



HAZİRAN 2025
SAYI: 1

Niksar Akademik Çalışmalar Dergisi



TOKAT GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ
Niksar Uygulamalı Bilimler
Fakültesi

Niksar Akademik alıřmalar Dergisi

DERGİ KURULU

Niksar Uygulamalı Bilimler Fakóltesi Adına
Dergi İmtiyaz Sahibi

Prof. Dr. Ahmet GÜVEN

Baş Editör

Dr. Öğr. Üyesi Fatih CEYLAN

Editör Yardımcısı

Doç. Dr. Hıdır POLAT

Sekreteryä

Arş. Gör. Salih BALCI

E-ISSN : 3062-4312

DANIşMA KURULU

İsim	Kurum	İsim	Kurum
Prof. Dr. Yahya YEřİLYURT	Milli Savunma Üniversitesi	Doç. Dr. Zeynep Merve şıvgın ÖNSOY	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Uğur YAVUZ	Atatürk Üniversitesi	Doç. Dr. Yeliz KUřAR	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. řükrü BALCI	Selçuk Üniversitesi	Doç. Dr. Rukiye Mehtap ÖZLÜ	Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Prof. Dr. şakir EşİTTİ	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi	Doç. Dr. Rajesh RAVI	International University of Rabat
Prof. Dr. Naci İSPİR	Atatürk Üniversitesi	Doç. Dr. Mesut CEYLAN	Atatürk Üniversitesi
Prof. DR. Mustafa KOÇER	Erciyes Üniversitesi	Doç. Dr. Faruk TEMEL	Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa AKDAĞ	Erciyes Üniversitesi	Doç. Dr. Hüsamettin AKAR	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Prof. Dr. Murat ÖNSOY	Hacettepe Üniversitesi	Doç. Dr. Fatih DEĞİRMENCİ	Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Mahmut Abdullah ARSLAN	Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi	Doç. Dr. Erkan GÜNEř	Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi
Prof. Dr. Hasan GÜLLÜPUNAR	Süleyman Demirel Üniversitesi	Doç. Dr. Elif TERZİOĞLU	Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi
Prof. Dr. Fikret BİRDİşLİ	İnönü Üniversitesi	Doç. Dr. Deniz GÜVEN	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Faysal Okan ATASOY	Süleyman Demirel Üniversitesi	Doç. Dr. Bora GÖKTAř	Bayburt Üniversitesi
Prof. Dr. Derya ÖCAL	Atatürk Üniversitesi	Doç. Dr. Ali DİNCER	Ondokuz Mayıs Üniversitesi
Prof. Dr. Ayla Uzunçarşılı SOYDAř	Marmara Üniversitesi	Doç. Dr. Neslihan GÖKER	Fırat Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet Ragıp ÖZPOLAT	Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi Metehan şAHİN	Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet GÜVEN	Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi Haydar ÖZAYDIN	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet Ali BAYHAN	Ordu Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi Saim ÇELİK	Islamic University in Uganda

İÇİNDEKİLER

DURSUN YILMAZ**01**

Kamu Hastanelerinde Halkla İlişkiler Algısı: Sağlık Çalışanları Ve Hastaların Grunig-Hunt Modelleri Perspektifinde Karşılaştırması

Perceptions of Public Relations in Public Hospitals: A Comparative Analysis of Healthcare Professionals and Patients through Grunig-Hunt Models

UĞUR YAVUZ**26**

Üretken Yapay Zekâ Teknolojilerinin Yazılım Geliştirici İstihdamı Üzerindeki Etkileri

The Impact of Generative Artificial Intelligence Technologies on Software Developer Employment

BAHTİYAR EKİNCİ**49**

Jandarma Genel Komutanlığı Resmi Instagram Hesabı Üzerine Bir İnceleme

An Analysis of the Official Instagram Account of the General Command of the Gendarme

CUMHUR OKAY ÖZGÖR**69**

Sinemada Bilinç ve Posthüman-Transhüman Kavramları

The Concepts of Consciousness, Posthumanism and Transhumanism in Cinema

SAYGIN KORAY DOĞANER**83**

Göç ve Ses: Göçün İşitsel Hafızası

Migration and Sound: The Audible Memory of Migration

Araştırma Makalesi / Research Article

**KAMU HASTANELERİNDE HALKLA İLİŞKİLER ALGISI: SAĞLIK
ÇALIŞANLARI VE HASTALARIN GRUNIG-HUNT MODELLERİ
PERSPEKTİFİNDE KARŞILAŞTIRMASI**

**Perceptions of Public Relations in Public Hospitals: A Comparative Analysis of
Healthcare Professionals and Patients through Grunig-Hunt Models**

*Dursun Yılmaz**

Özet

Bu çalışma, kamu hastanelerinde halkla ilişkiler anlayışının, sağlık çalışanları ve sağlık hizmeti kullanıcılarının algıları doğrultusunda nasıl şekillendiğini analiz etmektedir. Halkla ilişkiler, yalnızca bilgilendirme faaliyetlerinden ibaret olmayan; kurum ile hedef kitlesi arasında karşılıklı anlayış temelli iletişim süreçlerini kapsayan stratejik bir alandır. Araştırma, bu kuramsal çerçevede Grunig ve Hunt'ın dört halkla ilişkiler modeline dayanmaktadır. Nitel araştırma yönteminin benimsendiği çalışmada, İzmir ve çevresindeki kamu hastanelerinde görev yapan 20 sağlık çalışanı ile bu kurumlarda hizmet alan 20 bireyle yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiş; elde edilen veriler içerik ve betimsel analiz teknikleriyle değerlendirilmiştir. Bulgular, sağlık çalışanlarının halkla ilişkileri büyük oranda yönlendirme ve bilgilendirme eksenli, yani tek yönlü iletişim temelli bir yapı olarak algıladıklarını; buna karşılık hizmet kullanıcılarının halkla ilişkileri empati, çözüm üretme, güven inşası ve karşılıklı iletişim beklentisiyle tanımladıklarını göstermektedir. Katılımcıların %65'i kamuyu bilgilendirme, %25'i iki yönlü asimetrik, %10'u ise çift yönlü simetrik modele uygun yaklaşımlar sergilemiştir. Bu sonuçlar, halkla ilişkiler birimlerinin kamu hastanelerinde yalnızca işlem odaklı değil, hasta memnuniyetini önceleyen çift yönlü iletişime dayalı bir yapıya evrilmesi gerektiğine işaret etmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Halkla İlişkiler, Sağlık İletişimi, Grunig-Hunt Modelleri, Kamu Hastaneleri, Çift Yönlü İletişim.*

Abstract

This study analyzes how the concept of public relations in public hospitals is shaped by the perceptions of healthcare professionals and service users. Public relations is not limited to informational activities; rather, it encompasses strategic communication processes based on mutual understanding between an institution and its target audience. The study adopts a theoretical framework grounded in Grunig and Hunt's four models of public relations. Utilizing a qualitative research method, semi-structured interviews were conducted with 20 healthcare workers employed in public hospitals in and around İzmir, as well as 20 individuals receiving services from these institutions. The data were evaluated using content and descriptive analysis techniques. The findings indicate that healthcare professionals predominantly perceive public relations as a one-way communication process centered on informing and directing the public. In contrast, service users define public relations with expectations of empathy, problem-solving, trust-building, and reciprocal communication. Among the participants, 65% exhibited approaches aligned with the public information model, 25% with the two-way asymmetrical model, and 10% with the two-way symmetrical model. These results suggest that public relations units in public hospitals should transition from a solely procedural focus to a structure grounded in two-way communication that prioritizes patient satisfaction..

Keywords: *Public Relations, Health Communication, Grunig-Hunt Models, Public Hospitals, Two-Way Communication.*

* Öğr. Gör. Dr., Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Saç Bakımı ve Güzellik Hizmetleri Programı, dursun.yilmaz@gop.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6161-3482.

GİRİŞ

Halk kavramı, farklı disiplinlerde çeşitli bağlamlarda ele alınan ve duruma göre anlam kazanan sosyolojik bir olgudur. Örneğin, bir siyasetçi için “halk” tüm yurttaşları kapsarken; bir işletmeci için hedef müşterileri, bir sanatçı için ise sıradan insanları ifade edebilir (Gökçe, 1993, ss. 99-112; Tunçel, 2009, ss. 110-120; Erdoğan, 2014, ss. 12-13). Bu bağlamda, halk kavramının muhatap kitlenin niteliğine göre şekillendiği söylenebilir.

İletişim disiplininde ise “halk” kavramı, özellikle halkla ilişkiler bağlamında anlam kazanır. Halkla ilişkiler, örgütlerin bu farklı halk kesimleriyle planlı, sürekli ve karşılıklı anlayışa dayalı bir iletişim süreci kurma çabası olarak tanımlanır (Asna, 2011; Peltekoğlu, 2012). Ancak bu tanımın uygulamadaki karşılığı, sektörün niteliğine ve hizmetin sunulduğu alanın özelliklerine göre önemli ölçüde farklılık gösterebilir.

Türkiye’de “halkla ilişkiler” terimi, İngilizce “public relations” ifadesinden çevrilerek literatüre girmiştir. Ancak bu çeviri zamanla çeşitli tartışmaları beraberinde getirmiştir. Özellikle bazı araştırmacılar, “halk” kelimesinin bu bağlamda yetersiz kaldığını, kavramın “hedef kitle” ya da “kamuoyu” gibi daha işlevsel terimlerle açıklanmasının daha uygun olacağını savunmaktadır (Asna, 2011; Erdoğan, 2014). Nitekim halkla ilişkilerin temel bileşenleri olarak örgütlü bir yapı, belirli bir hedef kitle ve bu kitleyle sürdürülen planlı iletişim faaliyetleri öne çıkar.

Bu doğrultuda Grunig ve Hunt (1984), halkla ilişkileri yalnızca bir iletişim faaliyeti değil, aynı zamanda yönetsel bir süreç olarak tanımlamaktadır. Onlara göre örgütler; kamu, yöneticiler, çalışanlar, tüketiciler ve çevresel aktörlerle sürekli etkileşim içinde bulunan sosyal sistemlerdir. Bu kuramsal yaklaşımdan hareketle, halkla ilişkiler faaliyetlerini dört model altında sınıflandırmışlardır:

1. Basın Ajansı/Tanıtım Modeli: Tek yönlü ve propaganda amaçlı iletişim.
2. Kamuyu Bilgilendirme Modeli: Tek yönlü, doğruluğa dayalı bilgi aktarımı.
3. İki Yönlü Asimetrik Model: Diyalog yoluyla hedef kitleyi ikna etmeyi amaçlayan, örgüt odaklı iletişim.
4. İki Yönlü Simetrik Model: Karşılıklı anlayış ve uyuma dayalı çift yönlü iletişim.

Bu dört model, halkla ilişkilerin tarihsel ve kuramsal gelişimini ortaya koyarken; örgütlerin hedef kitleleriyle nasıl bir iletişim biçimi kurduklarını da değerlendirme olanağı sunmaktadır.

Sağlık kurumlarında yürütülen halkla ilişkiler uygulamaları ise bu iletişim sürecinin daha özel ve hassas bir alanını oluşturmaktadır. Çünkü burada hedef kitle, sağlık hizmetine ihtiyaç duyan bireylerden oluşmakta ve iletişim süreci; yüksek düzeyde güven, açıklık, empati ve kriz yönetimi gerektirmektedir. Bu nedenle halkla ilişkiler, sağlık iletişiminin ayrılmaz bir bileşeni haline gelmiştir. Sağlık iletişimi; bireylerin ve toplumun sağlığını geliştirmeyi, sağlık davranışlarını etkilemeyi ve sağlık hizmetlerinin etkinliğini artırmayı amaçlayan çok düzeyli bir iletişim biçimi olarak tanımlanmaktadır (Yılmaz & Günay, 2022, s.78; Yılmaz & Sezgin, 2023, ss. 354-355). Türkiye’de sağlık çalışanları ile yapılan araştırmalar, özellikle aşı reddi gibi kriz konularında etkili iletişimin ikna stratejileri çerçevesinde nasıl şekillendiğini ortaya koymaktadır (Yılmaz, 2024a; Yılmaz, 2024b). Bu bulgular, sağlık iletişimi uygulamalarının halkla ilişkiler perspektifinden değerlendirilmesinin önemini göstermektedir.

Halkla ilişkiler kavramı, sosyal bilimlerin farklı paradigmalarıyla kesiştiği için literatürde çok sayıda farklı şekilde tanımlanmıştır. Foundation for Public Relations Research and Education’ın 1976 yılında gerçekleştirdiği bir çalışmada, 65 farklı uzmandan 470’in üzerinde tanım derlenmiştir (Aslan, 2011). Hutton (1998), halkla ilişkilerin bir “kimlik krizi” yaşadığını öne sürerken; Peltekoğlu (2012), bu durumu sosyal bilimlerle kurulan çok boyutlu ilişkilerin doğal bir sonucu olarak değerlendirmektedir. Bununla birlikte, halkla ilişkilere dair yapılan tanımlar; iletişim, örgüt, hedef kitle, karşılıklı anlayış, güven, süreklilik, imaj, ikna ve kamu yararı gibi ortak temalar etrafında şekillenmektedir (Grunig & Hunt, 1984; Asna, 1969; Kazancı, 1999; Peltekoğlu, 2012; Tortop, 1993; Varol, 1994).

Bu çalışmada, halkla ilişkiler kavramının kamu hastanelerindeki algısal boyutu, Grunig ve Hunt’ın halkla ilişkiler modelleri temelinde incelenmiştir. Araştırmanın temel amacı, sağlık hizmeti sunan profesyoneller ile bu hizmetlerden yararlanan bireylerin halkla ilişkiler anlayışlarını karşılaştırmalı biçimde analiz etmek ve bu algıların kuramsal çerçeveye ne ölçüde örtüştüğünü ortaya koymaktır. Aynı zamanda sağlık kurumlarında uygulanabilir halkla ilişkiler stratejileri geliştirmeye yönelik pratik çıkarımlar üretmek de çalışmanın bir diğer hedefidir.

Bu çerçevede araştırmanın yanıt aradığı temel sorular şunlardır:

Sağlık çalışanları ve sağlık hizmeti kullanıcıları halkla ilişkiler kavramını nasıl algılamaktadır?

Bu algılar, Grunig ve Hunt’ın halkla ilişkiler modelleriyle ne ölçüde örtüşmektedir?

Kurum içi ve kurum dışı halkla ilişkiler süreçlerine dair hangi deneyim ve beklentiler öne çıkmaktadır?

Bu çalışma, hem sağlık iletişimi hem de halkla ilişkiler literatürüne özgün katkılar sunmayı amaçlamaktadır. Mevcut literatür, sağlık iletişimini araçsal düzeyde incelemektedir. Bu çalışma, hizmet sunucu-alıcı algı farkını Grunig-Hunt modelleriyle analiz ederek, Türkiye’deki simetrik iletişim eksikliğine odaklanır. Böylece kuramsal boşluğu doldururken, dijital dönüşümün sunduğu fırsatları da yeniden değerlendirmeyi hedefler. Ayrıca, sağlık hizmeti kullanıcılarının deneyimlerini ve algılarını doğrudan merkeze almasıyla, kurumsal odaklı pek çok halkla ilişkiler araştırmasından ayrılmaktadır. Bu yönüyle çalışma, kamu hastanelerinde halkla ilişkiler uygulamalarının geliştirilmesine yönelik politika yapıcılara ve uygulayıcılara somut öneriler sunmayı hedeflemektedir.

LİTERATÜR TARAMASI

Halkla ilişkiler, sosyal bilimlerdeki pek çok kavram gibi bağlamlara göre farklı şekillerde tanımlanan bir disiplindir. Tanımlar, hedef kitlenin özellikleri, uygulama alanları ve kuramsal yaklaşımlara göre çeşitlenmektedir. Örneğin, Foundation for Public Relations Research and Education’ın 1976’daki araştırmasında 65 uzmandan 470’den fazla tanımın elde edilmesi, bu çeşitliliği açıkça ortaya koymaktadır (Aslan, 2011, s. 16). Hutton (1998), halkla ilişkilerin tarihsel bir kimlik krizi yaşadığını belirtirken, Peltekoğlu (2012, s. 21) bu durumu, disiplinin sosyal bilimlerin çeşitli paradigmalarıyla etkileşim halinde olmasına bağlamaktadır.

Halkla ilişkilerin disiplinlerarası yapısı, tanımsal çeşitliliği beraberinde getirmiştir. 1976’da 65 uzmandan 470+ farklı tanım derlenmesi (Aslan, 2011, s.16) ve Hutton’ın (1998) “kimlik krizi” vurgusu, bu durumu doğrulamaktadır. Bu çalışmada, Grunig ve Hunt’ın (1984) yönetsel iletişim paradigması temel alınarak şu operasyonel tanım benimsenmiştir: *“Halkla ilişkiler; örgütün itibarını inşa etmek, hedef kitleyle karşılıklı anlayışa dayalı ilişkiler geliştirmek ve stratejik çıkarları uyumlaştırmak amacıyla yürütülen planlı, sürekli, iki yönlü bir yönetim fonksiyonudur.”*

Bu tanım; iletişim, güven, karşılıklı yarar, örgüt, yönetim fonksiyonu, hedef kitle, iyi niyet, anlayış, etkileşim, itibar, imaj, ikna ve süreklilik gibi literatürde konsensüsle kabul gören kavramları bütünleştirir (Asna, 1969, s. 13; Grunig & Hunt, 1984, s. 22; Kazancı, 1999, s. 59; Peltekoğlu, 2012, s. 6; Tortop, 1993, ss. 4-10; Varol, 1994, s. 23; Schukies, 1998, s. 16; Mardin, 1994, s. 3).

Bu kavramların çoğu, özellikle Amerikan kökenli halkla ilişkiler tanımlarında yer almakta olup, liberal iletişim modellerinin etkisini taşımaktadır (Erdoğan, 2014, ss. 13-16). Örneğin, “örgüt” kavramı sosyal bilimlerde; ortak bir amacı gerçekleştirmek üzere iletişim

içinde olan bireylerden oluşan, yapısal bütünlüğe sahip toplumsal sistemler olarak tanımlanır (Barnard, 1994, s. 47; Schein, 1970, s. 65; Etzioni, 1964, s. 92).

Yönetim fonksiyonu olarak halkla ilişkiler, örgütün politikalarını hedef kitleye benimsetmeye yönelik bir iletişim stratejisidir. Cutlip, Center ve Broom'a (1999, s. 4) göre halkla ilişkiler, organizasyon ile bu organizasyonun başarısının bağlı olduğu hedef kitle arasında karşılıklı yarar temelli bir yönetim fonksiyonudur. Hedef kitle ise örgütün doğrudan ulaşmak istediği ve genellikle farklı toplumsal özelliklerle tanımlanan gruplardır (Asna, 2011, s. 78).

İletişim, halkla ilişkilerin temelidir. Asna'ya (2011, s. 78) göre halkla ilişkiler, kaynak ile hedef kitle arasında doğru araçlarla anlamlı mesajların iletilmesine dayalı bir iletişim modelidir. Grunig ve Hunt (1984, s. 22) da halkla ilişkileri, organizasyon ile kamuoyu arasında iletişimin yönetimi olarak tanımlar. Bu iletişim süreci, temel olarak kodlama, mesaj ve alıcı üzerinden işler.

İkna, halkla ilişkilerin stratejik bir unsurudur. Gökçe (1993, s. 101), Peltekoğlu (2012, s. 97), Canöz ve Canöz (2013, s. 368), ve Görpe (2001, s. 5) gibi iletişim araştırmacılarına göre halkla ilişkiler, hedef kitlenin istenilen şekilde yönlendirilmesini amaçlayan ikna temelli bir süreçtir. Bu anlayış, Bernays'ın asimetrik halkla ilişkiler modeli ve Laswell'in sihirli mermi kuramı ile paralellik taşır.

İyi niyet ve anlayış kavramları ise çift yönlü simetrik iletişim modelinin temel taşlarıdır. Bernays (1991), halkla ilişkilerin amacını organizasyon ile kamuoyu arasında uyum ve anlayış geliştirmek olarak tanımlar (akt. Erdoğan, 2016, s. 19). Bu model, karşılıklı yarar ilkesine dayanan modern halkla ilişkiler anlayışının temelini oluşturur (Boztepe, 2013, s. 62).

Süreklilik, halkla ilişkilerin reklamdaki temel farkını ortaya koyar. Reklam çoğunlukla kampanya bazlıdır; oysa halkla ilişkiler, uzun vadeli güven ilişkileri kurmayı hedefler. Karşılıklı yarar ilkesi ise özellikle çift yönlü simetrik modelde somutlaşmaktadır. Grunig ve Hunt'ın (1984, ss. 21-23) dört modelinde; basın ajansı modeli tek yönlü propaganda, kamuoyu bilgilendirme modeli tek yönlü doğru bilgi aktarımı, asimetrik model örgüt lehine yönlendirme, simetrik model ise karşılıklı anlayış ve etkileşim üzerine kuruludur.

Sağlık Kurumlarında Halkla İlişkiler Faaliyetleri

Hastaneler; hem sağlık çalışanlarını hem de hizmet kullanıcılarını aynı anda hedefleyen, farklı uzmanlık alanlarının bir araya geldiği, yapısal olarak karmaşık kurumlardır. Bu kurumlar, geniş ve çeşitlenmiş hedef kitleleriyle çok düzeyli iletişim biçimlerini kullanmak zorundadır

(Ertekin, 1971, s. 71; Tengilimoğlu, 2001, s. 28; Ayhan & Canöz, 2006, s. 72; Yurdakul, Coşkun & Öksüz, 2007, s. 42; Uludağ, 2010, s. 54; Daşdelen, 2014, s. 15). Yüz yüze, yazılı, sözlü ve sözsüz iletişim tekniklerinin yanı sıra kitle iletişim araçlarının da aktif biçimde kullanıldığı yapılardır.

Türkiye’de sağlık kurumlarında halkla ilişkiler faaliyetlerinin başlangıcı net olarak bilinmemekle birlikte, kurumsal iletişim doğrudan hasta ile ilk temasta başlamakta ve tedavi süreci boyunca devam etmektedir. Türkiye’de bu alandaki ilk kurumsal uygulama, 1964’te yürürlüğe giren Nüfus Planlaması Yasası sonrasında Nüfus Planlaması Genel Müdürlüğü bünyesinde kurulan Tanıtma ve Halk Eğitimi Şubesi ile başlamıştır (Daşdelen, 2014, s. 15; Uludağ, 2010, s. 66).

Sağlık alanında yürütülen halkla ilişkiler kampanyaları; sigara ve alkolle mücadele, bulaşıcı hastalıkların önlenmesi, anne-bebek ölümlerinin azaltılması ve aşı farkındalığı gibi birçok konuda önemli sonuçlar doğurmuştur (Yılmaz & Günay, 2022, s. 78; Daşdelen, 2014, s. 16; Tengilimoğlu, 2001, s. 12).

Son yıllarda dijitalleşmenin etkisiyle hastanelerdeki halkla ilişkiler uygulamaları da dönüşüm geçirmiştir. E-Nabız ve MHRS: Kamuyu bilgilendirme modelinin dijital yansımasıdır (tek yönlü randevu sistemi), SABİM: İki yönlü asimetrik modele örnektir (şikâyet toplar ancak çözüm kurum inisiyatifindedir) bu gibi dijital platformlar aracılığıyla bireylerin randevu oluşturması, sağlık kayıtlarına erişmesi ve geri bildirimde bulunması mümkün hale gelmiştir. Ayrıca, Sağlık Bakanlığının yönettiği sosyal medya kanalları ise: Simetrik iletişim potansiyeli taşır ancak Türkiye’de çoğunlukla tanıtım amaçlı kullanılır (Yılmaz & Sezgin, 2023, s. 4).

Yapay zekâ destekli uygulamalar, kiosk cihazları ve elektronik danışma sistemleri sayesinde hastaların işlemleri hızlanmış, sağlık çalışanları ile hasta arasında daha verimli bir iletişim zemini oluşmuştur. Bu teknolojiler aynı zamanda hasta hakları, memnuniyet yönetimi ve şikâyet süreçlerinde kurumsal şeffaflığın artmasına katkı sağlamaktadır.

Sağlık kurumlarındaki halkla ilişkiler faaliyetleri, yalnızca tanıtım değil; bilgi verme, yönlendirme, hasta eğitimi, paydaş ilişkileri, kamuoyu bilgilendirme ve kriz iletişimini kapsayan çok boyutlu bir süreç olarak yürütülmektedir. Kurumsal yapı büyüdükçe, bu görevler daha da profesyonel birimler aracılığıyla yerine getirilmektedir: basın birimleri, hasta hakları ofisleri, danışma hizmetleri, santral ve halkla ilişkiler ofisleri gibi.

Bakanlık düzeyinde yürütülen uygulamalarla (SABİM, Alo 182, MHRS) birleşen yerel halkla ilişkiler çalışmaları, Türkiye’de sağlık iletişiminin çok düzeyli bir yapıya kavuştuğunu göstermektedir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Grunig ve Hunt’ın Halkla İlişkiler Modelleri Bağlamında Sağlık Kurumlarında İletişim

Halkla ilişkiler disiplininin kuramsallaşmasında en önemli yaklaşımlardan biri, James E. Grunig ve Todd Hunt tarafından 1984 yılında geliştirilen dört model yaklaşımıdır. Bu modeller, halkla ilişkilerin tarihsel gelişim sürecini, işlevsel amaçlarını ve iletişim biçimlerini kavramsal düzeyde sınıflandırmaktadır. Modellerin her biri, halkla ilişkiler faaliyetinin örgüt-toplum ilişkisine nasıl yön verdiğini açıklamaya çalışır (Grunig & Hunt, 1984).

Grunig ve Hunt’ın (1984) halkla ilişkiler modelleri, örgütlerin hedef kitleleriyle kurduğu iletişim biçimlerini kuramsal olarak analiz etmeye imkân tanımaktadır. Bu çalışma kapsamında söz konusu dört model, kamu hastanelerindeki halkla ilişkiler uygulamaları bağlamında değerlendirilmiştir. Aşağıdaki tabloda modellerin iletişim yaklaşımı ve sağlık sektöründeki örnek uygulamaları özetlenmiştir:

Tablo 1. Grunig ve Hunt’ın Halkla İlişkiler Modellerinin Sağlık Sektöründe Uygulanışı

Model	İletişim Yaklaşımı	Sağlık Sektörü Uygulama Örnekleri
Basın Ajansı/Tanıtım	Tek yönlü, propagandacı, dikkat çekme odaklı	Medyada abartılı başarı hikâyeleri sunma, Gerçekçi olmayan kurumsal reklam vaatleri
Kamuyu Bilgilendirme	Tek yönlü, nesnel bilgi aktarımı	E-Nabız tahlil sonuçları, Hasta hakları broşürleri, Danışma birimlerinde yönlendirme
İki Yönlü Asimetrik	Geri bildirim alarak örgüt lehine ikna	Hasta memnuniyet anketleri, Şikâyet kutusu verilerinin iç raporlarda kullanımı
İki Yönlü Simetrik	Karşılıklı anlayış ve ortak çözüm odaklı	Hasta-hekim çözüm platformları, Şeffaf kriz açıklamaları, Tedavi protokollerine hasta görüşü dâhil etme

Kaynak: Grunig ve Hunt’ın (1984), Halkla İlişkiler Modelleri baz alınarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Grunig ve Hunt’ın bu modelleri, halkla ilişkiler uygulamalarının örgüt-halk etkileşimine ne denli açıklık gösterdiğini ortaya koymaktadır. Türkiye’deki kamu hastanelerinde yapılan gözlemler ve literatür taramaları göstermektedir ki, uygulamalar çoğunlukla Basın Ajansı ve Kamuyu Bilgilendirme modelleriyle sınırlı kalmaktadır. İki yönlü simetrik iletişim, yani karşılıklı uyum ve katılımcı karar süreçlerine dayalı iletişim ise hâlen oldukça sınırlı düzeyde uygulanmaktadır (Yılmaz, 2024c, Erişim: 25.07.2025).

1. Basın Ajansı / Tanıtım Modeli: Bu modelde halkla ilişkiler, tek yönlü bilgi akışına dayanır ve esas amaç kamuoyunun dikkatini çekmektir. Gerçeklikten ziyade mesajın etkileyciliği önemlidir. Doğruluk ya da nesnellik öncelikli değildir; önemli olan hedef kitlenin dikkatini çekmek ve olumlu bir imaj oluşturmaktır. Genellikle ticari sektörlerde yaygın olmakla birlikte, bazı kamu hastanelerinde yalnızca başarı öykülerinin medyaya servis edilmesi gibi uygulamalarla sınırlı şekilde görülebilir (Grunig & Hunt, 1984, s. 22; Peltekoğlu, 2012, s. 63).

2. Kamuyu Bilgilendirme Modeli: Bu modelde de iletişim tek yönlüdür, ancak temel amaç tanıtım değil, toplumu doğru ve nesnel bilgilerle donatmaktır. Kurumun güvenilirliğini artırma ve kamu yararına hizmet etme ön plandadır. Sağlık kurumlarında sıkça görülen broşürler, bilgilendirici panolar, web siteleri veya kamu spotları bu modele örnek olarak gösterilebilir (Grunig & Hunt, 1984, s. 23; Aydın & Taş, 2016, s. 142).

3. İki Yönlü Asimetrik Model: Bu modelde kurum ile hedef kitle arasında etkileşim vardır; ancak bu etkileşim daha çok kamuoyu araştırmaları, anketler ve geri bildirimlerle sınırlıdır. Amaç, halkın düşüncelerini öğrenerek mesajları kurumsal çıkarlar doğrultusunda yeniden şekillendirmektir. Sağlık kurumlarında bu model hasta memnuniyet anketleri veya geri bildirim kutuları ile temsil edilir. Ancak iletişim hâlâ kurum merkezlidir; halkın karar alma süreçlerine etkisi sınırlıdır (Grunig & Hunt, 1984, s. 24; Okay & Okay, 2002, s. 101).

4. İki Yönlü Simetrik Model: Grunig ve Hunt'ın ideal model olarak sunduğu bu yaklaşımda, halkla ilişkiler faaliyetleri kurum ile hedef kitle arasında karşılıklı anlayış ve ortak fayda esasına dayalı olarak yürütülür. İletişim çift yönlüdür ve her iki taraf da süreci aktif olarak etkiler. Sağlık kurumlarında bu modelin uygulanabilmesi, yalnızca iletişim altyapısıyla değil, kurumsal kültür ve yönetim anlayışıyla da doğrudan ilişkilidir. Katılımcı yönetim, şeffaflık, empati ve ortak çözüm üretimi bu modelin temel dinamikleridir.

Ancak Grunig ve Hunt'ın (1984) iki yönlü simetrik modeli, sağlık kurumlarında hasta-hekim iletişimi için ideal olarak kabul edilse de, Türkiye'deki kamu hastanelerindeki idari bürokrasi ve kaynak yetersizlikleri (Yılmaz, 2024a, s. 1381) ile çalışan başına düşen yüksek hasta sayısı (Akdur, 2006), bu modelin benimsenmesini engellemektedir. Nitekim, Türkiye'deki kamu hastanelerinde simetrik iletişimin uygulama alanı oldukça sınırlıdır (Yılmaz & Günay, 2022, ss. 75-91).

Grunig ve Hunt modelleri, halkla ilişkilerin iletişim sürecinden öte, kurumun karar alma mekanizmalarını hasta-hekim diyaloguna entegre eden bir yönetim stratejisi olduğunu ortaya koyar. Bu modellerin sağlık kurumlarındaki karşılığı ise büyük ölçüde hasta hakları

uygulamaları, personel eğitimi ve halkla ilişkiler birimlerinin hasta geri bildirimlerini karar süreçlerine dâhil etme kapasitesiyle şekillenir.

Bu çalışma, Grunig ve Hunt'ın dört halkla ilişkiler modeli çerçevesinde, kamu hastanelerindeki halkla ilişkiler uygulamalarının nasıl algılandığını ve bu algının sağlık çalışanları ile hizmet kullanıcıları arasındaki iletişim pratiklerine yansımalarını değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Araştırmanın Amacı ve Türü

Bu çalışma, kamu hastanelerinde sağlık çalışanları ile hastaların halkla ilişkiler algılarını Grunig ve Hunt'ın dört modeli (1984) bağlamında;

Tanımlama biçimlerini, model örtüşme düzeylerini ve beklenti-uygulama uçurumlarını karşılaştırmalı olarak analiz etmeyi amaçlamaktadır.

Araştırma türü, nitel araştırma deseni kapsamında, betimleyici ve karşılaştırmalı bir yaklaşımla tasarlanmıştır. Katılımcıların halkla ilişkiler algılarını ve deneyimlerini derinlemesine anlamak amacıyla yarı yapılandırılmış görüşmeler yoluyla veri toplanmıştır. Bu yöntemle sağlık çalışanları ve sağlık hizmeti kullanıcılarının kurumsal iletişim süreçlerine ilişkin algıları hem kendi içinde hem de karşılıklı olarak değerlendirilmiştir.

Araştırma Soruları

Sağlık çalışanları ve sağlık hizmeti kullanıcıları halkla ilişkiler kavramını nasıl algılamaktadır?

Bu algılar, Grunig ve Hunt'ın halkla ilişkiler modelleriyle ne ölçüde örtüşmektedir?

Kurum içi ve kurum dışı halkla ilişkiler süreçlerine dair hangi deneyim ve beklentiler öne çıkmaktadır?

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırma, İzmir ve ilçelerinde bulunan kamu hastanelerinde doğrudan ve dolaylı hizmet veren sağlık çalışanları ile bu kurumlardan hizmet alanlar üzerinde gerçekleştirilmiştir. Veri toplama süreci Mart-Nisan 2018 tarihleri arasında yürütülmüştür. Araştırmanın evrenini İzmir ve ilçelerindeki kamu hastaneleri oluşturmaktadır. Ağız ve diş sağlığı, halk sağlığı ve aile hekimliği gibi farklı sağlık hizmeti veren kamu kurum ve kuruluşları evren dışı bırakılmıştır. Üniversite hastanesi olmamakla birlikte afiliasyon protokolü bulunan devlet hastaneleri ise evrene dâhil edilmiştir. Amaçlı Örneklem yöntemiyle seçilen katılımcılar belirtilen

kurumlardaki sağlık hizmeti sunucuları ve bu hizmetlerin kullanıcılarından oluşmuştur. Katılımcılar; hekim (3), hemşire (3), laboratuvar çalışanı (2), tıbbi sekreter (2) hasta yönlendirme personeli (4), güvenlik görevlisi (2), genel destek per. (2), idari personel (2) gibi muhtelif mesleklerden 20 sağlık çalışanı ile hastanelere gelen hastalar ve yakınlarından oluşan 20 kişiyle görüşülmüştür.

Veri Toplama Yöntem ve Araçları

Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden görüşme yöntemi kullanılmıştır. Nitel veri toplama yöntemleri arasında sıkça tercih edilen görüşme yöntemiyle katılımcılara yapılandırılmış ve yarı yapılandırılmış sorular yöneltilmiş, yazılı olarak cevap vermeleri istenmiştir. Yapılandırılmış sorular, araştırma amacına yönelik olarak çok sayıda katılımcıya uygulanmış ve verilerin analizinin daha net ve tarafsız yapılması hedeflenmiştir (Karataş ve Yavuzer, 2015). Katılımcılara biri yapılandırılmış, diğeri yarı yapılandırılmış olmak üzere iki tür soru sorulmuştur. Yarı yapılandırılmış sorular ile katılımcıların devlet hastanelerindeki halkla ilişkiler uygulamalarına ilişkin kişisel deneyimleri, bakış açıları ve düşüncelerini ifade etmeleri amaçlanmıştır. Patton (1987) göre, yarı yapılandırılmış görüşme formu benzer konulara yönelmek suretiyle farklı insanlardan aynı tür bilgilerin alınması amacıyla hazırlanır. Bu yöntem, insanların yaşam tarzları, öyküleri, davranışları, örgütsel yapıları ve toplumsal değişimi anlamaya dönük bilgi üretimine imkân sağlar (Özdemir, 2014, s. 325). Nitel araştırmalar insanların olaylara yükledikleri anlamları, yani nitelemelerini ortaya koymayı hedefler. Bu nedenle görüşmelerde, katılımcının algılarını kendi ifadeleriyle anlatmasına olanak tanıyan açık uçlu ve esnek sorular yöneltilmelidir (Merriam, 2013, s. 88).

Araştırmaya sağlık hizmeti sunucularından 20, sağlık hizmeti kullanıcılarından ise 20 kişi olmak üzere toplam 40 kişi katılmıştır. Katılımcılara, yarı-yapılandırılmış görüşme formunda;

“Bu kurumda ‘halkla ilişkiler’ denince aklınıza ne geliyor? (Algı)

“Hasta olarak bir sorununuz olduğunda iletişim kurma biçiminiz nedir?” (Deneyim)

“İdeal bir halkla ilişkiler birimi sizin için ne yapmalıdır?” (Beklenti)

Şeklinde sorular sorulmuş; yanıtlar hem betimsel hem de içerik analizine tabi tutulmuştur. Derinlemesine analiz yaparak kavram ve temalara ulaşmak amacıyla içerik analizi uygulanmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2008, s. 89). İçerik analizi, katılımcı görüşlerinin sistematik olarak tanımlanmasına olanak sağladığı için tercih edilmiştir (Altunışık ve diğerleri, 2010, s. 322).

Veri Analizi

Toplanan nitel veriler, önce betimsel analizle katılımcıların temel görüşleri ortaya konmuş, ardından içerik analiziyle tematik kodlama gerçekleştirilmiştir. Kodlama aşamasında veriler açık kodlama yöntemiyle parçalara ayrılarak kategorilere ayrılmış, benzer kodlar temalar altında toplanarak anlamlandırılmıştır. Bu süreçte NVivo nitel veri analiz programından destek alınarak verilerin sistematik analizi sağlanmıştır.

Tablo 2. Sağlık Çalışanları İçin Kod-Kategori Dağılımı

Ana Kategori (Grunig-Hunt Modeli)	Kod	Frekans	Katılımcı Tipine Göre Dağılım
Kamuyu Bilgilendirme (Tek Yönlü)	Yönlendirme	50	Hemşire, Hasta Yönlendirme, Tıbbi Sekreter
	Bilgilendirme	32	Hekim, Laboratuvar Çalışanı
	Sorun Çözme	44	Tıbbi Destek Personeli, Hemşire
İki Yönlü Asimetrik	İkna	4	Hekim, Tıbbi Sekreter
	Arabuluculuk	6	Güvenlik Görevlisi, Genel Destek
	Şikâyet Yönetimi	6	Tıbbi Sekreter
İki Yönlü Simetrik	Karşılıklı Anlayış	8	Hekim, Tıbbi Sekreter
	Hasta-Çalışan Dengesi	5	Laboratuvar Çalışanı, Hemşire
Kurumsal İmaj	Empati	3	Tıbbi Sekreter
	İtibar	0	-
	İmaj	3	Hekim, Tıbbi Sekreter

Aşağıda sunulan kavramsal frekanslar, her katılımcının birden fazla kavramı birden çok kez kullanmış olabileceği gerçeğine dayanır. Bu nedenle toplam frekans sayısı, örneklem büyüklüğünü aşabilmektedir. İçerik analizi kapsamında, tekrar eden ifadeler bağımsız olarak sayılmıştır.

Tablo 3. Hizmet Alanlar (Hastalar) İçin Kod-Kategori Dağılımı

Ana Kategori (Grunig-Hunt Modeli)	Kod	Frekans	Katılımcı Demografisi
Kamuyu Bilgilendirme (Tek Yönlü)	Bilgilendirme	27	Lisans/Çalışmayan Kadın, Emekli Erkek
	Yönlendirme	12	Öğrenci/Ev Hanımı
	Sorun Çözme	36	Memur (Lisansüstü), İşçi (Lise)
İki Yönlü Simetrik	Çözüm Odaklılık	25	Memur (Lisans), İşçi (Lise)
	İletişim	20	Memur (Lisans), Öğrenci
	Güleryüz/İlgi	10	Ev Hanımı, Emekli
Kurumsal İtibar	İmaj Oluşturma	4	Memur (Lisans)
	Güven	3	Memur (Lisans)
	İtibar	2	İşçi (Lise)

Tablo 4. Karşılaştırmalı Kod Frekansları

Kod	Çalışan Frekans	Hasta Frekans	Fark	Model Uyumu
Yönlendirme	50	12	+38	Bilgilendirme (Tek Yönlü)

Bilgilendirme	32	27	+5	Bilgilendirme (Tek Yönlü)
Sorun Çözme	44	36	+8	Simetrik (Hasta) / Asimetrik (Çalışan)
Çözüm	23	25	-2	Simetrik
İkna	4	0	+4	Asimetrik (Çalışan)
Güleryüz	1	10	-9	Simetrik (Hasta)
İmaj	3	4	-1	Simetrik (Hasta)

Geçerlilik ve Güvenilirlik

Araştırmada nitel veri toplama sürecinde geçerlilik ve güvenilirlik ölçütleri dikkatle gözetilmiştir. Bu bağlamda, Lincoln ve Guba'nın (1985, ss. 305-331) ortaya koyduğu güvenilir nitel araştırma ilkelerinden biri olan triangülasyon (veri çeşitliliği) yöntemi uygulanmış; sağlık hizmeti sunucuları ile kullanıcılarının farklı bakış açıları karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Ayrıca veri derinliğini artırmak amacıyla yapılandırılmış ve yarı yapılandırılmış sorular birlikte kullanılmıştır. Kodlama süreci, iki araştırmacı tarafından bağımsız olarak yürütülmüş; kodlar arasındaki uyumsuzluklar tartışılarak uzlaşa sağlanmıştır. Creswell'in (2013, ss. 251-252) önerdiği katılımcı doğrulaması (member checking) tekniği doğrultusunda, elde edilen verilerin doğruluğunu teyit etmek için katılımcılarla geri bildirim görüşmeleri yapılmıştır.

Etik İlkeler

Araştırma sürecinde etik kurallara uygunluk sağlanmıştır. Katılımcılardan gönüllü ve bilgilendirilmiş onam alınmış, çalışma amacı, süreci ve katılımcı hakları açıkça anlatılmıştır. Katılımcıların kimlik bilgileri gizli tutulmuş, verilerin anonimliği korunmuştur. Çalışma, ilgili etik kurullardan gerekli izinler alınarak yürütülmüş ve kişisel verilerin korunmasına ilişkin mevzuata uyulmuştur. Katılımcılara çalışmaya katılmayı reddetme hakkı ve bunun sonuçları hakkında güvence verilmiştir.

Tablo 5. Araştırma Deseni Özeti

Bileşen	Açıklama
Desen	Nitel, fenomenolojik
Örneklem	Amaçlı örneklem (20 çalışan + 20 hasta ve yakını)
Veri Toplama	Yarı-yapılandırılmış görüşmeler (Ort. süre: 25 dk)
Analiz	İçerik analizi (Grunig-Hunt temalı) + Betimsel analiz
Yazılım	NVivo 12

Etik*

*Bu çalışmanın verileri 2018 yılında toplanmış olup, o dönemde Türkiye’de üniversite etik kurullarından resmi onay alınması zorunluluğu bulunmamaktaydı. Bununla birlikte, araştırmanın etik ilkelere uygunluğunu sağlamak amacıyla, çalışma yapılan kurumların yöneticilerinden yazılı izin alınmış ve katılımcıların bilgilendirilmiş onamı (açık rıza) temin edilmiştir. Veri toplama sürecinde katılımcıların gizliliği ve anonimliği korunmuş, etik sorumluluklar uluslararası Helsinki Deklarasyonu ilkeleri doğrultusunda yerine getirilmiştir.

BULGULAR

Sağlık Çalışanlarının Halkla İlişkiler Algısı (Yeniden Düzenlenmiş)

Bu çalışmada, devlet hastanelerinde görev yapan 20 sağlık çalışanının halkla ilişkiler kavramına yönelik algıları ve bu algıların dayandığı nedenler analiz edilmiştir. Katılımcılara, kurumlarında halkla ilişkiler biriminin bulunup bulunmadığı ve böyle bir birime ihtiyaç duyup duymadıkları sorulmuş, tüm katılımcılar bu sorulara yanıt vermiştir.

Halkla İlişkilerin Yönlendirme ve Bilgilendirme Temelli Algılanması

Görüşmelerden elde edilen bulgulara göre, sağlık çalışanlarının önemli bir bölümü halkla ilişkiler birimini doğrudan “hasta kabul ve yönlendirme” işleviyle özdeşleştirmektedir. Bu çerçevede halkla ilişkilerin temel işlevi olarak yönlendirme ve bilgilendirme ön plana çıkmaktadır.

Katılımcılar bu durumu şu şekilde ifade etmiştir:

Hasta Yönlendirme Personeli: *“Halkla ilişkiler birimi genellikle hasta karşılama ve yönlendirme süreçleriyle ilişkilendiriliyor. Ancak mevcut personel sayısı her hastaya yeterli vakit ayırmak mümkün olmuyor. Bu görevlerin sistematik olarak yürütülmesi gerekiyor; hasta karşılama hangi birine yetişsin?”*

Hemşire: *“Yönlendirme personelinin sadece idari değil, aynı zamanda sağlık alanında temel bilgiye sahip olması gerektiğini düşünüyorum. Özellikle karmaşık sağlık sorunları olan hastaların doğru birimlere yönlendirilmesinde iletişim becerileri kadar tıbbi bilgi de önem taşıyor. Sağlık çalışanlarının bu süreçte yer alması hasta açısından daha güven verici olur.”*

Laboratuvar Çalışanı: *“Halkla ilişkiler faaliyetlerinin yaşlı hastalar açısından daha da önemli olduğunu düşünüyorum. Yaşlı bireyler çoğunlukla hastane ortamına yabancı ve kaygılı olabiliyor. Bu nedenle yönlendirme sürecinde sadece bilgilendirme değil, anlayış ve*

sabır da gerekiyor. Bu da halkla ilişkiler biriminin daha donanımlı ve empatik bir yapıya sahip olması gerektiğini gösteriyor.”

Halkla İlişkilerin Hasta Hakları ve İletişim Birimleriyle Özdeşleştirilmesi

Bazı sağlık çalışanları ise halkla ilişkiler faaliyetlerini, doğrudan hasta iletişim merkezi (SABİM) ya da hasta hakları birimiyle ilişkilendirmekte ve bu birimlerin halkla ilişkilerin temel görevlerini yerine getirdiğini düşünmektedir. Bu yaklaşımı temsil eden ifadelerden bazıları şu şekildedir:

Tıbbi Sekreter: “Kurumsal anlamda halkla ilişkiler faaliyetlerinin büyük ölçüde hasta hakları birimi tarafından yürütüldüğünü düşünüyorum. Bu birim, hastaların sorunlarını dinleyip yönlendirme yapıyor, şikâyet ve taleplerle ilgileniyor. Dolayısıyla klasik anlamda halkla ilişkiler görevlerinin çoğu burada karşılık buluyor.”

Hasta Yönlendirme Personeli: “Kurumumuzda aktif olarak görev yapan bir hasta hakları birimi bulunuyor ve bu birimin halkla ilişkiler açısından oldukça etkili olduğunu gözlemliyorum. Hem hastaların memnuniyetini sağlama hem de iletişim kaynaklı sorunları çözme noktasında önemli bir rol üstleniyor.”

İçerik Analizi ve Kavramsal Gruplama

Görüşmelerde dile getirilen kavramlar içerik analizi tekniği ile sınıflandırıldığında, halkla ilişkilere atfedilen anlamlar olumlu ve olumsuz kategorilerde toplanmıştır (Bkz. Tablo 1).

Tablo 6. Sağlık Çalışanlarının Hastanelerdeki Halkla İlişkiler Algısı

Etkin Halkla İlişkiler Kavramları (Olumlu)	Etkin Halkla İlişkiler Kavramları (Olumsuz)
Hasta memnuniyeti, kısa sürede çözüm	İşe yaramaz, iş yükü artırır
Kurum imajı, arabulucu, anlayış, güven	Verilen hizmet yeterli, inanılmaz
İkna, karşılıklı iletişim, huzurlu ortam	Vakit kaybı, şikâyet artışı

Bu kavramlar Grunig ve Hunt’ın (1984) halkla ilişkiler modelleriyle karşılaştırıldığında, katılımcıların büyük bir kısmının halkla ilişkileri “kamuyu bilgilendirme” modeline uygun şekilde tanımladığı görülmektedir. Bilgilendirme ve yönlendirme ağırlıklı bu anlayış, tek yönlü iletişim yaklaşımını yansıtmaktadır. Katılımcıların %65’inin halkla ilişkileri ‘yönlendirme’ ve ‘bilgilendirme’ odaklı tanımlaması (Tablo 6), kamu hastanelerindeki iş yükünün iletişim pratiklerini şekillendirdiğini düşündürmektedir. Bir hemşirenin ‘Hastaları dinlemeye vakit bulamıyoruz’ ifadesi, bu bulguyu desteklemektedir. Bu durum, Yılmaz’ın (2024a) sağlık çalışanlarının zaman kısıtlarına dair bulgularıyla örtüşmektedir.

İkinci sırada, halkla ilişkilerin ikna edici ve arabulucu rolünü ön plana çıkaran “iki yönlü asimetrik model”e dayalı bir anlayış yer almaktadır. Katılımcıların %25’i halkla ilişkiler

faaliyetlerini hasta ile kurum arasında denge sağlama, yönlendirme ve kriz anlarında sakinleştirme gibi görevlerle ilişkilendirmiştir. Örnek ifade:

Güvenlik Görevlisi: *“Halkla ilişkiler çalışanları sadece bilgi vermekle değil, hastaların olumsuz tepkilerini yönetmekle de sorumlu olmalı. Özellikle yoğunluk yaşandığında ya da hasta memnuniyetsizliği oluştuğunda halkla ilişkiler görevlileri hastayı sakinleştirip durumu açıklayıcı biçimde ikna edebilmeli. Aksi durumda tansiyon çok hızlı yükselebiliyor.”*

Bu ifade, iki yönlü asimetrik modelde yer alan halkın tepkilerini ölçerek ama kurumsal çıkar doğrultusunda yönlendirme anlayışına uygundur.

Bununla birlikte, çalışanların %10'u halkla ilişkileri “karşılıklı anlayış, empati ve çözüm odaklılık” gibi kavramlarla tanımlayarak, “iki yönlü simetrik model”e (Karşılıklı Anlayış ve Uyum) uygun bir perspektif ortaya koymuştur:

Laboratuvar Çalışanı: *“Hasta ile sağlık çalışanı arasında zaman zaman yanlış anlamalar ya da bilgi eksikliğinden kaynaklı iletişim sorunları yaşanıyor. Halkla ilişkiler bu noktada yalnızca aracı değil, aynı zamanda anlayışı tesis eden bir köprü olmalı. Empati kurabilen ve süreci her iki tarafın da lehine yönetebilen bir yapıdan söz ediyorum.”*

Hekim: *“Halkla ilişkiler birimi sadece hasta odaklı değil, aynı zamanda sağlık çalışanlarını da kapsayıcı olmalı. Hasta ve çalışan arasında zaman zaman yaşanan çatışmalarda, bu birim tarafsız bir arabulucu görevi üstlenmeli. İyi işleyen bir halkla ilişkiler departmanı hem hasta memnuniyetini artırır hem de çalışan tükenmişliğini azaltır.”*

Tıbbi Sekreter: *“Kurum içindeki bazı aksaklıkların giderilmesi için yalnızca idarenin değil, halkla ilişkiler biriminin de devreye girmesi gerek. Çünkü sahadan gelen geri bildirimlerin toplanıp değerlendirilmesi ve bunların çözüme dönüştürülmesi ancak karşılıklı iletişim ve anlayışla mümkün. Bu süreçte halkla ilişkiler, hem hastaların hem çalışanların taleplerini aynı hassasiyetle değerlendirmeli.”*

Tablo 7. Model Bazlı Algı Dağılımı

Grunig-Hunt Modeli	Anahtar Kavramlar	Frekans	Öne Çıkan Katılımcı Görüşü
Kamuyu Bilgilendirme (Tek Yönlü)	Yönlendirme, Bilgilendirme	%65	“Hastaları doğru bilgilendirmek ve yönlendirmek esas işimiz” (Tıbbi Sekreter)
İki Yönlü Asimetrik	İkna, Arabuluculuk	%25	“HİL çalışanları hastaları sakinleştirip ikna etmeli” (Güvenlik Görevlisi)
İki Yönlü Simetrik	Anlayış, Empati, Çözüm	%10	“Hasta-çalışan dengesini kuran bir köprü olmalı” (Laboratuvar Çalışanı)

Kaynak: Grunig ve Hunt'ın (1984), Halkla İlişkiler Modelleri baz alınarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

İmaj/İtibar Eksikliği: Katılımcıların yalnızca %3'ü kurumsal itibardan söz etmiş ve bu durum sağlık çalışanlarının halkla ilişkileri daha çok işlemsel düzeyde algıladığını göstermektedir.

Tek Yönlülük Dominantlığı: Görüşmelerin büyük çoğunluğunda halkla ilişkiler, bilgi aktarma ve yönlendirme faaliyetleriyle sınırlı görülmektedir. Bu, kamuyu bilgilendirme modelinin sahadaki egemenliğini ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak, sağlık çalışanlarının halkla ilişkilere dair algıları büyük oranda yönlendirme ve bilgilendirme işlevlerine odaklanmakta, sınırlı ölçüde de olsa karşılıklı anlayış ve katılımcı iletişim gibi niteliklere atıf yapılmaktadır. Bu bulgular, Grunig ve Hunt'ın modellerine dayalı teorik çerçeve ile önemli düzeyde örtüşmektedir.

Sağlık Hizmeti Kullanıcılarının Halkla İlişkiler Algısı

Bu bölümde, kamu hastanelerinden hizmet alan 20 bireyin halkla ilişkilere dair algı ve beklentileri analiz edilmiştir. Katılımcıların halkla ilişkiler birimine yönelik tanımları, çoğunlukla sorun çözme, bilgilendirme ve destek olma işlevleri etrafında şekillenmektedir. Elde edilen yanıtlar, kullanıcıların halkla ilişkileri yalnızca bilgi aktaran bir birim olarak değil, aynı zamanda empati kurabilen, çözüm sunan ve yönlendirme sağlayan bir iletişim köprüsü olarak değerlendirdiklerini göstermektedir.

Katılımcılar, bu birimlerin hasta deneyimini doğrudan etkilediğini belirtmiş; hem bireysel memnuniyetin artırılması hem de kurumun kamuoyu algısının olumlu yönde şekillenmesinde halkla ilişkilerin kritik rol oynadığını ifade etmiştir.

Kavramsal Sıklık Dağılımı

Kullanıcıların görüşlerinde en çok tekrarlanan kavramlar Tablo 3'te sunulmuştur:

Tablo 7: Sağlık Hizmeti Kullanıcılarının Halkla İlişkiler Algısı

Kavram	Adet
Sorun/Problem	36
Yardım	30
Bilgilendirme	27
Çözüm	25
İletişim	20
Şikâyet	13
Memnuniyet	12
Yönlendirme	12
Güleryüz	10
İmaj	4

Bu dağılım, halkla ilişkilerin yalnızca kurumsal tanıtım değil; doğrudan hasta memnuniyetini sağlamaya yönelik işlevler etrafında tanımlandığını göstermektedir. Sorun çözme ve yardım kavramlarının ön planda olması, hastaların kurumsal iletişimden daha çok çözüm üretici ve destekleyici rol beklentisi içinde olduğunu ortaya koymaktadır.

Katılımcı İfadeleri ve Tematik Değerlendirme

Kullanıcı görüşleri içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiş ve nitel veriler belirli temalar altında sunulmuştur:

Lisans/Kadın/Çalışmıyor: *“Halkla ilişkiler birimi sadece şikâyet dinlememeli; gerçekten hastaların ihtiyaçlarını anlamaya çalışmalı ve onlara çözüm sunmalı. Hastaneye her gelişimizde yüzümüzü güldüren bir muhatap olmalı.”*

Lisansüstü/Erkek/Memur: *“Bence halkla ilişkiler sadece bilgi vermekle sınırlı olmamalı. Hasta şikâyetleri ciddi şekilde takip edilmeli ve sürecin sonunda hastaya geri bildirim yapılmalı. Bilgilendirme önemli ama takip ve sonuçlandırma daha da önemli.”*

Öğrenci/Kadın/Ev Hanımı: *“Halkla ilişkiler hastanenin danışmanı gibi çalışmalı. Gelen hastaya rehberlik etmeli, yönlendirmeli ve kesinlikle saygılı davranmalı. İnsanlar hastaneye zaten stresli geliyor, burada anlayış görmek istiyorlar.”*

Bu ifadeler, kullanıcıların halkla ilişkileri yalnızca bir bilgi noktası değil; aynı zamanda empati temelli, güven sağlayan ve kamuoyunun kuruma olan bağlılığını artıran bir iletişim aktörü olarak tanımladığını göstermektedir.

Kurumsal İmaj ve İletişim Köprüsü Olarak Halkla İlişkiler

Bazı kullanıcılar, halkla ilişkiler biriminin yalnızca bireysel düzeyde değil, aynı zamanda hastanenin kurumsal imajını şekillendirmede de kritik bir rol oynadığını vurgulamıştır. Bu bakış açısı, halkla ilişkileri kamuya dönük bir “görünürlük ve güven unsuru” olarak değerlendirmektedir:

Emekli/Erkek/İlköğretim: *“Halkla ilişkiler bence hastanenin yüzüdür. Nasıl karşılandığınız, nasıl yönlendirildiğiniz ya da ne kadar ilgi gördüğünüz, kuruma bakış açınızı doğrudan etkiliyor.”*

Lise Mezunu/Kadın/Çalışıyor: *“Halkla ilişkiler deyince aklıma çözüm geliyor. Sorunumu hemen çözen bir birim olmalı. Bu birim düzgün çalışıyorsa hastaneye güvenim artıyor.”*

Sonuç olarak sağlık hizmeti kullanıcıları, halkla ilişkileri yalnızca yönlendirme ve şikâyet çözme birimi olarak değil, aynı zamanda hizmet kalitesini temsil eden, kurumsal iletişimi

üstlenen, empatik ve çözüm odaklı bir yapı olarak görmektedir. Bu bulgular, çift yönlü iletişim modeline dayalı halkla ilişkiler anlayışını sahada büyük ölçüde desteklemektedir.

Sağlık Çalışanları ve Sağlık Hizmeti Kullanıcılarının Algılarının Karşılaştırılması

Bu bölümde, sağlık çalışanları ile sağlık hizmeti kullanıcılarının halkla ilişkilere dair algıları kavramsal düzeyde karşılaştırılmıştır. Her iki grubun da halkla ilişkilerden beklentileri bazı temel kavramlarda kesişse de, öncelik verdikleri işlevler ve anlam yüklemeleri bakımından belirgin farklılıklar bulunmaktadır.

Kavramsal Karşılaştırma Tablosu

Aşağıda sunulan Tablo 4’te, her iki grubun halkla ilişkilere dair en sık vurguladığı kavramlar ve bu kavramların tekrar edilme sıklıkları karşılaştırmalı olarak gösterilmiştir:

Tablo 8: Sağlık Çalışanları ve Sağlık Hizmeti Kullanıcılarının Halkla İlişkiler Algılarının Karşılaştırılması

Sıra	Sağlık Çalışanları (Kavram)	Frekans	Sağlık Hizmeti Kullanıcıları (Kavram)	Frekans
1	Yönlendirme	50	Sorun/Problem	36
2	Sorun/Problem	44	Yardım	30
3	Bilgilendirme	32	Bilgilendirme	27
4	İletişim	27	Çözüm	25
5	Çözüm	23	İletişim	20
6	Yardım	10	Şikâyet	13
7	Memnuniyet	9	Memnuniyet	12
8	Anlayış	8	Yönlendirme	12
9	Şikâyet	6	Güleryüz	10
10	İkna	4	İmaj	4

Yorumlayıcı Değerlendirme

Bu tabloya göre hem sağlık çalışanları hem de sağlık hizmeti kullanıcıları halkla ilişkiler kavramını “iletişim”, “bilgilendirme” ve “çözüm üretme” gibi ortak temalarla ilişkilendirmektedir. Ancak önceliklendirme farklılıkları, bu iki grubun halkla ilişkilerden ne beklediğini açıkça ortaya koymaktadır.

Sağlık çalışanları, halkla ilişkileri kurum içi süreçlerin bir parçası olarak görmektedir. Bu doğrultuda “yönlendirme”, “bilgilendirme” ve “hasta sorunlarının kontrolü” ön plana çıkarken; iletişim, daha çok işlemsel düzeyde değerlendirilmektedir. Çalışanların söylemleri genellikle tek yönlü iletişimi ve zaman zaman asimetrik ikna stratejilerini yansıtmaktadır.

Sağlık hizmeti kullanıcıları ise halkla ilişkiler birimini, sorunlarını anlatabilecekleri, anlayışla karşılanacakları ve çözüm alabilecekleri bir kanal olarak tanımlamaktadır. Bu grupta

“yardım”, “güleryüz”, “memnuniyet” gibi duygusal ve empatik nitelikli beklentiler öne çıkmaktadır. Bu durum kullanıcıların çift yönlü simetrik model beklentisi içinde olduklarını göstermektedir.

Genel Değerlendirme

Her iki grup açısından halkla ilişkilerde öne çıkan temel işlev “doğru bilgilendirme” ve “etkili yönlendirme” olmakla birlikte;

Sağlık çalışanları, halkla ilişkileri daha çok kurumun işleyişine katkı sunan, düzenleyici ve yönlendirici bir birim olarak tanımlamaktadır. Bu yaklaşıma göre halkla ilişkilerin görevi, hasta trafiğini düzenlemek ve kurumsal düzeni korumaktır.

Sağlık hizmeti kullanıcıları ise halkla ilişkileri duygusal etkileşim, empati, çözüm üretme ve memnuniyet sağlama üzerine konumlandırmaktadır. Bu bağlamda halkla ilişkiler, hasta ile kurum arasındaki güven ilişkisinin yapı taşı olarak görülmektedir.

Sonuç olarak, bu karşılaştırma halkla ilişkiler biriminin yalnızca bilgi aktaran ya da yönlendirme yapan bir yapı olmaktan çıkıp, karşılıklı anlayışı ve çift yönlü iletişimi esas alan bütüncül bir modele evrilmesi gerektiğine işaret etmektedir. Bu doğrultuda sağlık kurumlarında halkla ilişkiler yaklaşımının yeniden yapılandırılması, hem çalışanlar hem de hizmet alanlar açısından kurumsal memnuniyeti artıracaktır.

TARTIŞMA

Bu çalışmada, kamu hastanelerinde sağlık çalışanları ve hizmet kullanıcılarının halkla ilişkiler algıları, Grunig ve Hunt’ın (1984) dört modeli çerçevesinde karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular, literatürdeki kuramsal çerçeve ve önceki araştırmalarla tutarlılık göstermektedir. Aşağıda, çalışmanın sonuçları, mevcut literatür ve kuramsal temellerle desteklenerek tartışılmıştır.

Sağlık Çalışanlarının Algılarının Literatürle Karşılaştırılması: Sağlık çalışanlarının halkla ilişkileri büyük ölçüde “yönlendirme” ve “bilgilendirme” odaklı tek yönlü bir süreç olarak algıladığı görülmüştür. Bu bulgu, Grunig ve Hunt’ın (1984) Kamuyu Bilgilendirme Modeli ile örtüşmektedir. Bu modelde halkla ilişkiler, kurumun hedef kitleye doğru bilgi aktarmasını esas alan tek yönlü bir iletişim süreci olarak tanımlanır. Çalışmamızda sağlık çalışanlarının %65’inin bu modelle uyumlu tanımlamalar yapması, kamu hastanelerindeki halkla ilişkiler uygulamalarının halen geleneksel iletişim modelleriyle sınırlı kaldığını göstermektedir.

Bununla birlikte, bazı katılımcılar halkla ilişkileri “ikna” ve “arabuluculuk” gibi kavramlarla ilişkilendirerek İki Yönlü Asimetrik Modele atıfta bulunmuştur. Bu model, kurumun hedef kitlenin geri bildirimlerini alarak kendi çıkarları doğrultusunda iletişim stratejilerini şekillendirmesini ifade eder (Grunig & Hunt, 1984). Örneğin, bir güvenlik görevlisinin “hastaları sakinleştirme ve ikna etme” vurgusu, bu modelin sahada nasıl yansıdığını göstermektedir.

Ancak, çalışanların yalnızca %10’u halkla ilişkileri “karşılıklı anlayış” ve “empati” temelinde tanımlayarak İki Yönlü Simetrik Modele yakın bir perspektif sergilemiştir. Bu durum, Türkiye’deki kamu hastanelerinde simetrik iletişim modelinin henüz yaygınlaşmadığını ortaya koymaktadır. Oysa Grunig (2002), modern halkla ilişkiler anlayışının karşılıklı etkileşim ve uzlaşma temelinde şekillenmesi gerektiğini savunmaktadır.

Sağlık Hizmeti Kullanıcılarının Algılarının Literatürle Karşılaştırılması: Hizmet kullanıcıları, halkla ilişkileri daha çok “sorun çözme”, “yardım” ve “empati” gibi kavramlarla ilişkilendirmiştir. Bu bulgular, Grunig ve Hunt’ın (1984) İki Yönlü Simetrik Modeliyle büyük ölçüde örtüşmektedir. Bu model, kurum ile hedef kitlenin karşılıklı anlayış ve işbirliği içinde iletişim kurmasını öngörür. Örneğin, bir katılımcının “halkla ilişkiler birimi hastaları dinlemeli ve çözüm sunmalı” ifadesi, bu modelin hasta beklentilerine nasıl yansıdığını göstermektedir.

Ayrıca, hizmet kullanıcılarının “güleryüz” ve “memnuniyet” gibi duygusal unsurlara vurgu yapması, Peltekoğlu’nun (2012) halkla ilişkilerde “insan odaklı iletişim”in önemine dair vurgusunu desteklemektedir. Benzer şekilde, Erdoğan (2014), halkla ilişkilerin yalnızca bilgi aktarımı değil, aynı zamanda güven ve iyi niyet inşası süreci olduğunu belirtmiştir.

Algı Farklılıklarının Kuramsal Çerçeve Değerlendirilmesi: Çalışmanın en önemli bulgusu, sağlık çalışanları ile hizmet kullanıcılarının halkla ilişkiler algıları arasındaki belirgin farklılıktır. Çalışanların daha çok tek yönlü modellere odaklanması, kullanıcıların ise simetrik iletişim beklentisi içinde olması, kamu hastanelerindeki halkla ilişkiler uygulamalarının yeniden yapılandırılması gerektiğine işaret etmektedir. Bu durum, Grunig ve Hunt’ın (1984) modellerinin iletişim pratiklerini değerlendirmede ne kadar etkili olduğunu bir kez daha ortaya koymaktadır.

Literatürde de benzer şekilde, sağlık kurumlarında simetrik iletişim modellerinin benimsenmesinin hasta memnuniyetini artırdığı vurgulanmaktadır (Yılmaz & Günay, 2022, ss. 75-91; Işık, 2011). Ayrıca, dijitalleşmenin halkla ilişkiler süreçlerine entegre edilmesi, karşılıklı

etkileşimi güçlendirecek bir diğer faktör olarak öne çıkmaktadır (Yılmaz & Sezgin, 2023, ss. 1-11).

Bu çalışma, kamu hastanelerindeki halkla ilişkiler algılarının Grunig ve Hunt'ın modelleri bağlamında nasıl şekillendiğini ortaya koymuştur. Sağlık çalışanlarının geleneksel iletişim modellerine daha yakın durması, hizmet kullanıcılarının ise simetrik iletişim beklentisi içinde olması, kurumların iletişim stratejilerini gözden geçirmesi gerektiğini göstermektedir. Bu doğrultuda, halkla ilişkiler birimlerinin daha etkileşimli ve katılımcı bir yapıya kavuşturulması, hem hasta memnuniyetini hem de kurumsal itibarı olumlu yönde etkileyecektir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma, devlet hastanelerinde görev yapan sağlık çalışanları ile sağlık hizmeti kullanıcılarının halkla ilişkiler kavramına ilişkin algılarını nitel içerik analizi yöntemiyle incelemiştir. Bulgular, her iki grubun halkla ilişkilere yönelik algılarının temel düzeyde örtüştüğünü ancak beklentiler ve öncelikler açısından anlamlı farklılıklar barındırdığını göstermektedir. Araştırmanın temel sonuçları aşağıda özetlenmiştir:

Sağlık çalışanları, halkla ilişkileri çoğunlukla hasta yönlendirme, bilgilendirme ve iletişim kolaylaştırıcısı bir işlev olarak değerlendirmiştir. Bu algı, daha çok kurumsal ve operasyonel yaklaşımları yansıtmaktadır.

Sağlık hizmeti kullanıcıları ise halkla ilişkileri empati kuran, sorunlara çözüm bulan, güler yüzlü ve yardım odaklı bir süreç olarak tanımlamıştır. Bu tanımlar, halkla ilişkiler birimlerinden duygu temelli ve bireysel tatmine yönelik beklentilerin öne çıktığını göstermektedir.

Her iki grubun da halkla ilişkiler birimini kurumsal iletişimde önemli bir araç olarak gördüğü, ancak uygulamalardaki eksikliklerin özellikle hizmet kullanıcıları nezdinde memnuniyetsizliğe neden olduğu belirlenmiştir.

Halkla ilişkiler uygulamalarında karşılıklı iletişim ve geri bildirim mekanizmalarının sınırlı olduğu, özellikle sağlık çalışanlarının bu süreci genellikle tek yönlü algıladığı saptanmıştır.

Çalışma bulgularından yola çıkarak, sağlık kurumlarında halkla ilişkilerin daha etkin ve bütüncül biçimde uygulanabilmesi için aşağıdaki öneriler sunulmaktadır:

Halkla ilişkiler birimleri kurumsallaştırılmalı ve profesyonelleştirilmelidir. Bu birimlerde, iletişim eğitimi almış uzman personelin istihdam edilmesi, halkla ilişkilerin yalnızca yönlendirme değil stratejik iletişim planlaması düzeyine taşınmasını sağlayacaktır.

Sağlık çalışanlarına yönelik halkla ilişkiler eğitimi artırılmalıdır. Eğitim içeriklerinde, çift yönlü simetrik iletişim, empatik yaklaşım, hasta memnuniyeti, kriz iletişimi gibi konulara yer verilmesi önerilmektedir.

Halkla ilişkiler uygulamalarına yönelik denetim ve değerlendirme mekanizmaları geliştirilmeli, kullanıcı geri bildirimleri düzenli olarak toplanarak hizmet iyileştirme süreçlerine entegre edilmelidir.

Sağlık hizmeti kullanıcılarının halkla ilişkiler algısının dikkate alınması, kurumsal uygulamaların şekillendirilmesinde belirleyici olmalı; bu algı farklılıklarını azaltmaya dönük politikalar oluşturulmalıdır.

Akademik çalışmalarda halkla ilişkilerin sağlık kurumlarındaki etkisine yönelik daha fazla nitel araştırma yapılmalı, özellikle kamu ve özel hastaneler arasındaki farklar karşılaştırmalı olarak analiz edilmelidir.

Dijital halkla ilişkiler stratejileri geliştirilmelidir. Özellikle hasta bilgilendirme ve randevu yönetimi gibi süreçlerin dijital araçlarla desteklenmesi, halkla ilişkilerin etki alanını genişletecektir.

Bu çalışmanın sınırlılığı, örneklemin sadece devlet hastaneleriyle sınırlı olması ve sağlık hizmeti kullanıcılarının yalnızca kamu kurumlarına başvuranlardan seçilmesidir. Ayrıca, nitel desenin genellenebilirliğinin düşük olması ve katılımcıların sosyodemografik çeşitliliği (eğitim, yaş) sınırlıdır. Gelecek araştırmalarda özel hastaneler, üniversite hastaneleri veya farklı illerdeki sağlık kurumları da kapsama alınarak daha geniş örnekleme karşılaştırmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Akdur, R. (1999). Türkiye’de sağlık hizmetleri ve Avrupa Topluluğu ülkeleri ile kıyaslanması. *AÜTF Halk Sağlığı Anabilim Dalı*. Erişim: 25 Temmuz 2025, <https://www.recepakdur.com/yayinlar/kitaplar-ve-makaleler/kitaplar/turkiyede-saglik-hizmetleri-ve-avrupa-toplulugu-ulkeleri-ile-kiyaslanmasi>
- Akdur, R. (2006). *Sağlık Sektörü Temel Kavramlar Türkiye ve Avrupa Birliği’nde Durum ve Türkiye’nin Uyumu*, Ankara Üniversitesi Basımevi.

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. & Yıldırım, E. (2010). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı* (6. baskı). Sakarya Yayıncılık.
- Aslan, M. (2011). *Özel sektör ve özel sağlık kuruluşlarında halkla ilişkiler*. Sage Matbaacılık.
Erişim: 25 Temmuz 2025, <https://www.academia.edu/37640173>
- Asna, M. A. (1969). *Halkla ilişkiler?* Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları.
- Aydın, A. H. & Taş, İ. E. (2016). *Kamu yönetiminde halkla ilişkiler: Kavramlar, kurumlar, uygulamalar*. Seçkin Yayıncılık.
- Ayhan, B. & Canöz, K. (2006). Hastaların hastane tercihinde etkili olan halkla ilişkiler faaliyetleri. Sözel Bildiri, II. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu, Kocaeli, 71–89.
- Bozkurt, Ö., Ergun, T., & Sezen, S. (1998). *Kamu yönetim sözlüğü*. TODAİE Yayınları.
- Canöz, K. (2010). *Sağlık kuruluşlarında halkla ilişkiler uygulamaları*. Palet Yayınları.
- Canöz, K., & Canöz, N. (2013). Halkla ilişkilerde kamuyu bilgilendirme modeli: Konya örneğinde 4+ 4+ 4 eğitim sistemine yönelik bir saha araştırması. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (33), 365-391.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (1999). *Effective Public Relations* (8th ed.). Prentice-Hall Inc.
- Çavmak, Ş. & Çavmak, D. (2017). Türkiye’de sağlık hizmetlerinin tarihsel gelişimi ve sağlıkta dönüşüm programı. *Sağlık Yönetimi Dergisi*, 1(1), 48–57.
- Erdoğan, İ. (2014). *Teori ve pratikte halkla ilişkiler*. Erk Yayınları
siyasalkitap.com/hugendubel.info+7erdoganirfan.blogspot.com+7siyasalkitap.com+7
- Ertekin Yücel, Y. (1971). Hastaneler ve halkla ilişkileri. *Amme İdaresi Dergisi*, 10(2), 71–76.
- Gökçe, O. (1993). Halkla ilişkiler: Modern yönetim fonksiyonu. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (2), 99–112.
- Görpe, S. (2001). *Halkla ilişkiler kavramları*. İstanbul Üniversitesi Basımevi.
- Grunig, J. E. & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. Harcourt Brace Jovanovich.
- Grunig, J. E. (2005). *Halkla ilişkiler ve iletişim yönetiminde mükemmellik* (E. Özsayar, Çev.), Rota Yayınları.
- Işık, M. (2011). *Hastanelerde halkla ilişkiler*. Eğitim Kitabevi.
- Kazancı, M. (1999). *Halkla ilişkiler* (3. baskı). Turhan Kitabevi.

- Merriam, S. B. (2013). *Nitel araştırma: Desen ve uygulama için bir rehber*. Nobel Yayıncılık
<http://kitapstore.com+9pandora.com.tr+9kitapkampanya.com+9>
- Okay, A. & Okay, A. (2011). *Halkla ilişkiler kavram, strateji ve uygulamaları*. Der Yayınları.
- Özdemir, M. (2010). Nitel veri analizi: Sosyal bilimlerde yöntem sonuç sorunsalı. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323–343.
- Peltekoğlu, F. B. (2012). *Halkla ilişkiler nedir?* Beta Yayıncılık.
- Schukies, G. (1998). *Halkla İlişkilerde Müşteri Memnuniyetine Dönük Kalite* (Çev.: Ahmet Ünver). Altın Kitap Sayı: 10, İstanbul: Rota Yayını.
- Tengilimoğlu, D. (2001). *Sağlık kuruluşlarında halkla ilişkiler*. Gazi Kitabevi.
- Tortop, N. (1993). *Halkla ilişkiler*. Yargı Yayınları.
- Tunçel, H. (2009). Halkla ilişkilerin adlandırma sorunsalı üzerine bir değerlendirme. *Marmara İletişim Dergisi*, 14, 109–123.
- Türkiye Sağlıkta Dönüşüm Programı Değerlendirme Raporu (2003–2011) (Ed. R. Akdağ). (2012). Erişim: 2 Mayıs 2025, <http://sbu.saglik.gov.tr/Ekutuphane/kitaplar/SDPturk.pdf>
- Uludağ, A. (2010). *Sağlık hizmetlerinde halkla ilişkiler*. Tablet Kitabevi.
- Varol, M. (1994). *Siyaset ve halkla ilişkiler: Bir başlangıç*. İmaj Yayıncılık.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (6. Baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, D. & Günay, M. A. (2022). Türkiye’de sağlık iletişimi: Sağlık çalışanları üzerine yapılmış bir araştırma. *İNİF E-Dergi*, 7(1), 75–91.
- Yılmaz, D., & Sezgin, M. (2023). Çocukluk Aşılarının Reddedilmesinde İnternet Medyasının Etkilerine Yönelik İkna Amaçlı Çözüm Önerileri. *Kıbrıs Türk Psikiyatri ve Psikoloji Dergisi*, 5(4), 353-360.
- Yılmaz, D. & Sezgin, M. (2023, July 2–6). Sağlık kurumlarında halkla ilişkiler paradigması: Grunig ve Hunt modelleri çerçevesinde nitel bir değerlendirme. *Proceedings of Balkan 8th International Conference on Social Sciences* (ss. 1–11). Montenegro.
- Yılmaz, D. (2024a). Korkunun ikna gücü: Aile sağlığı merkezi çalışanlarının aşı reddinde bulunan ebeveynlere yönelik ikna yaklaşımları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 12(3), 1372-1402.

- Yılmaz, D. (2024b). Çocukluk aşılarını reddedenlerle ilgili sağlık çalışanlarının ikna stratejileri: Dini etkilerin nitel bir incelemesi. *Toplum ve Hekim*, 39(4), 275–292.
- Yılmaz, D. (2024c). Sağlık İletişimi. İçinde *İletişim Ansiklopedisi*.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10804028>
- Yurdakul, N. B., Coşkun, G., & Öksüz, B. (2007). Hastanelerde halkla ilişkiler: İzmir ili özel hastaneler örnekleminde halkla ilişkiler birimlerinin yapı-işlev ve uygulamalarına yönelik bir araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2(1), 31-46.

Araştırma Makalesi / Research Article

ÜRETKEN YAPAY ZEKÂ TEKNOLOJİLERİNİN YAZILIM GELİŞTİRİCİ İSTİHDAMI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

The Impact of Generative Artificial Intelligence Technologies on Software Developer Employment

Uğur Yavuz*

Özet

Bu çalışmada, üretken yapay zekâ (YZ) teknolojilerinin yazılım geliştirici istihdamı üzerindeki etkileri kapsamlı bir biçimde incelenmektedir. Son dönemde ChatGPT gibi büyük dil modelleri ve GitHub Copilot gibi kod üretme araçları, yazılım geliştirme süreçlerinde hızla yaygınlaşmıştır. Nitekim araştırmalar, YZ araçları kullanan yazılım ekiplerinin belirli görevleri geleneksel yöntemlere kıyasla %55'e varan oranda daha hızlı tamamladığını ortaya koymaktadır. Ancak elde edilen bulgular, bu teknolojilerin tek başına toplu işsizliğe yol açmadığını, aksine işin niteliğini dönüştürdüğünü ve yeni beceri gereksinimleri doğurduğunu göstermektedir. Geliştiricilerin büyük bölümü, YZ araçlarını benimsemekte ve iş süreçlerine entegre etmektedir. Aynı zamanda, geliştiricilerin sadece %12'si YZ'nin mevcut işlerini ellerinden alacağı yönünde endişe taşımaktadır. Bu durum, üretken YZ'nin yaygın bir "teknolojik işsizlik" dalgasından ziyade insan-yapay zekâ işbirliği temelinde bir dönüşüm süreci getirdiğine işaret etmektedir. Bununla birlikte, özellikle rutin ve giriş seviyesi yazılım görevlerinde otomasyonun artması, mesleğe yeni başlayan geliştiriciler için fırsatların azalabileceğine dair bazı endişeleri de beraberinde getirmektedir. Çalışmada kuramsal çerçeve ve güncel veriler eşliğinde bu ikili etki tartışılmakta; üretken yapay zekânın işgücü piyasasında beceri kutuplaşması, teknolojik işsizlik modelleri ve yaratıcı yıkım kavramları bağlamında nasıl konumlandığı analiz edilmektedir. Literatür taraması ve güncel istatistiksel veriler ışığında yapılan analiz, üretken YZ'nin yazılım sektöründe işgücü dönüşümüne yol açtığını göstermektedir. Son olarak, elde edilen bulgular doğrultusunda eğitim politikaları, müfredat güncellemeleri, istihdam stratejileri ve sosyal güvenlik önlemleri gibi alanlarda politika önerileri sunulurken, üretken YZ çağında yazılım geliştirici istihdamının sürdürülebilirliğini sağlamaya yönelik yol haritası çizilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Üretken Yapay Zekâ, İstihdam, Teknolojik İşsizlik, Otomasyon, İşgücü Dönüşümü.

Abstract

This study comprehensively examines the effects of generative artificial intelligence (AI) technologies on software developer employment. In recent years, large language models such as ChatGPT and code generation tools like GitHub Copilot have rapidly gained traction in software development processes. Indeed, research shows that software teams using AI tools complete certain tasks up to 55% faster than traditional methods. However, the findings indicate that these technologies do not lead to mass unemployment on their own, but rather transform the nature of work and create new skill requirements. The majority of developers are adopting AI tools and integrating them into their work processes. At the same time, only 12% of developers express concern that AI will take away their current jobs. This suggests that productive AI is bringing about a transformation process based on human-AI collaboration rather than a widespread wave of "technological unemployment." However, the increase in automation, especially in routine and entry-level software tasks, raises some concerns that opportunities for new developers may decrease. The study discusses this dual impact alongside a theoretical framework and current data, analyzing how productive AI is positioned in the labor market in terms of skill polarization, technological unemployment models, and the concept of creative destruction. The analysis, conducted through a literature review and current statistical data, demonstrates that generative AI is driving labor force transformation in the software industry. Finally, based on the findings, policy recommendations are presented in areas such as education policies, curriculum updates, employment strategies, and

* Prof. Dr. Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, ugur@atauni.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6550-6235.

social security measures, outlining a roadmap to ensure the sustainability of software developer employment in the era of productive AI.

Keywords: *Productive Artificial Intelligence, Employment, Technological Unemployment, Automation, Labor Force Transformation.*

GİRİŞ

Yapay zekâ alanındaki hızlı ilerlemeler, işgücü piyasasında köklü değişimlere yol açmaktadır. Özellikle üretken yapay zekâ teknolojileri, büyük dil modelleri (örn. GPT-4 tabanlı uygulamalar) ve yapay kod üreticileri aracılığıyla pek çok entelektüel ve yaratıcı işi otomatikleştirme potansiyeli sunmaktadır. 2022 sonunda kamuoyuna tanıtılan ChatGPT modelinin kısa sürede milyonlarca kullanıcıya ulaşması ve 2023 yılı itibariyle yazılım geliştiricilerin iş akışlarına dahil edilmesi, bu dönüşümün bir göstergesidir. Geleneksel olarak otomasyon teknolojilerinin etkisi daha çok imalat sektörü ve rutin fiziksel işlerde hissedilirken, üretken YZ'nin bilişsel ve karmaşık görevleri de kapsama alanına alması dikkat çekicidir. Özellikle yazılım geliştirme gibi yüksek vasıf gerektiren ve “insan zekâsı” ile özdeşleştirilen bir alanda, yapay zekânın kod yazma, hata ayıklama, veya sistem tasarımı gibi konularda belli ölçüde yardımcı ya da rakip konumuna gelmesi, hem fırsatlar hem de belirsizlikler yaratmaktadır.

Bu belirsizliklerin başında, üretken YZ'nin yazılım geliştirici istihdamına olumlu mu yoksa olumsuz mu etki edeceği sorusu gelmektedir. Tarihsel olarak her yeni teknoloji dalgasında benzer endişeler gözlemlenmiştir. Örneğin, 19. yüzyılda sanayi devrimi sırasında mekanizasyonun işçileri işsiz bırakacağı korkusu (“Luddite” hareketi) yaşanmış, ancak uzun vadede yeni endüstrilerin ve istihdam alanlarının doğduğu görülmüştür. Benzer şekilde, 20. yüzyılda bilgisayarların ve robotların yükselişiyle “teknolojik işsizlik” kavramı gündeme gelmiş, ancak makroekonomik veriler yeni mesleklerin yaratılması sayesinde toplam istihdamda net bir düşüş olmadığını ortaya koymuştur. Günümüzde üretken YZ, bu tartışmayı bilişim sektörü özelinde yeniden alevlendirmektedir. Bir yandan, bazı ekonomistler üretken YZ'nin ofis ve bilişim işlerini ciddi oranda otomatize edebileceğini öngörmekte, örneğin Goldman Sachs (Goldman Sachs, 2023)'ın 2023 raporu ABD ve Avrupa'daki “mühendislik” işlerinin %37'sinin YZ ile ikame edilebileceğini tahmin etmektedir. Öte yandan, iyimser bakış açısı ise YZ'nin geliştiricilere yardımcı bir araç olarak verimliliği artıracığını, böylece daha fazla yazılım projesinin gerçekleştirilip yeni iş fırsatları doğacağını savunmaktadır.

Yazılım geliştirici istihdamına yönelik mevcut veriler, aslında teknolojik gelişmelerle paralel biçimde artan bir talebe işaret etmektedir. Avrupa Birliği'nde bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT) alanında çalışan kişi sayısı son on yılda hızla artmış; 2023 itibariyle AB'de

9,8 milyon kişi BİT uzmanı olarak istihdam edilmiştir ve bu rakam toplam istihdamın %4,8'ine karşılık gelmektedir. Bu oran 2013 yılında %3,3 civarında olup on yılda belirgin bir yükseliş göstermiştir. Türkiye'de de benzer şekilde BİT sektörü istihdamı düzenli artış trendine sahiptir. 2012 yılında yaklaşık 167 bin olan Türkiye BİT sektörü istihdamı, 2019'da 212 bine, 2022'de ise 282 bin kişiye ulaşmıştır. Bu veriler, yazılım geliştirici ve ilişkili mesleklerin dijital dönüşüm sürecinde giderek önem kazandığını göstermektedir. Dolayısıyla, üretken yapay zekâ teknolojilerinin bu büyüyen istihdam kitlesi üzerindeki etkisini incelemek kritik bir gerekliliktir.

Girişimlerin bu yeni teknolojilere uyum sağlama düzeyi de dikkat çekicidir. Türkiye özelinde 2023 yılında, en az 10 çalışanı olan işletmelerin %5,5'i herhangi bir yapay zekâ teknolojisi kullandığını belirtmiştir; bu oran 2022'de %3,5 idi ve bir yıl içinde önemli bir artış meydana gelmiştir. Büyük ölçekli işletmelerde YZ kullanma oranı daha yüksektir (%18,5). Üstelik yapay zekâ kullanan işletmelerin %41,5'i, yazılı veya sözlü dil üreten (doğal dil işleme temelli) YZ teknolojilerini kullandığını ifade etmiştir. Bu, üretken yapay zekânın (ör. metin ve kod üreten modeller) iş dünyasında kayda değer bir kullanım alanı bulduğuna işaret etmektedir. Böylece, hem küresel ölçekte hem ulusal ölçekte, üretken YZ'nin yazılım geliştirme pratiğinde hızla benimsendiği ve geliştirici ekosisteminin ayrılmaz bir parçası haline gelmeye başladığı gözlenmektedir.

Mevcut eğilimler, üretken YZ'nin yazılımcıların çalışma şeklini değiştirmekte olduğunu gösterirken, istihdamın nicel boyutuna etkisi konusunda net bir resim ortaya koymak için detaylı bir analiz gerekmektedir. Bu makalenin amacı, literatürdeki kuramsal yaklaşımlar ile güncel verileri harmanlayarak, üretken yapay zekâ teknolojilerinin yazılım geliştirici istihdamına etkilerini çok yönlü olarak değerlendirmektir. Bu kapsamda, öncelikle konuyla ilgili kuramsal çerçeve sunulacak, ardından nitel içerik analizi yöntemiyle literatürdeki bulgular ve ulusal/uluslararası istatistikler bir arada yorumlanacaktır. Bulgular ışığında, söz konusu teknolojilerin yazılım işgücü piyasasında yol açtığı fırsatlar ve riskler tartışılacak; son olarak bu dönüşüme uyum sağlamak ve olumsuz etkileri en aza indirmek üzere politika önerileri geliştirilecektir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Teknolojik değişimin istihdam üzerindeki etkilerini anlamak için çeşitli kuramsal yaklaşımlardan yararlanmak gerekir. Yazılım geliştirici istihdamının üretken YZ ile etkileşimini değerlendirmeden önce, işgücü dönüşüm teorileri, teknolojik işsizlik modelleri,

beceri kutuplaşması ve yaratıcı yıkım kavramları gibi temel kuramsal çerçeveleri özetlemek yararlı olacaktır. Bu kavramlar, yeni bir genel amaçlı teknoloji dalgası olarak görülen yapay zekânın iş piyasasında yaratabileceği dinamiklerin anlaşılması için zemin hazırlar.

İşgücü Dönüşüm Teorileri: Tarihsel perspektiften bakıldığında, büyük teknolojik yeniliklerin işgücü kompozisyonunu değiştirdiği, bazı meslekleri ortadan kaldırırken yeni meslekler yarattığı sıklıkla gözlenmiştir. Örneğin Sanayi Devrimi, el tezgâhı dokumacıların işini makinelerle devrederek tarım ve zanaat istihdamını azaltmış; ancak sanayi üretiminin genişlemesiyle fabrika işçiliği, makine bakımcılığı gibi yeni iş alanları ortaya çıkmıştır. Joseph Schumpeter'in yaratıcı yıkım kavramı, teknolojik ilerlemenin ekonomik yapıyı sürekli olarak yeniden şekillendirdiğini, eskiyi yıkarak yeniyi yarattığını vurgular. Bu bağlamda, her teknolojik dönüşüm dalgası kaçınılmaz olarak bir uyum süreci gerektirir; bazı çalışanlar eski becerilerinin geçersiz hale gelmesiyle zorluk yaşarken, diğerleri yeni beceriler edinerek ortaya çıkan fırsatlardan faydalanır. Dolayısıyla işgücünün sektörel dağılımı ve mesleki yapısı zamanla dönüşür. Üretken yapay zekâ da dördüncü sanayi devrimi bağlamında ortaya çıkan ve genel amaçlı teknoloji niteliği taşıyan bir yenilik olarak değerlendirilebilir; etkilerinin de benzer şekilde çok boyutlu ve sektörel dönüşüm şeklinde tezahür etmesi beklenir.

Teknolojik İşsizliğe İlişkin Modeller: Teknolojik işsizlik, teknoloji ilerledikçe insan emeğine olan talebin azalacağı ve yaygın işsizliğin görüleceği endişesini tanımlayan kavramdır. John Maynard Keynes tarafından 1930'larda dile getirilen bu kavram, her dönemde farklı biçimde gündeme gelmiştir. Bu konuda iki uç görüş bulunmaktadır: pestimist senaryo ve optimist senaryo. Pessimist yaklaşıma göre yapay zekâ gibi gelişmeler, milyonlarca çalışanın yerini alarak yapısal işsizliğe yol açabilir; iyimser yaklaşıma göreyse yeni teknolojiler, çalışanları sıkıcı ve tekrarlı işlerden kurtarıp daha yaratıcı işlere yönlendirecek, verimlilik artışı sayesinde ekonomik büyümeyle birlikte yeni istihdam alanları yaratacaktır. Bu iki uç arasında realist diyebileceğimiz ara bir pozisyon ise, teknolojinin net etkisinin toplumların alacağı önlemlere bağlı olduğunu, uygun uyum ve yeniden eğitim politikalarıyla olumsuz sonuçların minimize edilip olumlu çıktılardan geniş kesimlerin faydalanabileceğini savunur. Realist perspektif, çoğu işin tamamen ortadan kalkmayacağını, zira yapay zekânın yeteneklerinin de sınırlı olduğunu, ancak bazı iş kayıplarının kaçınılmaz olduğunu teslim eder. Nitekim tarihsel tecrübeler de ani ve yaygın işsizlik dalgalarından ziyade geçiş dönemi zorlukları yaşandığını göstermektedir. Örneğin, ABD'de 20. yüzyıl boyunca otomasyon, tarım ve imalat istihdamını oransal olarak azaltmış olsa da, aynı dönemde hizmet sektöründe ve yeni meslek gruplarında büyük istihdam artışları gerçekleşmiş; genel işsizlik oranları uzun vadede düşük kalmıştır. Bu

nedenle, üretken YZ çağında da topyekûn işsizlikten ziyade işlerin yapısının ve gereken becerilerin değişmesi beklenir.

Beceri Kutuplaşması: Teknolojik gelişmelerin işgücü piyasasında yol açtığı önemli bir olgu da beceri veya işgücü kutuplaşmasıdır. David Autor ve meslektaşlarının çalışmalarıyla literatüre giren bu kavram, teknolojinin özellikle rutin ve orta beceri gerektiren işleri otomatikleştirerek bu segmentte istihdamı azalttığını, buna karşılık hem yüksek beceri gerektiren karmaşık işlerde hem de düşük beceri gerektiren hizmet işlerinde nispi bir artış yarattığını öne sürer. Bilgisayarlaşma ve basit yapay zekâ uygulamaları, hesap kitap, kayıt tutma, montaj hattı gibi yapılandırılmış ve tekrarlı görevlerde insanın yerini almış; buna karşın yöneticilik, yaratıcı tasarım, yazılım geliştirme gibi üst düzey bilişsel işler ile güvenlik, temizlik, bakım gibi alt düzey işler göreceli olarak büyüme göstermiştir. Bu süreç, orta gelirli rutin işlerde çalışanların ya daha üst beceriler edinerek terfi etmelerini ya da daha alt hizmet işlerine geçmelerini zorunlu kılmış, dolayısıyla gelir dağılımında ve mesleki yapıda kutuplaşma meydana getirmiştir. Üretken yapay zekâ teknolojileri ise bu çerçeveyi kısmen değiştirebilecek niteliktedir; zira rutin olmayan bilişsel görevlerde de etkili olabilmektedir. Özellikle yazılım geliştiriciliği gibi problem çözme ve yaratıcılık gerektiren bir meslekte, YZ'nin bazı görevleri (ör. kod yazma, kodun belirli kısımlarını tamamlama) devralabilmesi, daha önce “teknolojiye dayanıklı” kabul edilen beyaz yakalı işler için de otomasyon riskini gündeme getirmiştir. Bu durum, beceri kutuplaşmasının gelecekte sadece geleneksel orta beceri işlerini değil, daha yüksek beceri düzeyindeki bazı işleri de içerecek şekilde genişleyebileceği tartışmalarını doğurmuştur. Öte yandan, yapay zekâ halen karmaşık sistem tasarımı, yenilik yapma, bütüncül düşünme gibi alanlarda insana bağımlıdır ve yüksek becerili geliştiricilerin değerinin artması da muhtemeldir. Bu yüzden üretken YZ'nin net etkisinin, bazı alt seviye geliştirme görevlerini otomatikleştirirken üst seviye görevlerin önemini artırmak suretiyle, geliştirici meslek içinde bir içsel kutuplaşma yaratabileceği değerlendirilmektedir.

Yaratıcı Yıkım ve Yeni İş Alanları: Schumpeter'in yaratıcı yıkım prensibi uyarınca, üretken yapay zekâ bir yandan mevcut bazı iş fonksiyonlarını gereksiz hale getirirken, diğer yandan bizzat kendi varlığıyla ilişkili yeni iş kollarının doğmasına yol açmaktadır. Örneğin, makine öğrenimi mühendisliği, veri etik uzmanlığı, yapay zekâ ürün yöneticiliği, “prompter” (YZ'yi yönlendiren komut tasarımcısı) gibi meslekler son birkaç yıl içinde önem kazanmıştır. Yazılım geliştirme bağlamında da, YZ ile birlikte çalışma becerisine sahip geliştiricilere talep artmaktadır. Gartner (Gartner, 2023)'ın öngörüsüne göre 2027 yılına kadar yazılım geliştiricilerin %80'inin temel düzeyde YZ becerilerine sahip olması gerekecektir. Yani yakın

gelecekte hemen hemen tüm yazılımcıların, YZ araçlarını etkin kullanabilen ve onların ürettiği çıktıları denetleyip iyileştirebilen bir profil sergilemesi beklenecektir. Bu durum, eğitim kurumlarının ve müfredatın yeni beceri taleplerine göre şekillenmesini zorunlu kılar. Özetle, üretken YZ'nin geliştirici istihdamındaki etkilerini incelerken bir yandan işlerin ortadan kalkması riskini, diğer yandan yeni işlerin yaratılması ve mevcut işlerin evrilmesi olgusunu birlikte değerlendirmek gerekir.

Kuramsal çerçeve bize, teknolojik değişimin statik bir “iş azaltma” etkisi değil, daha dinamik bir dönüştürücü etki yarattığını anlatmaktadır. Üretken yapay zekânın da benzer şekilde bir dönüşüm dalgası olduğu, bunun kazananları ve kaybedenleri olabileceği anlaşılmaktadır. Bu çalışmanın devamında, literatürdeki somut bulgular ve istatistikler üzerinden yazılım geliştirici istihdamında bu dönüşümün ilk işaretleri ortaya konacak; ardından bu bulgular kuramsal beklentiler ışığında tartışılacaktır.

YÖNTEM

Bu araştırma, nitel bir içerik analizi yaklaşımı ile yürütülmüş ve bulgular ulusal ve uluslararası istatistiksel verilerle desteklenmiştir. İlk aşamada, literatür taraması yöntemiyle üretken yapay zekânın istihdam etkilerine dair akademik çalışmalar, raporlar ve güncel analizler incelenmiştir. Bu taramada hem uluslararası kuruluşların (OECD, ILO, Dünya Ekonomik Forumu (Schwab, 2023) vb.) yayınları, hem de bilişim sektörüyle ilgili anket ve raporlar (Stack Overflow Geliştirici Anketleri, GitHub Octoverse Raporları gibi) dikkate alınmıştır. Literatürdeki kavramsal tartışmaları ve öngörülerini derinlemesine anlamak için ilgili teorik çalışmalar ve görüşler nitel içerik analizi ile kodlanmış, böylece üretken YZ ile yazılımcı istihdamı arasındaki ilişkiye dair temel temalar ve karşıt görüşler ortaya çıkarılmıştır.

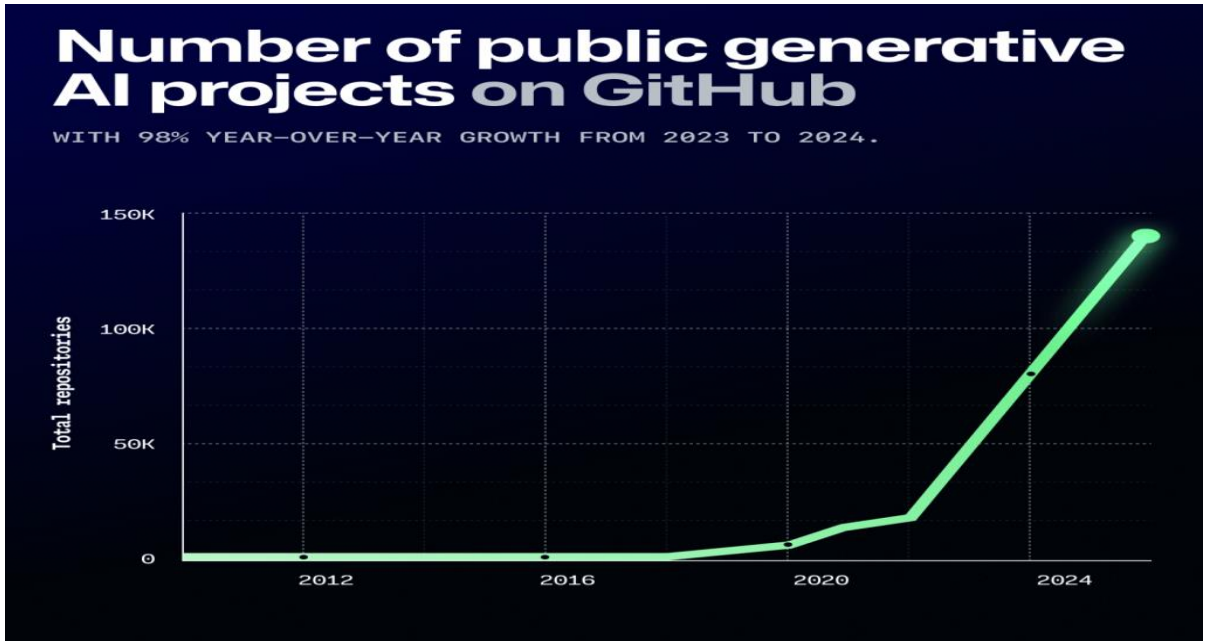
İkinci aşamada, istatistiksel veri analizi ile konunun nicel boyutu incelenmiştir. Bu kapsamda, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verileri ile OECD, Eurostat gibi kuruluşların yayımladığı işgücü istatistikleri kullanılmıştır. Özellikle yazılım ve genel olarak BİT sektöründeki istihdam trendlerini yansıtan veriler derlenmiş; üretken YZ'nin yaygınlaşmaya başlamasıyla eşzamanlı olarak bu verilerde bir değişim emaresi olup olmadığı değerlendirilmiştir. Ayrıca, geliştiricilerin YZ araçlarını kullanım oranları ve bu araçlara yönelik tutumlarını gösteren anket sonuçları (örn. Stack Overflow 2023 ve 2024 geliştirici anketleri) incelenerek, sektördeki dönüşümün algısal yönü analiz edilmiştir. Bu anketlerden elde edilen bulgular, yazılımcıların YZ'ye bakışını ve kendi kariyerlerine etkisine dair beklentilerini ortaya koyması açısından önemlidir.

Araştırmada nitel ve nicel yaklaşımların bir arada kullanılması, konunun çok boyutlu yapısını daha iyi kavramayı sağlamıştır. Literatür taraması, kavramsal çerçevede belirtilen olası etki mekanizmalarının hangi ölçüde gerçekleşmekte olduğunu gözlemlemeye imkân tanırken; istatistiksel veriler ve anket sonuçları, bu etkilerin gerçek dünyadaki yansımalarını somut olarak ortaya koymaktadır. Elde edilen veriler, içerik analizi ile birlikte yorumlanmış, böylece üretken YZ'nin yazılım geliştirici istihdamı üzerindeki etkileri hakkında güncel ve kanıta dayalı bir değerlendirme yapılmıştır.

Bu yöntemin sınırlılıkları da bulunmaktadır. Öncelikle, üretken yapay zekâ oldukça yeni bir olgudur ve uzun vadeli etkilerine dair istatistiksel veriler henüz kısıtlıdır. Bu nedenle çalışmada daha çok kısa dönemli eğilimler ve mevcut durum tespiti yapılabilmektedir. Ayrıca, korelasyon tespit edilen alanlarda nedenselliğin yönü her zaman açık olmayabilir; örneğin geliştirici işsizlik oranlarındaki bir değişimin ne kadarının YZ'ye atfedilebileceği, ne kadarının genel ekonomik koşullardan kaynaklandığı ayrıştırılamaz. Bu nedenle, çalışmadaki nicel bulgular, kuramsal bilgiler ve sektörel dinamikler ışığında temkinli bir şekilde yorumlanmıştır.

Araştırma etik ilkelerine uygun şekilde yürütülmüş; kullanılan tüm kaynaklar APA 7 formatında kaynakçada belirtilmiştir. Sonuç olarak, bu yönetsel yaklaşım sayesinde üretken yapay zekânın yazılım geliştirici istihdamına etkileri konusunda kapsamlı ve disiplinlerarası bir bakış açısı elde edilmiştir.

BULGULAR



Şekil 1. Github Platformunda Üretken Yapay Zekâ ile İlgili Projelerin Küresel Düzeyde Yıllara Göre Artışı (2010–2024) (**Kaynak:** Github Octoverse 2023 Raporu)

Şekil 1 incelendiğinde 2022’den 2024’e geçerken projelerin sayısında keskin bir yükseliş görülmektedir. Yapılan analizler sonucunda, üretken yapay zekâ teknolojilerinin yazılım geliştirici istihdamında belirgin değişimlere yol açmaya başladığına dair çeşitli bulgular elde edilmiştir. Bu bulgular hem geliştiricilerin YZ araçlarını kullanım oranları ve bu konudaki tutumlarını, hem de sektörün istihdam ve verimlilik dinamiklerindeki somut değişimleri kapsamaktadır. Aşağıda, elde edilen başlıca bulgular alt başlıklar halinde sunulmaktadır.

Yapay Zeka Araçlarının Benimsenmesi ve Geliştirici Tutumları

Gerek uluslararası anketler gerekse sektör raporları, yazılım geliştiricilerin üretken yapay zekâ araçlarını hızla benimsediklerini göstermektedir. Stack Overflow’un 2023 Geliştirici Anketi sonuçlarına göre, tüm katılımcıların %70’i 2023 yılı itibariyle geliştirme süreçlerinde yapay zekâ destekli araçları kullandığını veya kullanmayı planladığını belirtmiştir. Bu oran, özellikle yeni başlayan programcılarda daha da yüksektir (%82), profesyonel geliştiricilerde ise %70 civarındadır. Benzer şekilde, GitHub’ın 2023 Octoverse raporu küresel ölçekte geliştiricilerin %92’sinin bir şekilde YZ kod yardımcılarını denediğini veya düzenli kullandığını ortaya koymuştur. Bu oranlar, üretken YZ’nin yazılım geliştirme topluluğunda kısa sürede ana akım haline geldiğine işaret etmektedir. Nitekim GitHub üzerindeki üretken YZ ile ilgili açık kaynak proje sayısı 2023 yılında adeta patlama yapmıştır. Şekil 1’de görüldüğü üzere, 2010’larda çok düşük seviyelerde olan üretken YZ proje sayısı, 2022’ye gelindiğinde belirgin bir artış trendine girmiş ve 2023’te bir önceki yılın toplamını aşarak iki kattan fazla artış göstermiştir. Bu büyüme, küresel geliştirici topluluğunun YZ’ye yönelimindeki ivmeyi çarpıcı biçimde ortaya koymaktadır.

Geliştiricilerin yapay zekâ araçlarına yönelik tutumları da genellikle olumludur. Stack Overflow 2024 anketi verilerine göre, geliştiricilerin %77’si YZ araçlarının iş akışlarına dahil olmasından memnuniyet duyduklarını (olumlu veya çok olumlu baktıklarını) belirtmiştir. Dahası, geliştiricilerin ezici çoğunluğu YZ araçlarını verimliliklerini artıran bir yardımcı olarak görmektedir. 2024 yılı anketinde, YZ araçlarını kullanan profesyonel geliştiriciler arasında “bu araçlar sayesinde üretkenliğimin arttığını düşünüyorum” diyenlerin oranı %81 gibi yüksek bir değere ulaşmıştır. Bu kişiler, YZ’nin en büyük faydasını daha hızlı kod yazma ve tekrar eden görevleri otomatik tamamlama olarak tanımlamaktadır. Ayrıca %62’si bu araçlar sayesinde yeni teknolojileri veya kodlama tekniklerini daha hızlı öğrendiklerini, %30’u ise kod doğruluğunun arttığını ifade etmiştir. Geliştiricilerin yalnızca %12 gibi küçük bir kesimi yapay zekâyı mevcut işlerine bir tehdit olarak görmektedir. Bu bulgu son derece önemlidir, çünkü kamuoyunda sıkça dile getirilen “YZ yazılımcıların yerini alacak” endişesinin, bizzat

yazılımcılar arasında yaygın olmadığını göstermektedir. Aksine, çoğu yazılımcı YZ'yi işini kolaylaştıran bir araç ve kendisine değer katan bir fırsat olarak değerlendirmektedir.

Ancak, geliştirici tutumlarında bazı nüanslar da gözlenmektedir. Tecrübe seviyesine göre bakıldığında, kariyerinin ilk 5 yılında olan daha genç geliştiriciler YZ araçlarını kullanmaya daha hevesliyen (%71 kullanım oranı), 20+ yıllık deneyime sahip kıdemli geliştiricilerde kullanım oranı %49'da kalmaktadır. Bu durum, genç kuşağın yeni teknolojileri benimseme hızının daha yüksek olduğunu ve kariyer başlangıcında YZ araçlarını normal bir pratik olarak gördüklerini gösterir. Öte yandan kıdemli geliştiriciler bir miktar çekinceli davranabilmektedir; bunun sebepleri arasında alışkanlıklar, araçlara güven düzeyi veya mevcut iş yapış biçimlerini değiştirme isteksizliği sayılabilir. Nitekim 2023 anketinde profesyonel geliştiricilerin %17'si YZ araçlarına karşı nötr veya ilgisiz olduğunu belirtmiştir; bu oran öğrencilerde %15'tir. YZ araç çıktılarına duyulan güven de sınırlı kalabilmektedir: geliştiricilerin yalnızca %43'ü YZ'nin ürettiği kodun doğruluğuna yüksek düzeyde güvendiğini, %45'i ise YZ'nin karmaşık problemleri çözmede zorlandığını düşünmektedir. Bu veriler, YZ araçlarının yaygınlığının yüksek olmasına karşın halen insan denetimine ve eleştirel değerlendirmeye ihtiyaç duyulduğuna işaret etmektedir.

Sonuç olarak, bulgular geliştirici camiasının üretken YZ'yi hızla benimsediğini ve büyük ölçüde olumlu karşıladığını, ancak bu araçların bir ikame değil tamamlayıcı olarak görüldüğünü ortaya koymaktadır. Geliştiriciler üretken YZ'yi kendi yeteneklerini artıran bir “ortak” olarak konumlandırmakta; bu da istihdam etkilerinin değerlendirilmesinde kritik bir başlangıç noktasıdır.

Verimlilik Artışı ve İş Yapış Biçimlerinde Değişim

Üretken yapay zekânın en somut etkilerinden biri, yazılım geliştirme verimliliğini artırmasıdır. Kod öneri ve tamamlayıcı araçlar, geliştiricilerin belirli görevleri çok daha hızlı yapabilmesini sağlamaktadır. GitHub Copilot gibi bir YZ destekli kod tamamlama aracının etkilerini inceleyen bir deneysel çalışmada, aynı görevi yapan iki grup yazılımcı karşılaştırılmış ve Copilot kullanan grubun, kullanmayan gruba kıyasla %55 daha hızlı kodlama yaptığı tespit edilmiştir. Copilot kullanan geliştiriciler ortalama 1 saat 11 dakikada görevi tamamlarken, kontrol grubu 2 saat 41 dakikada tamamlamıştır. Bu, oldukça kayda değer bir süre tasarrufudur. Ayrıca YZ desteği alan grubun görevi başarıyla tamamlama oranı da biraz daha yüksek çıkmıştır (başarı oranı %78 vs. %70)github.blog. Bir başka çalışmada, Microsoft ve Accenture (Accenture, 2023)'da 2.000 geliştiricinin haftalık performansı incelenmiş ve YZ araçlarının

pull request (kod güncelleme talebi) sayısında %13–22 arası artış sağladığı görülmüştür. Yani YZ desteği, birim zamanda üretilen iş çıktısını artırmaktadır.

Bu verimlilik kazanımları sadece hız ile sınırlı değildir; kod kalitesi açısından da kazanımlar rapor edilmektedir. Bazı testlerde, YZ'nin yazdığı kod birim testlerinden geçme oranı, insan tarafından yazılan koda kıyasla %53 daha yüksek bulunmuştur. Bu durum, yapay zekânın hataları azaltmada ve standartlara uygun kod üretmede yardımcı olabileceğini düşündürmektedir. Geliştiriciler, YZ araçlarının özellikle sintaks hatalarını en aza indirdiğini, tekrarlayan kod bloklarını otomatik üretip entegre ettiğini ve böylece daha tutarlı bir kod tabanı oluşmasına katkı sağladığını belirtmektedir. Dolayısıyla, üretken YZ bir yandan yazılım geliştirme süreçlerini hızlandırmakta, diğer yandan geliştirme yaşam döngüsünün bazı aşamalarında kaliteyi artırmaktadır.

Verimlilik artışının doğal bir sonucu olarak, aynı süre içinde daha fazla iş tamamlanabilmekte, bu da ekiplerin iş listelerinde bekleyen görevlere daha hızlı geçmesine imkân tanımaktadır. Şirketler perspektifinden bakıldığında, YZ araçları sayesinde bir projeyi tamamlamak için gereken insan-saat miktarı azalırsa, bunun iki olası sonucu olabilir: (1) Aynı sayıda geliştiriciyle daha fazla proje üstlenmek veya (2) daha az geliştirici istihdam ederek aynı projeleri yürütmek. İşte bu noktada şirketlerin stratejik tercihlerine bağlı olarak istihdam üzerindeki etki şekillenecektir. İyimser senaryoda, firmalar elde ettikleri verimlilik kazancını büyüme fırsatlarına dönüştürür ve yeni ürünler, özellikler geliştirmek için kullanır. Nitekim sektör gözlemleri, pratikte bu yönde olduğunu göstermektedir. Verimlilik artışı yaşayan ekipler, “artık işimiz yarıda kaldı, elemanların yarısına ihtiyaç yok” demek yerine, bekleyen işleri bitirmek ve yeni fikirleri hayata geçirmek üzere daha fazla işe girişmektedir. Bu durum, ekonomi literatüründe Jevons paradoksu veya telafi edici dinamizm olarak bilinen olguya benzemektedir: Bir girdi verimliliği arttığında (bu örnekte geliştirici emeğinin verimliliği), bunun beklenenin aksine toplam talebi azaltmayıp maliyetleri düşürerek talebi artırması söz konusu olabilir. Yani, kodlama daha verimli hale geldikçe, firmalar daha çok yazılım geliştirme işi yapmaya yönelebilir; bu da uzun vadede geliştirici talebini canlı tutabilir veya hatta artırabilir.

Öte yandan, daha temkinli bir bakış açısı, verimlilik artışının istihdam tasarrufuna dönüşebileceğini de dile getirmektedir. Özellikle kısa vadede şirketler maliyet kısıntısı yapmak istediklerinde, “aynı işi daha az kişiyle halledebiliriz” düşüncesine kapılabilirler. Bazı sektör uzmanları, yapay zekâ sayesinde “1 geliştiricinin yapacağı işi 3 geliştiriciye eşdeğer verimde yapabileceği” ve dolayısıyla işe alımların azalabileceği yorumunu yapmaktadır. Bu özellikle

rutin görevlerin yoğun olduğu ve çalışan verimliliğinin kolay ölçülebildiği alt segmentlerde mümkün olabilir. Örneğin, destek ve bakım yazılımlarında veya basit web uygulamaları geliştiren ekiplerde, YZ araçları deneyimli bir mühendisin çok sayıda junior (başlangıç seviyesindeki) geliştiricinin işini üstlenmesine olanak verebilir. Bu durumda şirketler ekip yapılarını yeniden düşünerek giriş seviyesi pozisyon sayısını düşürebilirler. Nitekim 2023-2024 döneminde teknoloji sektöründe görülen işe alım yavaşlaması ve bazı büyük ölçekli şirketlerde yaşanan işten çıkarmalar, kısmen ekonominin genel koşullarına bağlı olsa da, yapay zekâ kaynaklı verimlilik artışının da şirket planlamalarında rol oynayabileceğine dair sinyaller vermiştir. LinkedIn (LinkedIn, 2023)'in 2025 projeksiyonlarına göre, yapay zekâ özellikle basit kodlama ve hata ayıklama gibi başlangıç seviyesinde geliştiricilerin yaptığı görevleri otomatikleştirerek, bu pozisyonların sayısını azaltabilir; bu durum genç çalışanların kariyer gelişimi için yeni stratejiler gerektirebilir (örneğin staj ve junior rollerde daha fazla YZ araçları kullanımı, farklı becerilere yönelim vb.).

Bu bulgular genel olarak değerlendirildiğinde, üretken YZ'nin yazılım geliştirme işinin doğasını değiştirmeye başladığı anlaşılmaktadır. Geliştirici iş tanımları dönüşmektedir: Artık bir yazılımcının sorumlulukları arasında sadece elle kod yazmak değil, YZ'den gelen kod önerilerini değerlendirme, doğrulama ve birleştirme gibi yeni görevler de vardır. Bir başka deyişle, yazılımcılar giderek “YZ ile birlikte çalışma” becerisini çekirdek yetkinliklerinden biri haline getirmektedir. Bu durum, geliştirici işinin daha stratejik ve problem çözme odaklı bir hale gelmesi potansiyelini taşımaktadır. Rutin kodlama yükünün bir kısmının YZ'ye devredilmesi, geliştiricilere daha yaratıcı veya kritik konulara eğilme fırsatı verebilir. Örneğin, yazılımcılar zamanlarının daha azını standart CRUD (Create, Read, Update, Delete) işlemlerinin kodlanmasına, daha fazlasını sistem mimarisi tasarımına veya kullanıcı deneyimi iyileştirmelerine ayırabilir hale gelebilirler.

Sonuç olarak, üretken yapay zekâ araçlarının geliştirici verimliliğini belirgin biçimde artırdığı ve bu sayede yazılım geliştirme süreçlerinde bir değişim yaşandığı açıktır. Kısa vadede bu değişim, mevcut geliştiricilerin daha yüksek çıktı üretmesi ve iş tanımlarının evrilmesi şeklinde görünmektedir. Uzun vadede ise verimlilik artışının toplam geliştirici istihdamına etkisi, firmaların bu kazanımı nasıl değerlendireceğine ve pazardaki yazılım talebinin ne oranda genişleyeceğine bağlı olacaktır.

İstihdam Trendleri: İşgücü Piyasasında İlk Göstergeler

Üretken YZ'nin ortaya çıkışıyla birlikte yazılım geliştirici işgücü piyasasında şu ana kadar gözlenen somut değişimler sınırlı olmakla birlikte bazı ilk göstergeler tespit edilmiştir.

Öncelikle, genel işsizlik oranlarına bakıldığında, yazılım geliştiricilerin işsiz kalma oranının halen oldukça düşük olduğu anlaşılmaktadır. Stack Overflow'un 2024 geliştirici anketi verilerine göre, küresel çapta tam zamanlı geliştiriciler arasında işsizlik oranı %4,4 olarak rapor edilmiştir. Bu oran, 2019'daki seviyesinin yaklaşık iki katı olsa da halen genel işsizlik oranlarının çok altındadır ve "iş gücü açığı" şeklinde yorumlanabilecek bir düzeydedir. 2019-2023 arasında teknoloji sektöründe yaşanan dalgalanmalar (COVID-19 sonrası hızlı işe alımlar ve 2022-2023'te bazı büyük teknoloji şirketlerindeki işten çıkarmalar) göz önünde bulundurulduğunda, %4,4'lük işsizlik oranı piyasada genel bir durgunluktan ziyade dengelenme sinyali olarak görülebilir. Bu nedenle, mevcut veriler üretken YZ'nin geliştirici işsizliğinde bir sıçramaya yol açtığı tezini desteklememektedir – en azından şimdilik böyle bir eğilim görünmemektedir.

Bununla birlikte, istihdamın yapısında ve talep edilen becerilerde değişim işaretleri vardır. İş ilanları analiz edildiğinde, 2023 itibariyle şirketlerin geliştiriciler için aradığı nitelikler arasına yapay zekâ bilgisi ve makine öğrenimi deneyimi gibi kriterlerin daha sık girmeye başladığı gözlenmektedir. Özellikle bulut hizmeti sağlayıcıları, fintech şirketleri ve veri yoğun çalışan kurumlardaki ilanlarda "AI ile proje deneyimi", "Python ile makine öğrenimi kütüphanelerine aşinalık" gibi becereler tercih sebebi olarak belirtilmektedir. Bu da geliştirici istihdamında niteliksel bir kayma olduğuna işaret etmektedir: Klasik anlamda sadece bir programlama diline hakim olmanın ötesinde, yapay zekâyı anlayan ve kullanabilen geliştirmecilere talep artmaktadır. Gartner (Gartner, 2023)'ın öngördüğü üzere, birkaç yıl içinde geliştiricilerin büyük bölümü temel bir YZ yetkinliğiyle işe alınacaktır; günümüzde bunun tohumları atılmaktadır.

İş gücü piyasasındaki bir diğer olgu, junior (başlangıç düzeyi) pozisyonların durumudur. Sektörden gelen anekdotlar, bazı şirketlerin artık en basit kodlama görevlerinde bile YZ araçlarından faydalanarak işi kıdemli çalışanlarla halletmeyi tercih ettiğini, bu nedenle eskisi kadar junior geliştirici istihdam etmediğini öne sürmektedir. Eğer bu eğilim yaygınlaşırsa, uzun vadede bir yetişmiş eleman açığı riskine yol açabilir; zira her geliştirici kariyerine junior olarak başlar ve deneyim kazanarak uzmanlaşır. Eğer giriş pozisyonları azalırsa, yeni mezunların sektöre girmesi zorlaşabilir ve bir kısır döngü oluşabilir. Bu konuda henüz sistematik veri bulunmamakla birlikte, LinkedIn (LinkedIn, 2023) ve diğer profesyonel platformlarda genç yazılımcıların iş bulma zorluklarına dair tartışmaların arttığı dikkat çekmektedir. Bazı büyük şirketler ise bu sorunu aşmak için genç yetenekleri tamamen dışlamaktansa onlara YZ araçlarıyla iş yapmayı öğreterek entegre etme yoluna gitmektedir. Örneğin, staj programlarında

klasik kodlama projeleri yerine YZ destekli mini projeler verilerek yeni nesil geliştiricilerin bu araçlarla birlikte düşünme becerisini erkenden kazanmaları amaçlanmaktadır.

Makro düzeyde incelendiğinde, BİT sektörü istihdamındaki büyüme eğilimi sürmektedir. Avrupa Birliği genelinde BİT uzmanlarının toplam istihdam içindeki payı 2022’de %4,6 iken 2023’te %4,8’e yükselmiştir. Bu, sayısal olarak yaklaşık 9,8 milyon BİT çalışanına tekabül etmektedir. Türkiye’de de BİT sektörü istihdamı 2022’de 282 bin kişi ile zirve yapmıştır. Bu veriler, henüz üretken YZ’nin istihdamı azaltıcı etkilerinin makro ölçekte hissedilmediğini göstermektedir. Hatta tam tersine, dijital dönüşümün getirdiği yazılımcı talebi halen artış yönündedir. OECD’nin 2024 yılındaki bölgesel işgücü raporu, üretken YZ’nin etkilerinin coğrafi dağılımına odaklanmış ve ilginç bir şekilde geçmişte otomasyon dalgalarından nispeten az etkilenmiş olan büyük şehirlerdeki yüksek becerili işlerin, bu kez daha fazla etkileneceğini öngörmüştür. Bu, yazılım geliştiriciliği gibi şehirli ve yüksek beceri gerektiren mesleklerin üretken YZ dalgasında belli bir dönüşüm yaşayacağı beklentisini desteklemektedir. Ancak OECD raporu aynı zamanda “etkilenecek” olmanın işin yok olacağı anlamına gelmediğini, bu durumun daha çok işlerin yapısında değişim ve verimlilik artışı şeklinde tezahür edeceğini vurgulamıştır. Nitekim 2010’larda yüksek otomasyon riski taşıyan bölgelerde istihdamın düşmediği, aksine verimlilik arttıkça ekonomik büyümenin daha fazla iş imkânı yarattığı tespit edilmiştir. Bu bulgu, üretken YZ için de iyimser bir senaryonun mümkün olduğunu, doğru politikalarla verimlilik artışının istihdam artışına dönüşebileceğini göstermektedir.

Özetle, güncel istatistikler ve araştırmalar ışığında üretken yapay zekânın yazılım geliştirici istihdamındaki etkileri henüz ılık bir rüzgâr şeklinde hissedilmekte, bir fırtına boyutuna ulaşmamıştır. Yazılımcı talebi genel olarak güçlü kalmaya devam etmekte, özellikle üst düzey becerilere sahip geliştiriciler için iş fırsatları bolluğunu korumaktadır. Ancak işlerin doğası değişmeye başlamış, bazı rutin görevler geri planda kalırken YZ ile çalışma becerisi ön plana çıkmıştır. Junior seviyesindeki dinamikler ise dikkatle izlenmesi gereken bir alan olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bulgular ışığında, bir sonraki bölümde bu dönüşümün ne anlama geldiği, literatürde öngörülen modellerle nasıl örtüştüğü ve geleceğe yönelik nasıl yorumlanabileceği tartışılacaktır.

TARTIŞMA

Yukarıda sunulan bulgular, üretken yapay zekâ teknolojilerinin yazılım geliştirici istihdamı üzerinde çift yönlü ve karmaşık etkileri olduğunu göstermektedir. Bu bölümde, elde edilen veriler kuramsal çerçevede ele alınarak daha derinlemesine tartışılacak; olumlu ve

olumsuz etkilerin dengesi, uzun vadeli senaryolar ve literatürdeki öngörüler ışığında değerlendirilecektir.

Öncelikle, üretken YZ'nin teknolojik işsizlik bağlamındaki yeri ele alınmalıdır. Bulgular, geliştiricilerin büyük çoğunluğunun YZ'yi bir tehditten ziyade yardımcı olarak gördüğünü ortaya koydu. Bu, optimist senaryonun geliştirme camiasında karşılık bulduğunu göstermektedir. Tarihsel olarak teknolojik işsizlik endişelerinin çoğu zaman gerçekleşmediği, yeni teknolojilerin uzun vadede daha fazla iş yarattığı hatırlanırsa, üretken YZ'nin de benzer bir kaderi paylaşması olasıdır. Boston Consulting Group ekonomistlerinin Dünya Ekonomik Forumu (Schwab, 2023)'nda belirttiği gibi, teknoloji makroekonomik düzeyde üretkenliği ve geliri artırarak yeni talep yaratır; bu da ilk etapta kaybolan işleri telafi edecek yeni istihdam alanları oluşturur. Nitekim son 80 yılda ABD ekonomisi teknolojik ilerleme ile defalarca dönüşmesine rağmen toplam istihdam sürekli artmıştır. Bu perspektiften bakıldığında, üretken YZ'nin yaratacağı verimlilik artışı, yazılım sektöründe yeni ürün ve hizmetlerin ortaya çıkmasını, dolayısıyla uzun vadede daha fazla geliştiriciye ihtiyaç duyulmasını beraberinde getirebilir. Örneğin yapay zekâ sayesinde geliştirmenin ucuzlaması, girişimcilik ekosistemini canlandırarak pek çok yeni yazılım projesinin başlamasına yol açabilir; büyük şirketler daha önce fizibil bulmadıkları projelere yatırım yapmaya başlayabilir. Böyle bir domino etkisi, optimist görüşün somutlaşması anlamına gelir ve geliştirici istihdamında net pozitif etki doğurabilir.

Diğer yandan, pessimist senaryoyu tamamen göz ardı etmek de mümkün değildir. Üretken YZ'nin doğrudan doğruya belirli görevleri otomatikleştirebildiği bir gerçektir. Özellikle beceri kutuplaşması perspektifinden, YZ'nin geliştirici mesleğinin “orta düzey” beceri kısmını aşındırma ihtimali dikkat çekmektedir. Bu meslekte orta düzey becerilerden kast edilen, görece tekrarlı veya yapılandırılmış kodlama görevleridir (örneğin CRUD operasyonları yazmak, basit algoritmaları uygulamak, arayüz tasarımında temel komponentleri yerleştirmek vb.). Bu tür görevler geleneksel olarak junior geliştiriciler veya bazen outsource edilen pozisyonlar tarafından yerine getirilirdi. Üretken YZ işte bu alanı hedef almaktadır. YZ araçları, örneğin bir web formunun arka plan CRUD kodunu veya belirli bir fonksiyonun iskeletini saniyeler içinde üretebilmektedir. Sonuç olarak, insan emeğinin değeri daha çok karmaşık ve yaratıcı kısımlarda yoğunlaşacak, rutine dayalı kısımlarda ise azalacaktır. Bu, beceri kutuplaşmasının meslek içi bir örneğidir: Üst düzey sistem mimarileri tasarlayabilen, müşteri ihtiyaçlarını yenilikçi yazılım çözümlerine dönüştürebilen üst beceri grubundaki geliştiricilere talep yüksek kalacak veya artacak; buna karşın standart görevleri yapan alt beceri grubuna talep

azalabilecektir. Bu durumun bir yansıması olarak, istihdam yapısının piramit formu değişime uğrayabilir. Klasik olarak bir yazılım ekibinde birkaç kıdemli uzmanın altında çok sayıda junior ve orta düzey geliştirici bulunurken, gelecekte daha “yuvarlak” veya ters piramit bir yapı mümkün olabilir – yani az sayıda junior, daha fazla sayıda üst seviye uzman.

Bu dönüşüm, işgücü piyasasına giriş bariyerlerini yükseltebilir. Geliştirici olabilmek için artık sadece kod yazmayı bilmek yetmeyip, aynı zamanda YZ ile efektif bir şekilde etkileşebilecek, onun çıktısını denetleyip yönlendirebilecek kişiler aranacaktır. Belki de ileride “junior geliştirici” kavramı, bugünkünden farklı bir beceri setini tanımlayacaktır. Junior geliştiriciler ilk günden itibaren YZ araçlarını kullanarak işe başlayacak ve klasik anlamda bir kıdemli yanında eğitim alarak değil, doğrudan YZ geri bildirimleriyle öğreniyor olacaklardır. Bu, eğitim kurumları ve şirket içi mentorluk modelleri için yeni bir paradigma anlamına gelir. Potansiyel risk ise, YZ’nin her soruya bir yanıt vermesi, ancak bu yanıtların her zaman doğru olmaması nedeniyle, deneyimsiz geliştiricilerin hatalarını fark edemeden yanlış yönlendirilebilmesidir. Kıdemli rehberliğinin azalması, bir öğrenme açığı doğurabilir. Bu nedenle sektör, YZ destekli öğrenme yöntemlerini geliştirmek ve genç çalışanların sağlıklı bir şekilde yetişmesini güvence altına almak durumundadır.

Yaratıcı yıkım bağlamında, üretken YZ’nin getirdiği yıkım kadar yaratıcılığı da görmek gerekir. Yazılım geliştirici rolü dönüşürken, bir yandan da yepyeni rol ve iş alanları belirmektedir. Örneğin, “YZ doğrulama mühendisi” diye adlandırılabilir bir işlev ortaya çıkmaktadır: Bu kişi, YZ’nin ürettiği kodu test eden, güvenlik açıkları veya hatalar için tarayan, YZ’yi optimize eden bir uzman olabilir. Büyük şirketler şimdiden kod güvenliği ve etik konusunda YZ’ye özel pozisyonlar ihdas etmeye başlamıştır. Aynı şekilde, yapay zekânın ürettiği çıktıları açıklamak ve onları karar vericilere sunmak için AI iletişim uzmanları gerekli olabilecektir. Bu roller, klasik yazılım geliştirici rollerinden farklı ama onlarla ilişkili yeni kariyer patikaları anlamına gelir. Bu tür yeni işleri, Schumpeterci anlamda yaratıcı yıkımın “yaratıcı” tarafı olarak görmeliyiz. Tarihsel olarak bakılırsa, teknolojinin yok ettiği işlerden ziyade yarattığı işler uzun vadede daha baskındır. Üretken YZ alanında da örneğin makine öğrenimi uzmanları, veri bilimciler, YZ model eğiticileri gibi meslekler son yılların en fazla talep gören meslekleri arasında yerini almıştır. Dolayısıyla, genel yazılım istihdamı içinde belki klasik uygulama geliştiricisi pozisyonları biraz azalırken, YZ ile ilgili pozisyonlar bunu dengeleyebilir veya aşabilir.

Bir diğer önemli tartışma noktası, cinsiyet ve fırsat eşitliği boyutudur. ILO’nun çalışmalarına göre, üretken YZ’nin otomatize edebileceği işler arasında ofis ve idari destek

rolleri yüksek paya sahiptir ve bu roller çoğunlukla kadın istihdamının yoğun olduğu alanlardır. Yazılım geliştiriciliği mesleği cinsiyet dağılımı itibariyle halen erkek egemen bir alan olmakla birlikte, son yıllarda kadınların teknoloji alanına katılımı teşvik edilmektedir. Eğer üretken YZ ofis destek işlerini azaltırken teknoloji alanında yeni işler yaratırsa, kadın istihdamının daha fazla teknoloji sektörüne kayması hem bir fırsat hem de bir gereklilik olacaktır. Eurostat verileri, 2023 itibariyle AB’de BİT uzmanı olarak çalışanların sadece %19,4’ünün kadın olduğunu gösterirken bu oranın yavaş da olsa arttığını ortaya koymaktadır. Türkiye’de de benzer şekilde BİT sektöründe kadın oranı düşük seyretmektedir. Üretken YZ’nin getireceği dönüşümde, kadınların mevcut işlerinden ayrılmak zorunda kalmaları riskine karşılık, teknoloji alanındaki yetkinliklerini artırarak bu yeni ortaya çıkan YZ odaklı işlerde yer almalarını sağlamak önemlidir. Bu, eğitim ve yeniden eğitim politikalarının hedef kitlesine kadınların da özellikle dahil edilmesi gerektiği anlamına gelir. Aksi takdirde, YZ dalgası mevcut toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini derinleştirebilir.

Tartışmanın belki de en kritik boyutu, kısa vadeli etki ile uzun vadeli etkinin farkıdır. Kısa vadede bazı işten çıkarmalar veya işe alım azalmaları görülebilir; şirketler yeni duruma uyum sağlarken “teknolojik işsizliğin” izleri hissedilebilir. Örneğin, ILO’nun hesaplamaları üretken YZ nedeniyle küresel istihdamın %2,3’ünün yüksek risk altında olduğunu, yüksek gelirli ülkelerde bu oranın %5,1’e çıktığını göstermektedir. Bu, dünya çapında yaklaşık 75 milyon, gelişmiş ekonomilerde 30 milyon civarında işin dönüşüm sürecinden doğrudan etkileneceğine işaret eder. Bu ölçekte bir etki elbette ki küçümsenemez, fakat “risk altında olmak” tüm bu işlerin yok olacağı anlamına gelmemektedir. Bu işler büyük ölçüde dönüşecektir. ILO da bu noktaya dikkat çekerek, işlerin tamamen ortadan kalkmasından ziyade iş içeriğinin değişeceğini ve YZ’nin işi devraldığı ölçüde yeni iş modellerinin ortaya çıkacağını vurgulamaktadır. Uzun vadede ise ekonominin uyum mekanizmaları devreye girecektir. Artan verimlilikle düşen maliyetler, ürün ve hizmet fiyatlarını düşürebilir; bu da tüketici talebini ve dolayısıyla istihdamı olumlu etkileyebilir. Üretken YZ’nin yaygınlaşmasıyla yazılım ürünleri ucuzlar ve her sektör dijitalleşmesini hızlandırırsa, yazılımcılara duyulan ihtiyaç farklı alanlarda katlanarak artabilir. Örneğin sağlık, eğitim, tarım gibi sektörler daha fazla yazılım talep edebilir ve buralarda istihdam genişleyebilir.

Sonuç itibariyle, tartışma kısmının özeti şudur: Üretken yapay zekâ, yazılım geliştirici istihdamını topyekûn yok etmekten ziyade dönüştürmektedir. Bu dönüşüm; görev kompozisyonunun değişmesi, gereken becerilerin evrilmesi, verimlilik artışıyla yeni iş fırsatlarının yaratılması şeklinde çok boyutlu gerçekleşmektedir. Kısa vadede bazı zorluklar

(özellikle belirli alt pozisyonların daralması gibi) ortaya çıksa da, uzun vadede doğru politikalarla desteklendiğinde üretken YZ'nin yarattığı değer, istihdam açısından da pozitif sonuçlar doğurma potansiyeline sahiptir. Ne tamamen iyimser “her şey mükemmel olacak” görüşü, ne de tamamen karamsar “işsizlik kaçınılmaz” görüşü tek başına gerçeği yansıtmaktadır. Realist bir bakışla, riskler yönetilip fırsatlar değerlendirildiği takdirde, üretken YZ çağında yazılım geliştiriciler daha yaratıcı, daha üretken roller üstlenerek ekonomiye katkı sunmaya devam edeceklerdir.

Bu noktada, kritik soru şudur: Söz konusu riskleri yönetmek ve fırsatları maksimize etmek için ne gibi önlemler alınmalıdır? Son bölümde, bu amaçla eğitimden istihdam politikalarına, sosyal güvenlikle müfredat reformuna dek uzanan çeşitli politika önerileri sunulacaktır.

Politika Önerileri

Üretken yapay zekâ teknolojilerinin yazılım geliştirici istihdamı üzerindeki etkilerini yönlendirmek ve olumsuz sonuçları en aza indirmek amacıyla politika yapıcılarının ve sektör paydaşlarının atması gereken çeşitli adımlar bulunmaktadır. Bu bölümde, eğitim, istihdam, müfredat ve sosyal güvenlik başlıkları altında somut politika önerileri sıralanmaktadır. Amaç, yapay zekâ ile dönüşen işgücü yapısına proaktif bir biçimde uyum sağlamak ve ortaya çıkabilecek mağduriyetleri önlemektir.

Eğitim ve Yetkinlik Geliştirme: Yazılım eğitimine erken yaşlardan itibaren yapay zekâ farkındalığı entegre edilmelidir. Ortaöğretim ve yükseköğretimde bilgisayar bilimleri müfredatına makine öğrenimi, veri bilimi ve yapay zekâ ile birlikte çalışma konuları dahil edilmelidir. Üniversitelerin bilgisayar mühendisliği, yazılım mühendisliği gibi bölümleri, öğrencilerine sadece kodlama değil YZ araçlarını etkin kullanma becerisi de kazandırmalıdır. Örneğin derslerde GitHub Copilot veya benzeri kod tamamlayıcıları kullanmak teşvik edilebilir, böylece mezunlar iş hayatına atıldıklarında bu araçlara yabancı kalmayacaktır. Ayrıca yaşam boyu öğrenme ilkesiyle, halihazırda çalışan geliştiricilere yönelik sertifika programları ve kurslar düzenlenerek yeni YZ becerileri kazanmaları sağlanmalıdır. Gartner (Gartner, 2023)'ın öngördüğü gibi 2027'de geliştiricilerin %80'inin temel YZ bilgisine ihtiyaç duyacağı dikkate alınırsa, gerek üniversite mezunları gerek sektördeki mevcut profesyoneller için kapsamlı bir yeniden eğitim seferberliği gerekli görünmektedir.

Müfredat ve Üniversite-Sanayi İşbirliği: Üniversitelerin müfredatları hızla güncellenmeli ve yapay zekâ çağının gereksinimlerine uygun hale getirilmelidir. Bu kapsamda, yazılım mühendisliği müfredatlarına “YZ Etiği”, “Otomasyonun Ekonomik Etkileri”, “YZ ile Yazılım

Geliştirme Pratikleri” gibi multidisipliner dersler eklenebilir. Öğrencilerin sadece teknik becerilerini değil, aynı zamanda yapay zekânın toplumsal ve etik boyutlarını anlamalarını sağlamak uzun vadede daha bilinçli bir iş gücü oluşturacaktır. Ayrıca üniversite-sanayi işbirlikleri güçlendirilmelidir. Teknoloji şirketleri üniversitelere destek vererek, son sınıf öğrencilerine YZ projelerinde staj imkânı sunabilir. Bu sayede öğrenciler hem en yeni araçları kullanarak pratik yapmış olur, hem de şirketler nitelikli insan kaynağı havuzunu genişletir. Müfredat reformu kapsamında bir diğer önemli husus, problem çözme ve yaratıcılık gibi insana özgü becerilere daha fazla vurgu yapılmasıdır. Yapay zekânın otomatikleştiremeyeceği (veya daha zor otomatikleştireceği) beceriler, geleceğin güvencesi olacaktır. Eğitim sisteminde ezberci ve tekrara dayalı yöntemler yerine eleştirel düşünme, yaratıcılık, takım çalışması ve iletişim becerilerini geliştiren yöntemlere ağırlık verilmelidir.

İstihdam ve İşe Alım Stratejileri: Şirketler, üretken YZ’nin işgücü üzerindeki etkilerini yönetmek için insan kaynakları stratejilerini gözden geçirmelidir. Öncelikle, yeniden beceri kazandırma (reskilling) ve beceri geliştirme (upskilling) programları teşvik edilmelidir. Üretken YZ nedeniyle bazı görevleri azalan çalışanlar (örneğin test mühendisleri, teknik yazarlar veya rutin kodlamacılar), işten çıkarmak yerine farklı rollere kaydırılmak üzere eğitilebilir. ILO’nun tavsiye ettiği gibi, işverenler teknolojik dönüşüm nedeniyle riske giren çalışanlarına öncelikle kurum içinde başka pozisyonlar bulmaya çalışmalı, çalışma saatlerini ayarlayarak veya görev tanımlarını değiştirerek işten çıkarma yerine uyum politikaları uygulamalıdır. Bu hem sosyal sorumluluk açısından doğru bir adım olacak, hem de şirketlerin deneyimli personeli elde tutmasına yardımcı olacaktır. Çünkü unutulmamalıdır ki, yapay zekâ araçları ne kadar gelişirse gelişsin, alan bilgisi ve deneyim sahibi insanlara ihtiyaç devam edecektir.

İşe alım süreçlerinde de değişiklikler yapılabilir. Şirketler junior pozisyonları tamamen kaldırmak yerine, bu pozisyonları bir tür öğrenme ve yetişme programı olarak yeniden tanımlayabilir. Örneğin, genç yazılımcılara düşük riskli projelerde YZ araçlarıyla çalışma görevi verilip, yanlarında bir mentor geliştirici rehberlik edebilir. Böylece hem junior istihdamı devam eder, hem de YZ’nin verimlilik katkısından yararlanılır. Ayrıca şirketler işe alım kriterlerini güncelleyerek adayların yapay zekâ bilgisi ve adaptasyon yeteneğine daha fazla önem verebilir. Teknik mülakatlarda sadece algoritma soruları değil, aynı zamanda bir YZ kod önerisini değerlendirme senaryoları gibi yeni nesil sorular sorulabilir.

Sosyal Güvenlik ve Geçiş Dönemi Desteği: Her ne kadar üretken YZ’nin uzun vadede işsizliğe yol açması beklenmese de, kısa vadeli ve sektörel bazlı iş kayıpları yaşanabilir. Bu

durumda, etkilenen çalışanların korunması için sosyal güvenlik mekanizmaları güçlendirilmelidir. ILO araştırmaları, işsizlik durumunda sağlanan işsizlik maaşı ve benzeri transferlerin, çalışanların uzun vadeli “yara izi” (scarring) etkilerini azalttığını ve yeniden istihdam olanağı bulma şanslarını artırdığını göstermektedir. Dolayısıyla, teknoloji kaynaklı iş geçişlerinde işsizlik sigortasının kapsamı ve süresi artırılabilir, etkilenen çalışanların gelir kaybı geçici olarak telafi edilebilir. Özellikle serbest çalışan veya proje bazlı çalışan geliştiricilerin sayısı teknoloji sektöründe yüksek olduğundan, geleneksel sosyal güvenlik ağlarının bu kesimi de kapsayacak şekilde genişletilmesi önemlidir. Freelance çalışan geliştiriciler için fonlar oluşturulabilir veya kooperatif yapılarıyla sosyal koruma sağlanabilir.

Ayrıca, yeniden eğitim destekleri sosyal politikaların ayrılmaz bir parçası olmalıdır. İşini kaybeden bir yazılımcı veya benzeri bir çalışan, hızla talep gören yeni becerilere yönlendirilmelidir. Devlet kurumları ve sektör birlikleri işbirliğiyle ücretsiz veya düşük maliyetli eğitim programları sunulabilir. Bu programlar, yapay zekâ etiği, veri analitiği, siber güvenlik gibi alanlarda hızlandırılmış sertifika kursları şeklinde düzenlenebilir. İşverenler de bu programları tamamlayanları işe alırken teşvikler (vergi indirimi gibi) alabilir. Böylece iş kaybı yaşayan bireylerin başka alanlarda değerlendirilmeleri kolaylaştırılabilir.

Düzenleyici Çerçeve ve Teşvikler: Kamu otoriteleri, üretken YZ’nin sorumlu kullanımını teşvik eden ve istihdam üzerindeki olumsuz etkileri frenleyen düzenlemeler düşünebilir. Örneğin, Bill Gates’in bir dönem önerdiği “robot vergisi” benzeri bir uygulama, yapay zekâ kullanan şirketlerden ek bir vergi alıp bunu iş gücü dönüşüm fonlarına aktarma fikrini içeriyordu. Günümüzde doğrudan bir YZ vergisi tartışmalı olsa da, benzer prensiple büyük çaplı otomasyon yapan şirketlerin topluma geri katkı vermesini sağlamak adına politikalar üretilebilir. Bu fonlar özellikle mesleki eğitim ve Ar-Ge yatırımlarına yönlendirilebilir. Diğer yandan, YZ’nin tamamlayıcı kullanımı teşvik edilmelidir. Örneğin, şirketlerin YZ’yi insan çalışanlarla birlikte kullanacak şekilde projeler geliştirmesi durumunda Ar-Ge teşviklerinden yararlanması sağlanabilir. Bu, Acemoglu ve Johnson’ın vurguladığı, insan emeğini tamamlayan teknoloji geliştirme yaklaşımını destekler nitelikte olacaktır.

Düzenleyici çerçevede atılabilecek bir adım da standartların belirlenmesidir. Özellikle yazılım hatası veya güvenlik açığı gibi durumlarda, yapay zekâ tarafından üretilen kodun yol açtığı sorunlarda sorumluluğun kime ait olacağı hukuken netleştirilmelidir. Bu, geliştiricilerin ve şirketlerin YZ kullanımına dair belirsizliklerini azaltacak ve YZ’yi güvenle entegre etmelerini kolaylaştıracaktır. Örneğin, kritik sistemler geliştiren şirketlerin tamamen otonom YZ kodu kullanması yerine mutlaka insan denetim süreçleri eklemesi bir standart haline

gelebilir. Bu tür düzenlemeler, hem kaliteyi güvence altına alır hem de “insan faktörünün” süreçlerden dışlanmasını engeller.

Toplumsal Farkındalık ve İş Kültürü: Son olarak, politika önerileri sadece teknik tedbirlerle sınırlı olmamalı, aynı zamanda toplumsal ve kültürel adaptasyonu da kapsamalıdır. İş dünyasında, yapay zekâ ile insanın birlikte çalışmasına yönelik olumlu bir kültür oluşturulmalıdır. İşverenler ve yöneticiler, çalışanlarına yapay zekâyı bir “tehdit” olarak değil “araç” olarak gördüklerini net bir şekilde iletmelidir. Bu, çalışan motivasyonu için önemlidir. Çalışanların sürekli kendini geliştirmeye teşvik edildiği, yapay zekâdan korkmak yerine onu öğrenmeye yönlendirildiği bir işyeri kültürü yaratılmalıdır. Sendikalar ve meslek örgütleri de proaktif bir tutum alarak üyelerine değişen teknoloji karşısında hangi adımları atmaları gerektiği konusunda rehberlik edebilir. Örneğin, yazılımcılar için meslek odaları veya dernekler, yapay zekâ çağında kariyer planlaması seminerleri, mentorluk programları düzenleyebilir.

Özetle, üretken yapay zekâ teknolojilerinin yazılım geliştirici istihdamı üzerindeki etkilerine yönelik politika önerileri, eğitimden istihdama, sosyal güvenlikle kültürel dönüşüme uzanan bütüncül bir yaklaşıma dayanmalıdır. Bu önerilerin başarılı olabilmesi için kamu, özel sektör, eğitim kurumları ve sivil toplumun işbirliği içerisinde hareket etmesi gerekmektedir. Doğru adımlar atıldığı takdirde, üretken YZ’nin yarattığı verimlilik artışı toplumsal refaha dönüşebilir ve yazılım geliştiriciler başta olmak üzere tüm işgücü bu dönüşümden güçlenerek çıkabilir.

SONUÇ

Bu çalışma, üretken yapay zekâ teknolojilerinin yazılım geliştirici istihdamı üzerindeki etkilerini kuramsal ve ampirik açıdan kapsamlı bir şekilde ele almıştır. Elde edilen bulgular ve yapılan tartışmalar ışığında varılan sonuçlar şöyledir:

Birincisi, üretken yapay zekâ teknolojileri yazılım geliştirme alanında köklü bir dönüşüm başlatmıştır. Geliştiricilerin iş yapma biçimleri YZ araçlarıyla birlikte çalışacak şekilde evrilmektedir. Kod tamamlama, otomatik hata düzeltme, metinden koda dönüşüm gibi imkanlar, geliştiricilerin verimliliğini önemli ölçüde artırmıştır. Bu durum, yazılım projelerinin daha kısa sürede tamamlanmasına ve aynı anda daha fazla projenin yürütülebilmesine imkan tanımaktadır. Geliştiricilerin büyük çoğunluğu YZ araçlarını benimsemiş ve bunlara olumlu bakmaktadır; bu da teknolojik adaptasyonun sektörde yüksek olduğunu göstermektedir.

İkincisi, üretken YZ'nin geliştirici istihdamını yok edeceğine dair yaygın kaygılar, şu anki veriler ışığında desteklenmemektedir. Aksine, küresel ve ulusal düzeyde BİT sektörü istihdamı artmaya devam etmektedir. İşsizlik oranları geliştiriciler için genel ortalamanın altında seyretmektedir. Bu bulgular, üretken YZ'nin kısa vadede kitlesel işsizliğe yol açmadığını göstermektedir. Tarihsel eğilimler ve literatür de teknolojik ilerlemelerin uzun vadede yeni iş kolları yaratarak dengeleyici etki yaptığını vurgulamaktadır. Üretken YZ'nin de yeni ürün ve hizmet alanları doğurarak istihdamı farklı sektörlerde genişletebileceği değerlendirilmektedir.

Üçüncüsü, her ne kadar toplu işsizlik görünürde olmasa da, istihdam yapısının bileşimi değişmektedir. Özellikle rutin ve tekrarlı kodlama görevleri otomasyona daha açık hale geldiğinden, giriş seviyesindeki ve standardize işlerdeki pozisyonlar baskı altındadır. Buna karşılık, yaratıcı, stratejik ve karmaşık problem çözme gerektiren pozisyonların önemi artmaktadır. Bu da yazılımcılar arasında bir beceri kutuplaşması riskini ortaya çıkarmaktadır. Genç ve deneyimsiz geliştiricilerin sektöre adım atma şekilleri değişecek; onları bekleyen görevler eskisine kıyasla daha fazla YZ etkileşimi içerecektir. Dolayısıyla, eğitim sisteminin ve işyeri eğitim programlarının bu yeni duruma göre adapte edilmesi kritik önem taşımaktadır.

Dördüncüsü, üretken YZ'nin ortaya çıkardığı verimlilik kazançlarının toplumsal faydaya dönüşebilmesi için politika müdahaleleri gereklidir. Eğitim alanında müfredat yenilikleri, sürekli öğrenme imkanları ve YZ okuryazarlığının artırılması elzemdir. İşgücü piyasası politikalarında yeniden eğitim ve beceri kazandırma programları, teknolojik dönüşümden etkilenen çalışanlar için bir güvence mekanizması oluşturacaktır. Sosyal güvenlik sistemlerinin bu geçiş sürecine uygun şekilde güçlendirilmesi ve gerektiğinde yaratıcı çözümler (örneğin YZ'den elde edilen kazançların vergilendirilmesi gibi) devreye sokulması gerekebilir. Ayrıca, işletmelerin YZ'yi insan emeğini tamamlayıcı yönde kullanmalarını teşvik eden uygulamalar (Ar-Ge teşvikleri, iyi örneklerin paylaşılması vb.) yaygınlaştırılmalıdır.

Beşincisi, etik ve düzenleyici çerçeve unutulmamalıdır. Yazılım alanında yapay zekâ kullanımının etik sınırları ve sorumlulukları belirlenmelidir. Geliştirici istihdamında çeşitlilik ve kapsayıcılık hedefleri, YZ çağında da takip edilmeli; kadınların ve dezavantajlı grupların teknolojik dönüşümden dışlanmaması için özel çaba sarf edilmelidir.

Sonuç olarak, üretken yapay zekâ teknolojileri yazılım geliştirici istihdamında yıkıcı ancak yönlendirilebilir etkiler yaratmaktadır. Bu etkiyi yönlendirmek, büyük ölçüde insan odaklı stratejiler geliştirmeye bağlıdır. Teknoloji kendi başına toplumsal sonuçları belirleyen taraf değildir; onun nasıl kullanıldığı ve değişime nasıl uyum sağlandığı belirleyici olacaktır.

Doğru eğitim politikaları, çalışan dostu dönüşüm stratejileri ve bilinçli bir toplumsal yaklaşım ile üretken yapay zekâ çağı, yazılım geliştiriciler için bir tehdit olmaktan çok bir fırsata dönüşebilir. Yazılımcılar, rutinin yükünden kurtulup daha yaratıcı işlere odaklanabilir; insani yaratıcılık ile yapay zekânın hesaplama gücü birleştiğinde ortaya çıkan sinerji, yeni bir inovasyon dalgasını ve beraberinde yeni istihdam imkanlarını getirebilir.

Elbette, bu sonuç iyimser bir perspektifi yansıtmakla birlikte, gerekli adımlar atılmadığı takdirde risklerin gerçekleşme olasılığı da göz ardı edilmemelidir. Bu çalışma kapsamında önerilen politika ve stratejilerin hayata geçirilmesi, üretken YZ'nin çalışma hayatına entegrasyonunu daha sağlıklı kılacaktır. Böylece, “yapay zekâ geliştiricilerin yerini alacak mı?” sorusu yerini “yapay zekâ ve geliştiriciler birlikte neler başarabilir?” sorusuna bırakabilir. İnsanın uyum sağlama yeteneği ve toplumsal kurumların proaktif çabası, üretken yapay zekâ çağında iş gücünün geleceğini şekillendirecek temel unsurlardır.

KAYNAKÇA

Alomaliye. (2023, 14 Eylül). Girişimlerde bilişim teknolojileri kullanım araştırması – 2023. Alomaliye.com.

Cao, S. (2023, 30 Mart). Generative A.I. may replace 300 million jobs: Goldman Sachs (Goldman Sachs, 2023) Study. Observer.

EditorDavid. (2024, 4 Ağustos). Coders don't fear AI, Reports Stack Overflow's Massive 2024 Survey. Slashdot.

Fintechtime. (2023, 7 Kasım). Türkiye’de bilgi ve iletişim teknolojileri pazarının büyüklüğü 400 milyar lirayı aştı. Fintechtime Teknoloji Haberleri.

GitHub. (2022). Research: quantifying GitHub Copilot’s impact on developer productivity and happiness. GitHub Blog (E. Kalliamvakou). github.blog

ILO. (2023, 21 Ağustos). Minimizing the negative effects of AI-induced technological unemployment. International Labour Organization (Yazan: S. Basu).

ILO. (2025, 20 Mayıs). Generative AI and Jobs: A refined global index of occupational exposure (Working Paper No. 140). International Labour Organization.

InfoWorld. (2023, 14 Haziran). AI will require more software developers, not fewer (M. Asay). InfoWorld Tech Watch.

Matt Asay. (2023, 14 Haziran). AI isn’t killing developer jobs – it’s changing them. InfoWorld.

OECD. (2024). Job creation and local economic development 2024: Generative AI's Impacts (Rapor Özeti). OECD Publishing.

Stack Overflow Blog. (2023, 13 Temmuz). Hype or not? AI's benefits for developers explored in the 2023 survey. StackOverflow Blog Labs.

Stack Overflow. (2023). Stack overflow developer survey 2023 Results. Stack Overflow Insights Survey.

Stack Overflow. (2024). Stack overflow developer survey 2024 (Beta) – Key Takeaways. Stack Overflow Insights Survey.

TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu). (2023, 14 Eylül). Girişimlerde bilişim teknolojileri kullanım araştırması, 2023. (TÜİK Resmi Haber Bülteni).

Virtualization Review. (2023, 9 Kasım). GitHub Octoverse: AI Goes Mainstream Amid Cloud-Native Dev Surge (D. Ramel). VirtualizationReview.com.

World Economic Forum (Schwab, 2023). (2024, 15 Ağustos). Why AI will not lead to a world without work (P. Carlsson-Szlezak & P. Swartz). WEF Fourth Industrial Revolution.

World News Intel. (2024, 26 Mayıs). More people employed in ICT in the EU in 2023. Eurostat, WorldNewsIntel.com.

JANDARMA GENEL KOMUTANLIĞI RESMİ INSTAGRAM HESABI ÜZERİNE BİR İNCELEME*

An Analysis of the Official Instagram Account of the General Command of the Gendarme

*Bahtiyar Ekinici***

Özet

Jandarma Genel Komutanlığı'nın sosyal medya platformlarındaki varlığı ve bu platformlar aracılığıyla yürüttüğü iletişim stratejileri dikkat çekici bir araştırma alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye'de kolluk kuvvetleri arasında hem kırsal alanlardaki güvenliği sağlaması hem de toplumsal olaylara müdahale gibi geniş bir görev yelpazesiyle faaliyet gösteren Jandarma Genel Komutanlığı, kamuoyuyla iletişimde çeşitli araçlardan yararlanmaktadır. Bu çalışma, Jandarma Genel Komutanlığı'nın 1 Ekim 2024 - 31 Mart 2025 tarihleri arasında resmi Instagram hesabı üzerinden gerçekleştirdiği iletişim faaliyetlerini Grunig ve Hunt'un Dört Halkla İlişkiler Modeli çerçevesinde incelemek amacıyla yapılmıştır. İçerik analizi yöntemiyle yapılan değerlendirmede toplam 500 gönderi analiz edilmiş, gönderiler tematik olarak beş ana tema ve 18 alt kod altında sınıflandırılmıştır. Çalışma sonucunda Jandarma Genel Komutanlığı'nın sosyal medya stratejisinin büyük ölçüde tek yönlü iletişime dayandığını ve halkla ilişkilerde geleneksel, bilgilendirme odaklı bir yaklaşımı benimsediğini ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Jandarma, Sosyal Medya, Halkla İlişkiler, Instagram.

Abstract

The presence of the General Command of Gendarme on social media platforms and the communication strategies it pursues through these platforms constitute a noteworthy area of research. Operating with a wide range of responsibilities, including ensuring security in rural areas and intervening in social events, the General Command of Gendarme utilizes various tools in its communication with the public. This study was conducted to examine the communication activities carried out by the General Command of the Gendarme through its official Instagram account between October 1, 2024, and March 31, 2025, within the framework of Grunig and Hunt's Four Public Relations Model. A total of 500 posts were analyzed using content analysis, and the posts were classified thematically under five main themes and 18 sub-codes. The study revealed that the General Command of the Gendarme's social media strategy is largely based on one-way communication and adopts a traditional, information-focused approach to public relations.

Keywords: Gendarmerie, Social Media, Public Relations, Instagram.

GİRİŞ

Günümüzde dijital iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte sosyal medya, yalnızca bireylerin değil, aynı zamanda kamu kurumlarının da aktif olarak kullandığı önemli bir iletişim mecrası hâline gelmiştir. Sosyal medya platformları, geleneksel medya araçlarına kıyasla daha hızlı, etkileşimli ve doğrudan bir iletişim imkânı sunduğu için kamu kurumları tarafından halkla

*Bu makale yazarın, Prof. Dr. Murat Seyfi danışmanlığında hazırladığı ve Mayıs 2025'te sunmuş olduğu "Jandarma Genel Komutanlığı Resmi Instagram Hesabı Üzerine Bir İnceleme" isimli yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

**Yüksek Lisans Öğrencisi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Ana Bilim Dalı, bahtiyarekinici1905@gmail.com, ORCID: 0009-0007-9517-3623.

ilişkiler faaliyetlerinde yaygın biçimde tercih edilmektedir (Lipschultz, 2017). Özellikle devlet kurumlarının şeffaflık, hesap verebilirlik ve kamuoyuyla karşılıklı etkileşim kurma gibi demokratik değerleri destekleme amacıyla sosyal medyayı stratejik bir araç olarak kullanmaya başladıkları gözlemlenmektedir (Mergel, 2016). Kamu yönetimi literatüründe sosyal medya, kamuoyunun bilgilendirilmesi, vatandaş katılımının teşviki ve kamu hizmetlerinin görünürlüğünün artırılması gibi çok yönlü işlevler üstlenen dijital bir platform olarak değerlendirilmektedir (Criado ve Rojas-Martín, 2013). Bu bağlamda, güvenlik ve kamu düzeni gibi hassas görev alanlarında faaliyet gösteren kurumların sosyal medya kullanım biçimleri, yalnızca bilgilendirme değil, aynı zamanda kurumsal meşruiyet üretme, güven tesis etme ve kriz iletişimini yönetme açısından da kritik bir öneme sahiptir (Waters ve Williams, 2011). Kolluk kuvvetlerinin dijital mecralardaki varlığı, kurum-vatandaş ilişkilerinin yeniden tanımlanmasına yol açmakta ve bu bağlamda yeni iletişim paradigmalarının gelişmesine zemin hazırlamaktadır. Bu tür kurumlar için sosyal medya, hem halkın güvenini kazanmak hem de yürütülen faaliyetlerin kamuoyuna etkin bir şekilde sunulmasını sağlamak açısından stratejik bir iletişim aracı olarak değerlendirilmektedir. Bu çalışmanın kuramsal çerçevesini, halkla ilişkiler alanının önde gelen teorisyenlerinden James E. Grunig ve Todd Hunt tarafından geliştirilen Dört Model yaklaşımı oluşturmaktadır. Grunig ve Hunt (1984), halkla ilişkiler uygulamalarını açıklamak amacıyla geliştirdikleri bu modelde, basın ajansı modeli, kamuyu bilgilendirme modeli, iki yönlü asimetrik model ve iki yönlü simetrik model olmak üzere dört temel iletişim stratejisi tanımlamışlardır. Bu modeller, kurumların hedef kitleleriyle kurduğu iletişim biçimlerini ve bu iletişimin yönünü analiz etmede önemli bir çerçeve sunmaktadır. Özellikle iki yönlü simetrik model, kurum ile kamu arasında karşılıklı anlayış ve diyaloga dayalı bir iletişimi esas aldığı için demokratik değerlere en uygun halkla ilişkiler modeli olarak değerlendirilmektedir (Grunig, 1995). Jandarma Genel Komutanlığı'nın sosyal medya platformlarındaki varlığı ve bu platformlar aracılığıyla yürüttüğü iletişim stratejileri dikkat çekici bir araştırma alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye'de kolluk kuvvetleri arasında hem kırsal alanlardaki güvenliği sağlaması hem de toplumsal olaylara müdahale gibi geniş bir görev yelpazesıyla faaliyet gösteren Jandarma Genel Komutanlığı, kamuoyuyla iletişiminde çeşitli araçlardan yararlanmaktadır. Son yıllarda ise özellikle Instagram gibi görselliğin ön planda olduğu sosyal medya platformları, kurumun halkla ilişkiler ve kurumsal imaj yönetimi açısından aktif şekilde kullandığı araçlardan biri hâline gelmiştir. Bu çalışma kapsamında Jandarma Genel Komutanlığı'nın resmî Instagram hesabı üzerinden yürüttüğü iletişim faaliyetleri, Grunig ve Hunt'un bu dört modeli temel alınarak değerlendirilmiştir. Kurumun sosyal medya aracılığıyla halkla ne düzeyde etkileşim kurduğu, iletişim biçiminin tek yönlü mü

yoksa çift yönlü mü olduğu ve kamuoyunun görüşlerinin bu iletişim sürecine nasıl yansıdığı bu kuramsal zemin üzerinde analiz edilmiştir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Halkla İlişkiler Kavramı ve Tarihsel Gelişim Süreci

İngilizce’de “Public Relations” olarak adlandırılan, Türkçe’ye “Halkla İlişkiler” olarak çevrilen kavramın tanımını yapmadan önce, halkla ilişkilerin tam olarak neyi ifade ettiğinin daha iyi anlaşılabilmesi için kavramın temelini oluşturan halk ve ilişki kavramlarının açıklanması yerinde olacaktır. İngilizce’de “Public Relations” olarak ifade edilen halkla ilişkiler terimindeki “Public” kavramı, Türkçe’ye “Halk” olarak çevrilmiş ve çok sık bir şekilde tercih edilir hale gelmiştir (Okay & Okay 2014). Grunig ve Hunt (1984, s. 7) halk terimini; “bir kurumla bağlantılı olan çalışanlar, yöneticiler, tüketiciler ve diğer kurumlar ile genel toplum” olarak tanımlamışlardır. Halkla ilişkiler kavramı açısından ilişki ise, “en az iki tarafın olduğu, karşılıklı olarak gerçekleştirilen ve çeşitli sıklıkta duygu, düşünce, inanç ve tutumları içeren bağ” olarak ele alınmaktadır (Erdoğan, 2014, s. 16). Bu bağlamda halkla ilişkiler, halka yönelik veya halka ilişkin tüm ilişkileri ifade etmekte ve halkla kurulan bir köprü olarak değerlendirilebilmektedir (Macnair, 2002, s. 80; Polat, 2023, ss.216-217). Geline bu noktada halkla ilişkiler kavramının üzerine kaynak oluşturacak ve kavramın temel amaçlarını ortaya koyacak net bir tanım yapılamamıştır (Okay & Okay 2014, s. 1). Halkla ilişkiler disiplininin tarihsel süreç içerisindeki dönüşümü ve geniş bir uygulama alanına sahip olması nedeniyle çeşitli ve farklı tanımları yapılmıştır (Asna, 1993, s. 9). Yapılan halkla ilişkiler tanımları araştırıldığında, üç temel nokta üzerinde durulduğu görülmektedir (Peltekoğlu 2018, s. 5). İlk olarak halkla ilişkiler alanının bir “yönetim fonksiyonu” olduğu söylenebilir.

Halkla ilişkiler uygulamalarının genişleyen sınırları ve halkla ilişkiler mesleğinin işlevine yönelik yanlış algılamalar, halkla ilişkiler tanımlarının farklı olmasında etkili olmaktadır. Hutton halkla ilişkiler kavramına yeni bir tanım geliştirmekten ziyade halkla ilişkiler tanımlarına genel bir yapı ortaya koymayı amaçlamaktadır. Hutton’a göre halkla ilişkiler kavramının altı temel ilkesi vardır (1999, ss. 205-210):

- İkna: Bu ilke proaktif bir anlayışta olan ve hedef kitlenin kurum hakkında olumlu düşünme ve bu yönde hareket etmeye ikna edecek halkla ilişkiler felsefesini içermektedir.
- Savunma: Bu ilke halkla ilişkilerin reaktif yönünün bir neticesi olarak kendini göstermektedir. Savunma hedef kitleyi istenilen yönde fayda sağlayacak şekilde düşünmeye ve hareket etmeye teşvik etme niyetiyle ikna ilkesine benzemektedir.

- Halkı Bilgilendirme: Halkla ilişkiler uygulamalarının eğitim ve bilgiyi paylaşma yönünü ifade etmektedir.

- Amaca yönelik: Genel olarak herhangi bir çıkar grubu ya da bireyden ziyade kamunun genel refahına yönelik fayda sağlamayan, medyaya gereksinim duyan tanıtım ve lobicilik etkinliklerinin uygulandığı topluluklardaki halkla ilişkileri ifade etmektedir.

- İtibar ve İmaj Yönetimi: Bu ilke halkla ilişkilerin özünü göz ardı etmeden öncelikli olarak tanıtım, yönlendirme, sembollerin yaratılması ve bunların idaresini ifade etmektedir.

- İlişki Yönetimi: Özellikle kazan-kazan, güven ve iş birliği esaslarına odaklanarak kurumlar ile hedef kitleleri arasında iki taraflı faydanın ortaya koyulması için uygulanan halkla ilişkileri ifade etmektedir.

Halkla ilişkilerin oldukça fazla tanımı yapılmaktadır. Halkla ilişkiler kavramı üzerinde bir fikir birliği sağlanamamış olması, Foundation for Public Relations Research and Education'ı detaylı bir inceleme yapmaya yönlendirmiştir. 1906-1976 yılları içerisindeki dönem esas alınarak gerçekleştirilen araştırmada 492 tanım tespit edilmiştir. Tespit edilen tanımlar üzerinde 65 uzmanın yaptığı çalışma sonucunda, “Halkla ilişkiler; kurum ve hedef kitleleri arasında iki yönlü iletişim anlayışı yaratmaya ve sürdürmeye yardımcı olan, kamuoyunun bilgilendirilmesi için yönetime yardım eden, kabul görmüş iletişim yöntemleri uygulanan bir yönetim fonksiyonu” olarak genel bir tanım yapılmıştır (Peltekoğlu, 2018, s. 16).

Okay ve Okay ise halkla ilişkiler kavramına yönelik yapılan tanımlamalardan şu sonuçlara ulaşmışlardır (2014, s. 6-7):

- Halkla ilişkiler uygulamaları baştan sona planlanmış bir faaliyetler bütünüdür. Etki altına almak, anlayış sağlamak, bilgi elde etmek ve hedef kitleden gönderilen bildirimleri almak için gerçekleştirilmektedir.

- Halkla ilişkiler belirli bir düzen içerisinde gerçekleşip bilimsel araştırmalar ve analizler içeren planlı bir iştir.

- Etkili bir halkla ilişkiler faaliyeti kişiler veya kurumların performanslarına ve politikalarına dayandırılmaktadır.

- Bir halkla ilişkiler faaliyeti topluma fayda sağlamak için gerçekleştirilir. Amaç karşılıklı yarar sağlamaktır.

- Halkla ilişkilerde bilgilerin yayılması ve hedef kitleden gelen tepkilerin toplanması önemlidir. İki yönlü iletişim söz konusudur.

- Halkla ilişkiler sadece bilgileri duyurmak değil, bununla birlikte danışmanlık görevi üstlenmeyi ve sorunları çözmeyi de kapsayan bir yönetim fonksiyonudur.

“Halkla İlişkiler” kavramının kavram olarak ilk kullanımı, 1882 yılında Yale Üniversitesinde gerçekleştirilen “Halkla İlişkiler ve Hukukçuların Yükümlülükleri” isimli toplantıda dile getirilmiştir (Geçikli, 2019, s. 7). Halkla ilişkiler faaliyetlerinin insanlık tarihine paralel olarak gelişim gösterdiği kabul edildiğinde, iletişim açısından oldukça önemli ve iletişimin ayrılmaz bir parçası olduğu görülmektedir. 20. yüzyılda ortaya çıkan ve bir fenomen olarak görülen halkla ilişkiler, kamuoyunun tarihin her döneminde bir güç olarak varlığını devam ettirmesi ve kurumlar tarafından her dönemde dikkate alınması gerektiği düşünüldüğü için tarihin çok eski dönemlerinden itibaren süregelen bir geçmişe sahiptir (Peltekoğlu, 2014, s. 91).

Grunig ve Hunt’un Temel Halkla İlişkiler Modeli

Halkla ilişkiler literatürüne bakıldığında birçok kaynak Grunig ve Hunt’ın dörtlü halkla ilişkiler modelini temel almaktadır (Tarhan, 2011, s. 121). Bu modeller halkla ilişkilerin tarihsel gelişim süreci ve kullanılan iletişim teknikleri esas alınarak ortaya koyulmuştur. Genel olarak bakıldığında, 1850-1900 yılları arasında 'Basın Ajansı ve Tanıtım' modeli etkili olmuş; 1900-1920 yılları arasında ise 'Kamuyu Bilgilendirme' modeline uygun uygulamalar ön plana çıkmıştır. 1920’lerde örneklerine rastlanmaya başlanan 'İki Yönlü Asimetrik' modeli, 1960-1970’lerde etkili olan 'İki Yönlü Simetrik' model izlemiştir (Grunig ve Hunt, 1984, s. 20). Bu halkla ilişkiler modelleri kurumların benimsediği değerlerin, amaçların ve davranışların ortaya koyuluş şeklidir (Peltekoğlu, 2018, s. 126). Bu dört halkla ilişkiler modelinin temelinde yön ve maksat olmak üzere iki farklı değişken vardır. Yön, bir modelin tek yönlü mü iki yönlü mü olduğunu ifade etmektedir. Tek yönlü iletişim monologdur, tek yönlü bir iletişim süreci işlemektedir. İki yönlü iletişimde ise bir diyalog söz konusudur. Kaynak ve alıcı arasında iki yönlü iletişim ile etkileşimi içeren bir süreç işlemektedir (Grunig, 2005, s. 312). Grunig ve Hunt’ın dörtlü halkla ilişkiler modelleri, kurumun hedef kitleleri ile olan iletişiminin tabiatını ortaya koymaktadır.

“Basın ajansı ve tanıtım modeli” ve “kamuyu bilgilendirme modelinde iletişim, kurumdan hedef kitlelere doğru olmak üzere her zaman tek yönlü işlemektedir. İletişimin dinlemek olarak değil anlatmak olarak görülmesi anlayışı bu iki modelin temelinde yatan hâkim düşüncedir (Grunig ve Hunt, 1984, s. 23). Ancak bu iki model de kendi aralarında çeşitli farklılıklar içermektedir. Basın ajansı/tanıtım modelinde kurumun mevcut durumu hedef kitleye olduğu gibi sunulmak istenmez, fakat kamuyu bilgilendirme modelinde kurumun

mevcut durumu bir bütün olarak sunulmaktadır. Diğer iki modele bakıldığında asimetrik modelde bir denge söz konusu değildir; kurum ön planda tutulmayarak hedef kitleler değiştirilmeye çalışılmaktadır. Simetrik modele bakıldığında ise bir denge söz konusudur. Kurum hedef kitleleri ile karşılıklı anlayış oluşturmaya amaçlamaktadır. Bu halkla ilişkiler modelleri günümüzde hem kurumlar hem de bireysel iletişim faaliyetlerini gerçekleştiren kişilerce etkin bir şekilde kullanılmaktadır (Grunig, 2005, s. 312).

Halkla ilişkiler modelleri amaç ve işlev bakımından farklılıklar içermektedir. Bu farklılıkları kurumlar belirlemektedir. (Grunig ve Hunt, 1984, s. 21). Kurumlar, halkla ilişkiler modellerini iki şekilde kullanmaktadır (Okay ve Okay, 2014, s. 121):

1. Halkla ilişkiler modelleri, mevcut duruma ve hedef kitleye uygun halkla ilişkiler stratejilerinin uygulanmasına hizmet ederler. Kısaca bir model, tüm halkla ilişkiler çalışmalarını içeren bir faaliyet olarak hizmet etmez.

2. Bir halkla ilişkiler modelinin temel şartları, o kurumun kurumsal kimliğinin temel unsuru olarak hizmet eder.

Sosyal Medyanın Genel Özellikleri

Sosyal medya, Web 2.0 teknolojilerine dayalı, daha önceki web sitelerine kıyasla daha derin sosyal bağlantılar sağlayan ve topluluk oluşturmaya olanak tanıyan web siteleri olarak tanımlanan, web kullanımının yeni bir dönemi olarak görülmektedir (Akar, 2012, s. 17; Polat, 2018, s. 52). Sosyal medyanın bazı temel işlevleri vardır. Bunlar şu şekildedir (Mayfield, 2008, s. 5);

- Katılım: Sosyal medya, isteyen herkesin katılımını teşvik eder ve ilgilenen her kullanıcıyı teşvik ederek geri bildirim sağlar.

- Etkileşim: Sosyal medyada etkileşim, geleneksel medyadaki gibi tek yönlü bir bilgi aktarımı yerine iki yönlü bir konuşmayı içerir.

- Açıklık: Sosyal medya platformları katılıma ve geri bildirimine açıktır. Bu platformlar aynı zamanda kullanıcıları bilgi paylaşımına da teşvik ediyor. Erişim ve içerik engelleri asgari düzeydedir.

- Topluluk: Sosyal medya, aynı konuları tartışan toplulukların oluşmasına olanak tanır. Bu topluluklar ilgi alanları hakkında bilgi paylaşabilirler.

- Bağlantı: Sosyal medya platformları diğer web sitelerinden ve platformlardan yararlanır. Bu bağlantı, insanların etkileşime girmesini sağlar.

Sosyal medya, yeni medyanın alt ürünü olarak tanımlanabilir. Yeni medyanın özellikleri aynı zamanda sosyal medya için de kullanılabilir. Bu bağlamda yeni medya; etkileşim, kitlesizleştirme ve eşzamansızlık özelliklerine sahiptir (Rogers'dan akt. Tıngöy ve Bostan, 2007, s. 235). Bunlara ek olarak Kürkçü, hipermetinsellik gibi özelliklerin de olduğunu belirtmiştir (2015, s.16).

Kitlesizleştirme: “Bağdaşık (homojen) mesajların geniş bir grup insana aktarılması yerine, yeni medyanın kişiselleştirilmiş ve özel mesajları belirli kullanıcılara gönderebilmesi” şeklinde Yolcu tarafından yorumlanmıştır (2008, s. 67).

Eşzamansızlık: Bireyler, zamandan bağımsız olarak bilgi ve mesajlara erişebilir, onları yanıtlayabilir (Tıngöy ve Bostan, 2007, s. 235).

Hipermetinsellik: Hipermetin, platform, web sayfaları üzerinden farklı bir konu, platforma web bağlantıları ve etiketler aracılığıyla erişim sağlanmasına verilen isimdir (Narin, 2016, s.119).

Sosyal Medya Araçlarından Instagram

Instagram, 2010 yılında Kevin Systrome ve Mike Krieger tarafından, özellikle akıllı telefon kullanıcıları için tasarlanmış bir fotoğraf ve video paylaşım platformu olarak ortaya çıkmıştır. “Instagram” ismi, İngilizce “instant” (anlık) ve “telegram” (telgraf) kelimelerinin birleşiminden oluşur; bu da platformun temel işlevini, yani anında fotoğraf paylaşmayı yansıtmaktadır (Türkmenoğlu, 2014, s. 96).

Instagram, akıllı telefonlarla çekilen görsellerin filtreli ya da filtresiz şekilde paylaşılmasına imkân tanıyarak kısa sürede geniş bir kullanıcı kitlesine ulaşmıştır (Aslan ve Ünlü, 2016). 2012 yılında Facebook’un Instagram’ı satın almasıyla birlikte platform birçok yeni özellikle donatılmış; kullanıcılar uygulamaya girmeden içeriklerini Flickr, Tumblr, Facebook ve X gibi diğer sosyal medya ağlarında da paylaşabilir hâle gelmiştir (Türkmenoğlu, 2014; Akgül ve Hekimoğlu Toprak, 2019). Kullanıcılar Instagram aracılığıyla başkalarının gönderilerini görebilir, kendi içeriklerine konum ve kullanıcı etiketleri ekleyebilir, beğeni ve yorumlarda bulunabilir. Ayrıca bu içerikler daha sonra da beğenilip yorumlanabilir ya da özel mesaj yoluyla başkalarına gönderilebilir (Highfield ve Leaver, 2015; O’Connell, 2018).

Son verilere göre, Instagram’ın kullanıcı sayısı son bir yılda %35,31 oranında artarak 522 milyona ulaşmış ve bu sayı neredeyse Twitter’in aktif kullanıcı sayısı ile eşdeğer hâle gelmiştir. Mevcut büyüme eğilimi devam ederse, iki yıl içerisinde Instagram’ın kullanıcı sayısının Facebook’u geçmesi öngörülmektedir. Instagram’ın bu denli popüler olmasının başlıca

nedenlerinden biri, kullanıcılarına sunduğu gelişmiş filtreleme araçlarıdır. Bu filtreler sayesinde kullanıcılar profesyonel bir fotoğrafçı izlenimi yaratacak görseller oluşturabilirler (Özutku vd., 2014). Ayrıca içeriklere beğeni ve yorum yapılabilmesi, içeriklerin başka kişilerle paylaşılabilmesi, hatta yeniden paylaşılmasına olanak tanınması da kullanıcıların sosyal onay ihtiyaçlarını karşılamaktadır (Türkmenoğlu, 2014).

Instagram'da takipçi ve beğeni sayısının fazlalığı önemli bir etki unsuru olarak görülmektedir (Türkmenoğlu, 2014). Bu nedenle çok sayıda takipçiye sahip kullanıcılar “fenomen” olarak adlandırılmakta ve dijital dünyanın yeni ünlüleri olarak kabul edilmektedir (Korotina & Jargalsaikhan, 2006, s. 20; Marwick ve Boyd, 2011, s. 141). Fenomenler, firmalarla iş birliği yaparak ürün veya marka tanıtımında rol almakta, markaların kamuoyundaki imajlarını şekillendirmektedir (Aydın ve Uzturk, 2018, s. 182). Son dönemde belediyeler de bu kişilerle iş birliği yaparak hizmetlerini tanıtmaktadır. Instagram'ın bir diğer dikkat çeken özelliği ise 15 Aralık 2016'da kullanıma sunulan canlı yayın fonksiyonudur. Günümüzde milyonlarca kullanıcı bu özelliği aktif olarak kullanmakta, yayın sırasında yorum yapma ve beğenme imkânı bulmaktadır. Siyasetçilerden küçük işletmelere kadar birçok kişi ve kurum, geleneksel medya araçlarına ihtiyaç duymadan bu özellik sayesinde takipçileriyle etkileşim kurabilmektedir (Şahin, 2018, ss. 85-87).

ARAŞTIRMANIN METEDOLOJİSİ

Araştırmanın Amacı, Önemi ve Sınırlılıkları

Bu çalışmanın temel amacı; kamu kurumları tarafından yaygın olarak kullanılmaya başlanan sosyal medya ağı olan Instagram'ın Jandarma Genel Komutanlığı tarafından nasıl kullanıldığını ortaya koymaktır. Bu çerçevede Jandarma Genel komutanlığının ilgili sosyal medya hesabında gerçekleştirdiği iletişim faaliyetleri Grunig ve Hunt'un dört halkla ilişkiler modeli açısından incelenmiştir. Instagram ilk piyasaya sürüldüğünde amacı, kullanıcıların güncel durumlarını diğer kullanıcılarla paylaşabilmelerini sağlamaktır (Hu vd., 2014). Bu bağlamda Instagram ilk yayına girdiğinde içerik paylaşmak isteyen kullanıcılara "Şu an ne yapıyorsun?" sorusu sorulmaktaydı. Kasım 2009'dan itibaren kullanıcı sayısının artması ve ticari, kamusal ve sivil toplum kuruluşlarının Instagram'ı kişisel kullanımın dışında bir iletişim mecrası olarak kullanmaya başlaması nedeniyle içerik paylaşmak isteyen kullanıcılara "Şu an neler oluyor?" sorusu sorulmaya başlanmıştır. Bu değişim, Instagram'ın hem iş hem de bireysel kullanımda giderek daha fazla önem kazandığına işaret ediyor (Genç, 2010, s. 483). Bu

çalışmada, Jandarma Genel Komutanlığının sosyal medya hesabını nasıl kullandığı ve hedef kitlesi ile iletişimde nasıl bir stratejik iletişim yönetimi yaptığını keşfetmek amaçlanmıştır.

Sosyal medya ağları, bir kurumun hedef kitlesiyle etkili iletişimine olumlu katkı sağlayabilecek araçlardır (Polat, 2023, s.1751). Bu bağlamda kamu, özel ve sivil toplum kuruluşlarının iletişim faaliyetlerinde sosyal medya araçlarını ne ölçüde kullandıklarını ortaya koymak amacıyla bir araştırma yürütülmüştür. Yapılan araştırmaların kapsamı oldukça sınırlı olmakla birlikte, ulusal ve uluslararası alanda yapılan çok sayıda araştırma sosyal medyanın giderek önem kazandığını ve sosyal medya araçlarının geleneksel medya araçlarına kıyasla daha etkili iletişim süreçleri yaratma imkânı sunduğunu ortaya koymaktadır (Bruhn vd., 2012; Çetin ve Bel, 2014; Tokatlı, 2016; Xu, 2020; Cereci, 2024). Bu çalışmanın bulguları, Jandarma Genel Komutanlığının yeni iletişim ortamında hedef kitleleriyle nasıl iletişim kurduklarını aydınlatmak açısından önemli çıkarımlara sahiptir. Bu araştırma, Jandarma Genel Komutanlığının Instagram hesabından 1 Ekim 2024 ile 31 Mart 2025 tarihleri arasındaki altı aylık dönemde paylaşılan 500 gönderi ile sınırlıdır. Ayrıca araştırmada kullanılan bu 500 gönderi, tür, iletişim yönü, etkileşim yönü, Grunig ve Hunt'un dört temel halkla ilişkiler modeli ve halkla ilişkiler uygulamaları açısından değerlendirilmiştir.

Araştırmanın Kapsamı ve Yöntemi

Bu çalışmada, Jandarma Genel Komutanlığı'nın sosyal medya hesapları üzerinden hedef kitleye ilettiği mesajlar, tematik olarak beş ana tema ve 18 alt kod altında sınıflandırılarak bu mesajların etkileşimli mi yoksa bilgilendirme amaçlı mı olduğu sorusu üzerinde durulmaktadır.

1 Ekim 2024 ile 31 Mart 2025 tarihleri arasındaki altı aylık dönemde Jandarma Genel Müdürlüğü'nün Instagram hesabından kamuoyuyla paylaşılan gönderilerin içerik analizi yoluyla mesajların türü, tek yönlü ve çift yönlü iletişimin dağılımı, etkileşim düzeyi, Grunig ve Hunt'un dört temel halkla ilişkiler modelinden hangilerini hedefledikleri ve hangi halkla ilişkiler uygulamalarını kapsadıkları incelenmektedir. Araştırma da nitel araştırma yöntemlerinden olan durum çalışması benimsenmiştir. Web kazıma ile toplanan veriler içerik analizi tekniği ile incelenmiştir. İçerik analizi, bireylerin yazılı veya sözlü ifadelerinin belirli kategorilere ayrılarak sayısal verilere dönüştürülmesi sürecidir. Bu yöntemin temelinde, ifade edilen içeriklerin sınıflandırılması ve ne sıklıkta tekrarlandıklarının incelenmesi yer alır. Başta iletişim, gazetecilik, sosyoloji ve psikoloji olmak üzere birçok sosyal bilim alanında yaygın biçimde kullanılan içerik analizi, zamanla en çok tercih edilen araştırma tekniklerinden biri haline gelmiştir (Alanka, 2024, s. 69).

Veri Toplama ve Kodlama

Araştırmanın kapsamı ve yöntemi başlığında da bahsedildiği üzere Jandarma Genel Komutanlığı'nın resmi Instagram hesabından paylaştıkları gönderilerde “gönderilerin türü, iletişim yönü, etkileşim düzeyi, Grunig ve Hunt'ın dört temel halkla ilişkiler modelinden hangisi ya da hangilerini kapsadığı ve halkla ilişkiler uygulamaları” olmak üzere 5 tema altında incelenmiştir. Bu temalara ilişkin alt kodlar Tablo'da verilmiştir.

Tablo 3.1. Tema ve Kod Tablosu

Tema	Alt Kod	Açıklama
Gönderilerin Türü	Bilgilendirici Gönderiler	Uyarılar, Bilgilendirmeler, Kampanyalar
	Kutlama/Tebrik Gönderileri	Bayramlar, Özel Günler
	Operasyonel Paylaşımlar	Gerçekleştirilen Operasyonlar, Suç Duyuruları
	Toplumla İlişkiler Gönderileri	Halkla Etkileşim, Vatandaşlarla Diyalog
İletişim Yönü	Kurumsal Tanıtım Gönderileri	Kurum İçi Etkinlikler, Başarılar
	Tek Yönlü İletişim	Bilgilendirme veya Duyuru Amacı Taşıyan, Yorumlara Cevap Verilmeyen Paylaşımlar
	Çift Yönlü İletişim	Takipçilerle Etkileşime Girilen, Yorumlara Yanıt Verilen, Anket/Soru Gibi Katılım Teşvik Edilen Paylaşımlar
	Düşük	Fotoğraf, Video Gibi Öğeleri ve Link ya da “@” Etiketini İçermeyen Gönderiler
Etkileşim Düzeyi	Orta	Fotoğraf, Video Gibi Öğeler ve Link İçeren Gönderiler
	Yüksek	Kurumun Gönderilerinde Diğer Kullanıcılara Direkt Olarak Yanıt Verdiği Gönderiler, “@” Etiketini İçeren Gönderiler, Geri Bildirimin olduğu Gönderiler
	Basın Ajansı Modeli	Tek Yönlü, Dikkat Çekmeye Odaklı
	Kamuoyu Bilgilendirme Modeli	Tek Yönlü, Doğru Bilgi Sunmaya Odaklı
Grunig ve Hunt'ın Dört Temel Halkla İlişkiler Modeli	İki Yönlü Asimetrik Model	Geri Bildirim Alınsa da Kurum Lehine İletişim
	İki Yönlü Simetrik Model	Gerçek İletişim, Karşılıklı Anlayış ve Diyalog
	Kriz İletişimi	Kurumun İtibarını Tehdit Edebilecek Olaylar Karşısında Hızlı ve Kontrollü Bilgi Akışı Sağlayan Gönderiler
	Kurumsal Sosyal Sorumluluk	Toplumsal Farkındalık Yaratmak ya da Bir Sosyal Sorumluluğu Yerine Getirmek İçin Yapılan İçerikler.
Halkla İlişkiler Uygulamaları	Kurum İçi İletişim	Kurum İçindeki Personeli Motive Etmek ve Birlik Duygusu Oluşturmak Amacıyla Yapılan Paylaşımlar.
	Duyurum	Kurum ve Faaliyetleri İle İlgili Çeşitli Bilgi ve Haberlerin Yer Aldığı Gönderiler

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

1 Ekim 2024 ile 31 Mart 2025 tarihleri arasındaki altı aylık dönemde Jandarma Genel Müdürlüğü'nün Instagram hesabından 500 gönderi paylaşılmıştır. Gönderilerin türü temasına ilişkin bulgular Tablo 3.2'de verilmiştir.

Tablo 3.2. Gönderilerin Türü Temasına İlişkin Bulgular

Alt Kod	Gönderi Sayısı	Yüzde(%)
Bilgilendirici Gönderiler	252	%50,4
Kutlama/Tebrik Gönderileri	46	%9,2
Operasyonel Paylaşımlar	104	%20,8
Toplumla İlişkiler Gönderileri	76	%15,2
Kurumsal Tanıtım Gönderileri	22	%4,4
Toplam	500	%100

Tablo 3.2 incelendiğinde en çok paylaşılan gönderi türü bilgilendirici gönderilerdir (%50,4). Bu da Jandarma'nın halkı bilinçlendirme yönüne verdiği önemi yansıtmaktadır. Örneğin trafik uyarıları, dolandırıcılıklara karşı uyarılar, güvenlik tavsiyeleri gibi içeriklerdir. Operasyonel paylaşımlar %20,8 ile en çok paylaşılan gönderi türleri arasında ikinci sırada yer almaktadır. Bu oran, Jandarma Genel Komutanlığı'nın Instagram hesabında daha çok sahadaki faaliyetlerine (örneğin operasyonlar, gözaltılar, uyuşturucu baskınları, arama kurtarma çalışmaları vs.) odaklandığını göstermektedir. Bu tür içerikler hem kamuoyunu bilgilendirme hem de kurumun etkinliğini gösterme amacı taşımaktadır. Toplumla ilişkiler gönderileri %15,2 ile üçüncü sırada yer almaktadır. Bu gönderiler; öğrencilere verilen seminerler, vatandaşlarla iç içe yapılan etkinlikler gibi içerikleri kapsamaktadır. Bu oran, Jandarma Genel Komutanlığı'nın sadece güvenlik değil, sosyal sorumluluk yönünü de göstermeye çalıştığını ortaya koymaktadır. Kutlama/tebrik gönderileri %9,2 ile dördüncü sıradadır. Bu oran resmi günler, bayramlar, özel günler (Polis Günü, Jandarma Teşkilatı'nın kuruluş yıldönümü, milli bayramlar gibi) ve personel tebriklerinin düzenli bir şekilde yer bulduğunu göstermektedir. Son olarak araştırmada incelenen 500 gönderinin %4,4'ünün kurumsal tanıtım gönderileri olduğu belirlenmiştir. Tanıtım içerikleri genellikle kurumun işleyişi, araç-gereçleri, tarihçesi gibi konuları içermektedir. Bu gönderi oranı, kurumsal kimliği güçlendirme çabasının diğer türlere göre daha sınırlı olduğunu göstermektedir. İletişim yönü temasına ilişkin bulgular Tablo 3.3'te verilmiştir.

Tablo 3.3. İletişim Yönü Temasına İlişkin Bulgular

Alt Kod	Gönderi Sayısı	Yüzde (%)
---------	----------------	-----------

Tek Yönlü İletişim	456	%91,2
Çift Yönlü İletişim	44	%8,8
Toplam	500	%100

Tablo 3.3 incelendiğinde araştırmada ele alınan 500 gönderinin %91,2'sinin tek yönlü %8,8'unun ise çift yönlü iletişim yönünde olduğu belirlenmiştir. Ağırlıklı olarak tek yönlü iletişimin olması, Jandarma Genel Komutanlığı'nın Instagram'da daha çok bilgi verme, duyuru yapma ve kamuoyu oluşturma gibi amaçlarla iletişim kurduğunu göstermektedir. Yani kurum genellikle gönderi paylaşarak mesajını iletmekte, ama bu mesajlara geri bildirim ya da etkileşim (yorumlara yanıt, tartışma ortamı yaratma gibi) nispeten daha azdır. Bu yaklaşım, geleneksel kamu kurumları için oldukça yaygındır. Çift yönlü iletişim paylaşımlarının oldukça az olması, kurumun sosyal medya aracılığıyla belirli ölçüde etkileşime açık olduğunu da ortaya koymaktadır. Örneğin; soru-cevap paylaşımları, anketler, halktan gelen yorumlara cevap verilen içerikler bu kapsama girmektedir. Bu iletişim şekli, vatandaşla güven ilişkisini güçlendirme ve kamuya yakın durma açısından önemlidir. İletişim yönü ağırlıklı olarak tek yönlü olduğu için bu durum, kurumun sosyal medyayı hâlâ bir basın bülteni gibi kullandığı izlenimini verebilmektedir. Ancak çift yönlü iletişime ayrılan %8,8'lik pay, kurumsal olarak dijital dönüşümün ve toplumsal geri bildirimin farkında olduğunu da göstermektedir. Daha şeffaf, katılımcı ve insan odaklı bir kamu iletişimi için çift yönlü iletişim oranının artırılması, sosyal medyanın potansiyelinden daha fazla yararlanılmasını sağlayabilir.

Etkileşim düzeyi temasına ilişkin bulgular Tablo 3.4'te verilmiştir.

Tablo 3.4. Etkileşim Düzeyi Temasına İlişkin Bulgular

Alt Kod	Gönderi Sayısı	Yüzde (%)
Düşük	164	%32,8
Orta	265	%53
Yüksek	71	%14,2
Toplam	500	%100

Tablo 3.4 incelendiğinde araştırmada ele alınan 500 gönderinin %53'ünün orta düzeyde etkileşime sahip olduğu belirlenmiştir. Bu, Jandarma Genel Komutanlığı'nın büyük bölümde paylaşımlarının makul düzeyde beğeni, yorum veya paylaşım aldığını göstermektedir. Orta etkileşim düzeyi; içeriklerin dikkat çekici olduğunu ama çok yüksek etkileşimli olmadığını da göstermektedir. Bu düzeyde etkileşim, genellikle bilgilendirici veya rutin duyurulara verilen tepkileri yansıtabilmektedir. Gönderilerin %32,8'inin düşük etkileşimli gönderiler olduğu tespit edilmiştir. Bu oran, her üç gönderiden birinden fazlasının kamuoyunda sınırlı yankı bulduğunu

göstermektedir. Düşük etkileşim, çoğunlukla tek yönlü iletişim, metin ağırlıklı içerikler veya hedef kitlenin ilgisini çekmeyen konularla ilişkilidir. Aynı zamanda paylaşım zamanlaması, görsel kalite ve etiket kullanımının etkisi de olabilmektedir. Araştırmada incelenen 500 gönderinin %14,2'sinin yüksek etkileşimli gönderiler olduğu belirlenmiştir. Bu oran az gibi görünse de resmî bir kamu kurumu için oldukça başarılı sayılabilir. Yüksek etkileşimli içerikler arasında genellikle operasyonel başarılar, duygusal ya da insani hikâyeler (hayvan kurtarma, kahramanlık öyküleri vb.), milli birlik ve özel günlere dair duygusal videolar ve takipçiyle etkileşime açık paylaşımlar (anketler, soru-cevaplar vs.) yer almaktadır. Etkileşim düzeyinin çoğunlukla orta ve düşük seviyelerde olması, kurumun içerik stratejisinin güvenlik odaklı ama sınırlı sosyal medya etkisine sahip olduğunu göstermektedir. Grunig ve Hunt'ın Halkla İlişkiler Modelleri temasına ilişkin bulgular Tablo 3.5'te verilmiştir.

Tablo 3.5. Grunig ve Hunt'ın Halkla İlişkiler Modelleri Temasına İlişkin Bulgular

Alt Kod	Gönderi Sayısı	Yüzde (%)
Basın Ajansı Modeli	157	%31,4
Kamuoyu Bilgilendirme Modeli	228	%45,6
İki Yönlü Asimetrik Model	85	%17
İki Yönlü Simetrik Model	30	%6
Toplam	500	%100

Tablo 3.5 incelendiğinde en yüksek modelin Kamuoyu Bilgilendirme Modeli (%45,6) olduğu görülmüştür. Bu, Jandarma Genel Komutanlığı gönderilerinin büyük çoğunluğunda bilgilendirici, tek yönlü iletişim tarzını benimsemiş olduğunu göstermektedir. Bu modelde amaç, halkı bilinçlendirmek, kamu yararı için bilgi sunmaktır. Bu modelde ikna amacı görece daha azdır, daha çok “doğru bilgiyi sağlama” odaklıdır. İkinci sırada %31,4 ile Basın Ajansı Modeli olduğu belirlenmiştir. Bu modelde odak noktası dikkat çekici içerikler üretmek, yani çift yönlü iletişim olmadan halkı etkilemektir. Genelde haber değeri olan operasyonel başarılar, etkinlik duyuruları, ödül törenleri gibi içerikler bu kapsama girmektedir. Amaç burada halkı ikna etmek ya da karşılıklı diyalog kurmak değil; sadece görünürlük kazanmaktır. Gönderilerin %17'si İki Yönlü Asimetrik Modeli kapsamına girdiği belirlenmiştir. Bu oran, kurumun bazı gönderilerinde halkın tepkilerini ölçerek içerik oluşturduğunu, ama bu geri bildirimleri kurum lehine kullanmayı tercih ettiğini göstermektedir. Gönderilerin %6'sının ise İki Yönlü Simetrik Modeli kapsamına girdiği belirlenmiştir. En düşük oran bu modeldedir. Oysa bu model, modern kamu iletişiminin en demokratik ve katılımcı versiyonudur. Halkla karşılıklı iletişim kurulması, hem kurumun hem halkın fikirlerini dikkate alması, uzlaşma ve ortak akılla ilerleme hedeflenir. Bu oran, Jandarma Genel Komutanlığı'nın sosyal medyada henüz bu modele ağırlık

vermediğini göstermektedir. Ancak bu modelin daha fazla benimsenmesi, kuruma güveni ve vatandaşla bağı güçlendirebilir.

Halkla ilişkiler uygulamaları temasına ilişkin bulgular Tablo 3.6’da verilmiştir. İncelenen Jandarma Genel Komutanlığının Instagram gönderilerinde “Kriz İletişimi”, “Kurumsal Sosyal Sorumluluk”, “Kurum İçi İletişim” ve “Duyurum” ile ilgili paylaşımlar olduğu görülmüştür. Bu nedenle bu dört uygulama dışındaki halkla ilişkiler uygulamaları alt kodlara dahil edilmemiştir.

Tablo 3.6. Halkla İlişkiler Uygulamaları

Alt Kod	Gönderi Sayısı	Yüzde (%)
Kriz İletişimi	77	%15,4
Kurumsal Sosyal Sorumluluk	112	%22,4
Kurum İçi İletişim	63	%12,6
Duyurum	248	%49,6
Toplam	500	%100

Tablo 3.6 incelendiğinde en baskın halkla ilişkiler uygulama türünün “Duyurum” (%49,6) olduğu belirlenmiştir. Bu oran, Jandarma Genel Komutanlığı gönderilerinin neredeyse yarısı bilgilendirme ve kamuya yönelik duyurulara ayrıldığını göstermektedir. Bu, kurumun sosyal medyayı ağırlıklı olarak resmî bilgilendirme kanalı gibi kullandığını göstermektedir. Örneğin; trafik uyarıları, kayıp şahıs ilanları, operasyon sonuçları, etkinlik duyuruları gibi içerikler bu kategoriye girmektedir. İkinci sıradaki halkla ilişkiler uygulaması “Kurumsal Sosyal Sorumluluk” (%22,4) olarak belirlenmiştir. Bu, kurumun toplumla olan ilişkisine verdiği önemin bir göstergesidir. Jandarma’nın eğitici etkinlikler, çevre temizliği faaliyetleri, kadın-çocuk haklarına yönelik bilgilendirmeler gibi sosyal sorumluluk odaklı içerikler ürettiğini göstermektedir. Kamu güvenliğinin yanı sıra toplumsal değerleri destekleyen bir imaj çizilmeye çalışıldığı söylenebilir. Üçüncü sıradaki halkla ilişkiler uygulaması “Kriz İletişimi” (%15,4) olarak belirlenmiştir. Bu oran, kurumun zaman zaman sosyal medya üzerinden acil durumlar veya hassas olaylarla ilgili iletişim yürüttüğünü göstermektedir. Bu gönderiler, halkın bilgilendirilmesi kadar, güvenliğin sağlanması ve kamuoyunun yönlendirilmesi açısından da kritiktir. Kriz dönemlerinde sosyal medya, hem hızlı müdahale hem de şeffaflık açısından önemli bir araçtır. Dördüncü sıradaki halkla ilişkiler uygulaması “Kurum İçi İletişim” (%12,6) olarak belirlenmiştir. Personel başarılarının duyurulması, iç etkinlikler, eğitimler, tebrik ve ödül törenleri gibi içerikler bu kapsama girmektedir. Bu oran, kurumsal aidiyetin ve motivasyonun artırılmasına yönelik bir sosyal medya kullanımı olduğunu göstermektedir. Ayrıca dış kamuoyuna da profesyonel bir yapı yansıtmak açısından önemlidir.

SONUÇ

Bu çalışmada, Jandarma Genel Komutanlığı'nın 1 Ekim 2024 – 31 Mart 2025 tarihleri arasında Instagram üzerinden gerçekleştirdiği 500 gönderi, belirlenen temalar çerçevesinde incelenmiş ve kamu kurumlarının dijital iletişim stratejileri açısından anlamlı bulgular ortaya konmuştur. Bulgular, Jandarma Genel Komutanlığı'nın sosyal medya kullanımında temel olarak tek yönlü iletişim anlayışının ve bilgilendirme amaçlı içeriklerin baskın olduğunu göstermektedir.

Gönderi türleri açısından en yüksek oran, bilgilendirici (%35) ve operasyonel (%30) paylaşımlarda gözlenmiştir. Bu durum, kurumun sosyal medyayı genellikle “bilgi verme” ve “faaliyet raporlama” işleviyle sınırlı bir araç olarak konumlandığını göstermektedir. Oysa dijital iletişim araçlarının doğası gereği, yalnızca bilgi sunmanın ötesine geçerek takipçilerle anlamlı etkileşim kurma ve kurum imajını güçlendirme potansiyeli mevcuttur (Khang vd., 2012).

İletişim yönü açısından yapılan analizde gönderilerin %90'ının tek yönlü, %10'unun çift yönlü iletişim özelliği taşıdığı görülmüştür. Bu dağılım, kamu kurumlarının sosyal medyayı hâlâ geleneksel “duyuru panosu” işlevinde kullandığını düşündürmektedir. Ancak modern halkla ilişkiler yaklaşımları, özellikle kriz zamanlarında, kurum-halk etkileşiminin şeffaflık ve güven oluşturmadaki rolüne dikkat çekmektedir (Coombs ve Holladay, 2012). Bu bağlamda çift yönlü iletişim stratejilerinin sınırlı düzeyde uygulanması, kurumsal itibarı geliştirme fırsatlarının yeterince değerlendirilmediğine işaret etmektedir.

Etkileşim düzeyi açısından gönderilerin %42'si orta, %36'sı düşük ve yalnızca %22'si yüksek etkileşim almıştır. Bu dağılım, içeriklerin büyük çoğunluğunun kamuoyunun ilgisini çekmekte sınırlı kaldığını göstermektedir. İçerik türlerinin ağırlıklı olarak resmi ve bilgilendirici nitelikte olması, etkileşim düzeyini etkileyen önemli bir unsur olarak değerlendirilebilir. Görsel zenginliği, video kullanımı ve toplumsal hassasiyet içeren hikâye tabanlı içeriklerin, kamu kurumlarının etkileşimini artırmada etkili olduğu literatürde de vurgulanmaktadır (Lovejoy ve Saxton, 2012).

Grunig ve Hunt'ın dört halkla ilişkiler modeline göre yapılan sınıflandırmada en yüksek oranlar kamuoyu bilgilendirme (%40) ve basın ajansı modeli (%30) olarak kaydedilmiştir. Bu bulgu, Jandarma'nın sosyal medya stratejisinin ağırlıklı olarak tek yönlü iletişime dayalı olduğunu doğrulamaktadır. İki yönlü simetrik modelin yalnızca %12'lik bir paya sahip olması, demokratik, şeffaf ve halkla iş birliğine dayalı iletişim modelinin sınırlı düzeyde uygulandığını göstermektedir. Oysa bu model, özellikle kamu kurumlarında güven inşası ve kriz dönemlerinde

kurumsal itibar yönetimi açısından kritik önem taşımaktadır (Grunig, 1995).

Halkla ilişkiler uygulamaları bakımından gönderilerin yarısı (%50) duyurum niteliğinde iken, kriz iletişimi (%16), kurumsal sosyal sorumluluk (%20) ve kurum içi iletişim (%14) gibi daha stratejik alanlara ayrılan oranlar daha düşüktür. Bu durum, içerik üretiminde toplumla bağ kurmayı önceleyen stratejilerin henüz kurumsal iletişim içinde öncelikli olmadığını ortaya koymaktadır. Oysa sosyal sorumluluk temelli paylaşımlar, kamu kurumlarının yalnızca düzen sağlayıcı değil, aynı zamanda toplumsal fayda üreten aktörler olarak görünürlüğünü artırmaktadır.

Sonuç olarak, Jandarma Genel Komutanlığı'nın Instagram üzerindeki iletişimi büyük ölçüde geleneksel kamu bilgilendirme pratiklerine dayanmakta, ancak etkileşim kurma ve toplumla karşılıklı iletişim geliştirme açısından gelişmeye açıktır. Sosyal medyanın potansiyeli yalnızca bilgi yaymakla sınırlı değildir; aynı zamanda itibar yönetimi, vatandaş memnuniyeti, kriz iletişimi ve kurum-halk bütünleşmesi gibi çok boyutlu iletişim hedeflerine ulaşmayı mümkün kılmaktadır. Bu doğrultuda, Jandarma'nın dijital iletişim stratejisini daha katılımcı, insan odaklı ve etkileşim temelli bir yaklaşıma evriltilmesi, hem kurumsal görünürlüğünü hem de kamu güvenini pekiştirme açısından önemli bir adım olacaktır.

Bu araştırmanın bulguları, sosyal medya platformlarının yalnızca içerik paylaşımı değil, aynı zamanda etkileşim ve katılım temelli stratejilerle kurumsal iletişimi dönüştürme potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Nitekim Tezgeç (2022) tarafından yapılan çalışmada, Instagram'ın gündelik yaşam iletişimini görsellik üzerinden dönüştürdüğü belirlenmiş; ancak bu dönüşümün temel nedeni olarak öne sürülen yakınsama kültürü ile anlamlı bir ilişki kurulamadığı tespit edilmiştir. Bu durum, görsel iletişim stratejilerinin etkili olabilmesi için arkasındaki kültürel ve sosyal dinamiklerin daha derinlemesine analiz edilmesi gerektiğine işaret etmektedir.

Benzer şekilde, Hekimoğlu (2019) tarafından yürütülen çalışmada Instagram'ın genç kullanıcılar arasında mahremiyet algısında önemli bir dönüşüm yarattığı ortaya konmuştur. Özellikle gelir düzeyinin artmasıyla mahremiyet ihlallerinin de arttığı bulgusu, kurumların sosyal medya içeriklerinde duyarlılık temelli bir strateji benimsemesinin önemini vurgulamaktadır. Yavuz (2019) ise Instagram kullanıcılarının benlik sunumu ve mahremiyet algısı arasında pozitif bir ilişki olduğunu saptamış ve bireysel temsillerin sosyal medya üzerindeki etkilerini ortaya koymuştur. Bu tür bulgular, kamu kurumlarının içeriklerinde yalnızca bilgi vermekle kalmayıp, toplumsal değer ve normları da göz önünde bulundurması gerektiğine işaret etmektedir.

Bent (2024) tarafından yapılan araştırmada ise STK'ların kriz dönemlerinde Instagram'ı sosyal sermaye oluşturmak için stratejik biçimde kullandıkları belirlenmiştir. Özellikle empati, yardımlaşma ve güven oluşturma odaklı görsel içeriklerin toplumla etkili iletişim kurulmasına olanak tanıdığı saptanmıştır. Buna karşılık, kamu kurumları bu araştırmada olduğu gibi hâlâ büyük ölçüde tek yönlü iletişime dayalı bir strateji izlemekte, çift yönlü ve etkileşim odaklı modelleri sınırlı düzeyde benimsemektedir. Bu da kamu kurumlarının, STK'ların kriz iletişiminde elde ettiği etkileşim düzeyine ulaşmakta zorlandığını göstermektedir.

Tüm bu çalışmaların ışığında, Jandarma Genel Komutanlığı'nın sosyal medya stratejisini yeniden değerlendirmesi; özellikle toplumsal duyarlılık içeren, görsel zenginliği olan ve etkileşime açık içeriklerle iletişim gücünü artırması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akar, E. (2012). *Sosyal medya pazarlaması sosyal webde pazarlama stratejileri*. Ankara: Efil Yayınevi.
- Akgül, M., & Hekimoğlu Toprak, H. (2019). Sosyal ağlarda mahremiyetin dönüşümü: Instagram örneği. *Online Academic Journal of Information Technology*, 10(38), 76-114.
- Alanka, D. (2024). Nitel bir araştırma yöntemi olarak içerik analizi: Teorik bir çerçeve. *Kronotop İletişim Dergisi*, 1(1), 64-84.
- Aslan, A., & Ünlü, D. (2016). Instagram fenomenleri ve reklam ilişkisi: Instagram fenomenlerinin gözünden bir değerlendirme. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3(2), 41-65.
- Asna, A. (1993). *Public relations halkla ilişkiler*. İstanbul: Der Yayınları.
- Aydın, S., & Uzturk, E. (2018). Sosyal medya araçlarından instagram ve fenomenlerin reklam ile ilişkisi. *İzmir Katip Çelebi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(3), 180-192.
- Bent, G. (2024). *STK'ların instagram paylaşımlarının görsel içerik analizi yöntemiyle sosyal sermaye bağlamında incelenmesi: 6 Şubat depremleri* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi.
- Bruhn, M., Schoenmueller, V., & Schäfer, D. B. (2012). Are social media replacing traditional media in terms of brand equity creation?. *Management research review*, 35(9), 770-790.
- Cereci, S. (2024). Sosyal medya ve geleneksel medya Çatışmaları: Gerçekler. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 2(75), 317-322.
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2012). *The handbook of crisis communication*. Wiley-Blackwell.
- Criado, J. I., & Rojas-Martín, F. (2013). Social media and public administration in Spain: A comparative analysis of the regional level of government. In J. Ramon Gil-Garcia (Ed.),

- E-government success around the world: Cases, empirical studies, and practical recommendations* (pp. 276-298). IGI Global Scientific Publishing.
- Çetin, M., & Bel, A. (2014). Geleneksel medya gündeminin belirlenmesinde sosyal medyanın rolü. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (38), 56-73.
- Erdoğan, İ. (2014). *Teori ve pratikte halkla ilişkiler*. Ankara: Erk Yayınları.
- Geçikli, F. (2019). *Halkla ilişkiler ve iletişim*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Genç, H. (2010). İnternetteki etkileşim merkezi sosyal ağlar ve E-İş 2.0 uygulamaları. *Akademik Bilişim '10 - XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, (s. 481-487). Muğla.
- Grunig, J. E. (2005). *Halkla ilişkiler ve iletişim yönetiminde mükemmellik*. İstanbul: 2005.
- Grunig, J. E., and Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Hekimoğlu, H. (2019). *Sosyal ağlarda mahremiyetin dönüşümü: Instagram örneği* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Erciyes Üniversitesi.
- Highfield, T., & Leaver, T. (2015). A methodology for mapping Instagram hashtags. *First Monday*, 20(1), 1-11.
- Hu, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2014). What we instagram: A first analysis of instagram photo content and user types. *Proceedings of the Eighth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, 8(1), 595-598. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v8i1.14578>
- Hutton, J. G. (1999). The definition, dimensions, and domain of public relations. *Public Relations Review*, 25(2), 199-214.
- Khang, H., Ki, E. J., & Ye, L. (2012). Social media research in advertising, communication, marketing, and public relations, 1997–2010. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 89(2), 279–298.
- Korotina, A., & Jargalsaikhan, T. (2006). *Attitude towards instagram micro- celebrities and their influence on consumers' purchasing decisions*. Jönköping University.
- Kürkçü, D. D. (2015). Yeni medyanın gençlerin medya alışkanlıkları üzerine etkisi [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Lipschultz, J. H. (2017). Organizations, HR, CSR, and their social networks: “Sustainability” on Twitter. In D. + Pompper (Ed.), *Corporate social responsibility, sustainability, and ethical public relations: strengthening synergies with human resources* (pp. 35-52). Emerald Publishing Limited.
- Lovejoy, K., & Saxton, G. D. (2012). Information, community, and action: How nonprofit organizations use social media. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 337–353.
- Narin, F. B. (2016). İnternet gazeteciliğinde hipermetin üretimi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (43), 118-149.

- Macnair, B. (2002). Politikada temsil ve temsilin politikası. İçinde, J. Etang, & M. Pieczka *Halkla İlişkilerde Eleştirel Yaklaşımlar* (s. 80). Ankara: Vadi Yayınları.
- McNair, B. (2002). Politikada temsil ve temsilin politikası. (S. Y. Becerikli, Çev.) (L'Etang, J. ve Pieczka, M., Y. Becerikli, S. Ed.), *Halkla ilişkilerde eleştirel yaklaşımlar*, (pp. 79-108).
- Marwick, A. E., & Boyd, D. (2010). I tweet honestly, i tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New media & Society*, 20(1), 1-20. <https://doi.org/10.1177/1461444810365313>
- Mayfield, A. (2008). *What is social media*. İCrossing.
- Mergel, I. (2016). Social media institutionalization in the US federal government. *Government information quarterly*, 33(1), 142-148.
- O'Connell, D. (2018, 4 4). Selfie: Instagram and the United States congress. *Social Media And Society*, s. 1-17. <https://doi.org/10.1177/205630511881337>
- Okay A. & Okay A. (2014). *Halkla ilişkiler kavram, strateji ve uygulamaları*. İstanbul: Der Yayınları.
- Öztürk, Ş. (2018). Gazetecilik 2.0 internet gazeteciliğinde hipermetinsellik. *Etkileşim* (2), 198-201. <https://doi.org/10.32739/etkilesim.2018.2.37>
- Özutku, F., Çopur, H., Sığın, İ., İlter, K., Küçükyılmaz, M., & Arı, Y. (2014). *Sosyal medya'nın ABC'si*. İstanbul: Alfa
- Peltekoğlu, F. (2018). *Halkla ilişkiler nedir?* İstanbul: Beta Yayınevi.
- Polat, H. (2018). Geleneksel medyada temsil sorunu: Alternatif bir mecra olarak yeni medya. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, (38), 45-60.
- Polat, H. (2023). Çevik örgütlerde halkla ilişkiler rolleri üzerine bir durum değerlendirmesi. İçinde G. N. Büyükbaykal & A. C. Ilgaz Büyükbaykal (Ed.), *İletişim ve Medya Alanında Uluslararası Araştırmalar XV* (ss. 209-223). Eğitim Yayınevi
- Polat, H. (2023). Halkla ilişkiler eğitiminde dijitalleşme eğilimleri: Müfredat üzerine bir içerik analizi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder)*, 11 (2), 1748-1764.
- Şahin, Y. (2018). *Yeni iletişim ortamı olarak sosyal medya canlı yayın araçlarının kullanım alışkanlıkları ve motivasyonları* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Uşak Üniversitesi.
- Tarhan, A. (2011). Halkla ilişkiler modelleri. İçinde A. Kalender, & M. Fidan (Ed.), *Halkla ilişkiler* (s. 121-145). Konya: Tablet Yayınları.
- Tezgeç, M. S. (2022). *Görselliğin iktidar olma sürecinde sosyal medyanın rolü: Instagram üzerine bir araştırma* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Tingöy, Ö. & Bostan, B. (2007). Future of new media, towards the ultimate medium: Presence, immersion and MMORPGs. *5.International Symposium Communication in the Millennium Kitabı*, Indiana University School of Journalism, Bloomington (U.S.A.), 16-

18 Mayıs 2007, 234-239.

Tokatlı, M. (2016). Yeni medya'nın geleneksel medya ve halkla ilişkiler meslek alanı üzerine etkileri. *Journal of International Social Research*, 9(45), (ss. 877-886).

Türkmenoğlu, H. (2014). Teknoloji ve sanat ilişkisi ve bir sanat örneği olarak instagram. *Ulakbilge*, 2(4), 87-100.

Waters, R. D., & Williams, J. M. (2011). Squawking, tweeting, cooing, and hooting: Analyzing the communication patterns of government agencies on Twitter. *Journal of Public Affairs*, 11(4), 353-363.

Xu, J. (2020). Does the medium matter? A meta-analysis on using social media vs. traditional media in crisis communication. *Public relations review*, 46(4), 101947. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2020>

Yavuz, C. (2019). *Mahremiyet bağlamında sosyal medyada benliğin sunumu: Instagram örneği* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Marmara Üniversitesi.

Yolcu, Ö. (2008). *Küreselleşme bağlamında internet yayıncılığı ve küresel medya kuruluşlarının internetteki Türkçe yayınları (örnek olay: CNN TÜRK, BBC Türkçe servisi, DW türkçe servisi ve VOA Türkçe servisinin internet yayınları)* [Yayımlanmamış Doktora tezi]. İstanbul Üniversitesi.

Araştırma Makalesi / Research Article

SİNEMADA BİLİNÇ VE POSTHÜMAN-TRANSHÜMAN KAVRAMLARI

The Concepts of Consciousness, Posthumanism and Transhumanism in Cinema

Cumhur Okay Özgör*

Özet

Transhümanizm genellikle posthümanizm ile karıştırılan, futurizm olarak da bilinen, insanın fiziksel kusurlarının giderilmesi, bilişsel yeteneklerinin artırılması, genetik mükemmeliyetçilik (hastalıklardan arınma, kusursuz genler vb.) gibi amaçlarla teknoloji ve bilimden faydalanılması gerektiğini öne süren uluslararası bir görüştür. Transhümanizm, insan bedeninin teknolojiyle donatılması, bu yolla insanın geliştirilmesi, insan beyninin içeriğini makinelere yüklenmesi, genetik manipülasyon, ektoparazit (yapay rahimler), nanoteknoloji, biyoteknolojik implantlar, evrensel gözetim, klonlama, yaşam uzatma teknoterapileri aracılığıyla ölümsüzlük arayışı gibi durumları içeren çok geniş bir kavramdır. Günümüz ve sonrası için, temel bilgisayar cihazlarından robotlara, antropomorfik robotlardan (androidler) ve teknolojinin implant edildiği insanlara (saybörgler) kadar uzanan çok uzun bir gelişme süreci mevcuttur. Transhümanizmin kökenleri teoloji, okültizm ve evrime kadar dayanır. Bilimsel olarak, yapay zeka, biyonik, kriyoni, sanal gerçeklik, biyoteknoloji ve nanoteknoloji gibi alanlarla doğrudan ilintilidir. Genel bir ifadeyle aslında, insanlık tür olarak posthüman olma yolunda ilerlemektedir. Örneğin, dişlere yapılan metal dolgular, kol ya da bacağı takılan implantlar, yapay dudak, amputasyon sonrası yapay uzuv sahibi olmak aslında posthüman olma yolunda ilerlendiğinin açık bir göstergesidir. Transhümanizm, büyüleyici, akıl almaz, ilginç gibi görünse de kurgusal olan yapımlar (fantastik edebiyat, bilim kurgu sineması vb.) nedeniyle bu teknolojilerin bize korkutucu gelmesi son derece normaldir. Örneğin, saybörg benzeri implantlar vücutta hoş karşılanmaz ancak; felçli kalma, uzuvları kaybetme durumunda ya da yakın akrabasının beyin hasarı ile doğmuş olması gibbi durumlarda, bu teknolojiler hayati olacaktır. Bu çalışmada, bilim ışığında, sanat alanı çerçevesinde, edebiyat, sinema, diziler ve video oyunları gibi spekülasyon anlatıları üzerinden, posthüman ve transhüman kavramları incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Transhümanizm, Posthümanizm, Android, Saybörg.

Abstract

Transhumanism often confused with posthumanism and also known as futurism is an international view that advocates the use of science and technology to eliminate human physical flaws, enhance cognitive abilities, and achieve genetic perfection. Transhumanism encompasses a wide range of ideas, including augmenting the human body with technology, improving human capabilities through these means, uploading the contents of the human brain into machines, genetic manipulation, ectoparasites, nanotechnology, biotechnological implants, universal surveillance, cloning, and the pursuit of immortality through life extending technotherapies. From the present into the future, this development spans a long process from basic computer devices to robots, from anthropomorphic androids to humans with implanted technologies. The origins of transhumanism trace back to theology, occultism, and evolution. Scientifically, it is directly linked to fields such as artificial intelligence, bionics, cryonics, virtual reality, biotechnology, and nanotechnology. In general terms, humanity is advancing toward becoming a posthuman species. For example, metal fillings in teeth, implants in arms or legs, artificial lips, or acquiring prosthetic limbs after amputation are clear indicators of progress toward posthuman existence. While transhumanism may appear fascinating, mindboggling, and intriguing, it is natural for such technologies to seem frightening due to their portrayal in fictional works. Cyborglike implants might not be welcomed in healthy bodies; however, in situations such as paralysis, limb loss, or close relative being born with brain damage, these technologies would be vital. This study examines the concepts of posthuman and transhuman, arts, through speculative narratives such as literature, cinema, television series, and video games.

Keywords: Transhumanism, Posthumanism, Android, Cyberg.

* Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Resim Bölümü, cumhurokay@gmail.com, ORCID: 0000-0002-3712-7780.

GİRİŞ

The Sopranos dizisinin protagonisti Tony Soprano, uzun bir koma sürecinden uyandığında, büyük bir şokun etkisiyle: “Ben kimim? Nereye gidiyorum?” sorusunu yöneltir. Bilincin devredışı kaldığı uzun bir süreçten uyanışta gerçekleşir bu bilinç bulanıklığı. Antik dönem filozoflarının, Aydınlanma dönemi düşünürlerinin sürekli cevabını aradığı bir hakikat arayışıdır aslında bu soru. Nereden geldim? Ben kimim? Ve nereye gidiyorum? The Sopranos dizisine dönecek olursak, Tony, koma sırasında şu simülasyonun içine hapsolür: O, yaşadığı şehirden uzakta bir hotelde kimliğini sorgular. Kendisine ait bir pasaport, kimlik olmadığı için de geri dönemez. Simülasyonun içinde gibidir ve kendisinin kim olduğunu hatırlamaya çalışır. Ölümünden kurtulmak için kendi bedenine dönmesi gerekmektedir.

1999 senesinde çekilen, The Matrix, Existenz ve The Thirteenth Floor gibi bilim kurgu örneklerindeki yanılsama da hapsoldüğü sanılan beden, yaşadığı sanılan dünyayla ilgilidir. Vanilla Sky, Avatar¹ gibi son dönem sineması da, bilincin içerisinde olduğı aldatmaca, simüle edilmiş evrenler, varoluşu, yaşamı ve en önemlisi insan beyninin sınırlarını sorgulayan yapımlar olmuştur. Matrix filminin başkahramanı Neo, dijital dünyaya hapsolmuş ve kendi gerçekliğini arayan bir yolcudur. Bedenini bir koza içinde hapsolmuş bir şekilde olduğıu keşfeden Neo, dijital dünyadan materyal dünyaya geçiş yapmış bir üstinsan konumundadır.

Bilimkurgu yapımlarının en çok yöneldüğü bir diğör konu, kendine ait kimliğin, anıların, bilincin olmasıyla ilgilidir. 1968 yılında Philip K. Dick’in kaleme aldığı Androidler Elektirikli Koyun Düşler mi? 1950 senesinde İsaac Asimov’un yazdığı Ben Robot, gibi edebi eserler; Ghost in the Shell gibi animeler, robotların, saybörglerin, androidlerin bir ruhunun, gerçek anılarının, bilincinin veya duygularının olup olmadığını sorgular. Sonrasında Androidler Elektirikli Koyun Düşler mi? kitabı, Blade Runner (1982) ve Asimov’un edebi eseri, Ben Robot (2004) gibi örneklerde olduğı gibi sinemaya uyarlanacak ve popüler hale gelmeye başlayacaktır.

Diğör yandan, siberpunk sineması sıklıkla animasyon türüyle temsil bulur; bu da çizgi film estetiğinin sağladığı anlatısal ve biçimsel özgürlük sayesinde, bedensel dönüşüm ya da mekânsal evrimi doğrudan ve kısıtlamasız bir biçimde aktarma imkânı sunar. Sinema gibi anime veya mangalar da varoluşu, insan ruhunu, teknolojik bedenler üzerinden sorgulatan yapımlar olmuştur. Ghost in the Shell (1985) ve Battle Angel Alita (1993) gibi animeler büyük

¹ Avatar gibi filmler, ana karakterin, sakatlık, felç olma, gibi fiziksel kusurları gidermesi adına, kahramana simülasyon imkanları sunan bir teknoloji hikayesi sunar. Böylelikle karakter yeni bedeninde mükemmele yakın bir donanıma sahip olacaktır.

beğeni kazanmış, Hollywood uyarlamaları olarak beyazperdeye de uyarlanmış. Bu filmler, büyük bir ilgiyle takip edilmiştir. Örneğin, Mamoru Oshii'nin *Ghost in the Shell* (1995) animesiyle birlikte, çağdaş sanat biçimlerini, anime, manga, sinemada siberpunk anlatılar olarak çağdaş temalarla birleştiren ve küresel bir izleyici kitlesine hitap eden eserler olurlar.²

Mamoru Oshii'nin *Ghost in the Shell* (1995) animesi bu bakımdan çok önemli bir noktadadır. Oshii'nin animesindeki siborg kadın kahraman da teknoloji ile biyolojinin iç içe geçtiği bir bedene sahiptir. İnsan ile yapay olan arasındaki sınırı artık ayırt edilemez durumdadır. Süper bedeni, birçok anime kahramanında olduğu gibi abartılı kadınsı oranlara sahiptir; ancak bu bedene karşı kayıtsız ya da küçümseyici bir tutum sergilenir. Bilincin, duyguların olmadığı bir beden ne kadar mükemmel olursa olsun bir kabuk, bir kap ya da bir makine olarak görülmesine neden olacaktır. Her ne kadar yaratıcı robotlara, yapay anılar, bilinç verse de, bu durum, bir hayalet olarak kalmasına engel değildir. Mekanik beden, ya da beden parçaları, uzuvlar, yeniden üretilebilirse bile, bu, ancak yeniden üretilen öncekinin sürekli bir kopyasıdır ve organik bir *özgün* olana referans veremez.

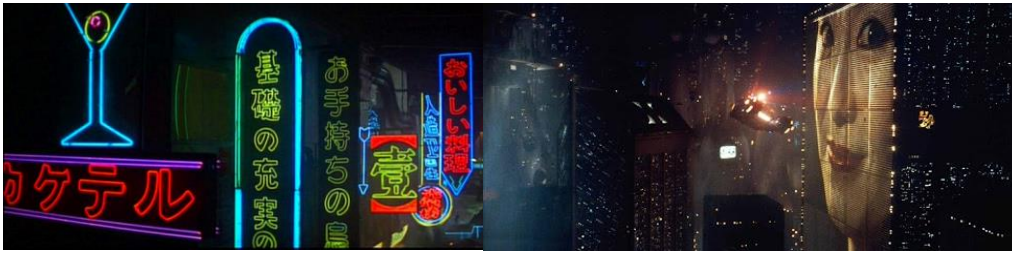
Ueno Toshiya'nın açıkladığı üzere: Zihinden ziyade, *hayalet (ghost)* bir kişinin ruhuna daha yakındır ve mantıksal olarak bilinçdışıdır; genel olarak geçmiş deneyimlerden ve anılardan oluşur. Bir tür şekil (örneğin metal bir zırh ya da kabuk) varsayımına dayanarak, bir kabın içindeki suya benzer. Dolayısıyla, bir varlığın insan olarak yasal ve toplumsal statüsünü belirleyen şey, belirli bir beden değil, bir hayalete sahip olup olmamasıdır. Bedenin niteliği, ontolojik statüyü belirlemede anlamını yitirmiştir. Ancak bir hayaletin bir kap olmadan var olamayacağı kabul edildiği sürece, beden hâlâ öznel varoluşun vazgeçilemez bir unsurudur (Bolton, 2007, s. 184).

Bu yeni “küresel” Japon bilimkurgusunun etkileri, başta Hollywood üzerinde oldukça etkili olmuştur. Örneğin, *Ghost in the Shell* animesinin, *The Matrix* üzerindeki etkisi, en başta Wachowski Kardeşler olmak üzere filmin yaratıcılarının, anime ve mangadan ilham aldıklarını kabul etmesi gibi örneklerle çoğaltılabilir. Ayrıca, *Ghost in the Shell* aynı isimle Hollywood uyarlaması olarak da beyazperdeye taşınmıştır. Başta Hollywood üzerinde, Japon etkisinin görülmesinde tarihi gerçekler yatmaktadır. 1970'lerde Japonya'nın hızla yükselen ekonomik gücü ve Amerika Birleşik Devletleri'nin göreceli ekonomik gerilemesi (soğuk savaş, buhranlar, skandallar, v. b), Batı'da Japonya'nın kalkınma anlayışına karşı karmaşık bir hayranlık

² Artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik özdeş özellikler taşımasına karşın aslında birbirinden farklı iki kavramdır. Sanal gerçeklik, bilgi unsurunun üç boyutlu mekana dönüşümü ihtiva eder ve fiziksel ortama bağlı kalmadan yapay bir ortam oluşturmaktadır (Doğaner, 2023, s.818).

doğurdu. Bu anlayış, robotik sanayileşmenin, yeni-feodal kurumsal kültürün ve iletişim ile simülasyon teknolojilerinin günlük yaşama coşkuyla dahil edilmesinin bir sentezini oluşturuyordu. Japonya’da etkili olmaya başlayan mecha (mekanikal) kültürü, Batı’nın da ilgisini çeken bir gelişme olmuştur.

Bu algı, Ridley Scott’un 1982 yapımı Blade Runner filminde çarpıcı şekilde yansır. Film, Tokyo’ya benzeyen bir geleceğin Los Angeles’ını betimleyerek Batı’daki “Japon etkili gelecek” anlayışını şekillendirdi. Blade Runner, Terminatör gibi yapımlar, teknolojik ilginin, neon ışıkların, Tokyovari bir renk cümbüşünün popülerleştiği bir döneme denk gelmesi tesadüfi değildir.



Görsel 1. Ridley Scott - Blade Runner (1982)

Hollywood ve popüler kültürde büyük başarı elde edecek bilimkurgu filmleri, 80’li yıllarda çevrilmeye devam etmekteydi. Örneğin, Terminatör (1984) ve Robocop (1987) gibi gişe filmleri, yapay zeka, teknolojik uzuvlar gibi konuları gündeme getirmiştir. Ancak, bu yapımlar arasında Robocop, diğer bilimkurgu filmlerinden farklı bir noktada yer almaktadır. Çünkü; Robocop, insan bedeninin en mükemmel hale getirilmesi ile kurgusallaştırılmış bir karakter olacaktır. Diğer saydığımız tüm yapımlarda, robotlar, androidler veya saybörgler, bir geçmişe sahip değildir. Anıları yoktur, insani bilinçleri yoktur, sadece yapay zeka veya dijital kodlarla komut alma eğiliminde otomatlardır. Robocop, suçlular tarafından vurulmuş bir posthüman yarı insan yarı makinedir. Makinelerle yeniden yaratılan organik ve inorganik teknoloji ile donatılmış yeni bedeniyle, belki de posthüman insana en iyi örnektir. Filmin ana kahramanı Alex Murphy, beden ve protez ilişkisiyle, makine ve tekno-insan etkileşimiyle güçlü bir ikicilik yaratan kurgusal bir karakterdir (Bilimkurgu sineması 39). Görünümü dışında uzuvlarıyla ve işlevsel olarak halen insan biçimindedir. Yeniden yaratılmasındaki amaç, yeni bir varoluş üretmek çabası olarak özetlenemez. Nihai gaye, organik olandan daha güçlü bir tekno-insan (mechavari) insan bedeni yaratmaktır. Melez halindeki bedeni, Murphy’ye işlevsel avantajlar sağlar. Ayrıca toplumun kabulünü kazanmak adına insan olana yakın durması da önemli bir durumdur (Çalışkan, 2023, s. 42). Sinema üzerine tartışmalar, araştırmalar için transhüman ve posthüman kavramlarını daha iyi anlayabilmek, bu kavramların tarihine, sosyolojik alt yapısına derinlemesine bakmak doğru olacaktır.

Sinemada Transhümanizm ve Posthümanizm

Filmleri transhümanist ya da posthümanist olarak sınıflandırmak oldukça zor bir uğraş gerektirir. Çoğu zaman filmler, hem transhümanist hem de posthümanist düşüncelerle paralellikler kurarken aynı zamanda bu düşüncelere karşıt görüşler de içerebilir. Pek çok film, teknolojinin insan üzerindeki etkilerine dair karmaşık, hatta kimi zaman çelişkili bir tablo sunar. Bu anlam karmaşasının yaşanmasının en büyük sebeplerinden biri, transhümanizmin görece özlü biçimde tanımlanabilmiş olsa da, posthümanizmin hâlâ tek ve net bir tanımdan kaçınan bir düşünsel çerçeve olarak varlığını sürdürmesidir. Ayrıca posthümanizmin, gelişen teknolojilerle kurduğu ilişki, transhümanizme kıyasla çok daha karmaşık ve çok katmanlıdır. Bu tür kavramsal zorluklara ek olarak, sinemanın doğası da ayrı bir zorluk alanı yaratmaktadır. Felsefe ve sinema arasındaki ilişki üzerine artan bir ilgi mevcut olsa da, özellikle ana akım filmlerin temel amacının eğlence olduğunu göz önünde bulundurmak gerekir (Sorgner, 2014, s. 287).

Transhümanizm terimi, ilk kez, Julian Huxley tarafından 1957 yılında yayımlanan *In New Bottles for New Wine* adlı kitabında ortaya atılmıştır: “Transhümanizme inanıyorum: gerçekten bunu söyleyebilecek yeterince insan olduğunda, insan türü yeni bir varoluş biçiminin eşiğine ulaşacak, gerçek kaderini bilinçli olarak yerine getirmeye başlayacaktır” ifadelerinde yer alır. Dolayısıyla terim, daha en başından itibaren evrim kavramıyla ilişkilendirilmiştir. Benzer şekilde, Friedrich Nietzsche şöyle demiştir: “İnsan, aşılması gereken bir varlıktır” (Ammi, 2019, s. 13).

Posthüman kavramının tam olarak neyi ifade ettiği konusunda ortak bir görüş yoktur; bu kavram, yeni bir biyolojik tür, sibernetik bir organizma, hatta dijital, bedensiz bir varlık olarak bile tasvir edilebilir. İnsan ile posthüman arasında bir köprü görevi gören figür ise geçişsel insan olan transhüman olacaktır. Transhümanizm terimi de buradan türemiştir. Hümanizmin çağdaş yeniden yorumu olarak da kabul gören düşünce, akıl, bireycilik, bilim, ilerleme ve özgelişim seküler ve Aydınlanma Dönemi hümanist düşüncesinin temel öğelerini benimser ve hatta bunları ileriye taşımayı hedefler (Ranisch, 2014, s. 8). Transhümanizm insanlığın yoğunlaştırılması, yani bir tür aşırı hümanizm olarak görülüyorsa, posthümanizm insanlıkla bir kopuş olarak analiz edilebilir.

Neil Badmington, posthüman teriminin ilk kez, 1888'de Helena P. Blavatsky'nin *The Secret Doctrine: Synthesis of Science, Religion and Philosophy* (Gizli Doktrin: Bilim, Din ve Felsefenin Sentezi) adlı eserinde kullanıldığını açıklar. Blavatsky'nin eserinden daha önce ise

bu terim, ilk kez posthumain biçimindeki yazılışıyla Thomas Blount'un Glossographia adlı 1656 tarihli eserinde geçtiği de düşünülmektedir (Ağın, 2020, s. 37). Spekülatif olarak posthümanizm, transhümanizm kavramıyla eş değer gibi durur. Hatta, özünde gerek posthümanizm gerekse transhümanizm de aklın otonomisini bir öncül olarak kabul eder. Ancak, öz olarak iki kavram birbirinden farklıdır. Transhümanizm, bedenin, insan beyninin kusur ve sınırlarını düzeltmeye odaklanır. Teknolojilerin yenilikleriyle über zekâ adı verilen iyileştirme programının üretimini hedefler. Robotbilim, bilişim bilimleri, klinik psikoloji ve analitik felsefeyi, insanın sinirsel kapasitesini ve beyin yapısını geliştirmek için birleştirmeyi amaç edinmiş düşünsel bir rota çizer. Böylelikle beyin, insan eliyle yaratılan bilişim ağlarıyla, insan neslini, meta-akılcı bir varlık olarak tanımlanmaya devam ederken, kusursuz iyileştirme yöntemleriyle evrimleşme sürecine devam eder. Transhümanist çaba, insan sonrası, yani süper-insan olma gayretinin bir sonucudur (Braidotti, 2021, s. 82). Nitekim, posthümanist kuramcı Cary Wolfe da transhümanizmi, "hümanizmin yoğunlaştırılmış hâli" olarak tanımlamaktadır. İnsan vücudu, yani biyoloji sınırları, teknoloji vasıtasıyla aşılabilecek bir şey olarak değerlendirdiklerini, böylelikle de bir gün dünya üzerinde daha hızlı, daha zeki, hastalığa daha az yatkın ve uzun yaşayan insan bedenlerinin var olabileceği inancına sahip olduklarını söylemektedir (Ağın, 2020, s. 33).

Posthümanizm, özünde, insan sonrası kavramına işaret eder. Teknolojik, sosya-kültürel, biyolojik veya siyasal bağlamlarda bahsedildiği haliyle, özelliğin çağdaş değişimlerini tanımlar. Rosi Braidotti'nin ifadesiyle posthümanizm, "sürekli oluş sürecinde olan bizlere, asında ne olduğumuzu" sorgulatmaktadır. Posthümanizm, normatif değerleri ve onların evrensel olduğu iddia edilen geçerliliklerini mercek altına alırken, kökleri Rönesans'a kadar dayanan bir kavram olacaktır (Ağın, 2020, s. 17). İnsan bedeni, tarihsel geçmişini, evrimsel sürecini de dikkate aldığımızda, biyolojik olarak hayvanlara daha yakın bir mesafede duruyor gibi gözükse de, teknolojik gelişmelerle, yüzünü, bedenini, makinelere ya da siberetik organizmalara yaklaştığı bir dönemden geçmektedir (Ağın, 2020, s. 18). Kurgusal anlatılara baktığımız zaman, gerek Aldous Huxley'in 1932 tarihli kitabı Cesur Yeni Dünya olsun, gerekse Andrew Niccol tarafından 1997 yılında yönetilen Gattaca filminde olduğu gibi genetik mükemmeliyetçilik arayışının izlerini görebiliriz. Kitap da film de, doğuştan gelen, kalıtsal/genetik kusurları yok etmeye, hastalıklardan arınmayı amaçlayan bir hikayeyi sunar. Gelecekte peyda olacak hastalık, sakatlık gibi kusurlara yapay doğum ile müdahale fikri neredeyse bir asır önce kaleme alınmış, edebiyatın, sinemanın deli doktorları ölümsüzlüğü, kusursuzluğu arayış macerasına başlamıştır. Ölümsüzlük, kusursuzluk arayışı, Orta Çağ'dan

itibaren, Faust gibi oyun ve kitaplara, devrimlerle birlikte Mary Shalley'in Frankenstein canavarının anlatıldığı kitap ya da Oscar Wilde'in Dorian Gray'in Portresi gibi kitaplara kadar dayanmaktadır. Dr. Jekyll (1908) ve Frankenstein (1910) gibi filmlerde sinemanın ilk yıllarından itibaren tanatofobia (ölüm korkusu) konusu işlenmiş, bu durum insan bedenini geçirdiği evrimlerle sağlanmıştır (Doğaner, 2023, s. 1568).

Bilimsel çalışmalar, rasyonel yöntemler, kusurlu insan doğasının iyileştirilebilir olduğunu savunan bir düşüncenin yüz yıllar boyunca peşinden gitmektedir. İnanlığın tüm bu hikayelerden bilimsel çalışmalarla amaçladığı şudur: İnsan sağlığının iyi hâle getirilebilmesi, en amansız hastalıkların bile iyileştirilmesi ve böylelikle insan ömrünün uzatılabileceğine olan inançla, ortaya çıkmıştır.

Bedenlerimiz, doğası gereği milyonlarca virüs, bakteri ve mikroorganizmaya ev sahipliği yapmaktadır. Bu bağlamda, insan bedeni aslında, salt olarak insanın kendisine ait olamayan ve geçirgen bir yapıya sahip kusurlu bir bedene sahip olduğu gerçeği, posthümanizmin de araştırma çevresini belirler. Sosyal yapısı gereği insan, sürekli olarak, doğayla, diğer canlılarla, mikroorganizmalarla etkileşim hâlinde olduğu gerçeği, hastalık riskini sürekli hale getirir. Ayrıca, doğuştan gelen kusurlar, kazalar gibi diğer çevresel etkenler bu kusurlu olma riskini daha da artırır. Protez uzuvlar, gözlük veya lens, diş dolgusu, implantlar, vücuda yerleştirilen platinler; yapay organlar ve plastik cerrahinin ile bedene yapılmış tüm 'doğal olmayan' müdahaleler, posthümanist felsefe uğrunda atılmış adımlar olacaktır. Doğuştan ya da sonradan olan bütün kusurlardan arınmak, mükemmel insana ulaşma çabası posthümanist hayallerin mahsülleri olacaktır (Ağın, 2020, s. 51).

Endüstriyel Devrimler; robotbilim, yapay zekâ, nanoteknoloji, biyoteknoloji gibi en son teknolojilerin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Bu da dijital, fiziksel ve biyolojik sınırların bulanıklaştığı anlamına gelir (Braidotti, 2021, s. 14). Mevcut teknolojiler, bilimsel gelişmelerle üst-insan, kusursuz insan mertebesine ulaşınca kadar yaşanan dönüşüme ve bu organizmaya transhüman, insanlığın ulaşılabilmesi öngörülen son noktaysa posthüman denilmektedir (Ağın, 2020, s. 34). Tüm bu bilimsel gelişmeler ışığında, robotlar, saybörgler, androidler veya otomatları anlatan kurgusal hikâyeler, sanatın vazgeçilmez bir temasıdır. Organik görünümlü kolun kesilmesiyle ortaya çıkan android iskelet sistemi, en yakın açıdan dahi anlaşılamayacak bir yüzün açılmasıyla ortaya çıkan mekanik robot anatomisi en kusursuz form kabul edilen insan bedeninin en gelişmiş hali olarak karşımıza çıkar. Bazen iç içe geçmiş kablolar, bazense steampunk görünüşüyle çarklar, elektronik aletler betimlenebilir. Hayles'a göre: "Bedensel varlıkla bilgisayar simülasyonu, sibernetik mekanizmayla biyolojik organizma ve robot

teleolojisiyle insan amaçları arasında hiçbir temel farklılık veya kesin sınır yoktur” (Kakoudaki, 2017, s. 24).

Genetik müdahale, klonlama ve implant teknolojilerindeki gelişmeler ise, insan ve insan olmayan türler arasındaki sınırları giderek daha muğlak hale getirmektedir. Robotik ve yapay zekâ alanındaki teknolojik ilerlemeler de bu tartışmanın merkezindedir (Ranisch, 2014, s. 289). Bu açıdan incelendiğinde, insanın doğa ve diğer canlılarla ilişkisi, bu tür filmlerde robotların insanlarla ilişkisine benzer. İstilacı, yokedici olan robotlar, saybörgler aslında insanlığın bir tahayyülü olacaktır.

Sinemada Bir Tehdit Figürü Olarak Saybörg

Hem transhümanizm hem de posthümanizm, insan merkezli düşünce geleneği olan hümanizmle olan ilişkilerini sıkça sorgulamakta ve ‘insan olmanın’ ne anlama geldiğini yeniden değerlendirmektedir. Bu yönüyle her iki düşünce biçimi de hümanizmin ötesine geçmeye çalışmaktadır. Ne var ki, bu ‘öteye geçme’nin ne anlama geldiği henüz tam olarak net değildir ve bu kitapta ele alınacak tartışma konularından birini oluşturmaktadır (Ranisch, 2014, s. 289).



Görsel 2. Terminatör 2 – James Cameron (1991)

Posthümanizm, insanın biyoteknolojik olarak geliştirilmesini savunan transhümanizmle karıştırılmamalıdır. Transhümanizm, insanın kendisini teknolojik araçlarla aşmasını hedeflerken; posthümanizm, bu teknolojik gelişmelerin “insan olmak” kavrayışımız üzerindeki etkisiyle ilgilenmektedir. Dolayısıyla, insan özellikleriyle donatılmış robotlar olan humanoidler, posthümanist söylemin temel bileşenlerindendir. Zira onlar, insanın ne olduğuna dair geleneksel anlayışları ciddi şekilde sorguya açarlar. İnsan tanımının temelini oluşturan beden-zihin ikiliğinin geçerliliği sorgulanmaktadır; çünkü humanoidler hem bedensel özellikleri hem de Yapay Süper Zekâ (ASI) aracılığıyla zihinsel işlevleri paylaşmaktadır. ASI, insan ile insan olmayan arasındaki sınırların nihai olarak çöktüğü noktayı temsil eder gibidir.

Bu anlamda, ASI yalnızca Donna Haraway’ın meşhur Siborg Manifestosu’ndaki (1985) hayvan ve makinenin birleşimi olarak tanımlanan siborgla benzerlik taşır. Haraway, siborgu “sibernetik bir organizma, makine ile organizmanın melezi, hem toplumsal gerçekliğin hem de kurgunun bir varlığı” olarak tanımlar ve bilimkurgu ile toplumsal gerçeklik arasındaki sınırı “optik bir illüzyon” olarak nitelendirir (Haraway, 1991, s. 149). Ancak edebiyat ve sinema örneklerinin de ortaya koyacağı üzere, insan zihni artık organizma ve makine karışımı olmayan, yalnızca bir makine olan, fakat insan beyni simülasyonuna sahip humanoidleri tasavvur edebilmektedir. Bu varlıklarda hem beden hem de zihin makine tarafından önceden programlanmıştır (Reihe, 2022, s. 241).

Saybörg (cyberg), sibernetik organizma, organik ve makine/teknolojik parçaları bir araya getiren, büyük ölçüde kurgusal teorik bir varlıktır. Saybörgler, çoğunlukla çağın getirdiği teknolojik bir tehdidin sembolüdürler. Metropolis gibi erken dönem filmlerde sanayileşmenin, yeni filmlerde ise insan dehasının ve otomatik köle emeğinin tehlikelerini simgelerler. Daha nadiren de olsa, ‘insan’ olmanın anlamını ve ‘kişilik’le ilgili meseleleri sorgulamanın bir yolu olarak sembolleştirilirler (Hauskeller, 2015, s. 111). Saybörg bedenlenmesine ilişkin fikirler, Batı felsefe tarihinde derin bir geçmişe sahiptir; bu fikirler, Aristoteles ve Platon’un ortaya koyduğu ruh ve beden ayrılığı kavramından, Aydınlanma döneminde bedenin bir makine ve zihnin bedenden bağımsız olduğu düşüncesine (örneğin Descartes ve La Mettrie tarafından dile getirilen) ve günümüzdeki teknoloji ile insan bedeninin geleceğine duyulan ilgiye kadar uzanır. Descartes, Meditasyonlar (1641) adlı eserinde, düşünen benliğin bedenden tamamen ve mutlak olarak ayrı olduğunu ve bedenden bağımsız olarak var olabileceğini öne sürer. La Mettrie, L’Homme Machine (1747) adlı eserinde bedenin bir makine ya da otomat olduğu teorisini ortaya koyar. La Mettrie, onu, yaylarla çalışan bir hayvan ya da bir saat mekanizması gibi tanımlar (Calvert, 2017, s. 5).

Rosi Braidotti’nin terimleriyle, saybörg, “teratolojik hayal gücünün” bir tezahürüdür. Canavarca, grotesk, mutant ve düpedüz ucube birer figür olarak kabul görür. Donna Haraway ise saybörg hakkında daha olumlu bir okuma sunar: O’na göre, doğa/kültür, erkek/kadın gibi ikili karşıtlıkların çözülmesini ve sökülmesini teşvik eder. Saybörg imgesinin incelenmesinde bir diğer önemli kuramsal yaklaşım, Judith Butler’ın “performativite” ve “maskeli kimlik” üzerine yaptığı çalışmalardır. İnsanın yerine geçmeye çalıştığı, insanı taklit ettiğini vurgular. Tıpkı, Yapay Zeka filminde olduğu gibi hatta Blade Runner filmlerinde de insanı taklit eden replikanlar dikkat çeker. Bu açıdan bakıldığında Shelley’in Frankenstein romanında insan olmaya çalışan canavar, Pinokyo masalında yine insan olmaya çabalayan Pinokyo gibi,

androidler de insan olmak için uğraşır. Bu açıdan yaratıcılarına, bilim insanı olan babalarına oldukça kızgın ve saldırganlardır.



Görsel 3. Yapay Zeka – Steven Spielberg (2001) ve Blade Runner – Ridley Scott (1982)

Saybörglerin bu şekilde insan gibi görünme çabası, insan bedenselliğine özgü performans yönlerini açığa çıkarır ya da vurgular. Bu tür performanslar, saybörg bedenindeki melezlik (hibritlik) potansiyelini ortaya koyar. Sadece organik ve teknolojik (inorganik) olanın iç içe geçmesinden doğan melezliği değil, aynı zamanda cyborg'un bedenlenişi aracılığıyla melez ya da çoklu rolleri benimseyebilme biçimlerini de içerir (Calvert, 2017, s. 4).

Sonuç olarak, Saybörgler, androidler veya replikanlar, insan bedeninin yeniden inşası, anatomik olarak insanın başarılı ve daha güçlü bir kopyasıdır. Çelikten yapılmış kemikler, civa ve benzeri elementlerden oluşan inorganik bedenler, dijital zeka, bilimkurgu eserlerinin yöneldiği yaratıcı anlatılar için önemli bir özne konumundadır. Battlestar Galactica dizisinde yer alan androidler, insanın damarlarına kadar onunla özdeşleşecek bir mükemmeliyetçilikte tasarlanmıştır. Terminatör fimlerinde saybörgler çok zor yok edilen bir bedene sahip hale getirilmiştir. Ancak tüm bu anlatılarda geçen varlıklar, Frankenstein'in canavarı ya da Milton'un kayıp şeytanı ile aynı şeyi beyhude bir şekilde arar. Varlıklarını geçerli kılacak ruh, geçmiş, anılar, duygulardan arınmış; kabuktaki hayalet olarak belli görevler için kodlanmışlardır.

İnsan kusurlarının, teknoloji yardımıyla minimuma indirgenmesi, hastalıkların, sakatlıkların önüne geçme çabaları, tüm robot hikayelerinden bu noktada uzaklaşır. Örneğin, X-Men'in önemli karakterlerinden olan Wolverine, titanyum kemikleriyle kendi karakteri, bilinci en önemlisi orijinal anıları olan güçlendirilmiş bir mutanttır. Robocop örneğine benzer biçimde, kusursuzluğa yakınlığı çip teknolojisine indirgenmesiyle sakatlıkların, hastalıkların üstesinden gelme, çip sayesinde daha hızlı, güçlü olmak gibi deneyimler, Upgrade gibi filmlerde karşımıza çıkacaktır.

Upgrade, (Leigh Whannell, 2018) gibi filmler, genellikle biçimsel dönüşümün görsel temsili anlamına gelen morphing teknolojisine ihtiyaç duymazlar. Bu tür yapımlar, teknolojik

müdahale ile dönüşen bedenin görsel spekülâtif tasvirlerinden ziyade, ontolojik, etik ya da kimliksel sorunsallar etrafında şekillenir. Küçük bir müdahale ile, mükemmel beden, uzuvsal yetenekler arttırılabilir. Leigh Whannell tarafından yönetilen 2018 yapımı Upgrade filmi, bazı çevrelerce şeytani sahiplenmenin hukuki (litigious) yönü olarak tanımlanan olgunun yüksek teknolojik bir versiyonunu barındırır. Bu bağlamda, yüksek teknolojiyle donatılması sayesinde, tıpkı Six Million Dollar Man dizisinde olduğu gibi, başkahramanın bedeni, ağır bir saldırı sonucu sebebiyle neredeyse tamamen işlevsiz hâle gelmiş, karakter, felç kalmıştır. Ancak yüksek teknolojik bir implant (chip teknolojisi) sayesinde bu durum değişir. Böylelikle kahraman, biçimsel olarak olmasa da yetileri ile bir siborga dönüşür. İlginçtir ki, karakterin adı Grey Trace'tir; bu ad, 'gri alan' anlamına gelir. Nitekim ana kahramanın, filmdeki konumu tam da bu gri bölgededir. Hem insan hem yapay zekâ arasında bir yerde durur, ve intikam almak üzere çıktığı bu yolculukta hem cesaret hem de ahlaki belirsizlikler taşır. Yapay zekâ (AI) implantı, bir kez yerleştirildikten sonra, sadece ana karakterle iletişim kurabilen bir iç ses hâline gelir. Diğer karakterler bu sesi duymaz. Yapay zekâ, fiziksel işlevleri devralmak için izin ister. Bu noktada kahraman, açık bir biçimde iradesiyle kontrolü teslim eder; yani, bu isteyerek teslimiyet üzerinden işleyen bir sahiplenme sürecidir. Bu yönüyle film, yüksek teknolojik bir sahiplenme anlatısı sunar. Tıpkı Faust hikayesinde Mephisto'nun Faust'tan izin isteyerek sebep olduğu felaketleri bu chip/implant gerçekleştirecektir. Kendini savunması için izin verdiği noktada cinayet işleyecek, silah, bıçak gibi tehlikeli aletleri kullanmaktan çekinmeyecektir. Film, tıpkı şeytani varlıkların bedenleri ele geçirme arzularıyla paralellik taşır. Yapay zekâ, fiziksel bir bedeni sahiplenmek istemektedir.

Son dönem filmlerde artık bedensel bir dönüşümden ziyade, insan klonlama (Moon, Duncan Jones, 2009), veya cerrahi müdahaleler ayesinde beden, bir çeşit android'e robota dönüşebilir. Benzer biçimde, I Am Mother (Grant Sputore, 2019) filmi de, post-apokaliptik bir evrende geçen ve robotların dünyayı yönettiği bir anlatı sunmasına rağmen, merkezine hâlâ biyolojik bedeni, rahmi ve embriyo kavramlarını yerleştirir. Bu durum, teknolojik varlıkların dünyayı devraldığı bir gelecekte dahi, biyolojik çoğalmanın ve insan bedeninin üretkenliğinin anlatsal olarak vazgeçilmezliğini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, bu tür filmler bedensel dönüşüm ya da yapay beden formlarından çok, bedenin üretimsel, etik ve ontolojik anlamlarını sorgulayan bir yönelimi temsil eder (Reihe, 2022 s. 218).

SONUÇ

Makineler, iş hayatında, gündelik yaşamda, savunma sanayisi gibi çeşitli iş kolları açısından yaşam kalitesi açısından zorunludur. Bu nedenle teknolojiyi tamamen reddetmek bir çözüm sunmaz. Bilinç, akıl (baş) ile duygu (yürek) arasında bir uzlaşmanın, bir ara yol bulunmasının sağlanmasıdır. Benzer bir uyarı, edebiyatın klasik örneklerinde de görülür: Dr. Jekyll and Mr. Hyde (1886) ve Frankenstein (1818), insanın evrimini yönlendirme çabalarına karşı hem transhümanizme hem de posthümanizme yönelik uyarı niteliği taşıyan anlatılardır. Bu türden uyarıcı anlatılar, ister “Tanrıçılık oynamak” ister “Prometheusvari kibir” olarak adlandırılsın, teknolojik ilerlemeye yönelik sınırsız arzunun sinemada çoğu zaman faydadan çok zarara yol açtığını göstermektedir. Deli doktor miti aşılmalı, teknolojiden doğan korku bir bakıma aşılmalıdır.

Saybörg, makine ve organik olanı bir araya getiren ve yeni teknolojik gelişmeleri dramatize eden tam anlamıyla çağdaş bir imgedir. Gerek saybörg gerekse posthüman kavramlarında sıklıkla geçen yapay beden fikri yeni değildir. Dönüşüme, değişime uğrasa bile benzer tıbbi operasyonlar, çalışmalar insanlığın ilk çağlarından beri varolmuştur. Antik Mısırdaki, Ortaçağ Avrupası’nda ameliyatlarda yapıldığı, protezlerin denendiği bilinmektedir. Benzer anlatılar tiyatro, edebiyat gibi sanat eserlerinde de vuku bulur. Faust öyküsünde insan yaratma çabasıyla homunculus ya da Frankenstein romanından Dr. Moreau’nun Adasına gibi hikayelerde yaratma isteği, yerine koyma çabası veya ölümsüzlük arzusu hep var olmuştur. Bedenselliğe dair kaygılar, uzun süredir heykeller, bebekler, mankenler, otomatlar ve androidler gibi bize çok benzeyen ama tam olarak biz olmayan imgelerde kendini göstermiştir. Bu durum şöyle özetlenebilir: Batı kültüründeki uzun tarihsel ilginin ve insan bedenine duyulan hem tiksinti hem de hayranlığın yeni bir tezahürüdür. Bu tür bedenlerin kurgusal örnekleri arasında Yunan mitolojisinden Ovidius’un Metamorfozlar eserinde yer alan canlı heykel Galatea; E. T. A. Hoffmann’ın “Kum Adam” (1816–17) adlı öyküsündeki kadın Olympia ve Fritz Lang’ın Metropolis (1927) filmindeki android karakter Maria en önemli öncü örneklerden biridir.

Bilimkurgunun teknolojikleştirilmiş yaratıkları çoğunlukla insanlığı yok etmeye ya da köleleştirmeye çalışır. Bilimkurgu, post-insan (insan-sonrası) dönüşümünü insan türünün uzun alacakaranlığına ve çöküşüne dair korkunç bir habercisi olarak gösterir. Çılgın bilim insanlarına, azgın robotlara, katil klonlara, acımasız siborglara, insan düşmanı androidlere, şeytani süper bilgisayarlara, et yiyen virüslere ve genetik olarak mutasyona uğramış canavarlara olan takıntısıyla bilimkurgu, insan kimliğimizi, özgürlüğümüzü, duygularımızı, değerlerimizi ve hayatlarımızı makineler uğruna kaybetme korkusunu ifade eden teknofobik bir kaygı taşır.

Teknoloji, bir virüs gibi, insan yaşamına kendiliğinden sızar ve hayatta kalabilmek ve üstünlük kurabilmek için insan zihnini ve davranışlarını kötü niyetle manipüle eder (Dinello, 2006, s. 2).

Yunan trajediyarından, televizyon dizilerine kadar, insanlığı aşma, ölümsüzlük ve kusursuzluk fikri tüm bu kimlikleri üstlenir: Canavarlaştırılmış öteki, sınırları aşan varlık ve hibrit, performatif beden. . . Bu kavramlar aynı zamanda, sürekli gelişen ve değişen (ve belki de tamamen kontrol altında olmayan) teknolojilerin yaygınlığı ve bunun potansiyel tehditleri ile iletişim kurmamıza imkân tanır. Bu ve benzeri sorular, posthümanizm ve transhümanizmin yalnızca teknolojik değil, aynı zamanda etik, insani ve toplumsal bir boyutu olduğunu hatırlatmaktadır.

KAYNAKÇA

- Ağın, B. (2020). *Posthümanizm - kavram kuram bilim-kurgu*, Siyasal Kitabevi.
- Ammi, K. (2019). *Transhuman Hollywood: From normative fiction to predictive programming*, Independently Published.
- Bolton, C. (2007). *Robot ghosts and wired dreams: Japanese science fiction from origins to anime*, Univ Of Minnesota Press.
- Braidotti, R. (2021). *İnsan sonrası bilgi*, Kolektif Kitap
- Calvert, B. (2017). *Being Bionic: The World of TV Cyborgs (Investigating Cult TV)*, I. B. Tauris.
- Çalışkan, Ö. (2023). *Bilim kurgu sinemasının şimdiki geçmiş zamanı: Teknoloji beden ve kimlik*, Palet Yayınları.
- Dinello, D. (2006). *Technophobia!: Science fiction visions of posthuman technology*, University of Texas Press.
- Doğaner, S. K. (2023). Dijital çağda göçmenlere yönelik çoğulculuk karşıtı yansımalar Black Mirror: Men Againsts Fire. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (Ö13), 817-831.
- Hauskeller, M. (2015). *The palgrave handbook of posthumanism in film and television*, Palgrave Macmillan.
- Kakoudaki, D. (2017). *Robot anatomisi*, Kolektif Kitap.
- Ranisch, R. (2014). *Post and transhumanism: An introduction (Beyond humanism: Trans and posthumanism)*, Peter Lang GmbH, Internationaler Verlag der Wissenschaften.
- Reihe, W. (2022). *Artificial Intelligence and Human Enhancement: Affirmative and Critical Approaches in the Humanities*, De Gruyter.
- Sütçü, M., & Doğaner, S. K. (2023). Ölümün inkâr tezi bağlamında garip bir koleksiyoncu

filminin göstergebilimsel çözümlemesi. *Korkut Ata Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (Özel Sayı 1 Cumhuriyetin 100. Yılına), 1565-1584.

Araştırma Makalesi / Research Article

GÖÇ VE SES: GÖÇÜN İŞİTSEL HAFIZASI

Migration and Sound: The Audible Memory of Migration

Saygın Koray Doğaner*

Özet

Bu çalışma, sesin sinemada kurgu yoluyla anlam üretimindeki rolünü göç teması bağlamında ele almayı amaçlamaktadır. Çalışmada görsel anlatının baskın olduğu geleneksel sinema çözümlemelerinin ötesine geçerek, işitsel unsurların özellikle göç, hafıza ve kimlik gibi çok boyutlu konular üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu bağlamda Özcan Alper'in Gelecek Uzun Sürer (2011) filmi örneklem olarak seçilmiş ve filmde sesin anlatıdaki işlevi nitel içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda, filmde kullanılan ses flashback'lerinin, kaydedilmiş anlatıların, off-screen seslerin ve uzun sessizliklerin, göçün bireyde bıraktığı duygusal izleri temsil etmede güçlü araçlar olduğu görülmüştür. Filmde ses yalnızca işitilen bir unsur değil, geçmişle şimdi arasında bağ kuran ve karakterin içsel yolculuğunu görünür kılan bir anlatım biçimi olarak yapılandırılmıştır. Görüntüde yer almayan seslerin mekânı temsil edişi, göç sonrası oluşan boşlukları hissettirme işlevi taşımakta; sessizlik ise bastırılan hafızanın ve anlatılamayan deneyimlerin temsili olarak ön plana çıkmaktadır. Çalışma, sinema çözümlemelerinde sesin yalnızca teknik bir unsur değil, aynı zamanda anlatının zamansal ve duygusal yapısını kuran temel bir bileşen olduğunu göstermektedir. Göç gibi toplumsal ve bireysel yönleri iç içe geçen bir olgunun, sadece görsel değil işitsel yollarla da temsil edilebileceğini ortaya koyan bu yaklaşım, sinema alan yazınına farklı bir katkı sunmayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Ses, Göç, Bellek, İşitsel Hafıza, Gelecek Uzun Sürer.

Abstract

This study aims to explore the role of sound in cinematic meaning-making within the context of migration. Moving beyond traditional film analyses that prioritize visual storytelling, it investigates the impact of auditory elements on complex themes such as migration, memory, and identity. Özcan Alper's Future Lasts Forever (Gelecek Uzun Sürer, 2011) was selected as the case study, and the narrative function of sound in the film was examined using a qualitative content analysis method. The analysis reveals that sound flashbacks, recorded testimonies, off-screen sounds, and prolonged silences serve as powerful tools in representing the emotional traces of migration on the individual. In the film, sound is not merely a sensory element but a narrative device that bridges past and present and renders the character's inner journey perceptible. Off-screen sounds contribute to the spatial representation and convey the void left by displacement, while silence emerges as a representation of repressed memory and unspoken experience. This study demonstrates that sound is not only a technical component in film but also a fundamental narrative structure that shapes temporal and emotional dimensions. By highlighting the potential of sound to represent migration—a phenomenon interwoven with both social and personal dimensions—this approach offers a distinctive contribution to film studies.

Keywords: Sound, Migration, Memory, Aural Memory, Future Lasts Forever.

* Öğretim Görevlisi Dr., Batman Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Sinema ve Televizyon Bölümü, sayginkorayd@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7077-0551.

GİRİŞ

Göç, bireylerin ve toplulukların yalnızca fiziksel mekân değişiminden ibaret olmayan, aynı zamanda duygusal, kültürel ve zihinsel düzeyde de birçok kırılma yaratan karmaşık bir yaşam deneyimidir. Bir yerden ayrılmak, başka bir yere varmak kadar kolay tanımlanabilir bir süreç değildir. Göç hareketi çoğu zaman geçmişle olan bağların yeniden şekillendiği, aidiyet hissinin sorgulandığı ve bireyin hem kendi içinde hem de yeni bir çevrede kendini konumlandırmaya çalıştığı bir dönüştür. Bu çok boyutlu yapısıyla göç, uzun yıllardır sosyal bilimlerin ve sanatın birçok alanında ilgiyle ele alınan bir konu olmuştur. Özellikle sinema, görsel ve işitsel anlatım olanakları sayesinde göçün yalnızca dışsal değil, aynı zamanda içsel etkilerini de görünür ve işitilir kılma potansiyeline sahiptir.

Sinemada göçün temsili çoğunlukla görüntüye dayalı olarak değerlendirilmiştir. Kameranın gösterdiği bedenler, yüzler, yıkılmış evler ya da sınırlarda sıkışan insanlar, göçün fiziksel yönünü temsil etmede önemli görsel araçlardır. Ancak sinema yalnızca görüntüden ibaret değildir. Sinemanın en az görüntü kadar güçlü bir diğer bileşeni sestir. Ses, hem anlatının akışını yönlendiren bir unsur hem de karakterlerin iç dünyasını yansıtan derin bir ifadedir. Özellikle göç gibi geçmişle, bellekle ve kimlikle doğrudan ilişkili konular söz konusu olduğunda, sesin anlatıdaki işlevi daha da önem kazanmaktadır. Çünkü bazı deneyimler dile getirilemez, bazı duygular ise sadece sessizlikte ya da belli bir tınıda kendini açığa vurur. Bu anlamda ses, çoğu zaman görünmeyen izini sürmek, duyulmayan yankısını hissettirmek için güçlü bir araç haline gelir.

Sinemada sesin anlatısal rolü uzun yıllar teknik bir ayrıntı olarak değerlendirilmiş, görselliğin ön planda olduğu yapılar içerisinde ikinci planda kalmıştır. Ancak son yıllarda yapılan çalışmalar, sesin yalnızca teknik bir unsur olmadığını, aksine anlatının temel taşıyıcılarından biri olduğunu göstermektedir. Özellikle zamansal yapıların kırıldığı, anlatının çizgisel olmayan biçimlerde ilerlediği yapılarda sesin rolü daha da belirgin hale gelmektedir. Ses, zamanın akışını durdurabilir, geçmiş bugüne taşıyabilir ya da henüz gerçekleşmemiş bir olayın izini önceden duyurabilir. Bu bağlamda ses flashback'i ve flashforward'ı, anlatının bellekle kurduğu ilişkinin bir parçası haline gelir. Aynı şekilde off-screen ses, izleyicinin görmediği ama varlığını duyduğu bir mekânı ya da kişiyi temsil etme imkânı sunar. Sessizlik ise bazen en güçlü anlatım biçimi olabilir; karakterin içsel çöküntüsünü, konuşulamayan bir travmayı ya da bastırılan bir duyguyu sessizlikle ifade etmek, sözlü anlatımdan çok daha etkili olabilir.

Göç temalı anlatılarda bu tür ses kullanımları çok daha belirgin bir biçimde ortaya çıkar. Göç, yalnızca yaşanan yerin değişmesiyle değil, aynı zamanda hafızanın ve aidiyetin de dönüştüğü bir süreçtir. Bu dönüşüm, görüntü kadar ses aracılığıyla da anlatıya dahil olur. Özellikle geçmişe ait ses kayıtları, kasetler, fısıltılar, yankılar, boşluklar ve sessizlikler, göç deneyiminin duygusal yoğunluğunu açığa çıkaran önemli unsurlardır. Bazı sesler, karakterin geçmişine duyduğu özlemi tetikler; bazı sessizlikler ise kayıpların ağırlığını daha da görünür kılar. Bu nedenle sinemada sesin analiz edilmesi, göçün yalnızca dışsal değil aynı zamanda içsel temsillerine de ulaşmak için kritik bir giriş noktası sunar.

Bu çalışma, sinema anlatılarında göçün işitsel temsiline odaklanmaktadır. Sesin film içindeki anlatı yapısı içerisindeki rolü, özellikle geçmişle kurulan bağ, bellekle ilişkili katmanlar ve göçün duygusal yansımaları açısından incelenecektir. Bu çerçevede, anlatıdaki ses unsurlarının (off-screen ses, ses flashback'leri, sessizlik, kayıtlı sesler vb.) nasıl kullanıldığı ve bu unsurların göç deneyimini anlamada nasıl bir işlev üstlendiği analiz edilecektir. Çalışmada örneklem olarak bir uzun metrajlı film ele alınacak ve bu film üzerinden sesin göçle nasıl bir ilişki kurduğu detaylı biçimde değerlendirilecektir. Bu seçilen örnek, hem sesin anlatı içindeki çeşitliliğini göstermek hem de göçün işitsel hafızasını açığa çıkarmak açısından uygun bir zemin sunmaktadır.

Yöntem olarak nitel içerik analizi yaklaşımı benimsenmiştir. Filmde yer alan ses örüntüleri, kuramsal çerçeve doğrultusunda çözümlenmiş ve sesin hangi biçimlerde anlam ürettiği ortaya konmuştur. Görsel anlatının ötesine geçerek, işitsel yapıların göç deneyimine nasıl katkı sunduğu sorgulanmıştır. Bu sayede, sinemada sesin yalnızca teknik değil aynı zamanda temsili bir güç olduğu; göç gibi çok boyutlu bir deneyimin sadece görüntüyle değil, sesin taşıdığı hafıza ve duyguyla da aktarılabileceği gösterilmeye çalışılmıştır.

Sanat, geçmişin tanıklığını geleceğe taşıyarak toplumda iz bırakır (Özdemir, 2017). Buradan yola çıkarak sinema, yirminci yüzyıldan itibaren teknik olanakları ve estetik gücüyle yalnızca bir anlatı aracı değil, aynı zamanda toplumsal belleği şekillendiren temel bir sanat biçimi hâline gelmiştir (Çelikiz, 2019). Sinemanın araştırmalara konu oluş biçimleri oldukça çeşitlidir; bireyin varoluşsal sorgulamalarını odağa alan felsefi okumalarından (Sancar, 2023) toplumsal yapıları ve siyasal temsilleri¹ inceleyen çözümlemelere kadar uzanan geniş bir

¹ Sinemadaki politik araştırmaların yanı sıra, politikanın sosyal medya pratiklerinden seçim kampanyalarına kadar uzanan geniş bir iletişim alanında nasıl araçsallaştırıldığını ortaya koyan çalışmalar da bulunmaktadır (bkz. Balcı & Ceylan, 2023; Ceylan & Keskin, 2025).

yelpazede ele alınmıştır. Ancak bu çalışma, siyasal söylemlerden uzak durarak sesi yalnızca estetik bir unsur değil, aynı zamanda anlatının taşıyıcısı ve anlamın kurucu bir bileşeni olarak konumlandırmaktadır.

Bu araştırma sesi ne bireysel ne de siyasal bir temsil alanına indirgmeden, anlatının yapısal bir ögesi olarak değerlendirmektedir. Gelecek Uzun Sürer üzerine yapılan çalışmalara yakından bakıldığında, genellikle politik sinema bağlamında kurmaca-belgesel etkileşimi (Civelek, 2017), Kürtlerin siyasal temsili ve yol anlatıları (Durmuş Yıldırım, 2020), taşra sinemasında zaman inşası (Dümelli, 2019), sessizlikle yasın dışavurumu (Sarioğlu, 2018), kültürel bellek ve kimlik üzerinden müziğin işlevi (Parlaktaş, 2016) ya da politik şiddetin sinemadaki temsili (Çavdar, 2015) gibi temalar çerçevesinde şekillenmiştir. Bu çalışmalardan farklı olarak, bu araştırma *Gelecek Uzun Sürer* filmi ilk kez göç olgusunun işitsel izleri üzerinden, sesin anlatısal işlevine odaklanarak analiz etmektedir.

Araştırmada örneklenen sahneler, filmdeki her sesin temsiline yer vermek amacıyla değil, anlatı içinde anlam taşıyan ve işlevsel rol üstlenen ses kullanımlarını görünür kılmak amacıyla seçilmiştir. Analize dahil edilen sahnelerde ses, yalnızca işitilen bir unsur değil, zamanı bölen, mekânı inşa eden, karakterler arası duygusal mesafeyi belirleyen ve kimi zaman bireysel ya da kolektif belleğe doğrudan referans veren bir anlatı ögesi olarak yapılandırılmıştır. Bu seçim yöntemi, sesin sinemada sadece teknik bir bileşen olmadığını, aynı zamanda anlatının duygusal ve tarihsel derinliğini kuran temel bir yapı taşı olduğunu ortaya koymayı hedeflemektedir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Sinemada Sesin Anlatıdaki Rolü

Sinemada anlatı, yalnızca görsel öğelerle şekillenmez. Sesin yapısal ve duygusal katkısı, anlatının anlam üretim sürecinde temel bir rol oynar. Uzun yıllar boyunca görüntü merkezli yaklaşımlar sesin işlevini geri planda tutsa da çağdaş film çalışmaları sesin anlatı üzerindeki etkisini vurgulayan yönelimlere sahiptir (Chion, 1994; Bordwell & Thompson, 2010). Michel Chion'un *audiovisual contract*² olarak tanımladığı ses-görüntü ilişkisi, izleyicinin gördüğünü nasıl duyduğunu ve duyduğunu nasıl gördüğünü etkileyen çift yönlü bir bağlam yaratır (Chion, 1994). Özellikle ses ile görüntü arasındaki karşılıklı etkileşim, izleyici algısını yönlendirerek anlatıya derinlik kazandırır.

² *Audiovisual contract*, Michel Chion'un sinemada ses ile görüntü arasında izleyicinin algısal düzeyde kurduğu karşılıklı uyum ve anlamlandırma ilişkisini tanımlamak için geliştirdiği bir kavramdır. Bu ilişki, sesin görüntüye bağlı biçimde yorumlanmasını ve görüntünün de sesle tamamlanmasını ifade eder. Bu bağlam, izleyicinin film deneyimini yalnızca görmekle değil, aynı zamanda duymakla da biçimlendirdiğini vurgular.

Sesin sinemadaki kullanımı genellikle öykü içi (diegetic) ve öykü dışı (non-diegetic) olarak sınıflandırılır. Diegetik sesler, karakterlerin de duyabildiği anlatı içi seslerdir. Öykü dışı sesler ise karakterlerin duymadığı müzik ya da dış ses anlatılardır (Bordwell & Thompson, 2010, s. 265). Bu ayırım, sesin yalnızca teknik değil, anlatının kurucu bir ögesi olduğunu gösterir. Diegetik sesler karakterlerin deneyim dünyasını yansıtırken, öykü dışı sesler izleyicinin sahneye bakışını yönlendirir. Böylece ses, filmdeki gerçeklik algısını şekillendirirken duygusal atmosferin kurulmasında da belirleyici olur.

Görüntü içi ve dışı (on-screen ve off-screen) ses kullanımları, mekânsal anlatıyı şekillendirir. Görüntüde kaynağı gösterilmeyen sesler, izleyicinin hayal gücünü harekete geçirerek anlatıya görünmeyen alanları dahil eder (Altman, 1992). Travma ve hafıza temalı filmlerde bu tür sesler, hissedilen geçmişin duyulur kılma işlevi görür (Marks, 2000). Görüntü dışı sesler, sahnede kaynağı görülmeyen ancak duygusal yoğunluğu artıran işitsel öğelerdir; geçmişin yankısı ya da artık var olmayan bir mekânın akustik izi olabilirler. Bu sesler yalnızca atmosfer yaratmakla kalmaz, eksik olanı tamamlayan bir anlatı boşluğu da oluşturur. Öte yandan, görüntü içi sesler sahneye eş zamanlı bir gerçeklik algısı sunar. İki ses türünün birlikte kullanımı, anlatıyı hem mekânsal olarak genişletir hem de izleyiciyle kurulan bağı derinleştirir.

Zamansal düzlemde ise ses, anlatının lineer yapısını kırma potansiyeline sahiptir. Ses flashback'³ olarak adlandırılan teknik, geçmişte yaşanmış olayların ses aracılığıyla bugüne taşınmasına imkân verir. Bu sesler karakterin belleğinde iz bırakmış deneyimlerin bugünkü anlatı içinde yeniden canlandırılması işlevi görür (Flinn, 1992). Ses flashforward'ı ise ileride yaşanacak bir olayın önceden duyurulmasını sağlayarak izleyicide beklenti yaratır (Holman, 2002). Bu tekniklerin her ikisi de sesin yalnızca eşlik eden bir unsur olmadığını, zamanın yapısını doğrudan etkileyen ve anlatının ilerleyişini dönüştüren bir öğe olduğunu ortaya koyar. Ses geri dönüşü kullanıldığında, karakterin iç dünyasındaki çatışmalar geçmişe dair işitsel bir iz üzerinden bugüne taşınır. Bu geçişler çoğu zaman görüntüde hiçbir değişim olmadan gerçekleşir, yani seyirci yalnızca duydukları aracılığıyla zamanda bir kırılma yaşar. Böylece ses, bellekle doğrudan ilişki kuran ve zamanın tek doğrultuda ilerlemediğini hissettiren bir yapı oluşturur. Ses ileri yansımaları ise anlatıya öngörü katmakla birlikte, sahneye bir tür belirsizlik ve duygusal hazırlık hissi ekler. Henüz gerçekleşmemiş bir olayın sesi duyulduğunda, izleyici

³ Flashback ve flashforward kavramları, Türkçeye çoğunlukla özgün halleriyle, yani “flashback” ve “flashforward” şeklinde çevrilmeden aktarılmıştır. Özellikle sinema literatüründe bu kullanım yaygın olarak benimsenmiştir. Her ne kadar ses özelinde bu terimler “sesin geri dönüşü” ya da “sesin ileri sarımı” gibi ifadelerle karşılanabilir olsa da, televizyon, radyo ve internet gibi başka birçok teknik kavramda olduğu gibi bu terimler de dil içinde yerleşik hale gelmiştir. Bu nedenle, çalışmada hem teknik anlamını korumak hem de uluslararası terminolojiyle uyumlu kalmak adına “ses flashback’i” ve “ses flashforward’ı” biçiminde kullanımı tercih edilmiştir.

bilinmeyenle karşı karşıya kalır ve anlatı bu gerilimle zenginleşir. Bu teknikler sayesinde ses, anlatının yalnızca ritmini değil, duygusal yoğunluğunu ve zamanla kurduğu ilişkiyi de yeniden tanımlar.

Ses perspektifi, film anlatısında hem mekânsal yönelimi hem de öznel deneyimi inşa eden önemli bir yapı unsurudur. Bu kavram, sesin nereden ve nasıl duyulduğunu belirleyerek izleyicinin sahneye hangi mesafeden yaklaştığını da dolaylı olarak biçimlendirir. Örneğin bir karakterin dünyasını onun işitme biçimiyle örtüşecek şekilde sunmak, izleyiciyi yalnızca görsel olarak değil, işitsel olarak da özneye yaklaştırır. Bu durum, anlatının duygusal yoğunluğunu artırdığı gibi karakterle kurulan empatiyi de derinleştirir. Öte yandan ses perspektifi aracılığıyla mekân içindeki uzaklık ve yakınlık hissi kurgulanabilir, böylece izleyici yalnızca neyi duyduğunu değil, ne kadar yakında ya da uzakta hissettiğini de anlamlandırır. Sinemada sesin bu şekilde özneye ya da kameraya göre konumlandırılması, anlatının ritmini ve atmosferini doğrudan etkiler. Özellikle içsel çatışmaların ya da kırılma anlarının işlendiği sahnelerde ses perspektifinin kullanımı, anlatının bütünlüğü açısından belirleyici olabilir.

Sinemada sıklıkla göz ardı edilen bir diğer anlatı unsuru ise sessizliktir. Sessizlik, yalnızca sesin yokluğu değil, bilinçli bir tercih olarak anlatının yoğunlaştığı anlarda kullanılan anlamlı bir boşluktur. Suskunluk, özellikle travmatik deneyimlerde, söylenemeyenin, bastırılanın ya da kaybın temsil biçimi olarak kullanılır (Wegenstein, 2012). Sessizlik yüzeyde bir boşluk gibi algılsa da özellikle karakterlerin ifade edemediği duygular, bastırılmış deneyimler ve psikolojik gerilimler açısından güçlü bir anlatı aracına dönüşür. Bu yönüyle sessizlik, yalnızca bir duraklama değil, izleyiciyle kurulan duygusal ve bilişsel etkileşimi derinleştiren bir anlatı stratejisi olarak değerlendirilebilir.

Sanılanın aksine, sinemada ses üzerine düşünüldüğünde akla gelen ilk unsur genellikle sessizlik değildir. Seyirci için ses çoğu zaman atmosfer müziği, diyalog ya da dikkat çekici efektlerle özdeşleşir. Oysa anlatı açısından en yoğun anlam üretimi, bazen bu işitsel yoğunluğun yerini alan sessizlikle ortaya çıkar. Sessizlik, böylece sesin yokluğuyla değil, içerdiği anlam fazlalığıyla bir anlatı aracına dönüşür.

Sessizlik, aynı zamanda sahnede geri planda yer alan seslerin fark edilmesini sağlayarak anlatıya yeni bir boyut kazandırır. Arka planda var olan ve ilk bakışta önemsiz gibi görünen bir ses ögesi, sessizliğin içinde öne çıkarak anlatısal bir işlev üstlenebilir. Bu durum, izleyicinin dikkatini yalnızca önde gerçekleşen olaylara değil, sahnenin bütününe yönlendiren bir işitsel denge yaratır. Böylece sessizlik, yalnızca mevcut sesin yokluğu değil, daha önce duyulmayanın işitilmesine olanak tanıyan yapısal bir tercih halini alır. Özellikle psikolojik ya da hafızaya

dayalı anlatılarda bu tür arka plan sesleri, mekânsal ve duygusal atmosferin inşasında belirleyici bir rol oynar. Bu bağlamda sessizlik, yalnızca bireysel hafızayla değil, toplumsal olarak bastırılmış ya da görünmez kılınmış deneyimlerle de ilişkilidir. Göç olgusu, çoğu zaman yalnızca fiziksel bir yer değiştirme değil, aynı zamanda hatırlamakla unutmak arasındaki gelgitleri de içerir. Sessizlik, göç eden bireyin ya da topluluğun ifade edemediği travmaların, kayıpların ve geçmişle kurduğu kopuk bağların duyulmadan aktarılmasına aracılık eder. Özellikle göç temalı anlatılarda sessizlik, yalnızca kelimelerin eksikliği değil, geçmişin yankılarının sessizce sürmesi anlamına gelir. Böylece sessizlik, göçün işitsel bir hafızası olarak işlev görebilir.

Sessizliğin en belirgin biçimde temsil edildiği anlar, karakterin geçmişle doğrudan yüzleştiği sahnelerdir. Bu sahnelerde görsel bir hareketlilik ya da dramatik anlatım yoktur. Ancak uzun süreli sessizlik, karakterin yaşadığı içsel hesaplaşmayı dışarıya taşır. Bu anlatı tercihi, sessizliğin sadece bir suskunluk değil, aynı zamanda duygusal bir dil olduğunu gösterir (Elsaesser & Hagener, 2015). Sessizlik böylece karakterin iç dünyasını görünür kılan güçlü bir anlatım aracına dönüşür.

Sinemada sesin bu çok yönlü işlevi, anlatının zamansal, mekânsal ve duygusal boyutlarını yapılandırır. Bu nedenle sesin sistematik bir biçimde analiz edilmesi, özellikle görsellik üzerinden anlam üretimine odaklanan geleneksel yaklaşımların ötesine geçmeyi mümkün kılar (Monaco, 2009, s. 222). Bu ifade, sinemada sesin yalnızca tamamlayıcı bir unsur olmadığını, anlatının temel bileşenlerinden biri olduğunu ortaya koyar. Geleneksel film analizlerinde sıklıkla görsel unsurlar merkeze alınırken, ses çoğu zaman arka planda kalan ya da teknik bir detay olarak değerlendirilen bir öğeye indirgenmiştir. Oysa ses, anlatının zaman akışını yönlendirmekten mekân algısını inşa etmeye, karakterlerin iç dünyasını açığa çıkarmaktan izleyiciyle kurulan duygusal etkileşimi derinleştirmeye kadar çok katmanlı bir işleve sahiptir. Bu nedenle sesin sistemli biçimde çözümlenmesi, film metnine daha bütüncül bir yaklaşımla bakmayı sağlar. Böylece yalnızca neyin görüldüğü değil, nasıl duyulduğu da anlatının taşıdığı anlam açısından belirleyici hale gelir.

Göç, Hafıza ve Sesin Kesişimi

Göç, yalnızca fiziki bir yer değişimi değil, aynı zamanda bellek, kimlik ve aidiyet üzerinde etkili bir deneyimdir. Göçmen bireyler, geçmişe dair hatıralarını taşıırken yalnızca görseller değil, sesler de hafızayı şekillendirir (Bijsterveld & van Dijck, 2009). Tanıdık bir ses, örneğin bir kapı gıcirtısı ya da sokaktan geçen bir satıcının sesi, geçmiş beklenmedik şekilde hatırlatabilir. Bu sesler, bireyin eski yaşamıyla duygusal bir bağ kurmasına aracılık eder.

Tanıdık olmayan bir coğrafyada işitilen tanıdık bir ses ögesi, aidiyet duygusunu geçici de olsa güçlendirebilir. Bu yönüyle ses, belleğin sürekliliğini koruyan bir taşıyıcıdır.

Akustik hafıza, bireyin geçmişte maruz kaldığı sesleri zihninde yeniden canlandırma yetisidir. Bu tür hafıza, belirli seslerin duyulmasıyla geçmişteki duygusal durumların tekrar yaşanmasına neden olabilir. Özellikle göç bağlamında, çocuklukta duyulan bir ezgi ya da ses kaydı, göçmenin belleğinde geçmiş şimdide taşır (Bull & Back, 2003). Bu nedenle ses, sadece işitsel bir uyarı değil, geçmiş ile şimdi arasında bir köprü işlevi görür. Göçmen bireyin yeni yaşamında, tanıdık sesler hem aidiyet hem de kimlik bütünlüğünü sürdürmesini sağlar. Bu bağlamda ses, yalnızca çevresel bir unsur değil, aynı zamanda belleğin sürekliliğini koruyan duygusal bir taşıyıcıdır. Tanıdık bir ses ya da unutulmuş bir kayıt, bireyin hafızasında kayıp, süreklilik ve aidiyetin simgesine dönüşebilir.

Göç sürecinde sessizlik de belirleyici bir işitsel katmandır. Bazı deneyimler dile dökülemez, bazı hikâyeleri anlatmak zorlayıcı olabilir. Travmatik göç süreçlerinde bu durum daha belirgindir. Anlatılamayan acılar, kayıplar ya da bastırılmış kimlikler sessizlikle temsil edilir. Sessizlik burada bir eksiklik değil, ifade edilemeyen taşıyıcısıdır (Marks, 2000; LaCapra, 2001). Bu yaklaşım, sessizliğin yalnızca yokluk değil, yoğun bir anlamın ifadesi olduğunu gösterir. Özellikle göç bağlamında sessizlik, söze dökülemeyen duyguların taşıyıcısı olarak, görünmeyen acıların ve bastırılmış kimliklerin sinemasal ifadesine olanak tanır.

Ayrıca, ses kayıtları, kasetler, telefon görüşmeleri gibi araçlar, göçmen bireyin geçmişle olan bağını sürdürmesini sağlayan işitsel arşivler olarak değerlendirilebilir. Bu materyaller aracılığıyla göçmen, yalnızca geçmişini hatırlamakla kalmaz, aynı zamanda kimliğini yeniden kurar (Bijsterveld, 2001). Göç eden birey için ses, mekânlar arası geçişte sabit kalan bir aidiyet taşıyıcısı haline gelir.

Sonuç olarak, sesin göç anlatılarında temsili, yalnızca teknik bir unsur değil, duygusal ve bellekle ilişkili anlamların taşıyıcısıdır. Sinema, bu anlamları yalnızca görüntüyle değil, sesin sunduğu zamansal ve duygusal katmanlar aracılığıyla da ifade etme potansiyeline sahiptir. Bu nedenle göç temalı sinema eserlerinde sesin incelenmesi, sadece estetik değil aynı zamanda sosyo-kültürel düzeyde de yeni okumalar sunar.

GELECEK UZUN SÜRER

Gelecek Uzun Sürer (2011), yönetmen Özcan Alper'in sinemasında sıkça karşılaşılan hafıza, kayıp ve yolculuk temalarını içeren, işitsel anlatımın güçlü biçimde kullanıldığı bir film olarak öne çıkar. Film, geçmişe yönelik bir arayışı merkezine alırken, anlatının hem görsel hem

de işitsel düzlemde ilerlemesini sağlar. Bu bağlamda film, göç temasıyla doğrudan yüzleşmek yerine, göçün bireyde bıraktığı duygusal ve belleksel etkileri dolaylı yollarla görünür kılar. Bu dolaylılık özellikle ses aracılığıyla gerçekleştirilir. Filmde kullanılan ses efektleri, kayıtlar, sessizlikler ve sesin zamanla kurduğu ilişkiler, göçün anlatıya doğrudan değil, işitsel bir arka plan üzerinden dâhil olduğunu göstermektedir.

Zamanla Kurulan İşitsel Bağ: Flashback Sesler ve Bellek Kırılmaları

Filmin temel karakteri, geçmişin izini sürmek üzere çıktığı yolculukta, birçok anıya yalnızca mekânlar üzerinden değil, aynı zamanda sesler aracılığıyla da ulaşır. Bu sesler, çoğu zaman kasetlerde kaydedilmiş anlatılardır. Anlatıcıya ait bu sesler görüntüyle eşzamanlı olarak verilmediği için izleyici, bir anda geçmişe doğru ses aracılığıyla çekilir. Burada kullanılan teknik, klasik anlamda bir görüntü flashback'i değildir. Aksine, geçmişe dair sahnelerin görünmeden, yalnızca sesle hatırlatıldığı anlar, sesin zamanla ilişkisini ön plana çıkarır (Chion, 1994).



Şekil 1. Ses Flashback'i

Filmin açılış sekansında Sumru ve Harun'u tren yolculuğu sırasında birlikte görürüz. Bir süre sonra Harun, Sumru'ya bir mektup verir ancak onun mektubu o an açmasını istemez. Ardından Harun bir anda Sumru'nun yanından kaybolur ve kamera yalnız kalan Sumru'yu vagona tek başına gösterir. Bu sahnede Harun'un sesi duyulmaya başlar ve mektubun içeriği izleyiciye sesli olarak aktarılır. Harun'un geçmişe ait sesi ile Sumru'nun şimdiki görüntüsü üst üste biner. Böylece zamansal düzlemde bir kırılma yaşanır ve sahne ses *flashback*'i tekniğiyle yapılandırılır. Harun'un sesi, geçmişte yazılmış bir duygunun şimdiye taşınmasını sağlar ve bu işitsel zaman kayması anlatıya hem duygusal hem de yapısal bir derinlik kazandırır.

Yönetmenin Harun'un mektubunu ses *flashback*'i olarak sunması, anlatının duygusal ve zamansal katmanlarını bilinçli şekilde derinleştiren bir tercihtir. Harun'un sesi geçmişten bugüne uzanarak Sumru'nun yalnızlığına eşlik eder. Bu sahnede izleyici, hem mektubun içeriğini öğrenir hem de Sumru'nun duygularına ortak olur. Harun'un artık orada olmaması ama sesinin duyulması, yoklukla varlık arasındaki sınırı temsil eder. Ses *flashback*'iyle mektup, bilgilendirici bir metin olmaktan çıkar ve Sumru'nun zihninde yankılanan bir anıya dönüşür. Bu teknik, zamanın akışını kesintiye uğratarak izleyiciyi karakterin iç dünyasına yaklaştırır ve anlatının merkezinde güçlü bir duygusal bağ kurar.



Şekil 2. Ekran Dışı Ses (off-screen sound)

Sumru'nun bir arkadaşıyla balkonda konuştuğu sahnede, arka planda zaman zaman çocukların kadrāja girmesi ve aynı anda bir televizyon yayınından gelen sesin duyulması dikkat çekicidir. Bu ses, kaynak görsel olarak gösterilmediği için ekran dışı ses kategorisine girer. Görüntüde yer almayan bu ses, yalnızca çevresel bir gerçeklik katmakla kalmaz, aynı zamanda anlatının arka planına toplumsal bir bağlam yerleştirir. Televizyon sesi, karakterlerin kişisel diyaloglarının dışında süren kamusal gündemi ve görünmeyen bir hayat akışını duyulur kılar. Bu sayede izleyici, anlatının merkezinde yer alan bireysel deneyimlerin ötesine geçerek, karakterin çevresindeki sosyal ve kültürel ortamın sürekliliğini de algılayabilir. Bu ekran dışı ses, bireysel hafıza ile toplumsal hafıza arasında görünmeyen ama hissedilen bir bağ kurar ve karakterin yaşadığı içsel kopukluğu işitsel düzlemde sezdirir.

Aynı sahnenin devamında, arkadaşının çocuğunun kadrāja girerek annesinden hikâyeye okumasını istemesi, annenin ise onu uyutup geleceğini söylemesi, konuşmayı kısa süreliğine kesintiye uğratar. Bu küçük etkileşim, günlük hayatın ritmini ve karakterler arasındaki yaşam farkını belirginleştirir. Üstelik çocuk annesiyle Kürtçe konuşur ve Sumru bu konuşmayı

anlayamaz. Bu durum, karakterin bulunduğu mekâna fiziksel olarak dahil olmasına rağmen kültürel olarak mesafede kaldığını gösterir. Arkadaşının evli ve çocuklu olması, Sumru'nun ise yalnız ve saha araştırması yapan bir karakter olarak konumlanması da iki kadının farklı sosyal gerçeklikler içinde var olduklarını işaret eder. Arkadaşının, Sumru'nun eski mahallede ev tutma tercihine dair söylediği “Biz eski olandan kaçıyoruz, sen orada kalmak istiyorsun” cümlesi ise bu farkı anlatı düzeyinde görünür kılar.



Şekil 3. Sumru Sesin Kaynağına Doğru Yürür

Filmde mekânlar yalnızca görsel değil, işitsel olarak da inşa edilir. Özellikle off-screen sound kullanımıyla, karakterin göremediği ama işittiği sesler mekânın atmosferini şekillendirir ve çevrede bir yaşamın varlığına ya da yokluğuna dair ipuçları sunar (Doane, 1980). Şekil 3'te Sumru daha önce Leyla ile birlikte geldiği ve kadınların üretim merkezi olarak işlev gören mekânda görülür. Mekâna ilk adım attığında, içerideki kadınların sanatsal üretimle meşgul olduğu bir atmosfer dikkat çeker. Bazı kadınlar resim yapmakta, bazıları ise dikiş dikmektedir. Bu sırada kaynağı görüntüde yer almayan bir kadın sesi iştilir. Bu ses, izleyiciye başlangıçta ekran dışı ses (off-screen sound) olarak sunulur. Ancak sahnenin ilerleyen anlarında kamera, konuşan kişiyi kadraja alarak sesin kaynağını görünür kılar ve bu sayede ekran dışı ses ekran içi sese (on-screen sound) dönüşür. Sumru'nun mekâna yabancı bir figür olarak girişi, önce sesin duyulması sonra kaynağının görünmesiyle anlam kazanır. Bu geçiş, onun çevreyle kurduğu bağın kademeli gelişimini ve izleyicinin anlatıya katılım sürecini yansıtır. İzleyici önce duyar, sonra görür. Böylece ses, yalnızca işitsel değil, mekân algısını kuran temel bir anlatı ögesi hâline gelir.



Şekil 4. Sumru Sesin Kaynağını Bulur



Şekil 5. Lazca Ağıtlar ve Sumru'nun Kayıt Ettiği Sesli Not

Sumru'yu kiraladığı evde yalnız ve yeni uyanmış halde görürüz. Oda karanlıktır, pencere açıldığında dışarıdan okul zili sesi gelir ve çocuklar görünür. Bu sahne, Sumru'nun içsel yalnızlığı ile dış dünyanın sürekliliği arasındaki karşıtlığı vurgular. Pencerenin demir parmaklıkları ise onun hem fiziksel hem duygusal sıkışmışlığını simgeler.

Ardından Sumru, çalışma masasının başına geçerek 5 Temmuz 2008 tarihinde Rize Çamlıhemşin'de Laz kadınlarla yaptığı saha görüşmesine ait bir ses kaydını açar. Kayıta önce Lazca ağıtlar duyulur, hemen ardından ise Sumru'nun sahaya dair kişisel notları işitilir: “Hava her zamanki gibi sisli ve yağmurlu, yani buradakilerin deyimiyle çürük ayındayız. İçimde nedenini anlamadığım bir sıkıntı var. Harun gideli yedi ay oldu ve hiçbir haber alamadım.” Bu sözler, yalnızca alan çalışmasına değil, Sumru'nun duygusal kırılganlığına ve geçmişle bağ kurmasına da işaret eder. Sesin geçmişe, görüntünün şimdiye ait olması ses *flashback*'i

teknikleriyle duygusal bir iç içelik yaratır. Lazca ağıtlarla Harun’a dair notların birleşimi, bireysel hafızanın ses yoluyla nasıl şekillendiğini gösterir. Ses kayıtları, hem duygusal bir yüzleşme hem de geçmişin bugünü etkileme biçimini ortaya koyar. Böylece sahne, sesin sinemada belleği nasıl taşıyabileceğini güçlü bir biçimde örnekler.



Şekil 6. Ses Kayıt Cihazının Silah İşlevi Görmesi

Sumru’nun elindeki ses kayıt cihazını Ahmet’e bir silah gibi doğrulttuğu bu sahne, görsel ve simgesel düzeyde oldukça yoğun anlamlar barındırır. İlk bakışta bir oyun gibi görünen bu jest, hem iletişim araçlarının potansiyel iktidar ilişkilerini hem de karakterler arası yabancılığı temsil eder. Ahmet’in ellerini havaya kaldırarak teslim olma hareketi yapması, bu sahnede ses kayıt cihazının sadece bir araştırma aracı olmadığını, aynı zamanda tanıklık edilen bir geçmişin temsilcisi olarak tehditkâr bir role de bürünebildiğini gösterir.

Bu anda Sumru ile Ahmet arasında kısa bir diyalog geçer. Ahmet Fransızca konuşur, Sumru ise hiçbir şey anlamaz. Ahmet’in “Boşver, ben de anlamıyorum” demesi, bu sahnede dilin yalnızca iletişim aracı değil, aynı zamanda yabancılaşmayı pekiştiren bir unsur olarak işlev gördüğünü gösterir. Bu sahnede Ahmet’in yerel bir satıcı olmasına rağmen entelektüel bir yönünün bulunduğu sezilirken, aynı zamanda Sumru ile arasında hem sözlü hem de kültürel bir mesafenin varlığı açığa çıkar. Bu durum, iki karakterin geçmişleriyle, konuştukları dillerle ve aidiyet hissettikleri coğrafyalarla birbirinden ne kadar farklı konumlandığını ima eder. Bu sahnede Ahmet’in bir CD tezgâhı önünde durması, sesin maddi taşıyıcılarıyla çevrelenmiş bir arka plan sunar. Sumru ses kaydı yaparken, Ahmet’in “sesle çalışan” biri olması, karşılaşmayı kişiler arası bir etkileşimin ötesine taşır. Sahne, sesin hem geçmişi arşivleyen hem de bugünü çoğaltan bir temsil ve güç aracına dönüşebileceğini gösterir. Ses kayıt cihazının silah gibi tutulması, Sumru’nun kentle kurduğu mesafeli ilişkiyi sorgulayan bir jesttir. Ahmet’in ilk tepkisi, araştırmacı ve yerel arasında her zaman kurulamayacak temasın altını çizer. Böylece

sahne, tanışmanın ötesinde tanıklık, yabancılık ve iktidar ilişkilerinin şekillendiği bir kesite dönüşür.



Şekil 7. Ses Köprüsünün Başlangıcı

Filmde ses köprüsü (sound bridge) yalnızca sahneler arasında geçiş sağlamakla kalmaz, aynı zamanda duygusal ve mekânsal bağlamları birbirine örerek derin bir anlatı kurar. Bir kadının ağıt söylediği sahneden başlayan ses, doğrudan Sumru'nun minibüsteki yüzüne biner.



Şekil 8. Ses Köprüsü Sumrunun Yüz Planının Üzerine Biner



Şekil 9. Ses Köprüsü Aracılığıyla Duyulan Ses Cezaevi Görüntüsünün Üzerindedir



Şekil 10. Ses Köprüsünün Sonunda Sumru'nun Yüzü Karanlıkta Kalır

Ses köprüsü aracılığıyla duyulan ağıt ardından Sumru'nun camdan dışarı baktığı açıdan cezaevi binası görünür. Bu görüntüden sonra kamera, Sumru'nun otobüs camına yansıyan silüetine yönelir ve sahne karanlığa gömülür. Sesin bu şekilde sahneler arasında sürmesi, kadının sözlü anlatımına dayanan acı hafızasının hem mekânda (cezaevi görüntüsü) hem de karakterin iç dünyasında (Sumru'nun gölgede kalan yüzü) karşılık bulmasına olanak tanır. Böylece ses köprüsü, kişisel bir tanıklıkla toplumsal bir hatırlama arasında görünmez bir bağ kurar. Ağıtın içeriği açık biçimde verilmemiş olsa da, sesin yerleştirilişi bu anlatının ağır bir geçmişe işaret ettiğini sezdirir. Bu yapı, izleyiciye hem işitsel hem görsel olarak sessiz ama yoğun bir düşünsel alan sunar.



Şekil 11. Sumru Yatağından Uyanır ve Kaynağı Belirsiz Bir Sesi Fark Eder

Şekil 11’de yeralan sahnede Sumru’nun uyanışıyla başlayan sessizlik, dışarıdan gelen belirsiz bir sesle kesintiye uğrar. Bu işitsel uyarın, onu yataktan kalkmaya ve pencereye yönelmeye iter. Bu ses, hem mekânsal hem de duygusal bir hareketliliğin tetikleyicisi olur ve Sumru’nun dış dünyayla temas kurmasını sağlar.



Şekil 12. Sumru Ses Kayıt Cihazını Yine Bir Silah Aleti Gibi Tutar

Şekil 12’de Sumru’nun ses kayıt cihazını bir silah gibi tutarak ilerlemesi, hem görsel hem anlamsal olarak oldukça güçlü bir temsildir. Bu an, sesi bir tanıklık aracına dönüştürdüğü gibi, sessiz kalmış olanı kayda geçirme ve görünür kılma çabasını da simgeler. Bu görsel imge, yalnızca kayıt yapma eylemini değil, aynı zamanda bir tür güç ilişkisini, hatta potansiyel bir tehdit ya da sorgulamayı da ima eder. Kayıt cihazının kısa bir anlığına yerel bir kadına doğrultulması, sesin toplumsal cinsiyet bağlamında nasıl temsil edildiğine dair sembolik bir etki yaratır. Bu kadının sesin kaynağı olmadığı kısa sürede anlaşılır ve Sumru yürümeye devam eder. Ancak bu geçici yönelim bile, sesin kimin tarafından üretildiği, kimin tarafından

kaydedildiği ve kimin sesi hâline geldiği sorularını gündeme getirir. Filmde sesi kaydeden kişi Sumru’dur; Batılı, eğitilmiş ve profesyonel bir kadındır. Sesi kaynağı ise henüz duyulmamış bir erkek sesidir ancak bu yanlış yönelme aracılığıyla yerel ve görünmez kadın figürlerinin de anlatı içindeki temsiline dikkat çekilir. Bu sahne, sesin üretimi ile dolaşıma sokulması arasında kalan gerilimi, kadınlar arasındaki sınıfsal ve kültürel eşitsizlikler üzerinden görünür kılar.



Şekil 13. Sumru Sesi Kaynağını Aramaya Devam Eder



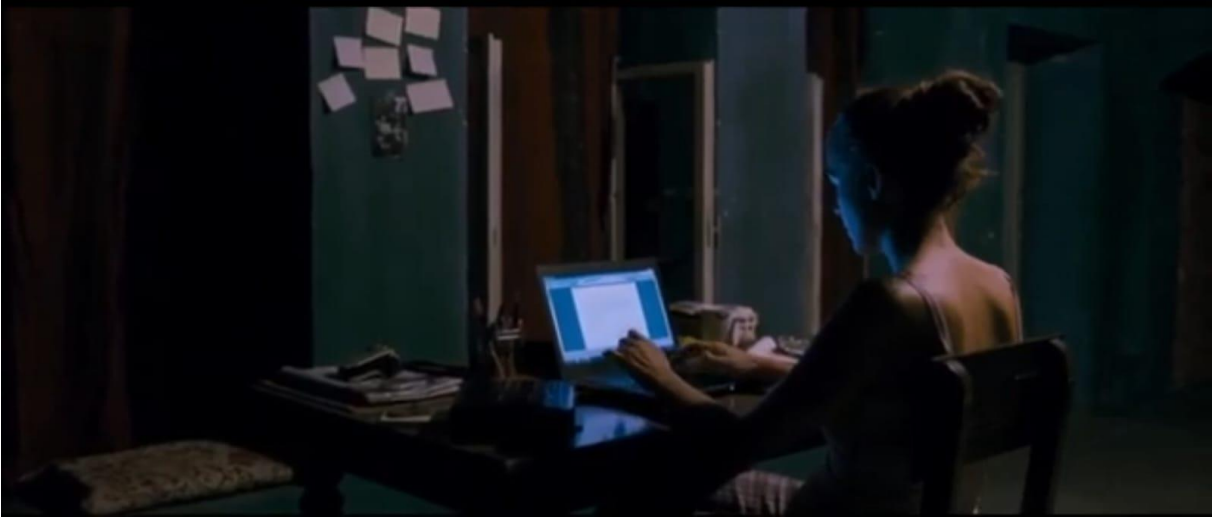
Şekil 14. Sesi Kaynağı Bulunur

Şekil 14’te kamera, Diyarbakır şehrinin genel görünümüne geçer ve Sumru’nun sesli notu duyulur: “23 Eylül 2010, Diyarbakır. Surlardan şehir sesleri.” Bu ifade, sesi bireysel bir özneye değil, kolektif bir kaynağa atfeder. Sanki şehir bir beden gibi konuşmaktadır. Ağta benzeyen sesin erkek oluşu, geleneksel cinsiyet kalıplarını tersyüz ederken, bu sesin kaynağının bir birey değil tüm şehir olması, kolektif hafızanın bir dışavurumu olarak okunabilir. Bu sahne, şehri yalnızca mekânsal değil, aynı zamanda sesin ve belleğin taşıyıcısı olarak temsil eder. Sumru’nun sesi takip ederek kaynağa ulaşma arzusu, sadece belgeselci bir refleks değil, aynı

zamanda kişisel bir arayıştır. Burada ses, mekânla özdeşleşmiş bir hafıza parçası hâline gelir. Sumru'nun duyduğu ses, yalnızca bir ağıt değildir; aynı zamanda şehirde bastırılmış olanın, duyulmayanın, görünmeyenin bir ifadesidir. Dolayısıyla bu sahnede ses hem bir çağrı hem de bir tanıklıktır. Film bu noktada bireysel hikâye ile toplumsal hafıza arasında bir köprü kurar.



Şekil 15. Kadraj İçi Kadraj ve TV Sesi



Şekil 16. Kadraj İçi Kadraj Bilgisayardan Gelen Ağıt Sesi

Şekil 15 ve 16'da yer alan iki ardışık sahnede, sesin anlam üretici gücü ve görsel kompozisyonun ortak yapısı üzerinden dikkat çekici bir paralellik kurulur. Her iki karakter de kadraj içi kadraj (picture in picture) biçimiyle çerçevelenmiştir. Ahmet, açık havada bir televizyon karşısında Theo Angelopoulos'un *Ulysses' Gaze* filmini izlemekte, fonda *Litany* teması çalmaktadır. Bu melankolik ezgi, geçmişin izlerini taşıyan bir arayışa işaret eder. Hemen ardından gelen sahnede Sumru, bilgisayarında çalışmakta ve arka planda Kürtçe bir ağıt duyulmaktadır. Bu ses de geçmişe dair bir hafızanın yükünü taşır.

Ahmet'in izlediği *Ulysses' Gaze* filminde bir gemi Lenin'in büstünü taşımaktadır. Bu sahne, yıkılan ideolojilerin, kaybolan geçmişlerin ve parçalanmış kolektif hafızaların sembolik bir temsili olarak okunabilir. Ahmet'in bu sahneyi sessizce izlemesi, onun da benzer biçimde geçmişle hesaplaşan bir karakter olduğunu ima eder. Ardından gelen sahnede Sumru'nun bilgisayar başında ağıt sesleri eşliğinde çalışması, bireysel ve kolektif hafızanın farklı temsil biçimlerini bir araya getirir. Lenin büstüyle temsil edilen tarihsel-politik hafıza, Kürtçe ağıtlarla somutlaşmış sözlü ve kültürel hafıza ile yan yana gelir. Her iki sahnede de ses, geçmişle kurulan ilişkinin taşıyıcısı ve dönüştürücüsü konumundadır. İki sahne arasındaki ses bağlamı, bireysel ve kolektif hafızanın işitsel düzlemde farklı biçimlerde temsilini gösterir. Ahmet'in izlediği film müziği ile Sumru'nun duyduğu ağıt, iki karakterin geçmişle kurduğu bağı ortaya koyar. Biri film hafızasına, diğeri sözlü kültüre tutunur. Böylece ses, karakterler arasında görünmeyen ama derin bir duygusal bağ kurar ve travmayla şekillenmiş iç dünyalarını açığa çıkarır.



Şekil 17. Ses Flashback'i



Şekil 18. Görüntü Flashback'i (external flashback)

Şekil 17 ve 18’de yer alan sahnede Sumru ve Ahmet’in Musa Anter Hafıza Merkezi’ndeki ziyaretleri sırasında ses ve görüntü arasındaki ilişki, anlatıda çok katmanlı bir zaman yapısı oluşturur. İlk olarak duyulan kaset kaydı, faili meçhul cinayetlere dair geçmişe ait bir ses kayıdır. Bu ses, Sumru ve Ahmet’in şimdiki zamandaki dinleme hâliyle örtüşecek şekilde kurgulanmıştır. Bu yapı, klasik anlamda bir ses *flashback*’ini temsil eder. Ardından ekranda tamamen geçmiş zamana ait bir video görüntüsü belirir. Görüntüde bir kadın ağıt yakmakta ve ardından polislerin yer aldığı arşivsel nitelikteki bir kayıt izlenmektedir. Bu sahne, karakterlerin geçmişini zihinsel olarak hatırladığı bir anı değil, anlatıya dışsal olarak eklenen, nesnel gerçekliğe dayalı bir belge sunar. Dolayısıyla bu kısım, karakterin hafızasından doğmayan ve anlatının dış zamanına ait bir olayın yeniden sunulması nedeniyle dışsal *flashback* (*external flashback*⁴) olarak değerlendirilebilir. Böylece film, hem bireysel tanıklığı hem de kolektif hafızayı ses ve görüntü üzerinden ayrı düzlemlerde inşa eder. Bu iki ardışık kurgu yapısı, sesin ve görüntünün anlatıdaki geçmişle kurduğu ilişkiyi farklılaşan işlevlerle ortaya koyar.



Şekil 19. Görüntü Flashback’i (internal flashback)

Sumru’nun yatağında uzandığı sahnede, Harun’la geçmiş bir anı canlanır. Harun’un “Ankara’dan sonar Hakkâri’ye gidiyormuşsun, ya yine gözaltına alınırsan?” sözüyle birlikte görüntü ve ses geçmişe ait olduğu için sahne klasik bir görüntü *flashback*’idir. Aynı zamanda,

⁴ **Anlatı dışı geri dönüş, nesnel zamanlı geri dönüş** ya da **olay örgüsüne dayalı geçmişe dönüş** olarak Türkçeye çevrilebilecek *external flashback*, anlatının dış zaman akışına ait nesnel bir olayın film düzleminde yeniden sunulmasıdır. Bu tür geri dönüşler, genellikle olay örgüsünü geliştirmek amacıyla kullanılır ve karakterin geçmişte yaşadığı somut bir durumu izleyiciye aktarmayı hedefler. Buna karşılık *internal flashback*, karakterin zihninde canlanan öznel bir anının görsel ya da işitsel olarak sinemasal biçimde ifade edilmesidir. İçsel geri dönüşler, karakterin ruh hâlini, duygusal durumunu ve hafıza ile kurduğu bağı görünür kılmayı amaçlar. Her iki tür de geçmişle bağ kurarken, anlatıda farklı düzeylerde zaman katmanları oluşturarak izleyiciye çok boyutlu bir anlatı deneyimi sunar.

karakterin zihinsel yolculuğuna açılan bu kesit, içsel *flashback* olarak da değerlendirilir. Bu anlatı parantezi, Sumru'nun öznel hafızasını görünür kılar.



Şekil 20. Öykü İçi Ses (diegetic sound), Öykü Dışı Ses (*non-diegetic sound*) ve Ses Köprüsü (sound bridge) Kullanımı Örneği

Harun'la ilgili anının zihninde canlanmasının ardından Sumru, duygusal yoğunlukla yataktan kalkar ve sessiz odada dış dünyayla yeniden temas kurar. Kuş cıvıltıları öykü içi atmosfer sesi olarak kullanılırken, içsel dönüşümünü simgeler. Aynı anda duyulan öykü dışı piyano sesi ise anlatıya duygusal derinlik katar ve sahneler arası geçişi ses köprüsü aracılığıyla yumuşatır. Bu çok katmanlı ses kullanımı, içsel ve dışsal dünya arasındaki bağı görünür kılar.



Şekil 21. Sumru Elinde Ses Kayıt Cihazı ile Şehirden Sesler Kaydetmeye Devam Eder

Şekil 21'de Sumru, ses kayıt cihazını demir ustalarına yöneltir. Cihazın yine silah gibi tutulması, bu kez sessizlik yerine yoğun demir sesleriyle karşılık bulur. Bu durum, sesin yalnızca bir kayıt aracı değil, mekân, sınıf ve emekle ilişkili izler taşıyan görsel-işitsel bir çerçeve sunduğunu gösterir. Burada cihazın yönelimi herhangi bir tehdit ya da gözetim anlamı taşımaktan çok, işitsel belleği inşa eden gündelik uğultulara odaklanır.



Şekil 22. Ses Flashback'i

Ahmet, Sumru'dan yaptığı ses kayıtlarından birini dinletmesini ister. Sumru ilk olarak Şekil 22'de Ahmet, Sumru'dan bir ses kaydı dinletmesini ister. Sumru demircilerin sesini seçse de Ahmet ilgilenmez. Bunun üzerine başka bir kayıt önerilir. Görüntü şimdiki zamandayken duyulan ses geçmişe aittir; bu da sahneyi klasik bir ses *flashback* örneğine dönüştürür. Sumru'nun sesi bugüne taşıma girişimi, sesin hem bireysel hafızayı harekete geçiren hem de zamanlar arasında köprü kuran işlevini gösterir. Bu sayede ses, unutulmuş anları canlandırır ve karakterler arasında yeni bir iletişim alanı açar. Aynı zamanda anlatıya zamansal bir derinlik katarak sesin sinemadaki taşıyıcı gücünü vurgular.

Mekânın Sesi: Off-Screen Kullanımla Oluşan İşitsel Coğrafya

Boş sokak görüntülerine eşlik eden röportaj sesleri, terk edilmişliğe işaret ederken mekânın geçmişini ses yoluyla görünür kılar (Schafer, 1994). Görüşmelerin kesintiye uğradığı ya da yalnızca çevresel seslerin duyulduğu sahneler ise, sessizliğin anlatıya dâhil edildiği bir estetik kurgu sunar. Bu tür sesler, karakterin duygusal durumunu da yansıtarak mekânın duyumsal haritasını oluşturur (Elsaesser & Hagener, 2015). Dolayısıyla ses yalnızca mekâna dair bilgi sunmakla kalmayıp duygusal atmosferi de inşa ettiğini etkili biçimde ortaya koyar izleyiciye aktarılır.



Şekil 23. Sumru ve Ahmet Beraber Kamera ve Ses Kaydı Alırlar



Şekil 24. Ses Flashback'ı

Şekil 23'te kayıtların ardından Sumru, Ahmet'e Hevsel Bahçeleri'nde Furuğ Ferruhzad'ın *Yeniden Doğuş* şiirini dinletir. Bu sahne, anlatının görsel olduğu kadar işitsel ve şiirsel boyutlarla da kurulduğunu gösterir. Şiir, hem ses kaydıyla hem de kameranin odaklandığı dizelerle hafızaya kazınır. Bu yapı, klasik bir ses *flashback*'i işlevi görür çünkü şiirin ses kaydı geçmişe aitken, görüntü anlatının şimdiki zamanında yer alır. Ferruhzad'ın şiiri yalnızca estetik bir unsur olarak değil, anlatının merkezindeki karakterlerle kurulacak sembolik bağlamın da taşıyıcısıdır.

Filmde özellikle seçilen üç dize, gündelik hayatın sıradanlığı içinde varoluşsal kırılmaları sezdirenen bir yoğunluk taşır. Bu dizeler yalnızca duyulmakla kalmaz, aynı zamanda filmin tematik yapı taşlarıyla da örüntülenir: “Belki hayat, bir kadının elinde sepetiyle her gün geçtiği uzun bir cadde...” Bu dizede geçen kadın figürü, Sumru'nun kendisini bir ses avcısı gibi göçün izini sürerken bulduğu, duygusal olarak da büyük bir yük taşıdığı yolculuğuna karşılık gelebilir. Her gün kayıt yaptığı, tanıklık ettiği ve anlamlandırmaya çalıştığı ‘cadde’, onun geçmişle ve

travmayla kurduğu içsel yürüyüştür. “Belki hayat, bir adamın kendini dama astığı bir ip...” Bu dizenin çağrıştırdığı tema ise ölümdür. Filmde fiziksel olarak çok fazla görünmese de varlığı Sumru’nun tüm yolculuğunu şekillendiren Harun karakteriyle özdeşleştirilebilir. Film boyunca Harun’a dair net bir bilgi verilmez fakat finalde onun artık hayatta olmadığına dair işaretler belirdiğinde, bu dizenin ağırlığı daha da görünür hâle gelir. Harun’un yokluğu, yalnızca bir kayıp değil aynı zamanda bir suskunluk, bastırılmış bir hafıza ve çözülmemiş bir travmadır. “Belki hayat, okuldan eve dönen bir çocuk...” Bu masum ve öğrenmeye açık çocuk figürü, şehirde CD’ler satan ve kendi acılarına rağmen hayata tutunmaya çalışan Ahmet ile örtüşebilir. Ahmet, geçmişiyile yüzleşen ama geleceğe dair umutlu olmayı da sürdüren bir karakterdir. Film boyunca sessizliği ve suskunluğu ile öne çıkan bu karakterin, öğrenen, tanıklık eden ve dönüşen bir yapısı olduğu söylenebilir. Aynı zamanda bu sahne, şiirin ritmik ve simgesel doğası ile sinemanın işitsel katmanları arasında kurulan özgün bir bağıdır.

Ferruhzad’ın dizeleri, yalnızca bir ses kaydı değil, geçmişle şimdi arasında kurulan duyusal bir geçittir. Bu sahne, şiirsel sinema örneği olarak okunabilir; şiirdeki ölüm, kadınlık ve çocukluk temaları filmin göç ve kayıp odaklı anlatısıyla örtüşür. Sumru’nun bu şiiri seçmesi bilinçli bir tercihtir. Şiirin duygusal tonu ve sesin geçmişten bugüne taşınması, travmanın biçimsel anlatımıdır. Sessizlik, yankı, tekrar ve şiir gibi öğeler hem geçmişin izini sürer hem de söylenemeyeni sezdirenen bir posttravmatik anlatı kurar.



Şekil 25. Yakın Çekim Ses (*close up sound*)

Hevsel Bahçeleri’ndeki sahnede Sumru, sese olan ilgisinin nasıl başladığını Ahmet’e anlatırken, izleyiciye karakterin kişisel hafızası ve sesle kurduğu bağın derin kökenleri aktarılır. İlk olarak beş yaşındayken yanlışlıkla babaannesinin sesini sildiğini ve onun bir fotoğrafının bile olmadığını söylemesi, Sumru’nun sesin geri getirilemezliğine dair erken bir travmayla yüzleştiğini gösterir. Bu olay, onun sesin hem taşıyıcısı hem de yitirileni temsil eden bir araç

olduğunu fark etmesine neden olur. Ortaokul yıllarında ses sistemlerine ve kayıt cihazlarına ilgi duymaya başlaması, bu farkındalığın bilinçli bir yönelime dönüştüğünü gösterir. Lise döneminde kütüphanede karşısına çıkan Yaşar Kemal’in *Ağtlar* kitabının giriş cümlesi ise bu yönelimin ideolojik ve kültürel bir zemine oturduğunu ima eder. “Keşke Anadolu’daki bütün dillerdeki ağtlar kendi sesleriyle kaydedilse” cümlesinin Sumru’nun hayatının amacına dönüştüğünü söylemesi, bireysel bir ilginin zamanla politik ve kültürel bir sorumluluğa evrildiğini ortaya koyar. Bu bağlamda ses, yalnızca teknik bir ilgi alanı değil, kimliğin, belleğin ve tanıklığın taşıyıcısı haline gelir. Sumru’nun üniversite yıllarında yaşadığı bir anı ise sesin karakter üzerindeki mekânsal ve duygusal etkisini gösterir. Derse geç kaldığında uzaktan gelen bir bildirinin sesiyle duraksadığını anlatması, sesin bellekteki gücünü ortaya koyar. Sesin sahibini belirtmese de anlatı, bunun Harun olabileceğine dair açık uçlu bir çağrışım sunar. Bu durum, bastırılmış izlenimlerin ses aracılığıyla nasıl geri çağrıldığını gösterir.

Tüm bu anlatı boyunca Sumru ve Ahmet kadrajdan uzaklaşsa da sesin duyulmaya devam etmesi, ses perspektifi bağlamında önemli bir tercih olarak değerlendirilir. Görsel olarak uzaklaşma yaşanmasına rağmen sesin hâlâ güçlü bir biçimde işitiliyor olması, *close-up sound* olarak tanımlanabilecek bir işitsel yapı kurar. Bu teknik, karakterlerin fiziksel mesafesine rağmen duygusal ve düşünsel yakınlığın sürdüğünü ima eder. Böylece ses yalnızca geçmişin bir hatırlatıcısı değil, aynı zamanda karakterler arası bağı güçlendiren bir köprü işlevi de görür.



Şekil 26. Sumru Okul Sesini Kaydedir

Şekil 26’da Sumru’nun kaydettiği Andımız sesi, başta kaynağı görünmese de kameranın kesmesiyle öğrencilerin görüntüye girmesiyle açıklık kazanır. Bu geçiş, izleyiciye sesin hem bağlamını hem de kamusal niteliğini görsel olarak sunar. Ses, yalnızca işitilen değil, mekânın

belleğini ve ideolojik rutini taşıyan bir anlatı ögesine dönüşür. Sumru'nun tepkisine odaklanan durağan kamera ise sessiz tanıklık hissini derinleştirir.



Şekil 27. Ses Flashback'İ



Şekil 28. Ses Flashback'İ

Şekil 27 ve 28'de yer alan sekanslarda ise Sumru ve Ahmet, geçmişe ait ses ve video kayıtlarının arşivlendiği karanlık bir odada yer alır. Kamera burada, panoromik takip çekimi (circular tracking shot) tekniği ile mekânın etrafında döner. Bu dairesel hareket, karakterlerin odadaki konumlarının değiştiğini gösterirken, mekânsal bütünlüğü ve anlatısal yoğunluğu korur. İzleyici bu döngüsel hareket sayesinde yalnızca fiziksel çevreyi değil, aynı zamanda Sumru ve Ahmet'in duysal dünyasını da deneyimler. Kamera dönerken karakterlerin video ve ses kayıtlarını farklı pozisyonlarda dinlemeye devam ettiği görülür. Odanın dört bir yanını saran kasetler ve kayıt cihazları, geçmişin çok yönlü ve çok sesli belleğini temsil eder.

Bu sahnede ses *flashback*'iyle sunulan kayıtlar, faili meçhul ölümler ve kaybolmuş hayatlara dair anlatılardan oluşur. Şiddet görsel değil, yalnızca ses yoluyla aktarılır; böylece

ses, travmatik deneyimleri duyulur kılan bir araca dönüşür. İzleyici olaylara doğrudan değil, mesafeli ama empatik bir tanıklıkla yaklaşır. Bu yapı, bireysel hafızayı aşarak kolektif belleğe alan açar. Video ve ses kayıtlarının dönüşümlü kullanımı, tanıklığı çeşitlendirirken işitsel deneyimi ön plana çıkarır. Kamera hareketi ise izleyiciye geçmişin ağırlığını estetik bir mesafeyle hissettirir.



Şekil 29. Öykü Dışı (non diegetic) Ses Köprüsü Sahnenin Yarisında Başlar

Şekil 29’da Sumru ve Ahmet’i Diyarbakır surlarında otururken görürüz. Bu sahnede Ahmet, Sumru’ya üniversitede sesini duyup da etkilendiği devrimci gencin kim olduğunu sormak ister. Sırasıyla şu sorular gelir: *“Adı neydi? Nereliydi? Şimdi nerede? Kaç yıl oldu gideli? Yoksa bütün bu yolculuğun sebebi o mu?”* Sumru, Ahmet’in yönelttiği bu sorulara yanıt vermeye başlar. Adını, nereli olduğunu ve ne zaman gittiğini açıklar. Ancak *“Nerede şimdi?”* ve *“Yoksa bütün bu yolculuğun sebebi o mu?”* sorularında sessiz kalır. Bu sessizlik, yalnızca bilinmeyene dair bir boşluk değil, aynı zamanda Sumru’nun duygusal yükünü yansıtan içsel bir duraksama olarak da yorumlanabilir.



Şekil 30. Öykü Dışı Ses Köprüsü Bu Kısa Sahnede Devam Eder



Şekil 31. Ses Köprüsü Bu Sahne Ile Berabeber Sonlanır

Şekil 29'daki sahnede yer alan Ahmet'in sorularının hemen ardından, sahneye öykü dışı bir müzik dahil olur ve bu müzik, yalnızca bu sahnede değil, izleyen iki sahnede de devam eder. Şekil 30'da Ahmet'i yalnız başına, Şekil 31'de ise Sumru'yu yine tek başına görürüz. Görüntüde mekânsal ayrışma varken, aynı müziğin devam etmesi, bu üç sahne arasında işitsel bir süreklilik kurar. Böylece sound bridge yani ses köprüsü yalnızca iki sahne arasında değil, üç sahne boyunca süreklilik kazanan bir yapı haline gelir. Bu durum, ses köprüsünün klasik işlevinin ötesine geçerek, sahneler arası zaman ve mekân farklılıklarını yumuşatan, duygusal sürekliliği sağlayan bir bağlayıcı unsur olarak çalıştığını gösterir. Üçlü yapıdaki bu ses köprüsü, yalnızca sahneler arasındaki geçişi değil, aynı zamanda karakterlerin yalnızlığını ve karşılıklı suskunluklarını da görünür kılar.

Duygusal tonu yoğun olan bu non-diegetic müzik, karakterlerin fiziksel ayrışmasını izleyiciye hissettirmekle kalmaz; aynı zamanda paylaştıkları ortak duygusal yükün, konuşulmayan geçmişin ve çözülmemiş ilişkilerin de anlatı düzleminde yankılanmasını sağlar. Bu sahne yapısı, sessel anlatının yalnızca zamansal geçişlerde değil, duygusal bağlamların inşasında da temel bir rol üstlendiğini gösterir. Özellikle Chion'un (1994) *empathetic music* kavramı çerçevesinde değerlendirildiğinde, bu müzik parçası karakterlerin ruh hâline paralel bir atmosfer kurarak, izleyicinin duygusal katılımını artırır ve anlatının ritmini sessel bir düzlemde derinleştirir.



Şekil 32. Ses Flasforward Örneği



Şekil 33. Ses Flasforward Bu Sahnede Biter

Şekil 32’de, Sumru’nun bilgisayar başında çalıştığı sahnede izleyici, dışarıdan gelen bir kadın sesini duyar. İlk bakışta bu sesin bilgisayardan, yani sahne içinden geldiği düşünülür. Ancak bir sonraki sahnede, yani Şekil 33’te, Sumru’nun bir kadınla röportaj yaptığı görülür. Bu kadın, kayıp yakınının akıbetine dair hâlâ umutla beklediğini, onun yaşadığına dair bir haber almak istediğini ifade eder. Bu gelişmeyle birlikte anlaşılır ki, bir önceki sahnede duyulan kadın sesi, anlatı zamanında henüz gerçekleşmemiş olan bir olaydan, yani gelecekte gelmiştir. Bu nedenle söz konusu ses kullanımı, klasik anlamda bir ses *flashforward* (*sound flashforward*) örneği olarak değerlendirilebilir. *Flashforward* genellikle görseldeki zaman kaymasıyla tanımlansa da, işitsel düzlemde geleceğe dair bir ön gösterim sunar. Bu teknik, yalnızca kurgu tercihi değil, izleyicinin olaylar arasında sezgisel bağ kurmasını sağlayan bir araçtır. Görselden bağımsız olarak sunulan gelecek sese dair ipucu, merak ve duygusal etkileşimi güçlendirir.

Sumru'nun bu ses karşısındaki fiziksel tepkisi dikkat çeker. Kadının sesiyle karşılaştığında sessizleşir, ellerini yüzüne götürerek duygusal olarak içine kapanır. Bu tepki, hem dış sesin etkisini hem de Harun'a dair çözülmemiş duygularını yansıtır. Kadının kayıp yakını için umutla beklediğini söylemesi, Sumru'nun Harun'dan haber alamamasıyla duygusal bir paralellik kurar. Ses bu sahnede, yalnızca anlatı unsuru değil, karakterin iç dünyasına açılan bir pencere olur. Kullanılan ses *flashforward* ise izleyiciyi bilinçli bir duygusal geçişe davet eder ve anlatıya derinlik katar.



Şekil 34. Kaynağı Sonradan Görünen Ses



Şekil 35. Kaynağı Görünmeyen Ses

Şekil 34'te, Sumru'nun bir röportajı tamamlamasının hemen ardından, dışarıdan gelen ama kaynağı ilk anda görünmeyen bir ses duyulur. Bu ani işitsel uyarın, onu pencereye yönlendirir. Sumru pencereyi açar ve bu sesin bir trene ait olduğu anlaşılır. Pencerenin açılmasıyla birlikte sadece ses değil, dışarıdan gelen doğal ışık da içeri girer. Bu kısa ama yoğun an, Sumru'nun içine sıkıştığı kasvetli atmosferden bir nebze olsun kurtulmasını sağlar. Tren

sesi ve ışığın birlikte varlığı, karakterin duygusal olarak bir tür geçici rahatlama yaşadığını sezdirir. Böylece sesin kaynağına yönelme ve pencereyi açma eylemi, yalnızca fiziksel bir hareket değil, karakterin içsel karanlığından dış dünyaya uzanan simgesel bir açılım olarak da okunabilir.

Ancak Sumru'nun eve dönüşünde benzer bir işitsel olay bu kez ters yönde gelişir. Bu defa tanımlanamayan bir uğultu duyar ve buna karşılık pencereleri kapatır. Pencereler kapandığında ses bir anda kesilir. Sumru, bu sesle baş edemediği için onu dışarda bırakmak ister; ancak bu rahatlama bedelsiz değildir. Pencerelerin kapanması, yalnızca sesi değil, dışarıdan gelen ışığı da keser ve oda bir anda karanlığa bürünür. Böylece Sumru, sesin yokluğuyla fiziksel bir huzura ulaşsa da, kendini bu kez görsel bir karanlığın içinde bulur. Bu durum, ses ve ışık arasında kurulan dengeyi yitirdiği bir âna işaret eder.

Buradaki anlatı kurgusu, pencerenin yalnızca fiziksel bir yapı değil, aynı zamanda sesle ve ışıkla kurulan duygusal sınırların sembolü olduğunu gösterir. Önceki sahnede pencereyi açarak ses ve ışığı içeri alırken ferahlayan Sumru, bu kez dış dünyadan gelen uğultuyu bastırmak ister ve sessizliğe yönelir. Fakat sessizlik, aynı anda karanlığı da getirir. Bu durum, karakterin içsel dünyasında bastırma ile yalıtılmışlık arasındaki kırılma çizgiyi görünür kılar.

Özetlemek gerekirse tren sesiyle kurulan kısa temasın özgürlük ya da umutla, uğultunun dışlanmasının ise bastırma ve korunma arzusu ile ilişkilendirilebileceğini ortaya koyar. Pencerenin açılıp kapanması, karakterin dış dünyayla kurduğu sınırları, ses ve ışık aracılığıyla görünür kılan etkili bir anlatı stratejisine dönüşür. Sumru'nun pencere karşısındaki eylemleri, duygusal olarak taşıdığı yükleri anlamlandırma biçimini ve bu yüklerle baş etme yöntemlerini temsil ettiği ifade edilebilir.



Şekil 36. Öykü Dışı (non-diegetic sound) ile Gerçekleşen Ses Köprüsü

Şekil 36’da, Ahmet’in bisiklet sürdüğü sahnede başlayan non-diegetic müzik, anlatının duygusal tonunu belirleyen ve bir sonraki sahneyle arasında ses düzeyinde süreklilik sağlayan bir geçiş aracı işlevi görür. Müzik, bu sahnede sadece atmosfer yaratmakla kalmaz, aynı zamanda bir sonraki sahneye geçişte bir ses köprüsü (sound bridge) görevi üstlenir. Böylece izleyici hem anlatının ritmini kaybetmeden bir sahneden diğerine geçer hem de sesin anlatıdaki birleştirici gücünü deneyimler.



Şekil 37. Ses Flashback’i

Şekil 37’de kamera, bu kez Anto Dayı ile yapılan bir röportaja odaklanır. Anto Dayı, doğmadan önce ailesinin yaşadığı bir kayıptan söz eder. Bu sırada annesinin, ölen kardeşi için yakmış olduğu bir ağıt duyulur. Ağıt Ermenice’dir ve sesin kaynağı anlatının geçmişine dayanmaktadır. Görüntü ise anlatının şimdiki zamanında yer alır. Bu anlatı yapısı, geçmişe ait bir sesin şimdiye taşınması bakımından ses *flashback* tekniğine örnek olarak değerlendirilebilir. Böylece hem bireysel hafıza hem de kuşaktan kuşağa aktarılan duygusal miras görünür kılınır. Annenin ağıdı, yalnızca bir kaybın değil, aynı zamanda bu kaybın aile belleğinde bıraktığı duygusal izlerin de işitsel bir temsiline dönüşür.



Şekil 38. Yakın Çekim Ses (close up plan sound)

Şekil 38’de, Sumru ve Ahmet’in bir araç içerisinde gerçekleştirdikleri yolculuğa ait bir plan yer alır. Kamera bu sahnede dışarıdan, ön camdan içeriye doğru konumlanmıştır. Yani görsel olarak kamera, arabanın dışındadır. Ancak ses açısından durum farklıdır: Ahmet’in anlattıkları net bir biçimde işitilir. Burada sesin konumlandırılmasına dair anlamlı bir tercih söz konusudur. Kamera fiziksel olarak içeride değilken, sesin içerden gelmesi, yakın plan ses (*close-up sound*) tekniğinin kullanıldığını gösterir. Michel Chion’un tanımladığı biçimiyle bu teknik, sesin fiziksel uzaklıktan bağımsız olarak psikolojik yakınlık yaratmasını sağlar. Başka bir deyişle, ses burada yalnızca işitsel bir veri olarak değil, aynı zamanda duygusal yoğunluğu taşıyan bir aktarım aracı olarak kullanılmıştır.

Ahmet, Şekil 38’de yer alan sahnede çocukluk anılarından ve kamyon şoförü olan babasının ölümünden söz eder. Bu anlatı, karakterin ilk kez travmatik geçmişini açık biçimde ifade ettiği bir kırılma anıdır. Dolayısıyla yakın plan ses kullanımı, izleyiciyi Ahmet’in duygusal alanına yaklaştırmak ve anlatının mahrem doğasını vurgulamak açısından işlevseldir. Dışarıdan çekilen kamera planıyla içeriden gelen bu samimi sesin birleşimi, fiziksel mesafeye rağmen karakterin iç dünyasına duygusal bir yakınlık kurar. Böylece sesin yakın plan oluşu, yalnızca teknik değil, aynı zamanda anlatımsal bir tercih olarak ortaya çıkar.

Sessizlikle Gelen Duygusal Yoğunluk: Konuşulamayanın Temsili

Filmde sessizlik, yalnızca estetik değil, göçle ilişkili duygusal kırılmaları ifade eden bilinçli bir anlatım aracıdır. Diyalog eksikliği ve suskunluk, karakterlerin bastırdığı duygulara işaret eder (Marks, 2000). Sessizlik anları sabit kamera açıları ve çevresel seslerle desteklenerek duygusal boşluğu yansıtır (Plantinga, 2009). Kayıtlı seslerle sessizlik arasındaki geçişler ise anlatının ritmini kurar ve izleyicide yoğun bir etki yaratır. Film, sessizliği anlam üreten bir anlatı ögesine dönüştürür.



Şekil 39. Ses Flashback’i.

Özellikle karakterin elinde tuttuğu kayıt cihazından yükselen sesler, anlatı boyunca sıklıkla tekrar eder. Bu sesler, kimi zaman başka birinin tanıklığına, kimi zaman kaybedilen birinin geçmişteki sözlerine ait olur. Filmdeki bu yapılar, *sound flashback* biçiminde adlandırılabilir ses kullanımlarıyla geçmişin bugüne taşınmasını sağlar. Bu noktada ses, yalnızca bir bilgi taşıyıcısı değil, aynı zamanda karakterin iç dünyasında devam eden çözümlerin de işaretidir (Flinn, 1992). Kaydedilmiş bir sesin tekrarla dinlenmesi, karakterin duygusal olarak o anla tekrar tekrar yüzleştiğini gösterir. Ses, bir tür işitsel hafıza işlevi üstlenir ve geçmişin yalnızca hatırlanmasını değil, aynı zamanda yeniden yaşanmasını mümkün kılar (Bijsterveld & van Dijck, 2009). Bu sahnelerde görsel değişim oldukça sınırlıdır. Kamera sabitken, yalnızca kasetin dönme sesi duyulur. Bu tercih, izleyicinin dikkatini bütünüyle sese yönlendirir. Bu sırada karakterin yüzündeki duygusal tepkiler, sesin onun iç dünyasında nasıl bir etki yarattığını sessizce anlatır. Görüntüden bağımsız hareket eden ses, anlatının görsel düzlemde sıyrılarak işitsel belleğe dayalı bir yapı kazandığını gösterir (Gorbman, 1987).

Şekil 39’da, Sumru’nun köyün muhtarına geçmişte kaydettiği bir haberi dinlettiği sahne yer alır. Kaydın içeriğinde, bölgede daha önce yaşanmış bir silahlı çatışmada bazı kişilerin yaşamını yitirdiğine dair bilgiler bulunmaktadır. Ses kaydı burada tanıklık edilen bir hafıza unsuru olarak sunulur. Bu sahnede kullanılan kayıt, anlatının şimdiki zamanında çalınmakla birlikte geçmişe ait bir olayı aktardığı için *ses flashback*’i tekniği ile örneklendirilebilir. Ses, burada yalnızca bilgilendirici bir unsur değil, aynı zamanda geçmişini görünür kılan bir aracı işlevi görür. Muhtarın verilen sesi dinlemesiyle birlikte, hem karakterler hem de izleyici için olayın tarihsel bağlamı açığa çıkar. Bu bağlamda ses, bir hatırlatıcı olarak çalışırken, aynı zamanda karakterlerin bilgiye ulaşma sürecini destekler. Böylece bu ses, Sumru’nun hayatında yalnızca bireysel bir bellek nesnesi değil, aynı zamanda duygusal bir anlatım aracı olarak da işlev kazanır.



Şekil 40. Muhtarın Konuşması Sonraki Sahneler İçin Ses Köprüsü (Sound Bridge) Başlangıcını Oluşturur



Şekil 41. Muhtarın Konuşmasındaki Ses Bu Sahne Üzerine Biner



Şekil 42. Ses Köprüsü Bu Sahneye Kadar Gelir ve Sahnenin Başında Sonlanır

Şekil 40'ta muhtar, köy çevresinde yaşanan çatışmalardan söz ederken sesli bir anlatı sunar. Bu anlatım, askerler ve bazı silahlı gruplar arasında yaşanan gerilimli bir karşılaşmaya dair ayrıntılar içerir. Söz konusu sahnede, muhtarın sesi ilerleyen anlarda da kesintisiz biçimde sürer. Şekil 41'de görsel olarak Sumru, Ahmet, muhtar ve bir çocuk birlikte köyden uzaklaşırken, bu anlatım dış ses formunda devam eder. İzleyicinin dikkatini söylenenlerin içeriğinde tutan bu yapı, anlatının etkisini sahneler arası geçişte de sürdürür. Şekil 42'de ise gün batmıştır ve Sumru ile Ahmet, muhtarın da içinde bulunduğu bir köy evinde köylülerle birlikte otururken görülür. İç mekânda geçen bu sahnede, ortam son derece sessizdir ve tüm karakterler suskundur. Ancak muhtarın sesi bu sahnede de dış ses olarak işitmeye devam eder. Fiziksel olarak orada olmasına rağmen konuşmayan muhtarın sesi, geçmişte yapılmış bir anlatının yankısı olarak yeni sahneye taşınır. Bu durum teknik açıdan bir ses köprüsü (*sound*

bridge) örneği olarak değerlendirilebilir. Çünkü ses, zaman sıçraması olmaksızın bir sahneden diğerine geçişi yumuşatarak anlatımda süreklilik sağlar. Aynı zamanda anlatının içinde zamana yayılan bir yankı etkisi oluşturur. Söz konusu anlatımın ne bir ses kaydı ne de bir zihinsel geriye dönüş değil, doğrudan anlatı düzleminde sürmesi bu yorumu destekler. Böylece hem anlatının bütünlüğü korunur hem de köydeki durumun ağırlığı, mekânsal ve zamansal süreklilik içinde izleyiciye aktarılır.

DEĞERLENDİRME VE TARTIŞMA

Gelecek Uzun Sürer filmi üzerinden yapılan bu çözümleme, sesin sinematik anlatıdaki rolünü yalnızca estetik bir unsur olarak değil, aynı zamanda bellekle, mekânla ve duyguyla kurduğu ilişki bağlamında ele alma imkânı sunmuştur. Filmin işitsel yapısı, göçün doğrudan temsil edilmediği ancak hissedilen yönlerini açığa çıkarmakta önemli bir işlev üstlenmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde, film, göçün fiziksel sonuçlarından çok, bireyde bıraktığı işitsel izleri ve duygusal boşlukları temsil etmeye yönelmiştir.

Filmde kullanılan ses *flashback*'leri, karakterin geçmişle kurduğu ilişkinin yalnızca hatırlama düzeyinde değil, aynı zamanda yeniden yaşama düzeyinde olduğunu göstermektedir. Sesin zamanla kurduğu bu bağ, geçmişin sadece bir bilgi olarak değil, duygusal bir deneyim olarak bugüne taşınmasını sağlamaktadır. Bu durum, Chion'un sesin anlam üretiminde taşıyıcı bir yapı olduğunu vurgulayan yaklaşımıyla uyumludur (Chion, 1994). Karakterin tekrar tekrar dinlediği kayıtlar, yalnızca geçmişin belgeleri değil, aynı zamanda onunla kurulan duygusal bağın sürekliliğini de ifade eder. Bu yapılar, göçün bireysel bellek üzerindeki etkisini görsellikten bağımsız olarak ele almanın mümkün olduğunu göstermektedir.

Mekânın ses yoluyla inşa edilmesi ise filmin işitsel boyutunun bir başka dikkat çekici yönünü oluşturur. Görüntüde yer almayan, ancak off-screen olarak duyulan sesler, mekânın görünmeyen geçmişine işaret eder. Bu sesler, çoğu zaman terk edilmişlik, sessizlik ya da hafıza ile doludur. Özellikle göç sonrası sessizleşen köylerin, uzaklardan gelen yankılarla işitsel olarak yeniden canlandırılması, izleyiciye mekânın belleğiyle yüzleşme imkânı sunar. Schafer'in (1994) tanımladığı "akustik peyzaj" kavramı çerçevesinde değerlendirildiğinde, bu sahneler, mekânın işitsel kimliğini oluşturarak, geçmişle şimdi arasında köprü kurar.

Sessizlik, filmde yalnızca diyalog eksikliği olarak değil, duygusal yoğunluk yaratan bilinçli bir anlatı aracı olarak kullanılmıştır. Sessizliğin anlatıdaki bu işlevi, özellikle travma, kayıp ve konuşulamayan duygularla ilişkilidir. Gorbman (1987) ve Marks (2000) gibi kuramcıların da belirttiği üzere, sessizlik çoğu zaman sesin yokluğu değil, anlamın fazlalığı

olarak değerlendirilir. Filmdeki uzun süreli sessizlik anları, karakterlerin yaşadığı duygusal çalkantıları dışa vurur. Bu anlar, yalnızca karakterin değil, izleyicinin de düşünme sürecine dâhil olduğu bir boşluk yaratır.

Bu bağlamda *Gelecek Uzun Sürer*, sinemada işitsel anlatının göç gibi çok boyutlu bir konuyu görünür kılmadan duyulur hale getirme potansiyelini başarıyla kullanır. Filmdeki kaset kayıtları, geçmişe dair ses belgeleri ve sessizliklerin ritmik kullanımı, yalnızca karakterin içsel yolculuğunu değil, aynı zamanda göçün bireysel hafızadaki karşılığını da açığa çıkarır. Doane'ın (1980) vurguladığı gibi, ses yalnızca bir nesnenin uzantısı değil, aynı zamanda onun temsil biçimidir. Filmde geçmişte kalan insanların sesi, görüntüde yer almasa da işitsel olarak anlatının merkezinde konumlanır.

Sonuç olarak, filmde kullanılan sesin ve sessizliğin bu dikkatli ve dengeli kullanımı, göçün sadece toplumsal değil, aynı zamanda bireysel düzeyde de incelenebileceğini gösterir. Bu durum, sinema çözümlemelerinde işitsel yapının görsel yapıyla eşit düzeyde ele alınması gerektiğine işaret eder. Sinema yalnızca bir görme sanatı değil, aynı zamanda bir duyma pratiği olarak da değerlendirildiğinde, sesin anlam üretme kapasitesi çok daha görünür hale gelir. Bu çalışma, göç gibi karmaşık bir konunun işitsel düzlemde nasıl temsil edilebileceğini ortaya koyarak, sinema ve ses kuramları arasında verimli bir düşünsel zemin sunmayı amaçlamaktadır.

SONUÇ

Bu çalışma, sinema anlatısında genellikle görsel öğelerin gölgesinde kalan sesin, göç temalı bir filmde nasıl anlam taşıyıcı bir unsura dönüştüğünü ortaya koymayı amaçlamıştır. *Gelecek Uzun Sürer* filmi örneğinde yapılan çözümleme, sesin yalnızca teknik bir araç değil, aynı zamanda anlatının zamansal, mekânsal ve duygusal katmanlarını kuran bir yapı taşı olduğunu göstermiştir. Filmde kullanılan ses *flashback*'leri, sessizlik anları, off-screen sesler ve kayıt cihazları aracılığıyla oluşturulan işitsel hafıza örüntüleri, göçün doğrudan temsil edilmeden ama güçlü biçimde hissedilebildiği bir anlatı evreni yaratmaktadır.

Filmde sesin zamanla kurduğu ilişki, geçmişin yalnızca hatırlanmadığı, aynı zamanda yeniden yaşandığı bir yapı sunar. Mekânın ses yoluyla inşası ise, boşalmış alanların görünmeyen ama duyulan tarihini görünür hale getirir. Sessizlik ise, özellikle bastırılmış duyguların, anlatılamayan acıların ve konuşulamayan kayıpların temsili olarak filmde güçlü bir anlatı aracı haline gelir. Bu yönüyle film, göçün sadece bir hareket ya da mekânsal değişim değil, aynı zamanda bir duygusal hafıza ve içsel hesaplaşma süreci olduğunu hissettirmektedir.

Sesin bu şekilde anlam üretici bir unsura dönüşmesi, sinema yazını açısından önemli bir açılım sunmaktadır. Göç gibi çok boyutlu bir konunun yalnızca görselle değil, aynı zamanda işitsel bileşenlerle de temsil edilebileceği fikri, sinema çözümlemelerinde sesin daha kapsamlı biçimde ele alınması gerektiğini göstermektedir. Film analizlerinin yalnızca ne görüldüğüne değil, neyin nasıl duyulduğuna da odaklanması, anlatının daha derinlikli bir biçimde anlaşılmasına katkı sağlayacaktır.

Sonuç olarak bu çalışma, *Gelecek Uzun Sürer* filmi aracılığıyla göçün sinemada işitsel hafıza üzerinden nasıl temsil edilebileceğine dair özgün bir bakış açısı sunmuştur. Filmdeki ses kullanımı, sessizlik anları ve kayıtlarla kurulan geçmiş şimdiki zaman ilişkisi, sinema ve ses kuramları arasında verimli bir düşünsel zemin oluşturmuştur. Bu yönüyle çalışma, sinemada sesin anlam üretimindeki potansiyelini görünür kılmakta ve işitsel analizlere dayalı yeni çalışmalar için teşvik edici bir örnek oluşturmaktadır.

KAYNAKÇA

- Alper, Ö. (Director). (2011). *Future lasts forever* [Film]. Nar Film; Arizona Films Productions; unafilm.
- Altman, R. (1992). *Sound theory, sound practice*. Routledge.
- Angelopoulos, T. (Director). (1995). *Ulysses' gaze* [Film]. Greek Film Centre.
- Balcı, Ş., & Ceylan, F. (2023). Politik okuryazarlık ve sosyal medya. İçinde F. B. Aydın Varol (Ed.), *21. yüzyılda okuryazarlık ve iletişim* (ss. 195–225). Literatürk Academia.
- Bijsterveld, K. (2001). The diabolical symphony of the mechanical age: Technology and symbolism of sound in European and North American noise abatement campaigns, 1900–40. *Social Studies of Science*, 31(1), 37–70.
- Bijsterveld, K., & van Dijck, J. (Eds.). (2009). *Sound souvenirs: Audio technologies, memory and cultural practices*. Amsterdam University Press.
- Bordwell, D., & Thompson, K. (2010). *Film art: An introduction* (9. ed.). McGraw-Hill.
- Bull, M., & Back, L. (Eds.). (2003). *The auditory culture reader*. Berg.
- Çavdar, D. (2015). *A representation of political violence in films: Breath: Long live the homeland and Future Lasts Forever* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Bahçeşehir Üniversitesi.
- Çelikiz, E. (2019). Secret ideological-political messages of Hollywood movies: Flags of our fathers and examples of honor and courage films. *Intercultural Communication, Media, Arts*, 71–81.

- Ceylan, F., & Keskin, B. (2025). The Use of music in political communication: A study on the election songs used by ruling and main opposition parties in Türkiye's local administration elections on March 31, 2024. *Erciyes İletişim Dergisi*, 12(1), 91-114.
- Chion, M. (1994). *Audio-vision: Sound on screen* (C. Gorbman, Trans.). Columbia University Press. (Original work published 1990)
- Civelek, S. (2017). *2000 sonrası politik Türkiye sinemasında kurmaca-belgesel etkileşimi: Gelecek Uzun Sürer filmi örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Erciyes Üniversitesi.
- Doane, M. A. (1980). The voice in the cinema: The articulation of body and space. *Yale French Studies*, (60), 33–50. <https://doi.org/10.2307/2929757>
- Dümelli, N. (2019). *1990 sonrası Türkiye sinemasının taşra ve bozkır filmlerinde sinematografik zamanın inşası* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi.
- Elsaesser, T., & Hagener, M. (2015). *Film theory: An introduction through the senses*. Routledge.
- Flinn, C. (1992). *Strains of utopia: Gender, nostalgia, and Hollywood film music*. Princeton University Press.
- Gorbman, C. (1987). *Unheard melodies: Narrative film music*. Indiana University Press.
- Holman, T. (2002). *Sound for film and television* (2. ed.). Focal Press.
- LaCapra, D. (2001). *Writing history, writing trauma*. Johns Hopkins University Press.
- Marks, L. U. (2000). *The skin of the film: Intercultural cinema, embodiment, and the senses*. Duke University Press.
- Monaco, J. (2009). *How to read a film: Movies, media, and beyond* (4. ed.). Oxford University Press.
- Özdemir, G. (2017). Resim sanatının farklı tarihlerinde savaşa tepki olarak oluşturulmuş iki farklı resim serisi ve bu serilerde vurgulanan işkence ve cinsel aşağılama. *SOBİDER Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(18), 501–514.
- Parlaktaş, Ö. (2016). *Özcan Alper'in 'Sonbahar' ve 'Gelecek Uzun Sürer' filmlerinde müzik, kimlik ve kültürel bellek ilişkisi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Haliç Üniversitesi.
- Plantinga, C. (2009). *Moving viewers: American film and the spectator's experience*. University of California Press.
- Sancar, M. K. (2023). Ömer Kavur'un erken dönem filmleri: Varoluşçu arayışların sineması. *SineFilozofi Dergisi*, 8(15), 1–20. <https://doi.org/10.31122/sinefilozofi.1231612>

- Sarioğlu, B. (2018). *Manifestation of loss and mourning through expressive silences in new Cinema in Turkey* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kadir Has Üniversitesi.
- Schafer, R. M. (1994). *The soundscape: Our sonic environment and the tuning of the world*. Destiny Books.
- Wegenstein, B. (2012). *The cosmetic gaze: Body modification and the construction of beauty*. MIT Press.
- Yıldırım, S. D. (2020). *Başka türlü gerçeğe" yolculuk: Güneşe Yolculuk, Hiçbir Yerde, Gelecek Uzun Sürer filmleri üzerinden Kürtlerin ve Kürt sorununun temsili* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kadir Has Üniversitesi.

İletişim

Çengelli Mahallesi, Gazze Bulvarı, No: 20
60600, Niksar/TOKAT

togunac@gmail.com

2025