is strong (Iosifidis, 2011, p. 6).

When we look at the changes in the media since the 1980s, we see that contrary to globalization theses, nation states are still active in determining media policy. Elizabeth Fox and Silvio Waisbord, who analyze the developments in the media in Latin America during the 1990s, argue that the media is determined by two parallel forces. The process is determined by both the local balance of power and global forces. Technological change and the emergence of a global market are determined by global powers, while ownership and content are determined by local politics. The state determines the system in Latin America through its censorship mechanism, advertising and licensing policy. Local monopoly broadcasting has developed under the control of the authoritarian state (Fox & Waisbord, 2002, p. 3). Privatization, liberalization and deregulation have been the main tools of media policy makers. In the case of Latin America, it is seen that political power and market forces determine the process through mutual negotiation (Fox & Waisbord, 2002, p. 6).

3. Globalization and International Journalism

One of the most intense areas of debate in the context of the globalization-media relationship is the field of international news reporting. International news is defined as news that concerns and affects the whole world due to the data it contains, and that conveys developments, changes and events that spread to countries around the world in a short period of time by utilizing the speed of distribution of communication technology (Özmen, 2013, p. 131). International news is prepared to cover stories from all around the world and is effective in determining both domestic and foreign policies of countries (Özdemir, 2021, p. 85).

In his study, Guy Berger made different definitions as “international news”, “transnational news”, “global news” and foreign news”. Accordingly, “international news” is news produced in a national or international arena and prepared for consumption by a specific audience within a nation-state that is assumed to have a national identity and interest. “Transnational news” refers to content produced in one national sphere and then distributed unchanged to another. “Global news” is news that can be produced from anywhere, but with a view to serving audiences worldwide, almost independently of national or local interests news. “Foreign news” is a specific subset of “international” and “global” news. It does not include all “international news” about what is happening in a particular country, but it has an international dimension (Berger, 2009, p. 356-357).

In this table, Berger categorized the different news he defined in the international framework in terms of the source of production, the content of the news text, the audience and its distribution. The last dimension is the geographical location of the audience. According to Berger, any of these four variables can affect the definition of a particular news item (Berger, 2009, p. 356).

Table 1. Geospatial schema of news

	Production	Content	Distribution	Audience
Transnational 1	One or more nationally produced	Same content, different countries and communities are associated according to their culture	International	Diasporas (e.g. Africans, Hispanics, Jews); transnational communities (expatriates, international workmen)
Global	News where agencies are located	Her undifferentiated content in place (celebrity gossip, bird flu)	Everywhere	National characteristics or identities not based on, but rather on

		like the global problems etc.)		common flavors or problems, interests. Communities
International	Usually to be distributed for a or more national in the field produced	Different national adapted to contexts	National different from the distribution	Differentiated national audiences
Foreign News	Outside the national space produced	Nation related international events	Content is often sourced by external income	The target audience is the audience within the nation state

Whether the international circulation of news can be manipulated and even this news can be outside the interests of the country is an important issue of debate. According to Özmen, news organizers, i.e. media organizations or media professionals, do not act against national interests if the news has an international character (Özmen, 2013, p. 130). What is called international news differs from one national media space to another. This type of news varies according to definitions of news that differ from one country to another in accordance with geo-political and cultural interests. Political conflicts and economic interests play a decisive role in the production of international news (Tutal, 2014, p. 173-174).

4. Global Television Journalism and Foreign Policy

Following the developments in satellite and cable technologies, global television journalism began in the early 1980s with CNN television's 24-hour uninterrupted broadcasts outside the United States (Gilboa, 2005, p. 27). With the Gulf War of 1990-1991, international journalism began to be seen as a decisive “actor” in the field of international relations, bringing a new era in terms of the debate on the relationship between foreign policy and media. Periods of significant political ruptures and wars also bring about new journalism practices. During the American Civil War of 1861-1865, newspapers began to broadcast 7 days a week; the phenomenon of live broadcasting after the Kennedy Assassination in 1963; and the emergence of “breaking news” in the American media with channels such as ABC and NBC are important examples of this relationship. CNN's broadcasts during the Gulf War created a similar transformation in the field of broadcasting. First of all, 24-hour uninterrupted news broadcasting is a reality; global news broadcasting has become a developing field with the emergence of channels such as BBC World, Sky and Fox (Gilboa, 2005, p. 27).

In the literature on the relationship between global television broadcasting and foreign policy, four different approaches stand out. The first approach is the “watchdog” approach, which defines the media as one of the control mechanisms of the current system within the framework of liberal media theory. The second

approach is the CNN Effect approach, which adopts the view that the media is directly being a determinant in the foreign policy making process. The third approach is conceptualized as the “production of consent” and sees the media as a means of legitimizing the existing system. The fourth approach is the so-called “interdependence” approach, which argues that the media cannot report on international relations without cooperating with the state, just as governments cannot formulate policies without the media (Gilboa, 2003, p. 97).

Two of these approaches stand out in recent studies. The first approach is the “CNN Effect” approach shaped within the framework of the classical liberal paradigm. The second approach deals with the media-foreign policy relationship through the conceptualization of “the production of consent” (Denk, 2007, p. 147). The “CNN effect” approach, which came to the fore with the 1990-1991 Gulf War, argues that the coverage of the war eroded US public support for the war and had consequences that led the government to withdraw its military forces. The concept was first used in newspapers to describe the psychological, economic and financial consequences of CNN's coverage of the war (Gilboa, 2005, p. 325). The concept was used to describe the impact of global television journalism on political decision-makers' perception of world events (Zhaparaliev & Atabek, 2021, p. 6). According to this approach, the media has a direct impact on the process of public opinion and foreign policy formation and this impact is evaluated positively. The concept of CNN Effect has been discussed in different ways by policymakers, journalists and academics. Those who adopt the CNN Effect approach argue that CNN broadcasting has become very important in the formation of foreign policy and in the process of conducting military interventions such as Kosovo, Iraq and Somalia. Those who do not adopt this approach believe that CNN has not brought about such a dramatic transformation in foreign policy processes (Gilboa, 2005, p. 326).

Three events were decisive in shaping the CNN Effect approach: 1991 Northern Iraq War, the fall of the government in Somalia in 1992-93 and the outbreak of civil war, and finally the 1994 bombing of Sarajevo and the situation of Bosnians trying to live in prison camps (Çeçen, 2014, p. 46). During the 1991 Gulf War, CNN, the only broadcasting organization allowed to stay in Baghdad, was watched all over the world and the US reflected the war to the whole world from its own point of view, which is seen as an important turning point (Övür, 2016, p. 71). In 1993, the withdrawal of the American army from Somalia after the images of 18 American soldiers who lost their lives in Somalia were broadcasted by CNN is stated as the second important journalism event. In his 1997 study, Livingston, in his analysis of the Somalia incident, described the CNN Effect through a three-stage effect: agenda setting, obstruction and acceleration. In the first stage, as in the case of Somalia, the foreign policy agenda was set; in the second stage, the “obstruction” effect was realized as the recall of troops from Somalia, and the third effect “acceleration effect” was the shortening of the decision time (Livingston, 1997, p. 2-3; cited in Karaduman, 2018, p. 485).

The concept of the CNN effect, resembled to a curve, suggests that television can compel political decision-makers to intervene militarily in a humanitarian crisis, and again to end the intervention when military force casualties occur. This definition has two parts linked to the “coercion” function. The first represents the process of forcing leaders to engage with an issue they would rather ignore. The

second refers to the power of television, through public opinion, to force political decision-makers to adopt a policy against their will and interpretation of the national interest (Gilboa, 2005, p. 29).

Herman and Chomsky's "Manufacturing Consent" approach argues that power shapes public opinion through carefully planned media and public relations strategies (Denk, 2007, p. 147). Accordingly, media products are commoditized and serve the ideological reproduction processes of the system (Kurban & Sözeri, 2012). This approach emphasizes the ownership structure that determines the news production process and the determining role of media-power relations in the process. Unlike the CNN Effect approach, in this approach a news production process directed by governments, corporations, community leaders, media owners and advertisers has been defined (Herman & Chomsky, 2002, p. 67).

Walter Lipmann, an American journalist and researcher, was the first to use the term "Manufacturing Consent". The importance of propaganda has also been recognized by researchers working on public opinion and social policies. According to the "Propaganda Model", there are five class filters that has an on influence the construction of news. These filters could be listed as: media size and ownership structure; advertiser support; news sources; reaction and sanctioning institutions; and anti-communist ideology. The news texts that emerge as a result of these filters turn into a source controlled by those in power to hide or legitimize their political behavior and to maintain their power (Herman & Chomsky, 2002, p. 54). Unprocessed news passes through these filters and those that "fit" into these filters could be publicized. Filters determine what is newsworthy, and media professionals characterize the information that flows through this filter as objective. The limitations imposed by this filter are so strong that alternative news selection is unimaginable (Erdoğan & Alemdar, 2010, p. 293).

These filters determine what and how the news would be covered. Chomsky and Herman explain how a similar incident involving Turkey and Poland was covered in the US press through these filters. The US supported the 1980 coup in Turkey. There was no reaction to the restriction of trade union rights and it was not covered as news. On the other hand, the restrictions on trade union rights in Poland, a country in the socialist bloc, was covered as an important news agenda (İşleyen, 1999, p. 147).

According to Herman and Chomsky, the media in the US supports the US's aggressive foreign policy. US violence is covered up in the media. The government has the power to set the grounds and agenda for the public debate on foreign policy and to keep challenging facts far from public scrutiny. The media propagandize state policy. The media takes sides under the US flag and presents the US-backed massacres of the government in Guatemala as a defense of freedom (Herman & Chomsky, 2002, p. 112).

Within the framework of media relations in foreign policy, it is seen that the claim of global journalism does not reflect the reality. The determinant nation-states produce news for their own national interests through the media organs they control and use this news within the scope of their information operations. In a study on the framing of Turkey's "Operation Olive Branch" by global news outlets such as CNN, TRT World and Sputnik, it was observed that there were parallels

between the framing of the relevant outlets and the approach of the foreign ministries of the countries (İlik, 2023). Looking to the use of news sources in the news items studied, it was observed that TRT, CNN and Sputnik primarily featured government representatives and then military officials as news sources. It was also observed that the foreign ministries of the relevant countries were used to define the operation. This was followed by military officials. CNN International defined the operation as 'Military Operation' with a rate of 46.4% and 'Attack' with a rate of 42.8%; TRT World described it as 'Anti-Terrorist Operation' with a rate of 76.3%; Sputnik included the category of 'Military Operation' with 81.2% rate (İlik, 2023).

5. Global Television Journalism: Historical Development Process

CNN was the first broadcasting organization to establish itself as an “international news channel” in a very short period of time. CNN, the world's largest global television channel and a 24-hour news channel, was founded by Ted Turner in 1980 and has set its borders as the whole world. CNN's audience consists of politicians, high-level bureaucrats, military, clergy.

CNN describes itself as a “world elite” consisting of academic groups. Forefront claims including its broadcast content is global, its employees come from different nations and its being independent from the economic and political interests of the US are the claims that CNN relies on in order to position itself as a “global television channel” (Kaypakoğlu, 2004, p. 75). Nilgün Tütal states that CNN's claim of appealing to those who are free from ethnic identities and who have been displaced is not real when we observe its broadcasting practice; an ethnocentric broadcasting approach is maintained (Tütal, 2014, p. 173). In particular, events such as the 1991 Gulf War and the dissolution of the USSR were monitored through CNN broadcasts via satellite, and thus the concept of news changed its form and began to mean reporting not only events that had “already happened” but also events that were “still happening” (Uluç, 2003, p. 249). The introductory text of the channel on CNN's website includes the following statements:

We are truth seekers and storytellers. We are journalists, designers and technologists united by a mission to inform, influence and empower the world. We bear witness to history and explain not just what happened, but why it happened and what it means for you. Our products and platforms take you to the farthest corners of the world while bringing the world to you, delivering content and services that enrich your lives, families and communities (Cnn, 2023).

After CNN International, international news televisions such as BBC World, FOX News, SKY News, CBC, Euronews started broadcasting. Initially accepted by the whole world, as the broadcasting territories of these channels expanded, their content supply demands began to increase. These international television channels, which began to have correspondents and cameramen in every country of broadcasting, began to overflow with regional news content (Artun, 2016, p. 26). BBC World, (1991) and Euronews (1993) were established during the Gulf War (1991) to take measures against some of the disturbances caused by CNN's emergence as the only source of news for all Western broadcasting organizations,

and to balance and prevent an American news television from dominating their national markets and the international news market ([Uzunay, 2006, p. 67](#)).

BBC World faces significant financial difficulties as it is a public broadcaster. It prepares its agenda with British or Anglo-Saxon audiences abroad. Euronews, on the other hand, does not broadcast to the whole of Europe. Its sole objective is to prevent the European television market from being taken over by American or British companies. Unlike CNN, it does not aim to capture the worldwide market or expand its existing market share ([Tutal, 2005, p. 150](#)).

With the establishment of Al Jazeera in Qatar in 1996, a perspective other than international global television channels such as CNN, BBC and Sky News, which produce and interpret content from a Western perspective, was brought into the field ([Artun, 2016, p. 26](#)). Established with the claim of being global, TRT World channel started broadcasting via satellite on October 27, 2015. The English-language news channel reaches 190 countries. TRT World, which aims to offer an alternative to BBC, CNN and Al Jazeera channels, broadcasts in English and focuses on news. İbrahim Eren, the former CEO of TRT World, explained the reason for the establishment of the channel as follows:

We can say that the news channel fills a very specific gap in international media. There are several famous international news channels such as CNN, BBC and Al-Jazeera. CNN focuses on the US, the BBC is Euro-centric or more specifically UK-centric, and Al-Jazeera cannot be considered the voice of the voiceless as it no longer has the voice it once had" ([Daily Sabah, 2016](#)).

When we look at the historical development process of global television news channels, we see a development in which nation states are very involved in the process, unlike the theses of globalization approaches in the field of media. Although the technological transformation in the 1980s brought significant changes and new practices in the field of media, the influence of nation states remains decisive in the process of determining media policies and the relationship between foreign policy and media.

6. Methodology

Literature review covers the process of examining, evaluating and organizing previous studies related to the research topic. In this process, publications are summarized, analyzed and brought together to form a synthesis. The main purpose of the literature review is to determine where previous research is on the current topic, to reveal the gaps and gaps in the literature and to determine the place of the study in this field.

A literature review distills the existing literature in a subject field; the objective of the literature review is to summarize the state of the art in that subject field. From this review of earlier and recent work, it becomes possible to identify areas in which further research would be beneficial. Indeed, the concluding paragraphs of the literature review should lead seamlessly to research propositions and methodologies. It is therefore important that the literature review is focused, and avoids the more comprehensive textbook-like approach ([Rowley & Slack, 2004, p. 32](#)).

Comprehensive review of previous research on the research topic was conducted. Published works were found, read and analyzed. Various academic sources such as national and international publications, books and graduate theses were examined and compiled through literature review method. The evaluations and analyses of these publications were synthesized and presented. A historical, conceptual and theoretical framework on the reflections of globalization in international journalism was drawn, gaps in the literature were identified and the place of the study in this literature was determined. There are very few national publications on the CNN Effect approach, which is based on the view that the media manipulates public opinion and exerts pressure on political leaders. Likewise, there were not many national publications on Noam Chomsky and Edward S. Herman's "Production of Consent" theory, which argues that the media is directed in line with political interests. As a result of this review, there is no study on the relationship between global television journalism and foreign policy in this field. In this sense, it has been determined that there is a gap in the literature.

Conclusion

The concept of globalization has been presented as a "brand new stage" in the history of humanity; the concept had a significant impact on the literature within the framework of different disciplines. It is of great importance to reveal the relationship between globalization, which is defined as an unprecedented "integration" through the strengthening of multinational companies and technological developments, and new liberal policies as a political ideology. Globalization approaches, which have had a significant impact on the field of media studies, reveal approaches in which the political sphere is determined by the media through the omnipotence of technological change.

From the end of the 19th century to the beginning of the 20th century, a series of developments in the field of communication brought about the internationalization of communication. The establishment of news agencies, the structuring of the intercontinental cable system, the regulation of radio waves and the technological developments of the 20th century enabled the global distribution of media. New communication technologies enabled broadcasting to reach a much larger scale than before, and new distribution channels emerged at national and international levels (Gorman & McLean, 2008, p. 267). Privatization and deregulation policies led to a shift in media operations to low-cost areas and the spread of goods and services to new markets (Freedman, 1998, p. 415).

These changes in the media since the 1980s presents the basis of the globalization thesis that the nation state is not an effective actor in the media field. However, when we look to the actual practice, it is seen that nation states are still active in determining media policy. Elizabeth Fox and Silvio Waisbord, analyzing media developments in Latin America during the 1990s, argue that the media is determined by two parallel forces. The process is determined by both the local balance of power and global forces. Technological change and the emergence of a global market are determined by global powers, while ownership and content are determined by local politics. The state determines the system in Latin America through its censorship mechanism, advertising policy and licensing policy. Local

monopoly broadcasting has developed under the control of the authoritarian state (Fox & Waisbord, 2002, p. 3). Privatization, liberalization and deregulation have been the main tools of media policy makers. In the case of Latin America, it is seen that political power and market forces determine the process through mutual negotiation (Fox & Waisbord, 2002, p. 6).

At this point, the CNN Effect and the Manufacturing Consent approaches offer important opportunities to discuss the impact of global television journalism (Gilboa, 2005, p. 325), which began in the early 1980s with CNN television's 24-hour uninterrupted broadcasts outside the US, on the foreign policy-making process. The CNN Effect approach refers not only to CNN but also to all mass media with a global reach, such as Fox, Sky News, BBC World and MSNBC (Palloshi, 2015, p. 49), and argues that global television journalism is a determinant in foreign policy-making processes. The Manufacturing Consent approach, on the other hand, interprets the process through the effects of new liberal policies on the media field. In the post-1980 period, the new liberal policies in the field of telecommunications led to massive competition, a deregulated broadcasting market and consolidation in the media sector, which created a monopolistic structure. The relaxation of restrictions on advertising time limits and the facilitation of cross-ownership have increased this concentration. While national policies at the government level support this process, international organizations also contribute to the global expansion of commercial media (Gorman & McLean, 2008, p. 268).

Nation states are influential in determining media systems. Different languages, political systems, power structures, cultural traditions, economies, international connections and histories of different nations make different media systems possible (Curran and Park, 2005, p. 11-12). Within the framework of the media-foreign policy relationship, the claim that global journalism is the decisive actor in the foreign policy-making process does not reflect reality. Nation states intervene in the news production process in line with their foreign policies through the media organs they control.

With globalisation, media has become an important actor in international relations and foreign policy processes. Especially television journalism has functions such as informing the public, providing fast news flow in times of crisis and putting pressure on governments. The 'CNN Effect', one of the two main approaches explaining the relationship between foreign policy and the media, argues that the media can accelerate foreign policy decisions by putting pressure on governments in times of crisis. 'Manufacturing Consent', on the other hand, argues that media content is directed by states and large media organisations; therefore, the media is not an independent actor but an instrument of state policies.

The research shows that states directly or indirectly control media content. In many countries, global media companies are often financed by large economic groups with close ties to governments. This makes it difficult for global media organisations to be an independent actor in the foreign policy-making process. States can shape media content directly through public broadcasters, or they can determine foreign policy discourse by exerting economic and political pressure on

private media organisations. How news is presented and which events are emphasised are shaped by the foreign policy priorities of states.

There are many examples of this issue. For example, in the context of the Russia-Ukraine war, Western media organisations presented news frames that strengthened Ukraine's position, while Russian state media presented events with a different narrative. RT and Sputnik News emphasised that the war was a “special military operation” and claimed that the West provoked the conflict by arming Ukraine. Russian state television argued that the war was necessary for the security of the Russian people. The Western media, on the other hand, countered this narrative by reporting in favour of Ukraine's struggle for independence and portraying Russia as an aggressive power. The same applies to Israel's occupation of Palestine. While major media organisations in the US and Europe present news in a supportive framework of Israel's foreign policies, they give less space to the views of Palestinian groups. Western media outlets frame Israeli attacks through Israel's security perspective. Israel's attacks are generally presented as “defensive”, while the actions of Palestinian groups are labelled as “terrorist attacks”. Palestinian civilian casualties are relatively under-emphasised by the media, while Israeli casualties are more prominent. Palestinian sources are rarely quoted in the Western media, while Israeli government officials are more likely to be interviewed. Also, during the Syrian Civil War, the media used different framings in line with the foreign policy determined by the governments. The Western media presented the Assad government as a “dictator” and presented the opposition groups as “freedom fighters”. The Russian media, on the other hand, defined the Assad government as “the legitimate leader fighting against terrorism” and portrayed the opposition groups as “radical Islamist terrorists”. Similarly, the US media produced content emphasising the necessity of the war in the 1991 Gulf War and shaped public opinion in support of the war. In 2003, the US raised the allegation of weapons of mass destruction to legitimise its military intervention in Iraq. In this process, the US media made news in favour of the war in parallel with the government's discourse. However, post-war investigations revealed that there were no weapons of mass destruction in Iraq and showed how the media was instrumental in the government's manipulation.

The findings reveal that the power of global media networks to shape foreign policy decisions is limited, on the contrary, it shows how states present foreign policy to the public through their control and steering mechanisms over the media. Examples of how the media is used by governments, especially in times of crisis and war, show that the media is not only a tool that provides news, but also functions to support foreign policy objectives. Although theories such as the CNN effect suggest that the media can change foreign policy decisions by exerting pressure on governments, in practice this influence is controlled by states.

References

- Ampuja, M. (2012). Globalization Theory, Media-Centrisim and Neoliberalism: a Critique of Recent Intellectual Trends. *Critical Sociology*, 38(2), 281-301.
- Artun, F. (2016). Uluslararası Medya ve Yerel Operasyonlar, Al Jazeera Örneği, (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Berger, G (2009). How the Internet Impacts on International News: Exploring Paradoxes of the Most Global Medium in a Time of Hyperlocalism. *The International Journal of Gazette*, 7(1), 355-371.
- Boyd-Barrett, O. (2010). Media Imperialism Reformulated, International Communication a Reader. Edited by Daya Kishan thusu, London: Routledge.
- Cnn International. (17.02.2024). *About CNN Worldwide* <https://edition.cnn.com/about>.
- Curran, J., & Park, M. J. (2005). Beyond Globalization Theory. In *De-Westernizing Media Studies*. 2-15. Routledge.
- Çeçen, A. F. (2014). *Amerikan Medyasının Dış Haberlerinde Medya-Politika İlişkisi Bağlamında bir Değerlendirme: New York Times Gazetesi Örnekleminde 2013 Mısır Askeri Müdahalesi Haber Kapsamının Analizi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Denk, E. (2007). Medya e Uluslararası Politika. *Uluslararası İlişkiler Dergisi*. 4 (13), 145-156.
- Erdoğan, İ & A, Korkmaz (2010). Öteki Kuram. Ankara: *Erk Yayınlar*.
- Flew, T. (2007), Understanding Global Media, New York: *Palgrave Macmillan*.
- Fox, E. & Waisbord, S. (2002). Latin Politics, Global Media. Latin Politics, Global Media, Edited by Elizabeth Fox and Silvio Waisbord, Austin: University of Texas Press.
- Freedman, D. (1998). Globalization and Local Consumption: The Labour Party's Attempts to Sell British Media. *Contemporary Politics*, 4 (4), 413-43.
- Garnham, N. (2006). Contribution to a political economy of mass-communication. *Media and cultural studies: Keywords*
- Gilboa, E. (2005). The Cnn Effect: the Search for a Communication Theory of International Relations. *Political Communication*, 22(1), 27-44
- Gorman, L. & McLean, D. (2009). Media and Society into The 21st Century. Oxford: *Wiley-Blackwell*.
- Hafez, K. (1999). International News Coverage and the Problems of Media Globalization. In Search of a New Global- Local Nexus. Innovation: *The European Journal of Social Science Research*, 12 (1), 47-62.
- Hafez, K. (2008). The Myth of Media Globalization, Cambridge: *Polity*.
- Held, D. & McGrew, A. (2008). Büyük Küreselleşme Tartışması. Edited by Held, D. Ve McGrew, A, Küresel Dönüşümler, Ankara: *Phoenix*.
- Herman, E. S & Chomsky, N. (2002). Manufacturing Consent- The Political Economy of the Mass Media. New York: *Pantheon Books*.
- Hirst, P. & Thompson, G. (1996). Küreselleşme Sorgulanıyor. Ankara: *Dost Kitabevi Yayınları*

- İlik, E. B. (2023). *Küresel Habercilik ve Dış Politika: Zeytin Dalı Harekatı'nın Küresel Medyada Ele Alınışının Karşılaştırmalı Analizi*. (doktora tezi), İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Iosifidis, P. (2011). *Global Media and Communication Policy*. London: *Palgrave Macmillan*.
- İşleyen, Ö. Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir? Kitle İletişim Araçlarının Ekonomi Politikası. *Kültür ve İletişim*, 7(14), 145-150.
- Karaduman, İ. C. (2018). Geleneksel Medyanın Kamu Politikaları Üzerindeki Etkisi: Medya, Hükümet ve Kamuoyu Arasındaki İlişkiler. *Social Sciences Studies Journal*, 4 (14), 479-487.
- Kaypakoglu, S. (2004). *Küresel Medya ve Kültürel Değişim*. İstanbul: *Naos Yayıncılık*.
- Övür, A. (2016). Kitle İkna Tekniklerinin Kullanılması Bakımından Günümüz Televizyon Yayıncılığı. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 2 (2). 55-79.
- Özdemir, M. (2021). *Batı Merkezli Uluslararası Medyada Orta Doğu'nun Temsili*, (yayınlanmamış doktora tezi), İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Özmen, Ş. Y. (2013). Küresel Haber Ağları. Orhon, E. N. ve İşçibaşı, Y. B. *Uluslararası iletişim*. (2013). *Anadolu Üniversitesi Yayınları*. Eskişehir.
- Palloshi, S. (2016). The influence of the Cnn Effect and the Al Jazeera Effect on American Foreign Policy. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2 (2), 43-67.
- Rowley, J. & Slack, F. (2004). Conducting a Literature Review. *Management Research News*, 27(6), 31-39
- Sözeri Özdal, C., & Kurban, D., (2012). İktidarın Çarkında Medya Türkiye de Medya Bağımsızlığı ve Özgürlüğü Önündeki Siyasi Yasal ve Ekonomik Engeller : *TESEV*.
- Tutal Cheviron, N. (2014). *Küresel İletişim*, İstanbul: *Ekslibris Yayıncılık*.
- Türkoğlu, N. (2003). *Kitle İletişimi ve Kültür*, İstanbul: *Naos Yayınları*.
- Uluç, G. (2008). *Küreselleşme ve Medya İktidar Ve Mücadele Alanı*, İstanbul: *Anahtar Kitaplar*.
- Uzunay, B. (2006). *Küreselleşme ve Türk Basını*, (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Ünal, A. (21.11.2016). *TRT World CEO İbrahim Eren: We will tell the truth, even if it is inconvenient or disturbing*. Daily Sabah. <https://www.dailysabah.com/turkey/2016/11/21/trt-world-ceo-ibrahim-eren-we-will-tell-the-truth-even-if-it-is-inconvenient-or-disturbing>
- Yaylagül, L. (2019). Eleştirel ekonomi politik perspektiften devlet ve medya ilişkisi. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 5(2), 134-152.
- Yaylagül, L. (2017). *Kitle iletişim kuramları*. Ankara: *Dipnot Yayınları*
- Went, R. (2001). *Küreselleşme, çev. Emrah Dinç*, İstanbul: *Yazın Yayıncılık*.

Zhaparaliev, S. & Atabek, N. (2021). 2018 Kudüs Olayları'nın Uluslararası Medyada İnşası: Cnn, Russia Today ve Trt World Örnekleri. *Uluslararası Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli Dergisi*, 4 (1). 1-27.

Balkan Sineması Alevler İçinde Sinema*



Rufen ORAL¹

¹ Dr.,
rufenoral@hotmail.com,
ORCID: 0000-0001-7400-3747

Gönderilme / Received

03.02.2025

Kabul Tarihi / Accepted

17.03.2025

Yayın Tarihi / Published

27.03.2025

Öz

Bu incelemede Prof. Dr. Dina Iordanova tarafından yazılan Balkan Sineması Alevler İçinde Sinema (2007) İstanbul: Agora Kitaplığı. Sayfa 409. ISBN: 9786051031989 adlı kitap değerlendirilmiştir. Kitap dört ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde “Avrupa Yerleşim mi, İstikamet mi?” başlığı altında “Balkanlara Dair Anlatılar, Avrupa’ya Kabul Edilebilir mi?” konuları üzerinden, ikinci bölümde “Savaşın Ortasında Yükümlülükler” başlığı ve devamında “Balkan Sineması, Kusturica’nın Yeraltı’sı, Taraf Tutmak ve Şiddet” konuları anlatılmaktadır. Üçüncü bölüme “İnsanlar” başlığı adını veren yazar bu kısımda da “Kötü Adamlar ve Kurbanlar, Kadınların Kaygılarını Temsil Etmek ve Çingeneler” konularına yer vermiştir. Son olarak dördüncü bölümde, “Yerler/Mekanlar” başlığı altında “Saraybosna’ya Bakışlar: Dünya Balkanlar’a Geliyor ve Balkanlar Dünyaya Geliyor” konuları ile kitapta Balkan sinemasının tarihsel süreci ayrıntılı bir araştırma ile anlatılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sinema, Balkan Sineması, Tarihsel Süreç

* Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. Benzerlik tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No similarity detected.

** Bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive” were followed.

*** Çalışma tek yazar tarafından yürütülmüştür.

The study was conducted by a single author.

**** Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

Kaynak gösterme / To cite this article: Oral R. (2025). Balkan Sineması Alevler İçinde Sinema. İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi, 5(1), 247-254. doi: 10.59534/jcss.1631734



From Past to Present: B2B Publishing in Türkiye



Rufen ORAL¹

¹ Dr.,
rufenoral@hotmail.com,
ORCID: 0000-0001-7400-3747

Gönderilme / Received

03.02.2025

Kabul Tarihi / Accepted

17.03.2025

Yayın Tarihi / Published

27.03.2025

Abstract

In this study it is evaluated the book whose name is Balkan Sineması Alevler İçinde Sinema (2007) Istanbul. The library of Agora. Page 409.ISBN: 9786051031989 written by Pr.Dr. Dina Iordanova. The book has 4 parts. In the first part; with the title of “Is Europe a residential or direction?” It’s searched is it “accepted to Europe which is the explanation about Balkans?” In the second part “it’s examined: The title of “Obugations In The Middre Of The War”, “Kustarica’s Underground, Take Sides, and Violence”. In the third part the author explains “Bad People and Victims, The Fear of Women and Gypsies” with the Side Title of “People”. The last and fourth part it is emphasized Looking to Sarajevo with the name of “Local/ Location” It’s explained the history of the Balkans Cinemas with the title of “world is coming to the Balkans and Balkans is coming to the world”.

Keywords: Cinema, The Balkans’ Cinema, Historical Process

Giriş

Prof. Dr. Dina Iordanova tarafından yazılan Balkan Sineması adlı kitap incelemesi, okuyuculara ve akademik mecrada Balkan Sineması ile ilgili çalışma yapmak isteyen araştırmacılara bu kıymetli eseri tanıtmak amacıyla yapılmıştır. Kitapta, tarihsel süreç içerisinde önemli bir yeri olan Balkanlar ve Balkan sineması, kendi coğrafyası içinde sosyo-kültürel ve politik yapısıyla birlikte harmanlanarak, derin bir araştırmanın ardından oldukça geniş bir içerikle anlatılmaktadır.

Yazar, birinci bölümde, “Avrupa’ya ait olmanın, kendi aleni söylemlerindeki en güçlü unsurun bu kadar sorunlu hatta Balkan ülkeleri için imkansız bir hal aldığı sonucuna nasıl varılır?” sorusunun peşine düşmektedir. Ardından, Balkanların Avrupalılıklarını, batılı kültürel ve siyasal söylem içinde sorunsallaşmasını ve son olarak da, Avrupa kavramının kapsayıcı ve dışlayıcı işlevini ele almaktadır (2007, s. 33). Balkanlar, Avrupa’nın hem coğrafi bir parçası hem de Batı ile doğu arasında bir köprü olarak görülmektedir. Kültürel açıdan ise Balkanların zihninde Avrupa, her zaman kültürlülükle buna karşın üçüncü dünya olarak düşünülen Afrika ise bunun tam zıttı aptallıkla tahayyül edilmektedir (2007, s. 38).

1945 yılında birçok Balkan ülkesi Avrupa’nın kültürel sınırlarının dışında bırakılıp Sovyet sahasına geçmiştir. Coğrafi bakımdan Balkanların sınırında ve Batı yakınlarında yer alan ülkeler Orta Avrupa bölgesine kabul edilme mücadelesine girişmişler ve küskünlükler ortaya çıkmıştır. 1990’larda Avrupa’ya yeniden giriş koşullara bağlanmıştır. Öyle ki, Hırvatistan ve Slovenya, Yugoslavya’dan ayrıldıktan sonra “Balkan” adıyla anılmamak için resmi bir belge yayınlamışlardır. Hırvat İşçi Partisi Başkanı “bizim görevimiz Balkanları Avrupalılaştırmaktır. Hırvat ve Slovenleri Balkanlaştırmak değildir” diye söylemde bulunmuştur. Eski Doğu Bloğunun (Orta Doğu Avrupa ve Balkanlar olarak) çözülmesi geri dönüş için bir ayırım olmuştur. Çoğu ülkenin ayrılış noktası 14.ve 15.yüzyıldaki Osmanlı istilasına kadar dayanmıştır. Yakın zamandaki geri dönüşte 19.ve 20.yüzyıl başlarına dayanmaktadır. Bu süreçte batı, kültürel ve siyasal anlamda Yunanlıları Türk düşmanı olarak göstermiştir. Osmanlı hakimiyetinin Avrupa’nın bir parçası olarak Balkan ülkelerinin gelişmesini önemli ölçüde kesintiye uğrattığı düşünülmüş ve Avrupa ideallerine ulaşmada bir engel olarak kavramsallaştırılmıştır (2007, ss. 39-40). Kitapta Balkanların tarihsel süreci derin bir perspektifle aktararak sonrasında bu coğrafyada ve sosyo-politik ortamda Balkan sinemasının durumuna geçilmektedir.

Yazar, Seyahatname tarzındaki anlatı yapısının Balkan olay örgüsünün tipik özelliği olduğundan bahsederek Balkan sinemasının her şeyi olduğu gibi kabullenmeyi sürdürdüğünü ve Avrupa-merkezci kurgunun tartışmalı etkilerinin fark edilmediğini belirtmektedir. Eleştirel inceleme eksikliği, coğrafi bakımdan Avrupa’nın bir parçası sayılması ancak kavramsal bakımdan Avrupalı kültür alanından dışlanması paradoksunu ortaya çıkarmaktadır. Kurgusal film çalışmalarında kullanılan olay örgüsü ve anlatı stratejilerinin yapısı daima bir gezi, yolculuk ya da ziyaret olarak şekillenmiştir. Bu çerçevede yapılan filmlerde batılı bir kahraman Balkanlara giderek ötekiyle ve farklı deneyimlerle karşılaşmakta ve bu deneyimleri, batılı çıkış noktasına referans etmektedir (2007, s. 69). Kan ve kurşun ağırlıklı bu dönem Balkan filmlerinden “Saraybosna’ya Hoşgeldiniz” filmi

ile ilgili olarak, Bosna katliamının filmde batılı gazeteciler tarafından aktarıldığını, bölgeye gelen gazetecilerin etrafında olayların geliştiğini ve benzer filmlerde de barbar diyarına girmeyi göze alan batılılar etrafında olayların geliştiğine dikkat çekilmiştir (2007, s. 76).

Balkan sinemacılarının yaptığı konulu filmler arasında Romanya: An Unforgettable Summer, Makedonya: Yağmurdan Önce, Yunanistan: Ulysses'in Bakışı yer almaktadır. Bu filmler diğerlerinden farklı olarak bir yabancı'nın bakış açısından sunulan öz-temsili filmleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Leyleğin Geciken Adımı ise seyahatname anlatısı biçiminde kurgulanmıştır (2007, ss. 76-77).

Iordanova, belgesel ve konulu filmlerde olumsuz Balkan anlatısının (bazen bilinçli, çoğunlukla farkında olunmadan) ele alındığını, Balkan imajının 1990'lı yıllar boyunca dik kafalı, şiddetle kuşatılmış, tarihsel düşmanlar olarak gösterildiğinin vurgulamaktadır. 1990'lı yıllarda gazetecilerin ve siyasi analistlerin senaryosunda Makedonya'nın bir "barut fıçısı" olarak ele alındığını ve hatta batı yapımı bazı belgesellerde Bosna ve Hırvatistan'daki kanlı olayların Makedonya'ya sıçrayacağını, bu nedenle yeni bir dünya savaşına yol açacağı korkusunun duyurulduğunu anlatmaktadır (2007, ss. 91-98).

Venedik Film Festivalinde "Altın Aslan Ödülü" kazanan "Yağmurdan Önce" filmi Avrupa ve ABD'de geniş bir izleyici kitlesi bulmuştur. Yazar burada Yugoslavya'nın dağılışıyla ilgili en kavrayışlı sinema belgeselini tartışmaya açmıştır. Onun için önemli olan filmin güncel olayların bir belgeseli olarak algılanmak istenmemesi olmuştur. Film Makedonya doğumlu ABD'de eğitim gören yönetmen Milcho Manchevski tarafından yapılmış ve 1994'te çekimleri biten film Uluslararası başarı kazanmış bir Makedon filmi olarak Balkan sinema tarihinde yerini almıştır (2007, ss. 99-100).

Yazar ikinci bölümde, Balkan tarihinin sinemaya aktarıldığında iki tür olarak yorumlandığını açıklamaktadır. Bunlardan ilki, milliyetçi anlatıya dayanan tarihsel filmler, ikincisi ise bütün anlatıların koşulluluğunun farkına varan ve uzlaştırmanın mümkün olmayacağını kabul eden filmlerdir. Yazar burada ikinci türü ele almaktadır. Dusan Makavejev, Zelimir Zilnik, Lordan Zafranović ve Theo Angelopoulos gibi sinemacılar ortak tarihsel zaman ve mekânla, kader ve güçle, tarihteki kişi ve kitlelerin rolüyle ilgili özgün bir algılayış yaratmışlardır. Her birinin çalışmasının özgül bir kolaj olarak tanımlanabileceğini, bu yönetmenlerin geleneksel tarihçiliği aştıklarını ve radikal meselelere dikkat çekmeyi, tarihin anlamı üzerine yorum yapmayı başardıklarını aktarmıştır. Angelopoulos, tarihsel meseleleri titizlikle çekimlere aktaran bir sinema dili yaratmakla uğraşmıştır (2007, ss.113-114).

Angelopoulos'un bakışı, zihinsel ve içgözlemsel olarak değerlendirilmiştir. "36 Günleri-1972, Kumpanya, Avcılar-1977, Leyleğin Geciken Adımı, Ulysses'in Bakışı, Sonsuzluk ve Bir Gün" filmlerinde Balkan tarihi ve kimliğiyle ilgili sorunlar ele alınmıştır. 1990'lardaki bütün karakterler nihai olanın arayışı içindedir. Angelopoulos, Balkanların kendine özgü sorunlarına evrensel hümanist bir boyut katmıştır. Özellikle tarihsel sürecin yeniden inşa sorunuyla ilgilenen sadece

“Ulysses’in Bakışı”dır. Yazara göre Angelopoulos, “özalğuların zaman ve mekânla sıkı sıkıya, iç içe olduğuna inanılan kimliğin çözülmesi” düşüncesi nedeniyle evrensel kimlik sorunlarının garip Balkan evreninde pusuya yattığını iddia eden tek cüretkâr kişidir (2007, ss. 132-133).

Kusturica’nın “Yeraltı” filminin 1995 yılında Cannes Film Festivalinde Altın Palmiye kazandığı, bazı gözlemcilere göre filmin Sırp propagandasından başka bir şey olmadığı şeklinde görüşlerden bahsedilmektedir. Filmin “savaş”, “soğuk savaş” ve yine “savaş” olmak üzere üç bölümden oluştuğu, 1940-1960-1990’lı yıllara ışık tutan tarihsel ve görsel bakımdan çok karanlık ve sonunun kıyametvari, karanlık bitişle keskin bir zıtlık içinde noktalandığı vurgulanmaktadır. Yazar, filmde ütöpik bir düğün sahnesinde bütün ölü kahramanların canlandığını ve Tuna’nın güneşli kıyılarında bir düğün şöleninde bir araya geldiklerini, ancak onlar neşe içinde eğlenirken üzerinde durdukları kara parçasının anakaradan koptuğunu ve sessizce suyun üzerinde yüzmeye başladığını, davetlilerin kendilerini o kadar eğlenmeye kaptırdıklarını ve bilinmeyen bir yere doğru gittiklerinin farkına bile varmadan süzülüp gittiklerine dair filmin düşünömsel sahnelerini anlatırken bu sahneyi adeta okuyucunun gözünde canlandırmaktadır. Kusturica’nın bir röportajında söylediğı “kendilerine ne olduğunu hiçbir zaman bilmeden giderler. Balkan insanların tarzı budur. Geçmişlerini hiçbir zaman mantık çerçevesinde sorgulamazlar. Onları ileriye götüren tutku değişmez.....” sözleri de bu bölümün önemli notları arasındadır. Filmin, Batı Avrupa hayranlarını etkilemeyi amaçladığına ve bunu başardığına dikkat çekilerek öte yandan filmin Balkan çatışmasıyla ilgili aynı konuları ele alan Angelopolous’un “Ulysses’in Bakışı”na tercih edildiğı de hatırlatılmaktadır. Yönetmenin bir sonraki filmi olan “Kara Kedi Ak Kedi”nin bilinçli biçimde apolitik olduğu ve “Yeraltı”nın bütün grift politikasını tamamen yadsımak amacıyla yapıldığı, Venedik’te bir ödöl aldığı bilgileri de önemli bir konu olarak eklenmiştir (2007, ss. 142-149).

Kitabın bu bölümünde son olarak Balkan sinemasında şiddet temsillerine değinilmektedir. Şiddetin görsel yönünün filmlerde çok az yer aldığı, şiddetin yüceltmekten ziyade kınandığı ve şiddet sahnelerinin genelde izleyiciyi ürpertecek nitelikte kullanıldığı ancak bu durumun siyah-beyaz katılığında olmadığı anlatılmaktadır (2007, s. 207).

Üçüncü bölümde, sinemadaki bazı temsillere yer veren Iordanova, batıdaki sinema, resim ve yazı gibi alanlarda Balkanlıların kötü, barbar voyvoda, partizan, haydut vs..şeklinde bir özne konumuna yerleştirildiğini, Sırp savaş beyi “Arıkan”ın parlatılan kötü adam fenomeni olduğunu, sinemada Yugoslavya’nın dağılışı sürecinde tecavüz temsillerine bakıldığında daha çok cinsiyet söylemi içinde değil, şiddet, umutsuzluk, kargaşa içinde ele alındığını, kadınların yoksulluk ve çatışma deneyimlerine odaklanan belgesellerin çoğunun da kadın yönetmenler tarafından yapıldığını anlatmaktadır (2007, ss. 223-272). Yine bu bölümde Balkanlardaki etnik topluluklarının çeşitliliğine ve çokluğuna yer vererek, hiçbir devlete aidiyeti olamayan Romanların, yani Çingenelerin sinemanın ilgi odağını oluşturduğunu, Balkan sinemacılarının, Roman hikayelerini ve karakterlerini seçerken, onlarla ilgili “çingeneler bizim gözümüzde neyse, Balkanlar Avrupa’nın gözünde odur” anlayışında bir metafor kullandıklarına dair tespitlerini aktarmaktadır (2007, 276-280).

Emir Kusturica bir röportajda (Çingeneler Zamanı (1989), Kara Kedi, Ak Kedi) kendi göçünün ve sıkıntılı bağılıklarının devamlılığından söz ederek kendini bir çingeneyle karşılaştırmaktadır. “Kara Kedi, Ak Kedi” apolitik bir film olarak algılanmaktadır. Ancak yinede Balkan meseleleriyle ilgili siyasal açıklamalar yaptığı görülmektedir. Balkan ülkeleri tecrit edilmişliklerini yüzyıllarca Osmanlının esiri kalmalarına yormaktadır. Uluslararası politikaları ise batıya yakınlaşmaya yöneliktir. Osmanlı devletinin yıkıcı mirasına yapılan göndermeler ortada gezinirken, bunlara böyle bir İslamcı dalganın ne pahasına olursa olsun önlenmesi gerektiği inancı eşlik etmektedir. Birçok film, çeşitli etnik gruplara odaklanabilirken, bunlardan sadece birkaçı azınlığa hitaben yapılmış ve o azınlığın izleyicileri tarafından görülmüştür. (2007, ss. 284-301). Iordanova’ya göre, Angelopolous’un “Ulysses’in Bakışı” adlı filmi bunlardan biridir.

Yazar son bölümde, sinemada kullanılan ve gösterilen mekânlar üzerinde durmaktadır. Saraybosna’nın sinemacılar için önemli bir mekân haline geldiğini, onu önemli ve kozmopolit bir şehir yapan unsurun ise ironik bir şekilde uğradığı “yıkım” olduğunu belirterek etkileyici bir konusu olan “Saraybosna’ya Hoşgeldiniz” filmini incelemeye almıştır. ITN muhabiri Michael Nicholson’ın Natasha’s Story adlı kitabından uyarlanan “Saraybosnaya Hoşgeldiniz” filmi (1997) gazetecilerle ilgili başka bir hikâyedir. Saraybosna’yla ilgili haber yapan yabancı gazeteciler, oda duvarları şarapnellerden korunaklı bir barda takılmaktadır. Bosna’da olup bitenlerden hiç haberleri olmaz. Zira onlar için hayatta daha önemli şeyler vardır. Dük ve düşesin boşanması gibi. Filmde görülen her şey izleyiciyi yabancılaştırmaktadır. Özdeşleşme ve merhametten ziyade rasyonel ahlaki yargıya dayanmaktadır (2007, ss. 308-314).

Balkan filmleri gibi Saraybosna’yla ilgili filmler de, genellikle hikâyeyi gezgin ya da gazeteci gibi bir yabancıнын bakış açısından anlatmaktadır. Bunlar arasında yer alan İtalyan filmi “Gamebag” çatışmanın ortasında kalan İtalyan avcılarının bakış açısından, Yunan filmi “Ulysses’in Bakışı” kayıp görüntü peşinden giden bir sinemacının bakış açısından anlatılmıştır. Film birçok yönden çok eleştirilmiştir. Bunlardan biri, sıradan insanların hikâyelerini anlatmadığı ve savaşın içine fazlasıyla giren gazetecileri yanlış temsil etmesinden dolayıdır. Yine film çok geç bir zamanda ortaya çıkmış ve Saraybosna’nın özel bir anlam ifade etmediği insanlarca yapılmıştır. (Yönetmen Michael Winterbottom, senaryo Frank Cottrell). Ancak aldığı eleştirilere rağmen Saraybosna’yla ilgili yapılan en iyi film olarak tanınmıştır (2007, ss. 324-330).

Saraybosna’lıların filmlerinin bazıları mutlu zamanlardan kalma hatıraları bazıları da metafizik hayat ve ölüm enstantenelerine odaklanmıştır. Belgesel kayıtlar ile kurgusal imgeler birleştirilerek metinlerin çoğu günlük formatta aynı şeylerden bahsetmektedir. Çaresizlik, yıkıntı, açlık, karanlık... Sadece baskın duygu değişmektedir. Kimisi insanların cesaretinden bahsetmeyi ve ıstırabını anlatmayı, kimisi de insanların sinekler gibi öldürülmesiyle onları saran bunalıma odaklanmıştır. Saraybosna’lılar kendi durumlarına bakarken tercih ettikleri kara mizah uluslararası sinema ve yazıya sadece zaman zaman yansımıştır. Saraybosna hakkındaki filmler kaçınılmaz olarak aklımıza İkinci Dünya Savaşı sonrasındaki yıkıntılar içindeki Avrupa’yı gösteren daha eski filmleri getirmektedir. Rossellini’nin “Germany Year Zero”, Resnais’in “Hiroşima

Sevgilim” gibi. Saraybosna şehit düşen şehirler listesinde bir yer hak etmiş ve bu şekilde ilgi görmüştür. Bu ilgi gelecekte muhtemelen kaybolacak ve kozmopolit şehir sıradan varlığına kavuşacaktır (2007, ss. 333-339). Yazarın bu sözleri de, Saraybosna şehrinin geleceği ile ilgili öngörüsü olarak anlaşılmaktadır.

Iordanova, kitabın bu son bölümünde Balkan sinemacılarının ve Balkan insanların Avrupa’ya göç ile ilgili düşüncelerinden ve tutumlarından bahsetmektedir. Sinemacılar için evren, Avrupa dışında Yeni Zelanda, Alaska, Meksika... gibi yeni yerlerde artık varlık kazanırken, Balkan insanları için hareket ve göçün acı bir deneyim olduğuna, yeni dünyalara göç olsa da çoğunlukla Asya, Akdeniz ve Viyana evreniyle sınırlı kaldığını söylemektedir. Bulgar sinemasında ve Yunan sinemasında göçlerin tetiklediği köy trajedilerine odaklanılmıştır. “Kal ya da terk et” ikilemi baskındır. Yurdundan yerinden olmanın yegâne alternatifidir. Göç etme mecburiyeti yeni Balkan sinemasının başlıca konularından biri olmuştur. Yönetmen Goran Marković’e göre, 1995’te Belgrad’ın bir milyon yaşayanının 400 bini göç etmiştir. Büyük Sırbistan’dan gelenler onların yerini almıştır. Kalanlar açısından Belgrad’ın kasvetli hali yavaş yavaş bir ruh haline dönüşmüştür. Kimileri buna Ghetto derken kimileri de Zombie Town (ölüler şehri) demiştir. Filmlerde bu şekilde isimler koyulmuştur (2007, ss. 340-349).

Kitapta dağılmış Yugoslavların sinemasına da yer veren yazar, Yugoslavya’nın dağılması ile Yugoslav yönetmenlerce çekilen filmlerin ya da Yugoslavya’yla ilgili batıda yapılmış olan filmlerin birçoğunun, Balkan göçmenlerinden oluşan esas kitle tarafından izlendiklerini iddia etmenin güç olduğunu anlatmaktadır. Eski göçlerin aksine yenilerin toplu hareketle teminat altına alındığını ve bunda yeni medya teknolojilerinin etkisi olduğunu vurgulamaktadır. Artık Bosnalılar için Kuzey Amerika ve Avrupa Kalesi, nihai varış noktası olmaktan çıkmıştır. Yeni yerler ise Pakistan, İsrail, Güney Afrika, Türkiye, Kıbrıs, Singapur ve diğer yeni ve farklı ülkelerdir (2007, ss. 354-364).

Yazar son olarak Balkanlara dair duygu ve düşüncelerini “Benim kendi Balkan imgem, gittikçe uzak ve silik bir hal alıyor. Yeraltı’nın, ütöpik gün ışığında yıkıyor ve Ulysses’in Bakışı’nda, Manaki kardeşlerin film makaralarındaki neşeli zamanların görüntüleri gibi yanıp yanıp sönüyor” şeklinde açıklarken, kendisi gibi diaspora entellektüellerinde Yurtsuzluk hissinin hakim olduğunu, kendilerini yabancılaşmaya başladıkları bir hayali topluluğa hapsedtiklerini, bu yeni aidiyet dünyasında büyüyen hayal kırıklığının içlerinde münferit bir kopuşla sonuçlandığını da eklemektedir (2007, s. 370).

Yazarın bu içsel sesi ve seslenişi Heidegger’in “evsizlik dünyanın kaderi olmaya devam ediyor” sözünü akıllara getirmektedir (Heidegger, 1977, aktaran Chambers, 2014, s.12). Zira günümüzde de savaş, hastalık ve afetlerle mücadele eden çaresizlik içindeki insanlar yurtlarından ayrılarak göç yollarında başka ülkelere ve umuda doğru yolculuk etmeye devam etmektedir.

Kule (2016) tarafından yapılan bir incelemede de, bu kitapla ilgili olarak Balkanlara ait olumsuz yaklaşımları ve sabit düşünceleri değiştirme açısından kitabın etkisinin önemli olduğu, yalnızca sinemasal yönden değil bölgeyi diğer yönleriyle de tanımamız için katkı sağlayan bir kaynak olduğu vurgulanmaktadır (Kule, 2016, s. 195).

Kitapta, Asya ile Avrupa kıtası arasında bir köprü olan Balkanların jeopolitik konumu ve buna bağlı olarak Balkan uluslarının tarihsel süreç içerisindeki değişimi, dönüşümü ve dağılması aşamasında siyasal ve toplumsal yönleriyle sinemanın bu coğrafyadaki tablosu okuyucuya sunulmaktadır. Yazar, bu tabloda ortaya çıkan önemli sinema eserlerini ve yönetmenleri okuyucuya anlatarak ve tanıtarak tarihsel doku ve dokunuşla Balkan filmlerini okurun gözünde bir kez daha canlandırmaktadır. Kitapta Balkanların tarihsel süreçte yaşadığı olaylar, batının tutumu, savaş, şiddet, kan, kurbanlar, çaresizlik, yıkımlar ve göç gibi birçok sosyal ve siyasal olay ve bu şartlarda ortaya çıkan Balkan sineması, adeta bir tarihçi gözüyle sosyo-kültürel ve sosyo-politik bağlamından koparılmadan anlatılmaktadır. Balkanlara ve Balkan sinemasına dair derin anlatılar içeren bu kitap, sinema kitapları arasında kült bir eser olarak yer almaktadır.

Kaynakça

- Austin, J. L. (1975). *How to do things with words* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Bell, A. (1984). Style as audience design. *Language in Society*, 13, 145-204.
- Brown, S., & Levinson, S. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge University Press.
- Calude, A. S. (2024). *The linguistics of social media: An introduction*. Routledge.
- Searle, J. R. (1969). *Speech acts: An essay in the philosophy of language*. Cambridge University Press.

Sosyal Medyanın Dilbilimi: Bir Giriş*

 Beril ÖZER¹

¹ Dr.,
ozerozerberil@gmail.com,
ORCID: 0000-0001-5638-2181

Gönderilme / Received
16.02.2025

Kabul Tarihi / Accepted
18.03.2025

Yayın Tarihi / Published
27.03.2025

Öz

Bu çalışma, Andreea S. Calude'un The Linguistics of Social Media: An Introduction adlı kitabını incelemektedir. Kitap, sosyal medya platformlarında dilin kullanımını teorik ve uygulamalı çerçevede ele alarak, dilbilimin temel kavramlarını sosyal medya bağlamında tartışmaktadır. On bölümden oluşan kitap, her bölümde belirli bir dilbilim teorisini açıklamakta ve ilgili sosyal medya platformlarından örnekler sunmaktadır. Çalışma, dilbilim disiplininin alt alanlarını (fonoloji, morfoloji, dilbilgisi, anlambilim, edimbilim, söylem analizi) tanıtırken, dilin sosyal medya ortamında nasıl işlev gördüğünü ele almaktadır. Kullanıcıların dil seçimleri, kimlik inşası, hedef kitle tasarımı, söylem biçimleri ve çokdillilik gibi konular detaylandırılarak analiz edilmektedir. Çalışma, kitabın içeriğini ve ele aldığı konuları kapsamlı bir şekilde değerlendirerek, sosyal medya dilbilimi alanına katkılarını eleştirel bir bakış açısıyla sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Dilbilim, Söylem Analizi, Sosyal Medya Dili, Konuşma Eylemleri

* Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. Benzerlik tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No similarity detected.

** Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed.

*** Çalışma tek yazar tarafından yürütülmüştür.

The study was conducted by a single author.

**** Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

Kaynak gösterme / To cite this article: Özer, B. (2025). Sosyal Medyanın Dilbilimi: Bir Giriş. İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi, 5(1), 255-262. doi: 10.59534/jcss.1641009



From Past to Present: B2B Publishing in Türkiye



Beril ÖZER¹

¹ Dr.,
ozerozerberil@gmail.com,
ORCID: 0000-0001-5638-2181

Gönderilme / Received

16.02.2025

Kabul Tarihi / Accepted

18.03.2025

Yayın Tarihi / Published

27.03.2025

Abstract

This study examines Andreea S. Calude's book *The Linguistics of social media: An Introduction. The book explores the use of language on social media platforms within both theoretical and applied frameworks, discussing fundamental linguistic concepts in the context of social media. Comprising ten chapters, each section explains a specific linguistic theory and provides relevant examples from social media platforms. The study introduces subfields of linguistics (phonology, morphology, grammar, semantics, pragmatics, discourse analysis) while analyzing how language functions in social media environments. Topics such as users' language choices, identity construction, audience design, discourse styles, and multilingualism are examined in detail. This study provides a comprehensive evaluation of the book's content and the subjects it addresses, offering a critical perspective on its contributions to the field of social media linguistics.

Keywords: Social Media, Linguistics, Discourse Analysis, Social Media Language, Speech Acts

Giriş

Kitabın Künyesi: Calude, A. S. (2024). The linguistics of social media: An introduction. Routledge. 230 pages. ISBN: 1032330945.

Routledge, 2024 yılında Andreea S. Calude tarafından yazılan “The Linguistics of Social Media: An Introduction” adlı eseri yayımladı. Eserin ana dili İngilizce’dir. Eser, on bölümden oluşmaktadır ve toplam sayfa sayısı 230’dur. Kitap, her biri iki bölümden oluşan on bölüme ayrılmıştır. Birinci bölümler temel dilbilim teorisini tanıtırken, ikinci bölümler belirli bir söylem amacını göstermek için farklı sosyal medya platformlarından örnekler içeren vaka çalışmalarından oluşmaktadır.

Andreea S. Calude, dilbilim alanında uzman bir akademisyendir. Çalışmaları, özellikle dil değişimi, kelime oluşumu, konuşma analizi ve sosyal medya dili gibi konulara odaklanmaktadır. The Linguistics of Social Media: An Introduction (2024) kitabında, sosyal medya platformlarında dilin nasıl kullanıldığını teorik ve pratik çerçevelerde ele alarak sosyal medya dilbilimi alanına önemli bir katkı sunmaktadır.

“Dil ve Sosyal Medya” başlıklı birinci bölüm, sosyal medyada dil kullanımını betimleyici ve işlevsel bir çerçevede ele alarak dilbilim disiplinine giriş yapmaktadır. Betimleyici ve kuralcı yaklaşımlar arasındaki farkları vurgularken, fonoloji, morfoloji, dilbilgisi, anlambilim, edimibilim ve söylem analizi gibi alt disiplinleri tanıtmakta ve dilin yapısal ile işlevsel yönlerini incelemektedir. Bölüm, standart ve standart olmayan dil biçimlerinin iletişimsel eşitliğini savunarak, sosyal ve kültürel bağlamların dil kullanımına etkisini örneklerle açıklamaktadır. Sosyal medya platformlarında dil çeşitliliğinin yansımaları ve çevrim içi iletişimin dilsel-sosyal dinamikleri üzerindeki etkileri tartışılmaktadır. Bölüm, dilbilim teorileri ile sosyal medya dilini ilişkilendirerek, standart ve standart olmayan biçimlerin toplumsal dayanışma, kimlik ve prestij açısından işlevlerini analiz etmektedir. Dilbilimin temel kavramlarını detaylandırarak sosyal medya diliyle ilişkilendirmesi, okuyucuya sağlam bir teorik temel sunmaktadır. Ancak, bölümün teorik çerçeveye odaklanması, sosyal medya bağlamındaki spesifik örneklerin sınırlı kalmasına neden olabilir. Teorik açıklamalar güçlü olsa da daha fazla vaka analizi ve ampirik çalışma ile desteklenmesi bölümün kapsamını genişletebilir. Ayrıca, akademik terminoloji, dilbilime aşina olmayan okuyucular için zaman zaman karmaşık gelebilir.

“Sosyal Medyayı Amacınıza Uygun Kullanmak: Tür, Biçim ve Üslup İncelemesi” başlıklı ikinci bölüm, dilin yalnızca bilgi aktarımı değil, aynı zamanda farklı iletişim amaçlarına hizmet eden çok yönlü bir araç olduğunu vurgulamaktadır. Konuşma ve yazılı dil arasındaki sürekliliği ele alarak, sosyal medya platformlarında dilin tür (genre), kayıt (register) ve üslup (style) açısından nasıl çeşitlendiğini incelemektedir. Bölüm, anlık mesajlaşmaların gayri resmi, hızlı ve duygusal bir yapıya sahip olduğunu; Reddit forumlarının kişisel ve tartışmacı bir dil kullanarak ikna edici bir üslup sunduğunu; Vikipedi makalelerinin ise tarafsız, akademik ve nesnel bir dil benimseyerek güvenilir bilgi aktarmaya odaklandığını ifade etmektedir. Aynı platform içinde bile, örneğin Vikipedi’nin “Talk” sayfalarında, daha etkileşimsel ve gayri resmi bir dilin kullanıldığına dikkat çekilmektedir.

Bu bağlamda, sosyal medya ortamlarında dilin bağlamsal çeşitliliğe uyum sağladığı ve farklı işlevler üstlendiği ortaya konulmaktadır. Bölüm, sosyal medya platformlarının dil kullanımı üzerindeki etkisini işlevsel ve bağlamsal bir çerçevede analiz etmekte; anlık mesajlaşmalar, Reddit ve Vikipedi gibi farklı platformları ele alarak dilin sosyal medyada nasıl değiştiğine dair somut örnekler sunmaktadır. Ancak, bölüm sosyal medya platformlarında dil kullanımına dair genel bir çerçeve sunarken, söylem analizi açısından daha detaylı incelemeler sınırlı kalmaktadır. Kullanıcıların dil tercihlerini nasıl şekillendirdiğine dair ampirik veriler veya nitel çalışmalar daha kapsamlı ele alınabilirdi.

“Sosyal Medyayı Kendi Topluluğunuzla İletişim Kurmak için Kullanmak: Hedef Kitle Tasarımı, Dil Seçimi ve Çok Dillilik Üzerine Düşünceler” başlıklı üçüncü bölüm, sosyal medyada dil kullanımının hedef kitle tasarımı, dil seçimi ve çokdillilik bağlamındaki rolünü ele almaktadır. Allan Bell’in “Audience Design” teorisi temel alınarak, kullanıcıların dil seçimleri ve stil değişimlerinin görünür veya görünmeyen hedef kitlelere uyum sağlamak amacıyla stratejik olarak nasıl şekillendiği açıklanmaktadır. Kod değişimi ve ödünç alma gibi çokdillilik stratejilerinin, kullanıcıların farklı diller arasında geçiş yaparak iletişimlerini güçlendirmelerine nasıl katkıda bulunduğu incelenmektedir. Facebook ve TikTok gibi platformlarda, dil karışımının yerel topluluklarla bağ kurma ve prestij kazanma amaçlarıyla kullanıldığı vurgulanmaktadır. TikTok’ta İngilizce’nin modernlik ve yüksek statü sembolü olarak stratejik bir şekilde tercih edildiği belirtilmektedir. Bölüm, sosyal medyada dilin iletişim, kimlik inşası ve sosyal etkileşim açısından performatif bir rol oynadığını ortaya koyarak, dil seçimlerinin hedef kitleyi çekmek ve etkilemek için bilinçli bir strateji olarak nasıl kullanıldığını tartışmaktadır. Kullanıcıların farklı diller arasında nasıl geçiş yaptığını dair örneklerle çokdillilik stratejilerini detaylandırmakta ve Facebook ile TikTok gibi sosyal medya platformlarındaki dil kullanımlarını karşılaştırarak bağlamsal farklılıkları ortaya koymaktadır. Dilin yalnızca bir iletişim aracı değil, aynı zamanda sosyal statü ve kimlik inşasında nasıl kullanıldığına dair açıklayıcı bir çerçeve sunmaktadır. Ancak, kullanıcıların dil tercihlerini nasıl şekillendirdiğini destekleyen ampirik çalışmalar ve istatistiksel analizler sınırlı olabilir. Facebook ve TikTok örnekleri öne çıkarken, Twitter, Instagram ve YouTube gibi platformlardaki dil stratejilerine de yer verilebilirdi.

“Sosyal Medyayı İşleri Halletmek için Kullanmak: Söz Edimleri ve Nezaket Analizi” başlıklı dördüncü bölüm, sosyal medyada dilin işlevsel kullanımını, konuşma eylemleri teorisini ve nezaket stratejilerini ele almaktadır. Austin ve Searle’nin konuşma eylemleri teorisi, dilin yalnızca bilgi iletmekle kalmayıp talep etme, emir verme ve özür dileme gibi eylemleri gerçekleştirmek için nasıl kullanıldığını açıklamaktadır. Dolaylı konuşma eylemleri, nezaketi koruma ve yüz tehditlerini azaltmada önemli bir strateji olarak ele alınmaktadır. Brown ve Levinson’un nezaket teorisi, sosyal medya platformlarında pozitif ve negatif yüz ihtiyaçlarını karşılamanın önemini vurgulamaktadır. LinkedIn gibi profesyonel sosyal medya platformları, bireylerin ve markaların stratejik dil kullanımıyla kendilerini tanıtmalarını ve ağ kurmasını teşvik etmektedir. Kullanıcılar, dolaylı ve doğrudan kendini övme stratejileriyle başarılarını sergilerken, nezaket ifadeleriyle sosyal riskleri azaltmaktadır. Bölüm, sosyal medyada dilin yalnızca iletişim değil, aynı zamanda stratejik bir araç olarak nasıl kullanıldığını analiz etmekte ve

sosyal medya dil stratejilerinin profesyonel iletişimdeki önemini vurgulamaktadır. Ancak, profesyonel ve kişisel platformlar arasındaki dil stratejileri daha detaylı karşılaştırılabilir ve ampirik çalışmalarla desteklenmesi bölümü daha kapsamlı hale getirebilirdi.

“Sosyal Medyayı Kendiniz Olmak İçin Kullanmak: Göstergeleme, Cinsiyet ve Uygulama Topluluklarını İncelemek” başlıklı beşinci bölüm, kullanıcıların sosyal medya platformlarında kimliklerini sergilemek için dilsel, görsel ve performatif stratejiler kullandığını vurgulamaktadır. Göstergeleme (indexing), bireylerin belirli topluluk normlarına uygun yönlerini öne çıkarırken, diğer özelliklerini geri planda bırakma süreci olarak ele alınmaktadır. Bölüm, sosyal medya platformlarının kimlik inşası ve toplumsal normlara meydan okuma süreçlerindeki rolünü incelemektedir. Twitter ve TikTok, cinsiyet kimliklerini ifade etmek için dilsel ve görsel araçların kullanıldığı önemli platformlar olarak değerlendirilmektedir. TikTok’un müzik ve dans gibi çok modlu özellikleri, bireylerin kimliklerini daha özgün şekilde sergilemelerine imkân tanımaktadır. Ayrıca, Afrika Amerikan İngilizcesi (AAVE) gibi dil biçimlerinin, toplumsal normlara karşı duruş sergilemek ve belirli topluluklarla özdeşleşmek için kullanıldığı belirtilmektedir. TikTok meydan okumaları (challenges), marjinalleşmiş kimliklerin ifade edilmesi için alan açarak bireylerin ayrımcılık deneyimlerini paylaşmasına ve topluluk desteği kazanmasına katkı sağlamaktadır. Sonuç olarak, sosyal medya, bireylerin dilsel ve görsel araçlarla kimliklerini ifade etmeleri, topluluklar oluşturmaları ve normatif yapılara meydan okumaları için etkili bir alan sunmaktadır. Ancak, kimlik ifadesinin kullanıcılar tarafından nasıl deneyimlendiğine dair daha fazla nitel ve nicel veri içerebilir. YouTube, Instagram ve Facebook gibi platformların kimlik inşasına katkıları daha detaylı incelenebilirdi. Ayrıca, sosyal medya platformlarında kimlik inşasının nasıl evrildiği ve platform politikalarının bu süreci nasıl etkilediği daha kapsamlı ele alınabilirdi.

“Dünyayı Kurtarmak İçin Sosyal Medyayı Kullanmak: Metaforu Teorileştirmek” başlıklı altıncı bölüm sosyal medyanın toplumsal ve siyasi iletişimdeki rolünü ve metaforların bu süreçteki etkisini incelemektedir. Facebook ve TikTok gibi platformların, siyasetçilerin ve toplulukların mesajlarını geniş kitlelere ulaştırmada kritik bir araç olduğu, metaforların ise bu mesajları güçlendirdiği vurgulanmaktadır. Siyasi partiler, genç hedef kitleye hitap eden eğlenceli ve duygusal içerikler paylaşarak sosyal medya aracılığıyla etkili iletişim stratejileri geliştirmektedir. Covid-19 pandemisinde kullanılan savaş metaforları, krizin algılanışını şekillendirmiş, ancak iş birliği ve dayanışmayı vurgulayan alternatif metaforların önemi de tartışılmıştır. Sonuç olarak, sosyal medya ve metaforlar, toplumsal algı ve siyasi stratejiler üzerinde önemli bir etkiye sahiptir ve kriz yönetimi ile siyasi iletişim süreçlerinde stratejik bir araç olarak değerlendirilmektedir. Bölüm, siyasi ve toplumsal iletişimde metaforların kritik rolünü sistematik bir çerçevede ele almakta ve Facebook ile TikTok’un kitle iletişimindeki etkisini güncel örneklerle değerlendirmektedir. Kriz dönemlerinde metaforların algıyı nasıl şekillendirdiğine dair eleştirel bir bakış sunarak alternatif yaklaşımlar önermektedir. Ancak, Covid-19 dışında farklı krizler veya siyasi kampanyalarda kullanılan metaforların sosyal medya üzerindeki etkileri daha geniş bir perspektifte ele alınabilirdi. Sosyal medyada metafor kullanımının etkisini ölçen istatistiksel analizler veya kullanıcı tepkilerine dair veriler eklenebilirdi.

Facebook ve TikTok'a odaklanılırken, Twitter ve Instagram gibi platformların siyasi metafor kullanımındaki rolü de karşılaştırmalı olarak ele alınabilirdi.

“Sosyal Medyayı Kullanarak Kamuoyu Etkisi Yaratmak: Metinleri Hareket Analizi ve Derlem Dilbilimi ile İncelemek” başlıklı yedinci bölüm, sosyal medyada dilin kamuoyu oluşturma ve sosyal etkileşimdeki rolünü analiz etmektedir. Hareket analizi ve derlem dilbilimi yöntemleri, çevrim içi platformlardaki dil kullanımının bireyler ve topluluklar üzerindeki etkisini incelemek için kullanılmaktadır. Bölüm, kültürel farklılıkların geri bildirim ve yorum algısını nasıl şekillendirdiğini tartışarak, İngiltere'deki büyük zincir restoranlar ile İtalya'daki aile işletmelerinin olumsuz yorumlara verdiği tepkiler arasındaki farkı örneklemektedir. Greta Thunberg'in 2019 BM İklim Zirvesi konuşmasına gelen YouTube yorumları, çevrim içi zorbalık ve nefret söylemi bağlamında incelenerek, gençliği, cinsiyeti ve kişisel özellikleri hedef alan ifadelerin yoğunluğu vurgulanmaktadır. Bölüm ayrıca, sosyal medya platformlarının ideolojik ve kutuplaşmış söylemler için bir alan sunduğunu ve yazılı-sözlü dilin birleşimiyle melez bir metin türü oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Sonuç olarak, sosyal medya dili, yalnızca bilgi iletmekle kalmayıp ideolojik tutumları şekillendiren bir araç olarak değerlendirilmektedir. Ancak, Twitter, Facebook ve Reddit gibi platformlardaki nefret söylemi ve ideolojik kutuplaşma da incelenebilirdi. Ayrıca, nefret söylemi üzerine daha fazla ampirik veri ve sosyal medya söylemlerinin zaman içindeki değişimi üzerine daha kapsamlı analizler eklenebilirdi.

“Sosyal Medyayı Eğlendirmek ve Güzel Vakit Geçirmek için Kullanmak: Kelime Oluşumu ve Dil Bilgisi Yapılarının Tanıtılması” başlıklı sekizinci bölüm, sosyal medyada mizah ve eğlencenin nasıl üretildiğini incelemektedir. Kelime oluşumu ve dil bilgisi yapıları bağlamında, internet memelerinin ve dilin yaratıcı kullanımının bu süreçteki rolü ele alınmaktadır. Memeler, tanıdık kültürel referanslar, dilsel kalıplar ve görselleri bir araya getirerek mizahi içerikler üretir. Yapısal tekrarlar, zıtlıklar ve absürtlük, memelerin etkisini artıran temel unsurlar olarak değerlendirilmektedir. Sosyal medya platformlarında hızla yayılan bu içerikler, dilin esnekliğini kullanarak hem eğlenceli hem de bağ kurucu bir işlev üstlenmektedir. Sonuç olarak, bu bölüm sosyal medya dilinin ve memelerin kültürel etkileşimdeki önemini ve modern iletişimdeki yerini vurgulamaktadır. Ancak, popüler memeler üzerinden daha fazla analiz yapılabilirdi. Twitter, Instagram, TikTok ve Reddit gibi platformlardaki meme kültürünün farklı yönleri daha detaylı incelenebilirdi. Ayrıca, sosyal medya mizahının nasıl evrildiği ve dilsel kalıpların zaman içinde nasıl değiştiği daha geniş bir çerçevede ele alınabilirdi.

“Diliniz için Toplanmak Amacıyla Sosyal Medyayı Kullanmak: Dilsel Canlılığı ve Dil Tehlikesini Ölçmek” başlıklı dokuzuncu bölüm, sosyal medyanın tehdit altındaki dillerin korunmasındaki rolünü incelemektedir. UNESCO'nun belirlediği kriterler doğrultusunda, dilin canlılığı ve korunması ele alınmakta, konuşan kişi sayısı, çocuklara aktarım ve günlük işlevsellik gibi faktörler değerlendirilmektedir. Sosyal medya, dilin sürdürülebilirliği açısından önemli bir araç olarak görülmekte, Facebook, Twitter ve TikTok gibi platformların farkındalık yaratmada ve genç kuşaklara aktarımda etkili olduğu belirtilmektedir. Hashtagler ve dijital aktivizm, bu dillerin görünürliğini artırırken, şarkılar, videolar ve yazılı içerikler kültürel mirası koruma aracı olarak ele alınmaktadır. Sonuç olarak, sosyal medya, tehdit

altındaki dillerin korunmasını teşvik eden stratejik bir alan sunmaktadır. Ancak, Instagram, YouTube ve Reddit gibi platformların etkisi daha ayrıntılı incelenebilir ve sosyal medyada dillerin yaygınlığına dair daha fazla istatistiksel veri sunulabilirdi.

“Sonuç: Etik Değerlendirmeler ve Dil Değişimi” başlıklı onuncu ve son bölüm, sosyal medyanın dil değişimi üzerindeki etkilerini ve ortaya çıkan etik soruları incelemektedir. Sosyal medya, dil değişimini hızlandırarak yeni kelime oluşumları, kısaltmalar ve kullanım biçimlerinin yaygınlaşmasını sağlamıştır. Hashtagler ve argo ifadeler, sosyal medya sayesinde kısa sürede popüler hale gelip hızla etkisini kaybetmektedir. Dilin coğrafi ve demografik sınırları aşmasını kolaylaştırarak, özellikle genç nesiller arasında dil değişiminin hızını artırmaktadır. Ancak bu süreç, geleneksel dil normlarından sapmalar ve dilin geçici doğası gibi zorlukları da beraberinde getirmektedir. Bölüm ayrıca, sosyal medya diline ilişkin araştırmalarda etik sorumlulukların önemini vurgulamaktadır. Veri toplama ve analiz süreçlerinde kullanıcı gizliliğinin korunması ve zarar riskinin minimize edilmesi temel ilkeler olarak belirtilmektedir. Tehdit altındaki dillerle ilgili çalışmalarda kültürel duyarlılığa dikkat edilmesi gerektiği ifade edilmektedir. Sonuç olarak, sosyal medya, dil değişiminin hızını ve yayılımını artırarak iletişim biçimlerini dönüştürmüş, ancak bu süreçte etik ve kültürel farkındalıkların dikkate alınması gerekliliğini ortaya koymuştur.

Kitap, sosyal medya dilinin işleyişini anlamak ve analiz etmek için kapsamlı bir kaynak sunmaktadır. Güncel örneklerle desteklenen bölümler, konuları daha anlaşılır ve ilgi çekici hale getirmektedir. Sosyal medya ve dil arasındaki etkileşimi ele alırken, teorik çerçeveyi pratik kullanım alanlarıyla birleştirmesi kitabın güçlü yönlerinden biridir. Genel olarak, sosyal medya dili üzerine çalışanlar ve bu alana ilgi duyanlar için önemli bir eser niteliğindedir.

Kaynakça

- Austin, J. L. (1975). How to do things with words (2nd ed.). Oxford University Press.
- Bell, A. (1984). Style as audience design. *Language in Society*, 13, 145-204.
- Brown, S., & Levinson, S. (1987). Politeness: Some universals in language usage. Cambridge University Press.
- Calude, A. S. (2024). The linguistics of social media: An introduction. Routledge.
- Searle, J. R. (1969). Speech acts: An essay in the philosophy of language. Cambridge University Press.