

10. | 19. | 2025

cilt
volume

sayı
issue

nisan
april

ISSN: 2528-9403

Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR)

Abant Journal of
Cultural Studies



Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi

AKAR

Cilt: 10 Sayı: 19
Nisan 2025
eISSN: 2528-9403

SAHİBİ

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

BİLİMSSEL YAYIN VE DERGİLER KOORDİNATORLĞ

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

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

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

SORUMLU MÜDÜR

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

BAş EDITÖR

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

ALAN EDITÖRLERİ

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

Prof. Dr. Ercan AKTAN- ercan.aktan@ibu.edu.tr
Aksaray Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye

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

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

YAYIN KURULU

Prof. Dr. Yusuf ADIGÜZEL – yusufadiguzel@sakarya.edu.tr
Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi, Sakarya-Türkiye

Prof. Dr. Ayşe CANATAN– ayse.canatan@hbv.edu.tr
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Edebiyat Fakültesi, Ankara-Türkiye

Prof. Dr. Samettin GÜNDÜZ- gunduz_s@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye

Prof. Dr. Muhsin HALİş - muhsin.halis@kocaeli.edu.tr
Kocaeli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kocaeli-Türkiye

Prof. Dr. Himmet HÜLÜR - himmet.hulur@hbv.edu.tr
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi, Ankara-Türkiye

Prof. Dr. Himmet KARADAL- himmetkaradal@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye

Prof. Dr. Ahmet OCAK– ocak_a@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi, Bolu-Türkiye

Prof. Dr. Aydemir OKAY- aydemirokay@ibu.edu.tr
İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, İstanbul-Türkiye

Prof. Dr. İbrahim SEZGL – ibrahimsezgul@ybu.edu.tr
Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Ankara-Türkiye

Prof. Dr. Hasan TUTAR - hasantutar@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye

Prof. Dr. Mithat YILMAZ – mithat.yilmaz@ibu.edu.tr
Uşak Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Uşak-Türkiye

TEKNİK EDİTÖRLER

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

HAKEM KURULU

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

ADRES

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

DİZİNLENME BİLGİLERİ

ASOS İndeks



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

Abant Journal of Cultural Studies

AKAR

Volume: 10 Issue: 19 – April 2025

eISSN: 2528-9403

OWNER

Prof. Dr. Mustafa ALİŞARLI

President, Bolu Abant İzzet Baysal University, Bolu-Türkiye

SCIENTIFIC PUBLICATIONS AND JOURNALS COORDINATOR

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

Coordinator, Bolu Abant İzzet Baysal University, Bolu-Türkiye

Assoc. Prof. Dr. Can DOĞAN—can.dogan@ibu.edu.tr

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

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

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

RESPONSIBLE MANAGING EDITOR

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

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

EDITOR IN CHIEF

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

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

FIELD EDITORS

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

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

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

Aksaray University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye

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

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

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

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

EDITORIAL BOARD

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

Sakarya University Faculty of Communication, Sakarya-Türkiye

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

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

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

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

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

Kocaeli University Faculty Economics and Administrative, Kocaeli-Türkiye

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

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

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

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

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

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

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

İstanbul University Faculty of Communication, İstanbul-Türkiye

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

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

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

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

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

Uşak University Faculty of Fine Arts, Uşak-Türkiye

TECHNIC EDITORS

Assoc. Prof. Dr. Orhun TÜRKER – orhun.turker@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Bolu-Türkiye
Lecturer Bahar AKBULAK – baharakbulak@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye
Res. Assist. Sadullah M. BAĞ– sadullahbag@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye
Res. Assist. Rıfki ÜNAL– rifkiunal@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye

REFeree BOARD

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

ADDRESS

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

e-mail: ilef@ibu.edu.tr

INDEXING SERVICES

ASOS Index



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

İçindekiler/Contents

I-V | Jenerik/Generic

Makaleler/Articles

1-24	Gökçe MARŞAP Osmanlı Tarihi Film Afişlerinde Kahramanlığın Temsili: Göstergebilimsel Bir Analiz The Representation of Heroism in Ottoman Historical Movie Posters: A Semiotic Analysis
25-46	Ebru ÖZEN Tüketim Kültüründe Kadın Bedeni ve Güzellik Miti: Substance Filminin Göstergebilimsel Analizi Beauty Myth and Woman Body in Consumer Culture: Semiotic Analysis of the Substance
47-59	Esma Nur GÖKEN Cumhuriyet'in İlk Yıllarında Gazetelerde Sokak Hayvanları Konulu Karikatürler Üzerinden Bir Değerlendirme An Evaluation Through Cartoons on Stray Animals in the Early Republican Era of Türkiye
60-72	Yekta ŞENER, Muharrem AVCI Korunan Alanlarda Ziyaretçi Memnuniyeti Üzerine Bir İnceleme: Abant Gölü Milli Parkı Örneği A Study on Visitor Satisfaction in Protected Areas: The Case of Abant Lake National Park
73-76	Nurhalime AKKAYA Bir Arada Yaşamamanın Karanlık Yüzü: Ötekileştirme The Dark Side of Coexistence: Othering

AKAR Journal

Yayın Esasları/Writing and Publishing Policies

Publication Principles & Representation of Footnotes and Reference



Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR)

Journal of Abant Cultural Studies

2025, 10(19): 1 – 24



Osmanlı Tarihi Film Afişlerinde Kahramanlığın Temsili: Göstergebilimsel Bir Analiz

The Representation of Heroism in Ottoman Historical Movie Posters: A Semiotic Analysis

Gökçe MARŞAP¹

Geliş Tarihi (Received): 20.09.2024

Kabul Tarihi (Accepted): 25.05.2025

Yayın Tarihi (Published): 30.05.2025

Öz: Bu makale çalışmasında tarihi filmlerin afişlerinde yer alan kahramanların görsel ortak dili tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu yazında yöntem olarak literatür taraması ve öncelikli olarak 1950-1960 döneminde yapılmış olan tarihi film afişleri incelenmiştir. Araştırmanın ana amacı; 1950 döneminde beyaz perdede yerini alan tarihi filmlerden kahramanlığın temsiline afişlerdeki yansımaları ele almaktır. Bu bağlamda yapılan taramalarda iki film afişi tespit edilmiştir. Bunlar; İstanbul'un Fethi ve Yavuz Sultan Selim filmleridir ve bu filmlerin afişlerinde ortak kahramanlık betimlemesinin yer aldığı tespit edilmiştir. Çalışma ekseninde, Türk sineması 1950-1960 döneminde çevrilen Osmanlı tarihi ile ilgili filmler derlenmiştir. Çalışma kapsamında incelenebilir bulunan filmlerin konuları çıkarılmış, hem ana kahramanları olan hem de gerçek tarihi kahraman, komutan olan Fatih Sultan Mehmet ve Yavuz Sultan Selim'in karakter ve liderlik özelliklerine değinilerek afiş yorumlamaları yapılmıştır. Böylece, söz konusu kahramanların, izleyiciye aktarılmak istenen görsel ana temaları çıkarılmış, film afişlerindeki görsel benzerlikler yoluyla ortak görsel dildeki ifadesi araştırılmıştır ve göstergebilimsel bir yorumlamayla bütün bu tasarımın arka planı ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tarihî Filmler, Türk Sineması, Göstergebilim, Film Afişi, Kahramanlık

&

Abstract: This article study has attempted to determine the visual common language of the heroes on the posters of historical films. In this article, literature review and primarily historical film posters made in the period of 1950-1960 have been examined as a method. The main purpose of the research is to examine the reflection of the representation of heroism in the posters of historical films that took their place on the silver screen in the period of 1950. In this context, two film posters have been identified in the scans conducted. These are the films Conquest of Istanbul and Yavuz Sultan Selim, and it has been determined that there is a common heroic depiction in the posters of these films. The subjects of the films that can be examined within the scope of the study have been extracted, and poster interpretations have been made by referring to the character and leadership characteristics of both the main heroes and real historical heroes and commanders, Fatih Sultan Mehmet and Yavuz Sultan Selim. Thus, the main visual themes of the heroes in question that were intended to be conveyed to the audience were extracted, their expression in a common visual language was investigated through visual similarities in movie posters, and the background of this entire design was tried to be revealed with a semiotic interpretation.

Keywords: Historical Movies, Turkish Cinema, Semiotic, Movie Poster, Heroism

Atıf/Cite as: Marşap, G. (2025). Osmanlı Tarihi Film Afişlerinde Kahramanlığın Temsili: Göstergebilimsel Bir Analiz, Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 10(19): 1-24.

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

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University–Bolu

¹ Dr., gokcemars@gmail.com, ORCID: 0000-0002-1292-4476

Giriş

İnsanlığın başlangıcından günümüze kadar geçen süreçte insanlar kendilerini yaşadıkları döneme özgü mesajlarını aktarmış ve zamanla teknolojik gelişimin rehberliğinde görsel bir “kültür perspektifi” oluşmuştur. Bu kültür, yeni görsel iletişimde ve teknik gelişimde çağa farklı türden sembolik imgeler sunmuştur.

Birlikte yaşamak, bazı ortak değerlere sahip olmak, değerleri büyütmek ve paylaşmak demektir. İşte bu değerleri, birbiriyle ilişkili kullanmak için iletişim ortamı olması gerekir. Sinema ve izleyici açısından, aralarındaki ilk iletişimin adımı “afiş” oluşturmaktadır. Bu tarihi filmlerde, gerçekliğin sinemasal temsilcisi konumuna geçer ve bir belge görüntüyle, kurmacanın ötesine geçer. Böylece, insanlar görüntülerle bağlarını içselleştirirken, afişler bu bağların ilk tohumlarının kurulmasına taşıdıkları kültürel kodlarla katkı sunarlar.

Türk sineması, 1950-1960 yılları arasında özellikle tarihi, savaş filmlerini sıkça ele almış ve beyaz perdeye bu konuları yansıtmıştır. Beyaz perdede yerini bulan, Kurtuluş Savaşı, Osmanlı tarihi, deniz savaşı filmleri, Kıbrıs tarihi filmleriyle beraber artık belirli bir tür ön plana çıkarılmıştır. Dönemin popüler konusu haline gelen tarihsel film türüdür, kahramanlık hikayeleri, mücadelenin zorlukları izleyiciye aktarılırken bir yandan da görsel imgeler birbirine eklenen anlam katmanları haline dönüşmüştür.

Göstergebilim, birçok disiplinde etkili farklı yazılı, görsel veya sözel metinleri analizde kullanılan temel metodolojik yaklaşımlar arasında kritik bir değer taşır. Göstergebilim, medya metinlerinin ardındaki açık ve örtük anlamları analiz ederek göstergelerin işlevlerini belirtir. Bu makalede, seçilen örnekleme göre belirlenen tarihi film afişlerine göstergebilim analiz yöntemi uygulanmıştır. Geniş bir perspektiften bakıldığında Osmanlı tarihi film afişleri, tarihsel olguların düzeyi, gelişimi ve mükemmelliği açısından incelenmeye değerdir. Bu çalışmada, Roland Barthes’ın göstergebilimsel analiz yöntemi esas alınmış ve gösteren-gösterilen, düz-anlam-yan anlam ayrımı çerçevesinde film afişlerinin göstergebilimsel kodları net bir şekilde ortaya konulmuştur. Bu anlamda göstergebilim yönteminin, film afişi tasarımı kapsamında kodlanan iletilere ilişkin somut veriler sunacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda 1950-1960 yılları arasındaki 2 adet tarihi film afişi göstergebilim analiz doğrultusunda incelenmiştir.

1. Sinema Film Afişleri

Tarihi gelişim sürecinde sanatın tüm dallarını içinde barındıran sinema sanatı, izleyicilerini büyüleyen ve hayatlarına heyecan getiren oluşumunda, teknolojinin hızla gelişmesiyle birlikte birçok film yapımcısı film afişleri ile gerekli duyuruları ve tanıtım faaliyetlerini kolaylıkla yapabilir hale gelmiştir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler afiş tasarımlarının biçim, içerik ve tasarım açısından zenginleşmesine olanak sağlamaktadır. Günümüzde ulusal ve uluslararası izleyicilere yönelik film afişlerinin hedef kitlenin dikkatini çekecek şekilde titizlikle tasarlandığı görülmektedir. Afişler, düzenlenen belli bir etkinliği halka tanıtmak amacıyla halkın ilgisini çekmeyi amaçlayan sanatsal formda özgün görsel iletişim ürünleridir. Kültürel afişlerin bir türü olan film afişleri, diğer sanat alanlarında olduğu kadar, sinema etkinliklerine de odaklanan yaratıcı sanat organizasyonlarında, hazırlanan filmlerin hedef kitleye en kısa sürede duyurulması, tanıtılması ve bu sayede aktif izleme de dahil olmak üzere aktif katılımın artırılması açısından çok önemli bir araçtır.

Afiş, ekonomik ikna ediciliği ve estetik işlevleri kapsamında ve insan davranışını etkileme düzleminde kritik bir rol oynar (Tıgılı, 2012: 17). Toplumun kültürü tarafından belirlenen afişlerde kullanılan yazılı kodlar, toplum tarafından kabul gören ve sosyal yaşamda kabul gören kurallar tarafından yönetilen tüm görünüm kodlanmış olarak nitelendirilebilir (Rıfat, 2014: 84). Afiş tasarımında görsellik, içerik ve tasarım odaklı estetik sunum biçimi kapsamında içeriğin etkili sunumu tasarlanan görsellikle tam olarak bütünleştiğinde daha etkili ve özgün bir afiş tasarımı ortaya çıkabilir. Bu bağlamda özgün afiş tasarımlarında biçimsel unsurlar ile görsel içerik arasında belli bir denge, düzen ve gerçek bir uyum sekansı aranır.

Afişler, herhangi bir ürünü, nesneyi, kurumu, olayı, fikri tasarım ve sanat açısından gerçek anlamda tanıtmayı ve duvarlar aracılığıyla geniş kitlelere iletmeyi amaçlayan grafik ürünlerdir (Yalur, 2013, s. 31). Bu tanıtım sürecinde sinema afişlerine olan ilgi, izleyicinin dikkatini sinemaya çekmiş ve filmlerin öncül tanıtımının güçlü bir unsuru haline gelmiştir (Kulakoğlu, 2019: 56). Sinema afişlerinde toplumların kültürlerine ait çok sayıda imge ve sembol aracılığıyla filmler ile izleyici arasında kurulan güçlü bağlar sayesinde izleyici, sinema afişinde gördüğü imgeye kendi deneyimlerinden, kültüründen, ihtiyacından ve yaşam biçiminden oluşan kodlar aracılığıyla çeşitli anlamlar yükler (Parsa ve Günay, 2003: 18). Sinema afişleri, filmdeki görsellerin bir temsili olarak öne çıkan açık anlamın taşıyıcısıdır. Anlam, insanların zihninde canlanan ve izleyici üzerinde olumlu veya olumsuz boyutta etki bırakan afişlerdeki sözcükler ve görseller aracılığıyla iletilir (Adanır, 2003: 53).

Filmlerin gecikmeden duyurulması ve tanıtılması amacıyla tasarlanan afiş tasarımları, son teknolojik gelişmelerle birlikte yaşanan değişimler kapsamında daha renkli, dizgi ve düzenleme açısından daha güçlü, tipografi açısından değişim ve yenilikler içeren bir şekilde topluma sunulmaktadır. Film afişlerinin görselleri, izleyicinin zihninde biriktirdiği unsurları, görmek istediği filme dair önceden sahip olduğu beklentileriyle bütünleştirerek daha bilinçli yorumlanabilir. Başka bir deyişle, bir görselin ya da cümlemin açık anlamı, afiş aracılığıyla zihin tarafından kolayca tamamlanabilir. Bu süreçte afişler tek bir parça olarak hareket etseler de temsil ettikleri ile bütünsel bir şema oluştururlar (Lotman, 1999, s. 55-57). Film afişinde yer alan görseller ve yazılı metinler filmin içeriği hakkında bilgi verir. Bu bağlamda göstergebilim yöntemi, afişlerde yer alan ifadelerin anlamının ötesinde film afişlerinin çok katmanlı anlatısını ortaya çıkarmak için başarıyla kullanılmıştır.

1.1. Sinema ve Göstergebilim Yaklaşımları

Daha geniş açıdan değerlendirildiğinde, kurgu yapısı akışı ile ilişkili formda sinemanın birçok alt kodu vardır. Bunlar; film türleri, içerik çeşitleri, ışık, kültürel, psikolojik ve sosyolojik sahneler gibi alt kodlardır. Göstergebilimsel çalışmada ise filmin konusu, film sekansları içerisinde yer alan görseller dikkate alınarak ilişkilendirilir. Bir anlam taşıyıcısı konumunda sinema filmdeki görsellerin temsili olarak film afişleri öne çıkmaktadır. Afişlerindeki sözcükler ve imgeler aracılığı ile izleyiciyi zihninde canlanan hareket sonucu olumlu ya da olumsuz yönde etkileyen çeşitli anlam aktarımları yapılır. (Adanır, 2003: 53).

Göstergebilim üzerine yapılan zengin literatür oldukça geniş bir alana doğru yayılmıştır. Bu anlamda göstergebilimsel yöntemin ne olduğunu açıklamak öncelik kazanmaktadır. Afişlerde tarihsel anlatıların yanı sıra nostaljik, mitolojik ve farklı kültürel anlatılarla göstergebilimsel değerlendirme boyutu önemli bir işleve sahiptir. Afiş tasarımlarında önemli bir yere sahip olan semboller, bu bağlamda tarihin özgün tanıtımına büyük oranda katkı sağlar. Bir film afişi göstergebilimsel olarak incelendiğinde, gösteren ve gösterilen arasındaki ilişki dilsel kodlar açısından dikkatle ve özenle değerlendirilmelidir. Afişteki imgelerin düz anlamsal ve yan anlamsal anlamları ve neler anlatmaya çalıştıkları dikkatle analiz edilmelidir. Bu bakımdan hazırlanan özgün çalışmanın teorik kısmını göstergebilimsel analiz oluşturmaktadır.

Göstergebilimin tarihsel açıdan gelişim süreci kapsamında, ilk insanların iletişimi somuttan soyuta doğru gelişen iletişim sürecinde temel araç olarak beliren dil, ses ve kavram olmak üzere iki düzlem içeren çeşitli göstergelerden oluşan bir dizge olarak ortaya çıkmıştır. Bu sesler belli bir biçim aldığı anda anlamlı sözcükler ortaya çıkar. Bu sözcüklerin kodlarını bilen aynı toplumun üyeleri bu ortak bilgi üzerinden sağlıklı bir iletişim sistemi kurabilirler. İkinci düzlem ise zihinlerde oluşan kavramlardır (Sayın, 2014: 17). Gösterge kavramının adı farklı isimlerle kullanılsa da temelde diğerlerinden ayrılan gösterge türünü kapsar ve üç kısma ayrılır; görsel gösterge (ikon), gösteren (indeks), asıl gösterge (sembol). Tüm işaretler bir anlam gösterir ya da bir öğeyi anlamlandırır (Culler, 1985: 101). Göstergeler bireyler tarafından

oluşturulan biçim ve yapı açısından toplumun kültürel yapısını ve biçimini kapsayıcı niteliktedir (Fiske, 2003, s. 62). İnsanlar arasında iletişimi sağlayan bir ifadeler bütünü olan göstergeler, kendileri dışında temsil ettiği öğelerin yerini alabilen biçimler, nesneler ve olgular olarak da algılanmaktadır. Bu nedenle semboller, ifadeler ve kelimeler göstergebilim olarak tündengelimci bir yöntem olarak metinler arasındaki mesajları ve anlamları ortaya çıkarmak için kullanılır (Rıfat, 2000: 8,9).

Göstergebilim kavramı, görünen görüntünün ötesinde saklanan anlamların keşfederken yol gösteren, yazılı ve işaretlerle iletişim şeklini inceleyen bilim dalıdır. Göstergebilim tasarımı, anlama ve kavrama şekli ile ilgilenen ve amacı tasarımın anlamlandırılma noktasında doğrudan ya da dolaylı olarak sunulan mesajların kodlarına bağlıdır (Değerli, 2021: 179). Göstergebilimsel analiz yöntemi afişlere eleştirel bir bakış açısı kapsamında afişlerde kullanılan klişe imgelerin zamanla yerini daha derin sembolere ve deneysel yaklaşımlara bırakmış, kullanılan görsel anlatım tekniklerinin yıllar içinde değiştiği ve afişlerin görsel dilinin zaman içinde teknolojinin dijitalleşmesiyle birlikte afişlerdeki dinamizmin ve anlamsal derinliğin esnek momentumunu zenginleştirdiği gözlemlenmiştir.

Yapısalcı yaklaşım açısından Saussure'e göre dil kavramları belirten bir göstergeler dizgesi olduğu kadar; göstergebilim göstergelerin toplum içindeki yaşamını inceleyen bir bilimdir (Saussure, 1976: 36-37). Saussure, göstergeyi kültürel süreçlerle ilgili bir perspektifte, daha çok dilsel göstergelere odaklanarak iki öğeli bir gösterge modeli kapsamında gösterge, gösteren ve gösterilenden birlikte oluştuğunu belirtir. Gösteren iletinin alıcı tarafından duyulmasını sağlayan ses imgesi, gösterilen ise alıcının usunda oluşan anlamdır (Atabek, 2007: 69). Saussure göstergeyi toplumsal uzlaşmayı dil araştırma odağına yerleştirir (Culler, 1985: 54). Göstergebilim medya metinlerinin ardında yatan açık ve örtük anlamların çözümünü sağlar ve göstergebilim ile göstergelerin işlevleri ortaya çıkarılır (Berkman Köseleli, 2022: 47). Bu dinamik süreçte görsel iletişim, iletişim kurmanın en kolay yollarından sayılabilir. Görsel iletişim veya sözlü iletişim sürecinde; iletişimin merkezinde çeşitli işaretlerden oluşan sistemler vardır. Bu işaretlerin göstergebilimsel bakış açısıyla incelenerek yorumlanması göstergebilimin ortaya çıkmasına yol açmıştır (Denli, 1997: 25).

Göstergebilim analizleri açısından Barthes ve Saussure'nin görüşleri oldukça önemlidir. Saussure göstergebilimi, göstergelerin toplumsal yaşamdaki durumunu inceleyen bir bilim dalı olarak tanımlar (Saussure, 1985: 18). Göstergebilim, belli bir birikimle ele alınacak gösterge dizgeleri biliminin özelliklerini taşıyacak bir biçimde ve belli bir dengede kurulabilir. Böylece çeşitli türden imgeler, jestler, mimikler, müzik, törenlerde ve protokollerde görülen varlıkların karmaşıklığı anlamlı dizgeler sistematiği oluşturur (Barthes, 1979: 1).

Saussure'e göre gösterge öncelikle temsil ve ikame işlemini gerçekleştirir. Ona göre gösterge, bir kavram ve onun kendini nasıl ortaya koyduğu ile yakından ilgilidir (Akerson, 2005: 93). Pierce'a göre gösterge, başka bir şeyin yerine geçebilme özelliğine sahip olduğu için kendisinden başka şeyleri gösteren herhangi bir olgu, nesne ya da varlıktır (Günay, 2002: 181). Gösterge, göstergebilimin odak noktasındadır. Roland Barthes, göstergebilimin ilkelerini; dil ve konuşma; gösterilen ve gösteren; sözdizimi ve sistem; anlam ve çağrışım başlıklarında toplar (Rıfat, 2009, s. 81). Gösteren, gösterilen ve göstergeden oluşan sistem anlamlandırmayı görünür bir biçimde oluşturur. Böylece, belirginleşen çağrışım sistemi, anlamlandırmanın işaretini kendi sisteminin gösterenine dönüştürür.

Barthes açıkça göstergebilimi gösterge dizgelerinin bilimi olarak kurmuş ve çağdaş dünyanın gerçek anlamda anlaşılmasına güçlü bir ışık tutmayı amaçlamıştır. Öte yandan, bir iletişim aracı olarak mit, kendi anlamlarını üreten bir dildir. Dolayısıyla gösterge dizgeleri ancak dil aracılığıyla belli bir gerçeklik kazanır ve ancak söylem aracılığıyla dizgeler arasındaki ilişkiler çözümlenerek okurun metni yeniden net bir şekilde anlamlandırması sağlanır (Bircan, 2015, s. 39).

Kodlar, göstergelerin düzenlendiği ve birbirleriyle yakından ilişkili olduğu temel sistemlerdir. Bu bağlamda insanların anlam bakımından üzerinde uzlaştığı her sistem, gösterge çerçevesinde dikkatle çözümlenebilir. Sinema bir dil, filmler de o dilin sözcükleri olduğuna göre, filmlerin anlamları kodlar çerçevesinde tek tek çözümlendikçe net bir şekilde ortaya çıkarılabilir (Atabek ve Atabek 2007, s. 65).

1.2. Düz Anlam ve Yan Anlam

Anlam, yaratımın ilk unsurudur. Bu aşama, gösteren ile gösterilen arasındaki ilişkiyi ve gösterenin özgün gerçekliğinin ifadesini temsil eder. Düz anlam, nesnelerin günlük yaşamdaki ilk oluşumunun zihindeki yansımasıdır (Becer, 2011: 39). Roland Barthes'ın çalışmalarıyla ortaya çıkan düz anlam kavramı, bir kişinin bir görselden toplumda varlığını sürdüren diğer bireylerle aynı ortak anlamları çıkarmasına gönderme yapar. Gösterenin düz anlamı, gösterenin temsil ettiği nesnenin onu gören kişi tarafından olduğu gibi algılanmasıyla oluşur (Fiske, 2003: 116). Yan anlam ise görülen nesnenin ikinci anlamı olarak bilinir. İzleyicinin duyguları, heyecanları ve kültürel değerleri gösterge ile birleştiğinde daha öznel bir yan anlam ortaya çıkar ki bu da önemli bir yorumlama düzeyidir (Çakal, 2007: 2). Barthes'a göre düz anlamdan sonra ikinci yorumlama biçimi olarak kullanılan yan anlam, bireylerin duygularına dokunan, onları heyecanlandıran ve kültürel değerlerini etkileyen görsel ve işitsel yapıtlardan etkilendikleri zaman ortaya çıkar (Fiske, 2003: 116).

Bireylerin kültürel ve toplumsal değerleri ya da bilgileri birbirinden farklı olduğu için bir göstergeden etkilenme ya da belli bir anlam çıkarma biçimleri de birbirinden farklı olabilmektedir (Agocuk, 2014: 8). Göstergeye bakan birey, gösterenin yan ve düz anlamının yanı sıra mesajın iletilme biçiminden de etkilenir (Tıgılı, 2012: 48). İnsanoğlu yaşamı boyunca içinde yaşadığı dünyayı anlar, yorumlar ve açıkça anlamlandırmaya çalışır. Gösterge görüldüğünde ve duyulduğunda anlamı zihinde oluşur. Göstergeler tek başlarına belirli bir anlama güçlü bir şekilde işaret edebilseler dahi, mesajdaki anlam seti göstergelerin tümü tarafından birlikte oluşturulur. Anlamlandırma, alıcının bir gösterenin diğer göstergeler arasında gerçekten ne anlama geldiğine inanmasıdır. Ronald Barthes, tartışmacı ve etkileşimci anlam fikirlerinin analiz edilebileceği perspektifte sistematik bir yöntem geliştirmiştir. Bu kuramda düz anlam ve yan anlam olarak adlandırılan iki düzey vardır (Sığırıcı, 2017: 75). Düz anlam, ifade düzleminden ya da gösterenden oluşurken, yan anlam içerik düzlemine ya da gösterilene atıfta bulunur. Bir gösterenin neyi temsil ettiği düz anlamla, gösterenin nasıl temsil edildiği ise yan anlamla ilgilidir (Boztaş, 2017: 2528).

Düz anlam, açıkça görülebilir olanı ifade eder. Gerçek dünyadaki nesnenin insan zihnindeki yansımasıdır. Örneğin bir fotoğrafta görülen çiçek bir çiçektir. İnsan müdahalesi ile ortaya çıkan her türlü dış etken, efekt, ışık, yeniden şekillendirme gibi yan anlamı ifade eder. Guiraud'ya göre düz anlam ve yan anlam, anlamlandırmanın iki zıt kutbunu temsil eder. Bilimler düz anlam, sanatlar ise yan anlam türündendir (Guiraud, 2016, s. 46). İzleyicinin sanat eseri karşısında karşılaştığı kavramlar genellikle herkes tarafından algılanan düz anlamı ifade ederken; sanat eserini yaratan sanatçıların eserlerinde şifrelenmiş, örtük, çekiciliği artırıcı anlam yan anlam ile ifade edilir. (Parsa ve Parsa, 2012: 57; Kalamani ve Bat, 2014: 129).

Göstergeye biçim ve içerik açısından yüklenen anlamları belirleyen yan anlam ise çok daha öznedir. Bu öznellik içinde yorum, nesne ya da gösterenden olduğu kadar yorumlayanın da etkilenir. Yananlam bir kültüre ait olsa da görsel bir boyuta sahiptir ve nedensizdir. Yorumlamada fark yaratan yan anlamdır. Bu durum göstergelerin çokanamlı, uzlaşım sal ve kişiden kişiye değişebilir olmasından kaynaklanmaktadır (Yıldız, 2007, s. 5). Göstergeler düz anlamları olmadan yan anlamlara sahip değildir. Guiraud'ya göre düz anlam, gösterenin olduğu gibi algılanmasıyla ortaya çıkarken, yan anlamlar gösterenin biçim ve işlev açısından kattığı bazı özel değerlerdir. Yananlamda göstergeler, uzlaşım sal çok anlamlılıkla toplum ve bireyler için değişken düzeylerdir (Sığırıcı, 2017: 76-77).

1.3. Kahramanlık Mitleri

Mit kavramının işleyişi ve çözümlenmesinde Barthes'ın özgün bakış açısı önem kazanır. Roland Barthes, mit ile burjuva ideolojisi arasındaki ilişkiyi belirlerken, kitle kültürünün dilinin ideolojik bir eleştirisini yapar ve dilin işleyişini göstergebilimsel olarak çözümlemeye çalışır. Kolektif temsilleri gösterge

sistemleri olarak ele alan Barthes, burjuva kültürünü evrensel bir niteliğe büründüren aldatmacaları ayrıntılı olarak açıklamaya çalışır (Barthes, 1991: 8).

Gerçek yaşamda, mitleri yaratan ve sonra onları kalıplara döken insanlardır. Mitler insanların düşüncelerine yön verir (Yılmaz, 2020: 16). Barthes'a göre mite giden yol, bir şey hakkında düşünmekten, düşünüleni kavramsallaştırmaktan ya da kültürel olarak anlamlandırmaktan geçer. Ona göre mitler birbirine bağlı kavramlar zinciridir. Gösterenin ikinci düzeydeki anlamı yan anlam ise, gösterilenin ikinci düzeydeki anlamı da mittir (Özmutlu, 2009: 31).

Barthes, apaçık olanın süslenmesinde ideolojik bir bakış ve bir tür farklılaşma olduğunu savunur. Bu noktada Barthes, bu sahte gerçekleri, kesinlikleri ve apaçıklığı mit terimiyle açıklamaya çalışır (Barthes, 2014: 7). Barthes ele aldığı mitlerle, kültürün insanlara etkin bir şekilde yönelttiği mesajlarda saklı olan değer ve tutumları ortaya çıkarmaya çalışır. Bu mesajlar reklamlar, gazete ve dergi haberleri, fotoğraflar ve hatta oyuncaklar gibi maddi nesnelerdir (Moriarty, 1991: 21). Aslında mitler görünenin ardında anlaşılabilir bir anlam gücüne sahiptir. Bu bakımdan bir miti anlamak için onu yaratan temel koşulları çok iyi bilmelidir. Böylece, insan ruhunu daha derin bir düzeyde besleyen bu tür anlatılarda evrensel olan kadar toplumsal olanın modellenmesi de önem kazanır.

Bütüncül bir bakış açısıyla mitik düşünce, kişinin kendi varlığı dışındakilere (aile, millet) faydalı olacak büyük bir eylemi gerçekleştirmesi bakımından kahramanlık mitini oluşturmaktadır (Küçükeroğlu, 2018: 22). Bireyin kendini gerçekleştirme yolculuğunu açıkça modellenebilen formda azim, cesaret, metanet ve sabır içeren bir hedefe yönelik girişimler, kahraman için bir dizi farklı evrede açıkça ortaya çıkmıştır.

Bu bağlamda mitler, insanlık tarihi hakkında önemli bilgiler taşıyan evrensel ölçekte kodlardır. Bu kodlanmış öyküler, insan bilincinin yolculuğuna dair kritik değere sahip mesaj akışı iletir. Mitler, insanın kendi benliğini yaratma sürecinde anlamakta zorlandığı dış ve iç dünyayı bütünleştiren ve sembolize eden öykülerdir (Yavuzer, 2011: 194). Tüm bu sembolleri ve mitleri arketipsel açıklamalarıyla gündelik dile çevirirken daha derin anlamlarını anlamak gerekir. Fantastik varlıklar dış dünyada var olmasalar da iç dünyada var olmaya devam ederler. Bunun en önemli kanıtı da sembollerin anlam yüklü olması ve belli ölçüde ihtiyaç duyulmasıdır (Jung, 2004: 215). İnsanların çoklu etkileşim içinde olduğu toplumlarda bir iletişim biçimi olarak yaygınlaşmasının yanı sıra mitlerin en değerli yönü evrensel ölçekte olmasıdır (Campbell, 2004, s. 9). Mitler açıklanırken, ortaya çıkış koşulları ve işlevleri kapsamında mitolojik veriler insanlara kim olduklarını, neyi nasıl yapmaları gerektiğini söyler. Böylece kaos içindeki yaşam, sistemi bilinen bir kozmosa dönüşür. Bu kaosu anlamlandırma ihtiyacı ise mitler tarafından karşılanır (Eliade, 2016: 195).

Mitoloji üzerine sayısız kültür ve coğrafyadan metinleri inceleyen Joseph Campbell, bir mitin dört işlevi olduğunu belirtir. Korkutucu bir evrenin içinde olduğunu fark eden insanın bu evreni olduğu gibi kabul etmesi, dünyanın gerçekliğiyle karşılaşan zihnin çıldırmak yerine dinginliğe kavuşmasını sağlar. İkinci işlev ise, “doğayı olduğu gibi göstermek için bir ayna tutmaktır”. Bu işlev mitolojinin çalışma prensibini de açıklayabilir. Ayna, bire bir gibi görünen tersine çevrilmiş bir görüntü sunar. Mitolojik verilerin sembolik dili bu işlevi netleştirir. “Üçüncü işlev ahlaki bir düzeni savunmaktır: bireyi coğrafya ve tarih tarafından koşullandırılmış sosyal grubun ihtiyaçlarına göre şekillendirir”. Mitolojinin dördüncü işlevi ise bireyin bütünlüğüne yönelik, bireyin kendisiyle, toplumla ve dünyayla uyum içinde olmasını sağlar (Campbell, 2004, s. 14,15). İnsan yaşamı için varoluş sancılarına deva olabilecek dört önemli işleve sahip bu anlatıların ortadan kalkmasıyla modern insanın çaresiz kaldığı, toplumsal uyumun bozulduğu ve bireysel bütünlük duygusunun imkânsızlaştığı söylenebilir.

Ancak günümüz dünyası farkında olmasa da kendi içinde çeşitli türden mitler yaratmaktadır. Bu anlamda ritmik hareketler, kutsal mekânlar, diriliş ve bereket için yapılan zorunlu hareketler mitsel üretim içeren çeşitli biçimleridir (Campbell, 2015: 19). Günümüzde bilimin etkisiyle sarsılan mitsel üretim, bilimin itici gücüdür. İnsan hayal gücünün mitsel üretimleri, zaman bu tohumu büyüttükçe bilimsel icatlara ya da keşiflere dönüşür. Psikolojinin en bilinen kompleksleri olan Odişus ve Elektra

Kompleksleri ilhamını mitolojiden alır. Bugün çeşitli teknolojilerle uçmayı başaran insanlık, ilhamını uçabilen mitik anlamda oluşturulan kahramanlardan alır (Campbell, 2015: 13).

Nihayetinde mitik üretimler insan yaşamı için vazgeçilmez türden var olan çeşitli ürünlerdir. Bu anlatıların toplumsal işlevine vurgu yapan kahramanlık mitleri, toplumların bir arada uyum içinde yaşaması ve insanlığa bir bakıma ilk örnek formları sunması açısından önemlidir (Levi- Strauss, 2013: 15). Mitik üretimler, toplumsal yaşamın temel göstergeleri olarak toplumsal yaşamı düzenleme ve bir bakıma açıkça dönüştürme gücüne sahiptir. Görevini tamamlayan kahraman arketipi, insanların sürekli yaşadığı kendine özgü kazanılan güçlü bir deneyimdir. Kahramanın ilk görevi çeşitli türden beklenmedik dalgalanmaları içeren sorunları beklemeksizin çözerek ortadan kaldırır ve burada edindiği farklı deneyimleri çevresine öğretir.

Barthes'a göre mitler sadece eski hikâyeler, efsaneler ya da destanlar değildir; onlar aynı zamanda çağdaş toplumda var olan gerçek dünyayı anlama biçimini, dünyaya bakma ve dünyayı anlama biçimini şekillendiren temel sözlerdir. Mitler, insanların belirli fikir, düşünce ve değerleri anlamasını, onaylamasını ve kabul etmesini doğallaştırma ve normalleştirme gücüne sahip güçlü bir iletişim sistemidir. Barthes, göstergebilimsel çözümlemesi sayesinde açıkça bir miti özenle düzenleyerek, bu süreçte oluşan geçerliliği olan eleştiri için bilimsel bir temel sağlayabilir (Bingöl, 2024, s. 48).

Kahramanlık mitleri sadece mitolojide, masallarda ve efsanelerde değil, rüyalarda dahi bulunabilir. Bu anlamda kolektif hafızada var olan mit, asıl kahramanın doğuşunun ilk aşamasıdır. Tarihsel olaylar ne kadar önemliyse, mitolojik modele ne kadar yakınsa, halkın belleğinde o kadar kalıcı bir iz bırakabilir. Tarihi kişinin mitolojik modelinde kahramanla ilişkilendirilen olaylar, bir tür canavarlarla savaşmak gibi mitolojik eylemler kategorisiyle de özdeşleştirilebilir. Mitik üretimlerin belirleyici, düzenleyici ve değiştirici gücü, ideal kahramanın yetiştirilmesi için güçlü bir akış planı sağlayacaktır. Kendini gerçekleştirmenin ve en yüksek toplumsal statünün bir ifadesi olarak kahramanlık, bireysel ve toplumsal bir olgudur. Kendinden önce ailesini, ülkesini ve hatta insanlığı kurtarmak için kendi iyiliğinden vazgeçen kahraman, kendine özgü bir isim alır ve bu çıktığı yolda gerçek anlamda bir varoluş mücadelesi verir. Bu anlamda derin cesaret, cömertlik ve fedakârlık içeren bireysel varoluş, toplumsal barış, denge ve uyumun da temelidir.

Özgecilik (diğerkâmlık, başkalarını düşünme) genellikle bu davranışı gösteren kişi için bir kayıpla sonuçlanır (Carlo ve Randall, 2002). Kahramanlık ve özgecilik temelde örtüşen kavramlardır. Her ikisinde de iyi olanı yapma arzusundan kaynaklanan bir özveri duygusu içinde, pratikte süper kahramanların davranışlarını ve hatta insan davranışlarını anlamak için kullanılabilir (Das-Friebel, Wadhwa, Sanil, Kapoor ve Sharanya, 2017). Kahraman, toplumun geri kalanının rahatı ve refahı için kendini tehlikeye atan cesur kişidir. Vatanı için hayatını tehlikeye atan bir asker, bir kadın, vatanın birliği ödülüyle toplumuna dönen daha üst düzey bir kahramandır (Küçükeroğlu, 2018: 23).

Daha geniş bir perspektifte kahraman unvanı, toplumun işaret ettiği sınırlı sayıda birey değil, tüm insanlığın uygun koşullar altında erişebileceği bir niteliktir (Küçükeroğlu, 2018: 18). Her birey bu özü kendi içinde taşır. Evrensel kahraman miti bu üstün insanlığı vurgular; kötülüğü yenen ve toplumu zaman içinde yıkımdan kurtaran güçlü bireylere dayanır. Kahraman, insanın içinde saklı, bilinmeyi ve yaşama dahil olmayı bekleyen kurtarıcı ve yaratıcı imgesinin simgesidir. Evrensel maceranın klasik evreleri boyunca bir dizi kahraman figürünü izlerken, imgelerinin çağdaş anlamının ötesinde, insan ruhunun yetenekleri, güçleri ve bilgeliği hakkında net bir anlayış sağlar. Bu anlamda ülkelerin mitolojilerinde kahramanlar hakkında yazılan öykülerin birbirine benzemesi doğaldır. Kahraman, insanüstü bir görevi yerine getirmek için uzun bir yolculuğa çıkar ve uzun bir yolculuk, zorlu mücadele ve sınavların ardından bir kahraman olarak geri döner. Bu tür öykülerdeki kahramanlar, yeniden doğuşla başlayan zorlu yaşam evrelerinde gerçek anlamda bir değişim ve dönüşüm dinamizmi yaşarlar.

Afiş analizinde mit kavramına göre afişlerde oluşturulan kahramanlık mitleri analiz kapsamında belirtilmiştir. Göstergebilim tekniğinde kültürel kodları çözümleme sürecinde afiş içeriğindeki anlamın ifşasındaki gizli yönleri ortaya çıkarmış, bu konuya afiş değerlendirmesi kapsamında değinilmiştir.

1.4. Araştırma Yöntemi

Bu çalışmanın evrenini Türk sinemasında 1950-1960 dönemi oluşturmaktadır. Bu bağlamda, 10 yıllık periyod içerisinde kahramanlık olgusunun işlendiği, afişlerinde görsel ortaklık bulunan iki film tespit edilmiştir. Filmler şu şekildedir; *İstanbul'un Fethi* (1951), *Yavuz Sultan Selim ve Yeniçeri Hasan* (1954)'dir. Araştırmanın örneklemini bu filmlerin afişlerinin incelenmesi ile sınırlandırılmıştır.

Bu çalışmaya öncelikli olarak tarihi filmlerin tespiti ile başlanmıştır. Kahramanlığı gösteren, tarihte en ön sırada yer alan iki önemli tarihi filmlerinin olduğunun bulunmasıyla, bu filmlerin afişleri araştırmaya alınmıştır.

Çalışmada, nitel araştırma yöntemleri baz alınarak göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak afiş yorumlamaları yapılmıştır. Söz konusu filmin afişinin gerçek kahramanlara göndermede bulunması ve kahramanlık öğelerinin taşınması açısından kahramanlığın görselleştirilmesi temel boyutlarda incelenmiştir.

Bu çalışmada, 1950-1960 yılları arasında Türk Sineması'nda yayınlanmış Osmanlı tarihi film afişlerinde kullanılan ve farklı yıllarda tekrarlanan benzer görseller, kahramanlık kategorisi bağlamında incelenerek değerlendirilmiştir. Bu sınıflandırma sonucunda iki ayrı afişte yer alan göstergeler Roland Barthes'ın göstergebilim yöntemi kullanılarak göstergebilimsel anlamlar açısından analiz edilmiştir. Bu açıdan sinemada tarihi film afişlerinin incelenmesi, sinema endüstrisinin ve meraklı izleyicilerden oluşan toplumun beklenti, değer ve düşünceleri hakkında bilgi edinmesine katkı sağlamıştır. Geçmiş kendi kurgularında yeniden canlandıran tarihi filmler, sinema sanatına önemli katkılar sağlayan dönemlerine özgü afişleri giderek daha fazla ilgi görmektedir. Bu çalışmanın amacı, 1950-1960 dönemine ait kahramanlık temalı film afişlerini göstergebilimsel açıdan inceleyerek örtük anlamlara ve mitlere ulaşmaktır. Çalışmanın evrenini Türkiye'de yayınlanmış Osmanlı tarihi film afişleri, örneklemini ise 1950-1960 yılları arasında yayınlanmış Osmanlı tarihi film afişleri oluşturmaktadır. Bu bağlamda örneklem Osmanlı tarihi film afişlerinden seçilen afişler bu çalışmanın sınırlılığını oluşturmaktadır.

2. Türk Sinemasında 1950-1960 Dönemi ve Tarihi Filmler

Türk sinemasının 1940 dönemi incelendiğinde 1940'lı yılların ortalarına kadar süren "Tiyatrocular Dönemi'nin" belirleyici özellikleri vardır. Bunlar; kentsel, tek parti döneminin kültür ideolojisiyle ve siyasetiyle bütünleşmiş ve Muhsin Ertuğrul'un yönetmen olarak etkili olduğu bir sinema anlayışı olarak görülmektedir. Ayrıca Engin Ayça, 1940 dönemini bir "Geçiş Dönemi" "Ön-Yeşilçam" olarak değerlendirmektedir. İki gelişmenin belirleyici olduğunu da belirtmektedir. Bunlar; 1. Amerikan ve Mısır melodramlarının artması ve etkileri, 2. Dublaj, yani yabancı filmlerin Türkçeleştirilmesi'dir (Ayça, 1996: 132).

1950-1960 döneminin başlangıcı, Türkiye'nin siyasal değişimlerinden birine denk gelmektedir. 1950'de Demokrat Parti'nin iktidara gelmesiyle başlayan çok partili düzene geçiş bu dönemi etkileyen başlıca olaylardan biridir. 1950-1960 dönemine bakıldığında ise Nijat Özön bu süreci "Sinemacılar Dönemi" olarak adlandırmaktadır;

"Sinemacılar çağının başlangıcı, Türkiye'nin toplum yaşayışındaki önemli bir olaya, çok partili düzene geçiş döneminin serbest seçimler sonundaki iktidar değişikliği ile tamamlanmasına rastlamaktaydı. Cumhuriyetin kuruluşundan beri Türkiye'yi yöneten tek parti, iktidarı başka bir partiye devretmişti. Hiç şüphesiz bu büyük bir adımdı. Bununla birlikte, bu olumlu adımın yanında daha ilk günden baş gösteren olumsuz gelişmeler de vardı (1962: 147)."

Çok partili sisteme geçiş ve 1950'de iktidarın ilk kez el değiştirip Demokrat Parti'ye geçmesiyle, sinemada, "Sinemacılar Dönemi" başlar. Bu dönem, 1949 yılında Lütfi Ö. Akad'ın *Vurun Kahpeye* filmini

çevirmesiyle başlamıştırⁱ. Atilla Dorsay 1950'ler sonrası, her iki alanda da gözlenen dış görünüşü ile baş döndürücü, parlak bir gelişme olduğunu, ancak politik alanda denetimsiz, plansız kapitalistleşme sürecinin sağlıksız işlemesi sonucu toplumda bir tür bunalım biçiminde kendini gösterdiğini belirtir. Sinemada, hızla artan film sayısını, çoğalan sinema emekçisi, sanatçısı, yönetmenine karşı, sağlam endüstriyel ve sanatsal temeller üzerine oturtulmamış bir sanayi, dilini henüz kuramamış bir sanat olduğunu da savunur (1984: 195).

Öte yandan 1950-1960 döneminde Kurtuluş Savaşı tarihi filmleri de ivme kazanmış, sinemada tarihi filmlerin yükselişe geçtiği bir dönem olmuştur. Ulusal kurtuluş mücadelesinin sonucunda, Anadolu'da yaşayan Türkler bağımsızlık ve özgürlüğünü kazanmış, çekmiş oldukları acı ve dertleri sona ermiştir. Bu anlamda tarihi filmler, erken zamanların Cumhuriyet değerlerini, İstiklal Savaşı ile kazanılan bağımsızlık ve özgürlük ruhunu içermesi yanında; geçmişten bugüne gelen kültürel, sanatsal ve tarihi değeri olan manevi mirasın korunması giderek öne çıkmaktadır.

Bu bağlamda, anıtsal değerleri olan, kültür varlıklarına karşı, "yüksek bilinç" oluşturmak düşüncesi, yeni Cumhuriyet döneminde yepyeni bir bilinç uyanışı ile harekete geçer. Anadolu'da on binlerce yıllık katman katman gelişen eşsiz uygarlığın sanatsal ve kültürel boyutta, estetik ve görsel değeri yüksek formda yer alan görkemli eserler vermiş, diğer sanat dalları yanında, sinema sanatlarının gelişimine katkı sunmuştur. Ulusal arşivlerde yer alan tarihi sinema filmleri ve afişleri, o dönemle, bugün arasındaki buluşmayı ve duygusal ilişkiyi kurarak, geçmişten bugüne tarihsel süreçleri anlaşılır ve kalıcı bir biçimde ortaya çıkarma imkanı oluşmuştur.

2.1. Osmanlı Tarihi Filmleri

Osmanlı İmparatorluğu, 1299 ile 1923 yılları arasında var olan bir Türk devletidir. 16. yüzyılda dünyanın en güçlü imparatorluğu haline geldi ve altı yüzyıl boyunca Doğu ve Batı dünyası arasında bir köprü görevi görmüştür. Osmanlı İmparatorluğu tarih boyunca kuruluş, yükseliş, durgunluk ve gerileme dönemleri yaşamıştır. Yükseliş dönemi, Fatih Sultan Mehmet ile başlamış devam etmiştir ve Yavuz Sultan Selim dedesinin izinden giderek fetihlerine devam etti. Osmanlı İmparatorluğu'nun 7. Padişahı Fatih Sultan Mehmet (1444-1446 ve 1451-1481), 30 yıl hüküm sürdü ve yaklaşık bin yıllık Doğu Roma (Bizans) İmparatorluğu'nu 29 Mayıs 1453'te İstanbul'u fethederek (Orta Çağ'ı kapatıp Yeni Çağ'ı açarak) son vermiştir ve fetihten sonra "Fatih" olarak anılmıştır. Osmanlı İmparatorluğu'nun 9. padişahı Yavuz Sultan Selim (1512-1520), 8 yıl hüküm sürmüş, Memlükler ve Safevilere karşı Çaldıran Muharebesi de dahil olmak üzere zaferler kazanmış ve Osmanlı İmparatorluğu'nun topraklarını büyük ölçüde genişleterek Akdeniz'de güçlü bir hakimiyet sistemi kurmayı başarmıştır.

Sinemacılar döneminde (1950-1960) Osmanlı filmlerinin bir kısmının edebiyat uyarlaması olduğu saptanmıştırⁱⁱ. Osmanlı tarihine ilginin, 1920-1946 yılları arasında tarihi "serüven" romanlarıyla olduğunu söylemek mümkündür. Üzerinde en çok durulan konuların başında Ankara Savaşı sonrasında meydana gelen olaylar yer almaktadır. Romanlarda Fetret Devri ve savaşları işlenmiştir. Fatih Sultan Mehmet, İstanbul'un Fethi, Yavuz Sultan Selim ve Kanuni Sultan Süleyman dönemindeki olaylara yer verilmiştir. Ayrıca, bu dönemde büyük deniz savaşlarının da romanlarda konu olarak işlendiği görülmektedir. Cumhuriyet'in ilk yıllarından başlayarak büyük üne kavuşmuş olan Abdullah Ziya Kozanoğlu tarihi roman anlayışını şöyle açıklamaktadır;

"(1) Kitaplarımı öncelikle aranır, sıkılmadan okunur, herkesin anlayabileceği şekilde yazmak.

(2) Kuru bir övünme yerine diğer milletlerin de onurlarıyla oynamadan tarihteki başarı ve başarısızlıklarımızın iç yüzünü açıklamak (Yalçın, 2002, s. 263-264)".

Diğer yandan, Osmanlı dönemi tarihi ve İslam tarihi üzerinde yoğunlaşan, romanlarında özellikle Osmanlı tarihinin parlak dönemlerini “popülist” bir tarzda kaleme alan yazarlar da bulunmaktadır (Yalçın Çelik, 2005, s. 67). Ayrıca, süreli yayınlarda 1940’ların sonlarından itibaren bakıldığında, Fatih Sultan Mehmet gibi devlet yöneticilerine yer verilmiştir. Dergilerin kapağında da konuyla ilgili renkli resimler basılmıştırⁱⁱⁱ. (Shlumberger, 1948).



Görsel 1: *İstanbul’un Fethi* (1948),
Dergi Kapağı



Görsel 2: *Resimli Tarih Mecmuası*
(1950) Dergi Kapağı

Türk-İslam Tarihi, İslamiyet’in yükseliş ve yayılma yılları, Fetret Devri ve kardeş kavgaları, taht kavgaları, deniz savaşları, Osmanlı tarihinin yükseliş dönemi, İstanbul’un alınışı, büyük Osmanlı Sultanları (Fatih Sultan Mehmet, Yavuz Sultan Selim, Kanuni Sultan Süleyman, III. Selim gibi), Harem ve Kadın Sultanlar, saray gelenekleri, İstanbul hayatı ve saray entrikaları, Yeniçeri ayaklanmaları gibi konular ile halkta bir tarih bilinci ve tarih sevgisi oluşturmaya çalışılmıştır (Yalçın Çelik, 2005, s. 69).

1950-1960 döneminde 16 tane Osmanlı dönemi ve deniz savaşı filmi tespit edilmiştir. Bu filmler; *Akdeniz Korsanları* (1950), *Allah Kerim* (1950), *Estergon Kalesi* (1950), *Üçüncü Selim’in Gözdesi* (1950), *Barbaros Hayrettin Paşa* (1951), *Ege Kahramanları* (1951), *Cem Sultan* (1951), *Hürriyet Şarkısı* (1951), *İstanbul’un Fethi* (1951), *Lale Devri* (1951), *Yavuz Sultan Selim ve Yeniçeri Hasan* (1951), *Yavuz Sultan Selim Ağlıyor* (1952), *Kahraman Denizciler* (1953), *Safiye Sultan* (1955), *Şeyh Ahmed’in Gözdesi* (1955), *Ateş Rıza* (1958)’dir.

1950-1952 yılları Osmanlı tarihinin zaferlerini ve ünlü sultanlarını ele alan en yoğun dönem, “tarihsel filmler döneminin” “altın yılları” olarak bahsedilmektedir. 1950 öncesi görülen olumsuz tiplerin yerini zaferleriyle ünlünen gerçek tarihi kahramanlar almaktadır. Ancak, ele alınan konuların işlenişinde Osmanlı’ya ve tarihe bakış açısı tartışmaya açıktır. 1950’de çekilen *Üçüncü Selim’in Gözdesi* tarihi kişilikleri ele alan bu yoğun dönemin ilk filmlerinden biri sayılmaktadır (Özgüç, 2005, s. 28).

Öte yandan *İstanbul’un Fethi* filmi, yüksek bir bütçeye sahip, İstanbul’un fethinin ilk defa konu edildiği filmidir^{iv}. Aydın Arakon’un senaryosunu yazdığı ve aynı zamanda yönettiği filmin, Fatih Sultan Mehmet’in Bizanslılara karşı olan savaşını anlatmaktadır. Film, 1951 yılında gösterime girmiş, 1971 yılında tamir edilerek tekrar gösterilmiştir.

Ziya Çalıkoğlu *Perde* dergisinde *İstanbul’un Fethi* filmiyle ilgili olarak çekim süreçleri ve yorumlarını şu şekilde yapmıştır;

O devirde gerek Türk ve gerek Bizans ordularında kullanılan bütün harp silahlarının benzerleri yapılmak suretiyle kanlı ve çetin muharebelerin canlanabilmesi için yüzlerce değil, binlerce erat- kostüme olmak şartıyla – gece ve gündüz harplerini fiilen yapmak suretiyle gözlerimizin önünde tarihin o akıllara hayret veren, ihtişamlı zaferin yaşatılması mümkün olmuştur. Binlerce askerin çevirdiği sahneler, gecenin zulmeti içinde ölüm saçan Rum ateşleri, meşalelerin ürpertici ışıkları içinde görülen muazzam karargah, Hızlı Bey'in (Douglas'vari) çevik ve canlı, gürzlerin, topuzların, kalkanların çarpışmaları, üç dört yüz genç ve güzel kızın Bizanslı kadınlara temessül edip günlerce güneş altında çalışmaları. Filmin ilk sahnelerinin çevrilmiş olduğu muazzam tophane, en ufak teferruat ihmal edilmemek suretiyle canlandırılmıştır. Edirne Sarayı, Güzel Sanatlar Akademisinin kıymetli üstadlarının verdiği direktif üzerine yine değerli ressamlar tarafından sarayın çinilerinin aynı yapılmıştır (1950, s. 14).

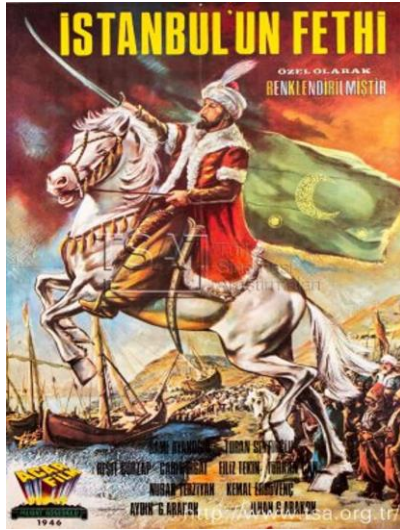
Devrin politikası ile ideolojik bir birliktelik şeklinde ortaya konan filmlerin, vermek istediği olumlu mesajlar arasında büyük bir uyum görülür. Geçmiş algılama günümüz ve gelecek arasında “sağlam bir köprü kurmaya çalışma” yollarının başında tarih gelmekte, çağın yedinci sanatı sinema öğretiminde ve bir milletin ulusal bilinç ve kimliğinin kazanımında, “kültürel temsil sisteminin” en belirgin öncüsü olarak görülmektedir.

2.2. İstanbul'un Fethi Filmi

1951 yılında İstanbul'un fethi filmi gösterime girmiştir. Filmin yönetmeni Aydın Arakon; görüntü yönetmeni İlhan Arakon; oyuncular Sami Ayanoğlu, Turan Seyfioğlu, Cahit Irgat, Filiz Tekin, Cem Salur, Eşref Vural, Reşit Gürzap, yapımcısı Murat Köseoğlu'dur. Atlas film)

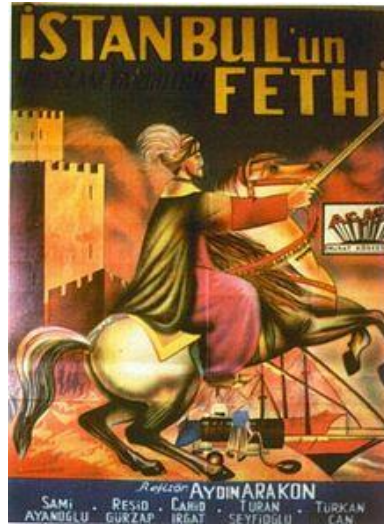
İstanbul'un Fethi filmi Türk sinemasında bu konuyu işleyen ilk filmidir. Siyah beyaz olan bu film, Fatih Sultan Mehmet'in surları aşip casusluk yapan iki yeniçeri askeri aracılığıyla aldığı bilgiler eşliğinde, Bizanslılar'a karşı savaşını anlatmaktadır. Türk ve Dünya tarihi açısından çok önemli bir olayı anlatan bu 1951 filmi, İstanbul'un Osmanlı İmparatorluğu tarafından fethini işler ve döneminin en önemli yapımlarından biri olarak kabul edilmektedir. Türk sinema tarihinin en yüksek bütçeli filmi olarak geçen *İstanbul'un Fethi*, 1950'li yıllarda normal bir filmin ortalama maliyeti 25-30 bin lira arasındayken, bu film 95 bin lira gibi bir bütçeyle çevrilmiştir. 1953 yılı fethinin 500. yılı olan filme Türk Silahlı Kuvvetleri ve devlet de katkıda bulunmuş ve 1971'de film renklendirilerek izleyicinin beğenisine yeniden sunulmuştur. Filmin, toplamda dört film afişine erişilmiştir. Çalışma kapsamına uygunluğu açısından üç afiş yorumlanmış ve değerlendirilmiştir.

2.3. İstanbul'un Fethi Film Afişleri



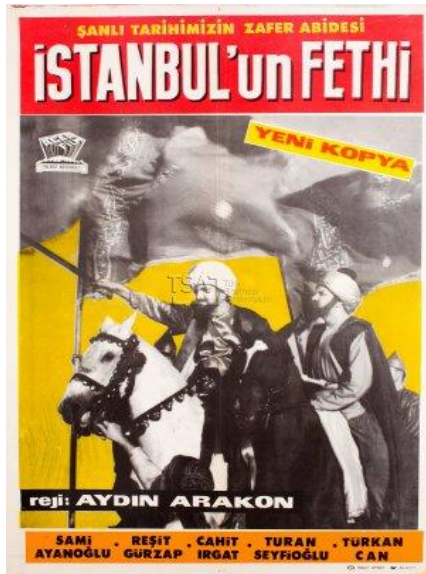
Görsel 3: İstanbul Fethi (1951)

Kaynak: tsa.org.tr



Görsel 4: İstanbul Fethi (1951)

Kaynak: tr.wikipedia.org



Görsel 5: İstanbul Fethi (1951)

Kaynak: tsa.org.tr

Türk tarihi için Fatih her yönüyle bir dönüm noktasıdır. Hem Doğu'yu, hem Batı'yı anlama ama bunu yaparken kendi değerlerine sıkıca sarılma, manevi dinamiklerinden beslenme Fatih'in karakterini oluşturmaktadır. Fetih, Fatih'in ve ordularının sadece maddi değil, manevi gücünün ve hayalinin sembolüdür. Fatih, fethiyle dünya tarihinin akışını değiştirmiş, bir çağı kapatarak, yeni bir çağ açmış, Müslümanların yüzlerce yıllık rüyasını gerçekleştirmiştir (Tekinoğlu, 2015, s. 190). Osmanlı tarihinde Fatih ruhu büyük anlam taşır. 19 yaşında bir gencin, devlet yönetiminde çevresinde bulunan Çandarlı gibi son derece tecrübeli ve nüfuzlu kişilerin muhalefetine rağmen, kendisinden önceki birçok ünlü ve güçlü şahsiyetin yapamadığını yapması ve inanılması çok güç bir işi başarması, Fatih'in kişiliğinin özellikle psikanalitik açıdan incelenmesini önemli kılmaktadır. Fatih Sultan Mehmet sadece Türk tarihinin değil, dünya tarihinin de yön değiştirmesine sebep olmuş bir hükümdardır. Fatih'i sadece Türk tarihinde değil, dünya tarihinde de önemli kılan elbette sadece İstanbul'u alması ve Osmanlı İmparatorluğu'nun büyüklüğünü birkaç katına çıkarması değil, Osmanlı Devleti'nin oluşum ve gelişimini dayandırdığı sosyo-kültürel yapı, oluşturduğu devlet felsefesi ve bunların kökeni olan kişilik yapısıdır (Kuşat, 2003, s.132).

Osmanlı tarihinin Mehmed'e -diğer padişahlardan temyiz için-vermiş olduğu Fatih unvanı sadece Bizans'ı fethettiği için değil, devletin sınırlarını her taraftan genişlettiği içindir (Hammer, 2011, s. 237). Öte yandan, kahramanların karakteristik yol gösterici özelliklerine değinmek gerekir. Kahramanlar, devletin, milletin bağımsızlığı için canını ortaya koyma iradesinde ve cesaretinde olan, milli ihtiyacın ya da hedefin doğrultusunda, aynı anda önder, bir lider olurken, geçmiş ve geleceğe karşı sorumluluk duygusuyla hareket alabilen kişidir. Bütün bu özellikler, yüksek irade, kahramanlık özverisi ve kararlılığı, İstanbul'un Fethi filmine ait üç afişin üçünde de, Fatih Sultan Mehmet'in ileri atılma hareketiyle somutlaştırılmaya çalışıldığı söylenebilir.

Örnekleme dahil edilen birinci afişin özellikleri için şunlar söylenebilir: sağ eksenden sol yukarı eksene yönelik olarak şahlanan beyaz atın üstünde Fatih Sultan Mehmet, kırmızı kaftanı, padişah kavuğu, kılıcı ile taarruz halinde ileriye gösteren devinimli haliyle resmedilmiştir (Görsel 3). Fatih Sultan Mehmet'in arkasında Osmanlı bayrağı dalgalanmaktadır. Afişin arka planında ve Fatih Sultan Mehmet'in ayaklarının olduğu kısımda askerlerin bir kıyıda beklediği ve gemilerin karadan yürütüldüğünü gösteren tarihteki önemli sahnelerin detaylarına da yer verilmiştir. Aynı zamanda afişin arka planında kullanılan renkler bir savaşın atmosferini yansıtacak şekilde turuncu, koyu kırmızı ve siyah dumanlar ile gösterilerek söz konusu atmosfer vurgulanmıştır. Bütün bu yansıtılmanın içerisinden Fatih Sultan Mehmet kara bulutları dağıtan bir kahraman niteliğinde cesur, kararlı ve güçlü bir şekilde afişin merkezinde ön plandadır.

Filmin ikinci afişinde (Görsel 4) sol eksenden sağ yukarı eksene yönelik olarak şahlanan beyaz atın üstünde Fatih Sultan Mehmet, siyah kaftanı, padişah kavuğu ve kılıcı ile taarruz halinde ileriye gösteren devinimli haliyle resmedilmiştir. Padişah ve atın şahlanan duruşu bir önceki afişle benzerlik göstermektedir. Bir diğer benzer özellik de, bu afişin arka planında da gemilere yer verilmiştir. Ayrıca arka planda Rumeli Hisarı (Boğaz kesen hisar) görkemli bir biçimde yer almaktadır. Bu afişte dikkat çeken bir diğer özellik de padişahın bulunduğu kısımdan etrafa yayılan ateş ve savaş dokusunun izlerini takip edebilmek mümkündür. Ancak, daha soyut bir tarzın kullanıldığı, realist anlayıştan uzaklaşıldığı söylenebilmektedir. İstanbul'un fethi yazısı bir önceki afişte sarı renkte majiskül tipografi kullanılarak afişin üst kısmına yerleştirilmiştir.

Filmin bulunan üçüncü afişinde (Görsel 5), beyaz atın üzerinde Fatih Sultan Mehmet, siyah kaftanı, padişah kavuğu ve kılıcı ile ileriye devinimli haliyle filminden alınan bir sahnenin fotoğrafı kullanılmıştır. Afişin ön planında iki figürün atlı olarak fotoğrafı yerleştirilmiştir. Siyah beyaz olarak kullanılan bu figürler arka planında bayrak, ancak ve dumanlı bir havanın gösterildiği ve sarı rengin de hakim olduğu bir plan yapısına sahiptir. Bu afişte önceki iki afişe göre farklı bir tekniğin kullanıldığı görülmektedir.

Teknik olarak fotoğraftan yararlanıldığı ve el yapımı illüstrasyonun kullanılmadığı görülmektedir. Afişte İstanbul'un fethi yazısı arka planda kullanılan canlı kırmızı renkle vurgulanmıştır.

Göstergebilimde kültürel kodları çözümleme işlemi vardır. Afişleri değerlendirirken filmin konusunda kahramanlaştırma figürünün oluşturulma biçimi ele alınmış, söz konusu afişlerde kahraman figürlerinin görsel dil ile nasıl kodlandığı irdelenmiştir. Filmin anlatı dili ile bağ kurarak anlatımı irdelenmiştir. Filmlerde tarihsel gerçekliğe gönderme yapan kahramanlık figürleri ve mitleri afişlerde açıkça temsil edilmiştir.

Filmin kritik anlatı metni:

Bizans'ta kilise çanları çalmış, Osmanlı ordusu taarruzu "Allah Allah" sesleri ile başlamıştır. Top ateşleri başlamış, yıkılan surlarda geçiş alanı açılmıştır. Osmanlı askerlerinin Sancak önde olarak taarruzu karşısında, Bizans okçuları oklarını atmaktadır. Filmin 1 saat 17. dakikasında, Fatih Sultan Mehmet'in emri üzerine Bizans surlarına tırmanan Ulubatlı Hasan'ın Bizans kale burcuna Osmanlı Sancağı'nı dikerken, Fatih Sultan Mehmet beyaz atının şahlanması ile birlikte kuşatma yapan ordunun önünde ileri doğru atılır. İşte o an yedi kıtaya hükmeden orduyu adeta canlandıran ve motivasyonunu yükselten şanlı Osmanlı Mehter Marşı büyük bir uyum içinde çalar:

Fatih Sultan Mehmet: "Düşmanın ok hücumu cesaretimizi kıracak kadar keskin midir? Tez haber iletin.

Fatih Sultan Mehmet: "Sancak kalenin burcuna dikilsin!... Haydi Hasan",

Ulubatlı Hasan: Sancak Kalenin burcuna dikilecek hünkarım! Allah, Allah, Allah, Allah"

Fatih Sultan Mehmet: Hasan!

Hasan: "Savulun"

(Nidaları ile öne atılır ve sancağı burçlara diker).

Fatih Sultan Mehmet: "Davranın, Allah, Allah!"

Fatih Sultan Mehmet, ordusuna hedef gösteren ve büyük bir zafer kazandıran güçlü sözlerinin ardından beyaz atıyla cesurca ileri atıldı. Hemen onu takip eden Osmanlı ordusu büyük bir cesaretle ileri manevra yaptı. Bizans askerleri kaçtı ve geri çekildi. Bu anda, İstanbul'un fethi başladı. Fatih, ordusunun önünde İstanbul surlarından görkemli bir törenle şehre girdiğinde, Bizans halkı onu güllerle karşıladı.

2.4 Afişin Düzanlam/Yananlam Çözümlemesi

Afiş, fotoğraf, magazin reklamları gibi görsel göstergebilim alanına giren çalışmalarda, Roland Barthes'ın yaklaşımları öncelik kazanır. Barthes'ın görüntülerdeki anlamlandırma kuramında anahtar düşünce, anlamın düzanlam, yananlam boyutunda nasıl yayıldığıyla ilgilidir. Birinci düzlemdeki anlam boyutu olan düzanlamda, bir göstergede "kim" ya da "ne" gösterildiği belirtilirken, ikinci anlam düzlemi olarak görünenin altında görünmeyen anlamı ifade eden yananlamda ise değerler, kanaatler ve fikirler vardır.

Afişte yer alan kültürel kodlar gösterge, gösteren, gösterilen düz anlam (sözlük anlamı), yan anlam (çağrışımsal anlamı) olarak çözümlenmiş ve tablolştırılmıştır (Tablo-1).

Tablo 1. İstanbul'un Fethi Film Afişinin Gösterge Analizi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen	Düz Anlam	Yan Anlam
İnsan	Fatih Sultan Mehmet	Fetih yapan kahraman lider ve sultan konumundaki kişi	Yönetim alanında yetkin lider	Cesaret, güvenilirlik, saygınlık, öncülük uzmanlık
İnsan	Yeniçeri	Kahraman asker konumundaki kişi	Muharebede uzman yetkin kişi	Bağlılık, cesaret, güvenilirlik, uzmanlık
Nesne	Sultan kavuğu	Beyaz sultan kavuğu	Sultan makam sembolü	Güç, iktidar
Nesne	Sultan pelerini	Kırmızı sultan pelerini	Sultanlık giysi ögesi	Güç, iktidar
Nesne	Kılıç	Sağlam, kullanışlı, motifli, estetik bir sanat eseri	Sultan Mehmet'in cesareti, tarihi ve manevi değerlerin simgesi	Kuvvet, zafer
Nesne	Osmanlı Sancağı	Üzerinde beyaz ay ile dalgalanan Osmanlı Sancağı	Osmanlı Devleti Sancağı	Bağımsızlık, egemenlik sembolü
Nesne	Kadırga	Osmanlı deniz aracı	Osmanlı deniz kuvvetleri kadırgası	Güç, kuvvet, deniz hakimiyeti
Canlı varlık	Beyaz at	Şahlanan beyaz at	İyi eğitilmiş at	Çeviklik, yetenek, yüksek performans
Çevre-Topluluk	İnsanlar-Atlar	Muharebe ortamında askeri üniforma, Savaş ortamı	İyi eğitilmiş ordu birlikleri	Güç, Kuvvet
Çevre	Rumelihisarı	Boğaz'a yapılan sur	Büyük burçlara sahip Boğazkesen Hisarı	Boğaz'dan düşman donanmasının geçişini ve saldırılarını engelleyen sur
Yazılar	Film adı, oyuncular	Film adı, oyuncu isimleri	Tarihi film ve oyuncu adları	
Arka Plan	Kırmızı-kavuniçi-sarı-mavi	Yoğunluk	Savaş alanı	Çetin ve zorlu savaş ortamı koşulları

Bir afişte birden fazla gösterge ortaya çıktığı görülmüştür. Her afiş ayrı ayrı tablolaştırılmıştır. Barthes'in mit kavramına atıfta bulunmak olanaklıdır. Ve afişlerdeki kahramanlık mitlerini incelerken Barthes'in kavramı göz önüne alınmıştır. Gösterilen ile yan anlam birbirine karıştırılmamasına dikkat edilmiştir.

Tarihi film afişi gösterge analizi açısından değerlendirildiğinde, "İstanbul'un Fethi" afişinin göstergelerinin düz anlamıyla (Tablo 1), başrol oyuncusunun canlandırdığı karakterin (Fatih Sultan Mehmet) şaha kalkmış beyaz bir at üzerinde ileri hamle yaparken görülmesi, arka plana yerleştirilen illüstrasyon içerikli renkli savaş alanı ve deniz görsellerindeki savaş sahneleri, filmdeki savaşın çok sert ve şiddetli bir şekilde gerçekleştiği bilgisini açıkça vermektedir. Üstelik film aksiyon, savaş ve tarihi film türünde olduğu için filmi izlerken hissedilecek coşku, heyecan ve yüksek gerilim vaat etmektedir.

İllüstratif görsellerin tercih edildiği afiş çalışması, filmi izleyiciye duyuran, film hakkında önceden açıklayıcı bilgi veren ikonik bir işaret, bir reklam ve tanıtım ürünüdür. Bu afişteki göstergeler indeks göstergeler olarak da tanımlanabilir. Çünkü başrol oyuncusunun giyim tarzı, yüz ifadeleri, afişin yerleşimi gibi beden dili ve sözsüz iletişim kodları, filmin konusunu ve geçtiği tarihsel dönemi açıkça

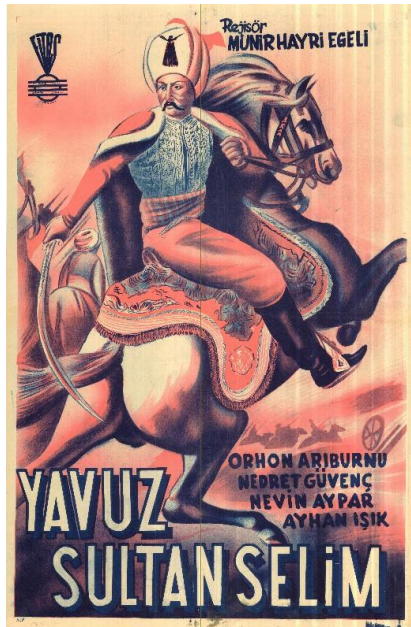
yansıttığı için film hakkında yananlamsal (çağrışımsal) bilgi vermektedir. Afişte başrol oyuncusunun bedeninin sola doğru 45 derecelik açıyla şaha kalkmış beyaz atının üzerinde öne doğru hamle yapar pozisyonunda olması ve yüzünde azim, cesaret, mertlik ve kararlılık ifadesinin yer aldığı yiğitlik içeren güçlü duruşu oldukça dikkat çekicidir. Burada öznenin, gösterilenin yananlamsal açıdan okunmasına olanak veren duruşu, gelecek için anlam ifade edecek şekilde zaferin işaretlerini açıkça göstermektedir. İlgi uyandıran nesnelerin gerçekliğinde yananlamsal olarak değerlendirilen nesneler yatmaktadır (Sultan sembolü = Osmanlı padişahı, Askeri üniforma = Resmîyet, Hiyerarşi). Bu tür sembolik nesneler, mükemmel bir boyutta var olan anlamın temel unsurlarını oluşturmaktadır. Başka bir deyişle, hem göstergenin fiziksel doğası, hem nesnelerin kendilerinin geçiciliği ve tamamlanmışlığı, hem de bilinen gösterilenlerin belirginliğine yapılan açık gönderme, incelenen afiş tasarımında açıkça ortaya konulmaktadır.

2.5. Yavuz Sultan Selim / Yavuz Sultan Selim ve Yeniçeri Hasan Filmi

1951 yılında Yavuz Sultan Selim filmi gösterime girmiştir. Filmin yönetmeni ve senaryo Münir Hayri Egeli, görüntü yönetmeni, Özen Sermet; oyuncular, Orhon Arıburnu, Nedret Güvenç, Ayla Karaca, Nevin Aypar, Ayhan Işık, Münir Özkul ve Gülistan Deniz (Güney), yapımcısı, İpekçi Kardeşler/İpek filmidir.

Yeniçeri Karabulut Hasan ile Bayraktar Ağa'nın kızı Nazmiye'nin aşk örgüsünde harmanlanmış bir Osmanlı dönemi filmidir. Filmde, Bayraktar Ağa'nın kızı Nazmiye'ye ilk görüşte aşık olan Karabulut Hasan evlenmek istemektedir. Fakat, evlenebilmesi için onbaşı olması gerekmektedir. Bu sırada savaşa gidecek olan Karabulut Hasan, Onbaşı olacağını düşünerek Nazmiye'yle görüşür ve döneceğini söyler ve hikaye bu şekilde gelişir. Ayrıca film, Yavuz Sultan Selim'in Çaldıran ve Halep zaferlerine ait detayları da içermektedir.

2.5.1. Yavuz Sultan Selim / Yavuz Sultan Selim ve Yeniçeri Hasan Film Afişi



Görsel 5: Yavuz Sultan Selim, 1951,

Boyut: 46 x 146 cm, Tekniği: El yapımı illüstrasyon.

(Milli Kütüphane).

Yavuz Sultan Selim'in sert ve otokratik kişiliğinin temelinde vizyoner ve harekete geçirici bir lider kimliği yatmaktadır. Yönetiminde biçimsel bir ayırım yapsa da tebaasını din ve milliyetlerine göre ayırmadığı, adil davranmaya özen gösterdiği anlaşılmaktadır. Yavuz Sultan Selim'in literatürde belirtilen dönüştürücü liderlik özelliklerinden ileri görüşlülük, mücadele ve hırs, vizyon ve yön belirleme, değişimin öncüsü olma; dönüştürücü liderlik davranış boyutlarından ise idealize edilmiş etki, ilham verici motivasyon ve entelektüel uyarım özelliklerine sahip olduğu anlaşılmaktadır (Erturgut ve Soyşekerci, 2010, s. 981).

Afişin özelliklerine bakıldığında, Yavuz Sultan Selim, elinde kılıcı, kavuğu ve kırmızı kaftanı ile şahlanan siyah atın üzerinde resmedilmiştir. Lider/ kahraman kimliği ön plan çıkan Yavuz Sultan Selim'in görselleştirilmesi de büyük bir devinim içerisinde, sert ve kararlı bakışlarıyla bu savı destekler niteliktedir. Kahraman duruşu, algılamayı birey ve toplumun kurguladığı soyut düşünceden somutlaştırır. Kurgusal haliyle topluma önder ve yol gösterici olan Yavuz Sultan Selim, afişin merkezinde ata tersten yaptığı hareketle, gücünü ve kutsallığını yansıtır.

Yavuz Sultan Selim figürü ve atı afişin neredeyse tamamını kapsar niteliktedir. Yavuz Sultan Selim, şahlanan bir atın üzerinde, sağ aşağı doğru uzatılmış elinde kılıcı üzerinde kaftanı başında kalpağıyla hareketli bir şekilde betimlenmiştir. Bu duruşla arkadan gelen düşmana karşı kendini koruyan bir hareketi göstermektedir. Atın üzerinde arka tarafa doğru bakarak izleyiciye dönük bir şekilde sert bir ifadeyle betimlenmiştir. At üzerinde bu tarz bir kullanımı dönem içerisinde yer alan İstanbul'un Fethi film afişinde karşılaşılmaktadır.

Göstergebilimde kültürel kodları çözümleme vardır. Bu bakımdan afişleri değerlendirirken filmin konusunda kahramanlaştırma figürünün oluşturulma biçimi ele alınmış, söz konusu afişlerde kahraman figürlerinin görsel dil ile nasıl kodlandığını irdelenmiştir. Filmin anlatı dili ile bağ kurarak anlatımında, filmlerde belirgin tarihsel gerçekliğe gönderme yapan kahraman figürleri ve mitleri oluşturulmuş ve bu mitler afişlerde açıkça temsil edilmiştir.

Filmin kritik anlatı metni:

Filmin ilerleyen kısmında, ordunun uzun yürüyüşü üzerine erzak ikmali zorlaşmış ve yorgunluk başlamış, bir kısmı aralarında geri dönmeye ilgili konuşmalar oluyordu. Bunun üzerine Yavuz Sultan Selim, ordunun önünde atının üzerinde kahramanlık gösteren konuşmasını yapar:

Yavuz Sultan Selim: "Askerlerim. Beni dinleyin. Çoluk çocuğunu düşünenlere müsaade ediyorum. İsteyen geriye, kadınlarının yanına gidebilir. Ben buralara geri dönmek için gelmedim. Rahatını arayan bu yollara çıkmaz. Ölümden korkanlar, benimle gelmek isteyenlerden ayrılıp çıkıp gitsin. Düşmanla çarpışacak olanlar benimle gelsin. Eğer içinde ölümden korkmayan er yoksa, ben tek başıma düşmana karşı giderim".

Bu etkileyici kahramanlık duyguları gösteren konuşma üzerine Osmanlı Ordusu, "Allah!Allah!" nidaları ile Sultan'ın arkasından ileri doğru harekete geçer.

Dış ses: Sultan'ımızın bu sözleri etkili oldu ve onun üzerine ordu onun ardından yürüyüşe geçti. Ne güzel hadise, ne güzel Allah'ım!...

2.5.2. Afişin Düzanlam/Yananlam Çözümlemesi

Afiş çözümlemeleri göstergebilimsel yöntemi karşılamaktadır. Birden fazla göstergenin olduğu afişteki kültürel kodlar gösterge, gösteren, gösterilen düz anlam(sözlük anlamı), yan anlam (çağrışımsal anlamı) olarak çözümlenmiş, daha açık bir ifade ile yorumlanmıştır. Barthes'in mit kavramına atıfta bulunulmuş, gösteren, gösterile, düz anlam ve yan anlamın birbirine karıştırılmamasına dikkat edilmiştir (Tablo-II):

Tablo 2. Yavuz Sultan Film ve Yeniçeri Hasan Film Afişinin Gösterge Analizi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen	Düz Anlam	Yan Anlam
İnsan	Yavuz Sultan Selim	Kahraman lider ve sultan konumundaki kişi	Yönetim alanında yetkin lider	Saygınlık, cesaret, güvenilirlik, uzmanlık
İnsan	Yeniçeri	Kahraman asker konumundaki kişi	Muharebede uzman yetkin kişi	Bağlılık, cesaret, güvenilirlik, uzmanlık
Nesne	Sultan kavuğu	Beyaz sultan kavuğu	Sultan makam sembolü	Güç, iktidar
Nesne	Sultan pelerini	Kırmızı sultan pelerini	Sultanlık giysi ögesi	Güç, iktidar
Nesne	Kılıç	Sağlam, kullanışlı, motifli, estetik bir sanat eseri	Yavuz Sultan Selim'in cesareti, tarihi ve manevi değerlerin simgesi	Kuvvet, zafer
Canlı varlık	Doru at	Şahlanan at	İyi eğitilmiş at	Çeviklik, yetenek, yüksek performans
Çevre-Topluluk	İnsanlar-Atlar	Muharebe ortamında askeri üniforma, Savaş ortamı	İyi eğitilmiş ordu birlikleri	Güç, Kuvvet
Yazılar	Film adı, oyuncular	Film adı, oyuncu isimleri	Tarihi film ve oyuncu adları	
Arka Plan	Kırmızı-kavuniçi	Yoğunluk	Savaş alanı	Çetin ve zorlu savaş ortamı koşulları

Tarihi film afişi gösterge analizi açısından değerlendirildiğinde, “Yavuz Sultan Selim ve Yeniçeri Hasan” afişindeki göstergelerin (Tablo 2) başrol oyuncusunun canlandırdığı karakterin (Yavuz Sultan Selim) kılıcını kullanarak zıplayan doru bir atın üzerinde geriye doğru hareket ettiğini birebir gösterdiği, arka plana yerleştirilen illüstrasyonlarla renkli savaş sahnelerinin filmdeki savaşın çok şiddetli ve şiddetli geçtiği bilgisini net bir şekilde verdiği görülmektedir. Ayrıca filmin aksiyon, savaş ve tarihi film türünde olması nedeniyle izlenirken hissedilecek heyecan, coşku ve gerilimin üst düzeyde olduğu anlaşıyor.

Açıklayıcı görsellerin öncelikli olarak tercih edildiği afiş çalışması, ilk aşamada filmi doğrudan izleyiciye duyuran, film hakkında ön bilgi veren, ayırt edici bir işaret olarak tasarlanmış, ikonik bir reklam ve tanıtım ürünü olarak kurgulanmıştır. Bu tarihi film afişindeki göstergeler bir anlamda dizinsel göstergeler olarak da tanımlanabilir. Çünkü başrol oyuncusunun giyim tarzı, yüz ifadeleri, afişin yerleşimi, beden dili ve sözsüz iletişim kodları gibi unsurlar filmin konusunu ve geçtiği tarihsel dönemi net bir şekilde yansıtmakta ve film hakkında çağrışımsal (yananlamsal) bilgi vermektedir. Afişteki başrol oyuncusu sağa doğru 45 derecelik bir açıyla, doru atının üzerinde vücudu geriye doğru çevik bir biçimde hamle yaparak hareket ederken yüzündeki cesaret, mücadele azmi ve güçlü bir kararlılık ifadesi dikkat çekmektedir.

Burada gösterilenin çağrışımsal bir okumasına imkân veren öznenin duruşu, geleceğe anlam katan kahramanlık yaratacak bir şekilde kazanılan zaferin işaretlerini açıkça gösteriyor. Çağrışımsal olarak değerlendirilen nesnelerin (Sultan sembolü=Osmanlı padişahı, Askeri üniforma=Hiyerarşi) gerçekliğinde ise ilgi nesneleri yatmaktadır. Bu tür sembolik nesneler, mükemmel bir şekilde mevcut olan temel anlam unsurlarını açıkça oluşturan temel unsurlar arasına dahil edilmiştir. Başka bir deyişle, bir yandan göstergenin fiziksel doğası, nesnelerin kendilerinin süreksizliği ve tamamlanmamışlığı, diğer yandan bilinenin açıklığına yapılan açık gönderme incelenen afiş tasarımında açıkça ortaya konmaktadır.

3. Sonuç

Tarihsel film afişi tasarımı açısından, film içeriğinde iletilen kahramanlık ögesinin temsil edilmiş biçimi, görsel öğelerin uyum içinde yerleştirilme sürecinde afişte açıkça yansıtılmıştır. Bu anlamda afişlerde kahramanlık içeren değerlendirmeler, gösterge/çağrışımla tamamlanan dizisel anlam organları ve ilgili

kodlar, görünür anlam altında farklı bir algı ögesi olarak kullanılmış ve belirli anlamlı çağrışımlar sağladığı belirgin bir biçimde görülmüştür.

Ulus, ortak bağlara dayanan bir insan topluluğudur. Aynı dil ve aynı duygu ile bu vatan üzerinde kültür birliği kuran, bir bütün haline gelmiş bilinçli insan kitlesidir. Milleti oluşturan ana unsur olan dil birliği kadar kültür birliği de önemli bir yere sahiptir. Bu bağlamda, anıtsal değerlere sahip tarihi kültür varlıklarına yönelik "yüksek bir bilinç" oluşturma düşüncesi, yeni Cumhuriyet döneminde yepyeni bir bilinç uyanışıyla harekete geçirilmiştir. Anadolu'da on binlerce yıldır gelişen medeniyetin inşasında, estetik ve görsel değer taşıyan sanatsal ve kültürel eserler, diğer sanat dallarında olduğu gibi sinema sanatı olarak ortaya çıkmıştır. Ulusal arşivlerde yer alan tarihi sinema filmleri ve afişler, o dönem ile bugün arasındaki buluşmayı ve duygusal ilişkiyi kurmuş, geçmişten günümüze uzanan tarihi kahramanlık süreçlerini anlaşırlar, kalıcı ve büyük kahramanlar halinde net bir şekilde ortaya koyma imkanı yaratmıştır.

Toplumsal oluşum sürecinde önemli bir role sahip olan ortak kültürel gelişim kapsamında tarihi filmler ve afişler, tarihi figürleri ele almış, tarihi gerçekleri yeniden üretmiş ve bu sayede izleyicinin belleğinde izler bırakmıştır. Aynı zamanda tarihi konular sosyal, siyasal ve ekonomik yapıyla yakından ilişkilendirilerek geniş bir çerçeve oluşturmuş ve beyaz perdeye yansıtılmıştır. Bütüncül bir bakış açısıyla ulusal bilim, kültür ve sanat arşivleri ait oldukları dönemin ulusal belleğini oluşturan kaynaklardır. Bu anlamda sinema sanatını da içeren milli arşivler, bir milletin geçmişi, yönetim organlarının işleyişi, sosyal, kültürel ve ekonomik hayatı hakkında geçmişte ve günümüzde bilgi veren tarihsel açıdan değerli kanıt kaynaklarıdır.

Osmanlı tarihi filmlerinin konularında ve film afişlerinde tasvir edilen ve kahramanlık duygusu içeren tarih bilinci, nesnel gerçeklik düzeyinde aktarılmakta ve resmedilmektedir. Türk sinema yapımcı ve yönetmenlerinin öncülüğünde tarihi filmlerin vitrini olan film afişleri kültürel ve tarihi değer taşımaktadır. 1950-1960 dönemi Osmanlı tarihi film afişleri yakından incelendiğinde, tarihi film afişlerinde "şahlanan at" ve "kahramanlık" imgelerinin ortak göstergeler bağlamında kullanıldığı görülmektedir. Bu göstergelerin en önemli özelliğinin, milletin sıkıntılı ve zor zamanlarında fedakârlık yapan ve halka her zaman ileriye giden yolu gösteren kahramanların mücadelesinin, örnek duruşları ve öncü rolleriyle afişlerde bir anlamda görselleştirilmesi olduğu düşünülmektedir.

Öte yandan dünya tarihinin hızlı akışı içinde, 15. yüzyılın ikinci yarısının başlarında, 1453 yılında, bir çağı değiştiren/dönüştüren yüksek niteliklere sahip Osmanlı İmparatorluğu'nun yedinci padişahı Fatih Sultan Mehmet'in önderliğinde, büyük emek, fedakârlık ve zorluklarla dolu uzun bir mücadelenin sonunda İstanbul'un kesin fethi gerçekleştirilmiş ve yeni bir çağ açılmıştır. İstanbul'un Fethi filmi, bu başarıları göstermesi ve hatırlatması açısından belli bir temsil stratejisiyle Türk sinemasında önemli bir yere sahiptir. Söz konusu filmin afiş çalışması da Türk tarihindeki bu önemli kahramanların temsil izlerinin takip edilebildiği, siyasi başarının sinemasal hedeflere ulaştırıldığı ve afişlerle görselleştirildiği bir alan olmuştur. Belli bir kahramanlık kurgusunun, benzer özelliklere sahip değerlerin taşıyıcısı olarak afişler aracılığıyla somutlaştırıldığı düşünülmektedir. Bu bağlamda Fatih'in ortak göstergelerle oluşturulan kahramanlık özelliği, atın şahlanmasıyla yansıtılmıştır.

Bu bağlamda Osmanlı dönemi film afişleri arasında yer alan *İstanbul'un Fethi* (1951) film afişleri, kahraman kimliğinin inşasında azim, cesaret ve kararlılık özelliklerini yansıtmaktadır. Tüm kahramanlık özelliklerinin sanatsal bir boyutta ele alındığı ve görselleştirildiği afişlerde at, kılıç, sarık, kaftan ve bayrak ön plandadır. Bu filmleri aynı yıl takip eden Osmanlı filmlerinden *Yavuz Sultan Selim / Yavuz Sultan Selim ve Yeniçeri Hasan* (1951) tarihi film afişinde de benzer özelliklere yer verildiği ve böylece kahramanlık imgesinin pekiştirildiği görülmektedir. Kahramanın gücünün ifadesinin, yılmaz, yıkılmaz güçlere sahip at üzerinde merkezlendiği, tüm milli ve kahramanlık duygularının yükseltildiği, izleyiciyi

etkileyen tüm çekici ve güçlü özelliklerin afişler aracılığıyla sinema izleyicisine yansıtıldığı görülmektedir.

Böylece, tarihi filmlerin karakteristiği olan gerçeklik ekseninde tarihle bir bağ kurarak, tarihi bilgiyi yeniden inşa etme açısından önemi ve değeri, beyazperdedeki başarısıyla ön plana çıkmıştır. Bu bakımdan, tarihsel yapısı nedeniyle, bir film senaryosu içinde geçmiş dönem süreçlerinin yeniden tasarlanmış kurguları bağlamında yaratılan gerçek yaşam kapsamında ele alınan tarihi konularla ilişki kurma sürecinde oldukça kritik bir rol oynamıştır. Böylece, kahramanlığın temsili ile Osmanlı dönemi film afişleri arasında güçlü bir bağ kurulmuş ve film afişleri, Fatih Sultan Mehmet ve Yavuz Sultan Selim'in cesaretini, gücünü ve muzaffer kahramanlığını aktararak kendi özgün yansımalarıyla başarıyla bulunmuştur.

Bu çalışma kapsamında kahramanlıkla ilgili mevcut afişlerde kahramanı oluşturan bileşenlerin ve özelliklerin ifadesi göstergebilimsel yaklaşım dâhilinde afişlerde gösterilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda kararlılık, cesaret, azim, ilham, motivasyon ve zafere götüren nitelikler kahramanlığın unsurları olarak açıkça görülmektedir. Bu bağlamda, hem Fatih Sultan Mehmet'in hem de Yavuz Sultan Selim'in Osmanlı İmparatorluğu'nun yükseliş döneminde gösterdikleri cesaret, kahramanlık, liderlik tarzları ve fetih stratejileri, daha sonraki Osmanlı padişahları için gerçek rol modelleri ve güçlü örnekler olmuştur. Böylece Osmanlı halkının güçlenmesini, ülkenin kalkınmasını ve geleceğe daha büyük bir güvenle birlik içinde ilerlemesini sağlamışlardır. Batı'da ve Doğu'da gerçekleştirdikleri aralıksız fetihler sayesinde kazandıkları zaferlerle Osmanlı İmparatorluğu'nun aralıksız bir biçimde kalkınmasına ve ilerlemesine öncülük etmiş ve kahramanlıklarını tüm dünyaya açıkça göstermişlerdir.

Bu bağlamda, her iki padişahın kahramanlık göstergeleri 1951 yılında Türk sineması kapsamında tasarlanan tarihi film afişlerine muhteşem bir şekilde yansımıştır. Bu bağlamda, kahramanlık davranışı kapsamında risk almışlar, cesaret, erdem, fedakarlık göstermişler ve ortaya çıkan olaylara yüksek sorumluluk ve büyük bir özgüvenle örnek yaratıcı çözümler getirecek şekilde başarıyla müdahale etmişlerdir. En zor koşullarda böylesine kahramanlık vasıfları sergileyen padişahların yüksek insanlık ve liderlik vasıfları, özgün tasarımda açıkça afişlerin merkezinde yer almıştır.

Her iki tarihi filmin gerçek kahramanları, devlet yönetimi sürecini kapsayan eylem ve söylemlerinde güçlü bir kahramanlık nosyonunu açıkça sergilemişlerdir. Yani öncelikle devletin, milletin ve başında bulundukları Osmanlı ordusunu oluşturan askerlerin en temel ihtiyaçlarını karşılamakta, büyük bir özgüvenle önceden belirlenmiş idealler doğrultusunda hedeflerine doğru ilerlemektedirler. Kahramanlığın mitsel temel kriterlerini oluşturan azim, cesaret, sadakat, sevgi, saygı ve hayranlık gibi toplumsal davranışlar kapsamında, devletlerine hizmet etmek için ülke yararına hareket etmiş, gönüllü olarak büyük riskler almış ve kendilerinden beklenen tüm fedakârlıkları büyük bir istekle yapmaya her zaman hazır olduklarını tüm davranış ve eylemlerinde açıkça göstermişlerdir.

Bu anlamda fetih ve seferlerinde devletin gelişmesini ve ilerlemesini kişisel önceliklerinin önünde tutmuşlardır. Başka bir deyişle, insan ölümü gerçeğiyle yüzleşen, ciddi riskler alan, büyük zorlukların üstesinden gelen ve kahramanca davranışlarında etik ilkeleri rehber edinen çok güçlü liderlerdir. Bu anlamda asalet, liyakat, erdem ve rol model olma gibi kahramanlık bileşenlerini içeren ideal bir kahramanlık mitinin temsili tarihi film afişlerine yansıdığı açıkça görülmektedir. Bu bakımdan kahramanlık mitinin özellikleri bakımından cesaret, korkuyu kontrol etme, kişisel güç kaynaklarını etik bir amaca ulaşmak için akılcı, bilinçli ve kararlı bir şekilde kullanma, görünür ve olası risk ve tehditleri içeren zor koşullarda bile gerekeni cömertçe yapma gibi ayırt edici özellikler göstermişlerdir.

Sonuç olarak Fatih Sultan Mehmet'in İstanbul'un fethi ile başlayan şanlı fetihleri Batı'ya doğru genişlemiş ve daha ileri hedefleri amaçlamıştır. Yavuz Sultan Selim ise Doğu'ya doğru seferler düzenlemiş, büyük fetihler yapmış, zaferler kazanmış ve imparatorluğun sınırlarını genişleterek yeni topraklar kazanmıştır. Dolayısıyla farklı bir cesaret, sinerji ve güçlü bir kimlik bağlamında öncü bir konuma ulaşmışlar ve gerçek anlamda kendi yönetim dönemlerinde muhteşem bir kahramanlık göstergesi sergilemişlerdir.

i 1949 tarihli *Vurun Kahpeye*, Lütfi Ö. Akad'ın yönetmenliğini üstlendiği filmidir. Halide Edip Adıvar'ın Kurtuluş Savaşı'nın yeni bittiği dönemde yayınlanan aynı isimli romanından uyarlanan *Vurun Kahpeye*, Kurtuluş Savaşı esnasında Kuva-yi Milliyeci kadın öğretmen Aliye ve onun Anadolu'daki gerici faaliyetlerine karşı olan mücadelesini konu almaktadır.

ii Bu filmler; *Allah Kerim* (1950), Aka Gündüz'ün bir eserinden, ; *Üçüncü Selim'in Gözdesi* (1950), Ziya Şakir'in Sadullah Ağa romanından ; *Yavuz Sultan Selim Ağlıyor* (1952), Feridun Fazıl Tülbentçi'nin aynı adlı romanından; *Hürriyet Şarkısı* (1952), Zübeyroğlu Fuat'ın "Yurdumuz" adlı kitabından uyarlanmıştır.

iii Örneğin; İstanbul'un Fethi Dergisi'nde (1948), İstanbul'un Fethi'ne odaklanılarak renkli ve baskı resimlerle fetih süreci anlatılmıştır. İstanbul'un Fethi (1948). Gustave Shlumberger (H. Varoğlu, Çev.). İstanbul: Yeni Mecmua.

iv Film, Türk sinemasının o tarihe kadar görmediği bir bütçeyle, 300 bin lira gibi büyük bir bütçeyle çekilmiştir. Çekimlerde kullanılan kostümlerin, mahalli sahnelerin ve dekorların büyük bir itinayla hazırlanarak hatasız olması için çalışıldığı söylenebilmektedir (Çalapala, 1950, s. 31).

Kaynakça

- Adanır, O. (2003). Sinemada Anlam ve Anlatım. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Agocuk, P. (2014). "Amarcord Filmi Özelinde Göstergebilimsel Film Çözümlemesi ve Anlamlandırma". Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi. 7 (31): 8-17.
- Akerson, F. E. (2005). Göstergebilime Giriş. İstanbul: Multilingual.Seel, N. M. (1999). Educational Semiotics: School Learning Reconsidered. Journal of Structural Learning and Intelligent Systems, 14(1), 11-28.
- Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Atabek Ümit (2007), Medya Metinlerinin İncelenmesi. Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Ayça, E. (1996). Yeşilçam'a Bakış. S., M. Dinçer (Haz.). *Türk Sineması Üzerine Düşünceler* (s. 129-148). Ankara: Doruk.
- Bakanlığı Yayınları.Fiske, J. (2003). İletişim Çalışmalarına Giriş. (Çev. S. İrvan). Ankara: Ajans Türk Yayınları.
- Barthes Roland: (1979). Göstergebilim İlkeleri, çev. Berke Vardar-Mehmet Rifat, Ankara: Kültür Bakanlığı.
- Barthes, R. (1979). Göstergebilim İlkeleri. (Çev. B. Vardar ve M. Rifat,). Ankara: Kültür
- Barthes, R. (1991). Mythologies (A. Lavers, Trans.). New York: The Noonday Press.
- Barthes, R. (2014). Çağdaş Söylenler (T. Yücel, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Becer, E. (2011). İletişim ve Grafik Tasarım. Ankara: Dost Kitabevi.
- Berkman Köseleli, Berna, (2022), "Hazır Gıda İçerikli Reklamlar Üzerine Göstergebilimsel Bir Analiz: Knorr Ürünleri Örneği", Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi - Sayı 9 / Güz 2022, s.46-67.
- Bingöl, Sedat, "Roland ve Barthes'in Mit ve Burjuva İdeolojisi", Klikya Felsefe Dergisi, Sayı: 1, Nisan 2024, 33-49.

- Bircan, Ufuk, (2015), "Rolan Barthes ve Göstergebilim", Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi, Cilt 13, Sayı 26, s.17-41.
- Boztaş, E. (2017). Organ Bağışı Temalı Sosyal Afiş Tasarımlarının Göstergebilim Yöntemi ile Analizi.
- Campell, J. (2015). Kahramanın Sonsuz Yolculuğu. İstanbul: İthaki Yay.
- Culler, J. (1985). Saussure. İstanbul: Afa Yayıncılık.
- Çalapala, R., Cem, C., Solelli, S. (haz.). (23 Haziran 1950). Yeni Bir Film. *Hafta*, 39.
- Çalıköğlu, Z. (13 Ekim 1950). İstanbul'un Fethi. *Perde*, 50.
- Das-Friebel, A., Wadhwa, N., Sanil, M., Kapoor, H., & Sharanya, V. (2017). Süper Güçlerin Varsayımsal Kullanımı Yoluyla Özgeçilik ve Bencilliğin Araştırılması. *Journal of Humanistic Psychology*, 1, 1-28.
- Değerli, Simla Ahu, (2021), ""Göstergebilimsel Çözümleme Yöntemi ile Sosyal Ağ Konulu Afişlerin İncelenmesi", Asya Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 5 - Sayı: 18 s. 179-188.
- Denli, Salih (1997), Göstergebilim Açısından Grafik İşaret Anlamlarının Analizi, Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Dorsay, A. (1984). *Sinema ve Çağımız*. İstanbul: Hil.
- Eliada, M. (2016). Mitlerin Özellikleri. İstanbul: Alfa Yay.
- Erturgut, R., Soyşekerci, S. (2010). Yavuz Sultan Selim'in Dönüştürücü Liderlik Davranışları Hakkında Bir İnceleme. *Turkish Studies International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*. 5/2, s. 964-985.
- Fiske, J. (2003). İletişim Çalışmalarına Giriş. (Çev. S. İrvan). Ankara: Ajans Türk Yayınları.
- Guiraud, P. (2016). Göstergebilim, (Çeviren: M. Yalçın). Ankara: İmge Kitabevi.
- Günay, V. D. (2002). Göstergebilim Yazıları. İstanbul: Multilingual Yayınevi.
- Barthes, R. (2005). Göstergebilimsel Serüven. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Hammer, J. V. (2011). *Fatih Sultan Mehmed Cihan İmparatoru* (Çev. Ş.K.Bilir). İstanbul: Kariyer.
- Hoyt, C. L., Allison, S. T., Barnowski, A. & Sultan, A. (2020). Kahramanlık ve liderlik teorileri: Cinsiyet, cemaat ve eylemliliğin rolü. *Sosyal Psikoloji*, 51(6), 381-395.
- Jung, Carl, G., (2004). İnsan Ruhuna Yöneliş (Çev. Engin Büyükinal). İstanbul, Say Yayınları.
- Kalaman, S., Bat, M. (2014). Toplumsal Cinsiyet Açısından Axe Basın İlanlarının Göstergebilimsel Analizi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16 (Özel Sayı I), 128-136.
- Kulakoğlu, O. (2019). Günümüz Sinema Filmi Tanıtım Sürecinde Üretilen Film Afiş Türler. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Kuşat, A. (2003). Fatih Sultan Mehmet'in Kişiliği ve Fetihteki Rolü. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 14,1. s. 131-148.
- Küçükeroğlu, G. (2018). Mustafa Necati Sepetçioğlu'nun Romanlarında Kahramanlık Miti. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi. Isparta.
- Küçükeroğlu, G. (2018). Mustafa Necati Sepetçioğlu'nun Romanlarında Kahramanlık Miti. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi. Isparta.
- Levi-Strauss, C. (2013). Mit ve Anlam. İstanbul: İthaki Yay.

- Lotman, Y.M. (1999). *Sinema Estetiğinin Sorunları Filmin Semiyotiğine Giriş*. (Çev. O. Özügöl). Ankara: Öteki Ajans.
- Moriarty, M. (1991). *Roland Barthes*. Stanford: Stanford University Press.
- Özgüç, A. (2005). *Türlerle Türk Sineması, Dönemler/Modalar/Tipler*. İstanbul: Dünya.
- Özmutlu, A. (2009). *Grafik Tasarım Atelye Derslerinde Afiş Konusunun Uygulama ve Çözümleme Süreçlerinde Göstergebilimsel Çözümleme Yönteminin Kullanımı*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), (Doç. Dr. Ata Yakup Kaptan), Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özön, N. (1962). *Türk Sinema Tarihi*. İstanbul: Artist.
- Özuyar, A. (2007). *Devlet-i Aliyye'de Sinema*. Ankara: De Ki.
- Parsa, A.; Güney, D. (2003). *Görsel Göstergebilim İmgenin Anlamlandırılması*. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi Yardımcı Kaynaklar. Parsa, S. (2008). *Film çözümlemeleri*, İstanbul: Multilingual Yabancı Dil.
- Parsa, S. ve Parsa A. F. (2012). *Göstergebilim Çözümlemeleri*. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.
- Rıfat, M. (2000). *Gösterge Eleştirisi*. İstanbul: Tavan Arası Yayıncılık.
- Rıfat, M. (2009). *Göstergebilimin Abc'si* (3. Baskı). İstanbul: Say Yayınları.
- Saussure Ferdinand de (1985). *Genel Dilbilim Dersleri*, çev. Berke Vardar, Ankara: Birey ve Toplum.
- Saussure, F. (1976). *Genel dilbilim dersleri 1*. (B. Vardar, Çev.). Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Sayın, Ö. (2014). *Göstergebilim ve Sosyoloji*. Anı Yayıncılık: Ankara.
- Sığircı İ. (2017). *Göstergebilim Uygulamaları, Metinleri, Görselleri, Sanat Yapıtlarını ve Olayları Okuma*. Ankara: Seçkin Akademik ve Mesleki Yapımlar.
- Sığircı İ. (2017). *Göstergebilim Uygulamaları, Metinleri, Görselleri, Sanat Yapıtlarını ve Olayları Okuma*. Ankara: Seçkin Akademik ve Mesleki Yapımlar.
- Tekinoğlu, H. (2015). *Fatih Sultan Mehmet Han ve Liderlik Sırları*. İstanbul: Kamer.
- Tıgılı, İ. (2012). *Film Afişleri Tasarımında Göstergeler*; Prof. Yurdaer Altıntaş'ın Film Afişleri Çözüm Örneği. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Trivers, R. L. (1971). *Karşılıklı özgeciliğin evrimi*. *Quarterly Review of Biology*, 46, 35-57.
- Türk Yayınları.
- Yalçın Çelik, D. (2005). *Yeni Tarihselcilik Kuramı ve Türk Edebiyatında Postmodern Tarih Romanları*. Ankara: Akçağ.
- Yalçın, A. (2002). *Siyasal ve Sosyal Değişmeler Açısından Cumhuriyet Dönemi Türk Romanı (1920-1946)*. Ankara: Akçağ.
- Yalur, R. (2013). *1990 – 2013 Yılları Arasında Afiş ve Sosyal Afişlerin Grafik Tasarım ve Teknolojik Açından İncelemesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Yavuzer, Nurgül, (2011), "Arketipsel Sembollerle 'Perseus' Kahramanlık Mitinin Analizi", İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Yıl: 10 Sayı: 19 Bahar 2011 s.193-205.
- Yavuzer, Nurgül, (2011), "Arketipsel Sembollerle 'Perseus' Kahramanlık Mitinin Analizi", İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Yıl: 10 Sayı: 19 Bahar 2011 s.193-205.
- Yıldız, P. (2007). Görsel Semiyotik Eleştiri Kuramları Bağlamında Film Sahnelerine Yaklaşım ve Ülkemizden Seçilmiş İki Örnekle Analiz Çalışması, VIII. Uluslararası Görsel Semiyotik Kongresi, Cilt 1.
- Yılmaz, A. (2020). Kamu Hizmeti Reklamlarında İnsan Ticareti Sunumu: Roland Barthes'ın Mit Olgusu Üzerine Semiyotik Analiz. Göç Çalışmaları Dergisi, 6(1), 8

Görsel Kaynaklar

- Görsel 1:** İstanbul'un Fethi Dergisi, (1948)
- Görsel 2:** Resimli Tarih Mecmuası (1950)
- Görsel 3:** tsa.org.tr
- Görsel 4:** tr.wikipedia.org
- Görsel 5:** tsa.org.tr
- Görsel 6:** Milli Kütüphane



Tüketim Kültüründe Kadın Bedeni ve Güzellik Miti: Substance Filminin Göstergebilimsel Analizi

Beauty Myth and Woman Body in Consumer Culture: Semiotic Analysis of the Substance

Ebru ÖZEN¹

Geliş Tarihi (Received): 25.01.2025

Kabul Tarihi (Accepted): 30.04.2025

Yayın Tarihi (Published): 25.05.2025

Öz: Bu çalışma, Substance filmi örneğini medyada kadın bedeninin tüketim nesnesi olarak temsilini Naomi Wolf'un Güzellik Miti teorisi çerçevesinde ve yapısalcı Levi-Strauss ile Roland Barthes'ın ideolojik göstergebilimsel çözümleme yöntemleriyle incelemeyi amaçlamaktadır. Substance filmi, güzellik idealleri kurgusu karşısında mücadele verirken karşılaştığı zorluklarla mücadele için ona sunulan bir maddeyi kullanan Elisabeth Sparkle'in hikâyesini anlatmaktadır. Filmin hikâyesi ve karakterler, tüketim toplumunda kadın bedeninin nesneleştirilmesine ve güzellik miti kurgusunun bireyin yaşamındaki etkisine yönelik güçlü bir analiz fırsatı sunmaktadır. Güzellik miti teorisi kadının toplumdaki yerinin eril güzellik kurgusuyla kısıtlanmasını, Barthes kadının güzelliğinin ideolojik mitlerle doğallaştırılmasını ve Levi-Strauss alt metindeki karşıtlıkların nasıl bu anlam sistemini oluşturduğunu incelemektedir. Araştırma güzellik mitinin iş, kültür, cinsellik, din, açlık ve şiddet temalarının her birinin altında tüketim kültüründe sinemadaki kadın bedeni temsilini yapısalcı bakış açısıyla ideolojik düzeyde ortaya çıkarmıştır. Çalışma, sinemada kadın bedenini hem yapısalcılık açısından hem de ideolojik düzeyde eleştirel bir bağlamda ele alarak literatüre katkı sağlamıştır.

Anahtar Kelimeler: Sinemada Kadın Bedeni, Göstergebilim, Tüketim Kültürü, Güzellik Miti

&

Abstract: This study aims to analyse the film Substance through Naomi Wolf's Beauty Myth Theory and with semiotic analysis methods of structuralist Levi-Strauss and Roland Barthes. Substance tells Elisabeth's story using a substance to combat the difficulties while struggling against the construct of beauty ideals. Story and characters offer a chance to analyse objectification of the woman body in consumer society and beauty myth's impacts on personal life. Beauty myth theory examines how women's social place is restricted by masculine constructions of beauty. Barthes examines how woman's beauty is naturalised by ideological myths, and Levi-Strauss examines a system of meaning created by subtextual oppositions. Findings revealed representation of woman's body in cinema of consumer culture under work, culture, sexuality, religion, hunger and violence themes of the beauty myth at structuralist and ideological levels. The study contributed to the literature by addressing the woman body in cinema in a critical context at both structural and ideological levels.

Keywords: Woman Body in Cinema, Semiotics, Consumption Culture, Beauty Myth

Atıf/Cite as: Özen, E. (2025). Tüketim Kültüründe Kadın Bedeni ve Güzellik Miti: Substance Filminin Göstergebilimsel Analizi, Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 10(19): 25-46.

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

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University– Bolu

¹ Yüksek lisans öğrencisi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı, Bolu, Türkiye, 2312911002@ogrenci.ibu.edu.tr, ORCID: 0009-0001-0995-1393.

Giriş

Kadın bedeni, geçmişten günümüze yalnızca biyolojik bir varlık olmanın ötesinde pek çok toplumsal, kültürel, siyasal, ekonomik, psikolojik ve felsefi dinamiğin odağında yer almış ve dolayısıyla kontrol mekanizmalarının hedefi haline gelmiştir. Günümüzde bu kontrol mekanizmalarının etkisi; kimlikleri, toplumsal roller ve değerleri yeniden üreten/tanımlayan post modern tüketim kültürü ve medya aracılığıyla daha yaygın ve güçlü hale gelmiştir. Medya, tüketim kültürünün iktidar ilişkileri içerisinde yeniden ürettiği “normal”, “ideal” ve “standart” temsillerini geniş kitlelerinin tüketimine dönük birer ürün olarak pazarlamaktadır (Yücel, 2019, s.4). Başka bir deyişle medyanın bu denli etkili olduğu günümüz tüketim toplumunda ideal kadının bedeni; estetik, sağlık, gençlik, seksilik vb. güzellik idealleri ile temsil edilmektedir. Bunun bir sonucu olarak post modern dönemde benlik ve beden arasında refleksif bir ilişki inşa edilerek bedeniyle benliği tanımlanan bireyler toplumu ortaya çıkmıştır (Gürler, 2018).

Erken yaşlardan itibaren görsel imgeler, sözlü metinler ve hikâyelerin oluşturduğu reklamlara, haber içeriklerine, dijital yayınlara ve filmlere maruz kalan bireylerden oluşan tüketim toplumunda ideal olanı belirleyen kitle iletişim araçlarından biri de sinemadır (Saliji, 2009). Sinema; sadece görsel ve işitsel bir deneyim sunmakla kalmayıp sosyal kimlikler, toplumsal değerler ve ideallere yönelik etkili anlatılar servis etmektedir. Ekran bireye hikâyeler anlatır ve izleyici gerçekliği deneyimlemek yerine bu hikâyelerden öğrenir (Yücel, 2019: 4). Dolayısıyla, sinemada kadın bedeni ile ilişkilendirilen güzellik idealleri bireysel birer tercih değil; tüketim toplumunda ideolojileri yansıtan bir araç olmuştur. Medyada oluşturulan toplum normları ve güzellik idealleri doğrultusunda resmedilmiş genç, güzel, ince, estetik, kusursuz, sağlıklı, seksi beden algısı kadını tüketim nesnesi olarak metalaştırmaktadır.

Sinemadaki görsel anlatı iki ayrı yolla anlam taşıyıcı olarak değerlendirilebilmektedir. Bunlardan ilki bedenin sözsüz iletişim dili oluşturmak için konumlandırılması, görünümü, verdiği poz ve yüzdeki ifadedir. İkincisi ise sinemada görsel anlatılar aracılığıyla yaratılan söylemsel metindir (Duncan, 1990: 22-43). Elisabeth ve Sue toplumun normlarını ve güzellik miti ideallerini somutlaştırarak bedenin sözsüz iletişimini sergilerken filmde yer alan imgeler anlam dünyasına eklenerek anlatının söylemini ortaya çıkartır. Anlatıdaki karşıtlıklar ve hikâyedeki güzellik miti Barthes'ın ve Levi Strauss'un geliştirdiği göstergebilimsel yöntemler bir arada kullanılarak analiz edilecektir.

Amerikalı gazeteci Naomi Wolf (2002), kadınların kamusal alanda güç kazanmaya ve daha görünür olmaya başlamasıyla ortaya çıkan kadın bedenine yönelik yaygınlaştırılan ve evrensel, nesnel olduğu iddia edilen güzellik anlayışını eleştirel bir perspektiften mercek altına almıştır. Yazar, güzelliğin doğal bir algı olmadığını, kadınları eril bir hâkimiyet altında tutabilmek hedefiyle inşa edilmiş bir yanıltmaca olduğunu öne sürmektedir. Toplum ve ekonomi dinamikleri tarafından oluşturulan bu güzellik kurgusu yalnızca toplumsal cinsiyet hiyerarşileri oluşturup kadını toplumda ikincil bir konumda tutmakla kalmayıp aynı zamanda kadından ekonomik bir fayda sağlamaktadır. Yani kadın hem tüketen hem tüketilen hem de tükettirendir. Konvansiyonel toplumun cinsiyet rolleri feminist hareket tarafından sorgulanırken Wolf'a göre modern toplumca ortaya çıkarılan güzellik miti de aynı ideolojilere hizmet etmektedir. Öyle ki; reklamlar bulaşık deterjanından estetik cerrahiye geçiş yapmış olsa da hedef yine kadın ve kadın bedenidir. Kadın bedeni metalaştırılırken kadın da tüketici olarak kusurlarını örten ürünleri almaya teşvik edilmektedir. Bu düzeni var etmek ve devamlılığını sağlamak adına yapılan güzellik tanımlamaları kitapta “güzellik miti” olarak anılmaktadır (Ramati-Ziber vd., 2020). Bu çalışmada, güzellik miti başlığı altında ele alınan iş, kültür, din, cinsellik, şiddet ve açlık (Wolf, 2002) temaları doğrultusunda bir analiz yapılacaktır ve güzellik mitinin doğallığı/yapaylığı ve karşıtlıklar üzerine inşa edilen modern mitsel anlatıları değerlendirecektir. Mitler, toplumdaki komplike sosyal sorunların anlamlandırılabilmesi adına oluşturulan evrensel anlam sistemleri içeren kültürel anlatılar olarak tanımlanmaktadır. Yapısalcılığı benimseyen Claude Lévi-Strauss (1986), mitleri dil gibi düşünerek göstergebilimsel çözümleme yaparken toplumsal karşıtlıkların oluşturduğu anlam sistemleri ortaya

çıkarmayı amaçlar. Roland Barthes (2003) da modern dünya mitleri ile ilgilenir. Bu mitlerin ideoloji doğrultusunda doğallaştırıldığını ve böylece bir anlam üretildiğini öne sürer. Çalışmadaki güzellik mitinin göstergebilimsel çözümlemesinde karşıtlıklar ve ideolojik çözümleme (denotasyon ve konotasyon tespit edilerek) bir arada kullanılacaktır.

2024 yılında yayınlanan Substance filminin hikâyesi araştırmacı tarafından medyada güzellik mitini doğallık ve karşıtlık bağlamında ele almak için seçilmiştir. Substance (Cevher), medya sektöründe aerobik/fitness programı sunarken bedenini de sergileyerek şöhret ve para kazanan bir kadının zaman içinde yaşadığı zorlukları ve çözüm arayışlarını ele almaktadır. Filmin merkezinde yer alan ana karakterlerin iş, kültür, din, cinsellik, şiddet ve açlık temalarıyla betimlenebilecek güzellik mitinin kalıp yargılarıyla karşı karşıya kalması Substance (Cevher) filminin bu araştırma için araştırmacı tarafından seçilmesine sebep olmuştur. Güzellik mitinin gündelik hayat pratiklerindeki yansımaları çarpıcı bir anlatıyla işleyen film, hem ideal güzellik algısını topluma ileten bir araç olan medya sektöründe kurgulanması hem de kadının işinin de medya sektöründe olması açısından araştırma için kapsamlı bir örnek sunmaktadır.

Bu çalışmanın amacı; medyada kadın bedeninin tüketimi bağlamında güzellik miti ideallerinin ve bu ideallerin bireylerde oluşturduğu toplumsal baskının sinemada nasıl temsil edildiğini göstergebilimsel bir yöntemle değerlendirmektir. Bu amaç doğrultusunda Substance filmindeki eleştirel bakış açısı tespit edilecektir. Çalışmada ele alınacak araştırma soruları şunlardır:

Sinemada tüketim kültürü nesnesi olarak kadın bedeni ve kadın bedeninin medyadaki temsili Substance filmi örneğinde nasıl sunulmaktadır ve bu sunum şekli toplumsal mitlerle nasıl ilişkilendirilmektedir?

Medyada kadın bedeninin tüketim kültürü nesnesi olarak metalaştırılması Substance örneğinde nasıl temsil edilmektedir?

Tüketim kültüründe sağlık, gençlik, estetik ve güzellik ideallerinin Elisabeth Sparkle ve Sue'nun hikâyelerindeki temsilleri Naomi Wolf'un Güzellik Miti teorisi ekseninde hangi anlamları kazanmaktadır?

Filmde güzellik ve gençlik mitlerine ilişkin göstergelerdeki düz anlamlar ve yan anlamlar Barthes'ın göstergebilimsel çözümleme yöntemi ile, karşıtlıklar Saussure'ün göstergebilimsel çözümleme yöntemi ile nasıl deşifre edilebilir?

1. Kuramsal Çerçeve

Günümüz post modern toplumunda kadın bedeninin medya aracılığıyla tüketimini ele alacak olan bu çalışmada kuramsal çerçeve, araştırmanın amacına yönelik yürütülecek olan göstergebilimsel analiz için Tüketim Kültüründe Beden, Güzellik Miti ve Kadın Bedeninin Kontrolü ve son olarak Sinemada Kadın Bedeni başlıklarıyla bir art alan bilgisi sunacaktır. Kadın bedeninin tüketim nesnesi olarak temsili ve ona dayatılan ideal güzellik standartları kadın bedeninin ideolojik yüküne de değinmeyi gerekli kılmıştır. Araştırma kapsamında incelenecek olan örneğin bir sinema filmi olmasından dolayı sinemada bedenin tüketimi konusunu ele alan çalışmalara da yer verilmiş ve bu çalışmanın özgünlüğüne değinilmiştir.

1.1. Tüketim Kültüründe Beden

Tüketim kültürü, bireyin kimliğini tüketim nesneleri aracılığıyla tanımladığı post modern toplumlarda hâkim olan yaşam şeklidir (Baudrillard, 2010). Bu toplumda giyilen ayakkabıdan sıkılan parfüme bütün tüketim nesneleri kimliği oluşturan birer nesnedir. Bunların her biri de bedeni bir temsil aracı olarak sergilenmesine aracılık eden göstergelerdir. Bedenin tüketim toplumu bağlamında tanımlanması sınıfsal ayrımlar üzerinden yapılırken ait olunan sosyal sınıfa dair kültürel ve ekonomik sermayenin beden ile somutlaştığı varsayımı merkezdedir. Bourdieu'nun en kapsamlı ve etkili tanımını sunduğu "Habitus" kavramı, bu durumu betimlemek için toplumsalın kültürel, tarihsel ve ekonomik yargılarının bedende

cisimleşmesi olarak kullanılmaktadır. Bu sayede beden ait olunan sosyal sınıfı görünür kılma görevini üstlenir (Bourdieu, 1990). Douglas ve Isherwood (2002) nötr olan tüketim pratiklerinin toplumsal anlamlar ve bireysel tercihlerle şekillenebileceğini ve sınıflar arası geçişin de bu sayede akışkan olabileceğini öne sürmektedir. Böylece gösterişçi tüketim alışkanlıkları yaygınlaşmaktadır. Gösterişçi tüketim, toplumsal bir farklılaşma yöntemi olarak üst sınıfın ya da üst sınıfa ait olmak isteyen bireylerin bunu tüketim nesneleriyle sembolleştirerek sergilemesidir (Sakarya vd., 2020). Bu da yine beden ile yapılabilir. Bourdieu'ın habitusuna göre içselleştirilen sosyal sınıf bireyin bedeninde sınırlarını tanımlayabilmektedir.

Bauman (2001), tüm bu aitlik ve gösteri uğraşları içerisinde bedeni bir proje olarak ele almaktadır. Ona göre beden, dışarıdan uyarılmaya ihtiyaç duyan haz almak için deneyimleyen bir projedir. Ne kadar haz kaynağına açık hale getirilirse, ne kadar geliştirilirse, ne kadar arzu edilir olursa beden o kadar uygun hale gelecektir. Günümüzde sıkça karşılaştığımız fitness (uygunluk) Bauman tarafından bu şekilde yorumlanmaktadır. Fakat bu uygunluk hiçbir zaman ulaşılamayacak bir hedef olarak tüketim kültürünün devamlılığını sağlamaktadır. Dolayısıyla, tüketim nesnesi haline gelen beden yalnızca gelişmiş bir tüketim nesnesi olarak yeniden inşa edilecektir. Modern dönemin ulus devletinin müdahalesiyle şekillenen beden ve post modern tüketim nesnesi olan beden arasındaki temel fark modern beden mükemmelliğinin yerini post modern beden eğitiminin almış olmasıdır. Beden eğitilebilir ve bedeni iyileştirmek hep bireyin nihai amacı olarak kalacaktır. Sınıfsal akışkanlığın da mümkün olabileceği iddiası (Douglas ve Isherwood, 2002) doğrultusunda bedenin iyileştirilmesi sonsuz bir tüketim döngüsüne dönüşecektir. Fakat kusur korkusu da aşılabılır bir duygu olmayacaktır. Böylece post modern dönemin beden eğitimcisi bireyler, hep bir başarı ve kusursuzluk kaygısı ile yaşamak zorunda kalacaktır.

Featherstone (1982), tüketim toplumunda gündelik hayat pratiklerinin estetikleşmesine vurgu yapmaktadır. Tüketim toplumunda bedeni ise iç beden ve dış beden ayrımı üzerinden ele alır. Ona göre post modern tüketim toplumunda bu ikisi iç içedir. Sağlıklı olmak gibi kriterlerle iç beden iyileştirilmesi dış beden de estetiğine katkı sunmaktadır. İnce olmak optimal düzeye erişen iç beden en iyi görüntüsü değildir. Burada temel amaç bedenin sağlığı ve hareketliliğidir; zayıflığı değil. Tüketim kültürü içinde beden Baudrillard (2010, s.168) tarafından bütün tüketim kültürü nesnelerinden ayrı, daha üst bir yere konumlandırılır; kıymetli, güzel, eşsiz olarak nitelendirilir. Püritanizm çağının ruhun bedene üstünlüğü ve ruhun bedenin giysisi olduğu inancı, tüketim kültüründe yerini bedenin bir kurtuluş ve özgürleşme nesnesi olduğu öğretilmesine bırakmıştır. Böylece beden yeniden tanımlanmış ve bambaşka bir anlam kazanmıştır. Tüketim kültüründe bedenin süslenmesi, ışıltısı, eşsizliği onu bir nesne olmaktan öteye götürememiştir. Yani beden ne özgürleşmiş ne de kurtulmuştur (Yücel, 2019, s.23-24). Püritanizm çağında bedenin değersizliği öğretilen insanlara artık bir bedenleri olduğu sık sık hatırlatılmaktadır. Statü sahibi olabilmek için bedenin varlığını unutmak mümkün değildir.

1.2. Güzellik Miti

Tüketim toplumunda beden konusundaki yorumlamaların ortak noktalarından bir tanesi yapısalcılıkta olduğu gibi toplumu önce sınıflara, sonra bireylere indirgeyerek çözümlemesi ve bireyi de bedenindeki parçalar ve sembollerle tanımlamasıdır. Böylesine parçalanmış ve sembolleştirilmiş bedenin kurtuluşu ve pek çok sinyale maruz kalan bireyin seçim özgürlüğü birer yanılsamadır (Baudrillard, 2010). Post modern dönemde özgürlük ve kurtuluş tanımı beden üzerinden yapılırken bedenin hâkimiyeti ve mülkiyetinin kimde olduğu konusu ayrı bir tartışma noktasıdır. Modern dönemde ulus devletlerin beden üzerindeki tahakkümü post modern dönemde özgür olduğunu düşünen bireyin denetimin hem öznesi hem de nesnesi haline gelmesiyle sonuçlanabilmektedir (Bauman, 2001, s.158). Ancak toplum, ideoloji ve birey etkileşiminde sorumluluğu yalnızca bireye yüklemek de toplumsal denetimin görmezden gelinmesine sebep olabilmektedir. Bu farkındalıktan yoksun bireyler, göstergelerin ideolojik arka planını görmezden gelebilmektedir.

Beden üzerinden oluşturulan baskı ve denetim, toplumun kontrolü altına alamadığı her nesneyi potansiyel bir tehdit gibi görmesinden kaynaklanmaktadır. Bu da bedenin toplumsal kontrol

mekanizmaları aracılığıyla denetlenmesi anlamına gelmektedir (Fiske, 1999, s.89). Yasal düzenlemeler bu kontrolün bir boyutu iken bireylerin kurallara uymaya kendilerinin razı olması da mümkündür. Kıymetli, güzel ve eşsizlik ile nitelendirilen beden, aslen kadın bedenidir. Bu sebeple de estetik, güzellik, cinsellik söylemleri ve arzu ile ilişkilendirilen söylemler genelde kadın bedeni ile özdeşleştirilir. Mitsel açıdan bakıldığında da kadın doğuran, üremenin merkezindeki beden olduğundan doğallık ile özdeşleştirilir. Çünkü cinsellik doğaya tabidir (Baudrillard, 2010). Foucault'nun (2007) biyoiktidar kavramı da bu doğallığın kadın bedeni üzerinden kontrolünü ve tanımlanmasını ele alan önemli bir olgudur. Gözetim ve denetim biyoiktidarın anahtar kelimeleridir. Kadın bedeni üzerindeki gözetim ve denetim, kadının bedenini bir strateji nesnesine dönüştürmüştür. Onu bir makine gibi ehlileştirerek ekonomik mekanizmalarla birleştirmiş ve nüfusu yapılandıran denetim ağının merkezine almıştır. Kadını kontrol etmek için başvurulan mekanizmalar da ideolojileri anlatılara dönüştürerek anlam sistemleri oluşturur. Çalışma, bu varsayıma dayandırılarak anlam sistemlerini incelemek için göstergebilim analizine başurmaktadır.

Kadınlığın evin içinden ve dışından yine ev üzerinden tanımlanması, kadının eve özgü eylemlerle özdeşleştirilmesine sebep olmuştur. Bununla beraber kadını evde tutmak erkek egemen ideolojinin de bir kazanımı olarak değerlendirilebilmektedir. Kadına deterjan satışı yapmak kadının kamusal alana girmesine kadar etkili bir yöntem olarak kullanılmıştır. Ancak toplumsal yapı içerisinde iş hayatıyla da bir statü edinmeye başlayan kadın, artık deterjan reklamları ile kontrol edilebilir olmaktan çıkmıştır. Deterjan ile de inşa edilen kadın kimliği, kadının bedeni üzerinden yeniden tanımlanırken (Alyakut, 2016; Tayanç, 2010) evin dışına çıkmasıyla başka alanlardaki kontrol mekanizmalarını da harekete geçirmiştir. Bu noktada Naomi Wolf, günümüz toplumunda kadının bedeni üzerinden yapılan güzellik ideallerini güzellik miti başlığı altında ele almıştır. Medya, deterjan satışı yaptıran reklamlar örneğinde olduğu gibi estetik, zayıflık, güzellik satışını da sağlayan bir alan olarak hizmet sunmaya devam etmektedir. Kamusal alanda söz ve rol sahibi olan günümüz kadınının eril hâkimiyet altında olmasını sağlamak için kadın, güzellik kisvesi altında bir kimlik yaratmak arzusuyla güzellik miti ile sınanmaktadır. İş, kültür, cinsellik, din, açlık ve şiddet başlıkları altında değerlendirilen güzellik miti; kadını ve kadın bedenini zayıflık, gençlik, kusursuzluk, hatasızlık gibi sıfatlarla tanımlayan bir anlam sistemini tasvir etmektedir (Wolf, 2002).

Featherstone'un (1982, 18) güzellik imajının endüstriyel pazarlama ürünleri ile birleştirilerek satışa sunulduğu görüşü bu noktada önem kazanmaktadır. Kadınlar başka kadınlar ile aynı "marka"yı kullanmaktan haz duymaktadır. Haz artık kadın için kullanım amacının ortaya çıkardığı anlamdan bağımsız yeni ideolojik anlatılar üzerinden tanımlanmaktadır. Bu anlatılar, marka kullanımı ile haz alınacağı, haz alınarak mutlu olunacağı ve mutlu olunarak da toplumda statü edineceğini vurgulamaktadır. Araştırmanın örneği olarak seçilen Substance filminin bir sahnesinde de patronu ana karaktere önce genç olmayı, sonra güzel olmayı öğütlerken mutlu olmayı da dayatmaktadır. Çünkü mutlu olmak da güzellik ideallerinden bir tanesidir. Kadın yalnızca bedeniyle değil duygularıyla da ideal olmalıdır.

Tüketim kültüründe kadınlar, bedenlerine yapılan müdahaleyi kendileri talep etmekte, buna rıza göstermekte ve hatta bundan memnun olmaktadır (Baudrillard, 2010). Fitness salonlarında saatlerce vakit geçiren kadınlar, tüketim kültüründe birer nesneye dönüşürken hep daha güzel, daha sağlıklı, daha estetik, daha ince, daha genç, daha "kadın" olmak isteme arzusundadır. Ekrandaki uzmanlar artık bedene dair öğretileri öğütlerken kadın, bedeni için yapması gerekenleri içselleştirerek içsel bir denetim mekanizması kurmaktadır. Böylece beden-iktidar ilişkisinde kadın, iktidarın sesi ile özveri reçetelerine uyup kendi öz talimini var etmektedir (Bauman, 2001). Ancak medyanın da bu öz talimi oluşturmadaki etkisi yadsınmaz.

1.3. Sinemada Kadın Bedeni

Medya; kadın bedeninin toplumda yeniden tanımlanması ve tüketim kültürü nesnesine dönüşmesinde çok önemli bir rol almaktadır. Örneğin; reklamlar, Featherstone (1982, s.19)'nun da belirttiği gibi, önce markalarla bir güzellik algısı yaratmakta sonra da endüstrinin ürünlerini bu algı ile kadına satmaktadır. Böylece kadın idealize edilmiş kadın bedeniyle aynı ürünleri kullanıyor olmaktan memnuniyet duyarak sistemin devamlılığını sağlamaktadır. Medyada idealize edilen güzellik, ulaşılması gereken bir hedef haline dönüşmektedir (Bauman, 2001: 56-157). Görsel ve işitsel imgelerle anlamı üreten hikâyeleri bireylere ulaştıran kitle iletişim araçları, kadın bedenini sadece bir unsur ya da karakter olarak değil toplumun normları ve ideallerinin reaktif bir yansıması olarak sunmaktadır. Görsel ve işitsel duyumlara aynı anda hitap edebilen bir tür olan sinema, hem hikâyesinde hem de hikâyedeki unsurlarda barındırdığı göstergelerle genel anlamı üretmekte ve izleyicilere deneyime alternatif olarak bu anlamları sunmaktadır (Saliji, 2019).

Sinemada hem kadın hem erkek bedeni, hikâyenin ana konusunun belirleyicisi olarak konumlandırılabilir. Bilim kurgu filmlerinde hâkim olan ruh ve beden ikilemi, bazı filmlerde idealize bedenlerle kurgulanmış erotik vurgu, bedenin bir uzvu ile çıkış noktası yakalamış ana anlatı gibi doğrudan bedenin ele alındığı filmlerin (Saliji, 2019) yanı sıra kadın ve erkeğin karşıtlığı üzerine kurgulanmış filmler de mevcuttur. Laura Mulvey (2006: 810), feminist bir perspektiften eleştirel olarak ele aldığı sinemada kadın bedeninin temsili "eril bakış" kavramıyla açıklamaktadır. Bu yöntemle toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin yeniden üretimine ve sinema aracılığıyla pekiştirilmesine dikkat çekmektedir. Bu bakış açısında kadın bedeni aktif olan erkek karşısında pasiftir ve cinsellikle tanımlanmaktadır. Hikâyeyi sürdürme gücü erkek karaktere verilmektedir. Sinemada kadının fetişleştirildiği veya cezalandırıldığı sahnelerin hâkim olduğu iddiasıyla eril bakış tezi, klasik sinema anlatısının üç bakış ile sunulduğunu savunmaktadır: Kameranın, izleyicinin ve karakterlerin bakışları. Bunun sebebi de eril hazzı pekiştirmektir. Kadın erkek karşıtlığının hâkim olduğu eril bakış tezi; çalışma kapsamında toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin pekiştirilmesi, kadın bedeninin fetişleştirilmesi gibi anlatıların baskın olduğu sahnelerde ele alınmak üzere değerlendirilmektedir.

1.4. Göstergebilim

Göstergebilim (Semioloji) disiplininin öncüsü olan Ferdinand de Saussure göstergeyi gösteren (duyumlanan yön) ve gösterilen (zihinsel yön) olarak ikiye ayırmaktadır. Bunu yaparken de yapısalcılığın parçalar arasındaki ilişkiler ve karşıtlıklar ile bütünü kendini düzenlediği varsayımından yola çıkmaktadır (Akt. Özdoğan, 2022). Dolayısıyla anlamı var eden bireysel tercihler değil toplumsal sistemler olarak ele alınır. Saussure'ün yapısalcı bakış açısını beşerî bilimlere uyarlayan Claude Lévi-Strauss (1986), insan zihninin ve toplumun tıpkı bir dil sistemi gibi karşıtlıklar üzerinden anlamlar sistemi oluşturduğunu öne sürmektedir. Mitler de dil gibi yapılanmıştır. Dolayısıyla mitlerin anlaşılması için de yapısalcı bir bakış açısı kullanılmasını önermektedir. Mitler de dil gibi kültürün karmaşıklığını basitleştirip evrensel anlam sistemi olarak servis etmektedir. İkili karşıtlıklar mitler için de kullanılır. Erkek ve kadının karşıtlığından ortaya çıkan toplumsal cinsiyet rolleri ve dinamikleri buna bir örnek olarak gösterilebilir. Mitlerin karmaşık sosyal problemleri anlamlandırırken bir anlatı sunması güzellik mitinin ve sinemanın ele alındığı bu çalışmada incelenecektir.

Lévi-Strauss gösterileni karşılayan anlam ile bu anlam içerisinde ortaya çıkan karşıtlık üzerinden bir gösterge çözümlemesi önermiştir. Roland Barthes (2003) ise Claude Lévi-Strauss ile benzer şekilde toplumun anlam sistemlerini çözümlemek için göstergebilimsel analiz yöntemini önermektedir. Ancak Barthes mitlerin sadece ilkel toplumlarda anlam sistemi üretmediğini modern dünyada da egemen ideolojileri "doğallaştırma" amacıyla kullanıldığını savunmaktadır. Modern zamanın mitleri gündelik yaşam pratiklerine yeni anlamlar üreterek ideolojik bir bağlamda sunmaktadır. Bu anlam sistemi düz anlam ve yan anlam olarak iki düzeyde ortaya çıkmaktadır. Düz anlam yüzeysel olan temel anlam iken yan anlam ideolojik bağlamda oluşturulan yeni derin anlamlardır. Barthes'ın bakış açısıyla güzellik miti de düz anlam ve yan anlam düzeyinde inşa edilmiş ideolojik bir anlam sistemidir. Güzellik mitinin

karşıtlıklar ile ortaya çıkan evrensel bir insanlık deneyimi olarak anlam inşası ve ideolojilerin güzellik mitteki çözümlemesi bu iki kuramcının bakış açısından ele alınacaktır.

Hem görsel hem de işitsel imgelerin bir arada olduğu sinemada her bir öge kadın bedenini erkeğe, kadın bedenini kadına sattıran göstergelere dönüşebilmektedir. Tüketim toplumu simülasyonunda medyanın aracılığıyla (Baudrillard, 2010), kadın bedeninin güzelliği miti de bu göstergeler sayesinde bütüne yani anlama hizmet eden parçalara dönüşmektedir.

2. Yöntem

Çalışmada göstergebilimsel çözümleme yöntemi kullanılmıştır. Filmden güzellik miti alt başlıklarına ilişkin yorumlar yapılabilmesine yönelik amaçlı örnekleme yöntemiyle bazı sahneler ve görseller araştırmacı tarafından belirlenmiştir. Görseller film izlenirken ekran görüntüsü alınarak edinilmiştir. Bu sahnelerde yer alan göstergeler güzellik miti çerçevesinde ele alınmıştır. Seçilen öge ve kodlar öncelikle Levi-Strauss tarafından ele alınan karşılık ve karşıtlıklarla değerlendirilmiş, sonra Barthes'ın yan anlam ve düz anlam kavramları ile çözümlenmiştir. En son belirlenen öge ve/veya kodlara ilişkin göstergebilimsel yorumlama yapılmış ve çözümleme tablolaştırılmıştır. Bu öge ve kodların seçilmesindeki temel neden belirlenen temalara ve ideal güzellik algısına uygun bulunmasıdır.

3. Bulgular

Bu bölümde Substance filmine ilişkin bilgilere ve film sahnelerinin analizine yer verilmektedir.

3.1. Film Bilgisi

Film bilgisi filmin konusu, künyesi, karakterlerin analizi ve filmde sık karşılaşılan ögelerin analizi alt başlıklarını içermektedir.

3.1.1. Filmin Konusu

Substance (Cevher), filminin senaryosu 77. Cannes Film Festivali'nde en iyi senaryo ödülünü kazanmıştır. Film; gençlik, kusursuzluk, sağlık vb. üzerinden inşa edilen güzellik ideallerine yönelik toplumsal baskılar üzerine eleştirel bir hikâye anlatısı sunar. Ana karakter Elisabeth Sparkle, ana hikâye başlamadan on yıllar önce sabah kuşağında bir egzersiz programı sunan bu sayede de şöhret sahibi olan ünlü bir kadındır. Aradan geçen yıllarda yaşanan Elisabeth, erkek egemen bir sektör olan medyanın dolayısıyla da toplumun güzellik idealleri sebebiyle işini kaybetme ihtimaliyle karşı karşıya kalır. Sonrasında kendinin daha iyi versiyonunu vaat eden ve soruna mucizevi bir çözüm öneren "cevher" maddesi için gönüllü denek olur. Bu noktada filmin ana teması olan bütünlük/bölünmüşlük karşıtlığı, daha "ideal" versiyon olarak "Sue"nın hikâyeye dahil olmasıyla belirginleşir. Fakat hikâye öngörülenin aksine trajik bir şekilde devam eder. Beklenen güzellik ideallerine kavuşarak toplum tarafından kabul edileceğini uman Elisabeth ve Sue'nun hikâyesi son sahnelerle doğru artan şiddet/korku dozuyla izleyiciyi eleştirel bir sorgulamayla baş başa bırakır.

3.1.2. Filmin Künyesi

Yapımcı: Coralie Fargeat, Tim Bevan, Eric Fellner

Filmin Süresi: 141 dk

Yönetmen: Coralie Fargeat

Senaryo: Coralie Fargeat

Görüntü Yönetmeni: Benjamin Kračun

Müzik: Raffertie

Dağıtıcı: Universal Pictures

Çıkış Tarihi: 2024

Başrol Oyuncuları: Demi Moore (Elisabeth), Margaret Qualley (Sue) ve Dennis Quaid (Harvey) (MUBI, 2024).

3.1.3. Karakterlerin Analizi

Filmde ana karakterler olan Elisabeth, Sue ve Harvey kadın/erkek karşıtlığının ve toplumsal cinsiyetin temsili olarak gösterilebilir. Filmdeki erkek karakterlerin çoğunluğunun patron, jüri üyesi gibi daha baskın ve karar verici mercilerdeki görevler üstlenirken kadın karakterlerin daha çekinik işlerle sembolize edildiği dikkat çekmektedir. Kadın karakterler “ideal” olan için daha çok çalışmak zorundayken, erkek karakterlerin herhangi bir çaba göstermek zorunda olmadığı görülmektedir.

Elisabeth Sparkle: Filmin ilk sahnesinden son sahnesine kadar anlatı içerisinde yer alan ana karakterdir. Elisabeth’in soy ismi “sparkle” parlatmak, programının adı “sparkle your life” ise hayatını parlat anlamına gelmektedir. Ancak filmin ilk sahnesi dışında hep daha mat renklerle giydirilmiştir. Her iki kimliğin de kaynağı, hayat ve karar vericisi pozisyonundadır. Yaşlılık, yalnızlık, depresiflik, zayıflık, ürkeklik gibi kişilik özellikleri ile karakterizedir. Anlatıda verilen kurallara uyan fakat kurallara uyulmadığında da bedel ödeyen karakterdir. Yaşlanma süreci de dâhil olmak üzere “normal” bedeni temsil ederken “öteki” olmaktan çekinir.

Sue: Filme Elisabeth’in tercihi ile katılır. Genç, başarılı, sosyal, toplum tarafından kabul görmüş “ideal” bedeni sembolize eder. Var olabilmek ve varlığını sürdürebilmek için kurallara uymak ve kaynağı da yaşatmak zorundadır. Bu duruma direnecek kadar yüksek özgüven sahibi olması toplumsal baskılara direnecek kadar güçlü olmasını sağlayamamıştır.

Tablo 1. Kadın Karakterler Arasındaki İkili Zıtlıklar

Elisabeth	Sue
Yaşlı	Genç
Özgün/kaynak	Kopya
Mat kıyafetler	Parlak kıyafetler
Depresif	Mutlu
Yalnız	Sosyal
Zayıf	Güçlü
Öz denetim yüksek	Öz denetim düşük
Şefkatli	Acımasız
Düşük öz güven	Yüksek öz güven
Daha sakin ve durgun	Enerjik ve hareketli
İtaatkar	Asi
Deneyimli	Deneyimsiz
Ürkek	Cesur
Toplumdan dışlanmış	Toplumsal kabul gören
Başarısızlık	Başarı
Özgeci	Bencil

Tablo 1’de karakterler arasında karşılaştırmalar yapılmış ve iki zıt karakteri temsil eden karşıtlıklara yer verilmiştir. Aşağıda bu karakterler hakkında detaylı bilgiler sunulmuştur.

Harvey: Filmdeki erkek karakterler arasından en sık gösterilendir. Programın yapım şirketinin patronu ve “ideal” olanı sesli dile getiren karakterdir. Filmdeki yakın çekimlerde sık sık “kusurları” (sarı dişleri, yemek yerken bulaşık olan ağız, yüzündeki kırışıklıklar vb.) gösterilmiş ve bu kusurlara rağmen toplumsal bir baskıya maruz kalmaksızın “ideal” olanı belirleyen kontrol mekanizmasını sembolize etmektedir.

Yardımcı Karakterler

Cevher firmasındaki erkek sesi: İzleyici bedenini görmese de filmde en etkin rolü olan karakterlerden biridir. Ürünün reklamında, telefon görüşmelerinde, son sahnelerde de dış ses olarak kuralları hatırlatan ve aslında iki kadın, bir erkek denek ve izleyiciler dışında cevherden haberdar olan tek karakterdir.

İsimsiz Hemşire: Cevheri kendisi de kullanan ve Elisabeth'e tanıtım videosunu veren sağlık personeli erkek. Daha "kötü" versiyonu da Elisabeth ile bir yerde karşılaşır ve aslında kişilerden bağımsız benzer hikâyenin tekrarlandığını vurgular. Bu noktada erkek bedeninin de ideal stereotipi olduğu ve yaşlılık gibi kalıp yargılara sığdırıldığı kısa bir sahneye ele alınır.

Oliver: Elisabeth'in erkek komşusu. Toplumun kadın bedenine karşı olan tutumunu sembolize etmektedir. İki farklı kadın bedenine karşı sergilenen iki ayrı davranış örüntüsünü sergiler.

Diego ve Troy: Sue'nun romantik ilişkisi olan erkekler. Cinsellik temalı sahnelerde yer almışlardır.

Fred: Elisabeth'in eski okul arkadaşı ve onu "ideal" olarak görmeye devam eden erkek karakter. Sosyal destek olarak değerlendirilebilir.

3.1.4. Sık Kullanılan Ögeler

Tablo 2. Filmde Sık Kullanılan Ögelerin Analizi

Öge ve/veya Kod	Karşılık ve Karşıtlık (Levi-Strauss)	İdeolojik Göstergebilim Modeli (Barthes)	Yorum (Verilen mesaj)
Ayna (Yansıtma aracı)	Karşılık: Kendi bedenine yüzleşme	Düz Anlam : Fiziksel gerçekliğin yansıması	Dayatılan güzellik idealinin kadın üzerinde yarattığı baskı ve sürekli kusursuz görünme zorunluluğu karşısında fiziksel gerçeklikle yüzleşmek bazen acı verir.
	Karşıtlık: İdeal-Normal Zihinsel şemalar- Fiziksel gerçekler Beklenti-Gerçek Ben-O	Yan Anlam: Öz değerlendirme (ideal ve gerçek karşılaştırması) Ayna benlikle karşılaşma	Toplumun güzellik standartlarına uyduğunu fark etmek iyi hissettirirken aksi durum öz saygıyı düşürür.
Billboard (Reklam panosu)	Karşılık: Görünürlük	Düz Anlam: Tüketimi teşvik eden araç, reklam panosu	İdeal güzellik görünür kılınarak öteki olmamak için karşılaştırma yaptırır.
	Karşıtlık: Onay-Dışlanma Değerli-Değersiz Ünlü-Tanınmayan	Yan Anlam: Görünürlük, toplumsal onay, statü ve şöhret	Tüketimi teşvik etmek için kusursuzluk vurgulanır ve sosyal onay ve statü güzellik standartlarına uyum sağlanır. Bu da somutlaştırılıp örnek teşkil eder.

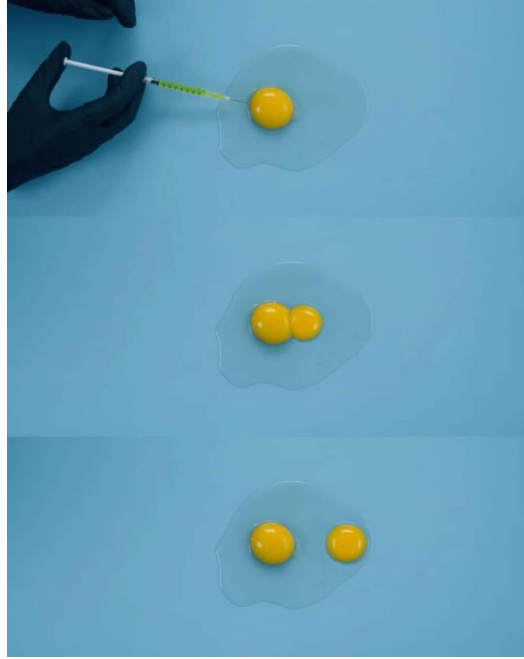
Çöp kovası (Atık aracı)	Karşılık: Atmak	Düz Anlam : Atık aracı, nesne	Dayatılan güzellik standartlarına erişmek için toplum ve kontrol mekanizmaları çözüm önerileri sunarken bu çözüm önerileri bazen kabul görür. Bazen görmez.
	Karşıtlık: Onay-Red Kabul etme-Yok sayma	Yan Anlam : Endüstrinin (sağlık, pazarlama) sunduğu çözüm önerisini reddetme, ama yakınında tutma	Çözüm önerileri kabul görmediğinde bile tamamen görmezden gelmek çok zordur. Üstü örtülen yerden ihtiyaç halinde tekrar ortaya çıkartılabilir.
Güller ve Notlar (Çiçek ve yazılar)	Karşılık: Nezakət Sevgi	Düz Anlam : Hediye, canlı çiçek ve üzerine yazılan cümleler	Kontrol mekanizmaları sistemin içinde tutmak için kadın ile sürekli etkileşim halindedir.
	Karşıtlık: Geçmiş-Gelecek Minnet-Temenni	Yan Anlam : Duyguyu iletmek için iki farklı notla gönderilen hediye. Birinde geçmişe dönük teşekkür iletip bitti mesajı, Diğerinde geleceğe yönelik temenni ve başlıyoruz mesajı	Sisteme yeni dâhil olmuş olsa da sisteme uzaklaşmış olsa da kadının sistemin etkilerinden kurtulmasına çeşitli araçlarla izin verilmez. Kontrol mekanizmaları duygular yoluyla da hatırlatma işlevini üstlenir.
Pencereler (Evin dış dünyaya açılan aracı)	Karşılık: Şeffaflık Görünürlük	Düz Anlam: Dışarıyı gösteren şeffaf açıklık	İyi olma halinden depresyona geçişte fiziksel varlık saklanmaktadır.
	Karşıtlık: Saklanma-Görünme Depresyon-İyi olma hali Görme-Görmeme	Yan Anlam : Toplumsal bireyi görmesi ve bireyin kendini göstermek istemesi ya da istememesi Kapalı olduğunda kendi ile baş başa kalmaya karar verebilme	Aynı zamanda dış dünyayla iletişim kesilmektedir. Bu depresif duygu durumuna da yol açan toplumsal yargılamalardır. Ancak toplumsal yargıdan kaçış saklanmakla da mümkün değildir.

Tablo 2’de Substance filminde sıkça kullanılan bazı kod ve öge verilerinin Naomi Wolf’un Güzellik Miti alt başlıkları üzerinden Levi-Strauss’un ve Barthes’ın göstergebilim yöntemleriyle analizi sunulmaktadır. En sık kullanılan ve bazı sahnelerde önemli anlatılara katkı sunan öğeler/kodlar ayna, billboard, çöp kovası, güller ve notlar, pencereler olarak araştırmacı tarafından belirlenmiş ve Levi-Strauss ile Barthes’ın göstergebilimsel analiz yöntemleriyle incelenmiştir. Son olarak bu analizin yorumlandığı bir sütuna yer verilmiştir.

3.2. Film Sahnelerinin Analizi

Bu bölümde ilk sahnelerin göstergebilimsel analizi sunulduktan sonra güzellik miti temaları ile film sahnelerinin analizi gösterilmektedir.

3.2.1. İlk Sahnelerin Göstergebilimsel Analizi



Görsel 1. Filmin İlk Sahnesi

Filmin açılış sahnesinde kameranın yukarıdan seyirciye gösterdiği mavi bir zeminde duran yumurtanın sarısına enjekte edilen bir sıvı sonrası yumurtanın sarısının içinden bir yumurta sarısı daha çıktığı ve aynı yumurta beyazı üzerinde artık iki ayrı yumurta sarısı olduğu gösterilmiştir. Bu sahnede işitsel ya da metinsel başka hiçbir unsur yoktur. Filmde yumurta beyazı siz birsiniz sloganını ile betimlenmektedir. İki ayrı beden yumurta beyazı gibi ortak bir zihinde keşismektedir. Yumurta sarıları ise filmde iki ana karakter olan Sue ve Elisabeth'in temsilidir. Enjektörün içindeki sıvı ise filme de adını veren "substance" yani "kendinin daha iyi versiyonu" için kullanılan madde/cevherdir. Cevher estetik, sağlık, gençlik gibi sektörleri de kapsayan güzellik endüstrisinin göstergesi bir metafordur ve güzellik mitinin gerektirdiği göstergelere sahip yeni bir "ideal" bedeni eski bedenden ortaya çıkarmaktadır. Oyun hamuru kullanılan sahnelerde görsel olarak daha iyi durumdaki hamur kötü görünen orijinal oyun hamuru ile elde edilmektedir.



Görsel 2. Elisabeth Sparkle Yıldızının Zaman İçindeki Değişimi

Filmin açılış sahnesinden hemen sonraki ilk sahnesinde kamera yukarıdan yapılan çekimle işçilerin özenle yerdeki bir karoya içinde Elisabeth Sparkle yazan bir yıldız yaptıklarını gösterir. Hemen ardından yine yukarıdan yapılan çekimle yıldızın üzerinde Elisabeth Sparkle, etrafında magazinciler ve “seni seviyoruz” diyen hayranlar belirir. Sonra bir süre içinde ana karakterin ismi yazan yıldızla fotoğraf çektiren farklı farklı hayranlar yukarıdan bir çekimle gösterilir. Zamanla oradan geçenler artık yerdeki yıldızı fark etmeden üzerine basarak yürür geçer. Yıldız önemsizleşir, eş zamanlı olarak deforme olmaya da başlar. Yağmur yağar, kış gelir, yaz gider, yıldız artık iyice eskimiştir. Konuşmalar “Seni seviyoruz” “Favorim” gibi repliklerden, “Hatırladın mı? Şey filmde oynuyordu.” repliklerine en son da gündelik konuşmalara dönüşür. Bu akış içinde geçen zamanın etkilerine verilen tepkiler doğallaştırılmıştır. Sahnenin başındaki patlayan flaşlar ve övgü dolu sözler ana karakterin başlardaki ününün ve toplumsal onayın göstergesidir. Sahnedeki yıldızın Elisabeth’in zamanla azalan “şöhret”inin göstergesi olduğu düşünülmektedir. Sekans boyunca gösterilen yapraklar, yağmur ve kar geçen “zaman”; yıldızdaki bozulma ise “yaşlanma”yı betimlemektedir. En son yere dökülen fast food ürünlerindeki ketçapla beraber yıldızın ilk halinden eser kalmamıştır. Kimse de onu eski haline döndürmek için özel bir çaba sarf edecek kadar önem vermemektedir. Bu durum da toplumsal onayın giderek azaldığını göstermektedir. Filmin son sahnesinde yıldız tekrar seyirciye gösterilir. Elisabeth bu sahnede bambaşka bir formda ve mutludur.

Tablo 3. İlk Sahnelerin Göstergebilimsel Analizi

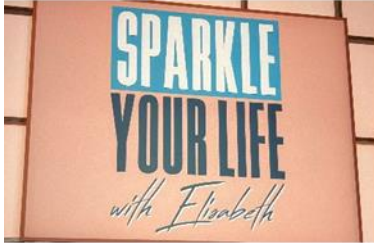
Sahne	Öge ve/veya Kod	Karşılık ve Karşıtlık (Levi-Strauss)	İdeolojik Göstergebilim Modeli (Barthes)
Açılış Sahnesi	Enjektör Yumurta Sarısı Yumurta Akı	Karşılık: Tıbbi müdahale ile bölünme	Düz Anlam : Tek sarılı ve çift sarılı yumurta, yiyecek
		Karşıtlıklar: Bütünlük/Bölünmüşlük Tekil/Çoğul Ortak/Ayrık	Yan Anlam : Yapay bir müdahale ile doğal olanın yapaylaşarak çoğaltılması
Hikâyenin İlk Sahnesi	Yıldız Deformasyon	Karşılık: Zamanla deforme olma	Düz Anlam: Yıldız çizimi
		Karşıtlıklar: Değerli/Değersiz Kusursuzluk/Deformasyon Genç/Yaşlı	Yan Anlam: Zamanla eskiyen yıldızla beraber şöhretinde değersizleşmesi. Yaşlanmanın doğallığının toplumca kabul görmemesi

Tablo 3 filmin açılış sahnesinde ve bu sahneyi takip eden ve olay akışını başlatan sahnelerde ön plana çıkan öge ve/veya kodların göstergebilimsel çözümlemesini göstermektedir. Enjektör ve yumurta sarısı/akı gibi görseller ve yıldız kodu üzerinden yapılan analizde karşıtlıklar ile düz anlam/yan anlam düzeyinde çözümlemeler yorumlanmıştır.

3.3. Güzellik Miti Alt Başlıkları Bağlamında Sahnelerin Göstergebilimsel Analizi

Bu bölümde Substance filminden bazı sahneler ait görseller güzellik miti bağlamında iş, kültür, cinsellik, din, açlık ve şiddet temalarıyla göstergebilimsel analiz ile değerlendirilecektir.

4.3.1. İş Bağlamında Güzellik Mitinin Analizi



Görsel 3

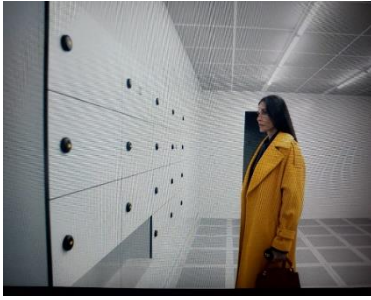


Görsel 4



Görsel 5

Görsel 3, 4 ve 5 filmin başındaki sahneler arasından Elisabeth Sparkle'ın iş yerini temsilen seçilen görsellerdir. Bu görsellerde Elisabeth'in programının adı "Sparkle your life with Elisabeth" hayatını Elisabeth ile parlat anlamına gelmektedir. Parlaklık tercih edilen olarak vurgulanmış, iş hayatında ve gündelik hayatta sönük kalmak onaylanmamıştır. Kusursuz parlaklık iş yerinde kadının asli görevlerinden biri olarak ele alınmıştır. Elisabeth'in iş yerindeki tuvaleti kullanmak istediğinde kadınlar tuvaletinin kullanım dışı olması iş yerinde cinsiyet hiyerarşisi ve eşitsizlik olarak değerlendirilebilir. Elisabeth'in yaşlanması ve artık toplumsal onay almadığı düşünülmesi sebebiyle işinden ayrılmak zorunda kalacağını öğrendiğinde ayna ile yüzleşmesi ve hissettiği üzüntüyü yakın çekimden kameranın görüntülemesi kadının iş yaşamında karşılaştığı güçlüğü göstermektedir. Bu sahneden sonra Elisabeth artık parlak kıyafetler giymek zorunda kalmayacaktır.



Görsel 6



Görsel 7

Görsel 6 ve 7 Elisabeth'in cevheri almak üzere mat sarı renkli paltosuyla gittiği, sonrasında da aynı mat paltonun Sue'nun üzerinde gösterildiği sahnelerdir. Sue'nun iş başvurusuna giderken satın aldığı ve filmin birçok sahnesinde giydiği parlak, pembe kostümden sonra artık sarı palto hep Elisabeth'in üzerindedir. Yeni Elisabeth rolü için yapılan seçimlerde jüri üyelerinin iki erkek olması ve bu erkeklerin kendi aralarında dans iyiymiş gibi işin gereği olan yeterlilikleri kısaca geçiştirmesi dikkat çekmektedir. Bu diyalogun ardından "bedensel kusurlara" vurgu yapılması ve Sue için her şeyin yerli yerinde "göründüğü" söylemleri eril hâkimiyetin iş yerindeki anlatısını sunmaktadır. Kameranin yakın çekimlerinde, seyircinin ve karakterlerin bakışında eril bakış yönteminin uygulandığı görülmektedir. Sinemada kadın bedeninin pasif ve cinselleştirilmiş biçimde temsil edilmesini açıklayan bu kavram, erkek egemen anlatıyla toplumsal cinsiyet eşitsizliğini pekiştirmektedir. Bunu da kamera, izleyici ve karakterlerin bakışıyla eril hazzı merkeze alarak ve kadını fetişleştirerek yapar (Mulvey, 2006, s. 810).

Tablo 4. İş ve Güzellik Miti Göstergelerinin Çözümlemesi

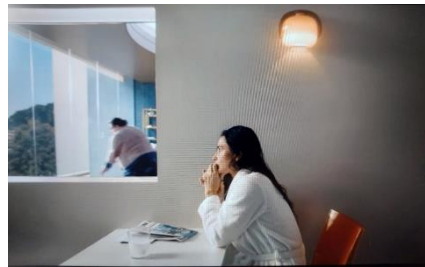
Güzellik Miti Teması	Öge ve/veya Kod	Karşılık ve Karşıtlıklar (Levi-Strauss)	İdeolojik Göstergebilim Modeli (Barthes)
İş	Kıyafetler	Karşılık: Renkler ve parlaklık	Düz Anlam : Bedeni örten kumaş
		Karşıtlıklar: Mat-Parlak Örtük-Açık	Yan Anlam : Kusursuzluk ve parlaklık toplumda yer edinmek için gereklidir.
	Erkek çalışanlar (Jüri)	Karşılık: Karar verici, kontrol mekanizması	Düz Anlam : Seçici kurul
		Karşıtlıklar: Seçme-Eleme Yetkinlik-Yetersizlik	Yan Anlam : Kadının statü edinmek için eril bir onay alması gerekir.
	Kadınlar tuvaleti	Karşılık: Özel ihtiyaç alanının kullanılamaz halde olması	Düz Anlam : Temel ihtiyaç giderme nesnesi
		Karşıtlıklar: Değer-Değersizlik Öncelik-Öteleme	Yan Anlam : Kadının değersizliğiyle örtüşecek biçimde kadın tuvaletine yer verilmemesi

Tablo 4'te iş, iş yeri, çalışan odağında filmde yer alan ögeler kıyafetler, erkek çalışanlar ve kadın tuvaleti örnekleri üzerinden incelenmiştir. Kusursuz ve parlak kıyafetler iş yerinde “ideal kadın”, erkek jüri üyeleri “ideal kadın” konusunda karar verici merciinin erkek olmasını ve kadınlar tuvaletinin kullanılamaz halde olması da iş yerinde kadın konusunda değersizliği göstermektedir.

3.3.2. Kültür Bağlamında Güzellik Mitinin Analizi



Görsel 8



Görsel 9



Görsel 10

Görsel 8, Görsel 9 ve Görsel 10 Elisabeth'in kültürel normlar ile değerlendirildiğinde geçirdiği dönüşümü görmek için belirlenmiştir. Görsel 8'de çeşitli kadın bedenleri bir arada sunulmuş, Elisabeth'in dik duruşu ile sosyal destek somutlaştırılmıştır. Görsel 9'un alındığı sahnede arka planda geleneksel bir toplumsal cinsiyet rolünü temsilen güzellik ideallerine uymayan bir kadın, temizlik görevini üstlenmiştir. Toplumsal cinsiyet rollerinin kültürel bir yansıması olan temizlik işleri, en son görselde görüldüğü üzere Elisabeth tarafından üstlenilmiştir.



Görsel 11



Görsel 12



Görsel 13

Görsellerin alındığı sahnelerde açlık konusunda kadın ve erkek karşıtlığı görülmektedir. Yemek hazırlama ve tüketme konusundaki eşitsizlik bu görsellerle vurgulanmıştır. Görsel 11’de kameranın yakın çekimleriyle erkek olan işverenin/patronun/kontrol mekanizmasının tırnaklarını ve dudaklarını temizleme gereği duymaması ve bundan ötürü hiçbir toplumsal tepkiye maruz kalmaması ancak kadının yemek yerken herhangi bir görselinin olmaması kültürel sofrada kodlarının yalnızca kadın için geçerli olduğunu göstermektedir. Görsel 12’de yemeğin sunumunu kadının yapması, Görsel 13’te Elisabeth’e de hediye olarak yine aynı patron/eril hâkimiyet tarafından yemek tarifi kitabı verilmiş olması kültürel olarak kodlanmış toplumsal cinsiyet rollerini pekiştirmektedir. Görsel 13’teki sahnede kadın çalışan eril bir bakışla sunulmaktadır.

Tablo 5. Kültür ve Güzellik Miti Göstergelerinin Çözümlemesi

Güzellik Miti Teması	Öge ve/veya Kod	Karşılık ve Karşıtlıklar (Levi-Strauss)	İdeolojik Göstergebilim Modeli (Barthes)
Kültür	Temizlik yapan insan	Karşılık: Toplumsal cinsiyet rolleri ve toplumsal statü	Düz Anlam : Evi temizleyen bir insan
		Karşıtlıklar: Alt sınıf-üst sınıf	Yan Anlam : Ev temizliği yapmak başka bir kazancı olmayan kadının görevidir.
	Sofrada kadın ve erkek	Karşılık: Sofrada kültürel kodlar	Düz Anlam: Yemek masasında erkek ve kadın
		Karşıtlıklar: Kadın-Erkek Alt sınıf-Üst sınıf Patron-Çalışan	Yan Anlam: Alt sınıftaki bir kadının yemek konusunda görevi hizmet etmek, yemek masasında da sorumluluğu görgü kurallarına uymaktır. Her ikisinde de kadın temiz görünmelidir.
	Yemek tarifi kitabı	Karşılık: Yemek yapma rolü	Düz Anlam: Yazılı metin
		Karşıtlık: Kadın-Erkek	Yan Anlam: Kadının işi yemek hazırlamak ve ev işlerini yapmaktır.

Tablo 5’te kültürel kodlar odağında filmde yer alan öğelere örnek olarak ev işleri konusunda kadının toplumsal cinsiyet rolleri ve bu rollerin de sosyal statüye göre değişkenlik göstermesi verilmiştir. Erkek ve kadının yemek masasında, yaşam becerileri konusunda toplumsal cinsiyet açısından eşit olmadığı filmde gösterilmektedir.

3.3.3. Cinsellik ve Din Bağlamında Güzellik Mitinin Analizi

Naomi Wolf cinsellik ve dini kurallara uymamayı kitlesel pornografinin sebebi olarak göstermektedir. Wolf, kadın için doğal olan cinselliğin sadece üreme için gerçekleştirilmesi görüşünü vurgulamakta ve bu görüşü eleştirmektedir. Kadının cinsellikten haz alması kural dışı olarak görülmektedir. Bu konu filmde yalnızca bir sahnede tespit edilebilmiş ve bu filmde dini öğelerle ilgili örneklerle de çok sık rastlanmamıştır. Bu sebeple cinsellik ve din aynı başlık altında ele alınmıştır.



Görsel 14

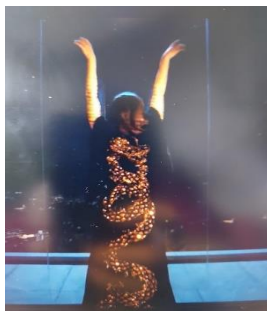


Görsel 15



Görsel 16

Film genelinde kadın bedeni sıklıkla cinsel çağrışımlarla yer almaktadır. Bazı sahnelerde Sue’nun bazı sahnelerde de Elisabeth’in bedeninin cinsel arzu uyandırdığı düşünülen bölümleri yakın çekimle gösterilmiştir. Kadın bedeninin cinsellik çağrıştırdığını vurgulayan sahnelerden seçilen Görsel 14, 15 ve 16’da Elisabeth eski okul arkadaşıyla romantik bir buluşmaya gitmek için hazırlanmaktadır. Önce makyaj yaparak ideal güzellik standartlarına ulaşmayı deneyen Elisabeth, Sue’nun billboard görselini gördükten sonra kendi dekolte bölgesini bir fularla gizlemiş; ancak Görsel 18’deki sahnede kendini yine cezbedici bulmamış ve görüşmeye gitmekten vazgeçmiştir. Cinsel arzu nesnesi olmadığını düşünen Elisabeth’in şaşkınlığı ve mutsuzluğu yakın çekimde gösterilmiştir.



Görsel 17



Görsel 18

Görsel 17 ve 18 sahnelerinde yer alan yılan görselleri sebebiyle seçilmiştir. Sue’nun yılan derisi kostümü ve yılan imgeli kimonosu din ve cinsellik açısından değerlendirilmiştir. Yılan pek çok dini öğretilerde kötülüğün başlangıcının simgesi olarak değerlendirilmektedir. Yaygın olarak bilinen Adem ve Havva’nın hikayesinde de cennetten kovulma sebebidir. Görsel 18’de kurallara uymayı reddeden Sue, yılan derisinden yapılmış bir tulum giymekte ve başka bir sahnede aynı kostümle cinsellikten haz almakta ve dini olarak kutsanan bekaret vurgusu yapılmaktadır.

Tablo 6. Cinsellik ve Din Başlıklarında Güzellik Miti Göstergelerinin Çözümlemesi

Güzellik Miti Teması	Öge ve/veya Kod	Karşılık ve Karşıtlıklar (Levi-Strauss)	İdeolojik Göstergebilim Modeli (Barthes)
Cinsellik ve Din	Makyaj, Fular	Karşılık: Fiziksel ve doğal gerçekliği örtme	Düz Anlam : Boya ve aksesuar
		Karşıtlıklar: Doğal-Yapay Gösterme-Gizleme	Yan Anlam : Beğenilmeyen kamufle edilerek ve/veya değiştirilerek kabul görebilir.
	Yılan	Karşılık: Hayvan çağrışımı	Düz Anlam : Sürungen hayvan
		Karşıtlıklar: Kötülük-İyilik Yasak-Serbest Hayvan-İnsan	Yan Anlam : Kıyafetteki yılan sembolleri ile yılanla atfedilen kötücül çağrışımların cinsel haz ve kötülük ile özdeşleştirilmesi

Tablo 6’da cinsellik ve din konusu ile ilişkilendirilebilecek ögeler olarak makyaj, fular ve yılan görselleri tercih edilmiştir. Makyaj ve fular daha çok cinsel çekicilik ile ilişkilendirilirken yılan kadının cinsellikten haz aldığı ve kurallara karşı çıktığı sahnelerde kullanılmıştır.

3.4.4. Açlık Bağlamında Güzellik Mitinin Analizi



Görsel 19



Görsel 20



Görsel 21

Filmin yemek geçen hemen hemen bütün sahnelerinde dağınıklık, pislik, tiksindirici görseller hakimdir. Wolf’un açlık bağlamında ele aldığı güzellik mitinde de kadınlar kontrol mekanizmaları tarafından ince olmaya zorlanıp aç kalmaya teşvik edilmektedir. Görsel 19’da Sue rüyasında Elisabeth’in yediği tavuk parçasının bedeninden görünerek “ideal” güzelliğine zarar verdiğini görmüş ve dehşetle uyanmıştır. Diğer görsellerde de yemek imgeleri dağınık ve kötü bir kompozisyon içinde sunulmuştur. Elisabeth, toplum tarafından dışlandıkça daha fazla yemek yemeye başlamışken, Sue’nun yemek yiyen hiçbir sahnesi bulunamamıştır. Elisabeth’in yemek yerken yalnız olması, ama erkek patronunun sosyal ortamda yemek yemesi ve yargılanmaması da açlığın güzellik mitindeki yerinin altını çizmektedir. Benzer şekilde

erkeğin yemek yerken keyifli, kadının ise depresif pozları güzellik standartlarının kadına dayatılması ile ilişkilendirilebilir.

Tablo 7. Açlık ve Güzellik Miti Göstergelerinin Çözümlemesi

Güzellik Miti Teması	Öge ve/veya Kod	Karşılık ve Karşıtlıklar (Levi-Strauss)	İdeolojik Göstergibilim Modeli (Barthes)
Açlık	Tavuk butu	Karşılık: Yiyecek	Düz Anlam : Gıda
		Karşıtlıklar: Açlık-Tokluk İncelik-Şişmanlık	Yan Anlam : Kilo alıp güzellik mitine uymama sebebi
	Dağınık ve pis yemek malzemeleri, yemek masaları	Karşılık: Yemeğin çirkinliği	Düz Anlam : Doymak için gıdalar
		Karşıtlıklar: Tiksinti-Keyif Çirkin-Güzel Düzen-Düzensizlik	Yan Anlam : Kadın için yemek keyif verici değil tiksindirici ve üzücü bir eylemdir.

Tablo 7’de açlık teması altında güzellik miti yiyecekler ve yiyeceği çağrıştıran mutfak üzerinden ele alınmıştır. Açlık ile ilişkilendirilen “ideal” güzellik ve yemeklerin dağınıklığı/pisliği aracılığıyla tokluk arasında bir karşıtlık ortaya çıkmıştır.

3.4.5. Şiddet Bağlamında Güzellik Mitinin Analizi



Görsel 22



Görsel 23



Görsel 24

Görsellerde Elisabeth ve Sue’nun tüm güzellik esamelerini kaybedip farklı bir bedende buluşmalarının sonucu resmedilmiştir. Bu sahnelerde Elisabeth Sue görüntüsüyle yargılanmamak/şiddete maruz kalmamak adına iki tel saçını şekillendirmekte ve küpelerini de takarak toplumun karşısına çıkmaya hazırlanmaktadır. Filmin son sahnelerinde yer alan bu görsellerde kullanılan Elisabeth maskesi filmin ana karakteri ve Sue’nun yaşam kaynağı olan Elisabeth’e yani karakterin özüne dönüş olarak yorumlanmıştır. Bu dönüş toplumun güzellik miti baskılarından kurtuluşu temsil etmektedir.



Görsel

25

Görsel 26

Görsel 27

Görsel 28

Görsel 25 ve Görsel 26’da Sue’nun kendi varlığı ve güzelliğini sürdürebilmek adına Elisabeth’e uyguladığı fiziksel şiddet gösterilmektedir. Sue ve Elisabeth’in karşılaştığı sahnede birbirlerine saldırmaları toplum tarafından dayatılan güzellik mitinin şiddet boyutunun içselleştirilmesi olarak yorumlanabilir. Sonraki görselde ise ElisabethSue’nun artık tamamen norm dışı bir görünüme sahip olmasıyla “canavar” olarak isimlendirildiği sahne gösterilmektedir. “Canavar” kelimesinde şiddetin söylem yoluyla normalleştirilmesi söz konusudur. En sonda eril bir şiddete maruz kalarak başının bedeninden balta ile ayrılması gösterilmektedir. Toplumun güzellik standartlarında uyulmadığında ElisabethSue’ya uygulanan bu fiziksel şiddet toplumun psikolojik şiddetini de temsil etmektedir.

Tablo 8. Şiddet ve Güzellik Miti Göstergelerinin Çözümlemesi

Güzellik Miti Teması	Öge ve/veya Kod	Karşılık ve Karşıtlıklar (Levi-Strauss)	İdeolojik Göstergebilim Modeli (Barthes)
Şiddet	Balta	Karşılık: Cinayet işlemek için kesme aracına başvurmak	Düz Anlam : Kesme aracı
		Karşıtlıklar: Yaşam-Ölüm Öfke-Sükûnet	Yan Anlam : Toplum kabul etmediğini canavarlaştırıp yok etmek ister
	Enfekte olan yara	Karşılık: Hastalığa sebep olma, Başkasına zarar verme, kötü görüntü, hastalık	Düz Anlam : İltihap
		Karşıtlıklar: Hastalık-Sağlık Zarar verme-Zarar vermeme	Yan Anlam : Güzellik için varlığını sürdürememek pahasına da olsa birey başkasına verdiği zararı önemsemeyip şiddeti içselleştirilebilir.

Güzellik için varlığını sürdürememek pahasına da olsa birey başkasına verdiği zararı önemsemeyip şiddeti içselleştirilebilir.

Tablo 8’de şiddet teması ve güzellik miti ilişkisi şiddet aracı olan balta ve ihmallerle ortaya çıkan şiddetin göstergesi olarak Elisabeth’in vücudunda oluşan yara ile değerlendirilmiştir. Güzellik ideallerinden uzaklaşan karakter ElisabethSue eril bir fail tarafından şiddete maruz bırakılmıştır. Yara ise ideal

olmayan karakter Elisabeth'in "makul" kadın tarafından şiddete maruz bırakılmasını sembolize etmektedir.

4. Tartışma ve Sonuç

Çalışma, Elisabeth ve Sue karakterleri odağında Substance filminin hikayesini post modern tüketim kültüründeki kadın bedeni temsili ele almıştır. Bu temsiller üzerinden karşıtlıklar, düz anlam ve yan anlamlar üreten öge ve/veya kodlar Naomi Wolf'un güzellik miti bağlamında göstergebilimsel analizle çözümlenmiştir. Yapısalcı Levi-Strauss'un göstergebilimsel çözümlemesi ile Roland Barthes'in modern mitlerin ideolojik analizi yöntemleriyle filmde belirlenen görseller ve ögeler irdelenmiştir. Çalışmanın bulguları filmde dikkat çeken anlam sistemlerinin toplumsal normlar ve idealize edilen kurguları eleştirel bir dille ele alındığını göstermiştir. Sahnelerde kullanılan renkler, nesneler, eril bakış gibi unsurlar Naomi Wolf'un güzellik miti teorisinin alt başlıkları olan iş, kültür, cinsellik, din, açlık ve şiddet temaları altında eril hâkimiyetin kontrol mekanizmaları eleştirisi ile incelenmiştir.

İnceleme sonucunda Elisabeth'in daha çok yaşlanma korkusu, Sue'nun ise daha çok güzellik mitinin yarattığı ideallere teslim oluşu ile kadın bedeni temsili oluşturduğu görülmüştür. Bu konuda Levi-Strauss'un bakış açısı ile ortaya çıkan yaşlılık gençlik, güzellik çirkinlik, doğallık yapaylık karşıtlıklarının oluşturduğu çatışma; tüketim toplumundaki kadın bedeninin onun kimliğini tanımlamada ne denli etkili olduğunu göstermiştir. Baudrillard (2010)'ın tüketim toplumunda kimliğin semboller üzerinden tanımlandığı ve bunun medya aracılığıyla da pekiştirildiği tezi bu çalışmada da teyit edilmiştir.

Filmde medya sektöründe çalışan ana karakterler Elisabeth ve Sue'nun ideal güzellik kurgusuyla baş etmek zorunda kalması, bunu yaparken de karşılaştıkları zorluklar örnek sahneler ile alınmıştır. Elisabeth'in yaşlandığı için işinden ayrılmak zorunda kalması, işyerindeki kadınlar tuvaletinin kullanılamaz halde olması gibi sahneler ile; Sue'nun ise çalışan bir kadın olmak için sürekli bedenini sergileyecek kadar güzel kalmasını sağlama çabalarının sergilendiği sahneler ile ve yaşlı kadın karakterin işinden kovulurken gencin iş yerinde tercih ediliyor olması gibi karşıtlıklar ile Naomi Wolf'un güzellik mitinin iş bağlamında etkili olduğu anlaşılmaktadır. Bu sahneler aynı zamanda yaşlanan Elisabeth'in iç bedeninin dış bedenini etkilemesi gibi göstergelerle Featherstone (1982, s.18)'nin tüketim toplumunda kadın bedeni konusunda iddialarını da desteklemektedir. Sue kurallara uymadığında Elisabeth'in bozulan sağlığı ve yaşlanan bedeni Featherstone'nun iddia ettiği iç beden ve dış beden birlikteliğini göstermektedir. Burada Sue'nun bilinçli verdiği kararlar iç bedeni temsil ederken Elisabeth'in fiziksel sağlığı dış bedene atfedilebilmektedir.

Kadın bedeninin kültürel kodlar ile sunulduğu sahnelerde ise toplumsal cinsiyet hiyerarşisi ve toplumsal cinsiyet rolleri başlıca temalar olarak sergilenmiştir. Bu temalardaki sınıfsal farklılıklar, cinsiyet eşitsizliği gibi konuların içinde barındırdığı karşıtlıklar (alt sınıf-üst sınıf, kadın-erkek vb.) Levi Strauss'un göstergebilimsel analizi ile ortaya çıkarılmıştır. Aynı sahnelerde yer alan düz anlam ve yan anlamlar da Barthes'in ideolojik göstergebilim analizi ile ele alınmıştır. Naomi Wolf'un güzellik mitinin kültür teması da bu film özelinde güzellik standartlarının ideolojik olarak yeniden üretilmesine uygun alanı yaratmaktadır. Bu sahnelerin kadın bedenini kontrol altına tutmak için anlatılar sunması Wolf'un yanı sıra Foucault (2007)'nin da tezini desteklemektedir.

Foucault (2007) ve biyoiktidar kavramı güzellik mitinin cinsellik teması bağlamında ele alınan sahnelerde incelenmiştir. Çalışma kapsamında araştırmacı tarafından seçilen sahnelerde Laura Mulvey'in eril bakışı da örneklendirilmiştir. Kadının bedeninin eril bir hâkimiyetle kontrol altında tutulması eril haz uyandıracak sahnelerde vurgulanmıştır. Film boyunca dini öğelere çok rastlanmamıştır. Bu sebeple din teması için birkaç sahnede gösterilen yılan görseli tercih edilmiştir. Yılanın dini öğretilerde kötülük çağrıştırması (Çiftçi ve Kurt, 2024) ile yılan görselinin ortaya çıktığı sahnelerde aykırılığın ve cinselliğin baskın olması bu sahnelerin din teması altında incelenmesini sağlamıştır. Cinsellik bağlamında bakıldığında kadının cinsel bir nesne olarak fetişleştirilmesi daha önce tüketim toplumunda kadın bedeninin nesneleştirilmesi konusunda sıkça işlenmiştir (Foucault, 2007; Baudrillard, 2010; Wolf, 2002). Bu çalışma bu iddiaları doğrulayan bir örnek sunmaktadır.

Güzellik mitinin açlık bağlamında göstergebilimsel çözümlemesi de diğer temalarda olduğu gibi hem yapısalcı karşıtlıkların incelenmesi hem de ideolojik anlamların ortaya çıkartılması açısından örnek anlamlar sunmuştur. Bauman (2001, s.158) kadın bedeninin sürekli olarak daha iyi olmak için bir projeye dönüştüğünü iddia etmektedir. Bu iddia Sue'nun hiç yemek yerken görülmemesiyle ve hep daha iyi olmak adına çalışmasıyla somutlaştırılmıştır. Yemek sahnelerinin de yemeği iğrenç bir nesne gibi göstermesi Wolf'un güzellik mitinin açlık temasını destekler niteliktedir. Naomi Wolf (2002), güzellik idealleri sunulurken dayatılan bu açlık sebebiyle Amerika'da ve tüm dünyada artan yeme bozukluklarına dikkat çekmiştir. Bu konunun ileride yapılacak olan çalışmalar için de bir çıkış noktası olabileceği düşünülmektedir.

Filmin sonuna doğru artan şiddet dozu, güzellik mitinin şiddet boyutu için önemli temsiller sergilemiştir. En başta Sue'nun Elisabeth'e , yani aslında kendi varlığının sebebi olan kaynağa uyguladığı şiddet Naomi Wolf'un (2002) güzellik idealleri uğruna kadınlar arasında oluşturulan rekabetin bir sonucuna ve ona benzemek uğruna onun yaptıklarını yapması Baudrillard'ın (2010, s.171-172) kadına kadının sattırılması iddiasına bir örnek olarak gösterilebilmektedir. Filmin son sahnesinde ortaya çıkan ElisabethSue, namıdiğer canavar, toplumun hiçbir güzellik ideali kurgusuna uymamaktadır. Bu sebeple şiddetin en yoğun olanına maruz kalmaktadır. Son sahnedeki kan da bunu göstermektedir.

Özetle; Substance filmi toplumsal kontrol mekanizmalarınca kadın bedeninin nasıl şekillendirildiğini ve yeniden tanımlandığını eleştiren güzellik miti bağlamında ele almak için yerinde bir örnek olmuştur. Substance örneği, bu anlam sistemlerinin ortaya çıkartılması için de Levi-Strauss'un yapısalcı yöntemine uygun karşıtlıklar (güzellik çirkinlik, yaşlılık gençlik, kadın erkek gibi) ve Roland Barthes'ın denotasyon ve konotasyon incelemelerine uygun kadın bedeninin taşıdığı ideolojik anlam sistemlerini oluşturan görsel öğeler sunmaktadır. Bu örnekle, tüketim toplumunda inşa edilen kadın bedeni ve bu beden üzerinden tanımlanan kadın kimliğinin temsili ideal güzellik kurgusuyla nasıl şekillendiği gösterilmiştir. Gerçek hayatta olduğu gibi filmde de birey, yani kadın, artık nasıl görünmek istediğine karar veren değil olması gerekenin dayatıldığı özne ve nesnedir.

Çalışmanın sınırlılıklarından bir tanesi sahnelerin belli temalar üzerinden ele alınmasıdır. Medyada kadın bedeninin tüketimi güzellik miti temalarıyla sınırlandırılmıştır. Film genelinde ele alınabilecek çok fazla karşıtlık tespit edilmiştir. Filmin anne kız, genç yaşlı gibi karşıtlık bağlamlarında da ileride yürütülecek olan çalışmalarda incelenebileceği düşünülmektedir. Substance filminin hikayesi hem eleştirel hem de betimsel anlatıya sahiptir. Böylece ideolojik göstergebilim çözümlemesinin farklı temalarla da uygulanabileceği geniş bir çerçeve sunmaktadır. Tüketim kültüründe kadın bedeni bağlamında yürütülecek araştırmalar için bu çalışmanın karşılaştırma ve örneklendirme için uygun olabileceği ön görülmektedir. Aynı zamanda nicel veya nitel yöntemlerle tasarlanan başka çalışmalar ile filmdeki temsillerin ve öğelerin izleyicide yarattığı etkinin incelenmesinin literatüre katkı sunması beklenmektedir. Filmin eleştirel medya okuryazarlığına bir kapı açması açısından pratik katkı sunabileceği düşünülmektedir.

Kaynakça

- Aktaş, G. (2013). "Feminist Söylemler Bağlamında Kadın Kimliği: Erkek Egemen Bir Toplumda Kadın Olmak", Edebiyat Fakültesi Dergisi, 30 (1), s.53-72.
- Ayakut, Ö. (2016). Postmodern Toplumda Kadın Kimliğinin Bedeni Üzerinden İnşası. Journal of International Social Research, 9(47).
- Baudrillard, J. (2010). Tüketim Toplumu. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Bauman, Z. (2001). Parçalanmış Hayat "Postmodern Ahlak Denemeleri". (İ. Türkmen, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bourdieu, P. (1990). Photography: A Middle-brow Art. Stanford: Stanford University Press.
- Barthes, R. (2003). Çağdaş Söylenler. Metis Yayınları, Ankara.
- Çiftçi, P., & Kurt, A. (2024). Din, Edebiyat, Kültür Bağlamında Yılan ve Tavus Kuşu Metaforu. Uluslararası Dorlion Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi (DASAD), 2(1), 257-278.
- Douglas, M. ve Isherwood, B. (2002). "The World of Goods Towards an anthropology of consumption", Psychology Press.
- Duncan, M. C. (1990). Sports Photographs and Sexual Difference: Images of Women and Men in the 1984 and 1988 Olympic Games. Sociology of Sport Journal, 22-43.
- Fiske, J. (1999). Popüler Kültürü Anlamak. (S. İrvan, Çev.) Ankara: Ark- Bilim ve Sanat Yayınları.
- Featherstone, M. (1982). The body in consumer culture. Theory, Culture & Society, 1(2), 18-33.
- Foucault, M. (2007). Cinselliğin Tarihi, H. Uğur Tanrı Över (Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Gürler, G. (2018). Estetik Cerrahi Müdahale Görmüş Bireyler Üzerine Bir Alan Araştırması, Sosyoloji Dergisi, (38), 142-172.
- Özdoğan, M. A. (2022). Dilbilimsel Yapısalcılıktan Yapısal Antropolojiye: Ferdinand de Saussure ve Claude Lévi-Strauss. Disiplinler Arası Dil Araştırmaları, 5(5), 107-117.
- MUBI. <https://mubi.com/tr/tr/films/the-substance>, Erişim Tarihi 27.12.2024
- Mulvey, L. (2006). Visual pleasure and narrative cinema. Screen, 16(3), 803-816.
- Ramati-Ziber, L., Shnabel, N., & Glick, P. (2020). The beauty myth: Prescriptive beauty norms for women reflect hierarchy-enhancing motivations leading to discriminatory employment practices. Journal of Personality and Social Psychology, 119(2), 317.
- Sakarya, A., Alkan, A., & Dörtol, İ. T. (2020). Tüketim Sosyolojisi'nin Dünü, Bugünü ve Yarını. Pazarlama İlgörüsü Üzerine Çalışmalar, 4(1), 1-12.
- Saliji, S. (2009). Sinema ve Beden, Tüketim Toplumunda 1980'den Günümüze Kadar Bedenin Sinemadaki Sunumu, Doctoral dissertation, Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Strauss C.L. (1986). Mit ve Anlam. (Çev: Gökhan Yavuz Demir). İstanbul: Alan Yayınları.
- Tayanç, D. A. (2010). Modernizm ve Postmodernizmin Kadın Kimliği Üzerindeki Etkisi. Köprü Üç Aylık Düşünce Dergisi.
- Yücel, Y. (2019). Sağlık ve Fitness Söylemi İçerisinde Kadın ve Erkek Bedenleri: Women's Health ve Men's Health Dergisi Örneği. Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, (30), 215-241.
- Wolf, N. (2002). The Beauty Myth How Images of Beauty Are Used Against Women. New York: Harpercollins Publishers.



Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR)

Journal of Abant Cultural Studies

2025, 10(19): 47 – 59



Cumhuriyet'in İlk Yıllarında Gazetelerde Sokak Hayvanları Konulu Karikatürler Üzerinden Bir Değerlendirme

An Evaluation Through Cartoons on Stray Animals in the Early Republican Era of Türkiye

Esma Nur GÖKEN¹

Geliş Tarihi (Received): 12.04.2025

Kabul Tarihi (Accepted): 30.04.2025

Yayın Tarihi (Published): 25.05.2025

Öz: Cumhuriyet'in ilk yıllarında başlayan batılılaşma süreci, yalnızca toplumsal ve kültürel alanlarda değil, şehir yaşamının görünmeyen sakinleri olan sokak hayvanlarına yönelik tutumlarda da köklü değişimlere yol açmıştır. Hijyen, düzen gibi kavramlar bu doğrultuda sokak hayvanlarına yönelik sert önlemler alınmasına sebep olmuştur. Özellikle İstanbul gibi büyük şehirlerde, bazı hayvanlar itlaf, bazıları da sürgün edilmiştir. Ancak bu süreçte toplumun tüm kesimleri aynı fikirde olmamış; bir yanda hayvanlara karşı derin bir merhamet ve sahiplenme duygusu gelişirken, diğer taraf sağlık ve güvenlik gerekçeleriyle hayvanların şehirlerden uzaklaştırılmasını savunmuştur. Bu döneme dair en dikkat çekici görseller ise basınla karşımıza çıkmaktadır. Dönemin gazeteleri ve karikatürleri, toplumun geçirdiği bu büyük dönüşümü, mizahi ve eleştirel bir dille yansıtarak işlemiştir. Modernleşme idealiyle şekillenen bu dönemde, basın ise bu yaklaşımı kimi zaman sorgulayan, kimi zaman da alaya alan bir üslupla değerlendirmiştir. Bu çalışmanın amacı, Cumhuriyet'in ilk yıllarında basın karikatürlerinde sokak hayvanlarına yönelik tutumların nasıl temsil edildiğini ortaya koymaktır. Çalışmada yöntem olarak içerik analizi benimsenmiş, karikatürler üzerinden dönemin toplumsal ve siyasal çatışmalarının hayvanlar sokak hayvanları üzerindeki etkileri değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kedi, Köpek, Karikatür, Basın, Sokak Hayvanları, Basında Sokak Hayvanı.

&

Abstract: The westernization process that began in the early years of the Republic led to radical changes not only in social and cultural areas but also in attitudes towards street animals, the invisible inhabitants of urban life. Concepts such as hygiene and order led to harsh measures against stray animals. Especially in big cities like Istanbul, some animals were culled and some were exiled. However, not all segments of the society were on the same page in this process; while one side developed a deep sense of compassion and ownership towards animals, the other side advocated the removal of animals from cities for health and safety reasons. The most striking visuals of this period appear in the press. The newspapers and cartoons of the period reflected this major transformation of society in a humorous and critical manner. In this period shaped by the ideal of modernization, the press evaluated this approach with a style that sometimes questioned and sometimes ridiculed it. In this article, the animal policies of the period are examined through the cartoons in Akşam, Cumhuriyet, Son Posta and Vakit newspapers, and the contradictory approaches towards stray animals through dogs and cats are analyzed.

Keywords: Cat, Dog, Cartoon, Press, Street Animals, Street Animals in the Press.

Atıf/Cite as: Göken, E.G. (2025). Cumhuriyet'in İlk Yıllarında Gazetelerde Sokak Hayvanları Konulu Karikatürler Üzerinden Bir Değerlendirme, Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 10(19): 47-59.

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

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University– Bolu

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, esmanurgkn@gmail.com, ORCID: 0009-0004-4316-5953

Giriş

Tarih boyunca insan-hayvan ilişkisi, büyük ölçüde insanın ihtiyaçları doğrultusunda şekillenmiştir. Avcılık ve toplayıcılıkla başlayan bu ilişki, tarımın gelişmesiyle birlikte evcilleştirme sürecine evrilmiş; hayvanlar, iş gücü, ulaşım ve güvenlik gibi çeşitli amaçlarla insanların gündelik yaşamında önemli bir yer edinmiştir (Sever, 2024: 242). Batılılaşma, modernleşme ve şehirleşme gibi olgular, Osmanlı'dan Cumhuriyet'e uzanan süreçte karşımıza çıkmıştır. Batılılaşma ile Avrupa'ya benzeme hedeflenirken; modernleşme, toplumun düşünce tarzının geleceğe dönük ve akılcı bir yapıya kavuşmasını hedeflemiştir. Nüfus artışıyla birlikte mekanlardan yaşanan değişim ise şehirleşmeyi doğurmuş ve bunlar insan toplumunun, kırsaldan kente yönelip yeni bir yaşam biçimi edinmesine sebep olmuştur. Cumhuriyet'in ilanıyla birlikte Türkiye'de hız kazanan batılılaşma ve modernleşme süreci, kırsaldan kentlere göçü teşvik etmiş, şehirleşmenin dinamiklerini büyük ölçüde değiştirmiştir. Modern şehircilik anlayışı, hijyen ve düzen odaklı bir yaklaşımla şekillenirken, bu dönüşüm sokak hayvanlarına yönelik politikaları da doğrudan etkilemiştir. Cumhuriyet'in ilk yıllarında toplum hızla modernleşirken, hayvanlara yönelik tutumlar da bu değişimden etkilenmiştir. Ancak geçmişten gelen kültürel alışkanlıklar, hayvanlara karşı hem merhamet hem de olumsuz yaklaşımların bir arada var olmasına neden olmuştur. Dönemin hükümeti, hayvan haklarıyla ilgili bazı düzenlemeler yaparken, ekonomik ve politik koşullar da bu süreci şekillendirmiştir (Kuzucu, 2022: 126-128). Özellikle İstanbul gibi büyük şehirlerde sokak hayvanlarına bir yandan şefkat gösterilirken, diğer yandan hijyen ve sağlık sorunları nedeniyle tehlike olarak görülmeleri karmaşık bir durum yaratmıştır.

Belediyeler, halk sağlığını korumak için çeşitli önlemler alırken, aynı zamanda sokak hayvanlarını korumaya yönelik insancıl çözümler geliştirmek amacıyla Himaye-i Hayvanat Cemiyeti'nin kurulmasına yardımcı olmuştur. Cemiyet, Osmanlı'da hayvan hakları konusunda kurumsal düzeyde atılmış en dikkat çekici adımlardan biri olarak kabul edilmekte olup 1912 yılında Alice Washburn Manning'in öncülüğünde İstanbul'da kurulmuştur. Modern anlamda ilk Hayvan Koruma Vakfı olarak bilinir. Ancak I. Dünya Savaşı'yla birlikte hem salgınlar hem de siyasi koşullar nedeniyle cemiyet kısa süre sonra kapanmıştır. Cumhuriyet'in ilanıyla birlikte toplumsal hayatın her alanında olduğu gibi hayvanlara yönelik yaklaşımlarda da köklü bir yeniden inşa süreci başlamıştır. Bu sürecin önemli adımlarından biri, İzmir İktisat Kongresi'nde hayvanların korunmasına yönelik kararların alınması ve bu kararların devlet politikası haline getirilmesidir. Atatürk'ün doğrudan himayesinde, 1924 yılında kurulan Türkiye Hayvanları Koruma Cemiyeti, yeniden kurumsal kimlik kazanmıştır. Cemiyet, yalnızca sokak hayvanlarını korumakla kalmamış; yük hayvanlarının acılarını dindirmekten canlı hayvan deneylerinin sınırlandırılmasına, halk sağlığından eğitim faaliyetlerine kadar geniş bir yelpazede hizmet vermiştir. 1950 yılında "Kamu Yararına Çalışan Kurum" statüsü kazanarak modern Türkiye'nin hayvan hakları mücadelesinde kalıcı bir iz bırakmıştır (Gündoğdu, 2003: 114-116; Melikoğlu, 2009: 37-40). Ancak devlet ve halkın bu konudaki yaklaşımı zaman zaman çelişkili olmuştur. Sokak hayvanları, yalnızca toplumsal bir mesele olarak değil, aynı zamanda Cumhuriyet'in ilerleyişini etkileyen siyasi ve ekonomik dinamiklerden biri olarak da tartışma konusu haline gelmiştir (Sunar, 2015: 191).

Bu dönemde halkın bilinçlenmesi, bilgilendirilmesi ve yönlendirilmesinde en önemli araçlardan biri gazete ve dergilerdir. Haberlerin yanı sıra bu yayınlarda karikatürler de yer almakta, görselliğin gücü sayesinde halkın her kesimine hızla ulaşabilmektedir. Özellikle hayvan konulu karikatürlerde toplumun sosyal değerleri yansıtılırken, aynı zamanda hayvan hakları konusunda farkındalık oluşturulmaya çalışılmıştır. Bu karikatürlerde hayvanlar bazen halkın simgesi olarak kullanılmış, bazen de toplumsal eleştirilerin bir parçası haline gelmiştir. Hem güldüren hem de düşündürten bu görseller, dönemin çelişkilerini gözler önüne sermiştir (Yetim ve Akkoyunlu, 2017: 80-81). Halkın hayvanlara bakışı konusunda ise farklı görüşler ortaya çıkmıştır. Bir kesim hayvanlara merhamet edilmesi gerektiğini savunurken, diğer kesim onların tamamen ortadan kaldırılmasını istemiştir. Özellikle geleneksel kesimin büyük bir bölümü, savaşlar, salgınlar ve doğal afetlerin hayvanlara kötü muameleden kaynaklandığını düşünerek sert bir tutum benimserken, yönetimde önemli görevlerde bulunan ve "aydın kesim" olarak

tanımlanan kişiler modernleşme ve Batılılaşma adına sokakların hayvanlardan arındırılması gerektiğini savunmuş, daha temiz ve düzenli bir şehir görünümü istemiştir (Schick, 2010: 22). Toplum içinde süregelen bu görüş ayrılıkları basına da yansımış, konu hakkında çok çeşitli haberler yapılmıştır. İşte Cumhuriyet'in ilk yıllarından itibaren basında yer alan bu karikatürler, sokak hayvanlarına yönelik politikaları, toplumun hayvanlarla kurduğu ilişkiyi ve dönemin sosyo-politik dönüşümlerini yansıtan önemli belgeler niteliğindedir (Yetim ve Akkoyunlu, 2017: 80).

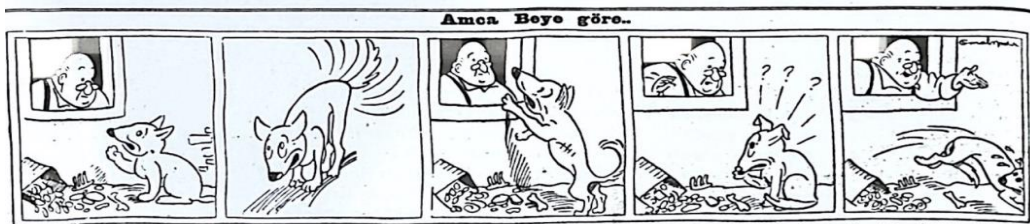
Bu karikatürler aracılığıyla modernleşme çabalarının yalnızca insan yaşamını değil, hayvanlarla olan etkileşimi de nasıl dönüştürdüğü gözler önüne serilmektedir. Bu makalede, Cumhuriyet dönemiyle birlikte değişen insan-hayvan ilişkisi ele alınacak; özellikle basında ve karikatür sanatında sokak hayvanlarına yönelik tepkiler, eleştiriler ve toplumsal yansımalar incelenecektir. Çalışma, dönemin karikatürlerini tarihsel ve sosyolojik bir bağlamda değerlendirerek, Akşam, Cumhuriyet, Son Posta ve Vakıf gazetelerinden esinlenip 1930'lu yani erken Cumhuriyet döneminin toplumsal dinamiklerini anlamaya katkı sağlamayı amaçlanmaktadır.

Cumhuriyetin İlk Yıllarında Karikatürlerle Sokak Köpeği Temsilleri

Osmanlı şehirlerinde sokak köpekleri, evcil hayvan olarak ev içinde beslenmemelerine rağmen toplumun gündelik yaşamında önemli bir yere sahiptir ve sıklıkla birer aile bireyi olarak görülüp beslenmiş korunmuşlardır. Ev hayvanı olmayan ama sokakların sahipleri olan bu canlılar dini ve ahlaki öğretileri gereği birer fazlalık olarak görülmemekteydi. Toplumun birer parçası olan köpekler, bulundukları mahallere sahip çıktıkları, bazı durumlarda havlayarak mahalle güvenliğine katkıda bulundukları yönünde inançlar mevcuttur. Yaşanan doğal afetleri önceden anlayıp halka en kısa sürede haber etmekle birlikte sokakta bulunan atıkları yiyerek temizliği de sağladıkları bilinenler arasındadır. Avrupa'dan gelen seyyahlar, bu duruma karşı biraz şaşkın biraz da yargılayıcı olarak bakarak sokak hayvanlarına olan yaklaşımları eleştirmişlerdir (Farrere, 2019: 139).

XIX. yüzyılla birlikte Osmanlı topraklarında hızla yayılan Batılılaşma akımı ile birlikte Avrupa şehirlerine benzemek isteyen aydın kesim, sokak köpeklerinin modern kent düzeni açısından bir sorun teşkil ettiğini düşünmeye başlamış, ellerine geçen her fırsatta onlardan kurtulmak için çözüm arayışlarına girmişlerdir. Başlangıçta halkın tepkisi karşısında çekindiklerinden sürgünler denenmiş, yaşananların karşılığında olumsuz sonuç alınınca itlaflarına başlanmıştır (Menekşe, 1018: 6324-6325). Sokak hayvanlarını korumak için çalışan halk ise bu durum karşısında vakıf kurmuş ve çeşitli çalışmalar yapmıştır. Nitekim yaşanan siyasi olaylar gereği vakıf uzun ömürlü olamamıştır. Osmanlı Devleti yıkılıp Türkiye Cumhuriyeti kurulduğunda da sokak hayvanlarına olan bakışın değişmediği görülmektedir. Bu sefer hükümet, vakıf yardımını alarak halkı sokak hayvanlarından kurtulmak üzerine çeşitli teşvikleriyle konuya çözüm arayışları getirmeye çalışmıştır (Melikoğlu, 2009: 40-41).

Cumhuriyet'in ilk yıllarında hayvanlar için en büyük sorun, onların itlaf edilmesi ya da zorla sürgün edilmesi şeklinde düşünülebilir. Hükümet, zaman zaman sokakları hayvanların kent yaşamından uzaklaştırılması için çeşitli önlemler alırken, bu durum basına da yansımış ve dönemin gazetelerinde dikkat çekici haberler yer almıştır. Hükümetin başlangıçta özellikle Himaye-i Hayvanat Cemiyeti ile birlikte sokakların temizliği ve salgın hastalıkların önlenmesini hedef göstermesiyle yaklaşık 1506 köpek,



Şekil 1 Akşam 20 Temmuz 1931 s.1.

1544 kedi öldürülmüştür (Son Posta, İstanbul hayvanları şüphesiz, 1932). Konu gazetelere haber olduktan sonra ise karşıt görüşlü karikatüristlerin hedefi haline gelmiş ve konu eleştirilmiştir. Örneğin, Akşam Gazetesi'nin 1931 tarihli bir karikatüründe, sokaklardan toplanan köpeklerin durumunu anlatan çarpıcı bir diyalog yer almıştır. Karikatürde, bir sokak köpeği ve bir insan konuşmaktadır:

Sokak köpeği: Elini vicdanının üstüne koyda söyle Amca Bey, Bütün dünyada bizim kadar sadık, bizim kadar itaatli ve faydalı hayvan var mıdır?

Amca Bey: Bilakis siz çok nankör varlıklarsınız!..

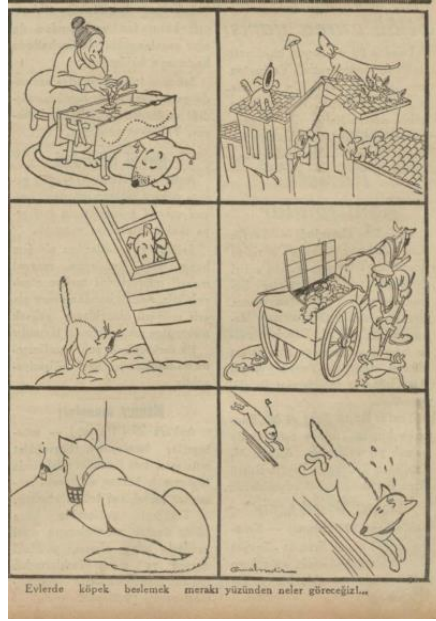
Sokak köpeği: Niçin a efendim?..

Amca Bey: İstanbul sokaklarında barınacak yer, yiyip içecek bol süprüntü buluyorsunuz da bir gün Belediye makamına gidip arzı şükran etmiyorsunuz!.. (Şekil 1).

Hükümetin ve aydın kesimin isteği, sokakları hayvanlardan uzaklaştırarak “modern ve temiz” bir şehir yaratmak olsa da aynı dönemde Avrupa’da olduğu gibi köpeklerin evlerde beslenmesi bir moda hâline gelmiştir. Ancak burada büyük bir çelişki ortaya çıkmaktadır: Sokaklarda bir zamanlar özgürce dolaşan, İstanbul’un doğal bir parçası olan köpekler sürgün edilirken, Batılı yaşam tarzına özenen kesimler, aynı hayvanları evlerinde beslemeye başlamıştır. Türk kültürü ve dini inançlar açısından evde köpek beslemek yaygın bir davranış değilken, bu yeni alışkanlık toplum içinde tartışmalara yol açmıştır. Bu yaklaşım, basında da eleştirilmiş ve özellikle Akşam Gazetesi’nin karikatürleri bu durumu gözler önüne sermeye çalışmıştır (Şekil 2). Bir yanda modernleşme adına sokaklardan köpeklerin şehir yaşamından uzaklaştırılması, diğer yanda Batılılaşma ile aynı hayvanları evlerinde besleyen bir kesim... Bu durum hem dönemin çelişkilerini hem de toplumsal dönüşüm sürecindeki derin kırılmaları gözler önüne sermektedir. Bu çelişkili durum, dönemin köşe yazarları ve karikatüristleri tarafından da sıkça eleştirilmiştir. Ercüment Ekrem Talu, bir yazısında ev köpeklerinden duyduğu rahatsızlığı dile getirerek, neredeyse her apartmanda en az bir köpeğin bulunduğunu vurgulamıştır (Cumhuriyet, Kurt köpeği denilen, 1934).



Şekil 2. Akşam, 2 Şubat 1934, s.1.



Şekil 3. Akşam 29 Kasım 1934 s.1.

Bu durum, sadece bireysel şikâyetlerle sınırlı kalmamış, basında da geniş yankı uyandırmıştır. Akşam gazetesinde yer alan bir haberde, İstanbul'un bir dönem "kedi şehri" olarak anıldığı, neredeyse her evde kedi beslendiği belirtilmektedir. Haberde ayrıca zamanla kedi sayısında azalma görüldüğü ve buna karşılık evcil köpeklerin ve onları besleyen kişilerin sayısında artış gözlemlendiği ifade edilmiştir (Akşam, Bir paşanın kedisi, 1935). Bu değişim, yalnızca bir alışkanlık dönüşümü olarak değil, toplumsal değerler ve kültürel kodlar açısından da büyük bir kırılma olarak görülmüştür. Sokak köpekleri bir tehdit olarak algılanıp şehrin dışına sürülürken, Batılı yaşam tarzına özenen kesimler için köpek beslemek statü göstergesi hâline gelmiştir. Karikatüristler de bu duruma kayıtsız kalmamış, dönemin basınında köpeklerin evlerde beslenmesini mizahi bir dille eleştiren pek çok görsel yayınlanmıştır. Bunlardan birinde, bir yazarımızın çizimleriyle, evlerde köpek beslenirse nasıl garip durumlarla karşılaşılacağına dair çeşitli senaryolar sunulmuştur. Tüm bu eleştiriler, hayvanlara yönelik tutarsız yaklaşımların yalnızca bir modernleşme meselesi değil, aynı zamanda toplumun içindeki değer çatışmalarını da ortaya çıkardığını göstermektedir (Şekil 3). Bir yandan sokakların hijyen ve düzen gerekçesiyle hayvanlardan arındırılmasını savunan yaklaşımlar, diğer yandan aynı hayvanları modern yaşamın bir unsuru olarak kabul eden toplumsal kesimler yan yana var olmuştur. Bu farklı yaklaşımlar, dönemin gazetelerinde yalnızca haber yazılarında değil, aynı zamanda karikatürlerde de yer bulmuş; böylece toplumun modernleşme sürecindeki çeşitli eğilimleri ve karşıtlıkları görsel ve yazılı medya aracılığıyla yansıtılmıştır. Bu tartışmalar hiçbir zaman sona ermemiş, Sokak köpeklerini şehirden uzaklaştırma çabaları, temizlik ve düzen anlayışıyla meşrulaştırılmaya çalışılmış; bu süreçte yeni yöntemler aranmıştır.



Şekil 4. Akşam 7 Haziran 1934 sayfa 1.

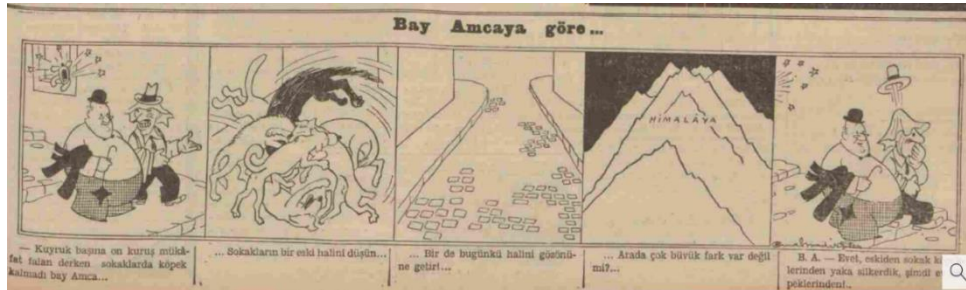
Belediye Müfettişi, köpeklerin özel bir aletle başlarının kesilmesini, bir nevi giyotinde infaz edilmelerini önermiş, ancak köpeklerin kolay yakalanamayışı nedeniyle bu fikirden vazgeçilmiştir (Akşam, Serseri köpekler kiyotine, 1935). Daha sonra, Almanya’da uygulanan bir yöntem gündeme gelmiş, köpeklerin özel tabancalarla uyutulup baygınken öldürülmesi düşünülmüştür (Akşam, Serseri köpekler nasıl, 1937). Ancak halk bu tür uygulamalara her zaman karşı çıkmış, hayvanlara yapılan şiddeti engellemeye çalışmıştır. Bu süreçte, 1930 yılında Temizlik İşleri Müdürü Mehmet Ali Bey, İstanbul halkına sürekli sitem ederek köpeklerin ortadan kaldırılmasına destek olmalarını istemiştir. Ancak halk, sokak hayvanlarına yapılan zulme sessiz kalmamış, zaman zaman yetkililerle karşı karşıya gelmiştir. Öyle ki, dönemin gazetelerinden birinde Beşiktaş’ta saklanan 17 köpeği almak için bölgeye giden Temizlik İşleri Müdürlüğü memurlarından Mehmet isimli bir kişinin, bir eczacı tarafından dövüldüğü ve dişinin kırıldığı haberi yer almıştır (Vakit, Kuduzun çoğalmasında amil, 1930). Toplumun sokak hayvanlarına yönelik bu hassasiyeti, basında da geniş yankı uyandırmış ve bu konu gazetelerde eleştirilen bir dille işlenmiştir. Karikatüristlerin bu konudaki tepkisi, mizahi ama bir o kadar da dokunaklı çizimlerle kendini göstermiştir. Bunlardan birinde, anne bir köpek, yavrularına belediye ekiplerini gördüklerinde Cemiyete sığınmalarını öğütlemektedir. Bu sahne, aslında dönemin ruhunu yansıtan güçlü bir eleştiridir. İnsan eliyle yok edilmeye çalışılan sokak hayvanlarının, hayatta kalmak için yine insanlara sığınmak zorunda kalması, modernleşme adına atılan adımların ne kadar acımasız ve çelişkili olduğunu gözler önüne sermektedir (Şekil 4).



Şekil 5. Akşam, 5 Kanunuevvel 1935, s.1

Tüm bu sert müdahalelere rağmen, sokak hayvanları halkın kültürel ve dini değerleri açısından her zaman önemli bir yere sahip olmuş, her ne kadar modernleşme ve batılılaşmanın getirilerinden kaynaklı istenmeseler de halkın, sokak hayvanlarının itlaf edilmesi ya da sürgün edilmesi gibi konularda hükümeti desteklememesi nedeni ile konuya köklü bir çözüm hiçbir zaman sağlanamamıştır. Yapılan tüm itlaf girişimleri, halkın koruması altına alınan birkaç köpeğin zamanla yeniden çoğalmasıyla sonuçsuz kalmıştır. Bu durumu Vakıf Gazetesi'nden Niyazi Ahmet şu sözlerle dile getirmiştir:

"Türkler Avrupa medeni milletinin çok sonraları kurduğu Himaye-i Hayvanat Cemiyetlerine her milletten evvel kendi içtimai bünyesinde kökleştirmişti. Bugün bile akşamları balık pazarına uğrayarak aldığı 10 kuruşluk ciğeri sokak kedilerine dağıtan, kanadı kırık bir güvecini evine götürüp besleyenler, tedavi ettirenler var." (Vakıf, Hayvanları himaye meselesi, 1940.)



Şekil 6. Akşam, 30 Temmuz 1936, s.3

Bu sözlerle, belediyelerin ve hayvan koruma cemiyetinin yetersiz kaldığını ve halkın vicdani sorumluluğunun bu kurumlardan önce geldiğini vurgulamıştır. Bunun yanında yeni kurulan devletin ekonomik sıkıntılar içinde olması, büyük çaplı sürgün ve itlaf operasyonlarını mali açıdan da zorlaştırmıştır. Hükümet, halkın desteğini alamayınca onları sürece dâhil etmenin yollarını aramış ve sonunda Cumhuriyet Gazetesi'nin 1932 tarihli bir haberine göre, belediye ekipleri köpekleri öldürüp kuyruklarını getiren her vatandaşa 25 kuruş ödeme yapacağını duyurmuştur. (Cumhuriyet, Köpek kuyruğu ticareti, 1932). Bu girişim, ekonomik sıkıntılar içinde olan halkı sürece dâhil etmek için bir teşvik olarak görülse de hayvanların yaşamını para karşılığında sona erdirmek, toplumsal değerlerle açık bir şekilde çelişmektedir. Bir süre sonra, ödenen miktar kuyruk başına 10 kuruşa düşürülmüş, ancak bu uygulama kamuoyunda ciddi tepkilere yol açmıştır. Akşam Gazetesi, bu durumu sert bir hicivle ele

almış, yayınladığı bir karikatürde iki kişinin oturup sohbet ettiğini göstererek, biri diğerine “Çok talihli adam! Köpeği sekiz yavru doğurmuş!” demektedir (Şekil 5). Bu çarpıcı ifade, aslında meselenin ne kadar mantıksal çelişki içeren bir noktaya ulaştığını gözler önüne sermektedir. Bir zamanlar sadakatiyle övülen, mahallenin bir parçası olarak görülen sokak hayvanları, artık birkaç kuruş karşılığında öldürülüp ticari bir varlık hâline gelmiştir. Devletin modernleşme ve düzen sağlama çabaları ile halkın vicdani duyarlılığı arasındaki bu derin uçurum, dönemin en büyük çelişkilerinden biri olarak tarihe geçmiştir. Yine Akşam gazetesinin başka bir karikatüründe de sokaklarda köpek kalmadığını ve sohbet eden iki kişinin aralarındaki konuşmada geçmiş dönemleri ve bulundukları döneme ithafen Himalaya Dağları kadar fark olduğu çizilmiştir. Burada da sokakların köpeklerden temizlenmesi ancak Avrupa’ya benzeyebilmek açısından çeşitli cins köpeklerin evlerde beslenmesi üzerine bir eleştiri mevcuttur (Şekil 6). Ancak halktan bir kesim hayvanları öldürmekten vicdanen rahatsızlık duymuş ve bir süre sonra sadece hayvanların kuyruklarını keserek parayı alıp hayvanların yaşamalarına izin vermiştir. Çok geçmeden bu durumu fark eden Belediyeler, artık köpeklerin ölüsünün getirilmesi durumunda 20-25 kuruş verileceğini dile getirmiştir. (Akşam, Serseri köpekler, 1936). Bu durum Son Posta Gazetesinin karikatür bölümüne konu olmayı başarmıştır. Haberde iki kişinin sohbeti sırasında biri diğerine, sokak köpeklerini belediyelerden saklayanların mahkeme karşısında sorgulanacağını söylemektedir. Buna karşın diğeri ise sadece 10 kuruş için kuyrukları kesilip köpekleri geri alanların ne olacağını sormaktadır (Şekil 7).



Şekil 7. Son posta, 5 Birinci Kânun 1935, s.

Cumhuriyetin İlk Yıllarında Karikatürlerle Sokak Kedisi Temsilleri

Osmanlı'nın şehirlerinin vazgeçilmezlerinden biri de kedilerdir. Kediler köpeklere nazaran daha sevecen karşılanan ve göze çarpmayan bir hayvan olarak karşımıza çıkmaktadır. Sokak hayvanlarından olan bu canlı; esnafların dükkanlarında, evlerin avlularında, çatılarında rahatça dolaşır ve yadırganmamaktadırlar. Osmanlı şehirlerinde halkın, kedilere en az köpeklere gösterdiği özen kadar ilgi gösterdiği; bu nedenle sokaklara su kapları ve yemek artıkları bırakıldığı çeşitli kaynaklarda belirtilmektedir. Yavru kediler için halk, taşlardan güzel alan yapar ve korunmaları için üzerlerinin örtüldüğü de yazılmıştır. (Obuz, 2022, s.135). Osmanlı Devleti'nde bu canlılara karşı herhangi bir girişim olmamış, devletin yıkılmasına kadar sevgi beslenen hayvanlar oldukları dile getirilmiştir. Fakat yeni devlet kurulduktan sonra köpeklerin ardından sorun olarak görülüp onlardan da kurtulmak için çalışmalara başlanmıştır.



Şekil 8. Akşam, 26 Temmuz 1937, s. 1.

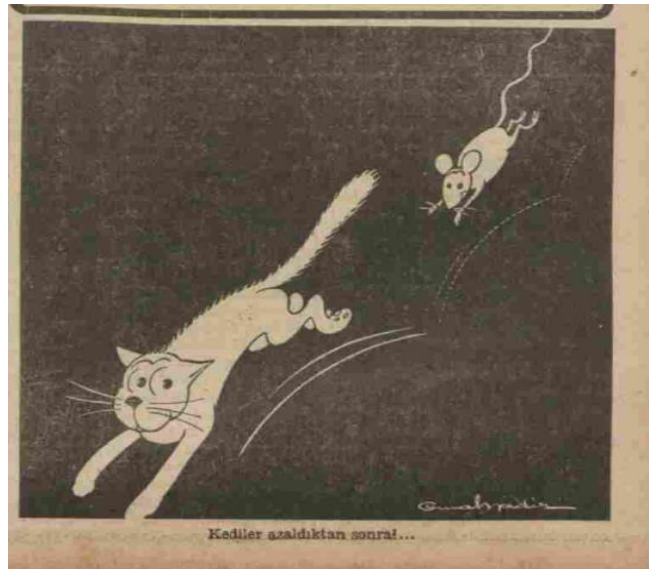
Cumhuriyet'in ilk yıllarında, köpeklerle yönelik uygulanan politikalara benzer bir tutum, bu kez kediler için de geçerli olmuştur. Ercüment Ekrem Talu Cumhuriyet gazetesinde yazdığı köşe yazısında, gelen seyyahların ara sokaklara girmemelerinden son derece hoşnut olduğunu çünkü özellikle geceleri buralarda pek çok kedi bulunduğunu yazmıştır. Ayrıca bu kedilerin, Avrupa'dan gelen seyyahlar tarafından fark edilmesinin ardından, hükümetin dikkatini çekmesinden korktuğunu belirtmiştir. (Cumhuriyet, Kediler cenneti İstanbul, 1935). Yazarın vurgulamak istediği nokta, Avrupa'dan gelen misafirlerin sokak hayvanlarına gösterilen ilgi ve merhameti hoş karşılamadıkları ve bu ilgiden dolayı sürekli eleştiri yaparak şikâyet ettikleri, dolayısıyla köpeklerin başına gelenleri sorumluluğunun da onlara ait olduğuydu. Yazar, kedilerin de aynı akıbete uğramaması gerektiğini dile getirmiştir. Ancak, sokak hayvanları konusunda hükümetin yaklaşımı zamanla değişmiş ve kediler de bir tehlike olarak görülmeye başlanmıştır. Netice olarak köpeklerin toplanması gibi kediler için de beş kuruş karşılığında toplama kararı alınmıştır. Bu uygulama, sahipli kediler için bazı sorunlara yol açmıştır. Toplanan kediler arasında sahipli olanlar olduğundan, Himaye-i Hayvanat Cemiyetine, sahipli kedilerin iade edilmesi için başvurular yapılmıştır. Ancak Cemiyetin açıklamasına göre, toplanan kedilerden bazılarının hastalıklı olduğu ve bu hastalıkların, sağlıklı kedilere bulaşabileceği belirtilmiş, bu yüzden sahipli kedilerin iade edilmesine karşı çıkmıştır. (Akşam, Serseri kedilerin imhasına, 1937). Bu durumu eleştiren bir karikatür, Akşam Gazetesi'nde yayımlanmıştır. Karikatürde, iki adam arasında geçen bir sohbetle kadının kediye benzetildiği ve hırçın tavırlarıyla eleştirildiği gösterilmiştir. Sohbetin şu şekilde geliştiği görülmektedir:

Kedi gibi kadındır azizim!

Belediyeye haber versene.

Bu ifadeyle, dönemin mizah anlayışına uygun olarak hem sokak hayvanlarına yönelik uygulamaları hem de kadın temsillerine dair dolaylı bir eleştiri içerdiği görülebilir (Şekil 8).

Bu karikatür, sokak hayvanlarının da tıpkı kadınlar gibi toplumsal cinsiyet ve sınıf anlayışları üzerinden eleştirildiğini göstermekte ve o dönemdeki çelişkili tavırları mizahi bir dille gözler önüne sermektedir. Sokak köpeklerinin neredeyse tamamen ortadan kaldırılması ve kurtulanların kuytu köşelere saklanmasıyla birlikte, bu kez kediler hedef haline gelmiştir. Hükümet, tıpkı köpeklerde olduğu gibi kediler için de çeşitli "çözüm yolları" geliştirmiş ve sokak hayvanlarının olmadığı bir kent düzeni hedefine adım adım yaklaşmıştır.



Şekil 9. Akşam 2 Eylül 1937 sayfa 1.

Zamanla, sokaklardaki kedi nüfusunun azalması gözle görülür hale gelmiş ve bu durum basında da yankı bulmuştur. Akşamcı lakaplı bir köşe yazarı konu ile ilgili geçmişte kedilere olan hassasiyeti dile getirmiş ve kedilerin, çocukların oyun arkadaşları olduğunu, halkın sırf onları doyurmak için ciğer aldığını yazmıştır. Ayrıca şehir halkını uyarmak istercesine kedilerin varlığının olması gerektiğini, yoksa farelerden geçilmeyeceğini dile getirmiştir. (Akşam, Kediler kalkınca fareler, 1937). Akşam Gazetesi, bu değişimi karikatür köşesinde ele almış ve sokaklarda kedilerden çok farelerin dolaşmaya başladığını mizahi bir dille işlemiştir (Şekil 9). Bir başka karikatürde ise, kedilerin ortadan kaldırılmasıyla birlikte farelerin çoğalmasını işlemiş ve kedisiz bir evde artık “yeni kedilerin insanlar olduğu” esprili bir şekilde anlatılmıştır (Şekil 10). Ancak kedilere yönelik bu sert tutum sadece sokakları temizleme amacıyla sınırlı kalmamış, hastalık bahanesiyle de desteklenmiştir. Tifo salgınının yayılmasının kedilere bağlanması, onların çöpleri karıştırdığı ve sineklerin çoğalmasına sebep olduğu iddiası, kedi itlafını meşrulaştıran gerekçelerden biri olmuştur. Bu kapsamda, bir günde 6.430 kedinin öldürüldüğü belirtilmiş ve bu duruma karşı çıkanlar Himaye-i Hayvanat Cemiyetine şikâyetinde bulunmuştur. (Son Posta, Himaye-i Hayvanat Cemiyeti’nde, 1937). Bir başka habere göre, bir gün içinde öldürülen kedi sayısı 651’dir. Şehri tifodan kurtarmaya yönelik çabaların sürdüğü bu dönemde, artan fare nüfusu ile birlikte veba hastalığı tehlikesi karşısında dikkat çekilmek istenmiştir (Son Posta, İstanbul’da dün de, 1937). Öldürülen kedilerin ya çöpçü arabalarıyla denize atıldığı ya da çöplüklere gömüldüğü haberlerde yer almıştır (Son

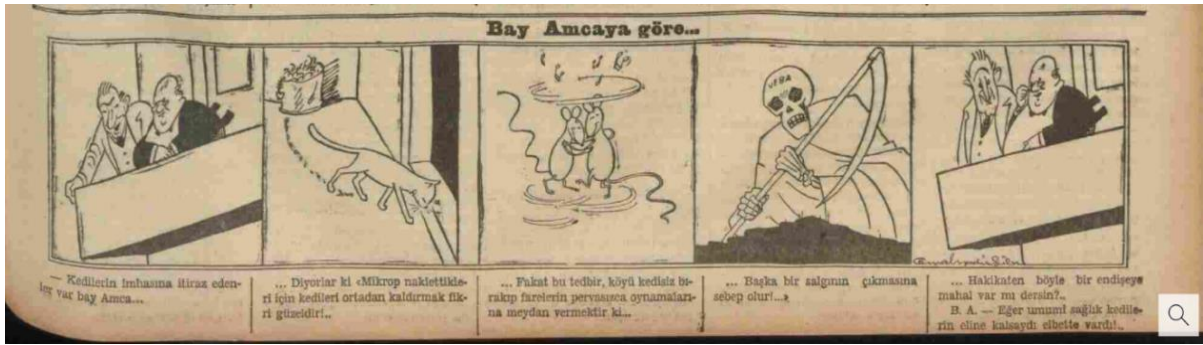


Şekil 10. Akşam 28 Temmuz 1937 s. 1.

Posta, İstanbul'da dün de, 1937). Bu süreçte tepki gösterenlerden biri de evinde kedi besleyen Türk edebiyatının usta yazarlarından biri olan Nurullah Ataç olmuştur. Ataç, kedilerin çok temiz hayvanlar olduğunu, kedisinin sürekli kendini temizlediğini belirterek, hastalığın asıl kaynağının kediler olmadığını vurgulamıştır. Ancak bu dönemde, sokak hayvanlarının sahipsiz olması, onların ölüme layık görülmesi için yeterli bir neden olarak kabul edilmiştir (Cumhuriyet, Kedi, 1942). Durumun ne kadar vahim olduğunu ortaya koyan haberlerden biri, Son Posta gazetesinde yayımlanmıştır. Haberde, İstanbul'un birçok semtinde yavru kedilerin inleyerek öldüğüne ve Cemiyetin ancak toplayabildiği kedileri acılarından kurtarabilmek için imha edildiklerine dikkat çekilmiştir. Ancak her ne kadar yetkililer, kedi itlafını gizlemeye çalışsa da sokak kedilerine yapılanlar, gazetelere haber olmaktan kaçamamıştır (Son Posta, İstanbul'a hayvanat bahçesi, 1934). Bu dönemi eleştiren bir başka karikatürde ise, iki kişi arasında şu konuşma geçmektedir:

-Kedilerin imhasına itiraz edenler var Bey amca... Diyorlar ki mikrop naklettikleri için kedileri ortadan kaldırmak fikri güzeldir. Fakat bu tedbir, köyü kedisiz bırakıp farelerin pervasızca oynamalarına meydan vermektir. Başka bir salgının çıkmasına sebep olur. Hakikaten öyle bir endişeye mahal var mı dersin?

-Eğer umumi sağlık kedilerin eline kalsaydı elbette vardı!.. (Şekil 11).



Bu diyalog, hükûmetin hayvanlara yönelik yaklaşımındaki çelişkileri ve olaylara sadece kısa vadeli çözümlerle yaklaşmasının sonuçlarını gözler önüne sermektedir. Kediler yok edilince, bu kez fareler tehlike haline gelmiş, ancak sokak kedilerini imha etmek uğruna yetkililer tarafından görmezden gelinmiştir. Bu durumu bir haksızlık gören ve kurulan cemiyetlerin hayvanlar için çalışması gerektiğini fakat görevlerini yerine getirmediğini dile getirmek amacıyla Şevket Rado şunları söylemiştir:

“Böyle bir zamanda hayvanları kim düşünür, demeyin, onları da hatırdan çıkarmayan iyi insanlar henüz tükenmiş değildir. Hayvanları Koruma cemiyeti, geçen ay zarfında muhtelif cinsten 94 hayvanı ayakta, ağır hasta olan 2 hayvanı da hastaneye yatırarak tedavi etmiş. Cemiyetin müfettişleri, arkalarındaki arabalara nizamında fazla ağırlık konmuş 80 kadar beygiri bu yükten kurtarmış. Muhtaç hayvanlara da 45.000 kilo kadar saman dağıtmış.

Fakat Hayvanları Koruma Cemiyeti'nin iyi kalpli azaları, yardımı bu kadarla da bırakmamışlar. Yine mayıs ayı zarfında belediyece toplattırılan 309 serseri kedi, köpeği de fenni ve acısız bir surette öldürmüşler (aklınıza bu da mı yardım?) diye bir şüphe girmesin. Yardımların en büyüğü bu olduğu için mahsus sona sakladım. Şu sırada sadece haklarını müdafaa eden insanlar merhametsizce öldürülürken, sokaklarda kalmış talihsiz kedi ve köpeklerin gözlerine tatlı bir uykuya dalar gibi kapayarak bu lezzetsiz dünyayı rahatça terk etmeleri ne saadet! Gelecek kedi, köpek nesilleri nasıl olsa alınca yazılmış olan ölümü, midede müthiş sancılar husule getiren zehirli ekmekle değil, sıcak bir yaz gününde buzlu çilek şurubu tadıyla kendilerine sunanların iyiliğini asla unutmayacaklardır.” (Akşam, Hayvanlara yapılan iyilikler, 1940).

Kediler, artık sevgi ve merhametten çok uzakta sadece salgın hastalık bulaştıracak ve şehrin görüntüsüne zarar verecek bir unsur olarak değerlendirilmekte olup kedilerden kurtulmak ve Avrupa gibi görünmek için yapılan çalışmaların kurbanı haline gelmekten kurtulamamıştır. Kedi ya da köpek ayrımı yapılmaksızın, sokakların birer Avrupa şehri gibi görünmesi hedeflenmiş; bu doğrultuda gerekli düzenlemeler yapılmış ve sonuç olarak sokak hayvanlarının yaşamı tamamen insan iradesine bağlı hâle getirilmiştir.

Sonuç

Cumhuriyet'in ilk yıllarında sokak hayvanlarına yönelik geliştirilen politikalar, temelde modernleşme idealleri, hijyen anlayışı ve şehir düzeni arayışı etrafında şekillenmiştir. Yeni kurulan devletin Avrupalı bir şehircilik anlayışıyla, sokaklardaki başıboş hayvanları bir sorun olarak görmesine neden olmuştur. Ancak bu yaklaşım, toplumun köklü kültürel değerleri ve vicdani hassasiyetleriyle ciddi şekilde çatışmıştır. Osmanlı Dönemi'nde mahalle yaşamının bir parçası olarak kabul edilen, kimi zaman sahiplenilen, kimi zaman beslenen sokak hayvanları, Cumhuriyet'in ilk yıllarında tehdit unsuru olarak değerlendirilmiş ve bu doğrultuda çeşitli itlaf uygulamaları hayata geçirilmiştir. Toplum, bu uygulamaları yalnızca bir temizlik ve düzen sağlama aracı olarak değil, aynı zamanda vicdanları yaralayan bir tutum olarak görmüş; bu bağlamda basın organları ve karikatürler hayvanların itlafı uygulamalarına sessiz kalmamıştır. Özellikle dönemin önemli gazeteleri olan Akşam, Cumhuriyet, Son Posta ve Vakit, bu tepkileri yansıtan çizim ve yazılarla, uygulamaların etik boyutunu kamuoyunun dikkatine sunmuştur. Hükümetin başta köpekler olmak üzere, sokak hayvanlarının itlafına yönelik çabaları, kısa vadede şehir temizliğini ve düzenini sağlamayı amaçlasa da uzun vadede beklenmeyen sorunlara yol açmıştır. Özellikle 1930 ve 1940'lı yıllarda yoğunlaşan itlaf uygulamaları, gazetelerde yayımlanan eleştirel yazılar ve karikatürler aracılığıyla halkın dikkatine sunulmuş; hükümetin politikalarına karşı çıkanlar, mizahın gücünü kullanarak toplumu bilgilendirmeye ve farkındalık oluşturmaya çalışmıştır. Bu döneme ilişkin yapılan araştırmalar, hükümet ile çeşitli sivil cemiyetlerin iş birliğiyle halkı bu politikalara ikna etmeye çalıştığını; ancak buna karşı duranların da güçlü bir muhalefet dili geliştirdiğini ortaya koymaktadır. Mizahi anlatımlar, kimi zaman trajik gerçekleri yumuşatarak sunmuş, kimi zaman ise acı gerçekleri daha çarpıcı hâle getirmiştir. Sonuç olarak, Cumhuriyet'in erken dönem hayvan politikaları yalnızca modernleşme sürecinin bir parçası olarak değerlendirilmemelidir. Bu politikalar aynı zamanda toplumsal vicdan, geleneksel değerler ve devlet otoritesi arasındaki gerilimlerin, çatışmaların ve uzlaşmazlıkların somut bir yansımasıdır. Sokak hayvanlarına yönelik tutumlar, geçmişte olduğu gibi bugün de toplumun vicdani reflekslerini harekete geçiren, duygusal bağlar kurulan bir mesele olmayı sürdürmektedir. Zaman değişse de sokak hayvanları meselesi gündem konusu olmayı başarmış, toplumun vicdanını sızlatan derin bir yara olarak günümüze kadar gelmiştir.

Kaynakça

- Farrere, C. (2019). Türklerin Manevi Gücü. Köprü Yayınları. İstanbul.
- Gündoğdu, C. (2003). "Doksan Yıl Önce İstanbullu Hayvanseverler" Toplumsal Tarih Dergisi, Ağustos 2003, s.114-120.
- Kuzucu, K. (2022). İstanbul'un Sokak Köpekleri (Muhafazakarlık ve Modernlik bağlamında Osmanlı'dan Cumhuriyet'e). Kapı Yayınları. İstanbul.
- Melikoğlu, B. (2009). "Türkiye'de Kurulan İlk Hayvanları Koruma Derneğinin Tarihsel Gelişimi", Veteriner Hekimleri Derneği Dergisi, 80(1): 37-44.
- Menekşe, M. (2018). "Batılı Seyyahlar Gözünden İstanbul'unda "Köpekler" "International Social Sciences Studies Journal, 4(28): 6321-6334.
- Obuz, Ö. (2022). "Osmanlı'dan Erken Cumhuriyet'e Hayvan Katliamları ve Himaye Kediler, Köpekler, Kargalar", İletişim Yayınları, İstanbul.

- Schick, İ.C. (2010). "İstanbul'da 1910'da Gerçekleşen Büyük Köpek İtlafı: Bir Mekân Üzerinde Çekişme Vakası". *Toplumsal Tarih*, 200: 22-33.
- Sunar, M. (2015) "Osmanlı İmparatorluğunda Çevre ve Şehir: Hayvanlar". *Akademik Dil ve Edebiyat Dergisi*: 191-231.
- Yetim, F., Akkoyunlu, S.B. (2017) "Türk Modernleşmesinde Erken Cumhuriyet Dönemi Basınında Karikatür Üzerinden Bir Bakış". *Tarih ve Gelecek Dergisi*, 3 (3): 77-96.

Sürekli Yayın

- "Hayvanlara yapılan iyilikler", (7 Haziran 1940). *Akşam*, s.5.
- "Kediler kalkınca fareler ne olacak?", (25 Temmuz 1937). *Akşam*, s.1.
- "Serseri kedilerin imhasına başlandı.", (1937). *Akşam*, s.6.
- "Serseri Köpekler", (13 Eylül 1936). *Akşam*, s.2.
- "Bir Paşanın kedisi idam edildi!", (5 Teşrinisani 1935). *Akşam*, s.6.
- "Serseri köpekler kiyotine mi gönderilecekler?", (7 Mart 1935). *Akşam*, s.3.
- "Serseri köpekler nasıl öldürülecekler?", (17 Ağustos 1937). *Akşam*, s.3.
- (20 Temmuz 1931). *Akşam*, s.1.
- (2 Şubat 1934). *Akşam*, s.1.
- (29 Kasım 1934). *Akşam*, s.1.
- (7 Haziran 1934). *Akşam*, s.1.
- (5 Kanunuevvel 1935). *Akşam*, s.1.
- (30 Temmuz 1936). *Akşam*, s.3.
- (26 Temmuz 1937). *Akşam*, s.1.
- (2 Eylül 1937). *Akşam*, s.1.
- (28 Temmuz 1937). *Akşam*, s.1.
- (27 Temmuz 1937). *Akşam*, s.3.
- "Kedi", (18 Eylül 1942). *Cumhuriyet*, s.2.
- "Kediler Cenneti İstanbul", (11 Birinci kânun 1935). *Cumhuriyet*, s.5.
- "Köpek kuyruğu Ticareti", (11 Teşrinievvel 1932). *Cumhuriyet*, s.1-2.
- "Kurt köpeği denilen nesne" (15 Teşrinisani 1934). *Cumhuriyet*, s.3.
- "Himaye-i Hayvanat Cemiyeti'nde bir saat" (28 Ağustos 1937). *Son Posta*, s.9.
- "İstanbul'da dün de 651 kedi yakalanıp öldürüldü.", (23 Temmuz 1937). *Son Posta*, s.1-8.
- "İstanbul'a Hayvanat Bahçesi Lazımmış!", (19 Eylül 1934). *Son Posta*, s.1,8.
- "İstanbul Hayvanları Şüphesiz ki Bahtiyardır", (8 Temmuz 1932). *Son Posta*, s.8.
- (5 Birinci Kanun 1935). *Son Posta*, s.2.
- "Hayvanları Himaye meselesi", (27 Şubat 1940). *Vakit*, s.3-4.
- "Kuduzun çoğalmasında amil şehir halkı mı?", (21 Kânunusani 1930). *Vakit*, s.3.



Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR)

Journal of Abant Cultural Studies

2025, 10(19): 60 – 72



Korunan Alanlarda Ziyaretçi Memnuniyeti Üzerine Bir İnceleme: Abant Gölü Milli Parkı Örneği

A Study on Visitor Satisfaction in Protected Areas: The Case of Abant Lake National Park

Yekta ŞENER¹  Muharrem AVCI² 

Geliş Tarihi (Received): 18.04.2025

Kabul Tarihi (Accepted): 05.05.2025

Yayın Tarihi (Published): 25.05.2025

Öz: Turizmde seyahat motivasyonu ve buna ilişkin oluşan ziyaretçi memnuniyeti, yaygın bir şekilde incelenen kavramlar arasında yer almaktadır. Destinasyon yönetimi kapsamında yürütülen tanıtım ve pazarlama faaliyetleri turist davranışlarını etkileyerek seyahat motivasyonunu belirleyen faktörlere arasında yer almaktadır. Geleneksel araçlarla yapılan tanıtım çalışmaları belli bir öneme sahiptir ancak ziyaretçilerin sahip oldukları deneyimleri kendi aralarında kulaktan kulağa aktarmaları çok daha etkili olabilmektedir. Dolayısıyla bir destinasyonda seyahati motive eden unsurların ziyaret esnasında da karşılanıyor olmasının ziyaretçiler açısından memnuniyet artırıcı yönde etkisi olmaktadır. Araştırmada ziyaretçi deneyimlerinin tatmin ediciliği uygulanan ankette sunulan maddelerde yer alan imkanlardan hangi ölçülerde memnun kalındığına bakılarak yorumlanmıştır. Bir yere ziyaret gerçekleştirmeyi motive eden ve ziyaret sonrasında ortaya çıkan nedenler arasında ziyaretçinin memnuniyetinin yanı sıra farklı unsurlar da bulunabilir. Bu çalışmanın amacı, ziyaretçi memnuniyet düzeyinin belirleyicisi olan unsurların neler olduğunu ortaya çıkarmaktır. Bu amaca yönelik olarak Abant Gölü Milli Parkına (AGMP) gelen ziyaretçilerin memnuniyet düzeyleri araştırılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre Abant Gölü Milli Parkından sorumlu ilgili kurum ve kuruluşlara bazı önerilerde bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Korunan Alanlar, Memnuniyet, Motivasyon

&

Abstract: In tourism, travel motivation and visitor satisfaction related to it are among the concepts that are widely studied. Promotion and marketing activities carried out within the scope of destination management are among the factors that affect tourist behavior and determine travel motivation. Promotional activities carried out with traditional tools have a certain importance, but it can be much more effective for visitors to share their experiences among themselves by word of mouth. Therefore, visits, which are more closely related to travel motivation, increase the level of satisfaction. In the research, the satisfactoriness of visitor experiences was interpreted by looking at the extent to which the opportunities included in the items presented in the applied survey were satisfied. Among the reasons that motivate a visit to a place and emerge after the visit, there may be different elements besides the visitor's satisfaction. The aim of this study is to reveal the elements that determine the visitor satisfaction level. For this purpose, the satisfaction levels of visitors to Abant Lake National Park were investigated. According to the results of the research, some suggestions are made to the relevant institutions and organizations responsible for Abant Lake National Park.

Keywords: Protected Areas, Visitor Satisfaction, Motivation.

Atıf/Cite as: Şener, Y., Avcı, M. (2025). Korunan Alanlarda Ziyaretçi Memnuniyeti Üzerine Bir İnceleme: Abant Gölü Milli Parkı Örneği, Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 10(19): 60-72.

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

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University– Bolu

¹ Doktora öğrencisi, Kastamonu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, ysener@ogr.kastamonu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3581-0623

² Doç. Dr, Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi, mavci@kastamonu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0264-1181

Giriş

Turizm sektöründe yer alan hizmetleri daha somut ürünlerden ayıran en büyük özellik turistlerin varlığıdır. Dolayısıyla turistler, katılımları aktif veya pasif olsa bile hizmet sektörünün ayrılmaz bir parçasıdır. Turist memnuniyeti bütünüyle deneyimseldir ve bir hizmetin tüketimi sonrasında ortaya çıkmaktadır. Yalnızca varış noktasıyla etkileşimden ortaya çıkan psikolojik bir durumdur (Baker ve Crompton, 2000; 728). Turist memnuniyeti, yoğunlukla motivasyon ile deneyim arasındaki durumu ifade eder (Baker ve Crompton, 2000; aktaran Yazıt ve Bayram, 2022; 112). Tekrar ziyaret etme niyeti ise turist memnuniyetinin sonrasında ortaya çıkmaktadır ve deneyim sonrasındaki süreci belirtir (Çetin, 2015; aktaran Yazıt ve Bayram, 2022; 112). Memnuniyet tüketicilerin satın alma niyetleri üzerinde hizmet kalitesinden daha güçlü ve tutarlı etkiye sahiptir (Baker ve Crompton, 2000).

Turizm pazarındaki çeşitlilik, turistlerin memnuniyet seviyelerini arttıran bazı niteliklerin iyi tanımlanmasını ve aynı zamanda bu niteliklerin iyileştirilmesini de gerektirmektedir. Bir turistik destinasyonda (korunan alanda) yer alan unsurlar, belirli ziyaretçi segmentlerinin memnuniyetini belirleyebilmektedir. Destinasyondaki çekicilikler nedeniyle ziyaretçi segmentlerine özellikle dikkat edilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda özet olarak öncelikli bir şekilde korunan alanların yönetilmesi ve buralara seyahat eden ziyaretçilerin özelliklerinin bilinmesi önemlidir (Devesa vd., 2009; 5). Bu çalışma Abant gölü milli parkına yapılan seyahati motive eden faktörleri anlamak ve ziyaret sonrası bireylerin memnuniyet alanlarının önem seviyelerini aktarmayı amaçlamaktadır. Ayrıca çalışmada ziyaretçilerin eksik gördükleri ve bulunmasını istedikleri hizmetlerin tespit edilmesi hedeflenmiştir.

1. Kavramsal Çerçeve

Bu çalışma, seyahat motivasyonu ve ziyaretçi memnuniyeti konularını Abant Gölü Milli Parkı özelinde incelemektedir. Bu nedenle motivasyon ve memnuniyet ve Abant Gölü Milli Parkında sunulan hizmetler ile bu hizmetlerin nitelikleri ve kalitesine odaklanılmaktadır. Ayrıca Abant Gölü Milli Parkının ziyaretçiler üzerinde yarattığı etki ve ortaya çıkan sonuçlar aktarılmaktadır. Ancak tüm bunlara ilişkin kavramların açıklanması gerekmektedir. Çalışmanın Abant Gölü Milli Parkını konu alan bir örnek olay incelemesi olması sebebiyle korunan alanlar ile bağlantılı kavramların açıklanması hedeflenmektedir. Ayrıca seyahat motivasyonu, ziyaretçi memnuniyeti ve sadakat konuları açıklanmaktadır. Bu nedenle çalışmanın bu bölümünde kavramların tanımlarının yapılarak anlaşılır bir şekilde aktarılması amaçlanmaktadır.

1.1. Seyahat Motivasyonu

Motivasyon, eyleme geçmek için var olması gereken bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanları motive eden şartların oluşması için tatmin ve memnuniyet yaratan faktörlerin bulunuyor olması gerekmektedir. Farklı kültürler ve yaşam biçimleri insanların ihtiyaç ve ilgi alanlarının benzer olmaması gibi unsurlar ziyaretçilere sunulacak hizmet ve rekreasyon olanaklarının homojen bir yapıda olmasının önünde engel oluşturmaktadır.

1.2. Ziyaretçi Memnuniyeti

Ziyaretçi memnuniyeti 1950'li yılların başlarından bu yana özellikle korunan alan yönetim planlarında önemli bir konu başlığı olarak karşımıza çıkmaktadır. Birçok yaklaşım tesislerin ve hizmetlerin niteliğinin tüketici deneyimi açısından başlıca faktör olduğuna işaret etmektedir. Ziyaretçileri motive eden faktör ve unsurlar onların yoğunlukla beklenti içerisinde olmasına neden olmaktadır ve bu beklentilerin karşılanması ziyaretçilerin memnuniyetleri üzerinde potansiyel etkiye sahip olabilmektedir (Tonge vd., 2011; 289-290). Ziyaretçi memnuniyeti bir ortamın ziyaret edilmesi ile elde edilen psikolojik bir sonuç

olarak ifade edilmektedir. Daha çok deneyimseldir. Bilindik bir şekilde zihinsel bir duygu durumu olarak görülmektedir. Ancak bireylerin zihinlerinde bir memnuniyet durumu oluşması için mutlaka bir çekiciliğe maruz kalmaları beklenmemektedir. Başkalarının deneyimleri ve bununla ilişkili tanıtım materyalleriyle de dolaylı olarak ilişki kurabilirler. Ziyaretçi memnuniyeti her türlü faktörden etkilenebilmektedir. Bu faktörler hizmeti sunan destinasyon yöneticilerinin kontrol edebildiği özelliklerin yanı sıra kontrol edemediği iklim vb. durumları da ifade edebilmektedir. Dolayısıyla ziyaretçilerin ruh hali ve ihtiyaçları kontrol edilebilen ya da edilemeyen her türlü faktörden etkilenebilmektedir (Baker ve Crompton, 2000; 788).

1.3. Destinasyon Sadakati

İstikrarlı bir şekilde turistlerin belli bir lokasyon veya tesisi ziyaret etmeleri ile bir destinasyona yapılan ziyaretlerin tekrarlanması destinasyon sadakatının oluştuğunu göstermektedir. Turistlerin destinasyona ilişkin ortaya çıkan tekrar ziyaret etme niyeti, tavsiye etme ve harcama yatkınlığı gibi durumlar destinasyon sadakatine işaret eden faaliyetlerdir (Yazıt ve Bayram, 2022;112).

Uluslararası Doğa Koruma Birliği'ne göre (UICN); korunan alan, doğanın uzun süreli olarak korunmasını sağlamak için yasal ve diğer yöntemler ile yönetilen ve kanunda açıkça belirtilmiş doğal alanlar şeklinde tanımlanmaktadır (UICN, 2014). Türkiye'de korunan alanlar T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı'na bağlı Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü tarafından yönetilmektedir. 2873 Sayılı Milli Parklar Kanunu'na göre 4 farklı korunan alan tanımlanmıştır. Kanunda geçen korunan alanlar; Milli Parklar, Tabiat Parkları, Tabiat Koruma Alanları ve Tabiat Anıtlarıdır. Türkiye sınırları içerisinde yasada belirtildiği şekliyle toplam 49 Milli Park, 269 Tabiat Parkı, 111 Tabiat Anıtı ve 32 Tabiat Koruma Alanı bulunmaktadır (T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı; 2025).

1.4. Abant Gölü Milli Parkı

Abant Gölü, korunan alanlar içerisinde yer almakta olup 21 Ekim 1988 yılında Tabiat Parkı, 9 Haziran 2022 yılında ise Milli Park ilan edilmiştir. Milli Park olarak 1262 hektarlık bir alanda yer almaktadır. Gölün en derin yeri 18 metre olup ortalama 10 ile 15 metre derinliğe sahiptir ve denizden yüksekliği 1328 metrede bulunmaktadır. Bolu Merkeze uzaklığı 34 km olan Abant Gölü, doğal tektonik menşeli krater gölü olup yer altı sularından beslenir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2025). Bolu sınırları içinde yer alan Abant Gölü Milli Parkı İstanbul ile Ankara arasında bulunması nedeniyle ülke turizmi içerisinde önemli bir lokasyon olarak kabul edilebilir ve doğa turizmini temsil eden bir destinasyon konumundadır. Bunun yanı sıra ekoturizm yönünden değerli bir kaynak olarak değerlendirilebilir.

Yazılı kayıtlara göre Abant Gölü ilk olarak 1919 yılında Reşat Aker tarafından keşfedilmiştir. 1933-1945 yılları arasında Bolu'da Belediye Başkanlığı görevinde bulunana Reşat Aker Bolu Halkevi tarafından çıkartılan Abant dergisinde Abant'ın resimlerini yayınlayıp bu bölgeyi tanıtmıştır. 17 Temmuz 1934 yılında Mustafa Kemal ATATÜRK, yapmış olduğu Bolu ziyaretinde Halkevinde konaklaması sırasında Abant Gölü'nün resimlerini görmüş ve buraya bir yol yapılması için talimat vermiştir. Bolu Valisi Salih Cemal Güler'in çabaları neticesinde Temmuz 1937 tarihinde Abant Gölü'ne giden yol açılmıştır (Kara, 2023; 206-207).

2. Literatür

İletişim olanaklarının gelişmiş olduğu günümüzde turistler oldukça bilgi sahibidirler ve turist taleplerinin fazla olmasıyla birlikte oldukça rekabetçi bir ortam bulunmaktadır. Böyle bir ortamda turist memnuniyetini düzenleyen ve belirleyen değişkenleri anlamak oldukça önemli olup bir destinasyonun başarısı için olmazsa olmaz bir koşul olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir destinasyonla ilgili motivasyon faktörleri, destinasyonun özellikleri ve aktivite olanaklarına göre değişebilir (Devesa vd., 2009; 5).

Yazıt ve Bayram'ın yapmış olduğu çalışmada (2022), Sultanahmet bölgesini ziyaret eden turistlerin motivasyon, memnuniyet, tekrar ziyaret etme niyeti ve sadakat algısı arasındaki ilişki incelenmekte olup bu değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna varılmaktadır. Buna göre seyahat motivasyonu ile medeni durum ve yaş değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir.

Araştırmadaki analiz sonuçları, turist memnuniyeti ile eğitim değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olduğunu göstermektedir. Eğitim durumu yükseldikçe memnuniyetin düştüğü anlaşılmaktadır. Diğer yandan seyahat motivasyonu özelinde bakıldığında evli katılımcıların bekar katılımcılara oranla daha fazla seyahat motivasyonuna sahip oldukları tespit edilmiştir. Yazıt ve Bayram'ın çalışmasında (2022), Sultanahmet bölgesine ziyaret gerçekleştiren turistlerin ziyaret öncesindeki motivasyonlarıyla ziyaret esnasında karşılaştıkları durumun ve ziyaret sonrasında izlenimlerinin olumlu olduğu sonucuna varılmaktadır. Çalışma çerçevesinde turistlerin motivasyonlarının belirlenip uygun bir pazarlama yoluyla ürün sunarak memnuniyeti arttırmak mümkün olabilir.

Şehirden kaçıp doğa içerisinde huzur bulmak isteyen ve dinlenmek amacıyla milli park alanlarını ziyaret eden ve az para harcayan ziyaretçiler en büyük kitleyi oluşturmaktadır (Devesa vd. 2009;4).

Devesa vd. (2009)'nin yapmış olduğu İspanya kırsal turizmine katılan toplamda 288 katılımcıya anket uygulandığı çalışmada motivasyonlarına göre dört ziyaretçi gurubu tanımlanmıştır. Birinci grupta huzur, dinlenme ve doğayla temas arayan ziyaretçilerdir. Bu en büyük küme olarak karşımıza çıkmaktadır ve dolayısıyla en temsili küme olduğu ifade etmek mümkündür. İkinci en ilgili küme kültür ve anıtlarla ilgili olan yeni yerler keşfetme arzusu içinde olan ziyaretçilerdir. Araştırma sonuçları kütür ziyaretçilerinin daha uzak mesafelere seyahat edebildiklerini göstermektedir. Dolayısıyla kültürel ziyaretçiler seçilen varış noktasına ulaşmak için uzun bir mesafe kat etmek zorunda olan kişilerden oluşmaktadır. Bu gurup anıtların açılış saatlerine, rehberli turlara ve kültürel mirasın korunmasına önem vermektedir. Üçüncü grupta gastronomi ve doğa ziyaretçileri yer almaktadır. Bu gurup mili park gibi alanları ziyaret etmek gibi ortak bir amaca sahip olmalarının yanı sıra ziyaret ettikleri yerler ikametgahlarından çok uzakta değildir. Ayrıca varış noktasında geceyi geçirecekleri için konaklama ve restoranların mevcudiyeti ile kalitesi önem taşımaktadır. Son grupta ise tekrar ziyaret gerçekleştiren geri dönen ziyaretçiler bulunmaktadır. Çalışmada bu kümeye geri dönüş turizmi adı verilmektedir. Bu gurubun ana motivasyon kaynağı arkadaşları ve akrabaları ile ziyaret gerçekleştirmektir. Ziyaret edilen yerlere yakın şehirlerde yaşayan ve yerel eğlencelere katılarak aile ve arkadaşlarının konaklama yerlerini kullanan kişilerden oluşur. Bunların arasında huzur, dinlenme ve doğayla temas arayan 129 ziyaretçi seyahat motivasyonu olarak sırasıyla; sakinlik arayışı, çok pahalı olmayacak şekilde sıkça kaçış yapmak, dinlenme ve kendini yenileme, yeni yerler tanıma isteği ve doğayla temas cevaplarını vermişlerdir. Bu çalışmada kültür turizmine yönelik ziyaret gerçekleştiren 69 katılımcı ise seyahat motivasyonu olarak; anıtları ziyaret etmenin yanı sıra yeni bir yer keşfetme ve deneyimleme cevabını vermiştir. Gastronomi ve doğa ziyaretçisi kümesinde yer alan 40 katılımcı ise çalışma nedeniyle yakın alanları ziyaret etme, restoran ve yemek yeme gibi gastronomik nedenler ile doğal parkları ziyaret etmek ve doğayla temas ederek spor yapmayı motivasyon kaynağı olarak görmektedirler. Bir destinasyonu sıkça ziyaret eden kümede yer alan 50 katılımcının verdiği cevaplara göre; arkadaş ziyareti gerçekleştirmek, ikinci bir ikametgâh sahibi olmak, yerel bayram, etkinlik ve festivallere katılmak öncelikli seyahat motivasyonu olarak ortaya çıkmaktadır. Sonuçlar bireyleri seyahatlere motive eden veya seyahati belirleyen nedenlerle ilişkilerine bağlı olarak belirli faktörler, aktiviteler ve destinasyon nitelikleri hakkında farklı değerlendirmeler yaptığını göstermektedir (Devesa vd.,2009; 5).

Kozak (2002) tarafından yapılan çalışmada İngiltere'den Malorka'ya ve Türkiye'ye giden 976 İngiliz turiste anket uygulanmıştır. Ayrıca Almanya'dan Malorka'ya ve Almanya'dan Türkiye'ye giden 896 turiste anket yapılarak veri toplanmıştır. Kozak'ın çalışmasında toplam 1872 anket uygulanmıştır. Öncelikle Malorka ve Türkiye'de ziyaret gerçekleştiren İngiliz turistlerin demografik değişkenleri arasında istatistiksel bir fark olup olmadığı araştırılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre Malorka'yı ziyaret eden İngiliz turistler Türkiye'yi ziyaret eden İngiliz turistler ile karşılaştırıldığında tatillerini iki haftadan daha kısa süre planladıkları ve daha fazla tekrar ziyareti gerçekleştirmeyi düşündükleri sonucuna

varılmaktadır. Ayrıca Türkiye'yi ziyaret eden İngiliz turistlere kıyasla daha yüksek bir gelir seviyesine sahip oldukları ve paket turlar için daha fazla ödeme yapma isteğinde oldukları görülmüştür.

Karsu ve Çilkara (2024) 'nın çalışmasında Abant Gölü Milli Parkının sürdürülebilir bir turizm destinasyonu olarak kalabilmesi için 4A olarak kodlanan bileşenlere yönelik Attraction (Cazibe), Ammenities (Olanaklar), Access (Erişim) ve Ancillary (Yardımcı Hizmetler) ziyaretçilerin algıladıkları engel ve motivasyonların belirlenmesi amaçlanmıştır ve bu amaca dönük tüm bu 4A bileşenlerinin literatürde yer alan diğer çalışmalarda destekler nitelikte destinasyonun sürdürülebilirliği açısından önemli olduğu sonucuna varılmıştır. Özellikle çeki-ciliğin motivasyonu sağlayan en önemli öge olduğu aktarılmaktadır. Çalışmaya göre bir destinasyondaki çekicilik özellikleri içinde doğal güzellikler, dört mevsim ziyaret edilebilirlik, destinasyonun flora ve faunası, havası ve iklimi gibi doğal varlıklar bulunmaktadır.

Abant Gölü Milli Parkını ziyaret eden turistlerin demografik özellikleri ile harcamaları arasındaki ilişkinin analiz edildiği Yılmaz ve Okan (2021)'in çalışmasında kadın ziyaretçilerin erkek ziyaretçilere göre konaklama için daha fazla harcama eğiliminde olduğu ve eğitim düzeyi yükseldikçe harcama yapma eğiliminin de arttığı tespit edilmiştir. Çalışmada ayrıca Abant Gölü Milli Parkına gelen ziyaretçilerin çoğunlukla İstanbul ve Ankara ile çevre illerden (Düzce, Sakarya ve Zonguldak) geldiği görülmüştür.

Kalış sürelerinden ve çoğunlukla yakın çevre şehirlerden geldikleri çıkarımından Abant Gölü Milli Parkında ziyaretçilerin kısa süreli seyahat planlamaları yaptıkları sonucuna varılabilmektedir. Geliş sıklıkları incelendiğinde %33 ile ilk defa gelenler sahiptir. Ayrıca ziyaretçilerin en fazla 2 gece konaklama yaptıkları anlaşılmaktadır (Yılmaz ve Okan, 2021; 216).

Müderrişoğlu vd. (2005)'nin yapmış olduğu çalışmada Abant Gölü Milli Parkında rekreasyonel fırsat dağılımı (ROS) sınıfındaki kriterlere göre belirlenen alanları kullanana ziyaretçilerin memnuniyetlerindeki farklılıkların belirlenmesi amaçlanmıştır ve genel memnuniyeti en çok belirleyen faktörlerin mevsim, grup büyüklüğü, cinsiyet, yaş, gelir düzeyi ve alana geldikleri yer olduğu tespit edilmiştir. Abant Gölü Milli Parkına gelen turistlerin alandan en fazla sonbahar ayarında memnun bir şekilde ayrıldıkları anlaşılmıştır. Bu nedenle sonbahar dışındaki aylar için turistlerin ilgisini çekecek aktivitelerin yapılması gerektiğine vurgu yapılmaktadır. Müderrişoğlu vd.(2005)'nin araştırmasına göre kadın ziyaretçiler erkeklere göre Abant Gölü Milli Parkını ziyaret etmekten daha çok memnundurlar. Ayrıca çalışmada bir alanın farklı özelliklerinden dolayı hem kentsel hem de kırsal sınıfa dahil olabildiği ve bunun da ROS sistemi uygulanırken ortaya konulacak sınıfların net çizgilerle ayrılmasında zorluklara neden olduğu sonucuna varılmıştır. Bu nedenle ROS dilinin daha açık ve net şekilde ifade edilmesinin gerekli olduğuna vurgu yapılmaktadır.

Sayın ve Karadağ (2016), Abant Gölü Milli Parkında rekreasyonel faaliyetlerin geliştirilmesinde ziyaretçilerin beklentilerinin tespit edilmesi için anket çalışması yürütmüşlerdir. Araştırmada ziyaretçilerin İstanbul, Ankara ve çevre illerden (Düzce, Bolu) geldikleri anlaşılmaktadır. Ayrıca çalışmada ziyaretçilerin %87'nin günü birlik ziyaret gerçekleştirdiği sonucuna varılmaktadır. Abant Gölü Milli Parkına yapılan ziyaretlerin çoğunlukla ilkbahar mevsiminde yapıldığı araştırma sonuçlarından anlaşılmaktadır. Sayın ve Karadağ (2016) 'ın yapmış olduğu araştırmada, alanın doğal yapısına uygun rekreasyonel çalışmaların yapılmasının önemli olduğuna vurgu yapılmaktadır. Ayrıca restoran ve kafe gibi olanakların, kamp alanlarının, oturma alanlarının, tuvalet/lavabo/çöp atma noktalarının genişletilmesi ve yöresel alanlara yer verilmesi gibi öneriler getirilmektedir.

Yener (2021) çalışmasında, 194 korunan alanda toplamda 53 farklı rekreasyonel aktivitenin yapıldığını tespit etmiştir. Araştırma verilerine göre en çok doğa yürüyüşü, fotoğrafçılık ve piknik aktivitelerinin yapıldığı sonucuna varılmaktadır. Çalışmaya göre Abant Gölü Milli Parkında 17 rekreasyonel aktivite tespit edilmiştir.

3. Yöntem

Bu araştırma Abant Gölü Milli Parkında gerçekleştirilmiştir. Çalışmada turistlerin seyahat motivasyonları, ziyaretçi memnuniyeti ile destinasyon sadakati Abant Gölü Milli Parkı özelinde ziyaretçilere sunulan olanaklar ve milli parkın sahip olduğu imkanlar kapsamında değerlendirilerek araştırılmaktadır. Abant Gölü Milli Parkı özelinde seyahat motivasyonu ve ziyaretçi memnuniyetine ilişkin araştırma sayısının azlığı bu çalışmanın önemini artırmaktadır.

Bir destinasyonun ziyaret edilmesindeki motivasyonun ve bu destinasyona ilişkin ziyaretçilerin memnuniyetinin anket aracılığı ile ölçülmesi destinasyonun performansının değerlendirilmesi için en güvenilir bilgi kaynağı olarak kabul edilmektedir (Arabatzis ve Grigoroudis, 2010; 171). Araştırmada verilerin elde edilmesinde anket yönteminden yararlanılmıştır.

Evreni temsil etmesi açısından kolayda örneklem yöntemi belirlenmiş ve Abant Gölü Milli Parkı araştırmada örneklem olarak seçilmiştir. Araştırmanın benzer diğer milli parklar için de genellenebilir olmasına önem verilmiştir ancak örneklem yalnızca belirli bir doğa turizmi destinasyonu olan Abant Gölü Milli Parkını ziyaret eden katılımcıları kapsadığı için olası temsil edilmeme sorunlarına neden olabilir. Bu durum araştırmanın sınırlılıkları arasında değerlendirilebilir. Dolayısıyla benzer çalışmanın diğer milli parklarda yapılması önerilmektedir. Araştırmada elde edilen veriler Spss programı ile analiz edilmiş ve değerlendirmeye alınmıştır. Ayrıca nicel yöntemle elde edilen verileri değerlendirmek için bağımsız t-testi kullanılmıştır.

Anket görüşmeleri Abant Gölü Milli Parkında 2023 ve 2024 yaz döneminde farklı günlerde ve günün farklı saatlerinde uygulanmıştır. Anketler literatürden yararlanılarak geliştirilmiştir. Anketin uygulanması için yaklaşık 273 katılımcıya ulaşılmış ve 184 geçerli yanıt elde edilmiştir. Çalışmada kullanılan ölçeklerden elde edilen veriler Cronbach Alpha güvenirlik analizi ile güvenirlik analizi ile ölçülmüştür. Literatürde kabul edilen Cronbach's Alpha değerinin 0.7'den büyük, 0.95'ten küçük olması tercih edilmektedir.

Tablo-1. Ölçeklere Yönelik Güvenirlik Analizleri

Ölçekte Bulunan Madde Sayısı	Ölçek Konu Başlığı	Cronbach's Alpha Değeri
11	Ziyaret edilen milli parkta sunulan hizmetlerden memnuniyet düzeyine ilişkin güvenirlik analiz sonucu	,879
13	Milli parkta istenilen hizmetler ve bu hizmetlerin önem seviyesine ilişkin güvenirlik analiz sonucu	,885
12	Milli parklarda çevrenin korunması için alınması gereken önlemlere ilişkin güvenirlik analiz sonucu	,791

Verilerin toplanması amacıyla literatürden faydalanılarak oluşturulan ankette, 5'li lineer ölçeklerden faydalanılmış olup anketler Abant Gölü Milli Parkını ziyaret eden ziyaretçilere bire bir görüşme yapılarak uygulanmıştır. Ziyaretçi memnuniyeti ile ilişkin olarak ziyaret edilen korunan alanda sunulan hizmetlerden duyulan memnuniyete dair maddelerden oluşan 5 puanlık 3 farklı ölçek kullanılmıştır. Ölçeklerde yer alan maddeler, literatür taramasında incelenen çalışmalardan yola çıkılarak oluşturulmuştur. Literatür taramasına uygun bir şekilde destinasyonlarda öne çıkan hizmet ve olanaklardan ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Geliştirilen anket, sosyo-demografik öğeleri (yaş, cinsiyet, medeni durum, çocuk sayısı, aylık gelir, eğitim ve meslek) ziyaretçilerin seyahatleri ile ilgili özellikleri (ziyaretçilerin birlikte geldiği kişiler, ziyaret sıklığı, ziyaretin gerçekleşme amacı, geline ulaşım araçları ve sahip olunan bilgi, izlenim, görüşlerin hangi yollar aracılığı ile elde edildiği) de içermektedir.

4. Bulgular

Bir destinasyonda seyahati motive eden ve memnuniyeti etkileyen nedenlerden bağımsız birtakım unsurlar bulunabilir. Bunların arasında restoran ve eğlence aktivitelerinin mevcudiyeti, turistlere sunulan bilgilendirme hizmetlerinin varlığı, restoranlarda verilen yemeklerin kalitesi, açılış ve kapanış saatleri gibi unsurlar tüm turizm çeşitlerini kapsayan ziyaretlerin sonucunda oluşan memnuniyeti etkilemektedir. Bir destinasyonda pazarlama planlaması yapılması için bu tür hizmetlerin iyi yönetilmesi gerekmektedir. Destinasyon yöneticileri, motivasyonları ve demografik özellikleri ne olursa olsun, ziyaretçilerin genel memnuniyeti üzerindeki etkileri nedeniyle hizmetlerin doğru bir şekilde yönetilmesini sağlamak için gerekli kaynakları ve çabayı harcamak zorunda kalacaklardır (Devesa vd. 2009; 5).

Katılımcıların demografik özelliklerine yönelik frekans analizi sonuçları Tablo-2, Tablo-3 ve Tablo-4'te verilmiştir. Tablo-2 incelendiğinde ankete katılan katılımcıların %51'i kadın, %49'u erkektir. Ayrıca araştırma sonuçlarına göre katılımcıların yaklaşık %67'si evli, %33 ise bekdir.

Tablo-2. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Oranları

	Sayı	Oran
Kadın	94	51,1
Erkek	90	48,9
Toplam	184	100,0

Çalışmada örneklem cinsiyet yönünden dengeli bir sonuca ulaşmış olup araştırmada kadın katılımcıların %51,1 oranında hafif bir üstünlüğü bulunmaktadır.

Tablo- 3. Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Oranları

	Sayı	Oran
İlköğretim	4	2,2
Lise	79	42,9
Lisans	90	48,9
Lisansüstü	11	6,0
Toplam	184	100,0

Yaş aralığı 26-35 olan katılımcılar %38 ile çoğunluğu oluşturmaktadır. Katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında üniversite mezunlarının oranı yüksektir. Katılımcıların %46'sı arkadaşıyla birlikte Abant

Gölü Milli Parkını ziyaret etmiştir. Ankete katılanların %40'ı ailesiyle birlikte ve %12'si ise yalnız gelmiştir. Diğer yandan tur ve rehber ile birlikte gelenlerin oranı ise yalnızca %2'dir.

Abant Gölü Milli Parkını ziyaret edenlerin %32'si ilk defa geldiğini belirtmiştir. İkinci kez gelenlerin oranı %23'tür. Üçüncü kez gelenler yalnızca %8,7'dir. Üçten fazla gelenlerin oranının ise %35 olduğu görülmektedir. Dolayısıyla ilk ve ikinci gelişlerin oranları yüksektir ancak sonraki tekrar ziyaret etme isteğinin azaldığı görülebilmektedir. Araştırma sonuçlarına göre üçten fazla gelen ziyaretçilerin oranının yüksek olduğunu göstermekte ve bu da destinasyon sadakatini oluşturan önemli bir ziyaretçi kitlesine işaret etmektedir. Çalışmada elde edilen veriler, özellikle ikinci ve üçten fazla gelişlerin yüksek olması neticesinde Abant Gölü Milli Parkının turistler için önemli bir destinasyon olduğu sonucunu vermektedir.

Tablo-4. Katılımcıların Yaş Aralıklarına Göre Dağılımları

	Sayı	Oran
18 ve altı	5	2,7
19-25	48	26,1
26-35	70	38,0
36-45	38	20,7
46-55	13	7,1
56 ve üstü	10	5,4
Toplam	184	100,0

Araştırma sonuçları bir kez daha ziyaret memnuniyetinin diğer faktörlerin yanı sıra seyahat motivasyonu ile ilişkili olduğunu göstermektedir. Abant Gölü Milli Parkı kış sezonlarında soğuk ve karlı mevsimlere özlem duyan bireyler için de bir ziyaret noktası konumunda bulunmaktadır. Dolayısıyla tatmin edici bir atmosfere ve kış ortamına kavuşmak tek başına yeterli olmayabilir. Abant'ta günübirlik ziyaretler için veya arkadaşları ve akrabaları ile ziyaret gerçekleştiren yakın lokasyonda ikamet eden ziyaretçilere hitap edecek alanların varlığı önemlidir. Hobi salonu gibi Abant'ta kış ziyaretleri için kapalı ve sakin bir mekân arayışının olduğu katılımcıların verdiği cevaplar arasında yer almıştır.

Abant Gölü Milli Parkına seyahat etmeyi motive eden faktörler Tablo-5'te sunulmuştur. Varış noktasında konaklamak bir ihtiyaç olarak görülebilir ancak birincil amaç ve motivasyon eğlenmek, dinlenmek, huzur bulmak ve hoş vakit geçirmek olduğu anlaşılmaktadır. Öngörülebileceği gibi konaklamanın nitelikleri ve kalitesi turistlerin tatil planlamalarında farklılıklara sebep olmakta ve kalış sürelerini etkileyebilmektedir.

Memnuniyet ve motivasyon arasında bir ilişki bulunmasına karşın ziyaretçi memnuniyetini belirleyen unsurlar seyahat etmeyi tetikleyen temel motivasyonu oluşturmaz. Bu noktada birden fazla etki devreye girebilmekte ve turistleri belli bir notaya motive edebilmektedir. Şüphesiz temel motivasyon bölgenin eşsiz ve bozulmamış bir doğal güzele sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla kalabalık şehir merkezlerinden kısa süreli kaçış yapmak için yakın bir lokasyon olarak görülmekte ve günübirlik ziyaretlere elverişli bir destinasyon olmaktadır. Abant Gölü Milli Parkının Türkiye'nin iki büyük şehri arasında bulunuyor olması ulaşılabilirlik açısından kolaylık sağlamaktadır.

Tablo-5. Katılımcıların Abant Gölü Milli Parkını Ziyaret Etme Motivasyonları

Konaklamak	%5,5
Gastronomi ve Restoran Ziyareti (Yerel Lezzetler Tatmak)	%3,3
Piknik ve Mangal Yapmak	%16,2
Yöreyi Tanımak	%13,4
Eğlenmek ve Hoş Vakit Geçirmek	%29,3
Araştırma ve İnceleme	%4,1
Kentten Kaçış	%8,9
Milli Park Alanını Ziyaret Etmek	%18,9

Belirli bir destinasyona seyahat eden kişilerin çok farklı seyahat motivasyonları olabilmektedir. Motivasyondan bağımsız genel memnuniyet öğeleri de ziyaretçiler üzerinde ortaya çıkabilir. Dolayısıyla bir destinasyonda motivasyonla hiçbir bağlantısı olmayan tamamen bağımsız bir memnuniyet unsuru da bulunabilmektedir. Destinasyondaki hizmet sağlayıcılarının turistlerin motivasyonlarıyla bağlantılı olarak belirli niteliklere ve hizmetlere odaklanmaları turist memnuniyet seviyesini etkileyecektir. Odak belirleyicilerden bağımsız olarak memnuniyeti tetikleyen bazı genel unsurların varlığı da ortaya çıkmaktadır. Devesa vd. (2009)'lerine göre bunlara "Genel Tatmin Ediciler" denilmektedir. Konaklama ve restoran kalitesi, boş zaman aktivitelerinin varlığı, turistlere yönelik bilgilendirmelerin varlığı, açılış saatleri gibi unsurlar genel tatmin ediciler olarak sınıflandırılmaktadır. Araştırmamızda bu nitelikler Abant Milli Park destinasyonunda da geçerliliğini koruyan unsurlardır. Bu nitelikler ziyaretçi memnuniyetini seyahat motivasyonundan bağımsız olarak belirleyebilmesiyle birlikte bir destinasyon için ziyaretçi planlamasında çok faydalı olabilir. Tatmin edici unsurların tespit edilerek bunların iyi bir şekilde tanımlanması ve güçlendirilmesi hitap edilen ziyaretçi tipolojilerinin memnuniyetini arttıracaktır. Bu konu ziyaretçi planlaması hususunda destinasyon yöneticileri için öncelikler arasında yer alması gerekmektedir.

Abant Gölü Milli Parkında bulunan alanlarda yaz dönemleri içinde birçok organize etkinlik ve festival düzenlenebilmektedir. Yerel düzeyde yapılan etkinlikler Abant gibi bölgelerde ulusal ölçekte düzenlenebilmektedir. Bu durumda ziyaretçi sayıları ve ziyaretçilerin önem seviyeleri de artmaktadır. Abant Gölü Milli Parkı gibi önemli destinasyonlarda yapılan etkinlikler çok çeşitli kitlelere hitap etmektedir. Yerel ve ulusal ziyaretçilerin profillerindeki farklılıkları karşılaştırmayı amaçlayan Lee vd., (2004) çalışmasında bu iki grup arasında farklılıkların olduğunu bulmuş ve destinasyon yöneticilerinin yerel olmayan katılımcıların ihtiyaçlarına ve isteklerine özel dikkat göstermeleri gerektiğini önermiştir.

Araştırmada memnuniyete ilişkin oluşturulan 11 maddeden oluşan lineer ölçekte 1 ile 5 arasında memnuniyet seviyeleri belirlenmiştir. Puanlamada 5 çok memnun olunan durumları belirtmek için, 1 ise hiç memnun olunmayan durumlar için belirlenmiştir. Ziyaret edilen milli parkta sunulan hizmetlerden memnuniyet düzeyini gösteren Tablo- 6 çalışmada paylaşılmıştır.

Tablo- 6. Ziyaret Edilen Milli Parkta Sunulan Hizmetlerden Memnuniyet Düzeyi

	En Az	En Çok	Ortalama
Yönlendirme Levhaları	1	5	3,53
Aydınlatma	1	5	3,43
Mangal yapmak için belirli alanlara yer verilmiş olması	1	5	3,42
Mescit	1	5	3,40
Yeme içme restoran gibi tesislere uzaklık	1	5	3,38
Konaklama tesislerinin yakınlığı	1	5	3,29
Oturmak için bank/masaların sayısı ve konumu	1	5	3,24
Yol kalitesi	1	5	3,21
Çöp kutularının konumu ve sayısı	1	5	3,10
Alışveriş/Market imkanları	1	5	2,94
Yeterli sayıda tuvalete yer verilmiş olması ve bulundukları konum	1	5	2,91

Tablo-7’de göre Abant Gölü Milli Parkında bulunan olanaklar ve sağlanan hizmetler arasında en fazla öne çıkan madde yönlendirme levhalarının yeterliliği konusunda olmuştur. En yetersiz görülen ve memnuniyet seviyesi ortalaması 2,91 ile en düşük olduğu madde ise yeterli sayıda tuvalete yer verilmesi ve var olan tuvaletlerin bulundukları konumlar konusunda olmuştur.

Anket yoluyla elde edilen veriler Spss programına yüklenmiş ve farklı analiz yöntemleri ile istatistikî sonuçlar elde edilmiştir. Milli parkta istenilen hizmetler ve bu hizmetlerin ziyaretçiler için önem seviyesini ölçmeye yönelik uygulanan t-testinde evli ve bekar katılımcılara göre 2 maddede istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Buna ilişkin Abant Gölü Milli Parkında yapılan anketlerde aydınlatmanın daha iyi olması evli katılımcılara göre daha önemlidir. Bunun dışında çöp kutularının konum ve sayısı evli katılımcılar açısından daha çok ön plana çıkmaktadır. ($p<0,05$)

Ankete katılan ziyaretçiler tarafından Abant Gölü Milli Parkında en çok olması istenen hizmetler ve buna ilişkin bu hizmetlerin önem seviyeleri katılımcılara sorulmuştur. Tablo 7’de bu maddeye ilişkin sonuçlar yer almaktadır. 4,52 ortalama ile en çok temiz bir tuvaletin bulunması istenmiştir. Bu maddeyi güvenlik görevlisi ve güvenli araç park yeri takip etmektedir. Çocuk oyun odasına yer verilmesi ve giriş kapsında ziyaretçi merkezine yer verilmesi en az talep edilen hizmetlerdir.

Tablo-7. Abant Gölü Milli Parkında Ziyaretçiler Tarafından İstenilen Hizmetler ve Bu Hizmetlerin Önem Seviyeleri

	En çok	En Az	Ortalama
Temiz bir tuvaletin bulunması	1	5	4,52
Güvenlik Görevlisi	1	5	4,37
Güvenli araç park yeri	1	5	4,33
Şikâyet birimi	1	5	4,20
Rehberlik ve bilgilendirme	1	5	4,07
Milli park giriş noktasında dinlenme yerleri/mekanlarının bulunması	1	5	4,06
Ulaşılabilir bir yönetim ofisi ve yönetici	1	5	4,02
Restoran	1	5	4,01
Telefon/internet/ ücretsiz Wi-fi	1	5	4,00
Bir mescit/ ibadethane	1	5	3,95
Alışveriş/market	1	5	3,95
Giriş kapısında bir ziyaretçi merkezinin bulunması	1	5	3,92
Çocuk oyun odasının yer alması	1	5	3,61

Park kolaylığı (park alanlarının yetersizliği), yüksek kaliteli konaklama olanaklarının uygun fiyatlarda sunulması (geceyi geçirmek için güvenli konaklama imkânı / huzur bir ortam), spor yapmak için yeterli olanakların olması (tamamlayıcı boş zaman aktiviteleri) önemli kabul edilmektedir.

Tablo-7’de Abant Gölü Milli Parkında sunulan hizmetler ve yukardan aşağıya doğru en fazla öneme sahip olandan en az öneme sahip olana doğru sıralandığı görülebilmektedir. Katılımcılara göre olması gereken en önemli madde temiz bir tuvalet ihtiyacıdır. Milli park alanında tuvaletlerin yetersizliğinden bahsetmek mümkündür. Güvenlik görevlisi, park yeri ve şikâyet birimlerinin bulunması da diğer önemli konular arasında yer almaktadır.

Fiyatlardan memnuniyetsizlik ziyaret motivasyonlarından bağımsız olarak tüm katılımcıların önemsendiği bir madde olarak karşımıza çıkmaktadır. Ziyaretçilerin büyük bir kısmı rehberli turlar, yol

tabelaları ve park alanları gibi çeşitli yönlerin bulunuyor olmasını daha olumlu değerlendirme eğilimindedirler. Ayrıca restoran mevcudiyeti, çeşitli eğlence ve aktivitelerin olması da ziyaretçiler için önem taşımaktadır.

5. Sonuç

Memnuniyet ile ilgili olarak ziyaretçi deneyimlerinin değerlendirilebilmesi için çok sayıda ögenin içinde bulunduğu karmaşık bir sürecin sonucunda milli parkın kendi niteliklerini de içinde barındıran çok boyutlu bir analiz yapılması önem taşımaktadır.

Seyahat motivasyonu ile ziyaretçi memnuniyeti arasındaki ilişkinin daha derinlemesine incelenmesi gerekmektedir. Yapılan çalışmalarda bir destinasyondaki başarıyı, ziyaretçiler için hizmet sunan milli parkın performans kalitesi ile tüketici memnuniyeti arasında bulunan kuvvetli bağın etkilediğine vurgu yapılmaktadır. Ayrıca sadakatin artarak ziyaretlerin çoğalması daha gelişmiş bir kalitenin var olduğuna ve ziyaretçi memnuniyet seviyesinin arttığına işaret etmektedir. Bu gibi durumlarda destinasyonda bulunan konaklama tesislerinde fiyat artışları sonucunda oluşan ücretlendirmelerde daha esnek bir uygulamaya gidilebildiği sonucuna varılmaktadır. Performans kalitesinin yükselmesi ziyaretçi memnuniyet seviyesinin de artmasını sağlamaktadır. Tüm bunların sonucunda memnuniyet, yeni turistleri çekmek için hem ağızdan ağıza hem de medya yoluyla yayılan bir reklam faaliyetine dönüşmektedir (Baker ve Crompton, 2000; 786).

Bu çalışmada öncelikle literatürden faydalanılarak Abant Gölü ve doğasının tabiat özellikleri ile Milli Park destinasyonunun tarihsel gelişimi kısaca aktarılmış ve milli parkın tanınmış bir destinasyon haline gelmesindeki etkenler paylaşılmıştır. Katılımcıların demografik özellikleri yapılan istatistiksel analizler ile birlikte sunulmuştur. Ayrıca neden seyahat tercihleri arasında yer aldığı ve bireyleri seyahat etmeye iten motivasyonun neler olduğu milli parkı ziyaret eden turistlere uygulanan 184 anket ile belirlenmeye çalışılmıştır. Abant Gölü Milli Parkını ziyaret eden turistlerin milli parkta sunulan hizmetlerden memnuniyet düzeyleri oransal olarak aktarılmaktadır. Ziyaretçilerin milli parkta eksik gördükleri ve olmasını en çok istedikleri hizmetler tespit edilerek paylaşılmaktadır. Abant Gölü Milli Parkını ziyaretçilerin tekrar ziyaret etme istekleri belirlenmiş ve bu konuda betimsel analizler yapılmıştır.

Abant Gölü Milli Parkında seyahatlerin yapılmasını sağlayan motivasyon maddeleri sırasıyla (%29,3) ile eğlenmek hoş vakit geçirmek, milli park alanını ziyaret etmek (%18,9), piknik ve mangal yapmak (%16,2), yöreyi tanımak (%13,4) ve kentten kaçış (%8,9) olarak tespit edilmiştir.

Araştırma sonuçları milli parkın sonbahar dönemlerinde ziyaret edildiğini göstermektedir. En fazla kış aylarına yönelik aktivite ve etkinliklerin olması katılımcılar tarafından talep edilmiştir. Milli parkta telefon uygulaması ile bilgilendirme yapılması, araçların milli park içerisine girişlerinin kısıtlanması ve göl etrafını dolaşmak gidilmek istenen yere ulaşmak için ring servislerinin konulması, tuvaletlerin çoğaltılması ve temizliğe daha fazla önem verilmesi gibi istekler ön plana çıkmaktadır. Ayrıca daha uygun fiyatlı konaklama imkanlarının sunulması gerektiği belli noktalarda çay, kahve vb. gibi ürünleri satın alınabileceği büfelerin olması ayrıca oturma alanlarının çoğaltılması gerektiğine yönelik talepler de değerlendirmeye alınabilir. Alanda sorumlu personel, güvenlik görevlisi ve şikâyet biriminin bulunması, rehberlik ve bilgilendirme noktası ile ulaşılabilir bir yönetim ofisi ve yöneticinin olması ve güvenli araç park yerlerinin bulunması gerektiği araştırma sonuçlarından anlaşılmaktadır.

Abant Gölü Milli Parkında bulunan hizmetlerden ve imkanlardan memnuniyet düzeyleri 1 ile 5 arasında oluşturulmuştur. Yapılan analizler sonucunda memnuniyet ortalamaları sırasıyla yönlendirme levhaları (means=3,53), aydınlatma imkanları (means=3,43), mangal yapmak için belirli alanlara yer verilmiş olması (means=3,42), bir mescidin bulunması (means=3,40), restoran gibi tesislerin yakınlığı (means=3,38), konaklama tesislerine ulaşılabilirlik (means=3,29) olarak tespit edilmiştir.

Yapılan çalışmalarda kalitenin önemine ilişkin değerlendirmelerde bulunmaktadır. Bütün bu çabalara rağmen seyahat motivasyonu ve ziyaretçi memnuniyeti konularında ve bunların birbirleriyle olan ilişkileri hakkında yoğun bir tartışma olması nedeniyle bu konularda daha fazla araştırma yapılmasına ihtiyaç bulunmaktadır.

Kaynakça

- Arabatzis, G., & Grigoroudis, E. (2010). Visitors' satisfaction, perceptions and gap analysis: The case of Dadia–Lefkimi–Soufli National Park. *Forest policy and economics*, 12(3), 163-172.
- Baker, D.A., & Crompton, J.L. (2000). Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions. *Annals of Tourism Research*, 27 (3), 785-804.
- Devesa, M., Laguna, M., & Palacios, A. (2010). The Role of Motivation in Visitor Satisfaction: Empirical Evidence in Rural Tourism. *Tourism management*, 31(4), 547-552.
- Kara, S. (2023). Cumhuriyet Dönemi'nde Bir Turistik Mekân Projesi: Abant Gölü (1923-1950). *Atatürk Yolu Dergisi*, (72), 200-223
- Karsu, S., & Çilkara, S. U. Sürdürülebilir Turizm Hizmetinde Abant Destinasyonu Büyüsü. *Karaelmas Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 67-88.
- Lee, C. K., Lee, Y. K., & Wicks, B. (2004). Segmentation of Festival Motivation by Nationality and Satisfaction. *Tourism Management*, 25(1), 61-70.
- Müderisoğlu, H., Yerli, Ö., Turan, A. A., & Duru, N. (2005). ROS Rekreatif Fırsat Dağılımı Yöntemi ile Abant Tabiat Parkı'nda Kullanıcı Memnuniyetinin Belirlenmesi. *Journal of Agricultural Sciences*, 11(04), 397-405.
- Sayın, Ş., & Karadağ, A. A. (2016). Abant Tabiat Parkı Rekreatif Beklentilerinin Değerlendirilmesi. *Düzce Üniversitesi Orman Fakültesi Ormanlık Dergisi*, 12(2), 80-93.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Resmi İnternet Sitesi. Erişim Tarihi: 12.04.2025 <https://bolu.ktb.gov.tr/TR-354568/abant-golu-milli-parki.html>
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, Doğa Koruma ve Millî Parklar Genel Müdürlüğü Resmi İnternet Sitesi. Erişim Tarihi: 09.04.2025 <https://www.tarimorman.gov.tr/DKMP/Menu/26/Korunan-Alanlar>
- Yazıt, H., & Bayram, G. E. (2022). Ziyaretçilerin Seyahat Motivasyonu, Memnuniyeti, Tekrar Ziyaret Niyeti ve Sadakat Algısı İlişkisi Üzerine Bir Araştırma. *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(2), 104-121.
- Yener, Ş. D. (2021). Türkiye'deki Tabiat Parklarının Rekreatif Açısından Analizi. *Eurasian Journal of Forest Science*, 9(3), 122-133.
- Yılmaz, Z., & Okan, T. (2021). Abant Gölü Tabiat Parkında Ziyaretçi Harcamalarının Sosyoekonomik Analizi. *Eurasian Journal of Forest Science*, 9(3), 196-219.



Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR)

Journal of Abant Cultural Studies

2025, 10(19): 73 – 76



Bir Arada Yaşamamanın Karanlık Yüzü: Ötekileştirme

The Dark Side of Coexistence: Othering

Nurhalime AKKAYA ¹ 

Geliş Tarihi (Received): 23.12.2024

Kabul Tarihi (Accepted): 07.04.2025

Yayın Tarihi (Published): 25.05.2025

Öz: Toni Morrison'ın Ötekilerin Kökeni eserini inceleme amacıyla olan bu çalışma, yazarın hem bu eserinde hem de diğer eserlerinde ötekileştirme ile ilgili değerlendirmelerine yer vermektedir. Morrison'ın bu eseri, ırk ve ırkçılığın ne olduğunu anlama ve tartışma çabasındadır. Yazar, eserinde siyahilik, ötekilik ve kölelik tartışmalarına yer vermektedir. Bu çalışma da Morrison'ın bu eserinde ve diğer eserlerinde ötekilik ve ırkçılık kavramlarına yaklaşımını değerlendirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Öteki, Irkçılık, Ayrımcılık, Yabancı.

&

Abstract: This study, which aims to examine Toni Morrison's work The Origin of Others, includes the author's evaluations about marginalization both in this work and in her other works. This work of Morrison attempts to understand and discuss what race and racism are. The author includes discussions of blackness, otherness and slavery in his work. This study evaluates Morrison's approach to the concepts of otherness and racism in this and his other works.

Keywords: Other, Racism, Discrimination, Foreign

Atıf/Cite as: Akkaya, A. (2025). Bir Arada Yaşamamanın Karanlık Yüzü: Ötekileştirme, Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 10(19): 73-76.

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

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University– Bolu

¹ İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, nurhalimeakkaya@gmail.com, ORCID: 0000-0002-6521-7687

8 Şubat 1931 – 5 Ağustos 2019 tarihleri arasında yaşamını sürdüren Toni Morrison, Howard ve Cornell üniversitelerinde edebiyat eğitimini tamamlamıştır. Howard, ilk edebi eserlerinin filizlendiği yer olmuştur. Pek çok eser kaleme alan yazar, Pulitzer gibi pek çok ödüle layık görülmüştür. 1993 yılı ise yazarın ilk Nobel ödülünü ele alan siyahi kadın olduğu yıl olmuştur. Eserlerinden bazıları “Ötekilerin Kökeni, Aşk, En Mavi Göz, Katran Bebek, Merhamet, Sevilen, Sula, Süleyman’ın Şarkısı, Tanrı Çocuğu Korusun, Yuva ve Cennet”tir. Bu çalışma, Morrison’ın Ötekilerin Kökeni eserine bir değerlendirme yapmak amacıyla yapılmıştır.

Amerika tarihinin ırkçılık ve kimlik siyasetini kitabında konu edinen Toni Morrison’ın altı bölümden oluşan eseri; ırkın ve ırkçılığın ne olduğunu anlamaya, tartışmaya adanmış görülmektedir. Eser, Ta-Nehisi Coates başlığını taşıyan önsöz dışında Köleliği Romantikleştirmek, Yabancı Olmak yahut Yabancıya Dönüşmek, Renk Fetisi, Siyahlığın Suretleri, Ötekini Öykülemek, Yabancı’nın Yurdu şeklinde altı başlıkta ötekine ve yabancıya odaklanmaktadır.

Amerika’daki ırkçılık düşüncesini, beyaz olanın vahşice öldürülme olasılığını azalttığına dayandıran yazar, Amerika’da Donald Trump’ı seçme düşüncesinin altındaki sebebi ekonomik kaygılar olarak gören anlayışı yanlışlamaktadır. Ona göre ekonomik kaygılar, siyahlar için bir üst sınıfın sorunudur. Yazara göre Amerika’da ilk kez siyah bir başkan seçilmesinin altında yatan nedenler, önceki Başkan George Bush’un iki yakada birden savaşta olması, kötü ekonomi ve Katrina Kasırgası’ndan sonra hükümetin süreci yönetme konusunda başarısız olmasıdır.

Yazar, eserinde bir ırkçının nasıl yetiştirildiğini ele almayı amaçladığını ifade etmektedir. Morrison’a göre ırk kavramı kurgusaldır ve tanımlaması genlere dayandırılarak yapılır. Onun sorgulaması insanın anne rahminden ırkı bilmeden çıktığı ancak sonra bunun nasıl oluştuğu ile ilgilidir. “Kendi kabilemizden olmayı dışlama, düşman belleme, aciz, yetersiz ve yönlendirmeye muhtaç addetme eğilimimizin çok uzun bir tarihi var.” diyerek bu oluşumun tarihsel sürecinin uzunluğuna işaret eder (Morrison, 2021, s. 17). 1800’lü yıllarda yazılmış bir makalede de siyahların büyükbaş hayvanlardan ayrıştığını ancak insan da olmadıklarını, onları kullanabileceğimizi anlattığından söz eder.

Siyahilik, ötekilik ve kölelik tartışmalarından hareketle yazar, “Köleler böylesine başa bela, sırtta yük idiyeler niçin bu kadar hevesle alınıp satıldılar?” (Morrison, 2021, s. 18) sorusunu yönelterek tarihsel süreçte kölelerin hor görülmesini, deyim yerindeyse ‘iyi bir ticari ürün’ olarak görülmelerinden dolayı anlamsız bulduğunu vurgulamaktadır. Ötekilik kavramına bir başka bakış getiren Ünsaldı ise ötekiliğe kişilerin ya da grupların ilişki biçimleriyle ilişkili bir durum olarak yaklaşır. Ona göre kişi ve grupları öteki kılan şey, ‘ilişki biçimi’dir. Bu ilişki biçimi siyasal, ekonomik ve kültürel yönden hakimiyeti barındırır içinde(Ünsaldı, 2016, s. 8). Alfred Schütz ise öteki-yabancı kavramını “yaklaşmaya çalıştığı grubun onu kalıcı olarak kabul etmesi ya da en azından ona tahammül etmesi için çabalayan, zamanımızın ve uygarlığımızın yetişkin bireyi” olarak tanımlar. Bu bakış açısıyla ona göre dışa kapalı gruba üye olmak isteyen biri, kızın ailesine girmek isteyen damat, kırsal bölgeye taşınan kentli birer yabancı diğer bir deyişle ‘öteki’dir (s. 35).

Morrison’ın vurgularından birisi de edebi metinlerde yabancıardan aşırı derecede korkulduğu alt metnin öne çıkarılmasıdır. ırkçılığın, dolayısıyla bir ötekinin varlığının öğrenilmesi sürecinin tamamlanması da beraberinde ‘güçlü olan benim’ yanılgısını getirmektedir. ırk kavramının kökeni ve ötekileşme sürecini anlamak için kölelerin sözlü ve yazılı eserlerine bakmakta yarar olduğunu savunur Morrison. Bu eserlerde çocuklar köle de olsa sahip de olsa hep masum olarak tasvir edilir. Robert Bernasconi ise “ırk Kavramını Kim İcat Etti?” eserinde ırk kavramının yaratıcısını yalnızca bir kişi olarak gösterilmesinin mümkün olmayacağını yine de birisini işaret etmek gerekiyorsa bunun Immanuel Kant olabileceğini söyler (Bernasconi, 2015, s. 47). Ötekiyle ilgili söylemlerin yalnızca Afrikalılarla ilgili olduğunun bir yanılgı olduğunu söyler Bernasconi. Amerikan yerlileri ve Laponlara karşı da düşmanlık ve ilgi olmuştur (s. 67). ırk kavramının bilimsel olarak Amerika veya İngiltere’de değil Almanya’da

ortaya atılmış olmasını da ırkçılığı ortaya çıkaran şeyin köle sahiplerinin çıkarı olmadığı şeklinde yorumlar Bernasconi (s. 77).

Morrison'un yazınında öteki olmak, yabancı olmak ya da yabancıya dönüşme sürecini anlamak temaları öne çıkmaktadır. Bu vurgu, görüneni ancak söylenmeyi vurgulama çabası olarak karşımızdadır. Bu eserde yazar, diğer eserlerindeki bu temaları nasıl sunduğunu örneklendirir. Yazar, "Merhamet" eserinde ilişkilerin nasıl şiddete evrildiğini, "Cennet" eserinde ise aynı ırktan insanların kurmaya çalıştığı topluluğun çelişkili sonuçlarını ele aldığından söz ederek her birimizin içinde 'bir başkasını yabancılaştırma eğilimi' olduğunu, aynı zamanda hor gördüğümüz yabancıya dönüşme eğilimimizin de olduğunu öne sürmektedir.

Bu eserin "Renk Fetişi" bölümünde ten renginin edebiyata yansımaları ele alınmaktadır. Ten rengini ele alan eserlerde baş karakter büyük olasılıkla bir beyazdır. Bu çalışmalarda ten renginin siyah olması, sonucunda ortaya çıkabilecek dehşetin, aşırı cinsel gücün ve beyazın kendilerine göre üstün olmasının göstergesidir. William Faulkner'ın eserlerinde, bir damla siyah kanın insanı siyah yapacağı anlamına gelen 'bir damla siyah kanı' kuralını eserlerinde güçlü bir şekilde yansıtmakta olduğunu ifade eder yazar.

Eserlerde ırkların karışmasının çarpıcı bir şekilde sunulduğunu, melezleşmenin enstesten bile korkunç bir durum olarak karşımıza çıktığını dile getirir Morrison. Amerikan edebiyatında eğer aile içi bir çatışmaya/kaosa yer verilecekse "melezleşme" bunun için en iyi seçenektir. Siyaha tecavüz etmek kabul edilebilir bir eylem iken iki yetişkin insanın kendi iradesi ile cinsel bir birliktelik yaşaması Faulkner'a göre cinayete bile neden olabilir (Morrison, 2021, s. 48).

Yazar, kendi eserlerinde karakterin ten rengine ilişkin bilgi saklama işini kasten yaptığını ifade ederek kendisini özgür kılmayı önemseydiğini gösterir. Yazarın renk ayrımcılığını ele aldığı bir başka eseri ise "En Mavi Göz"dür. Cennet ve Yuva isimli eserlerinde ise kişilerin rengini gizlediğini ancak dikkatli okuyucuların siyahların yaşam biçimlerine ilişkin çıkarımlar yaparak karakterlerin rengini tahmin edebileceğini ifade etmektedir. Burada yazarın asıl merakı ise okuyucunun bu renk tespit işine mi yoksa eserdeki temel konuyu anlamaya mı girişeceği meselesine yöneliktir.

Yazarın meraklarından birisi ise eğer yazarlar eserlerinde kahramanların siyah oluşuna ilişkin ayrıntıyı vermemiş olsa bu eserler yine aynı şekilde çarpıcı olur muydu? konusundadır (Morrison, 2021, s. 56). Morrison bu sorgulama ile aslında görünen ile ardındaki, zihnin içi ile dışı vurumu arasındaki farklılığa dikkat çekme girişiminde bulunur.

Morrison, eserlerinde karakterlerin rengine ilişkin bilgi vermeme çabasının diğer yazarlar tarafından anlaşılamayabileceğini, kendisinin eleştirilebileceğini düşünmektedir. Bu yazarların kendisini beyazlığı yüceltmek ve siyahlığı gözden düşürmekle suçlayabileceğini ancak çabasının apayrı olduğunu belirtmektedir. Onun çabası renk ayrımcılığının edebi eserleri çarpıcı gösterme konusunda ucuz bir araç olması nedeniyle bu aracın ortadan kaldırılması yönündedir.

Eser, siyahlığın çeşitliliğine vurgu yapmaktadır. Oklohama bölgesine yerleştirilen siyahların aslında melez olduğunu, kanında beyaz olan siyahlar olduğunu ifade etmektedir yazar. Asıl amacı görünenin ardında yatan gerçekliği vurgulamak olan yazarın, bu bölgeye yerleştirilenlerin işe yarar, bir engeli olmayan ve seçilmiş kimseler olduğunu belirtmektedir. Morrison aslında buradaki çıkışı ile 20. yüzyıla kadar olan sürece atıfta bulunmaktadır: 20.yüzyılın başlarında bile siyahlara yapılan zulüm devam etmiş, gazete ve dergilerde linçlenmiş siyahların cesetlerinin görselleri paylaşmaya devam etmiştir. Morrison açık biçimde 20. Yüzyılda siyahların köleliğinin devam etmiyor oluşu, onların yaşamlarında zulüm görmedikleri anlamına gelmediğini okuyucusuna göstermektedir.

19. yüzyılda köle ticareti nedeniyle yaşanan kitlesel hareketlilik dışında en büyük hareket yirminci yüzyılın ikinci yarısı, yirmi birinci yüzyılın başında yaşanmıştır. Ticaret, siyasi hareketlilik, mülteci ve

göçmen hareketleri bunlardan bazılarıdır. Devletlerin bu insan akışına tek müdahalesi onları gözetim altında tutmak ya da rehin almak olmamıştır. Yeni yasalar, yeni askeri üstlerin kurulması ve konuşlandırılması da girişimlerden bazıları olmuştur. Yazarın bu anlatısı küreselleşmeyi ve yeni dünya düzenini anlamayı hedeflemektedir.

Yazara göre küreselleşme dar anlamda, çok uluslu şirketlerin isteklerine hizmet eden ve sermayenin serbest dolaşımına, bilginin ve ürünün hızlı bir şekilde dağıtılması olarak tanımlanabilir. Küreselleşmenin negatif vurgusuna odaklanan yazar pesimist biçimde devletleri ve devletlerin politikalarını hem önemsiz hem de pazarlığa konu olduğunu ifade etmektedir. Öte yandan Batının üstünlüğü, Amerikanlaşma, ulusötesi kaynakların altında ulus devletlerin ezilmesi gibi anlamları da küreselleşmenin sonuçları olarak gören yazar, distopik bir dünya algısı ile okuyucusuna sunmaktadır.

Sonuç olarak bu kitapta Morrison eserlerinde kişilerin ırklarını, isimlerini ve özelliklerini gizleyerek ırk kavramını alaşağı etmeyi ve onun ne kadar kaygan bir zeminde olduğunu göstermeyi amaçlamaktadır. Aslında yazarın söylemi, salt beyaz ya da siyah bir dünyanın imkansızlığı ile ırkların bir arada yaşamasını mümkün kılmamanın gerekliliğini vurgulamaktır.

Eser, bir kültüre ilişkin sınırlı bir bakış açısını ele alarak irdelenmektedir. Bir beyaz üzerinden bir yabancı olmanın, önemsenmemenin, fazlalık gibi davranılmanın nasıl hissettirdiğini göstermektedir. Kendi değerlerimize sahip çıkarken bir başkasının değerine de saygı duymamızın gerekliliğini anlatmaktadır.

İnsanın bir yabancı olarak neler yaşadığını anlatan yazar aslında günümüzde yaşanan göç hareketinde yerinden yurdundan edilmiş insanların duygularına ışık tutuyor. Yazar, yalnızca bu eserinde değil tüm eserlerinde insanların ırk, cinsiyet gibi sınıflandırmalarla birbirlerine kurdukları üstünlüğe, kötülüğe hayal kırıklıklarına karşı koymaya çalıştığını ifade etmektedir.

Yazar, Afrika'yı "çaresizce ışığa muhtaç bir karanlık" olarak tanımlıyor: İyilerin, medeni olanın, gelişmiş olanın yardımına muhtaç. Yazara göre bu düşünce, içinde iyi niyeti barındırırken bir yandan da aşılamayacak bir yabancılığı barındırmaktadır: Edebiyatçının, turistin ve her türlü yabancıının isteği gibi 'oyununu oynayacağı' ve istediklerini söyleyebilecekleri, istediklerini yapabilecekleri bir fırsat sunan bir alandı bu topraklar.

Morrison yaşamışlıkları, ırkçılığa maruz kalanı ve öldürüleni eserlerine bilinçli biçimde ekleyerek yaşananları okuyucuya hissettirmeye çalışır. Bununla birlikte 'acı içinde son bulan bir anlatıyı' kendi isteği ile 'umut vadecisi' bir şekilde sunmaktadır: "İşte ben, ırk ve cinsiyet sınıflandırmalarında güç dağılımının neden olduğu tüm bu kavganın, hırgürün, sonu gelmeyen ihtilafın ortasında, tek tek bireylere dikkat çekmeyi istedim, kötülükten kaçmaya, hayal kırıklıklarının üstesinden gelmeye çalışan bireylere. Her biri için bir hikâye. Bire bir."

Kaynakça

- Bernasconi, R. (2015). Irk Kavramını Kim İcat Etti? (Felsefi Düşüncede Irk ve Irkçılık). İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Morrison, T. (2021). Ötekilerin Kökeni. (C. Demirdöğdü, Çev.) (C. 3.Baskı). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Ünsaldı, L. (Ed.). (2016). Yabancı: Bir İlişki Biçimi Olarak Ötekilik. Ankara: Heretik Yayınları.