

# cisem2024

## İletişim Araştırmalarına Özdüşünümsel Bakışlar

Özet Kitapçığı

**27-29 Kasım 2024**

Ankara Üniversitesi  
İletişim Fakültesi





## CİSEM2024 İletişim Araştırmalarına Özdüşünümsel Bakışlar

<b>Düzenleme Kurulu</b>	Çağla Kubilay Engin Sarı Eren Yüksel Fatih Keskin Gül Karagöz-Kızılca Jale Özata-Dirlikyapan Mehmet Pelivan Nilüfer P. Kılıç S. Ruken Öztürk
<b>Sekreteryaya</b>	Esra Özgür Mine Rugancı Livan Sezer Fener
<b>Kapak Tasarımı</b>	M. Kürşat Değer
<b>Grafik Tasarımı</b>	Mehmet Pelivan
<b>Düzeltili</b>	Esra Özgür Jale Özata-Dirlikyapan Sezer Fener
<b>Bilim Kurulu</b>	Ali Karadoğan (Munzur Üniversitesi) Aslı Yağmurlu (Ankara Üniversitesi) Aydan Özsoy (Ankara Hacı Bayram Veli Üni.) B. Pınar Özdemir (Ankara Üniversitesi) Burak Doğu (İzmir Ekonomi Üniversitesi) Çağla Karabağ (Hacettepe Üniversitesi) Çağrı Kaderoğlu-Bulut (Ankara Üniversitesi) Deniz Sezgin-Emüler (Ankara Üniversitesi) Emine Uçar-İlbuğa (Akdeniz Üniversitesi) Ergin Şafak Dikmen (Ankara Üniversitesi) Gamze Yücesan-Özdemir (Ankara Üniversitesi) Gülsüm Depeli-Sevinç (Hacettepe Üniversitesi) Hülya Eraslan (Ankara Üniversitesi) İlker Özdemir (Çukurova Üniversitesi) Melike Aktaş-Kuyucu (Ankara Üniversitesi) Meltem Günden (Sakarya Üniversitesi) Nalan Ova (Süleyman Demirel Üniversitesi) Nurcan Törenli (Ankara Üniversitesi) Ruhdan Uzun (Ankara Hacı Bayram Veli Üni.) Sinem Evren Yüksel (Selçuk Üniversitesi)
<b>Adres</b>	Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Cebeci 06590 Ankara cisem.ankara.edu.tr cisemilef@gmail.com
<b>e-ISBN</b>	978-605-136-887-0
<b>Yayın Tarihi</b>	31 Ocak 2025

## İçindekiler

Esra Özgür	1 Türkiye’de Yapay Zekâ ve İletişim Araştırmalarına Özdüşünümsel Bir Bakış
Arzu Bayar	2 <i>Intelligence</i> Kavramını Özne-Yapay Zekâ Diyalektiği Üzerinden Yeniden Düşünmek
Nelly Sokolova	4 Rusya’da Yapay Zekâ Destekli Gazetecilik: Meslek Profesyonellerinin Gözünden Gazetecilik Ortamı
Batukan Ceyran	6 2000 Sonrası Türk Sinemasında Adana: Yeniden-Üretim Çağında Sinema ve Kentsel İmaj İlişkisi
Sinem Yankı Özcan	7 2010 Yılı Sonrası Türk Sinemasında 12 Eylül Hafızasının İnşası
Hasan Cem Çal	9 Jean-Luc Godard’ın 70’leri: Sinemayı Sinemayla Düşünmek
Gülçin Çakıcı Öztürk	11 Özdüşünümsel Bakışla Kavur Belgeseli
Mine Rugancı Livan	12 Özdüşünümsellik ve Aydın Tartışmaları Odağında <i>Korkuyu Beklerken</i>
Cüneyt Bozkurt	13 <i>Türk Dedektif (The Turkish Detective - 2023)</i> Dizisinin Özdüşünümsel Yapısı ve Kültürel Temsili Üzerine Bir İnceleme
Rabia Elif Yakut Bülent Bahri Küçükkerdoğan	15 Super Bowl’da Bir Türk Reklamı: Türk Hava Yolları Pangea Reklam Filminin Göstergibilimsel Çözümlemesi
Aydan Özsoy	16 Türkiye’de Sinema Eğitiminin Sorunları: Pandemi Süreci ve Sonrasında Akademisyen Deneyimlerine Dayalı Bir Sorgulama

<b>Birol Şevki Tavlı</b>	17 Okul ile Sektör Arasında: Gazetecilik Öğrencilerinin Staj Deneyimleri
<b>Songül Tan</b>	18 Yeni Medya ve İletişim Anabilim Dalı Misyon İfadelerinin Kimlik Bağlamında İncelenmesi
<b>Erman M. Demir</b>	20 Üniversite-Sanayi İş Birliğine Özdüşünümsel Bir Bakış: Kreatif Endüstriler Meclisi Deneyimi
<b>Özlem Akkaya</b>	21 <i>Lohusa</i> Filmi: Pandora'nın Kutusundan Saçılanlar
<b>Çağdaş Emrah Çağlıyan</b>	22 Tarkovski Filmleri Bağlamında Ebedi Olanın Sonlular Üzerinden Kendi Bilincine Varması
<b>Aydın Çam</b>	24 Suretler ve Gölgeler: Film Festivalinde Akademik Konum, İktidarla İlişki Kurmak ve Etik İkilemler
<b>Sevil Bal</b>	25 Bir Bilim İletişimi Yaklaşımı Olarak Akademik Ethos ve Özdüşünümsellik
<b>Erdem İlic</b>	26 Modernizmin Narsisistik Karakteri Üzerine Bir Özdüşünüm Denemesi
<b>Özlem Özdemir Tolga Tellan</b>	28 Halkla İlişkileri Yeniden Düşünmek: Bir Disiplini Parçalama Gereksinimi
<b>Nalan Ova</b>	30 Medyada Temsil Çalışmaları Bağlamında "Kadın Cinayetleri"
<b>Buse Nur Bozkuş</b>	31 <i>Femvertising</i> ve <i>Femwashing</i> İkileminde Feminist Reklamlara Bakmak: Bir Alımlama Analizi
<b>Tutku Yağmur Aksoy</b>	33 İnternette Kadın Olmak: Sanal Kurtlarımızla Koşmak Mümkün Mü?
<b>Seda Kandemir</b>	35 Romantize Edilen Mobbing: Akademisyen Kadınların Çalışma Yaşamında Karşılaştıkları Baskının Meşrulaştırılması

<b>Fatma Aşcı</b>	<b>36</b> Etnik Medya ve İdeoloji: Şalom ve Agos Gazetelerinin Suriyeli Sığınmacı Temsili Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz
<b>Atila Erdemir</b> <b>Hakan Koluman</b> <b>Hüsna Tosun</b> <b>Kumsal Kınay Sarsağ</b>	<b>38</b> Sığınmacı Haberlerinde Eşik Bekçilerinin Rolü: Haber Üretim Sürecinde Bireysel, Kurumsal ve Toplumsal Etkiler
<b>Hüseyin Serbes</b>	<b>39</b> “Adam Olmak İstemiyorum”: Gençlik Hareketlerinde Estetik Travma
<b>Mehtap Çağlar</b>	<b>40</b> Türkiye Podcast Ekosisteminde Gazetecilik Pratikleri
<b>Özgün Dinçer</b>	<b>42</b> Dijital Çağda Yakınlık ve Haber
<b>Gökhan Bulut</b>	<b>43</b> Günümüzde Yeniden Biçimlenen Gazeteciliğin Dönüşüm Dinamikleri
<b>Tuğrul Çomu</b>	<b>45</b> Yeni Medya Çağında Uzmanlık Bilgisi ve Gazetecilik: Bilim Haberleri Örneği
<b>Nurcan Törenli</b> <b>Ayçin Özoktay</b>	<b>47</b> Toplumsal İletişim Özgürlüğüne Müdahalede Hukuksal Bir Araç: Yayın Yasakları İletişimsel-İlişkisel Yaklaşım Açısından Yayın Yasaklarının Meşruluğu Üzerine Bir Tartışma
<b>Esra İlkay İşler</b>	<b>48</b> Dijital Söylemleri Etkileyen Beş Yanılsama ve İkiye Yarılmış Türkiye Toplumu Üzerine...
<b>Bülent Özçelik</b>	<b>50</b> Hakikat Sonrası Çağ'da Kamuoyu
<b>İsmail Uğur Aksoy</b>	<b>51</b> Demokrasiye Ayna Tutmak: Özdüşünümsel Bir Demokrasinin Çağrıştırdıkları
<b>Halil Saç</b> <b>Nurcan Törenli</b>	<b>52</b> Gündem Belirleme/Karartma Pratiği Olarak Kullanıcı Türevli İçeriklerin Haberleştirilmesi

Çağatay Burcu	54 Yankı Odası Araştırmasının Yeniden Test Edilmesi: Türkiye’deki Sosyal Medya Ortamı İçin Bir Değerlendirme
Ceren Şahin Gül Rengin Küçükerdoğan	55 Sosyal Medya ve Suç Korkusu Üzerine Bir Araştırma
Reyhan Ünal Çınar	56 Tek Parti Rejiminden Tek Parti İktidarına Uzanan Bir Slogan: “Yeter Söz Milletindir”
Dilan Kızılyıldız	58 Türkiye’nin Amerikanlaşma Serüveni: İncirlik Hava Üssü’nün Adana’da Gündelik Yaşama Etkileri ve Habitusun Dönüşümü
Myrzantay Zhakyp	59 “Türkistan Koleksiyonu” ve Orta Asya Türk Halklarının Çarlık Rusyası’nın Resmî Basını Tarafından Sömürgeleştirilmesi Politikası
Ezgi Kaya Hayatsever	61 Türkiye’deki Gazetecilik Rejiminde Biçimsel Tabiiyetten Gerçek Tabiiyete Geçiş: 1990’lı Yıllar ile 2000’li Yıllar Arasında Bir Karşılaştırma
Feride Güner	62 Bir(kaç) Trakya Köyünde Feminist Dijital Medya Etnografisi: Alandaki Güç İlişkileri Üzerine Oto- Etnografik Notlar
Mobassera Jahan Fatima	64 Bir Bangladeşlinin Türkiye Deneyiminin Kimlik, Fark ve Temsil Açısından İncelemesi
Nil Delal Şahin	66 Etnografik Nosyonun Üçüncü Mekânı: Özdüşünümsel Sinema ve Bakışın Kartografyası
Deniz Tansel İlic Reyhan Ünal Çınar	67 Doğal Olmayan Ölüm Algısı ve Siyasi İktidar
Yurdağül Bezirgan Arar	69 Türkiye’de Gazetecilik ve Medya Araştırmalarının Sosyal Bilimlerle İlişkisinin Evrimi: TSBD Ulusal Sosyal Bilimler Kongresi Üzerine Bir Analiz (1994- 2023)

<b>Helin Öztürk</b>	<b>70</b> Veri Gazeteciliği Konulu Çalışmalarda Teknoloji Perspektifi: Literatüre Lisansüstü Tezler Üzerinden Bakmak
<b>Hasan Hüseyin Kayış</b>	<b>71</b> Türkiye’de Yeni Medya Makalelerinde İnsan Özneden Veri Toplamak: Başlangıcından Bugüne Yeni Medya Makalelerinde Yöntem ve Veri Toplama Teknikleri
<b>Gizem Ekin Çelik</b>	<b>73</b> İletişim Çalışmaları ve Medya Belleği: Rubicon’u İnşa Etmek
<b><i>Panel Metinleri</i></b>	
<b>Nurcan Törenli</b>	<b>75</b> Toplumsal İlişkiler Bağlamında Gazetecinin Topluma Yabancılaşması: İnsani-Manevi Yabancılaşma
<b>Haluk Geray</b>	<b>78</b> Gutenberg Parantezi Sonrasında Gazetelerin ve Gazeteciliğin Krizi
<b>Çiler Dursun</b>	<b>80</b> Kültürel Çalışmalar Alanında Özdüşünüm Açmazı



# CİSEM 2024

## İletişim Araştırmalarına *Özdüşünümsel* Bakışlar

27-29 Kasım 2024

Ankara

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi (İLEF) tarafından Cumhuriyetin 100. yılında ilki (CİSEM2023) düzenlenen iletişim sempozyumunun ikincisi 27-29 Kasım 2024 tarihleri arasında iletişim çalışmaları odaklı ve *özdüşünümsellik* temasıyla İLEF'te gerçekleştirildi. Toplumsal konumlanışları etkileyen her küresel kırılma sürecinde, bütün disiplinler kendi sistemi, ilkeleri, sınırları üzerine düşünmeli; bu sınırları sorgulamalı ve anlamlarını yeniden gözden geçirmelidir. Farklı disiplinlerin keşiştiği bir alan olan iletişim çalışmaları da çağımızın dinamik toplumsal yapısı içinde bu özdüşünümsel çabayı daha ileri taşımalıdır. Bir yandan ekonomik, siyasal, kültürel ve teknolojik gelişmeler nedeniyle iletişim çalışmalarının kapsamı her geçen gün genişlerken diğer yandan da alanda aşılamayan sorunlar yüzünden birbirine benzer tartışmalar yaşanmaktadır. Ciddi değişimlere uğramış iletişim çalışmalarının kendi üzerine düşünmesi günümüzde bir zorunluluğa dönüşmüştür. CİSEM2024, bu işleyiş içerisinde önemli bir hacme ulaşan iletişim çalışmalarına eleştirel perspektiften bir katkı sunmak amacıyla özdüşünümselliği odağına aldı. İletişim Araştırmalarına *Özdüşünümsel* Bakışlar temasıyla düzenlenen CİSEM2024'ü destekleyen ve sempozyuma katılan herkese teşekkür ederiz.

**Düzenleme Kurulu**

# Türkiye’de Yapay Zekâ ve İletişim Araştırmalarına Özdüşünümsel Bir Bakış

Esra Özgür

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi

esraozgr@gmail.com

## Özet

ChatGPT’nin kullanıma açılmasıyla başlayan yeni dönemde yapay zekâ teknolojilerinin sıradan işlerde kullanımı yaygınlaştı ve bizimle iletişim kurabilen yapay zekâ teknolojisi, bir bilim kurgu ögesi olmaktan çıkarak günlük hayatımızın parçası haline geldi. Akademik metinlerden sanat eserlerine kadar birçok fikir üretim alanında yapay zekâ hizmetlerinin kullanımından doğabilecek sorunlar hâlâ tartışılıyor ancak kültürel üretim süreçleri ile bu kadar iç içe geçmiş hizmetlerin sahiplik yapısı ve yarattığı toplumsal eşitsizlikler çoğu zaman anlatılarda gizli kalmaya devam ediyor. “Yapay zekâ” söyleminin yarattığı büyülü gerçekliğin ardındaki materyal yapının görünür kılınması tüm bu toplumsal süreçleri zaman içinde daha insani ve herkes için fayda sağlayacak bir hale getirmemiz adına büyük önem taşıyor. Yapay zekâ teknolojileri sadece teknik ilerlemenin bir ürünü değil aynı zamanda toplumsal, ekonomik ve politik yapıların da yansımasıdır. Bu teknolojilerin geliştirilmesi ve uygulanmasında belirli sermaye grupları, devlet politikaları ve küresel güç ilişkileri etkili olmaktadır. Eleştirel yapay zekâ çalışmaları, teknolojik ilerleme mitinin arkasında gizlenen ve her ne kadar soyut bir teknoloji gibi görünse de hem doğal kaynakların hem de insan emeğinin sömürüsüne dayanan yapay zekâ teknolojilerinin materyal yapısını gözler önüne sermeyi amaçlar. Aynı zamanda bu tür teknolojilerin toplumsal eşitsizlikleri hangi açıardan derinleştirebildiğini açığa çıkararak yapay zekânın toplumsal etkilerine dair derin bir anlayış kazanmamızı sağlar. Bu çalışmada iletişim ve medya alanında yapılan araştırmalarda yapay zekânın nasıl ele alındığı alana dair özdüşünümsel bir çaba ile tartışılacaktır. Çalışmada, bu tür teknoloji hizmetlerinin günlük hayatta ve özellikle kültürel üretim alanında kullanımının hızla arttığı son üç yıl içinde, Türkiye’de iletişim ve medya alanında üretilen makalelerde yapay zekânın ele alınış biçimleri incelenerek, bu araştırmaların eleştirel perspektifleri sorgulanmaktadır. Yapay zekânın sadece teknik bir gelişme olarak değil, aynı zamanda toplumsal ve ekonomik yapıların bir yansıması olarak ele alınması gerektiği fikri üzerinden yola çıkan çalışmada, özdüşünümsellik bağlamında araştırmacıların kendi konularını ve yapay zekânın toplumsal ve ekonomik güç ilişkilerine etkilerini ne ölçüde değerlendirdikleri de incelenmiştir. Çalışmada, 2022’den itibaren Türkiye’de yayımlanmış yapay zekâ, medya ve iletişim temalı akademik makaleler sistematik literatür taramasıyla belirlenmiştir. DergiPark’ta, başlığında “yapay zekâ” ve anahtar kelimelerinde medya, iletişim, sinema, haber, halkla ilişkiler kelimelerinden en az birini içeren 50 makale tespit edilmiştir. Tamamının incelenmesi çalışmanın sınırlılıkları dahilinde mümkün olmadığı için amaçsal örneklem çekme yöntemi ile 10 çalışma saptanmıştır. İçerik analizi yöntemiyle bu makalelerde yapay zekânın hangi teorik çerçevelerden ele alındığı,

eleştirel ve ekonomi politik yaklaşımların bulunup bulunmadığı incelenmiştir. Araştırmaların odağının büyük ölçüde yapay zekânın kullanım boyutuyla sınırlı kaldığı ve teknolojinin sahiplik yapısı, toplumsal etkileri gibi kritik boyutlarının yeterince sorgulanmadığı görülmüştür. Türkiye'deki yapay zekâ ve iletişim araştırmalarının özdüşünümsel bir çerçevede daha derinlemesine ve eleştirel bir bakış açısıyla geliştirilmesine hala ihtiyaç duyulduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** yapay zekâ, kültürel üretim, iletişim araştırmaları, özdüşünümsellik

## *Intelligence* Kavramını Özne-Yapay Zekâ Diyalektiği Üzerinden Yeniden Düşünmek

Arzu Bayar

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi

arzubayar@gmail.com

### Özet

İnsanı insan yapan ve onu diğer şeylerden ayıran özelliğın ne olduğu sorusu, Descartes'ın *cogito*'sunun da büyük katkılarıyla, genellikle düşünebilme kapasitesi ile yanıtlanır. Dünyaya şekil veren, onu olumlu ya da olumsuz değişimlere uğratan yegâne güç olarak görülen insan, bu bağlamda “düşünen bir hayvan” olarak ele alınır. Homo *sapiens* olarak etiketlenen insana Aydınlanma döneminde Kant “*sapere aude!*”, başka bir deyişle “kendi *aklını* kullanma cesaretini göster!” diyerek hitap eder. Benzer şekilde düşünme nosyonu, Alan Turing'in “Hesaplama Makineleri ve Zekâ” (1950) isimli makalesinden itibaren, yapay zekâ literatürünün 75 yıldan uzun tarihinde bu alan üzerine en fazla tartışılmış konuların başında gelir. Böylece günümüzde aynı düşünme kapasitesinin yapay zekâ tarafından paylaşılıyor olması, insanın yanına ilk kez düşünen bir şeyin eklenme girişimi şeklinde kendisini gösterir. Dolayısıyla akıl, zekâ ve düşünme kapasitesi, sosyal teorideki pek çok alanı kat ederek günümüzde tartışma konusu olmaya, sürekli zenginleşmek suretiyle devam eder. Buna rağmen, bu çalışmada insan ve makine arasındaki mevcut tartışma zemininin, düşünme bağlamından çıkarılarak *yargıda bulunma* (*judgment*) ve *hesaplama* (*calculation*) ayırımına geri döndürülmesi gerektiğini savunuyorum. Bununla yakından ilişkili olarak, akademi, sanat ve kamusal alanda üretken yapay zekâ modelleri anlamına gelen makinenin daima antropomorfize edilerek ele alındığı, ona bir özne konumunun mütemediyen atandığı açıktır. Gizemli çalışma prensibiyle, kendisine yüksek kudretler atfedilen yapay zekâ, günümüzde kamusal bilgisizlik halinden, sanatçı, uzman ve akademisyenlerin yanlış metafor ve değerlendirmelerinden ötürü üçüncü tekil şahıs kipiyle hitap edilen bir pozisyonda yer almaya başlar. Böylelikle tüm sistemin geneline işaret etmeye başlayan bir kavram olan *algoritmik dispoziğin* özellikle bilim iletişimi alanında seyrettiği bu rotadan

çıkartılarak, onun gizemli görünen temel mantığını, potansiyelleri ve açmazlarıyla birlikte ele almak önem kazanıyor. Metodolojik olarak, literatürde adına *Eliza etkisi* denilen sendromun oluşmasında ilk basamak olan Eliza sohbet botunu yaratan bilgisayar bilimci ve teorisyen Joseph Weizenbaum'un yargıda bulunma ve hesaplama arasına çektiği çizgiye yer verdiği çalışmalarını temel alıyorum. Özellikle *Bilgisayarın Gücü ve İnsan Akli: Yargılamadan Hesaplamaya (Computer Power and Human Reason: From Judgment to Calculation)* isimli kitabı odağında ve kendisinin esin kaynağı olan Hannah Arendt'in çalışmalarına genişleyen eleştirel ve felsefi bir değerlendirme yapıyorum. Başka bir deyişle, bir literatür tartışmasını, ilişkili örneklerle birlikte ele alıyorum. Bu bağlamda yapay zekâ ile başlayan bu tartışmanın ibresini, onunla diyalektik bir ilişki içerisinde olan özneye bükme de fayda var. Weizenbaum, yukarıda yer verdiğim, yargıda bulunma ve hesaplama arasındaki bu ayrımı "onlar (karar vericiler) yargıda bulunmadılar, sadece hesapladılar" diyen Hannah Arendt'in çalışmalarından esinlenerek ortaya koyar. Dolayısıyla Arendt'in *viva activa'sı* güncel bağlamda üzerinde düşünmemiz gereken yeni boyutlar kazanır. Öte yandan, makinenin yargıda bulunma istikametine yönlendirildiği bu çağda *homo academicus*'un ise tam tersi istikamette, Arendt'in de işaret ettiği hesaplama yolunda seyrediyor olduğu bir gerçektir. Bilhassa akademik üretimlerin, olması gerektiği gibi entelektüel bir faaliyet ve toplumsal bir sorumluluktan ziyade salt puan toplama ve unvan kazanma amacına yöneldiği günümüzde, algoritmik dispozitifin pek çok alanda olduğu gibi akademide de işlerlik kazandığı ve bir paradigma olarak hâkim olduğu/olmaya başladığı pekâlâ söylenebilir. Buna ek olarak üniversitelerin "şirket" mantığıyla ve "verimlilik" üzerine söylemlerle, "üniversite-sanayi iş birliği" gibi neoliberal politikalarla yürütüldüğü günümüzde, bu politikalara teknokratik bir yaklaşım da eklenerek, verilerin ve sayıların tek gerçek olarak kabul edildiği, akademisyenin adeta bir çıktı makinesine dönüştüğü bir dönemde yaşadığımızı söylemek yanlış olmaz. Dolayısıyla makinenin zekâsının, insanın ise makineleşmesinin konu olduğu, yargıda bulunmamanın ve fakat sadece hesaplamanın aynı zamanda bir tür var olanla uyum sağlamak ve onu sürdürmek anlamına geldiği bu zamanlarda, tüm bu konuların birbiriyle olan diyalektik ilişkisine dikkat çekmeyi amaçlıyorum. En nihayetinde, insan ve makinenin hem teorik düzlemde hem de gündelik pratiklerde, en azından belli eksenlerde birbirine yakınsamaya başladığı sonucuna ulaşıyorum. *Intelligence* kavramıyla yakın bir ilişkisi olan *entelektüel* kavramından hareket ederek insan ve makine arasındaki bu süreğen ancak gerilimli ilişkiyi, akademik entelijansiya ile bir akıl yürütme zemininde tartışabilmeyi hedefliyorum.

**Anahtar Kelimeler:** yapay zekâ, algoritmik dispozitif, özne

# Rusya’da Yapay Zekâ Destekli Gazetecilik: Meslek Profesyonellerinin Gözünden Gazetecilik Ortamı

Nelly Sokolova

Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

nelly.sokolova93@gmail.com

## Özet

Dijital çağda medya alanında yaşanan teknolojik gelişmeler, diğer pek çok iş alanı gibi haber kuruluşlarının da yeniden yapılanmasına ve gazetecilik meslek pratiklerinin değişim ve dönüşümüne sebep olmuştur. Bilgisayar teknolojilerinin sürekli olarak geliştiği bir süreçte bu ilerlemenin ve gelişmenin önemli aşamalarından biri de yapay zekâ algoritmalarının gazetecilik alanında uygulanmaya başlamasıdır. Teknolojinin gelişim hızı ile birlikte değişen gazetecilik ortamında iş süreçleri hızlanmakta, verileri yönetmeye yardımcı olan yapay zekâ araçları gelişmekte, haber metinleri algoritmalar tarafından oluşturulmakta ve geleneksel gazetecilik pratiklerinde alışkın olmadığımız pek çok uygulama editöryal faaliyetlere nüfuz etmektedir. Yapay zekâ uluslararası medya organizasyonlarının editöryal faaliyetlerine giderek daha fazla entegre olmakta ve böylece haber üretiminin bütün aşamalarını yani, haber toplama, yazma ve dağıtım aşamalarını değişim ve dönüşüme uğratmaktadır. Yapay zekâ teknolojilerinin medya alanına entegrasyonu sürdükçe yapay zekânın gazetecilikte geliştirilmesi ve kullanılmasına yönelik stratejiler dünya çapında çeşitli kamu kuruluşları, üniversiteler ve medya endüstrisi tarafından düzenli olarak tartışılmaya devam etmektedir. Bu çalışmanın temel amacı yapay zekânın Rusya’daki haber merkezlerinde ne düzeyde, hangi amaçlarla ve nasıl kullanıldığına ilişkin bir çerçeve sunmak ve yapay zekânın Rus haber medyasına uygulanmasına yönelik engelleri ortaya koymaktır. Ayrıca, yapay zekânın Rus yazı işleri ofislerinde ve gazetecilerin çalışma pratiklerinde yarattığı dönüşümü ve bu çerçevede gelecekte mümkün olan değişimleri gazeteci ve uzman görüşleri bağlamında tartışmaya açmak da çalışmanın bir diğer amacıdır. Öte yandan, Rusya’da haber medyası ortamının nasıl şekillendiğini bilmek ve çeşitli kurumlar tarafından gerçekleştirilen yapay zekâ girişimlerini incelemek bu çalışmayla mümkün olmaktadır. Dünyada dijital teknolojilerin medya alanına entegre edilmeye çalışıldığı bir ortamda Rusya’daki haber odalarında yapay zekâ araçlarının mevcut durumunu anlamak önemlidir. Zira, Rusya sadece askeri güç, enerji kaynakları veya jeopolitik stratejisi sebebiyle değil, aynı zamanda siber güvenlik, yapay zekâ, veri analizi ve savunma teknolojisi alanındaki ilerlemelerinden kaynaklı hem kendi sınırları içerisinde hem de uluslararası alanda önemli bir etkiye sahiptir. Bu sebeple Rus haber merkezlerinde yapay zekâ teknolojilerinin mevcut dinamiklerini ortaya koymak önem taşımaktadır. Bu bağlamda çalışmada Rus yazılımcılar, akademisyenler ve gazeteciler ile görüşülerek yapay zekânın gazetecilikte kullanılmasına yönelik sorular

yöneltilmiştir. Veri toplama tekniği olarak yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşmelerin hepsi online yapılmış olup 40 ile 80 dakika arasında sürmüştür. Meslek profesyonelleri ile yapılan görüşmeler Mayıs 2024 ve Ağustos 2024 arasında gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler yazılı metin haline getirilmiş ve ardından elde edilen veriler içerik analizi yöntemi ile çözümlenmiştir. Bu bildiri öncelikle Rusya'nın haber medyası ekosisteminden ve çeşitli kurumlar tarafından gerçekleştirilen yapay zekâ girişimlerinden söz edilecektir. İkinci olarak ise profesyonel görüşler bağlamında yapay zekânın Rus haber odalarında ne düzeyde kullanıldığı, yazı işleri ofislerinde yarattığı veya yaratacağı değişim ve dönüşümleri ve yapay zekânın gazeteciliğe nüfuz etme konusunda Rus medya organizasyonlarının karşı karşıya oldukları sınırlılıklar ve sorunlar gibi konu başlıkları tartışılacaktır. Bulgularda, Rus medyasında yapay zekânın haberciliğe dahil edilmesi noktasında devlet destekli medya kuruluşlarına büyük fonlar ayrılırken daha küçük haber kuruluşlarının yeterince finansmana sahip olamaması, Rusya'nın tabi olduğu yaptırımlar ve özellikle belli yaş üstündeki gazetecilerin yapay zekâyâ dayalı teknolojileri kullanmaya karşı olmaları gibi çeşitli kısıtlamalar ve sorunlar bulgulanmıştır. Araştırmada, Rus haber merkezlerinin haber üretim süreçlerinin bütün aşamalarında yapay zekâ araçlarının kullanıldığı, büyük haber merkezlerindeki medya çalışanlarının multidisipliner bir yapıya sahip olduğu, yapay zekânın gazetecilerin yerini tam olarak alamayacağı düşüncesi ve yapay zekâ algoritmalarının yanlı olduğu ve yanlış haberler üretebildiği için gazetecilerin son kerte her zaman kontrol eden görevi üstlenmesi gerektiğine ilişkin görüşler dikkat çeken başka bulgular arasındadır.

**Anahtar Kelimeler:** gazetecilik, yapay zekâ, Rus medyasında yapay zekâ, dijital teknolojiler

# 2000 Sonrası Türk Sinemasında Adana: Yeniden-Üretim Çağında Sinema ve Kentsel İmaj İlişkisi

Batukan Ceyran

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

batukanceyran@gmail.com

## Özet

Adana imajı, Türkiye’de negatif özellikleri ile yansıtılmıştır. Bu yansıma başta görsel ürünler olmak üzere birçok kültürel üründe yeniden üretilerek Adana insanının suç işleme potansiyeli ve saldırganlığı ile öne çıkan negatif özelliklerinin Adana kentinin karakteristik yapısınıymış gibi algılanmasına sebep olmuştur. Bu çalışmayla ilk olarak Adana il sınırları içerisinde çekilen filmlere dair ayrıntılı bir arşive ulaşılabilecektir. Dolayısıyla bir Adana filmleri kataloğu oluşturulacaktır. Adana’nın ve Adanalı imgesinin kurmaca filmler üzerinden nasıl yeniden- üretildiği incelenecektir. Bu sayede kültür endüstrisinin bir ürünü olan kurmaca filmlerin Adanalı imgesini nasıl etkilediğine ve Adana’nın bu imgeden nasıl etkilendiğine dair bir çözümleme yapılabilecektir. Dolayısıyla yeniden-üretim kültür endüstrisi bağlamında bir çözümlemesine ulaşılabilecektir. Ayrıca bu çalışma ile sinema ve kent ilişkisine Adana perspektifinden bakılarak, Adana’nın sinemasal mirasına katkıda bulunacak bir çalışma ortaya çıkacaktır. Tüm bunlarla beraber, çalışmanın alanyazındaki bir boşluğu doldurması da beklenmektedir. Bu çalışma ile, medyadaki Adana ve Adanalı imgesinin olumsuz özelliklerle oluşturulmasından yola çıkarak, iletişim ve kültürel çalışmalar bağlamında Adana ve Adanalıların 2000 sonrasında Türk sinemasındaki işlenişini soruşturmak amaçlanmaktadır. Araştırmanın kapsamını Adana’da geçen, Adana’yı ve Adanalıları bir biçimde yeniden-üreten, Türkiye’de çekilmiş uzun metraj kurmaca filmler oluşturmaktadır. Araştırma kapsamındaki filmler, medya ve kültür endüstrileri bağlamında “yeniden-üretim” kavramıyla çözümlenecektir. Bu bağlamda filmlerin ne kadar seyirciye ne kadar süreyle ulaştığı Box Office Türkiye ve dijital platform verileri üzerinden incelenecektir. Ayrıca bu filmlerde Adana ve Adanalıların hangi özelliklerle ve imgelerle sunulduğu; hangi metaforların, metonimlerin ve motiflerin kullanıldığı ve bunların medya ve kültür endüstrisiyle ilişkileri tartışılacaktır. Çalışmamızda anaakım filmlerinin oluşturduğu gişe filmlerinin ve izleyicisine festivaller aracılığıyla ulaşan sanat filmlerinin kültür endüstrisi karşısında konumlanışında nicel ve nitel farklılıklara rastlanmıştır. Nicel olarak anaakım filmlerinin başta CJ Group bünyesindeki dağıtım şirketleri olmak üzere tekelleşen film pazarının bir parçası olduğu sonucuna ulaşılırken sanat filmlerinin alternatif gösterim yolları ile ayakta kaldığı tespit edilmiştir. Ana akım filmlerinde Adana imajının yeniden üretilmesi karikatürleştirilmiş ve Adanalılık ile bağdaştırılmışken sanat filmlerinde bu temsillerin yeniden üretilmesine katkı sağlansa da ana akım filmlerinin aksine bu temsiller ile Adanalı olmak arasında bir bağ kurulmadığı

sonucuna ulaşılmıştır. Ana akım filmlerinde mekân ile karakterlerin eylemleri arasında doğrudan bir ilişki bulunmazken sanat filmlerinde karakter ve mekân bir ilişki içerisindedir. Çalışma sonunda 2012–2023 arasında Adana’da çekilmiş olan filmler tasnif edilmiştir. Bu filmlerin hangi özellikleri ile kültür endüstrisine dahil olduğu ve hangi özellikleriyle bu sistemden ayrıldığı ortaya konarak Adana ve sinema ilişkisi eleştirel bir perspektiften incelenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** sinemada Adana, kent ve sinema, yeniden-üretim, kültür endüstrisi

## 2010 Yılı Sonrası Türk Sinemasında 12 Eylül Hafızasının İnşası

**Sinem Yankı Özcan**

Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi

ozcanyanki@gmail.com

### Özet

Sinema, geçmişle yüzleşme ve toplumsal hafızanın yeniden inşası süreçlerinde önemli bir araçtır. 12 Eylül 1980 askeri darbesi gibi travmatik olayların sinemada temsili, sadece hatırlama eylemiyle sınırlı kalmaz; aynı zamanda bu olayların güncel bağlamda nasıl yeniden anlamlandırıldığına da katkıda bulunur. Bu çalışma, 2010 sonrası Türk sinemasında 12 Eylül darbesini konu alan filmler üzerinden toplumsal hafızanın nasıl inşa edildiğini incelemektedir. Özellikle 2010 referandumu, darbenin hukuki ve siyasi sonuçlarıyla yüzleşmeyi amaçlayan önemli bir dönüm noktası olarak ele alınmaktadır. Bu referandum, darbenin anayasasında yapılan değişikliklerle, 12 Eylül’ün hukuki mirasıyla hesaplaşmayı hedeflemiştir. Referandum sonrası dönemde bu hedef doğrultusunda atılan adımlar arasında darbecilerin yargılanması, anayasal reformlar ve demokratikleşme sürecine katkı sunan girişimler yer almıştır. Bu eksende referandum, toplumsal hafızanın yeniden şekillendirilmesine yönelik bir başlangıç noktası olarak değerlendirilmektedir. Çalışmada, 2010 sonrası çekilen *Aşk ve Devrim* (Serkan Acar, 2011), *Bu Son Olsun* (Orçun Benli, 2012), *Kafes* (Mahmut Kaptan, 2015), *Eksik* (Barış Atay Mengülluoğlu, 2015) ve *Dedemin İnsanları* (Çağan Irmak, 2011) filmleri incelenmiştir. Film seçiminde 2010 referandumu sonrası toplumsal ve politik bağlam göz önünde bulundurulmuş, bu filmlerin bellek inşası süreçlerine dair sunduğu veriler değerlendirilmiştir. Bu filmlerin toplumsal hafızayı nasıl yeniden yapılandırdığı, 12 Eylül travmasını nasıl ele aldığı ve demokratikleşme sürecine ne tür katkılar sunduğu gibi temalar göz önünde bulundurulmuştur. Alan McKee’nin metin analizi yaklaşımından faydalanılarak, filmlerin ürettiği anlamların toplumsal hafıza üzerindeki etkisi irdelenmiştir. Bunu gerçekleştirirken de filmler karakterler, temalar, anlatı yapıları ve sinematografik unsurlar bakımından incelenmiş; toplumsal hafıza ve bellek inşası süreçlerindeki rolleri tartışılmıştır. Bu yöntem, ele alınan



filmlerin sadece anlatı düzeyinde değil, aynı zamanda sinematografik unsurlar çerçevesinde ve sosyo-politik bağlamlarıyla birlikte değerlendirilmesine olanak tanımaktadır. Filmlerin bağlamlarıyla birlikte analiz edilmesinden kastedilen, bu yapımların hem dönemin politik ve toplumsal olaylarına hem de o dönemin hafıza politikalarına nasıl bir yanıt verdiğini ortaya koymaktır. Bu yaklaşım, toplumun geçmişiyle ve kendisiyle eleştirel bir bakış açısıyla yüzleşmesine güçlü bir zemin hazırlamaktadır. Bu noktada Maurice Halbwachs'ın toplumsal hafıza (*la mémoire collective*) kavramı, filmlerin geçmişle olan bağı ve toplumsal gruplar aracılığıyla bu geçmişin nasıl yeniden üretildiğini anlamak için temel kuramsal çerçeveyi sunmaktadır. Halbwachs'a göre toplumsal hafıza, bireylerin ortak deneyimlerinin toplumsal gruplar aracılığıyla yeniden üretildiği bir süreçtir. Filmler, 12 Eylül'ün travmatik geçmişini bireysel ve toplumsal acılar üzerinden ele alarak, bu olayın hatırlanmasına ve yüzleşilmesine katkı sağlamıştır. Bu süreçte, kimlik, adalet arayışı, toplumsal uzlaşma ve özgürlük mücadelesi gibi temalar öne çıkarak izleyicilere travmatik geçmişle kolektif bir hesaplaşma fırsatı sunmuştur. İncelenen filmler, referandum sonrasında gerçekleştirilen anayasa değişiklikleri ve darbelerin yargılanması gibi olayları ele alarak, toplumun geçmişteki travmalarla ilgili bilinçlenmesine katkıda bulunmuştur. Örneğin, adalet arayışına vurgu yaparak, izleyicileri geçmişteki mağduriyetler üzerine düşünmeye teşvik etmişlerdir. Bu süreçte, toplumda adaletin sağlanması ve hafızanın korunması gibi konulara dikkat çekilmiş, böylece toplumsal uzlaşma ve demokratikleşme süreçleri desteklenmiştir. Ayrıca, filmlerde işlenen temalar aracılığıyla, geçmişin travmalarıyla hesaplaşmanın sadece bireysel değil, kolektif bir sorumluluk olduğu mesajı güçlendirilmiştir. Bireysel travmalar, yakın plan çekimlerle karakterlerin duygusal iç dünyasını yansıtacak şekilde sunulurken, toplumsal acılar geniş planlarla kalabalıkların, protestoların ve hapishane sahnelerinin ön plana çıkarıldığı sekanslarla anlatılmıştır. Işık kullanımı ise genellikle karanlık tonlarda tercih edilerek baskıcı atmosferi güçlendirmiştir. Zaman zaman kullanılan geri dönüş sahneleriyle, geçmişin sürekli hatırlanması sağlanmış, bu da olayların bellek üzerindeki etkisini derinleştirmiştir. Ayrıca, sessizlik ve melankolik müziklerle, travmanın derinliğini hissettiren bir atmosfer yaratılmıştır. Sonuç olarak, 2010 referandumu sonrası hukuki ve toplumsal yüzleşme süreçlerinin temsili, bu filmler aracılığıyla izleyicilerin demokratikleşme sürecine dair farkındalıklarını artırmış ve toplumsal diyalogları teşvik etmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** toplumsal hafıza, Türk sineması, 12 Eylül darbesi.

# Jean-Luc Godard'ın 70'leri: Sinemayı Sinemayla Düşünmek

Hasan Cem Çal

Kadir Has Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

h.ce.cal@gmail.com

## Özet

50'ler ve 60'lar boyunca her parçası bir sonrakine kıyasla izleyiciye daha da çok bir film izlediği hissiyatı kazandırmaya dönük olarak iş gören Jean-Luc Godard'ın külliyatı, 60'ların sonundan itibaren (özellikle de *La Chinoise* filmiyle birlikte) ayrıksı bir döneme girer ve 70'ler boyunca (ve tabii sonra gelen on yıllarda da) sinemayı bir tür özdüşünüm sürecinin aracı olan bir aygıtmişçesine işe koşmaya meyleder. Godard'ın tanınır ve çizgi dışı bir yönetmen olmasını sağlayan koşul, film biçiminin radikal kullanımı, diğer bir deyişle filmin izleyiciyi salt film olduğuna ve başka bir şey olmadığına ikna etmeye odaklı işleyişi, bu dönemde ön planda olmaktan çıkar ve onun yerini izleyiciyi düşünen değil kendi kendini, kendini var eden koşulları düşünen bir film biçiminin/filmselliğin hâkimiyeti alır. Bu açıdan Godard'ın sinemasının 70'lerini başlı başına düşünmeyi amaç edinmek makul gözükür, zira tam da bu dönemde bu sinema kendine yeni bir amaç edinmiş gibidir: Sinemayı sinemayla düşünmek. Godard'ın 70'li yıllarda yaptığı işlerin ehemmiyeti, bu dönemde icra ettiği sinemanın katmanlı karakterinden ileri gelir; bu dönemi onu karakterize eden, tanımlayan işler üstünden düşünmenin ehemmiyeti ise izleyiciyi bu dönemde üretilen çalışmaların hâlihazırda özdüşünümsel olma vasfıyla hem sinema hem de sinema yapımı üstüne düşünmeye sevk etmesinden kaynaklanır. Godard, aslen bu dönemde (hep karşı olduğu) bir gösteri ya da büyü olarak sinemanın altını oyan bir sinemaya mahal verir ve sinemayı yapılan, imal edilen, üretilen bir şey olarak yeniden konumlandırır; yani materyalist bir pratik olarak. Bunu da sinema yapım süreçlerini de sinemanın içine katarak, dolayısıyla onun büyüsunü bozarak, ama bunu da onun hakkındaki çok yönlü bir düşünümü mümkün kılabilmek adına yapar, hatta bu düşünümün bizzat ve bilhassa parçası olur. Bu minvalde bu dönemi düşünmenin önemi, bu dönemde Godard'ın sinema düşüncesine verdiği önemin köklü bir değişiklik arz etmesindedir en başta. Godard'ın sinemacılığının bu dönemini anlamak, diğer taraftan, biraz da bu dönemde ortaya konmuş kimi işlerin incelenmesinden geçer, ama tabii ki, ayrıca, bu dönem öncesinde üretilmiş kimi işlerin bu dönemde üretilmiş işlerle bir karşılaştırmasından da. Dolayısıyla, Godard'ın 70'leri, *2 ou 3 choses que je sais d'elle* gibi işleri ile *Numéro deux* gibi işlerinin bir karşılaştırılmasını zorunlu kılar ki işbu külliyat içindeki değişim de ancak böyle anlaşılacaktır. Godard tam da bu dönemde (belki de *Le Gai Savoir*'dan başlayarak) sinemayı estetikten ziyade iletişimle bağlantılı/boğumlu bir mecra olarak görmeye başladığından ve tabii video ve televizyon işleri üretmeye de yine de bu dönemde giriştiğinden, bu

dönemde üretilen işlerin her daim haiz olduğu özdüşünümsellik karakterini kavramak, bu işleri yeterince bağlamsallaştırmaktan geçer gözükür. Sinemayı sinemayla düşünen Godard'ın 70'lerini düşünmek, biraz da onun müstakil çalışmalarını birbiri üstünden düşünülebilir eserler olarak alımlamakla ilintili olduğu düzeyde, sinemanın kendi yapım koşullarını anlamaya kadir bir mecraya dönüşümünün nasıl mümkün olduğunu düşünmekle olası ve eşanlımlıdır. Sonuç olarak Godard'ın 70'leri, sinemayı yapanın sinema olmadığını, sinemanın her şey gibi tarihsel-toplumsal koşullarca belirlenen bir şey olduğunu imlediği için, özdüşünümselliği dünyanın düşünümüyle kavuşturan bir mahiyete de sahip. Godard video ve televizyon işlerinde hem kendi filmlerinden hem de başkalarınıninkilerden alıntılar yaparak onları imgelerle düşünme macerasının parçası kılarsa da (ya da bir diğer deyişle, filmi ve kendi kendini alıntılatabilir ve çoğaltabilir bir şey olarak videoyu kendi işçiliğinin ham verisi hâline getirirse de), aynı zamanda 60'larını 70'lerine bağlayan angaje sinema yapım süreci boyunca filmi bir direniş aracı olarak kullanmayı ve onun konumunu sürekli sorgu konusu hâline getirmeyi de kesmez (Groupe Dziga Vertov), dolayısıyla sinemanın özdüşünümünü dünyanın (yeniden) düşünümüyle de kesiştirir. Godard'ın 70'lerinin düşünümü, bu açıdan, bu kesişimi saptamaya ve anlamlandırmaya dönük olacaktır, zira Godard da bu dönemde bu sonuca varmış gibi durur. Sinemayı sinemayla düşünmek, sinemanın nasıl düşüneceğini belirleyen şartları kavramanın yanı sıra, bir başka sinema düşüncesi de üretmek demektir; bir özdüşünümsel sinema düşüncesini. İşbu dönemin düşünümü, bu sinematik düşünce kipinin bir yeniden (ve bugünün perspektifinden) düşünümü olacak.

**Anahtar Kelimeler:** Jean-Luc Godard, film, video, televizyon, özdüşünümsellik

# Özdüşünümsel Bakışla Kavur Belgeseli

Gülçin Çakıcı Öztürk

Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi

gulcinozturk@maltepe.edu.tr

## Özet

Belgesel filmde özdüşünümsellik, yönetmenlerin anlatıların yaratılmasında ve gerçekliğin temsilinde kendi rollerini inceledikleri eleştirel bir mekanizma görevi görür. Bu çalışmanın örneklemleri olarak seçilen Fırat Özeler'in 2023 yapımı belgeseli "Kavur" aracılığıyla; özdüşünümselliğin belgesel film alanındaki çok yönlü doğası araştırılmakla birlikte, yönetmenin belgesel geleneklerini bozma ve izleyicilerin gerçek ve özgünlük algılarına meydan okuma yeteneğini tartışmaya açmak hedeflenmektedir. Söz konusu belgeselde yönetmen; belgeselinin konusu olan Ömer Kavur'un benliğinin, bilincinin ve hatta bilinçdışının O'nun filmlerine nasıl yansıdığını kurmacanın sınırlarında gezerek belgeselleştirmektedir. "Genç, hayali bir kadın, yönetmen Ömer Kavur'un filmlerindekine benzer bir yolculuğa çıkarsa tüm dertlerinin çözüleceğine inanır. Yolculuk terk edilmiş kasabalarda, harabelerde ve kimsenin kalmadığı otellerde sürerken, kadın ile Kavur arasında bir diyalog başlar." Ki bu diyalog aslında belgeselin yönetmeni Fırat Özeler'in Kavur'un belgeselini yaparken onun yönetmen olarak zihni ile bir nevi empati kurmaya çalışıp Kavur'u nasıl algıladığını özdüşünümsel olarak kurmacanın da sınırında gezen bir bakışla yorumlamasıdır. Film çalışmalarında yönetmenin varlığını, seçimlerini ve etik düşüncelerini ön plana çıkaran özdüşünümsellik, izleyicileri bilginin inşası ve hikâye anlatımının karmaşıklıkları hakkında bir diyaloga davet eder. Özdüşünümsellik özellikleri taşıdığı varsayılan "Kavur" belgeseli aracılığıyla bu çalışma, söz konusu belgeselin öznel doğasını ortaya çıkarmak için film yönetmeninin filmdeki varlığı, film içinde film, doğrudan hitap ve otobiyografik öğeler gibi teknikleri nasıl kullanıldığını aydınlatmaktadır. Çalışmada "Kavur" belgeselindeki özdüşünümsel öğeler betimsel analiz ve söylem analizi yöntemleriyle tartışmaya açılmaktadır. Yönetmeni Fırat Özeler'in Ömer Kavur'u, kişiliği ve yönetmenliği aksında anlamaya ve anlatmaya çalıştığı Kavur belgeseli; Ömer Kavur'un filmlerini yaparkenki duygu dünyasını anlamanın imkânını sorgularken, onun filmlerindekine benzer bir- varoluşçu- kurmaca yolculuk hikâyesi üzerinden ilerler. Ömer Kavur'un filmlerinin kamera arkası görüntülerinin yanı sıra "Kavur" belgeseli öncesinde hiç yayınlanmamış ya da gösterime girmemiş kısa filmlerinin bu belgesel içinde bir tür prömiyer yapışı ve Ömer Kavur'un özel eşyalarının belgesel içinde yönetmen Özeler tarafından, bir nevi kamera arkası mantığıyla, keşfedilişi, filmin bir yolculuk teması ile ilerleyişi ve belgesellerde alışık olmadığımız, daha çok kurmaca filmlere özgü dış ses kullanımı ve bu dış seslerin (biri kadın, biri erkek) birbiriyle diyaloga girişi, söz konusu bu belgeselin en öne çıkan özdüşünümsel öğeleri olarak sıralanabilir. Yönetmeni Özeler'in "Ömer Kavur Filmi Gibi Bir Ömer Kavur Belgeseli" olarak nitelediği "Kavur" belgeseli gösterime girdiği 2023 yılından itibaren

sinema çevrelerinde dikkat çekmekle kalmamış, bir buçuk yıl içinde 6 ulusal ve uluslararası ödül kazanmış ve çok sayıda ulusal/ uluslararası festivalde gösterim seçkinde yer almıştır. Ancak söz konusu belgesel, akademik anlamda ilk kez bu çalışma ile değerlendirmeye alınmaktadır. Söz konusu bu çalışma ile film çalışmaları bağlamında özdüşünümselliğin belgesel biçimini zenginleştirmekle kalmadığı, aynı zamanda gerçeklik, temsil ve yönetmenin failiği arasındaki etkileşimin daha derin anlaşılmasını da teşvik ederek izleyicileri kendilerine sunulan anlatıları eleştirel bir şekilde değerlendirmeye teşvik ettiği sonucu vurgulanmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** özdüşünümsellik, Kavur, belgesel sinema, Ömer Kavur, varoluşçuluk

## Özdüşünümsellik ve Aydın Tartışmaları Odağında *Korkuyu Beklerken*

Mine Rugancı Livan

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi

mrlivan@ankara.edu.tr

### Özet

Oğuz Atay, kimilerince kitaplarını vaktinden önce yazmış olması nedeniyle değeri zamanında yeterince bilinmeyen bir yazar olarak anılır. Dönemin Türk edebiyatında öne çıkan perspektif toplumsal gerçekçilik olduğu halde, 1970'lerde romanları yayımlanan Atay'ın eserlerinde bireye, içsel sıkıntılara, toplumdan uzaklaşmaya, sorunlu aydın kavramlarına yer verdiği görülür. Bu bağlamda yazarın yenilikçi bir yaklaşıma sahip olduğu söylenebilir. İnsanın iç dünyasının daha öne çıktığı bir anlatı kuran yazarın eserlerinde dış dünya veya toplumsal bağlam ayrıntılı bir biçimde tasvir edilmezken karakterlerin düşünce dünyaları daha önceliklidir. Atay genellikle toplumun kabul gören normları ile bir derdi olan, tutunamayan karakterler yaratmıştır. Atay'ı dönemin içinde ayrı bir noktada konumlandıran bu nitelikler çalışmaya konu olan yabancılaşma ve aydın kavramlarının karakterin özdüşünümselliği odağında tartışmayı olanaklı kılmaktadır. Bu çalışma *Korkuyu Beklerken* öyküsünü özdüşünümsellik odağında irdeleyerek yabancılaşma ve aydın kavramları üzerinden betimsel bir analiz gerçekleştirmeyi amaçlamıştır. Oğuz Atay'ın tek öykü kitabı olan *Korkuyu Beklerken* eseri, karakterin yaşadığı varoluşsal sorgulamalarla bezeli kendi üzerine düşünme hali ve okurun okuma -ve aynı zamanda yazma- süreciyle ilişkili özdüşünümsellik ve aydın mefhumlarını tartışmaya imkân vermesi açısından oldukça önemlidir. *Korkuyu Beklerken* öyküsü, ana karakterin Ubor-Metenga imzalı, dili anlaşılamayan bir mektup almasıyla başlamakta; karakterin sürekli olarak kendisi ve içinde bulunduğu durum üzerine düşünmesi ve bu anlaşılmazlık durumundan korkmasıyla ilerlemektedir. Öykü boyunca karakterin varoluşu üzerine özdüşünümsel sorgulamaları devam etmektedir. Gündelik hayatta beklenmedik olanın ortaya çıkışıyla psikoza varan bu hal, sıra dışı olanın kanıksanmasının da etkisiyle karakterin içinde bulunduğu özdüşünümsellik halini okuyucuya da yönlendirir. Bu karakter-okuyucu

örtüşmesini kolaylaştıran, bilinmezlikten doğan korku ve yalnızlık hissidir. Karakter, yalnızlığı istemekle suçlanıp yalnızlığa mahkûm edildiğini söylerken modern bireyin içinden çıkamadığı ruh hali de vurgulamış olur. Öykünün birinci tekil şahıs anlatısı ve içsel konuşma tekniği ile yapılandırılmış olması, özdüşünümsellik halinin yabancılaşma ve korku etrafında örülerek okuyucuya erişmesini kolaylaştırmış olur. Öyküde gündelik hayatta karşılaşılan karakterler ile yüzeye çıkan, aydın kimse ol(ama)ma halinin göz önüne serilmesi bu kavramın tartışmaya açılmasına yardımcı olmaktadır. Öyküdeki karşılaşmalarda var olan sınıfsal ayrımlar üstü kapalı bir biçimde dile getirilirken aydın kavramından fazla uzaklaşmadığını da görmek mümkündür. Atay'ın isimsiz karakteri, aydın kelimesini bizzat kendisine uygun görerek kullanmaktadır. Gündelik hayatta karşılaştığı, kendisine benzemeyen, onu anla(ya)mayan kişilerle ayrımını netleştirmek için acımasız bir biçimde bu nitelemeyi -içinden- kullanır. Atay'ın karakterinin, etrafına bir sınır çizmek için kullandığı aydın kelimesinin akademi ile olan münasebeti düşünüldüğünde, bu kavramın da yine kendi üzerine düşünmeyi ve sorgulamayı beraberinde getireceği söylenebilir. Bu çalışma Atay'ın kendine has yazım tarzını, düşünme biçimini, anlatıcının ağzından kurguladığı öyküsünde özdüşünümselliğin, hem hayali karakterin hem de 'orada' olan okuyucunun yabancılaşma ve aydın kavramları üzerine düşünmeye imkân tanıdığı yönünde bir sav öne sürmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Oğuz Atay, Korkuyu Beklerken, aydın, özdüşünümsellik

## ***Türk Dedektif (The Turkish Detective - 2023)*** **Dizisinin Özdüşünümsel Yapısı ve Kültürel** **Temsili Üzerine Bir İnceleme**

**Cüneyt Bozkurt**

İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi

cnytbzkrt@gmail.com

### **Özet**

Bu çalışma, *Türk Dedektif* dizisinin özdüşünümsel yönlerini ve kültürel temsillerini inceleyerek, dizinin dedektiflik türündeki yerini ve türün klasik anlatılarından nasıl ayrıştığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Ben Schiffer tarafından yazılan ve Barbara Nadel'in "Inspector Ikmen" romanlarından uyarlanan dizi, polisiye türüne dayansa da yerel kültürel unsurlarla harmanlanmış, türün sınırlarını yeniden yorumlayan bir yapı sunmaktadır. Bu bağlamda, diziyi özdüşünümsel açıdan analiz ederek, hem geleneksel polisiye anlatısındaki klişelerin nasıl sorgulandığını hem de İstanbul'un kültürel yapısının suç ve adalet temalarına nasıl entegre edildiğini incelemek hedeflenmektedir. Özdüşünümsel analizde dört temel boyut ön plana çıkmaktadır. İlk olarak, dizi Batı merkezli dedektif anlatılarına alternatif bir yaklaşım sunar. Geleneksel dedektiflik anlatılarında sıkça gördüğümüz kalıplar, İstanbul'un yerel kültürel ve sosyal özellikleriyle yeniden şekillendirilmektedir. Özellikle Batı polisyelerinin normlarını yerel bağlamda ele alan dizi, bu kalıpları İstanbul'un çok katmanlı yapısıyla dönüştürmekte ve izleyiciye bu tür anlatıların

yerel kültürle nasıl yeniden inşa edilebileceğini göstermektedir. Bu yaklaşım, Batı merkezli suç hikâyelerine karşı bir alternatif oluştururken, kültürel temsil açısından da önemli bir katkı sunar. İkinci boyut, dizide İstanbul'un aktif bir anlatı unsuru olarak kullanılmasıdır. Şehir, sadece olayların geçtiği bir mekân değil, karakterler ve olaylar üzerinde etkili olan dinamik bir yapıya sahiptir. İstanbul'un çok katmanlı sosyal yapısı, tarihsel arka planı ve modern yaşamla geleneksel değerler arasındaki gerilimler, suç ve adalet temalarının işlendiği zemini oluşturur. Şehrin bu aktif rolü, izleyiciyi mekânın anlatı üzerindeki etkilerini sorgulamaya iter. İstanbul'un karmaşık yapısı, dedektiflik hikâyesine derinlik katarken, şehrin anlatıdaki özdüşünümsel işlevi izleyiciye şehir ve suç ilişkisini düşündürmektedir. Üçüncü boyut, dizinin baş karakteri Çetin İkmen'in içsel çatışmalarıdır. İkmen, adalet arayışında sürekli olarak kişisel değerleri ile mesleki sorumlulukları arasında bir içsel gerilim yaşamaktadır. Onun adalet ve suç kavramlarına yönelik sorgulamaları, dedektiflik mesleğinin etik boyutlarını da içine alacak şekilde derinleşir. İkmen, adaletin mutlak olmadığını, kişisel ve toplumsal faktörlerin bu kavramı nasıl şekillendirdiğini sorgular. Bu içsel sorgulamalar, dedektiflik türünün sadece dış dünyadaki suçların çözümünüyle sınırlı olmadığını, karakterlerin içsel dünyalarında da etik sorunlar üzerinden çözüm aradığını göstermektedir. Dördüncü ve son boyut, dizinin polisiye türünde yapısal sınırları zorlamasıdır. *Türk Dedektif*, klasik polisiye anlatılarına dayanan bir yapıya sahip olsa da, türün klişelerini sorgulayan ve yenilikçi bir anlatı geliştiren bir yapıya sahiptir. Dizi, dedektiflik anlatılarında sıkça karşılaşılan çözümleme süreçleri, olay örgüsü ve karakter derinliği gibi unsurları kullanarak bu türün sınırlarını genişletmektedir. Klasik polisyede sıkça görülen tekdüze çözümler ve belirli şemalar yerine, olay örgüsü ve karakterlerin çözümleme süreçleri daha çok karakterlerin psikolojik derinliği ve şehrin dinamikleriyle iç içe geçmektedir. Bu yaklaşım, dizinin sadece suç çözmeye odaklanan bir polisiye olmadığını, aynı zamanda suç ve adalet kavramları üzerinde izleyiciye düşünme fırsatı sunduğunu gösterir. Sonuç olarak *Türk Dedektif* dizisi, sadece bir suç anlatısı olmanın ötesine geçerek, özdüşünümsel ve kültürel bağlamda kendini sorgulayan bir eser olarak değerlendirilmektedir. Dizinin, türsel sınırları zorlayan yapısı ve İstanbul'un anlatıya aktif bir şekilde dahil edilmesi, dedektiflik türünün geleneksel yapısına yeni bir perspektif kazandırmaktadır. Bu çalışma, dizinin kültürel temsiller ve özdüşünümsellik açısından ele alınarak, hem yerel hem de küresel izleyiciye nasıl yeni bir dedektiflik anlatısı sunduğunu ortaya koymayı amaçlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** özdüşünümsellik, polisiye, İstanbul, kültürel temsil

# Super Bowl'da Bir Türk Reklamı: Türk Hava Yolları Pangea Reklam Filminin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Rabia Elif Yakut

Hasan Kalyoncu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

rabiaelifyakut@gmail.com

Bülent Bahri Küçükerdoğan

Hasan Kalyoncu Üniversitesi İletişim Fakültesi

bbahri.kucukerdogan@hku.edu.tr

## Özet

Göstergeler, imgeler ve biçimler hayatımızın her anında karşımıza çıkmaktadır. Göstergeler, farklı anlamlar ve işlevler içerebilir; bu göstergeleri kullanarak insanlar yeni bir ortak dil geliştirir ve yeni değerler yaratırlar. Reklamlar, göstergelerle oluşturulan bu ortak dili en yoğun kullanılan ve insanlara aktaran güçlü sektörlerden biridir. Reklamlar, en önemli gösterge taşıyıcıları olarak kodlar aracılığıyla hedef kitlelere hitap eder ve yeni değerler üretir. Bu bağlamda, Super Bowl'un sadece spor dünyasında değil, aynı zamanda global reklamcılık stratejilerinde de önemli bir rol oynadığını belirtmek gerekir. Bu etkinlik, markaların küresel kodları ustaca kullanarak akılda kalıcı ve etkili imajlar yaratma fırsatını sunduğu prestijli bir platform olarak öne çıkmaktadır. Amerikan futbolunun şampiyonluk mücadelesinin belirlendiği Super Bowl, dünyanın en yüksek bütçeli reklam anlaşmalarının yapıldığı bir platformdur. Ünlü isimlerin yer aldığı yaratıcı ve eğlenceli reklamların bu etkinliğin ayrılmaz bir parçası olması nedeniyle, her yıl binlerce markanın bu platformda reklam vermek üzere büyük bütçeler ayırdığı ve milyonlarca dolar harcadığı gözlemlenmektedir. Dolayısıyla, Super Bowl'un reklam sektörü açısından büyük bir öneme sahip olduğu açıkça ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmada, Amerika Birleşik Devletleri Ulusal Futbol Ligi'nin 2022 yılında şampiyonluk maçının yayınlandığı "Super Bowl" programında tek Türk markası olarak altıncı kez yer alan Türk Hava Yolları'nın Pangea reklam filminin Barthes'ın göstergebilimsel çözümleme modeli zemininde analizi yapılmıştır. Göstergelerin okunması ve adlandırılması yoluyla markanın vermek istediği mesaj çözümlenmiştir. Türk Hava Yolları'nın, milyonlarca yıl önce tüm kıtaların birleştiği süper kıta Pangea'dan ilham alarak hazırladığı bu reklam filmi, küresel ölçekte mesajlar ileterek dünyayı ve bireyleri bir araya getirme mitine atıfta bulunmaktadır. Çalışmanın amacı, reklamda yer alan kodlar, görsel öğeler, reklam unsurları ve bu unsurların içerdiği düz ve yan anlamları çözümlenektir. Ayrıca, reklamda kullanılan mitler, simgeler ve markanın logosu ele alınarak, bu unsurların uluslararası düzeyde nasıl ortak kodlar oluşturduğuna dair bulgular elde edilmiştir. Elde edilen sonuçlar, büyük bütçelerle hazırlanan prestijli reklamların global ölçekte anlam zenginliğini artırmak amacıyla çeşitli çağrışımlara başvurduğunu ve markanın mesajını bu şekilde etkin bir biçimde ilettiğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, reklamın anlam gücünün göstergebilimsel çözümleme yöntemiyle nasıl zenginleştirildiği anlaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Göstergebilim, reklam, Türk Hava Yolları, Super Bowl



# Türkiye’de Sinema Eğitiminin Sorunları: Pandemi Süreci ve Sonrasında Akademisyen Deneyimlerine Dayalı Bir Sorgulama

Aydan Özsoy

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi

aydan.ozsoy@hbv.edu.tr

## Özet

Bu çalışma sinema eğitiminin sorunlarına geçmişten bugüne uzanan süreçte odaklanarak, özellikle Pandemi salgını ve sonrasında yaşanan değişimleri ortaya çıkarmaya çalışmaktadır. Türkiye’de sinema eğitimi ilk başladığı 1960’lı yıllardan bu yana farklı pek çok yapısal soruna sahip olmuştur. Bu sorunlar yıllar boyunca değişmiş; ekonomik, teknolojik, sosyo-kültürel olaylar, kırılmalar ve gelişmelerle dönüşmüştür. Sorunları, politik, ekonomik, yapısal ve ahlaki olarak kategorileştiren bu çalışmada, on iki sinema akademisyeni ile bir alan araştırması yürütülmüştür. Araştırma sürecinde, 6 kadın ve 6 erkekten oluşan katılımcılarla derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Nitel yöntemler içinde sıklıkla kullanılan bir görüşme çeşidi olan derinlemesine görüşme ile daha ayrıntılı veri toplanması amaçlanmıştır. Görüşmeler, yüz yüze ve online olarak gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerden elde edilen nitel bulgular belli başlıklar altında toplanarak kategorize edilmiş ve yorumlanmıştır. Görüşmeye katılanlar, Türkiye’nin farklı kentlerinde çalışan, devlet ve vakıf üniversitelerinde sinema dersleri veren akademisyenlerdir. Çalışmanın amacı, sinema eğitiminin tüm bileşenleri ve aktörleri çerçevesinde bugünkü sorunlarını ortaya çıkarmak ve tartışmaktır. Çalışma, sinema eğitiminde ihtiyaç duyduğumuz, daha nitelikli, yaratıcı ve özgür bir eğitim anlayışı için yapılması gerekenleri, çözüm önerilerini de tartışmayı amaçlamaktadır. Dijitalleşmenin tüm hızıyla eğitim alanını dönüştürdüğü bu çağda, sinema eğitiminin de paradigmatik olarak dönüştüğü bir gerçektir. Sinema sanatının ve endüstrisinin, üretim sürecinden tüketim ve yeniden üretim sürecine kadar sahip olduğu tüm unsurları hızla değişmektedir. Filmlerin yapım, dağıtım, gösterim ve seyirciyle buluşma süreçleri dijital olanaklarla hızlanarak, etkileşimli ve bütünlük bir hal almıştır. Sinema ekosistemi ve evreninin egemen yapıları, araçları ile farklı aktörleri giderek daha da güçlenmektedir. Bu çerçevede düşündüğümüzde, sinema eğitimi veren üniversiteler, ilgili fakülteler ve bölümler ile akademisyenlerin bu hızlı ve etkileşimli dönüşümü kavrayarak konumlanmaları ve yönlendirici, öncü olmaları giderek zorlaşmaktadır. Ne yazık ki Türkiye’de sinema eğitimi veren üniversitelerin ve akademisyenlerin bu alanda olması gereken etkin ve öncü rollerini gerçekleştiremedikleri görülmektedir. Sinema alanında eğitim veren akademisyenler bu rollerini neden yeterince gerçekleştirememektedir? Bu sorundan hareketle, sinema eğitimini kurumlar, insanlar ve deneyimler çerçevesinde tartışmak, sorunlarını ortaya çıkarmak ve çözüm önerileri sunmak önemlidir. Çalışma şu sorular eşliğinde sorgulamalar yürütmektedir: Ülkemizde dijitalleşmenin ve pandeminin etkisiyle, sinema eğitiminde neler değişmiştir?

Bu değişim ve dönüşümlerin niteliği, paradoksları nelerdir? Ders programları ve içerikleri, uygulama olanakları, sınıf içinden çevrimiçine geçişle neler, neden yaşanmıştır? Sinema akademisyenleri tüm bu süreçleri, özellikle pandemi ve sonrasını nasıl deneyimlemişlerdir? Akademisyenler, üniversitelerin ve kendilerinin alandaki rolleri hakkında ne düşünmektedirler? Geleceğin sinema eğitiminde neler olmalıdır?

**Anahtar Kelimeler:** sinema eğitimi, dijitalleşme, pandemi salgını, sinema akademisyenleri

## Okul ile Sektör Arasında: Gazetecilik Öğrencilerinin Staj Deneyimleri

**Birol Şevki Tavlı**

Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi

birol.tavli@yeditepe.edu.tr

### Özet

İletişim fakülteleri, dört yıllık lisans eğitimleri boyunca öğrencilerine hem kuramsal hem de uygulamalı dersler sunar. Okul çatısı altında bir tür sektör benzetimi sağlayan uygulama derslerinin okul dışı uzantısıysa stajdır. Staj bu anlamda, öğrenci açısından okul ile sektör arasındaki ilk temastır. Staj olanağı sağlayan dersler kimi üniversitelerde zorunlu tutulmamakla birlikte, mesleğe atılmak isteyen her iletişimci adayının, bilgi ve deneyim kazanmak üzere bir staj arayışına girdiği söylenebilir. Dersliklerde öğretilen kuramsal yaklaşımlar, işliklerde öğütlenen yol ve yordamlar ne denli etkili ve geçerli olursa olsun, çalışma yaşamı okuldan epeyce farklıdır. Olması gerekenle olan arasındaki makas açıldıkça, stajına başlayan öğrenci-çırak şaşakalı: İşler çoğu kez, derste anlatıldığı gibi yürümez. Konuyla ilgili araştırmalarda bu durum bir “kopukluk”, “kimlik bunalımı” ve “kan uyuşmazlığı” olarak nitelendirilmektedir. Meslekî eğitimi önceleyen eleştiriler, bu ayrımın sorumluluğunu ağırlıklı olarak eğitim kurumlarının sırtına yüklemektedir: Ders içerikleri eskimiştir, uygulamalar yetersizdir, izlenceler güncel değildir, akademik kadro medyada olup bitenleri ve yeni işleyişi yeterince dikkate almamakta, hatta hiç bilmemektedir vb. Bu yakınmalarda çoğu zaman haklılık payı bulunduğu da yadsınamaz. Ne var ki soruna basit bir geri kalmışlık tanısı koymak da tedaviyi biteviye yenilikte aramak da yanıltıcı olacaktır. Eğitsel alanın kendi kural, çıkar ve uzlaşmaları vardır ve bunlar, okul dışı dünyanın beklentileriyle bire bir örtüşemez. Bu bakımdan çelişkinin, eğitsel alan ile ekonomik alan arasındaki yapısal farklılıklardan kaynaklandığına ve “üniversite-sektör iş birliği” gibi sloganların en yüksek sesle dillendirildiği örneklerde bile tümüyle giderilemeyeceğine dikkat çekilmelidir. Bu çalışmada, Yeditepe Üniversitesi Gazetecilik Bölümü öğrencisi olup son üç yılda herhangi bir basın kuruluşunda staj yapmış katılımcılarla yürütülen yarı yapılandırılmış görüşmelerin bulguları tartışılmaktadır. Bu sayede, öğrencilerin ilk meslekî deneyimlerine ilişkin özdüşünümsel izleklerin nitel bir yaklaşımla belirgin kılınması amaçlanmaktadır. Çalışma kapsamında öğrencilerden, okulda öğrendikleri bilgiler ile stajda deneyimledikleri iş yapma biçimlerini somut

örnekler üzerinden karşılaştırmaları istenmiştir. Olan ile olması gereken arasında bocaladıkları çelişkili durumlardaki karar verme, direnme ya da uyumlanma örüntüleri betimlenmeye çalışılmıştır. Staj süreciyle birlikte hem okula hem de mesleğe bakışlarının değişip değişmediği, bu deneyimin ardından kendilerini halen bir gazeteci adayı olarak görüp görmedikleri sorulmuştur. Görüşmeler değerlendirildiğinde, katılımcıların önemli bir bölümünün, stajları süresince sansasyonel haber dili, örtük reklam, tık avcılığı, hız kaygısı, kopyala-yapıştır anlayışı, haber odası pratikleri gibi çeşitli konu başlıklarında hayal kırıklığı yaşadığı; akıllarındaki “iyi gazetecilik” ile sektörün dayatmaları arasında gidip geldiği; okulu ve sektörü farklı doğruları olan iki ayrı alan olarak konumlandığı gözlemlenmiştir. Doğru bildiklerine ters düşen örnekler söz konusu olduğunda, katılımcıların kimi zaman itiraz ettikleri; ancak editör/yönetici karşısında fazlaca söz sahibi olamadıkları kaydedilmiştir. Kendi ilkelerini uygulayabilmeleri için sektörde güçlü bir konuma gelmeleri gerektiği kanısının yaygın olduğu saptanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** iletişim eğitimi, staj, sektör, gazetecilik

## **Yeni Medya ve İletişim Anabilim Dalı Misyon İfadelerinin Kimlik Bağlamında İncelenmesi**

**Songül Tan**

Bağımsız Araştırmacı

songulozdemirx@gmail.com

### **Özet**

Yeni medyanın 1990’lı yıllarla birlikte gündelik hayat içinde hızla yaygınlaşmasıyla birlikte, iş yapma, para kazanma ve eğitim hayatı bu araçlar dolayımıyla köklü bir değişime uğramıştır. Bu yıllarla birlikte geleneksel medya alanında hem kuramsal hem de mesleki pratiğe ilişkin eğitim veren yükseköğretim kurumları yeni medya ve araçlarına ilişkin dersleri müfredatlarına eklemeye başlamıştır. Aradan geçen yıllar içinde Yeni Medya, iletişim fakültelerinde gelenekselleşmiş Radyo, Televizyon ve Sinema, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık ve Gazetecilik gibi bölümler yanında sayısı her geçen yıl artan yeni bir ana bilim dalı haline gelmiştir. Bu dönüşümden yola çıkan bu çalışma, iletişim bilimleri eğitimi içinde yeni medya bölümlerinin yerini sorunsallaştırarak Türkiye’deki üniversitelerde yer alan Yeni Medya ve Yeni Medya ve İletişim Anabilim Dallarına ait misyon ifadelerini kimlik bağlamında incelemeyi amaçlamıştır. Türkiye’de yeni medya çalışmaları literatürüne katkı sunmayı hedefleyen bu çalışma nitel araştırma yaklaşımını temel alarak, durum çalışması deseniyle tasarlanmıştır. Verilerin incelenmesinde literatür taraması tekniğinden yararlanılmıştır. Çalışmanın amacı çerçevesinde Türkiye’de 62 üniversitede bulunan Yeni Medya ve Yeni Medya ve İletişim Anabilim Dallarının web sayfaları incelenmiş, 30 anabilim dalı misyon ifadesine ulaşılmıştır. Ulaşılan misyon ifadelerinin analizinde betimsel analiz kullanılmıştır. Bu analiz sonrası misyon ifadeleri dijitalleşme

ve yeni medya teknolojileri, disiplinler arası yaklaşım, eleştirel ve yaratıcı düşünce, küreselleşme ve kültürlerarası iletişim, teorik ve uygulamalı eğitim ve son olarak mesleki yeterlilik ve sektörle ilişki olmak üzere altı ana tema altında sınıflandırılmıştır. Yeni Medya ve İletişim Anabilim Dallarında altı çizilen misyon ifadesi dijitalleşme ve yeni medya teknolojileri teması altında yer alan “dijital çağın gerekliliklerini karşılayacak yetkinlikte öğrenciler yetiştirmek” olarak öne çıkmaktadır. Disiplinler arası yaklaşım teması altında en sık ifade edilen misyon “iletişim konularının disiplinler arası bir anlayışla öğretilmesi”, eleştirel ve yaratıcı düşünce teması altında “eleştirel ve yaratıcı düşünceyi benimsemiş bireyler yetiştirmek”, küreselleşme ve kültürler arası iletişim teması altındaysa “öğrencilere küresel bir bakış açısı kazandırma” ifadesi en sık kullanılan ifadeler olmuştur. Teorik ve uygulamalı eğitim teması altında öğrencilere “hem teorik bilgi hem de uygulamalı beceriler kazandırma” en çok kullanılan ifade olurken, mesleki yeterlilik ve sektörle ilişki teması altında ise “toplum yararına kullanabilen ve sektörün ihtiyaç duyduğu niteliklerle donanımlı iletişimciler yetiştirmek” ifadesi öne çıkan misyon ifadesi olarak görülmüştür. Ulaşılan bulgulardan hareketle bu çalışmada, Yeni Medya, Yeni Medya ve İletişim Anabilim Dalı misyonları; alanın kimliğini yansıtıp yansıtmadığı, güncelliği, iletişim eğitimi pratiğindeki karşılığı, yüksek öğretim hedeflerine uygunluğu çerçevesinde tartışılmaktadır. Çalışma sonuçlarından hareketle, yeni medya ve iletişim anabilim dallarında faaliyet yürüten yönetici ve öğretim elemanlarına misyon hazırlama süreçlerine ilişkin önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** iletişim eğitimi, yeni medya ve iletişim, kimlik, misyon, yükseköğretim

# Üniversite-Sanayi İş Birliğine Özdüşümsel Bir Bakış: Kreatif Endüstriler Meclisi Deneyimi

Erman M. Demir

Başkent Üniversitesi Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi  
medemir@baskent.edu.tr

## Özet

Bu çalışmanın amacı, üniversite ve sanayi arasındaki iş birliğinin akademik pratiklere olan etkilerini ve bir akademisyenin sektörle birlikte çalışma sürecindeki deneyimlerini tartışmaya açmaktır. Üniversite-sanayi iş birliği genellikle akademik çalışmaların uygulamaya aktarılması, bilgi ve teknoloji transferi gibi pratik amaçlarla öne çıkarılmaktadır. Ancak bu iş birliğinin akademisyenler açısından nasıl bir deneyim olduğu ve bu süreçlerin onların akademik kimliklerini nasıl etkilediği konusu yeterince ele alınmamıştır. Bu çalışmada, üniversite-sanayi iş birliğinin bir yansıması olarak görülebilecek meclis üyeliği görevi, bir akademisyenin sektörle kurduğu ilişkilerin mesleki kimliği üzerindeki etkileri öznellik ve özdüşünümsellik kavramları çerçevesinde ele alınarak incelenmiştir. Araştırmanın temelinde, bir akademisyen olarak Türkiye Kreatif Endüstriler Meclisi'nde edindiğim deneyimler yer almaktadır. Bu süreçte meclisteki toplantılar ve görüşmeler sırasında aldığım notlar ve gözlemler, araştırmanın ana materyalini oluşturmaktadır. Üniversite-sanayi iş birliğine dair özdüşünümsel bir deneyim anlatısı sunan bu çalışma, akademik bir pozisyondan sektöre geçişin getirdiği zorluklar ve fırsatları gözler önüne sermektedir. Üniversite-sanayi iş birliği genellikle nesnel ve teknik bir bakış açısıyla ele alınırken, bu çalışmada daha öznel ve deneyim odaklı bir perspektif benimsenmiştir. Sanayi ile yapılan iş birliğinde bir yandan akademik nesnellik koruma çabası, diğer yandan da sektördeki pratik süreçlere dahil olma gerekliliği, akademisyenler için belirli zorluklar yaratmaktadır. Bu süreç, araştırmacının nesnel bir mesafede kalma zorunluluğu ile iş birliğinin bir parçası olma gerekliliği arasındaki dengeyi kurmayı zorlaştırmaktadır. Hem araştırmacı hem de uygulayıcı olarak bu iki rolü aynı anda üstlenmek, nesnel yabancılaşma pozisyonu ile özdüşünümsel kavrayışın birlikte ele alınmasını gerekli kılmaktadır. Özellikle yaratıcı endüstriler gibi dinamik ve hızlı değişen bir sektörle ilişki kurmak, akademik bakış açısını zenginleştirirken, aynı zamanda sektörün taleplerine ve hızlı temposuna ayak uydurma zorluğunu da beraberinde getirir. Bu süreçte bir akademisyen olarak, sahada olmanın getirdiği öğrenme fırsatlarının yanı sıra, akademik kimliğin muhataplar nezdinde sürekli yeniden tanımlanması gerekliliği de ortaya çıkmıştır. Sanayi ile yapılan iş birliği, bir akademisyen olarak bana yeni perspektifler kazandırırken, akademik çalışma biçimleri ve metodolojilere yönelik sorgulamalar yapmamı da sağlamıştır. Sonuç olarak, bu çalışma, üniversite-sanayi iş birliğinin akademisyenler için ne anlama geldiğini ve bu iş birliğinin onların mesleki kimliklerini ve araştırma

yaklaşımlarını nasıl etkilediğini anlamaya yönelik kişisel deneyimlerimi aktarma çabasıdır. TOBB Kreatif Endüstriler Meclisi'nde yer almak, bir akademisyen olarak hem sektörel deneyim kazandırmış hem de akademik çalışmaların nasıl daha uygulamalı hale getirilebileceğine dair önemli içgörüler sunmuştur. Otoetnografik yöntemle öznel deneyimlere ve özdüşünüme yer vererek, kreatif endüstriler alanındaki saha çalışmamı zaman, soyutlama, kavramsallaştırma, metodoloji ve ilişkiler temaları üzerine edindiğim deneyimlerle şekillendirdim. Bu deneyimler, özdüşünümsel bir bakış açısıyla ele alındığında, üniversite-sanayi iş birliğinin akademik dünyadaki yerini ve bu iş birliğinin akademisyenlere getirdiği ilave yükleri daha iyi anlama fırsatı sunmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** üniversite-sanayi iş birliği, akademik kimlik, yaratıcı endüstriler, özdüşünümsellik, otoetnografi

## Lohusa Filmi: Pandora'nın Kutusundan Saçılanlar

Özlem Akkaya

Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi

ozlem.akkaya@yeditepe.edu.tr

### Özet

Feminizmde kadın kategorisinin içinin nasıl doldurulacağı giderek ihtilaflı bir hal almaktadır. Özellikle kuir kuramın etkisiyle, beden temelli kadınlık tanımları, kadınlığın çoğulluğunu yadsıyan bir tutum olarak eleştirilmektedir. Bu kapsamda doğurganlığın kadınlığın belirleyici ölçütü olduğuna dair genel kabul de sorgulanmaktadır. Diğer yandan Türkiye'deki pro-natal devlet siyaseti, kadınları anne olmaya teşvik eden, hatta anneliği kadınların birincil rolü olarak tanımlayan bir sosyo-kültürel ve siyasal ortamı beslemektedir. Bu bağlamda, kadınların daha önce tabu kabul edilen pek çok deneyimi de kamusal uzamda üzerinde konuşulur hale gelmiştir. Kadınların yaşam seyrinin önemli uğraklarından biri olan lohusalık, bu deneyimlerin başlıcalarındandır ve sadece bireysel ve fizyolojik bir tecrübe olmanın ötesinde, özellikle cinsiyet temelli toplumsal hiyerarşilerin yeniden üretimine aracılık eden kültürel bir inşadır. Bir yandan modern tıbbın, lohusalığı medikalize ederek kadını hakikatin sesi olarak bilim karşısında güçsüzleştirdiği söylenmektedir. Diğer yandan muhafazakâr kültürel söylem, lohusalığı anne olmakla olmamak arasında tekinsiz ve tehlikeli bir arada kalmışlık hali olarak tanımlar. Dijital iletişim imkanlarının yaygınlaşması ve derinleşmesi ise kadınların kendi lohusalık süreçlerinin edilgen değil aktif katılımcıları olma şansını artırmakta; kadınlar lohusalığı giderek saklanması değil olumlanması gereken bir deneyim olarak sahiplenmektedir. Ancak bu olumlama, lohusalığın kadınlar için travmatik olan bazı boyutlarının açıkça tartışılmasını dışlamaz. Günümüzde lohusalığın tabu olmaktan çıkarılıp müzakereye açıldığı başlıca uzamlardan biri de popüler sinemadır. Kadın hareketinin yükselişi popüler sinema filmlerindeki kadınlık temsilleriyle birlikte, lohusalığı dair sinematik söylemleri de etkilemiştir.

Türkiye’de yakın dönemde bu bağlamda çekilen filmlerin başında, gösterimde kaldığı 18 hafta boyunca 2 milyondan fazla sinema seyircisine ulaşarak çarpıcı bir başarı elde eden *Lohusa* (Açıktan, 2024) gelir. Mizah türündeki film, izleyiciler arasında lohusalık üzerine özellikle dijital platformlar üzerinden süren bir tartışmanın başlamasına aracılık etmiş ve kadınların kendi lohusalık deneyimleri üzerine düşünüp konuşabilecekleri bir alan açmıştır. Çalışmada, Türkiye’de sinema seyircileri arasındaki popüler dijital uygulamalardan [biletinial.com](http://biletinial.com)’da *Lohusa* filmi üzerinde yapılan yorumlar (23 Eylül 2024 tarihi itibarıyla toplam 2,851 yorum) nicel ve nitel açıdan incelenecektir. Bu içerik analizinde amaç; lohusalığı kuşatan söylemlerin ve bu söylemler arasındaki çatışma ve uzlaşma uğraklarının ortaya çıkarılmasıdır. Bu analizin, popüler sinemanın toplumsal cinsiyetle ilgili tabuların saklandığı Pandora’nın kutusunun açılmasındaki rolünü göstereceği umulmaktadır. Ancak açılan bu kutu, toplumsal cinsiyet hiyerarşilerini eşitlikçi yönde değiştirme ihtimali kadar pekiştirme ihtimali de barındırmaktadır. Ayrıca çalışmanın, popüler sinemayı uzun yıllar, cinsiyet ideolojisinin basitçe yeniden üretimine aracılık eden bir tür olarak araştırma ufkunun görece dışında tutan iletişim çalışmaları için de kendi ilke ve sınırları üzerinde düşünmeye davet edecek mütevazı bir çağrı olması umulmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** popüler sinema, mizah, lohusalık, toplumsal cinsiyet, dijital platformlar

## Tarkovski Filmleri Bağlamında Ebedi Olanın Sonlular Üzerinden Kendi Bilincine Varması

Çağdaş Emrah Çağlıyan

Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi

[cagdasemrahcagliyan@gmail.com](mailto:cagdasemrahcagliyan@gmail.com)

### Özet

Sinema, düşünce tarihinde sıklıkla karşımıza çıkan kimi temel savların ortaya konulması için elverişli bir mecra olabilmektedir. Bazı önemli yönetmenlerin filmlerindeki ana izleklere baktığımızda, onların kendilerine yönelik kavrayışlarını evrensel bir hakikatle bağdaştırma bakımından bir ayrıcalığa sahip olduklarını görebiliriz. İşte, onların bu kavrayışının arka planında düşünce tarihindeki temel savlarla şekillenmiş olan birtakım önemli tartışmaları bulabiliriz. Dolayısıyla bu yönetmenlerin filmlerinin evrensel hakikatle bağını kurmaya ve derin düşünce için bir dayanak teşkil etmesini sağlamaya niyetlendiysek; bu filmleri söz konusu tartışmaları da irdeleyerek ele almamız gerekir. Konumuzu şu şekilde açıklayabiliriz: Örneğin, Kadim Doğu Düşüncesi’nden modern felsefeye dek düşünce tarihinin pek çok evresinde, kendine yönelik bilinçle bütüne yönelik kavrayışı bağdaştırmaya ve tikel olanla genel olan arasında doğrudan bağ kurmaya çalışmak temel bir eğilimdir. Böylesi bir eğilime uygun olarak, ebedi olan ya da Bütün, doğrudan sonlu varlıklardaki tecellisinden hareketle idrak edilmeye çalışılır. Kendine yönelik bilinç ile ebedi olana ilişkin kavrayışın bağdaştırılması, genellikle Ben’e bir mutlaklık atfedilmesini ve bunun sonucunda

bireysel benliklerin ise önemini yitirmesini getirir. Bu düşünce, en son kertede, isteme özgürlüğünün ardındaki yanılmanın ortaya konularak tüm edimlerin ardındaki –özünde Bütün’e ait olan- zorunluluğun açığa çıkarılmasına varır. Bu düşünceyi daha açık ifade edersek: Bütün kendini tek tek sonlulara dışavurur; bireysel benliklerin de dahil olduğu sonlular da kendilerini idrak ettikçe aslında Bütün’ü de idrak eder. Tek tek kişilerin bu idraki, aynı zamanda Bütün’ün kendine ilişkin idradıdır; dolayısıyla tekil olan her şey bir yanıla ebedidir ve ancak kendilerindeki bu ebedilik nezdinde bir değer taşır. Konumuzu daha açık kılmak adına örnekleyecek olursak, Bütün ve bireyin, sonsuz ve sonlunun bir aradalığı, Hinduizm’in kutsal metinlerinde “Sen, O’sun” tümcesiyle ifade edilir; buna göre, bireysel öz ve Mutlak olan, Atman ve Brahman birdir. Benzer şekilde, Spinoza tek bir töz kabul eder; içerdiği tüm duyulur varlıklarla birlikte Doğa’yı ve Tanrı’yı bir tutar ve ayrıca Tanrı’nın tek tek kişiler aracılığıyla kendi bilgisine kavuştuğunu bildirir. Bununla ilişkili bir anlayışla, Schelling, yine Mutlak olanın sonlular aracılığıyla kendi istencini açığa çıkardığını, tek tek bireylerin eyleminde Mutlak’ın, Tanrı’nın tecelli ettiğini belirtir. Bununla birlikte, Hinduizm’de, içinde yaşadığımız somut – duyulur dünya Maya’nın tülüyle, yanılamayla bağdaştırılır; Spinoza duyulur dünyanın içerdiği tüm varlıklarda Tanrı’nın bir çehresini görür; Schelling ise bu tanrısallığı asıl olarak tinsel varlıklara atfeder. Yine de hepsinde birey ve Bütün bir aradalık içinde kavranır ve hakikate de ancak bu kavrayışa tam anlamıyla erişildiğinde kavuşulacağı savlanır. Ve yine hepsinde özgürlük ve zorunluluk birlik içinde ele alınır; tikele yöneldiğimizde özgürlük olarak gördüğümüz şeyin evrensel bir idrake ulaşıldığında zorunluluğu yansıttığı ortaya koyulur. Bu düşüncelerden hareketle, sinemaya baktığımızda, sonlu bireyden ziyade sonsuz Bütün’ün asli olduğu birtakım temel örnekler bu alanda da rastlarız. Örneğin, Tarkovski’nin filmlerinde birey genellikle içinde bulunduğu Bütün ile bir birlik içerisinde değerlendirilir; bu filmlerdeki karakterlerin sezgilerinden hareketle biz de Bütün’e ilişkin bir gerçekliği, kendimizin Bütün içindeki konumunu –ya da Bütün ile birliğini- kavramaya teşvik ediliriz. Onun filmlerinde sergilenen bu kavrayışın dayanaklarını düşünce tarihinin, yukarıda bir kısmını andığımız, ana uğraklarında bulabiliriz. Bu bağlamda, çalışmamızda, Tarkovski’nin kimi filmlerini bu düşünsel arka plan çerçevesinde inceleyeceğiz. Çalışmamızın sınırları nedeniyle, bu konuyu özellikle, yukarıda da yer verdiğimiz, Hinduizm’in temel kutsal metinleri, Spinoza ve Schelling gibi filozofların düşüncelerinden hareketle irdeleyecek ve yönetmenin özellikle *Solaris* (1973), *Ayna* (Zerkalo, 1974) ve *İz Sürücü* (Stalker, 1979) filmlerindeki bazı asli öğelerle bağını kuracağız. Böyle bir bağın kurulması yoluyla, kendine yönelik derin düşüncenin daha anlaşılır kılınması sağlanacaktır. Bu yönüyle, çalışmamızın amacı, Mutlak ve ebedi olanın Ben’den hareketle idrak edilmesi sürecine bir katkı sunmaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Tarkovski, kendinin bilinci, bütün, sonlu



# Suretler ve Gölgeler: Film Festivalinde Akademik Konum, İktidarla İlişki Kurmak ve Etik İkilemler

Aydın Çam

Çukurova Üniversitesi İletişim Fakültesi

aydinaksu@gmail.com

## Özet

Uygulamalı bir bilimsel disiplin olarak sinema araştırmaları ve bu alanda çalışan araştırmacıların çoğu, zamanla alanla –ve sektörle– pratik ilişkiler kurmak durumundadır. Araştırmacılar bir yandan bilimsel bir disiplin içinde alanı –ya da alanın ürettiklerini– incelerken, diğer yandan alanla iş birliği yaparak pratik üretimin ögesi olurlar. Bu nedenle, sinema alanında çalışan araştırmacılar çoğu zaman alanı tutan iktidarla ilişki kurar ve hatta kimi zaman iktidar ilişkilerinin de bir parçası olagelirler. Ama sosyal bilimlerde bilgi üretmek, sadece veri derleyip analiz ederken belli prosedürleri uygulamakla sınırlı değildir; bu süreç aynı zamanda araştırmacının kendi konumunun ve bu konumun araştırmaya nasıl etki ettiğinin sürekli olarak farkında olmasını gerektirir. Dolayısıyla bir araştırmacı alandaki konumunun ve alanla kurduğu ilişkinin dinamiklerinin farkında olarak, pekâlâ bilgi üretebilir. Üstelik iktidar yapıları tamamen sabit ve değişmez de değildir. Araştırmacılar, bu yapılar içinde çalışarak onları değiştirme potansiyeline sahiptir. Bu nedenle bir araştırmacının zaman zaman kendisine dönerek, kendisinin de eleştirisini yapması önemlidir. Öneri sahibi araştırmacı, 2014'ten bu yana giderek artan bir biçimde Adana Altın Koza Film Festivalinin çeşitli alanlarında çalışmaktadır. Festivalin yarışma programlarında jüri koordinatörlüğü ve jüri üyeliği görevlerinde bulunmuş; festivaller sırasında yarışmalara paralel olarak sürdürülen programlarda tematik film gösterimleri; afiş ve fotoğraf sergileri; sinema tarihi ve sinema sektörü hakkında çeşitli çalıştaylar, paneller, tartışma programları ve söyleşilerle sinema tarihi turları gibi kültürel etkinlikler düzenlemiştir. Araştırmacı bu biçimde doğrudan festivalin içinde yer almakla birlikte, aynı zamanda bir eğitimci olmasından dolayı, öğrencileri aracılığıyla da festivale dahil olmaktadır. Hemen aynı dönemden bu yana, danışmanlığını yaptığı kurmaca ve belgesel pek çok film çeşitli kategorilerdeki yarışmalarda finale kalmış ve aralarından bazıları ödül de kazanmıştır. Bununla beraber araştırmacı, festivalde çalışmanın yanı sıra festivali de çalışmaktadır. Tüm bunlardan hareketle araştırma(cı)nın amacı, Pierre Bourdieu'nün özdüşünümsellik ile ilgili önermeleri bağlamında, festival üzerine yaptığı çalışmalarda kendi sosyal konumunu ve bu konumun araştırmalarına olan etkilerini sorgulamaktır. Bunun için araştırmacı, 2014'ten bu yana festivalle kurduğu ilişkiyi kronolojik ve sistematik bir biçimde değerlendirerek; akademik alandaki bilgi üretim süreçlerinin iktidar ilişkileriyle biçimlendiğinin farkında olarak; festival üzerinde çalışıp bilgi üretirken hangi ekonomik, politik, toplumsal ve kültürel yapıların baskısı altında kalmış olabileceğini ve festivalle kurduğu ilişkinin araştırma süreçleriyle akademik özerkliğine olan etkilerini sorgulamayı ve bir özeleştirici çalışması yapmayı hedeflemektedir.

**Anahtar Kelimeler:** festival araştırmaları, iktidar ilişkileri ve akademik pratikler, akademik özerklik, özdüşünümsellik, etik

# Bir Bilim İletişimi Yaklaşımı Olarak Akademik Ethos ve Özdüşünümsellik

Sevil Bal

Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi  
sbal@baskent.edu.tr

## Özet

Bilim iletişimi, literatürde bir bilimsel bilginin kamuları ile –akademisyenler, vatandaşlar, politika yapımcılar ve medya vb.- paylaşılması, kamuoyunun bilimsel konu veya tartışmalara olan ilgisinin artırılmasına yönelik bir pratik olarak tanımlanmaktadır. Kamuoyunun bilgi sahibi olmadığı ve/veya eksik bilgi sahibi olduğu düşünülen alanlarda desteklenmesi ve “bilim okuryazarlıklarının” oluşturulması, pekiştirilmesi, günümüzde gelişen teknoloji ile birlikte bilim politikalarının inşasında çift yönlü etkileşim tartışmasını esas almaktadır. Bu açıdan erken dönemde akademiye yönelik bir “fildişi kule” eleştirisi karşısında, akademik bilgi üretim sürecinde ortak iyi ile kamu yararı anlayışını gören ve gözetten, buradan hareketle teori ve pratiğin birliği olarak praksişi inşa eden bir varsayımı önelemektedir. Kuşkusuz bu yaklaşım; akademinin kendi içinde ürettiği bilgi ve değerler anlayışının hangi paradigmayı başat konuma yerleştirdiği, nasıl inşa ettiği gibi sorularla yakından ilişkilidir. Akademik ethos bu sorulara yanıt arayan, akademik toplulukların, kurumların ve ilişkilerin “bilimsel” niteliklerini belirleyen özgün karakteristiği olarak tanımlanabilir. Mesleki etik tartışmasının ötesinde entelektüel bir “ortak araştırma arayışına eleştirel katılım meslektaşlığı”nı ifade eder ve tam da bu yönüyle “bilmenin ne’liği”, “hakikat arayışına saygı”, “entelektüel/düşünsel dürüstlük” “gönüllü dayanışma” ve “araştırmacıların eşitliği/adil katılım”, “bilgi ve bilmenin kendinde değeri” gibi postulatları içeren bir tartışma çerçevesi sunmaktadır. Akademik kapitalizm tartışmasının bir uzantısı olarak ve akademi(syen) özerkliği bağlamında ethos, bürokratik-iktisadi egemen aktörler tarafından tanımlanan ve talep edilen ihtiyaçların karşılanmasının yerine, ortak iyi ve kamu yararı ilkeleriyle araştırma nesnesine odaklanan düşünme, sorgulama ve davranma pratiğini ifade eden özdüşünümsel bir çabadır. Bir diğer ifadeyle akademik ethosa odaklanmak, buradaki özün yeniden tanımlanmasına dair bir girişimi ve sorumluluğu ifade etmektedir. Akademyanın ortaya çıkış koşulları, öncelikli kaygıları, akademik uğraşın anlamı, bilgi üretim sürecinin amaç ve biçiminin egemen olanla önceliklendirilen yapısal dönüşümü üzerine düşünürken akademik ethos, yaratıcı bir bilim iletişimi yaklaşımı olarak; günümüzde akademiye çepeçevre saran ve onun etik kavrayışını köktenci biçimde dönüşüme uğratan akademik kapitalizm egemenliği karşısında alternatif bir olanak olarak görünmektedir. Bu çalışmanın amacı, akademik ethos kavramına ilişkin özdüşünümsel bir sorgulamadan hareketle, “etik-ethos ilişkisi”, “akademik ethosun anlamı” ve “akademik ethosun dönüşümü” üzerinden kuramsal bir tartışma sunmaktır. Çalışmada alana ilişkin bir nitel bir tartışma ve

literatür incelemesi üzerinden ve belirtilen üç başlık çerçevesinde akademik ethos yaklaşımının, akademik kapitalizm hegemonyası karşısında eleştirel, özgürlükçü ve egemen olana alternatif ve ideal bir bilgi üretim olanağı olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceği, bunun nasıl olabileceği ve bilim iletişimi sürecine hangi şekilde katkı sunabileceği sorularına yanıt aranmaktadır. Çalışmanın sonucunda bilim üretimi ve kamusal fayda ile yaygınlaştırılması, yani bilim iletişimi açısından, akademik kapitalizm kuramının tanımladığı egemen ethosa ilişkin bir farkındalık oluşturmanın alternatif olanaklarının tanımlanabileceği belirtilmektedir. Buna ek olarak; bütüncül bir bilim iletişimi yaklaşımının, akademi ve akademisyenin tanım ve değerler bütününe ihtiva eden bir akademik ethos tartışmasından geçerek kamusal faydayı ve yaygınlaşmayı mümkün kılabileceği değerlendirilmektedir. Çeşitlenen araştırma soruları ve farklı ölçekteki saha araştırmaları yoluyla deneyimlenen ve idealize edilen akademik ethosa ilişkin somut tartışmaların önemi vurgulanmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** bilim iletişimi, akademik ethos, özdüşünümsellik, akademik kapitalizm, üniversite

## Modernizmin Narsisistik Karakteri Üzerine Bir Özdüşünüm Denemesi

Erdem İlic

Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi

ilicerdem@gmail.com

### Özet

Birbirinden ayrı veya ilişkili olsun olmasın, modernizm ve narsisizm kavramları hakkında bir çalışma öncelikle bir tanımlama sorununu beraberinde getirir. Modernizm için bu sorun, önce modernlik ile benzeşimleri ve farklarında, ardından farklı düşünürlerin farklılaşan yaklaşımlarında görülür. İlk olarak yeni olana referansla kullanılan modernlik, genellikle Aydınlanma düşünürlerinin nesnel bilim, özerk sanat, evrensel yasa, bilgi ve ahlak söylemleri üzerinden gelişir. Modernizm ise bu izleği bazı durumlarda sürdürmekle birlikte belli kopuşları ve çelişkileri de içerir. Deney ve deneyim ile görünümünün ardında gizli kalmış olan doğrunun peşine düşen modernizm, ilk olarak estetik bir özbilinç ve düşüncüsellik ile ilişkilendirilir. Bunun yanında modernizmin gerçekliğe yönelik yaklaşımı onun göreceli perspektiflerden yorumlanarak görülebileceği yönündedir. Buna karşın karşımıza çıkan görüngü paradoksal, muğlak, belirsiz olsa da gerçekliğin bir doğasının bulunduğuna yönelik inanç modernistler tarafından doğrudan ya da dolaylı olarak dile getirilir. Modernizm üzerine her olgu araştırması anti-rasyonalite, araçsal rasyonalite, tözsel rasyonalite, özgöndergesellik gibi birçok karakteristik taşıyan nosyonun varlığını teslim eder. Bu çalışmada araçsal rasyonalite olarak modernizm inceleme konusu yapılmıştır. Buna göre tarihsel olarak on dokuzuncu yüzyılın başlarında kökenini bulan araçsal rasyonalite olarak modernizm çoğulluk ve

içkinlik ilkeleri üzerine yükselir. Bu dönemlemeyi ilkin Sartre ve Barthes yapsa da araçsal rasyonalite olarak modernizmi bilgi ve iktidar nosyonları üzerinden inceleyen Foucault olmuştur. Foucault insan bilimlerini tanımladığı biyoloji, iktisat ve dilbiliminin yükselişinin modernizmi çoğulcu bir epistemeye zorladığını söylerken, klasik dönemin temsil ve sınıflandırma ilkelerine dayandığı bilgiyi aşkınlık değil içkinlik ilkesi ile anladığını vurgular. Modern bilginin bu yeni içkinliği aynı zamanda araçsal aklın işleyişinde yeni bir başlangıç noktasıdır. Bu başlangıç öldürme veya yaşamasına izin verme biçiminde çalışan monarşik iktidardan, yaşamı örgütleyip yöneten iktidara doğru dönüşümden ayrı düşünülemez. Söylemsel dolaşımını ve yaşama nüfuz etme olanaklarını akıl, insan bilimlerini ve bilgiyi referans alarak kuran yeni iktidar icra alanlarını akla ve bilimsel bilgiye dayanarak genişletir. Böylece araçsal rasyonalite olarak modernizm bilgiyi görünümünün ardında gizlenmiş de olsa özne dışı, verili, keşfedilen bir fenomen olarak anlarken bilginin iktidar tarafından bizzat üretildiğini görmez. Burası tam da modernist düşüncenin narsisistik yönüdür. Narsisizmi tanımlama sorunu ise görelilik olarak daha kolay aşılabilir gibidir. Aynı zamanda popüler bir kullanımı da olan narsisizm kavramı genellikle yalnızca büyüklenmeci varyantı ile tanımlanır ve öznenin belli kategorilerde üstün olma duygusu ile ilişkilendirilir. Buna karşın günümüzde klinik psikoloji bu duygunun tam tersine sahip farklı varyantları da tespit etmiştir. Bu haliyle narsisizmin tanımı sorunun çözülebildiğini söyleyemeyiz çünkü bu durumun temel sebepleri narsisizmin genellikle bir kavram olarak ele alınmaması, tartışmanın psikoloji ve psikiyatri disiplinleri ile sınırlı kalması, diğer disiplinlerin narsisizme yönelik tanım ve açıklamaları verili alması ve soruna genellikle semptomatik bir yaklaşım geliştirilmiş olmasıdır. Kavramsal bir yaklaşım geliştirmeye çalışan Geçtan, narsisizmi bir yalnızlık biçimi olarak ele alır. Geçtan'a göre bencillikle karıştırılmaması gereken narsisizm ötekini düşünce, ihtiyaç ve arzularına yönelik bilinçsiz bir körlüğü ifade eder. Benzer biçimde Fromm narsisizmi 'ben olmayan'a yönelik ayırım yapmaktaki yetersizlikte bulur. Fromm'un yaptığı tanımlardan biri narsisist davranışın başka insanların gerçekliğini kendisinden ayrı bir gerçeklik olarak kavrayamamasıdır. Narsisistik düşünce mutlak haklılık ve sahip olunan bilginin doğruluğundan şüphe duymama biçimindedir. Bu haliyle narsisistik tavır belli bir epistemeye hapsolme biçiminde karşımıza çıkar. Böylece narsisizm yalnızca bireylere değil, toplumlara ve ideolojilere de sirayet edebilen bir niteliğe sahip olur. Söz konusu hapsolme hali modernizm için de geçerli görünmektedir. Söz konusu görünümde yola çıkarak modernist düşüncenin hangi niteliklerinin aynı zamanda narsisistik nitelikte olduğu sorusu bu çalışmanın araştırma problemini oluşturmaktadır. Modernizme dair narsisistik bir karakterin biçimi ve koşullarının ortaya konması yüzyıllara damgasını vurmuş olan ve kriz durumu deneyimleyen bir tarihsel süreç ve ideolojinin çözümlenmesi açısından önemlidir. Bu nedenle bu çalışma söz konusu tanımlama sorunları üzerinde bir literatür taraması yaparak modernist düşüncenin narsisistik karakterini kuramsal olarak tartışma amacındadır.

**Anahtar kelimeler:** modernizm, narsisizm, özdüşünümsellik

# Halkla İlişkileri Yeniden Düşünmek: Bir Disiplini Parçalama Gereksinimi

**Özlem Özdemir**

Istanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi  
ozbah2002@gmail.com

**Tolga Tellan**

Sağlık Bakanlığı  
ttellan@gmail.com

## Özet

Sanayileşmenin şekillendirdiği 'yüksek hacimli sistematik üretim-kitlese tüketim' sürecinin doğal sonucu olarak biçimlenen halkla ilişkiler faaliyetleri, bütünlük karakteristiği nedeniyle, yirminci yüzyıl boyunca gerek kamu kuruluşlarının gerekse de ticari şirketlerin çalışma pratiklerini doğrudan etkilemiştir. Halkla ilişkiler ortaya çıkışından 2000'lere değin duyurum, tanıtım, pazarlama, ikna, propaganda, lobcilik, kurumsal imaj ve müşteri ilişkileri yönetimi gibi etkinlikler içerisinde somutlaşmasının ötesinde, kurumsal sorumlulukların hedef kitleye yansıtılma biçimi üzerinden de anlam kazanan bir faaliyet olarak görülmüştür. Bu dönem boyunca 'organizasyon ile kamusu arasındaki uyumu ve anlayışı sağlama' şeklinde ifade edilen halkla ilişkiler tanımlarının ortak paydasının, gündelik yaşamın değişimi ve teknolojilerin toplumsal kullanım ölçeğinin dönüşmesi üzerinden inşa edildiği ifade edilebilecektir. Satış ve piyasada tutunma rekabeti içerisindeki şirketlerin, hedef kitle nezdinde imajlarını yenilemek ve kendi istedikleri yönde geliştirmek amacıyla profesyonel medya uzmanlarıyla\ajanslarıyla çalışmaya başladığı geçen yüzyılda, kamu yararının yönetimin gereksinimleri doğrultusunda nasıl inşa edileceği ve olası sorunlar karşısında iletişim profesyonellerinin adeta bir 'erken uyarı sistemi' gibi nasıl devreye gireceği sorularına yanıt aranması, akademik çalışmalar desteğinde disipline dönüşen halkla ilişkilerin temel konusu olmuştur. Çağımıza gelindiğinde ise 'halk' kavramının kitlese ölçekten bireysel düzleme indirgenerek, 'ilişki'nin ise doğrudanlığa kıyasla teknolojilerle aracılanmış olanlar şeklinde mutlaklaştırılıp, mitleştirilerek halkla ilişkiler faaliyetlerinin konusunun yeniden tanımlandığı ve parçalara ayrıştırıldığı görülmektedir. Hedef kitlenin atomizasyonuna izin veren bilişim teknolojileri ile mikro talepler analizinden makro yönelimler çıkarsamayı sağlayan büyük veri kümeleri, geliştirilen yapay zekâ algoritmaları eşliğinde organizasyonların halkla ilişki kurma biçimlerini yeniden inşa etmişlerdir. Bu bağlamda halkla ilişkiler etkinlikleri stratejik iletişim (uzun erimli hedeflere ulaşılmasını kolaylaştırmak amacıyla enformasyonun en uygun yer ve zamanda, doğru araçla, en güçlü etkiyi yaratacak ve diğer faaliyetleriyle senkronize olacak şekilde kamuoyu ile paylaşılması), ilişki yönetimi (faaliyeti gerçekleştiren kişi ya da kurum ile hedef kitlesi arasında karşılıklı ilgi, bağ ve eylemlilik kurulması),

marka yönetimi (bir markanın tüketici nezdindeki değerinin artması ve sadakatinin teşvik edilmesi amacıyla organizasyon tarafından şekillendirilmesi ve denetimi), kurumsal itibar (organizasyonun geçmiş performansına bağlı olarak sorumluluk, dürüstlük ve güvenilirlik değerlerinin olaylar karşısında özel ve kolektif düzeyde değerlendirilmesi), düşünce liderliği (organizasyonun belirli alanlardaki uzmanlıklarının, başarılarının ve gelişim fırsatlarının geleneksel ve dijital medya üzerinden aktarılması), hikâye anlatıcılığı (tüketicilerin her birine mesajın duyulmasını sağlayacak, heyecan verici ve kolay algılanabilir anlatılar sunmak), sosyal medya pazarlaması (işletmelerin tüketicileriyle doğrudan iletişime girmelerine, farkındalığı artırmalarına ve gerek mevcut gerekse potansiyel müşterileri arasında veri akışı sağlamalarına olanak sağlayan platform temelli alışveriş) gibi faaliyet başlıkları çerçevesinde hızla ayrılmıştır. Çalışma ile amaçlanan halkla ilişkiler alanının özellikle son çeyrek yüzyılda hangi gelişmeler sonucunda ayrışarak yeni çalışma başlıkları ürettiği ve bu parçalanmada teknolojik dönüşümün ne düzeyde etkili olduğunun tartışılmasıdır. Araştırma konusunun tarihsel-betimleyici bir yöntem ile analiz edildiği bu çalışmada, mikro düzlemde incelemeye dahil edilmiş hedef kitle (nihai tüketici, satın alma kararı veren birey) ile organizasyon arasındaki amaçlı, planlı ve sürdürülebilir iletişim uygulamalarında, halkla ilişkiler disiplini içerisinden çıkan yeni çalışma başlıklarının önemi vurgulanmaktadır. Halkla ilişkiler disiplini içerisinden türetilen tüm çalışma başlıklarının, organizasyonun etkilediği ya da etkilendiği kamusal alanda güncel hedeflere ulaşmaya yönelik –yani çağımızın halkla ilişkileri olma misyonuna uygun– etkinlikler olduğu akıllardan çıkarılmamalıdır!

**Anahtar Kelimeler:** halkla ilişkiler, dijitalleşme, kişiselleştirme, faaliyetlerin ayrışması

# Medyada Temsil Çalışmaları Bağlamında “Kadın Cinayetleri”

Nalan Ova

Süleyman Demirel Üniversitesi İletişim Fakültesi

nalanova@sdu.edu.tr

## Özet

Kadın ve kız çocuklarına yönelik şiddetin son yıllarda en görünür biçimi olarak karşımıza çıkan kadın cinayetleri; dil, din, sosyo kültürel ve sınıfsal konumları farklı olsa da dünya genelinde tüm kadınları etkileyen temel bir insan hakkı ihlali olarak karşımıza çıkmaktadır. Toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin bir sonucu olarak farklı bağlamlarda ve farklı mekanizmalar aracılığı ile işlenen kadın cinayetleri üzerine mevcut veriler dünya genelinde bu kapsamda işlenen cinayetlerin büyük bölümünün aile içinde yer alan tanıdık bireyler tarafından gerçekleştirildiğini bulgulamaktadır. Kadın cinayetlerinin kadına yönelik şiddet kapsamında ayrı bir kavramlaştırma olarak öne çıkmasında Batı’da ikinci dalga feminist hareketin, kadın bedeni ve kadının toplumsal yaşamı üzerinde eril tahakkümü yaratan ataerkil iktidar ilişkilerine yaptığı teorik vurgu ve çerçevenin etkili olduğu görülmektedir. Kadına yönelik şiddet, uzun yıllardır hukuki düzlemde tanınıyor olmakla birlikte toplumsal cinsiyetle bağlantılı cinayetleri adlandırmak için 1990’ların başlarından itibaren “kadın cinayetleri” kavramı ayrı bir terminoloji olarak toplumsal alanda hakim olan ayrımcılıkla ilişkili yapısı üzerinden teorileştirilmiştir. Nitekim bu teorik çerçeve başta kadın cinayetleri olmak üzere dünyanın birçok ülkesinde kadına yönelik şiddetin ortadan kaldırılmasına dair kanun yapıcılarını harekete geçirecek önleyici politikaların oluşturulmasına katkı sağlamıştır. Ancak son on yıllarda uluslararası belge, eylem planları ve sözleşmeler yoluyla şiddetin önlenmesine yönelik adımlar atılmış olmasına rağmen, dünya genelinde hukuk sistemi, politika yapıcılar ve medya tarafından toplumsal cinsiyete dayalı şiddeti ve kadın cinayetlerini meşrulaştıran politika ve söylemlerin de sıklıkla üretildiği görülmektedir. Tam da bu bağlamda eleştirel medya çalışmalarının alana katkısı ile birlikte medyanın kurumsal ve sistematik düzeyde, toplumsal cinsiyete dayalı şiddeti üreten ve meşrulaştıran yapısı son on yıllarda araştırmacılar tarafından analiz edilen konuların başında gelmektedir. Özellikle haber medyasında kadın cinayetlerine ilişkin söylemi analiz eden ve haberler dolayımı ile bu cinayetlerin mağdur ve faillerinin nasıl temsil edildiğini, bu temsil biçimleri yoluyla da şiddetin nasıl normalleştirildiğini ortaya koymaya çalışan literatür, başlı başına bir araştırma alanı olarak ortaya çıkmaktadır. Bu çalışma kapsamında haber medyasında kadın cinayetlerinin temsilini odağa alan lisansüstü çalışmalar tarafından ortaya konulan bulguların tartışılması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda herhangi bir zaman sınırlamasına gidilmeksizin YÖK Ulusal Tez Merkezi’nden yapılan tarama sonucunda haber medyasında kadın cinayetlerinin temsilini odağa alan

16 lisansüstü tez çalışmasına ulaşılmış ve ilgili çalışmalar, temel araştırma problemi, örneklem, yöntem ve ortaya konulan bulgular bağlamında analiz edilmiştir. Konu ile ilgili gerek ulusal gerekse de uluslararası literatür dikkate alındığında haber metinlerinde şiddet mağduru kadınların suçlu ya da kurban olarak temsil edildiği, cinayetlerin kadınların başına gelen münferit vakalar olarak değerlendirildiği, failler tarafından işlenen suçun normalleştirildiği ve cinayetlerin meşrulaştırıldığı anlatıların öne çıkarıldığı görülmektedir. Söz konusu bu anlatılar nedeniyle medyada kadın cinayetleri toplumsal bir sorun alanı olarak tanımlanamamaktadır. Bu çalışma kapsamında kadın cinayetlerinin medyada temsiline ilişkin olarak lisansüstü çalışmalarda ortaya konulan bulguların gerek haber üretim pratikleri gerekse de medyanın ekonomi politik örgütlenmesi bağlamında tartışılması hedeflenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** haber medyası, kadın cinayetleri, lisansüstü çalışmalar

## ***Femvertising* ve *Femwashing* İkileminde Feminist Reklamlara Bakmak: Bir Alımlama Analizi**

**Buse Nur Bozkuş**

Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

busenbozkus@icloud.com

### **Özet**

Çalışmada *femvertising* ve *femwashing* kavramlarına ilişkin izleyici alımlamaları analiz edilmiştir. Bu iki kavram günümüz medyası için önemlidir çünkü tüketicilerin değişen beklentileri ve ideolojileri reklam endüstrisinde de birtakım değişimlere neden olmakta ve içerik üreticiler üzerinde baskı kurmaktadır. Özellikle toplumsal cinsiyet eşitliği ve feminist hareketler bu değişimde önemli rol oynamaktadırlar. Reklamlarda kadın miti her ne kadar uzunca süredir bulunuyor olsa da bu alanda bilinçlenme çok kısa bir süredir karşımıza çıkmaktadır. *Femvertising* ise bu tür reklamları tanımlamada reklamcılık için yeni ve çok köklü olmayan bir kavramdır. *Femvertising*, tüketicilerin reklamlarda görmeye alıştıkları cinsiyet kalıplarını reddeder ve kadını çekingen ve pasif konumdan çıkartarak kadının tüketimin bir nesneymiş gibi kullanılmasını engellemeye çalışır. *Femvertising* ile reklamlardaki ev kadını ya da cinsel obje olan kadın temsilleri yerini, başarısıyla, doğal haliyle, aklıyla temsil edilen kadınlara bırakmıştır. *Femvertising*, sadece bir reklam aracı olarak değil, aynı zamanda 'kadın olmanın ne anlama geldiği' konusunda da farkındalık yaratmayı amaçlar. Bu nedenle, bu reklamlarda, farklı fiziksel özelliklere sahip kadınlar çeşitli rollerle temsil edilir. *Femvertising*, her ne kadar kadın bedenini, kapitalizmin ve reklamcılığın bir nesnesi olmaktan soyutladığını iddia etse de kavram eleştirilerin odağı olmaktan kurtulamamıştır. *Femvertising* kavramını eleştirmek için çeşitli terimler kullanılmaktadır; bunlar arasında meta (*commodity*) feminizm, sahte (*faux*) aktivizm, *pinkwashing*, *fempower washing* ve *femwashing* gibi terimler vardır. Bu bağlamda *femwashing* kavramı daha çok ön plana çıkmakta ve akademik



kaynaklarda da sıkça kullanılmaktadır. *Femwashing*, *femvertising* reklamların cinsiyet eşitliğini ve kadın haklarını destekleme iddiasında bulunduğunu ancak bu iddiaların yüzeysel kaldığını ve gerçek değişim sağlamayan uygulamalar olduğunu öne sürer. *Femwashing* kavramının iddia ettiği şey, böyle bir reklamcılıkla yalnızca reklam boyutunda kalınır ve feminizm merkantal unsur haline getirilir. Aynı zamanda bu reklamların yeni bir stereotip yarattığını ve pek çok kadını (ev kadını, feminen kadın vs.) dışladığını öne sürer. Çalışmanın örnekleme olarak Türkiye’de ulusal televizyon kanallarında yayınlanmış üç feminist reklam seçilmiş ve bu reklamları, iş hayatında aktif rol alan yirmi kadının nasıl alımladığı ele alınmıştır. Bu reklamlar “Elidor Biz Yokuz Reklam Filmi” “Veet Antiprensens Reklam Filmi” “TEB El Alem Reklam Filmi”dir. Reklam yapıcı ve markalar bu reklamları doğrudan *femvertising* olarak tanımlamasa da bu reklamlar *femvertising* için gereken şu beş unsuru taşıdığı için çalışmanın örneği olarak seçilmiştir: (1) Kadınların farklı yeteneklerle gösterilmesi (2) kadın yanlısı mesajların kullanılması (3) kadının ne olması gerektiğine dair algılara meydan okunması (4) cinselliğin aza indirgenmesi (5) otantik kadın temsili olması. Çalışmanın yöntemi alımlama analizidir. Alımlama, reklam metinlerini çözümlenmede, hedef kitlenin ne düşündüğünü anlayabilmede önem arz eder. Aynı zamanda alımlamayla her katılımcı kendi kişisel özellikleri bağlamında metni çözümler, bu da reklam metninin farklı özelliklerdeki bireylerce nasıl kavrandığına dair araştırmacıya analiz kolaylığı sağlar. Alımlama analizi öncesinde her katılımcı ile derinlemesine mülakat yapılmış ve Ankara Üniversitesi Etik Kurul Başkanlığı’ndan gerekli onaylar alınmıştır. Çalışma şu soru çerçevesinde şekillenir: “Katılımcılar bu reklamları *femvertising* kavramı çerçevesinde mi yoksa *femwashing* kavramı çerçevesinde mi alımlama eğilimindedirler? Bu alımlamaları yaparken kendilerine ait hangi özellikleri alımlamaya dahil etmektedirler?” Sonuç olarak alımlama çalışmalarının öne sürdüğü şekilde, her katılımcı reklamı kendi ekonomik, psikolojik, sosyal bağlamı gibi çeşitli faktörlerle alımlamaktadır. Kimi katılımcılar *femvertising* reklamların iddiasındaki gibi, reklamın çeşitli yönleriyle kendisine güç verdiğini öne sürmüş, kimi katılımcılar da *femwashing*’in iddiasında olduğu gibi bu reklamların samimiyetten uzak ve sadece tecimsel kaygılarla yapıldığını ifade etmiştir. Katılımcılar *femwashing* kavramına dair bir bilgiye sahip olmamalarına rağmen kavramın iddiası ile doğru orantılı açıklamalarda bulunmuşlar, bu reklamların kadına şiddet, cinsiyet eşitsizliği, mobbing gibi önemli toplumsal ve politik meseleleri gündelik bir hale getirdiğini öne sürmüşlerdir. Bu ikilikler ekseninde çalışma, farklı özelliklerde kadınların düşüncelerini bir araya getirerek, kavramlara ilişkin bir açıklamada bulunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** reklam, feminizm, toplumsal cinsiyet, alımlama analizi

# İnternette Kadın Olmak: Sanal Kurtlarımızla Koşmak Mümkün Mü?

Tutku Yağmur Aksoy

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

tutkuaksoy@outlook.com

## Özet

Teknolojinin yaşadığı gelişime dayalı ve ileriye dönük dönüşümler ile oluşan dijital alanda, sosyal medya ana başlığı altında toplanan pek çok platform, iletişim kurma ve temsil üretme, ayrıca temsil yaratma ve yayma gibi konularda bireylere yeni bir saha sunmuştur. Bu sahanın önemli sayılması sorunundaki gereklilik, bireylerin kendi toplumsal alanlarını oluşturuyor olmasıdır. Sosyal medya kamusal bir alan sayılabilir ve bu kamusal alan bireylerin kimlik, sınıf, cinsiyet, etnik köken gibi özelliklerine geniş bir temsil olanağı sağlarken bunu bireyleri anonimleştirerek yapma özelliğine sahiptir. Sosyal medyanın sahip olduğu anonimleştirme özelliği, bireye rahat ve ifade açısından özgür bir ortam sağladığı için bireyin kendi kimliğini sosyal medya üzerinden temsil etmeyi tercih etmesi gözlemlenebilir bir durumdur. Toplumsal yaşam pratiklerinin medya araçları ile kendini yeniden üretmesiyle, toplumsal yaşamda toplumsal cinsiyete dayalı görüşler ve sorunlar yeniden dolaşıma girerek pekişmektedir. Clarissa P. Estes’in *Kurtlarla Koşan Kadınlar: Vahşi Kadın Arketipine Dair Mit ve Öyküler* adlı çalışmasında yer alan vahşi kadın kavramı üzerinden yola çıkılarak bu çalışmada kadınların sosyal medyada nasıl konumlandıklarına dair bir tartışma yürütülmüştür. Vahşi kadın, kurtlarla koşan tamlaması ile Estes tarafından kadının özgür ve vahşi benliğine atıf yapmaktadır. Estes’in vahşi kadının benliğine ket vurarak kadını kendi benliğinden ayırdığını söylediği unsurlar, kadınların sosyal medya üzerinde var olabilmesi konusunda da geçerli olabilir mi sorusuyla bu çalışma yürütülmüştür. Çünkü Estes’e göre, kadının vahşi kadın psişesini zedeleyen kadının yakın çevresi, içinde bulunduğu ev, ailesi ve sevgilisi gibi unsurlardan oluşmaktadır. Çalışmada, bir kadının psişesi, tanımadığı ve platform içerisinde anonim olarak konumlanan bir birey tarafından zedelenebilir mi sorusuna yanıt aranmaktadır. Kadının dijital toplumsal alanda konumlanması, kadının sanal olmayan toplumsal alandaki konumunun bir yansıması ve aynı zamanda pekişmesidir. Kadının sosyal platformlarda nasıl konumlandığını anlamak da bizlere toplumsal yaşamdaki yansımasını vermesi açısından önem taşımaktadır. Toplumsal alanda kadına ve kadınlığa karşı olan, kadının vahşi kadını, yani benliğini ve yaratıcı psişesini zedeleyen söylemler dijital alanda anonimleştirilmeyle beraber sanal olmayan toplumsal alana kıyasla pek tabii rahatlık sağlayabilmektedir. Kadınların bu bağlamdaki deneyimlerini dinlemek oldukça önemli olacaktır. Platformda aktif olan on kullanıcı ile yüz yüze görüşmeler yapılarak, kadınların dijital toplumsal sahadaki deneyimleri ve bu deneyimlerin onların sanal olmayan reel toplumsal

alandaki nasıl konumlandıklarına dair ışık tutmaya çalışılmıştır. Bildiri, iletişim çalışmaları alanında sahaya bakmak için önemli olan medya etnografisinin çizdiği bir patikayı, kullanıcı deneyimlerini ele alarak izlerken aynı zamanda tercih edilen örnekleme kadın kullanıcılar ile oluşturarak toplumsal cinsiyet çalışmalarını da kapsamaktadır ve disiplinlerarası bir çalışma ortaya koymak açısından önem taşımaktadır. Çalışma için evren olarak X platformu ve örneklem olarak X platformunu aktif olarak kullanan kadın kullanıcılar ile 20 ila 25 dakika süren derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Bu çalışmada medya etnografisi kullanılarak kadınların deneyimleri araştırmacının X platformundaki uzun süredir toplumsal cinsiyete dayalı gözlemlerde yapması ve bir kadın olarak kendisine yer bulmaya çalışması nedeniyle özünsenmiş ve bir özdüşünümsellik ortaya çıkarmıştır. Kullanılan yöntem, internetin ve sosyal medyanın sahasına mercek tutmaktadır. Gerek sahanın dijital bir alan olması, gerek gözleme dayalı bir özdüşünümsellik taşıması; derinlemesine görüşmeler içermesi ve bir grubun bu saha içerisindeki deneyimlerini ve gündelik yaşam pratiklerini önemsemesi açısından medya etnografisi göz önünde bulundurulmuştur. Özdüşünümsellik kavramı ise, antropologun kendi düşün sürecini sahaya yansıtması ve iç sorgulamalarını çalışmasına dâhil etmesidir. Bu araştırmada seçilen örneklemin sebebi, araştırmacının seçilen platformda özellikle kadın sorunu özelinde sıkça vakit geçirmesidir. Sadece görüşmeler değil, örnekleme dâhil olan platform içinde uzun süredir bulunuyor olmanın getirmiş olduğu gözlemler de bu konudaki sorunun cevabının ne olabileceği hakkında fikirler doğurmuştur. Kadınların bu çalışma içerisindeki paylaşımlarına göre, kendilerini daha tetikte, korkar halde ve kendilerine olan inançlarının, yaratıcı psişelerinin benliklerinde zedeleyici bir yansımaya yol açtığı fakat yine bu psişeyi koruyabilmek için dijital alanda var oldukları sonucuna varılmıştır. Söz konusu çalışma, kadınların dijital ortamda nasıl güvende hissedeceğine, benliklerini nasıl koruyabileceklerine dair yeni bir sorun ortaya koymaktadır. Bu sorunun çözümüne dair neler yapılabileceği özdüşünümselliği korumak adına hem araştırmacı tarafından hem de görüşmeler sırasında kadınlar tarafından öneriler sağlayarak kadınların dijital medyada nasıl tam benliği ile güvende hissedeceğine dair bir tartışma oluşturmuştur. Bildirinin ilk adımını atmak için tek bir evren ve on kullanıcı seçilmiştir fakat kadınların konumlanmak için mücadele verdiği tek alan X platformu değildir. Çalışma bu soruna dair alanını Twitch ve Instagram özelinde genişletebilir.

**Anahtar Kelimeler:** temsil, toplumsal cinsiyet, yeni medya, X platformu

# Romantize Edilen Mobbing: Akademisyen Kadınların Çalışma Yaşamında Karşılaştıkları Baskının Meşrulaştırılması

Seda Kandemir

Ankara Müzik ve Güzel Sanatlar Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi

seda.kandemir@mgu.edu.tr

## Özet

Mobbing, çalışma yaşamında sistematik biçimde uygulanan ve etik dışı, düşmanca davranışlar içermesi ve pasifize etme, yıldırma, sindirme, dışlama gibi sonuçları olması sebebiyle psikolojik şiddetin bir türü olarak ifade edilmektedir. En basit haliyle; bir kişinin iş yerinde sürekli olarak psikolojik tacize maruz kalması olarak tanımlanan mobbing, günümüzde iş hayatında var olmaya çabalayan kadınlara bir tehdit niteliğindedir. Ayrımcı bakış açısıyla desteklenen mobbing, yaygın bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapılan araştırmalar incelendiğinde, özellikle akademisyen kadınlara karşı uygulanan mobbingin yıllar içinde artarak devam ettiği görülmektedir. Buna karşın son yıllarda, bazı medya ve popüler kültür içeriklerinde mobbing güç, disiplin veya başarıya ulaşmanın bir aracı olarak romantize edilmektedir. Bu romantize etme hali, mobbingin ciddiyetini hafife alarak kurbanlar üzerinde derin psikolojik ve fiziksel zararlar yaratma potansiyelini ve tehdidini artırmaktadır. Romantize edilen mobbing, zorluklara göğüs germenin bir gereğiymiş gibi gösterilmesiyle normalleştirilerek bunun başarı için bir bedel olarak kabul edilmesine neden olabilmektedir. Böylece mobbing, iş yerinde sessizce kabul edilen bir pratik haline gelerek toplumsal bir norm olarak içselleştirilebilir. Oysa araştırmalar, mobbingin çalışan motivasyonunu düşürdüğünü, iş verimini azalttığını ve uzun vadede tükenmişlik sendromuna sebep olduğunu göstermektedir. Bu çalışmada mobbing kavramı akademisyen kadınların mesleklerine ve sahip oldukları ünvana karşı mesafe almasına yol açarak yabancılaştıran, toplumsal cinsiyet ayrımcılığı temelli bir davranış biçimi olduğundan hareketle ele alınmaktadır. Çalışma yalnızca kadın akademisyenlere odaklanmakta, farklı sektörlerdeki ve cinsiyetlerdeki mobbing deneyimlerini dışarıda bırakmaktadır. Mobbingin toplumsal cinsiyet ayrımcılığının bir çıktısı olarak kadınlara uygulanması üzerine bilimsel çalışmalar yapılan akademide, söz konusu sorunun bizzat akademisyenler tarafından deneyimlenmesi diyalektik bir çelişki yaratmaktadır. Özellikle akademisyen kadınların seçilmesinin temel nedeni de bu diyalektik çelişkidir. Mobbing, yalnızca akademide karşılaşılan bir sorun olmamakla birlikte bu çalışma akademisyen kadınlarla sınırlı tutulmuştur. Ayrıca erkekler de mobbinge maruz kalmaktadır. Ancak mobbing konusunda birçok çalışma göstermiştir ki mobbinge maruz kalanlar çoğunlukla kadınlardır. Çalışmada mobbingin akademide hangi hallerde ve ne şekilde romantize edilebileceği üzerinde durulmaktadır. Fakat bu çalışma romantize etme halinin mobbingi nasıl meşrulaştırdığına dair ampirik verilerden yoksundur. Bunlara ek olarak mobbingin uzun vadede akademik kadınlar üzerindeki etkilerini tam anlamıyla incelemek için uzun bir zaman dilimine yayılacak daha kapsamlı bir araştırmaya ihtiyaç vardır. Ancak bu çalışma, bu şiddet türünün medya ve popüler kültürde romantize edilmesinin, akademik çevrede normalleştirilmesi ve mobbingin bir disiplin ya da başarı aracı olarak meşrulaştırılmasına nasıl yol açtığını tartışmaktadır. Mobbinge karşı bu eylemsizlik halinin, otorite figürleri tarafından baskıya uğramanın normalize edilmesi gibi sonuçları olabilmektedir.

Bir psikolojik şiddet türü olan mobbingin akademik kariyerinde ilerlemeye çalışan kadınların önünde bir engel teşkil ettiği göz ardı edilmemelidir. Mobbingin romantize edilmesi, baskı ve zorlamanın sanki başarıya ulaşmanın bir gereğiymiş gibi gösterilmesiyle gerçekleşir. Özellikle medya ve popüler kültürde, zorlukların üstesinden gelmenin, dayanıklılık ve güçlü olma anlamına geldiği fikri yaygındır. Medyada mobbing uygulayan yöneticilerin veya çalışma arkadaşlarının başarıyı teşvik eden kişiler gibi temsil edildiği gözlemlenmektedir. Bu durum, mobbingin bir “disiplin aracı” ya da “iş yapma tarzı” olarak algılanmasına yol açabilir ve mobbingi olağan hale getirebilir. Bu çalışmada güncel popüler medyada mobbing temsilleri ve ilgili literatür bir arada değerlendirilerek mobbingin romantize edilmesinin sonuçlarına dair bir tartışma yürütülecektir. Bu çalışma boyunca, öncelikle kuramsal olarak mobbing kavramı açıklanmakta, medya ve popüler kültürden örneklerle birlikte mobbingin romantize edilmesinin neden tehlikeli olduğu ve üniversitelerde sağlıklı bir çalışma ortamının ayrıca akademik üretimin önünde ne tür bir engel yarattığı hususuna dikkat çekilmektedir. Bu çalışmanın, akademiye mobbingin karanlık yönünün olumlu motivasyon kaynaklarına dönüştürülerek nasıl meşru hale getirildiği üzerine bir tartışma açması sebebiyle, literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Sonuç olarak toplumsal cinsiyet eşitsizliği bağlamında üniversitelerde kadın akademisyenlere uygulanan mobbingin meşruiyet zemininin ne şekilde oluşturulduğu vurgulanarak bu konuda farkındalık yaratmanın ve önleyici politikaların gerekliliğine dikkat çekilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** mobbing, akademik mobbing, toplumsal cinsiyet, çalışma yaşamı

## Etnik Medya ve İdeoloji: Şalom ve Agos Gazetelerinin Suriyeli Sığınmacı Temsili Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz

Fatma Aşçı

Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

fademirci@ankara.edu.tr

Türkiye’de kayıt altına alınmış geçici koruma statüsündeki Suriyeli sığınmacılar, üç milyonu geçkin bir nüfusla, medyada en çok haberleştirilen konu başlıklarından birisidir. Bir alternatif medya elementi olarak “etnik medya”, özel olarak etnik grupların değerlerini korumak ve sürdürmek, kültürel kimliklerinin sınırlarını çizmek ve bunları görünür kılmak, bazı durumlarda ulus ötesi bağları güçlendirmek, stereotipleşmiş yanlış temsilleri düzelterip “doğrusunu” kamusal alana dahil etmek gibi amaçlarla var olagelmiş bir medyadır. Bu çalışmada ise etnik ve kültürel kimliklerin medyada nasıl dolaymlandığı/temsili edildiği bağlamında, Türkiye’de yaşayan Suriyeli sığınmacıların, birer etnik yayın organı olan Şalom ve Agos gazetelerinde nasıl haberleştirildikleri incelenmiştir. Bununla Suriyeli sığınmacıların adı geçen iki gazetede nasıl temsil edildiğini karşılaştırmalı bir biçimde ortaya koymak amaçlanmıştır. Türkiye’deki Suriyeli sığınmacılar hakkında farklı disiplinler başlığı altında yazılmış birçok akademik ve idari araştırma bulunmaktadır. Özel olarak “Medya ve İletişim Çalışmaları”

başlığı altında toplanabilecek çalışmalarda ise Suriyeli sığınmacıların Türkiye ve diğer ülkelerdeki geleneksel/yeni medyada temsili, söz konusu temsillere hangi siyasi görüşlerin eşlik ettiği, Suriyeli sığınmacıların medyaya ilişkisi ile medya kullanımları, medyanın Suriyeli sığınmacı algısına etkileri ve Suriyeli sığınmacılara yöneltilen nefret söylemleri gibi konular öne çıkmaktadır. Özellikle Türkiye'deki ana akım/yandaş ve alternatif/muhafif platformlarda Suriyeli sığınmacı konusunun ortaya konma biçimlerinin karşılaştırıldığı incelemeler ile tespit edilen farklılıklara sebep olan siyasi motivasyonlar konusunun sıkça ele alındığı görülmektedir. Bu çalışmada ise Suriyeli sığınmacı olgusunun Türkiye'de birer "etnik medya" örneği olan Şalom ve Agos gazetelerinde nasıl ele alındığı ve nasıl haberleştirildiği incelenip karşılaştırılmıştır. Karşılaştırmalı bir nitel içerik analizinin yapıldığı çalışmada, veri toplama tekniği olarak doküman inceleme kullanılmıştır. Suriye iç savaşının patlak verdiği ve Suriyelilerin Türkiye'ye sığınmaya başladığı 2011 ile 2024 yılları arasında, adı geçen iki gazetenin internet sitelerinde konuya ilişkin haber ve köşe yazıları örneklem olarak alınmıştır. Bu içeriklere Suriyelileri ima edecek şekilde "sığınmacı" ve/veya "göçmen" anahtar kelimelerinin taratılması sonucunda ulaşılmıştır. Seçilen haberlerin ideolojik zemini çözümlenmiş ve karşılaştırma yoluyla iki gazetede ortaklaşan/farklılaşan tema ve örüntüler değerlendirilmiştir. Bunun yanı sıra seçilen konuda daha fazla haberin hangi gazetede yer aldığı da nicel yöntemle hesaplanmıştır. Gazetelerdeki Suriyeli sığınmacılarla ilişkili haberlerin sayısal tablosuna bakıldığında, Agos'ta Şalom'dan 10 kat daha fazla haberin yer aldığı görülmektedir. Haber içeriklerine bakıldığında, Şalom'da Suriyeli sığınmacılara yönelik insani yardımlara, insan hakları ihlallerine ve ayrımcılık biçimlerine kısmen değinildiği tespit edilmiştir. Ancak haberlerde, insani yardımlar vb. bağlamında, İsrail devleti ve ordusunun öne çıkarıldığı saptanmış ve bu yönüyle gazetenin ülkenin imajını düzenleyen bir "kamu diplomasisi" aracı olarak işleyebileceği düşünülmüştür. Ayrıca Suriye iç savaşını ve bunun sonucunda yaşanan sığınmacı krizini Türkiye hükümeti ile ilişkilendiren herhangi bir içeriğe rastlanmamıştır. Agos'ta ise Suriyeli göçmenlerin Türkiye'de yaşadığı ölüm, yaralanma, cinayet, ayrımcılığa uğrama, linç, ötekileştirilme durumlarına yapılan vurgu oldukça fazladır. Uzman hukukçu, akademisyen, dernek temsilcileri gibi alanında yetkin kişilerle görüşülerek Suriyeli sığınmacı meselesine yönelik ekonomik-politik bağlamlarla çok yönlü ve eleştirel analizler yapılmış; yaşanan krizden Türkiye yönetimi de sorumlu tutulmuştur. Agos'ta da Ermenistan devleti ile ilişkili "kamu diplomasisi" perspektifli vurguların olduğu bulgulanmıştır ancak bu vurgular dolaylı bir biçimde olmuş ve çoğunlukla eleştirel tutum korunmuştur. Bunun yanı sıra her iki gazetede de ortak olarak Suriye'de yaşanan insani krize ilişkin olarak özellikle Hristiyanlık ve Yahudilik inançları temelinde etnik, dini, kültürel vurgular bulunmaktadır. Sonuç olarak siyasal bağlamda, Şalom'un daha "liberal" ve "nötr" bir yaklaşımı benimsediği, Agos'un ise daha "aykırı" bir konumda olduğu ileri sürülebilir. Her iki gazetenin de "etnik medya" niteliği taşıdığı fakat Agos'un "radikal medya" ya da "alternatif medya" yönünün daha ağır bastığı da belirtilebilir.

**Anahtar Kelimeler:** Suriyeli sığınmacılar, Şalom, Agos, etnisite, etnik medya

# Sığınmacı Haberlerinde Eşik Bekçilerinin Rolü: Haber Üretim Sürecinde Bireysel, Kurumsal ve Toplumsal Etkiler

**Atila Erdemir**

Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi  
atila.erdemir@uskudar.edu.tr

**Hakan Koluman**

Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi  
hakan.koluman@uskudar.edu.tr

**Hüsna Tosun**

Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi  
husna.tosun@uskudar.edu.tr

**Kumsal Kınay Sarsağ**

Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi  
kumsal.kinay@uskudar.edu.tr

## Özet

Türkiye, dünyada en fazla sığınmacıya ev sahipliği yapan ülke olarak karşımıza çıkmaktadır. Kısa zamanda gerçekleşen büyük nüfus hareketlilikleri hem ev sahibi ülkenin vatandaşları hem de sığınmacılar için birçok yeni karşılaşma biçimi ortaya çıkarmaktadır. Kültürel farklılıklar, inanç biçimleri, toplumsal roller, ekonomik farklılıklar, dil bariyeri gibi unsurlar nedeniyle farklı gruplar arasındaki karşılaşmalar zaman zaman olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Bu durumun önüne geçebilmek için farklı toplumsal kesimlerin birbirleri hakkında önyargı, dezenformasyon ve manipülasyondan uzak, doğru bilgilere ulaşabilmesi önemlidir. Bu çalışmada, sığınmacılar, göçmenler ve mülteciler gibi büyük toplumsal gruplara yönelik haberler üreten gazeteciler ya da bu haberleri değerlendiren eşik bekçilerinin haber üretim sürecindeki rolleri ve davranışları incelenmektedir. Bu amaç doğrultusunda aktif olarak bir kurumda çalışan haber editörleriyle otosansür, kurum politikası, hizmet içi eğitim, öznel tutumlar ve haberin öznesiyle ilişkileri bağlamında derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilecektir.

**Anahtar kelimeler:** sığınmacı, haber, eşik bekçiliği

## “Adam Olmak İstemiyorum”: Gençlik Hareketlerinde Estetik Travma

Hüseyin Serbes

Bağımsız Araştırmacı

hserbes@yahoo.com

### Özet

Bu çalışma, punk kültürü ve fanzinlerin tüketim toplumu içindeki estetik ve kültürel dönüşümünü özdüşünümsel bir bakış açısıyla derinlemesine ele alır. Gençlik hareketlerinin bir parçası olarak toplumsal normlara karşı bir duruş sergileyen punk altkültürü, kimlik ve temsil konularına odaklanarak dönemin ruhunu yansıtan sosyo-müzikal bir fenomen olarak öne çıkmaktadır. Diken saçlı gençler, altmışların ütopik havasının ardından yetmişlerin şiddet ve bunalım dolu ortamında müziği bir isyan aracı olarak kullanmışlardır. Bu öfkeli müzik, sanat okullarına gidemeyen veya pahalı ekipmanlara ulaşamayan gençleri basit bir üç akor yapısıyla bir araya getirmiştir. Fanzinler ise bu gençlerin iletişim enstrümanıdır. Fotokopi ile çoğaltılan, el yazısı, daktilo ve bilgisayar gibi unsurlarla düzenli ve titiz dergi görünümünün aksine kaotik bir tasarımın hâkim olduğu yayınlardır. Ne var ki tüketim toplumunun sıradanlaştırdığı ve gizeminin yitirilmesine neden olduğu gelişmelerden bu gençlik altkültürleri de etkilenmiştir. Batı’da doğan radikal ve eleştirel müzik birikimleri Türkiye’ye sıçradığında gençlik kültürlerindeki anlam arayışı sürmektedir. Özellikle yurtdışına giderek plak, kaset ya da fanzinlerin dolaşımını sağlayan ve bu yolla Türkiye’de bir altkültürel hareket oluşturan sanatçılar ile görüşme yoluna gidildiği bu çalışmada söz konusu gençlik kültürlerinin politik bağlamda tavır ve bilinçlerinin değişimleri gözlemlenmiştir. Çalışma boyunca, sosyal bilimler çatısı altında bu altkültürel alanın kendi perspektifinden değerlendirilmesi amacıyla modernliğin enkazından asi ve şık bir zaferle çıkan punk fenomeni öne çıkarılmıştır. Kuzu kılığındaki kurt bağımsız plak şirketlerinden kendilerine yabancılaşma sürecine giden bu yolda içeriden bir düşünmenin gerçekleştirilmesinin hedeflendiği bu çalışma, altkültürlerin geçirdiği dönüşümü tartışmaya açmayı amaçlamaktadır. Bu anlamda çalışma, iletişim çalışmaları içerisinde ilke ve sınırları yeniden düşünmeye teşvik ederek toplumsal normların ve tüketim kültürünün etkisi altında geçirilen dönüşümü anlamayı çabalar. Bu çalışmada nitel, keşfedici ve eleştirel bir yöntem tercih edilmiş; Baudrillard’ın estetik deneyimlerin kitle iletişim araçları, tüketim kültürü ve kapitalist sistem tarafından dönüştürülmesi sonucu ortaya çıkan “estetik travma” kavramı temel alınarak punk ve fanzin sanatçılarının üretim süreçlerinde yaşanan önemli dönüşümler incelenmiştir. Özellikle, kendin-yap (DIY) etiğine sıkı sıkıya bağlı olan punk kültürünün zamanla ticari sistemin etkisi altında kaldığı, bu süreçte üretilen eserlerin metalaştığı ve geniş kitlelerce tüketilen birer ürüne dönüştüğü vurgulanmaktadır. Araştırmanın amacı, punk ve fanzinlerin toplumsal eleştirileri ve alternatif duruşlarının ekonomik, siyasi, kültürel ve teknolojik gelişmelere karşı nasıl değiştiğini incelemek, bu sürecin estetik ve kültürel boyutlarını derinlemesine irdelemektir. Böylece, punk altkültürünün tüketim



toplumunda geçirdiği dönüşümün önemi ve etkileri ortaya konarak literatüre özgün bir katkı sunulması hedeflenmektedir. Bu çalışma, Türkiye'deki punk ve fanzin altkültürünü kapsamaktadır. Yapılan derinlemesine görüşmeler ve içerik analizi, her ne kadar literatürle ilişkilendirilse de, punk fanzinlerinin aperiodyk, sayfa numarasız ve tarihsiz olmaları nedeniyle sınırlı bir bilgi sunmaktadır. Bu sınırlamaların üstesinden gelebilmek için içeriden bir araştırma yürütülmüştür; böylece punk ve fanzinlerin kültürel bağlamı ve dinamikleri daha derinlemesine incelenmiştir. Bu bağlamda, araştırma yalnızca mevcut literatürü değil, aynı zamanda sanatçılar ve fanzin üreticileriyle yapılan görüşmeler yoluyla elde edilen verileri de dikkate alarak punk kültürünün evrimi ve toplumsal etkileri üzerine kapsamlı bir analiz sunmayı amaçlamaktadır. Bulgular, başlangıçta alternatif ve isyankâr karakterleri ile öne çıkan bu fenomenlerin popülerleşme sürecinde estetik değerlerinin nasıl değiştiğini ve ticarileştiğini gösteriyor. Literatüre özgün bir katkı sunmayı amaçlayan bu çalışma, dramatik değişimleri kendi öznelleriyle düşünmeyi teşvik ederek yeni düşüncelere yol açabilir.

**Anahtar Kelimeler:** punk, fanzin, kimlik, temsil, yabancılaşma

## **Türkiye Podcast Ekosisteminde Gazetecilik Pratikleri**

**Mehtap Çağlar**

GCAS College Dublin

caglarmehtap@gmail.com

### **Özet**

Türkiye'deki gazetecilik pratikleri, özellikle dijital medyanın yükselmesiyle birlikte pek çok dönüşüm geçirmiştir. Podcast yayıncılığı, gazetecilere yeni bir ifade alanı sunarken geleneksel medyanın kısıtlamalarından kaçış imkânı da sağlayabilmektedir. Podcastin gazetecilik için sunduğu özgürlük ve bağımsızlık imkânları değerlendirildiğinde bu yeni mecra, Türkiye'de ifade özgürlüğünün kısıtlandığı bir ortamda alternatif bir medya kanalı olarak da önem kazanmaktadır. Çalışma bu bağlamda Türkiye'deki podcast ekosisteminde gazetecilik pratiklerini ve bu konuda yayımlanmış (Yükseköğretim Kurulu Tez Merkezi ve DergiPark Veritabanları) akademik literatürü inceleyerek gazetecilerin bu mecraya yönelme nedenlerini, karşılaştıkları zorlukları ve mecrayla ilişkilerini ele almayı amaçlamaktadır. Podcast, gazetecilik için özellikle düşük maliyetli ve erişilebilir bir mecra olarak dikkat çekmektedir. Türkiye'de geleneksel medya kuruluşlarının sermaye yapıları ve devletle olan ilişkileri nedeniyle bağımsız habercilik pratikleri kısıtlanmakta; medya sahipliğindeki yoğunlaşma, özgür haberciliği sınırlandırmaktadır. Bu sebeple birçok gazeteci için podcast yayıncılığı hem ekonomik açıdan erişilebilir hem de bağımsız bir haber sunumu olanağı sunmaktadır. Türkiye'de özellikle Covid-19 pandemisi sırasında hızla popüler hale gelen podcastler, dijital dönüşümün etkisiyle artık birçok insanın günlük hayatında yer edinmiştir. Bu bağlamda, Türkiye'deki gazetecilik pratiklerinin podcast yayıncılığı ile nasıl bir dönüşüm

geçirdiği incelenerek podcast ekosisteminde gazetecilerin ifade özgürlüğüne dair yaklaşımları da araştırılmıştır. Bu çalışma, podcast yayıncılığının sunduğu fırsatlar kadar bu mecranın bağımsızlığını koruma çabasını zorlaştıran ticari ve algoritmik baskılar gibi sınırlamaları da göz önüne sermektedir. Araştırmada, bahse konu veritabanlarında yayımlanmış çalışmalarda Türkiye'deki podcast yayıncılarıyla yapılan görüşmeler, konuyla ilgili haber dosyaları, makaleler ve konuya dair yapılmış sektörel araştırma ve raporlar veri olarak kullanılmıştır. Gazetecilerin bu mecrayı nasıl değerlendirdikleri, bağımsız bir ifade alanı olarak podcast yayıncılığına ilişkin deneyimlerinden elde edilen veriler, özellikle geleneksel medyanın üzerinde oluşan ekonomik baskılar karşısında ortaya çıkan yeni habercilik pratiklerini anlamaya yardımcı olmaktadır. Dünya çapındaki gelişmeler de göz önünde bulundurularak Türkiye'deki podcast gazeteciliği pratiklerinin bu bağlamda incelenmesi, gazetecilik için yeni ifade alanlarının ve bu alanlarda karşılaşılabilecek zorlukların tespiti adına önemlidir. Araştırmanın sonuçları, podcastin gazetecilik pratiği olarak giderek daha çok tercih edildiğini ve Türkiye'de gazetecilerin ifade özgürlüğünü koruma çabalarına önemli katkılar sunduğunu göstermektedir. Podcast yayıncılığı, gazeteciler ve dinleyiciler arasında daha yakın bir bağ kurulmasını sağlamaktadır. Bu mecra, asenkron bir iletişim aracı olduğu için kullanıcıya zaman ve mekândan bağımsız dinleme imkânı tanımakta, geleneksel medya akışından daha fazla kontrol sunmaktadır. Buna rağmen bu çalışmada, gazetecilerin karşılaştığı ekonomik sürdürülebilirlik, sponsor ilişkileri ve platform algoritmalarının podcast ekosistemi üzerinde yarattığı baskılar da ele alınmıştır. Araştırmaya göre, podcastlerin kolay erişilebilir olması ve düşük maliyet avantajı gazetecilere bağımsız habercilik yapma imkânı sunarken sponsorluk veya reklam gibi gelir modelleri özgür haberciliği zedeleyebilecek niteliktedir. Dolayısıyla Türkiye'de podcast yayıncılığı ile gazetecilik arasında kurulan bu ilişkinin sürdürülebilirliği için platformların getirdiği ticari ve algoritmik engellere çözüm bulunması gerektiği ortaya konmuştur. Sonuç olarak Türkiye'deki gazetecilik pratiklerinde podcastin bağımsız ve alternatif bir mecra olarak öne çıktığı ancak platformların etkisiyle bazı kısıtlamalarla karşı karşıya kaldığı görülmektedir. Podcast ekosisteminin Türkiye'deki gelişimi, bu mecranın gelecekteki konumunu öngörebilmek için önemli bir gösterge olarak değerlendirilmiştir. Özgürlük ve bağımsızlık arayışındaki gazeteciler için podcastin makul bir alternatif medya kanalı olabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Ancak bu mecranın bağımsızlığını koruyabilmesi, platformlar ve algoritmaların kısıtlamaları karşısında nasıl bir yol izleneceği ile yakından ilişkilidir. Bu bağlamda, bu araştırma ve sonuçlarıyla podcast ve gazetecilik pratikleri ilişkisiyle ilgilenen akademik kamuya yeni bir mecranın ışıltılı olanaklarıyla sınırlı kalmadan, bu ilişkilenmeleri kapsayan medya ekonomisi, ifade özgürlüğü ve gazetecilik pratiklerine etki eden kapitalist üretim süreçleriyle bütünsel ve eleştirel bir çerçeveye yaklaşma çağrısı da yapılmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** podcast, gazetecilik, platformlaşma, medya ekonomisi, araştırma süreçleri

# Dijital Çağda Yakınlık ve Haber

Özgün Dinçer

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi

odincer@media.ankara.edu.tr

## Özet

Bu çalışmada, haber değeri olarak yakınlığın gazetecilik pratikleri, haber üretim, dağıtım ve tüketim süreçlerindeki rolünün mobil araçlar ve konum tabanlı teknolojiler ile birlikte değişip değişmediği incelenmektedir. Gazeteciliğin temel bir boyutu olarak “yer” ve “yakınlık” gibi unsurların, haberlerin üretimi, dağıtımı ve algılanmasında önemli bir rolü ve etkisi bulunmaktadır. Bu nedenle, özellikle geleneksel medya döneminde haber üretim ve dağıtım süreçlerinde mesafelerin ve yakınlığın rolü çokça araştırılmıştır. Dijital teknolojiler ve internet ağlarının ortaya çıktığı ilk zamanlarda ise yakınlığın ve mesafenin bir öneminin kalmayacağı ileri sürülmüştür. Mobil araçlar ve konum tabanlı teknolojilerin yaygınlaşması ile birlikte yer ve konum gibi kavramlar yeniden önem kazanmıştır. Hem kullanıcıların hem içeriğin konumunun belirlenebilmesi ve etiketlenbilmesi, bu teknolojilerin gazetecilik pratiklerini nasıl etkileyeceği, haberin üretim, dağıtım ve tüketiminde nasıl olanaklar sağlayabileceği gibi yeni tartışmaları ortaya çıkarmıştır. Bu teknolojilerin haber üretim ve tüketiminde yerin ve yakınlığın önemini ve rolünü yeniden tanımlayacağı düşünülmüş, bu çerçevede yeni araştırmalar gerçekleştirilmiştir. Söz konusu araştırmalar, hareketliliğe, konumun etiketlenmesine hem olayın hem izleyicinin konumunun tespitine ve interaktif haritalar yoluyla kimi etkileşime izin veren bu teknolojilerin haberin üretiminde, izleyiciye ulaştırılmasında ve okunmasında nasıl bir fark yaratacağına odaklanarak bu doğrultuda kimi saha araştırmaları gerçekleştirmişler ve bu çerçevede yer ve gazetecilik ilişkisini yeniden kuracak yeni kavramlar ve modeller önemişlerdir. Bu çalışma, bu teknolojilerin kullanımlarına dair gerçekleştirilen araştırmalar çerçevesinde yer ve yakınlığın gazetecilik pratikleri, haber üretimi, dağıtımı ve tüketimi arasındaki ilişkinin nasıl yeniden tanımlanmaya çalışıldığını incelemektedir. Bu doğrultuda, ilgili araştırmaları içeren literatürün eleştirel bir analizi yanında, haber ve yakınlık ilişkisinin geleneksel medya dönemindeki haber çalışmalarında nasıl tanımlandığı da incelenmekte ve bir karşılaştırmaya gidilmektedir. Bu çalışmalarda, geleneksel medya dönemindeki çalışmalardan farklı olarak yer ve yakınlık toplumsal ve kültürel bağlamı dışında, çoğunlukla coğrafi koordinatlara denk düşen bir fiziksel konum ile ilişkili şekilde ele alınmış, fiziksel yakınlık ve konum haber değeri olarak öncelikli hale getirilmeye çalışılmıştır. Gazetecilik pratikleri ve haber üretiminin bu yeni teknolojilere uyarlanarak yeniden tanımlanmaya çalışılması, beraberinde çeşitli sorunları da ortaya çıkarmıştır. Dijital teknolojilerin yerleri ve mesafeleri deneyimleme ve algılama şeklimiz üzerindeki kimi etkilerine rağmen haber değeri olarak “yakınlık” anlayışı üzerinde ve gerek gazetecilik pratikleri gerekse haber üretim süreçlerinde dönüştürücü olmayan, sınırlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Teknolojik yenilikler haber üretim ve tüketim süreçlerinde yeni dinamikler yaratmış ancak

bu dinamikler sosyal ve kültürel bağlamın önemini azaltmamıştır. Aksine bu bağlamlar, haber ve yakınlık ilişkisinde hâlâ kritik bir rol oynamaktadır. Bu da teknolojinin etkilerine rağmen sosyal ve kültürel bağlamın haber değerlerinde ve yakınlık ilişkisinde geçerliliğini sürdürdüğünü göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** mobil araçlar, konum tabanlı teknolojiler, gazetecilik çalışmaları, haber, yakınlık

## Günümüzde Yeniden Biçimlenen Gazeteciliğin Dönüşüm Dinamikleri

Gökhan Bulut

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi

gbulut@ankara.edu.tr

### Özet

Bu çalışma, gazeteciliğin bugün tarihsel bir kavşakta olduğunu iddia etmekte ve söz konusu bu kavşağın karakterini çözümlemeyi amaçlamaktadır. Birbirleri arasında herhangi bir standart, kriter veya ortak nokta bulmanın oldukça zor olduğu “muazzam bir yayın birikimi”nin günümüzde tek bir isimle; “gazetecilik” ile tanımlandığı görülmekte ve gazetecilik olduğu düşünülen somut pratiklerin sayısı arttıkça gazetecilik tanımı da belirsizleşmektedir. Özellikle de dijital platformlarda üretilen çok sayıda yayın pratiğinin kolaylıkla “gazetecilik” sayılması yalnızca tanım yapılması için gerekli düşünsel süreci tıkamakla kalmayıp mesleğin iç tartışmalarını da büyük ölçüde geçersizleştirmektedir. Yeni iletişim teknolojilerinin gazetecilik alanına girdiği ilk dönemde yeni yazılım ve donanımlar habercilikte kullanılmaya başlanmış ve ardından yazılı basın, dijital ortama da taşınmıştır. Buradaki kullanıcı etkileşimi haberciliğin yapısını etkilemiş, yayın politikalarında ve haber tercihlerinde kullanıcı etkileşiminin yönlendiriciliği söz konusu olmaya başlamıştır. Kendi başına bir mecra haline gelen dijital ortam, sosyal medyanın ve platform yayıncılığının ortaya çıkışının ardından gazetecilikteki eğilimleri belirleyen yapısal unsurlardan biri olmuştur. Bu gelişmelerin yaşandığı son 30 yıllık süreçte medya sahiplik yapısında radikal dönüşümler meydana gelmiş, gazetecilik ve demokratik ifade özgürlüğü alanı üzerindeki siyasal baskılar halkın ifade kanallarının daralmasına ve buna paralel yeni arayışlara yol açmıştır. Yeni iletişim teknolojileri, medya üzerinde kendisi dışındaki belirleyici tüm unsurların katalizörü de olmuştur. Bu kapsamda gazetecilikte yaşanan dönüşüm emek alanında, sermaye yapısında ve terminoloji konusunda kendini göstermektedir. Çalışmada, gazeteciliğin bu üç alandaki dönüşümü vaka analizi yöntemiyle, gazetecilerle yapılan on10 görüşme ve alanda yürütülen uzun süreli sistematik gözlemler ışığında tartışılacaktır. Çalışmanın bulguları, gazeteciliğin bugün yeniden proleterleşen bir emek alanı olduğunu işaret etmektedir. Günümüz koşullarında yaşanan bu proleterleşme, ilk döneminde yaşandığının aksine güvenceli istihdam koşullarının ortadan kalkarak çeşitli biçimleriyle güvencesizliği tipik istihdam haline getirmekte;

gazetecilik haberciler için tekrar -fakat ilkinin aksi yönde- “ikincil uğraş” düzeyine gerilemektedir. Bir diğer bulgu, gazeteciliğin yeniden tanımlanmaya çalışıldığı bu günlerde “patron gazeteci”lerin yeniden özgün biçimleriyle alanda görülmeye başladığıdır. Son 30-40 yıllık dönemin tüm belirleyenleri ve değerleri büyük bir gürültüyle sarsılırken ortaya çıkan bu yeni eğilim, liberalizmin değerlerini de ironik olarak bir önceki dönemden çok daha fazla ve derin şekilde gazeteciliğe taşımaktadır. Bugünkü güvencesiz piyasa koşulları içinde gazeteciliğin giderek “esnaflaşma” eğilimi gösterdiği de görülmektedir. Çalışmada elde edilen son bulgu, gazetecilik terminolojisinde de bir dönüşümün ortaya çıkmaya başladığıdır. “Haber” kavramı giderek tedavülden kalkmakta, haberin oluşum sürecinde uyulması gereken mesleki ve etik ilkeler de geçerliğini yitirmeye yüz tutmaktadır. Terminoloji içinde *haber* yerini “içerik”e bırakmaktadır. Oysa *haber* habercinin gerçeğe, okura, mesleğe, meslektaşına, kuruma ve topluma karşı sorumlulukları ile oluşmuş bir metindir. Haber yerine *içerik* konduğunda bu sorumlulukların tümü ortadan bir anda kalkmakta, dönemin koşullarına göre tartışmaya açılması kaçınılmaz olan etik ilkelerin yerine piyasa aktörlerinin kuralları yerleştirilmektedir. Bu yer değiştirme, geçmişte olmadığı kadar derin ve tarihsel bir dönüşümün görüngüsü niteliğindedir. Bu bulgulardan hareketle çalışmada gazeteciliğin dönüşüm dinamikleri ile bu dinamiklerin işleyiş prensipleri, yapısal ve mesleki düzeylerde çözümlenmeye ve sürecin toplumsal sonuçları tartışılmaya çalışılacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** gazetecilik, girişimci gazetecilik, haber, medya sermaye yapısı

# Yeni Medya Çağında Uzmanlık Bilgisi ve Gazetecilik: Bilim Haberleri Örneği

Tuğrul Çomu

Orta Doğu Teknik Üniversitesi

tugrul.comu@gmail.com

## Özet

İnternetin yaygınlaşması, gazetecilerin haber üretim süreçlerinde kaynağa erişimini ve yurttaşların habere ulaşma yollarını köklü biçimde değiştirmiştir. “Yeni medya” olarak adlandırılan bu alanın kesin sınırları henüz netleşmemiştir. Ayrıca, hangi medya ortamlarının hâlâ “yeni” olarak kabul edileceği de tartışmalı bir konudur. Ancak kavramı mevcut medya biçimlerinin yeni teknolojik olanaklarla sürekli etkileşim halinde olduğu dinamik bir süreç olarak ele aldığımızda, sosyal medya gibi artık “yeni” sayılmayan birçok platformun da yeni medya kapsamına girdiğini söylemek mümkündür. Gazetecilik ve haber pratikleri hem üretim hem de erişim açısından değerlendirildiğinde, sosyal medyanın varlığı bilgiye erişimi önemli ölçüde kolaylaştırmış ve mesleki ilişkilerde büyük değişimlere yol açmıştır. Bilgi sadece bireyler için değil, bu alanda çalışan profesyoneller olan gazeteciler için de daha erişilebilir hale gelmiştir. Bunun yanı sıra bilginin üretilmesi ve dağıtılmasında da yeni medyanın etkileşimli yapısı büyük rol oynamaktadır. Hatta bilginin sosyal medyadan ana akım medyaya aktarıldığı, aşağıdan yukarıya doğru işleyen bir iletişim sürecinin yaygınlaştığı söylenebilmektedir. Kaynağı sosyal medyada olan pek çok haberle sıklıkla karşılaşmaktadır. Bu nedenle günümüzde sosyal medyayı dikkate almadan gazetecilik yapmanın oldukça zorlaştığını söylemek yanlış olmaz. Gazetecilik açısından değerlendirildiğinde, toplumda dağınık halde bulunan bilgi birikimiyle ilgili haber yaparken uzmanlara ulaşmak ve bu bilgiyi toplum için derleyip sunmak bir zorunluluktur. Bu çalışmada da uzmanlığın en saf ve doğrudan formu olan bilim odaklı bir inceleme yapılacaktır. Yeni medyanın ortaya çıkardığı köklü değişiklikler, gazeteciliğin tüm alanlarında olduğu gibi bilim gazeteciliği üzerinde de önemli bir etki yaratmıştır. Toplumun geneli gibi bilim insanları da sosyal medya kullanıcıları arasında yer almaktadır. Sosyal medyanın bilim insanları tarafından, bilimsel içerikler amacıyla kullanılmasıyla birlikte bilim insanlarının topluma doğrudan ulaşma imkanları da çeşitlenmiştir. Kısaca bilimle ilgili habercilik faaliyetleri şeklinde tanımlanabilen bilim gazeteciliğinin temel bileşenleri olarak değerlendirilebilecek iki profesyonel grup, gazeteciler ve bilim insanlarıdır. Gazeteciler ve bilim insanları arasındaki iletişim ve etkileşimler, geleneksel medyadaki yayınların ötesine geçerek bloglar, sosyal medya ve çevrimiçi video platformları gibi yeni medya kanallarını da kapsamaya başlamıştır. Bu çevrimiçi kaynaklar, bilim insanları ve toplum arasındaki etkileşimi artırarak bilimsel bilgiye çok daha hızlı erişim imkânı sunmaktadır. Böylece gazeteciler de bilgiye ulaşma konusunda önemli bir

avantaj elde etmektedir. Bilimle ilgili habercilik faaliyetlerinde üç temel aktör bulunmaktadır: Gazeteciler, bilim insanları ve çoğunlukla üniversiteler olmak üzere bilimsel kuruluşlar. Bu çalışma kapsamında üç aktör arasındaki ilişkilerin boyutu ve dönüşümü, yeni medya araçlarının varlığı, gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla birlikte değerlendirilmiştir. Çalışma kapsamında literatür taraması ile ODTÜ'deki bilim iletişimi ve basın ilişkileri faaliyetlerinden yola çıkan ve tam katılımlı gözlem tekniğiyle edinilen bilgiler değerlendirilerek Türkiye özelinde bilim haberciliğine yönelik bir çerçeve sunulması amaçlanmıştır. Bu çerçeve üzerinden, yeni medya araçlarının bilim haberciliği üzerindeki değişime etkisi ile birlikte yukarıda anılan üç aktör arasındaki ilişkilere yardımcı olabilecek bazı öneriler geliştirilmeye çalışılmıştır. Çalışmada, bilimsel bilginin topluma ulaştırılmasında hem gazetecilere hem de bilim insanlarına sorumluluk düştüğü sonucuna ulaşılmıştır. Bilimsel bilgilerin dijital platformlardaki varlığının artması, bu ortamlardaki yanlış bilgilerin oranını veya yayılmasını azaltma potansiyeline sahiptir. Gazetecilerle bilim insanları arasında daha fazla etkileşim kurulması, bilimsel bilginin dijital ortamlarda daha fazla yer bulmasını ve bilimsel içerikli haberlerin artmasını sağlayabilir. Bu çalışmada, bilim gazeteciliğinde “daha fazla eğitim” yerine deneyim ve uygulamaya dayalı becerilerin geliştirilmesi önerilmektedir. Bilim insanları ve gazetecilerin birbirini yeterince tanımaması ve birlikte çalışma deneyiminin eksikliği yanlış beklentilere yol açmaktadır. Üniversiteler bünyesindeki basın büroları veya uygulama merkezleri, bu iki grup arasındaki iş birliğini güçlendirebilecek bir rol oynayabilir. Ayrıca iletişim fakülteleri, öğrencilerin bilimsel konularda haber yazma deneyimi kazanabilecekleri ortamlar sağlayabilir ve yeni medya araçları da bu iş birliğini kolaylaştırabilir.

**Anahtar Kelimeler:** bilim gazeteciliği, bilim insanları, üniversiteler, bilim iletişimi

# Toplumsal İletişim Özgürlüğüne Müdahalede Hukuksal Bir Araç: Yayın Yasakları İletişimsel-İlişkisel Yaklaşım Açısından Yayın Yasaklarının Meşruluğu Üzerine Bir Tartışma

Nurcan Törenli

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi

nurcantorenli@gmail.com

Ayçin Özoktay

Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi İletişim Fakültesi

aycin.ozoktay@gmail.com

## Özet

Günümüz demokrasilerinde gerek bireylerin ifade özgürlüğü gerekse medya kuruluşlarının basın özgürlüğü başta anayasalar, uluslararası sözleşmeler ve kanunlar olmak üzere devlet yaptırımına haiz normatif-hukuki düzenlemelerle güvence altına alınmıştır. Bu çalışmada yayın yasaklarının meşruluğu, salt hak ve özgürlüklerin sahibi ve kullanıcısı olarak tanımlanmış sùjelerin hukuki ilişkisi boyutunda değil; karşılıklı etkileşime 'eşit' hak ve özgürlükler temelinde giren (içerisinde devletin idari ve siyasi bürokrasisinin de yer aldığı) kamuların toplumsal ilişkileri boyutunu da içerecek biçimde tartışmaya açılmıştır. Ülkemiz mevzuatında da AİHM kararlarına "uygun" biçimde anayasal hak ve özgürlükler olarak yer bulan düzenlemelerin sağladığı güvence, soyut bir özgürlük tanımının içini doldurmaktan, daha doğrusu bu özgürlüğü kullanacaklar açısından sahip oldukları hakların ne olduğunu, neye yaradığını somutlaştırmaktan uzaktır. Başka bir ifadeyle söz konusu güvenceler iletişime özgü ilişkisel bir bakış yerine hukuk tekniğine özgü araçsal bir bakışla oluşturulmuş metinlerdir. Nitekim son yıllarda ülkemizde gerek kurumsal gerekse sosyal medya alanında sıkça örneklerini gördüğümüz yayın yasakları, söz konusu hak ve özgürlüklerin hangi bakış açısından ve hangi gerekçelerle sınırlandırıldığına dair soruları beraberinde getirmiştir. Özellikle sosyal medya gibi ilişkisel zaman ve mekânda doğrudan karşılıklı etkileşime olanak veren dijital platformlarda sıklıkla görülmeye başlayan yayın yasaklarının çağdaş demokrasilerin katılım, şeffaflık, hesap verebilirlik, adalet, hukukun üstünlüğü, keyfiyet yasağı, ölçülülük ilkesi gibi temel nosyonlarını boşa çıkarttığı apolitik bir iklimin oluşmasına da zemin hazırladığı görülmektedir. İletişim yazınında kitle iletişim araçlarının baskın olduğu (göreceli zaman ve mekân bağlamı) dönemde 'suskunluk sarmalı' olarak adlandırılan bu edilgen (pasif bireyler) durumun bugün geldiğimiz (ilişkisel zaman ve mekân bağlamı) noktada asıl çarpıcı yönü, toplumun gözünde hukukun eşitliğin-adaletin sağlayıcısı olmaktan çıkıp eşitsizliğin-adaletsizliğin meşrulaştırıcısı olmaya doğru dönüşüyor olmasıdır. Diğer bir deyişle böylesi bir dönüşümde yayın yasakları, halk nezdinde demokrasinin pratikte işlemeyen, hayalî bir rejim olduğu kanaatinin güçlenmesine, dolayısıyla da sıradan vatandaşlar için akılcı olan davranışın



himayeci-korumacı ilişkilere eklenmek (işini bilen-aktif birey) olduğu yolunda ortak bir kanaatin oluşmasına verdiği katkıdır. Bu bağlamında çalışmanın örnekleme, Anayasa'da hak ve özgürlüklerin "Kamu Güvenliği, Kamu Düzeni ve Kamu Sağlığı" başlıkları altında yer verilen genel sınırlandırma nedenleri gerekçe gösterilerek yayın yasağı getirilen altı çevrim içi haberden oluşmaktadır. Söz konusu haberler, iletişimsel-ilişkisel bir yaklaşımla yani salt hukuki ilişkinin tarafları nezdinde değil toplumsal ilişkinin tarafları nezdinde sahip oldukları bu haklara bağlanmış menfaatlerin çatışması temelinde örnek olay incelemesi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme sonucunda ulaşılan en önemli bulgu, kuvvetler ayrılığında kuvvetler birliğine dönüşen cumhurbaşkanlığı hükümet sisteminde devleti temsil eder hale gelen siyasal iktidarın, hukuki ilişkinin görünmeyen tarafı olarak himayeci-korumacı-kayırmacı ilişkileri yayın yasakları yoluyla hukuki ilişkinin görünen tarafları nezdinde meşrulaştırıyor olmasıdır. Başka bir deyişle söz konusu yasaklar üzerinden topluma belli bir siyasal tercih dikte edilmekte, bu anti-demokratik tutum normalleştirilmektedir. Sonuç olarak yayın yasaklarının hukuksal ve iletişimsel boyutlardaki çatışmalı ilişkisini ortaya koymak gazeteci ve toplum arasındaki ilişkiyi de sorgulamamızı sağlarken söz konusu ilişkinin tarafları arasındaki yabancılaşmayı da ortaya çıkaracaktır.

**Anahtar Kelimeler:** yayın yasakları, ifade ve basın özgürlüğü, toplumsal iletişim, meşruluk

## Dijital Söylemleri Etkileyen Beş Yanılsama ve İkiye Yarılmış Türkiye Toplumunu Üzerine...

Esra İlkay İşler

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi

esraketloglu@gmail.com

### Özet

Bu bildiride dijital mecralardaki söylemleri etkileyen beş yanılsama ile bireylerin algısının manipüle edilmesi üzerinde durulacaktır. Hakikat sonrası çağda, enformasyonun hızla aktığı bir iletişim ortamında iletişim uzmanı manipülatörler açısından yanılsamaları oluşturmak kasıtlı ve bilinçli bir eylem olmaktadır. Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de bireyin eleştirel sorgulamasının bozulması önemli bir toplumsal sorundur. Kişiler, politik gruplar veya alt kimlik üzerinden kendini tanımlayan topluluklar tarafından yanılsamalar yoluyla hakikatin karartılması ve bireylerin algılarını manipüle etmek etik değildir. Yanılsamalar algıları bozulmuş kişileri, algıları bozulmuş kişiler kalıplaşmış düşünceleri ve kalıplaşmış düşünceler ise toplumun klişelerle iletişime geçmesini getirmektedir. Bu durum, toplumsal çatışmaların X (eski adıyla Twitter), Instagram, TikTok, Facebook, web forumları gibi dijital ağlarda daha dramatik bir biçim kazanmasına neden olmaktadır. Bu bildiride, toplumun birbiriyle çatışan iki gruba yarıldığı temel varsayımından hareketle, sistemle uyumlu olan ve sistemi eleştirenlerin algılarındaki bozulmaya neden olduğu düşünülen beş

yanılsama sorgulanacaktır. Çalışmanın bu beş yanılsamayı kristalize etmek üzere hareket edeceği araştırma soruları şunlardır: 1) Bireylerin hatalı düşünmesinin kaynağı nedir? 2) Dez(mez)enformasyon veya yalan haberler hatalı düşünmeye neden olacak bir iletişim ortamını nasıl oluşturur? 3) Bir “reklam makinesi” olarak halkla ilişkiler bireylerin gerçek algısını manipüle edebilir mi? 4) Gerçek kamusal alan ile dijital kamusal alandaki söylemler neden farklıdır? 5) Gerçekler iletişim yoluyla nasıl karartılır? Türkiye’de ikiye yarılmış görünümü veren bu iki grubun retoriği hem gerçek hayattaki söylemlerine hem de dijital mecralarındaki söylemlerine yansımaktadır ve incelenmeye değer bir toplumsal yarılmayı görünür kıldığı için akademik olarak sorgulanması önemlidir. Çalışma, söz konusu sorunu beş kategori üzerinden, niteliksel olarak eleştirel fenomenoloji yöntemiyle inceleyecektir. Yanılsama kategorileri 1) Gerçek Bilgi Yerine Dezenformasyon ve Mezenformasyon 2) Reklam Makinesi ve Sosyal Medya Pazar Yerleri 3) Alternatif Dijital Kanalların Söylemi 4) Dijital Kamusal Alanı Gerçek Sanmak 5) Sansürün Özgürlükmüş gibi Sunulması ve *Gashlighting* olarak seçilmiştir. Çalışmanın kuramsal yaklaşımını Merleau-Ponty’nin zihin ve beden/nesnel dünya ve deneyimlenen dünya/dil ve ifade/tarih, politika ve doğa arasındaki ilişkileri açıklığa kavuşturmak için kullandığı algı sorunları kavramları oluşturacaktır. Çalışmanın araştırma birimi ampirik değil nitelikseldir; bu nedenle de her bir kategori için farklı literatürün taranmasını gerektirmiştir. İlk kategorideki yanılsamalar için Anadolu Ajansı’nın (AA) yıllıklarından taranan dez(mez)enformasyon haberleri ve aynı haberlerin farklı siyasal görüşlerden gazetelerde farklı çerçevelenmesine dair örnekler sunulacaktır. İkinci kategori için MIT Dijital Ekonomi Girişimi’nden Prof. Dr. Sinan Aral’ın sosyal medya üzerine niceliksel verileri ve analizi kullanılacak ve Türkiye’deki halkla ilişkiler ve reklam endüstrisinin kamu sektörüyle ilişkilerine dair bilgiler verilecek, üçüncü kategori için *Sınır Tanımayan Gazeteciler* ve *Reuters Enstitüsü*’nde yayımlanan Türkiye ile ilgili makaleler baz alınacaktır. Dördüncü kategori ve beşinci kategori için yerel yasa ve yönetmeliklerin sansür bağlamındaki rolleri sorgulanacaktır. Bu bildiride yapılan sorgulama, Türkiye toplumunun laik/seküler değerleri merkeze alanlar ve dini öğretimi/inançları merkeze alanlar olmak üzere iki temel gruba bölündüğü saptamasına ulaşmaktadır. Her iki grubun da kendi “biz”liğini diğeriyle düşmanlaştırarak kurması ve aynı tarzda iletişimsel yanılsamalara düşmesi bakımından ortaklaştığını iddia etmek mümkündür. Kuşkusuz yanılsamalar sadece beş kategori içinde değildir ancak kamuoyunda en çok tartışılan sorunlardan yola çıkılarak en önemli olduğu düşünülen bu beş kategori ortaya çıkmıştır. Ortak iyi ve faydaya, kırılğan değil olgun bir demokratik ortama ulaşmak için dijital mecralardaki tartışma kuşkusuz ki değerlidir. Sansürden daha kötü olan otosansürün normalleşmemesi gerekir. Bunun için de sansürün sistematikleştirilmesi gereklidir. Bu bildiri, iletişimsel yanılsamalar hakkındaki güncel sorunları akademik olarak tartışmak ve eleştirel olarak değerlendirmek amaçındadır.

**Anahtar Kelimeler:** yanılsama, söylem, algı, reklam makinesi, dezenformasyon

# Hakikat Sonrası Çağ'da Kamuoyu

**Bülent Özçelik**

Kapadokya Üniversitesi İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi

bulent.ozcelik@kapadokya.edu.tr

## Özet

Bu çalışmanın amacı, kamuoyunun hakikat sonrası çağın etkisiyle aldığı yeni biçimlenmeyi ortaya koymaktır. Hakikat sonrası tartışması etkilerini büyük oranda kamusal alan ve kamusal tartışma bağlamında göstermektedir. Kamusal alan ve kamusal tartışma, kamuoyunun oluşumunun temel mekânları ve araçlarıdır. Siyasetin medyaticleşmesinin yanı sıra kamusal tartışma da medya etkisiyle şekillenmektedir. Artık medya etkisinden, büyük oranda da internet medyasından bağımsız bir kamusal tartışma ve buna bağlı olarak kamuoyu mümkün görünmemektedir. Bu bağlamda bu çalışmanın temel amacı kamuoyunun yalan haber, eksik ya da çarpıtılmış bilgi, yanlış bilgi, yönlendirme, manipülasyon, dezenformasyon gibi etkenlerle nasıl bir biçim aldığına ortaya konulmasıdır. Kamuoyu, modern bir kavram olarak 20.yirminci yüzyılda araştırmaların konusu olsa da, kamusal tartışmadaki hakim görüşler bağlamında eski çağlara kadar götürülebilecek bir tarihe sahiptir. İnternet medyasının yükselişinin kamusal ve kamusal tartışma bağlamında ortaya çıkardığı sonuçlar, kamuoyu bağlamında da ortaya çıkmaktadır. Bu tartışmalar, günümüzde pek çok bağlamda merkezi bir etkiye sahiptir. Bu anlamda kamuoyunun yeni biçimine dair belirlemeler, siyasal iletişim bağlamında olduğu kadar bu konuyu doğrudan ilgilendiren pek çok konuda da önem taşımaktadır. Kamuoyunun temel belirleyicilerinden biri de kamusal tartışmada, yaşananların bilgisinden haberdar olmaktır. Günümüzde hakikat sonrası çağ olarak belirlenen çağın kamuoyu ile ilgili en büyük problemi, bir şeylerden haberdar olmanın sınırlarının ve etkilerinin belirsizleşmesidir. Günümüzde medya ve kamusal tartışma üzerinde en etkili olan unsurlardan biri de hakikatin değersizleşmesidir. Hakikatin yerini alan yalan/yanlış haberler ve manipülasyon, kamusal tartışmanın da nesnel verilere ve gerçekliklere bağlı olarak ortaya çıkmasını engellemektedir. Kamuoyunun basitçe olan bitenden haberdar olma üzerinden kurulduğu dünyanın yerini milyonlarca bilginin aktığı ve içinde neyin yer aldığına belli olmadığı, gerçekliği yalandan ayırt etmenin tümüyle imkânsızlaştığı bir “big data” yığını almıştır. Bu çağda kamuoyunun üzerinde duran zemin, onun varlık nedeni olan kamusal tartışmanın nesnel sorunlar ve hakikatlerden uzak olarak betimlendiği bir zemindir. Kamuoyu, yeni bir biçim almakta ve imkânsızlaşmakta, kamuoyunu nesnel sorunlar ve demokratik bir tartışma zemini üzerinden oluşturma tartışması artık gerçek bir mücadele alanı olmaktadır. Kamuoyu kaybedilmiştir ve yeni demokratik kamuoyunun oluşması büyük bir mücadeleyi gerektirmektedir. Yöntemsel olarak bu çalışmanın hazırlanmasında, öncelikle Türkiye’de kamuoyunun belirlenmesinde etkili olan birkaç tartışma seçilmiştir. Bu tartışma başlıkları, kamuoyunu özellikle hakikat sonrası çağın unsurlarını da taşıyarak belirleme

bağlamında tercih edilmiştir. Seçilen başlıklardan bazıları siyasal gündeme dair tartışmaları içermekte, diğer yandan toplumsal cinsiyet, istatistiki bilgilerin kullanımı, kamusal alanda dinsel etki bağlamında yapılan tartışmalar diğer başlıkları oluşturmaktadır. Yukarıda verilen örnekler üzerinden yürütülecek bir tartışmayla bir yandan hakikat sonrası çağda kamuoyunun aldığı yeni biçimler konusunda bazı çıkarsamalarda bulunulacak, bir yandan da bu tartışmanın demokrasi ve kamusal alanın temel sorunuyla ilişkisi irdelenecektir.

**Anahtar Kelimeler:** hakikat sonrası, kamusal alan, kamuoyu, kamusal tartışma

## Demokrasiye Ayna Tutmak: Özdüşünümsel Bir Demokrasinin Çağrıştırdıkları

İsmail Uğur Aksoy

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi

iuaksoy@ankara.edu.tr

### Özet

Eski Yunan'dan günümüzün çağcıl toplumlarına kadar süregelen tartışmalara konu olan uzun erimli, çok boyutlu, karmaşık ve muhtevası mütemadiyen değişip dönüşebilen demokrasi mefhumunun tarihsel süreçte mütecanis bir yapıda olmadığını referans alan bu tebliğ, demokrasinin demokratikleşme imkânlarına fikri bir patika açmak için demokrasinin özdüşünümsel bir biçimde değerlendirilmesi gerektiğini iddia etmektedir. Demokraside halkın (demos) kimden oluştuğu, yönetme erkinin nasıl olacağı ve demokrasinin kurumsallaşma sürecine dair mevcut tartışmaların özdüşünümsel bir şekilde yeniden yorumlanması gerektiğini savlamak bu çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Halk, yönetme erki ve demokrasinin kurumsallaşma süreci bu çalışmanın üç tipolojisini teşkil etmektedir. Sınıf, etnisite, sosyo-ekonomik statü, cinsiyet vb. faktörlerin tarihsel süreçte demos kimdir sualine verilen yanıtları farklılaştırması bu çalışmanın ilk içgörüsünü meydana getirmektedir. Yönetme erkinin doğrudan mı yoksa temsil aracılığıyla mı vuku bulacağı, temsil krizi karşısında demokrasinin katılımcı mı, müzakereci mi veya çatışmalı mı olacağına dair tartışmaların varlığının demokrasi yazınında güncelliğini koruması ve süregelen radikal demokrasi modellerinin geliştirilmesi çalışmanın ikinci içgörüsünü belirlemektedir. Demokrasinin yöneten-yönetilen ilişkisi etrafında bir iktidar formu mu olduğu yoksa eşitlik ve özgürlük başta olmak üzere birtakım değerleri ya da umdeleri mi yansıttığına dair süregelen tartışmalarsa bu çalışmanın üçüncü içgörüsünü oluşturmaktadır. 1970'lerden beri gerek sağ/muhafazakâr gerekse sol/Marksist akademik habituslarda karşılık bulan temsili demokrasinin yadsınamaz krizi, demokrasiye özdüşünümsel yaklaşmayı zorunlu kılmaktadır ki bu durum, çalışmanın sonuç mahiyetindeki ilk önerisini oluşturmaktadır. Niccolo Machiavelli'nin, siyasal olanı açıklarken kurucu itkisini belirleyen iktidar olmak ya da iktidarda kalmak vurgusunun mu yoksa Akıl Çağı, Fransız Devrimi vb. önemli tarihsel momentlerde bireye yüklenen

değerler ve tercihlerin mi çağcıl toplumda demokrasiyi dönüştürdüğü sorusuna özdüşünümsel bir yanıt aranması gerekliliği ise bu çalışmanın ikinci sonuç önerisini teşkil etmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** demokrasi, özdüşünümsellik, demokratikleşme

## **Gündem Belirleme/Karartma Pratiği Olarak Kullanıcı Türevli İçeriklerin Haberleştirilmesi**

**Halil Saç**

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi

halilssaac@gmail.com

**Nurcan Törenli**

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi

nurcantorenli@gmail.com

### **Özet**

Hangi ürünün/enformasyonun metalaştırılıp metalaştırılmayacağı noktasında karar verici konumdaki medya sermayedarları, ücretli çalışanlar nezdinde somutlaşan “gerekli emek zaman” oranını azaltmak ve “artık emek zaman” oranını (ve beraberinde kârı) arttırmak adına dijital platformlarda ortaya çıkan kullanıcı türevli içerikleri haber metasına dönüştürmektedir. Bu uygulama, M. E. Gimenez’in doğrudan iktisadi bağlama sahip “özkaynak kullanımı” (self-sourcing) açıklamalarından hareketle ortaya konan “gazetecilikte özkaynak kullanım” pratiklerinden biri olarak ele alınmaktadır. Ancak haber medyası, iktisadi olanların yanı sıra üstyapısal işlemlere de sahiptir. Dolayısıyla medya profesyonelleri tarafından ortaya konan içeriklerin haberleştirilmesinin ne tür ekonomi politik sonuçları beraberinde getirebileceği irdelenmeye değer bir sorunsal olarak belirlemektedir. Bu çalışmada medya sermayesinin iktisadi bir strateji olarak işe koştuğu kullanıcı türevli içeriklerin haberleştirilmesinin ekonomik ve siyasal içerikli haber üretimini nicel bakımdan artırıp artırmadığına ve böylelikle “gündem belirleme” paradigması bağlamında haber tüketicilerinin ekonomik ve siyasal temalara daha yoğun biçimde maruz bırakılıp bırakılmadığına yönelik öncül bulgular elde etmek amaçlanmaktadır. Bu kapsamda anaakım medya kuruluşları arasında yer alan ve örneklem olarak belirlenen hurriyet.com.tr ve milliyet.com.tr sitelerinin Instagram hesaplarının 24 Aralık 2023 ile 31 Aralık 2023 tarihleri arasında paylaştığı haberler/gönderilerin -nicel- içerik çözümlemesi yapılmıştır. Bu bağlamda öncelikle gönderilerin/haberlerin ne ölçüde kullanıcı türevli içeriğe dayandığı tespit edilmiştir. Daha sonra hem kullanıcı türevli içeriğe hem de doğrudan medya profesyonellerinden elde edilen enfomasyona dayanan haberler kaza, insan ilgisi, eğlendirici, doğa ve yaban hayatı, şiddet, hüznünlü olay/durum, ekonomi, şaşkırtıcı, polis-adliye, politika, spor, magazin, bilim, sağlık gibi kategorik başlıklar halinde kodlanmıştır. Böylelikle kullanıcı türevli içeriklere dayanan haberlerin kitleler

nezdinde ‘ekonomik’ ve ‘siyasal’ temaların önemini artırıp attırmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Analize tabi tutulan 97 Instagram gönderisinin/haberin 42’sinin (%43,3) kullanıcı türevli içerik, 55’inin (%56,7) kullanıcı türevli olmayan içerik olduğu tespit edilmiştir. Kategoriler bağlamında bakıldığında incelenen 97 gönderi arasında hüzünlü olay/durum (f: 17, %17,53), spor (f: 13, %13,4), polis-adliye (f: 10, %10,31) gibi kategoriler öne çıkarken ekonomi (f: 4, %4,12) ve politika (f: 1, %1,03) kategorileri geri planda kalmaktadır. Kullanıcı türevli içerikte temellenen 42 gönderiye bakıldığında ise hüzünlü olay/durum kategorisinin 9 (%21,45), doğa ve yaban hayatı, şiddet ve şaşırtıcı haber kategorilerinin 5’er (%11,9, toplamda %35,7), kaza, polis-adliye ve sağlık kategorilerinin 4’er (%9,55, toplamda %28,65), magazin kategorisinin 3 (%7,15), evcil hayvan kategorisinin 2 (%4,75), insan ilgisi kategorisinin 1 (%2,4) sıklığına sahip olduğu görülmektedir. Ekonomi, politika, spor gibi kategorilerde kullanıcı türevli içeriğe dayanan herhangi bir haber bulunmamaktadır. Kullanıcı türevli içeriğe dayanan haberler, kaza, şiddet, hüzünlü olay/durum gibi temaların toplam içerisindeki haber sayısını artırmaktadır. Öte yandan doğa ve yaban hayatı, evcil hayvan gibi haber temalarıyla tema sayısını zenginleştirmektedir. Kullanıcı türevli içeriklere dayanan haberlerle politika ve ekonomi dışındaki temalarda haber sayısının artırılmasının ve yeni temalarla çeşitlilik sağlanmasının kitlelerin gündeminin apolitik zemine kaydırılmasına sebebiyet verebileceğine dikkat çekilebilir. Nitekim örneklemedeki politika (f: 4) ve ekonomi (f: 1) kategorilerine ait haberlerin/gönderilerin tamamının kullanıcı türevli olmayan, yani haber medyası profesyonelleri tarafından üretilen haberler olduğu görülmektedir. Kullanıcı türevli içeriklerin haberleştirilmesiyle politika ve ekonomi temalarındaki haberlerin toplam içindeki oranının azaltılması, “gündem belirleme” paradigması açısından bakıldığında, kitlelerin onları ilgilendiren gerçek gündemlerden uzaklaştırılması olarak okunabilir. Bu durum, kitlelerin haber medyasından aldığı enformasyon ekseninde şekillendirdiği ve çeşitli biçimlerde demokratik pratikler üretmekte etkisi bulunan davranış biçimleri üzerinde negatif (apolitikleşmeyi artıran vb.) etkiler yaratabilir. Sonuç olarak haber medyasının kâr artırıcı iktisadi bir faaliyet olarak sürdürdüğü kullanıcı türevli içeriklerin haberleştirilmesi “gündem belirleme”den çok “gündem karartma” pratiğine dönüşmektedir. Ancak bu çalışmada anaakım medyaya ait kısıtlı sayıda haberin salt -nicel- içerik çözümlemesi bağlamında ele alınması kilit bir sınırlılık olarak belirmektedir. Dolayısıyla ilerleyen çalışmalarda hem anaakım hem de alternatif medya pratiklerine ait daha fazla miktarda haber, nicel analizlerin yanı sıra aktörler ve söylemler gibi bağlamlarda eleştirel çözümlemelere tabi tutulabilir. Böylelikle medyanın sahiplik yapısı ve iktisadi ereklere ile “gündem belirleme” veya “gündem karartma” pratikleri arasındaki ilişki daha kapsamlı biçimde aydınlatılabilir.

**Anahtar Kelimeler:** kullanıcı türevli içerik, özkaynak kullanımı, gündem belirleme, gündem karartma, haber

## Yankı Odası Araştırmasının Yeniden Test Edilmesi: Türkiye’deki Sosyal Medya Ortamı İçin Bir Değerlendirme

Çağatay Burcu

Bağımsız Araştırmacı

cağatayburcub@gmail.com

### Özet

Yankı odası, günümüz dijital dünyasında medya ve siyaset araştırmalarında oldukça önemli bir kavram haline gelmiştir. Kavramın bu denli önemli olmasının sebeplerinden biri, yankı odalarının, bireylerin mevcut görüşlerini pekiştirdiği ve farklı görüşlere kapalı bir medya tüketimi alışkanlığı geliştirdiği fikridir. Bu durum, siyasal kutuplaşma, bilgi parçalanması, yanlış bilgi ve dezenformasyon gibi çağdaş sosyal ve siyasi sorunların temelinde yankı odalarının bulunabileceği düşüncesine dayanır. Ancak yankı odası kavramının sınırları ve tanımı araştırmacılar arasında yoğun tartışmalara yol açmış, kavramın etkisi üzerine yapılan çalışmalar ise çelişkili sonuçlar ortaya koymuştur. Bazı araştırmalar yankı odalarının etkili olduğunu savunurken bazıları ise bu etkinin abartıldığını iddia etmektedir. Bu çalışmada yankı odası kavramının Türkiye’deki sosyal medya kullanıcıları bağlamında yeniden test edilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada çevrimiçi anket yöntemi kullanılmış ve Türkiye’deki sosyal medya kullanıcılarının siyasi haber tüketim alışkanlıkları, medya çeşitliliği ve siyasi ilgi düzeyleri incelenmiştir. Tezde kullanılan anket, 810 katılımcı ile gerçekleştirilmiş ve katılımcıların medya kullanım alışkanlıkları, sosyal medya platformları arasındaki farklılıkları ve siyasi kutuplaşma eğilimleri üzerine bulgular sunulmuştur. Türkiye bağlamında yapılan bu çalışmada, katılımcıların medya çeşitliliği ve siyasi ilgisinin yüksek olduğu gözlemlenmiş ancak bu durumun yankı odalarının etkisini tamamen ortadan kaldırmadığı sonucuna varılmıştır. Araştırmanın temel bulgularından biri, Türkiye’de ağ kutuplaşmasının düşük ya da sınırlı düzeyde etkili olduğu ancak görüş kutuplaşmasının oldukça yüksek olduğu yönündedir. Ağ kutuplaşmasının düşük olmasının sebebi, katılımcıların yüksek medya çeşitliliğine sahip olması ve farklı haber kaynaklarını sıklıkla kullanmalarındır. Katılımcılar, arkadaşlarının sosyal medyadaki siyasi paylaşımlarını onaylamamış, siyasi haberlerin doğruluğu konusunda duyarlılık göstermişlerdir. Ancak görüş kutuplaşmasının yüksek olduğu gözlemlenmiştir; katılımcılar nadiren siyasi görüşlerini değiştiren haberlerle karşılaşmış ve mevcut siyasi görüşlerini pekiştiren haberlere maruz kalmışlardır. Bu durum, yankı odalarının hala önemli bir kavram olduğunu göstermektedir. Çalışmada öne çıkan diğer bir bulgu ise düşük homofili (aynı türlük veya benzerlik yatkınlığı) etkisidir. Katılımcılar, sosyal medya arkadaşlarının siyasi içerikli paylaşımlarını onaylamama eğilimindedir. Bu durum, çevrimiçi ortamlarının homojen olmadığını göstermektedir. Siyasi ideolojiler açısından incelendiğinde ise sosyal demokrat ve sosyalist katılımcıların arkadaşlarının siyasi içerikli paylaşımlarını onaylama eğiliminde oldukları ortaya çıkmıştır. Ayrıca katılımcıların haber detaylarını okuma motivasyonlarında haberin ilgi çekiciliği ve viral olma durumu öne çıkmıştır. Katılımcılar, haber kaynağını

seçerken güvenilirlik ve bilgilendirici olma özelliklerine dikkat etmişlerdir. Bu da katılımcıların sahte haberlere karşı duyarlı olduklarını göstermektedir. Katılımcıların başlıca haber kaynakları sosyal medya platformları ve internet haber siteleri olmuştur. 50 yaş üstü bireyler televizyon ve gazeteleri tercih ederken 50 yaş altı bireyler daha çok sosyal medya ve internet haber sitelerini kullanmaktadır. Bu çalışma, yankı odası kavramının Türkiye bağlamında yeniden test edilmesini ve sonuçların ulusal ve uluslararası literatüre katkı sağlamasını hedeflemektedir. Türkiye’de medya ve siyaset ilişkisini daha iyi anlamak için yankı odalarının varlığı ve etkileri araştırılmış, bu bağlamda siyasi kutuplaşmanın yankı odalarıyla nasıl etkileşimde olduğu incelenmiştir. Ayrıca Türkiye’nin özgün medya yapısının, uluslararası yankı odası araştırmalarıyla karşılaştırılabilecek veriler sunması amaçlanmıştır. Bu çalışma, yankı odası kavramının ölçülmesi ve kavramsallaştırılması konusunda yeni yaklaşımlar getirmekte ve Türkiye gibi farklı medya yapısına sahip ülkelerde kavramın daha derinlemesine incelenmesine yönelik bir adım niteliği taşımaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** yankı odası, siyasi ilgi, medya çeşitliliği, ağ/fikir kutuplaşması, Türkiye

## Sosyal Medya ve Suç Korkusu Üzerine Bir Araştırma

**Ceren Şahin**

Hasan Kalyoncu Üniversitesi İletişim Fakültesi  
ceren.sahin@hku.edu.tr

**Gül Rengin Küçükerdoğan**

Hasan Kalyoncu Üniversitesi İletişim Fakültesi  
grenjin.kucukerdogan@hku.edu.tr

### Özet

Toplumun oluşması ve mevcudiyetini sürdürmesi bağlamında önem taşıyan iletişim, yaşanan teknolojik gelişmelerle ve artan nüfus ile beraber kitleleşmiştir. Modern toplumda herkesin kolaylıkla ulaşabileceği kitle iletişim araçları, gündem hakkında kitleleri bilgilendirmenin yanında bireylere bakış açısı kazandırmak veya onları yönlendirmek bağlamında da önemlidir. Günümüzde web teknolojisinde yaşanan gelişmelerle sosyal medya platformları da bireyin iletişim kurması ve dünyadan haberdar olmasında etkin rol oynamaktadır. Hedef kitlenin hem geleneksel medya hem de sosyal medyada suç ve korku unsurları ile karşılaşabileceği gibi sosyal medyada da maruz kalabileceği cinsel taciz, hakaret, müstehcenlik, iftira, şantaj gibi siber suçlar mevcuttur. Bu sorundan hareketle araştırmanın amacı, sosyal medya kullanıcılarının bu mecralarda hangi suçlardan korktuklarını tespit etmek ve buna ilişkin aldıkları önlemleri belirlemektir. Öte yandan suç korkusu bağlamında kadın ile erkek arasındaki kaygı farklılıklarının belirlenmesi de araştırmanın amaçları arasındadır. Çalışma kapsamında etik



ilkeler göz önünde bulundurularak ve bilimsel araştırmanın gerekliliği olan “sınırlama” ilkesi kapsamında sosyal medyada en yoğun kullanılan mecralardan Instagram’a odaklanılarak evrenden rastgele seçilen 18 yaşından büyük 10 kadın ve 10 erkek katılımcı, örneklemimizi oluşturmuştur. Çalışmanın yöntemi ise derinlemesine mülakattır. Söz konusu 10 erkek ve 10 kadın katılımcı ile yapılan görüşmeler sonucunda ise suç korkusunun cinsiyet, yaş ve medeni duruma göre farklılık gösterdiği tespit edilerek katılımcıların cevaplarından hareketle bulgular iki ana kategoride incelenmiştir. Bu kategoriler ise “sosyal medya kullanımı” ve “sosyal medyada suç korkusu”dur.

**Anahtar Kelimeler:** suç korkusu, sosyal medya, korku kültürü

## **Tek Parti Rejiminden Tek Parti İktidarına Uzanan Bir Slogan: “Yeter Söz Milletindir”**

**Reyhan Ünal Çınar**

Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi

reyhannal@gmail.com

### **Özet**

Cumhuriyet’in 100. yılına girerken yapılan 2023 genel ve cumhurbaşkanlığı seçimi, Türkiye’nin demokratik rejimden çıkarılıp otoriter bir rejimin konsolidasyonuna sokulmasında kritik bir eşik olarak görülüp görülemeyeceği tartışmalarını da beraberinde getirmiştir. Öte yandan 2023 seçimleri bu kritik niteliklerinin yanı sıra başka ilginç bir özelliği daha barındırmaktadır. O da muhalif kesimler tarafından her geçen gün ülkeyi otoriter bir rejime daha fazla sürüklediği iddia edilen Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) iktidarının seçim kampanyasında “Yeter Söz Milletindir” sloganını kullanmasıdır. Selçuk Mılar tarafından 1946 genel seçimlerinde muhalefet partisi Demokrat Parti’nin (DP) kullanması için afiş olarak görselleştirilen söz konusu slogan, 1950 seçimlerinde de kullanılarak Türkiye’nin otoriter tek parti rejiminden çok partili hayata geçişinin, dolayısıyla demokratikleşme sürecinin sembolü olmuştur. Bu çalışmada otoriter bir rejimden kusurlu da olsa demokratikleşme sürecine geçişin sembolü haline gelen sloganın, Türkiye’de otoriter rejimi konsolide etmekle itham edilen bir iktidar tarafından nasıl ve neden yeniden kullanıldığı analiz edilerek Türkiye’nin gelecek olası bir demokratikleşme süreci adına iktidar, siyasi ve toplumsal muhalefet ile medyanın nasıl bir yol haritası izlemesi gerektiği tartışılacaktır. Daha açık bir ifadeyle çalışma, otoriter bir rejimden kusurlu demokrasiye ve kusurlu demokratik bir rejimden otoriterleşmeye geçiş gibi iki farklı dönem üzerinden Türkiye’de demokrasinin neden yerleşikleşemediği ve kurumsallaşmadığı üzerine özdüşünümsel bir eleştiri okuması yapmak ve demokratik bir rejim için ne yapılması ve yapılmaması gerektiğini tartışmaya açmak amaçındadır. Buradan hareketle çalışma 1945-1950 yılları arasında Cumhuriyet Halk Partisi’nin (CHP) iktidarda olduğu seçim dönemi ve 2015-2023 yılları arasındaki AKP iktidarı dönemi olarak iki bölüm halinde ele

alınacaktır. Birinci dönem, Türkiye'nin çok partili hayata geçiş denemelerinin yapıldığı bunun sonucunda görece adil ve serbest bir seçim yapılarak 1950'de yapılan seçimler neticesinde otoriter tek parti rejiminin sona erdirilmesine hizmet etmişken ikinci dönemin 2015 yılından başlatılmasının nedeniyse Haziran 2015'te yapılan genel seçimlerin Türkiye'de son adil ve serbest seçimin yapıldığı tarih olmasıdır. Otoriterleşmenin bir süreç olduğu ve bu manada 2013 Gezi Direnişi, 17-25 Aralık Yolsuzluk Soruşturmaları, 2014 Cumhurbaşkanlığı seçimi gibi önemli tarihlerin otoriterleşme sürecine hizmet ettiği kabul edilmekle birlikte adil ve serbest seçim ilkesinin bir kırılma noktası olarak ele alınmasının nedeniyse Türkiye gibi demokrasinin kusurlu bir biçimde işlemesine rağmen, seçimleri adil ve serbest bir biçimde gerçekleştirebilmiş olmasıyken, yukarıda da ifade edildiği gibi 7 Haziran 2015 seçimlerinin ardından demokratik nitelikten de vazgeçilmiş olmasıdır. Buradan hareketle birinci dönem, otoriter pratiklerde bir gevşeme olduğu ve fakat bunun demokratikleşmeye hizmet etmediği iddiası üzerinden 1945-1947 yılları arası ve 1947 --12 Temmuz Beyannamesi sonrası-- -1950 yılları arasındaki sürecinse görece bir demokratikleşme süreci olduğu üzerinden iki dönem halinde incelenecektir. İkinci dönemse ilk etapta 2015 genel seçimlerinden itibaren yaşanan hukuksuzluklar, ardından 2017 referandumu sonucu yaşanan fiili hukuksuzlukların hukukileştirilmesine hizmet etmesi bakımından Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'yle (CBHS) otoriterizmi daha da kurumsal hale getirilen yasal düzenlemeler ele alınacaktır. Bu bağlamda bu çalışmanın yöntemi nitel bir araştırma yöntemi olan karşılaştırmalı tarih olarak belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** CHP, AKP, otoriter tek parti rejimi, demokratikleşme, otoriterleşme

# Türkiye'nin Amerikanlaşma Serüveni: İncirlik Hava Üssü'nün Adana'da Gündelik Yaşama Etkileri ve Habitusun Dönüşümü

Dilan Kızılyıldız

Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

dilan.kzlyldz@gmail.com

## Özet

İkinci Dünya Savaşı'nın ardından dünya, ABD ve SSCB'nin baş aktörleri olduğu iki kutuplu bir düzene geçmiştir. Bu dönemde ABD, Sovyet yayılmacılığını gerekçe göstererek birtakım önlemler almış ve bu çerçevede çeşitli politikalar geliştirmiştir. Bunlardan biri olan askeri üsler, yalnızca askeri bir strateji olmanın ötesinde kıta dışında Amerikan hegemonyasının kurulmasının fiziki imkanlarını sağlamıştır. Bir başka ifadeyle askeri üsler ağı üzerinden Amerikan değerleri, yaşam tarzı ve kültürünün yayılması mümkün hale getirilmiştir. Bu "yeni dünya düzeni" Türkiye'yi de Amerikan etki alanına çekmiş ve Demokrat Parti'nin iktidara gelmesiyle 1950'li yıllarda Amerikancı politikalar yoğunlaşmıştır. Türkiye'nin 1952'de NATO'ya üye olmasıyla birlikte ülkede birçok Amerikan askeri üssü kurulmuştur. Bu üslerden en önemlisi Adana'da bulunan İncirlik Hava Üssü'dür. Bu üssün açılmasının ardından birçok Amerikalı personel, aileleriyle birlikte Adana'da ikamet etmeye başlamıştır. Şehirde Amerikalı nüfusunun artması kaçınılmaz olarak ekonomik, kültürel ve gündelik hayatta birtakım dönüşümlerin yaşanmasına neden olmuştur. Bu çalışmanın amacı, İncirlik Üssü'nün Adana'da sosyal ve kültürel yapıyı nasıl dönüştürdüğünü Bourdieu'nun habitus kavramsallaştırması çerçevesinde analiz etmektir. İnsan eyleminin kaynağının ne olduğu sorunsalı çerçevesinde geliştirilen habitus kavramı, bilişsel ve bedensel düzeydeki kolektif yatkınlıklar olarak ele alınır. Sınıfa özgü bir kavram olması nedeniyle habitus, bireyin sınıfsal aidiyeti çerçevesinde deneyimledikleriyle oluşan yapılanmış yapılar olarak karşımıza çıkmaktadır. Habitusu şekillendiren, nesnel yaşam koşullarıdır. Nesnel yaşam koşullarında meydana gelen değişimler ise kaçınılmaz olarak habitusun da dönüşmesine yol açacaktır. Bu çalışmada, İncirlik Hava Üssü'nün yol açtığı ekonomik, sosyal ve kültürel etkileşimlerin Adana'da yerel halkın bilinç ve davranış örüntülerinde yarattığı dönüşüm ele alınmıştır. Bir başka ifadeyle, yerel halkla temas halinde yaşayan Amerikan askerlerinin ve ailelerinin, yerel halkın yaşam tarzını ve kültürel kodlarını nasıl dönüştürdüğü incelenmiştir. Çalışma, Soğuk Savaş yıllarında Türkiye'nin Amerikanlaşma politikalarının yerel ölçekteki etkilerinin açığa çıkarılması açısından önem taşımaktadır. İncirlik Üssü'nün Adana'daki varlığı, Amerikan kültürünün şehre doğrudan girmesini ve şehrin hızlıca modernleşmesini sağlamıştır. Yerel halkın Amerikan yaşam tarzı ve değerleriyle doğrudan temas etmesi gündelik yaşamı birçok yönüyle dönüştürmüştür. Bu çalışmada, söz konusu dönüşümlerin yerel basına nasıl

yansıdığı izi sürülmüş ve bu kapsamda dönemin yerel gazetelerinden Yeni Adana ve Bugün gazeteleri (1950-1960) incelenmiştir. Söz konusu gazetelerde yayımlanan haberler, köşe yazıları ve reklamlar, Amerikan askerlerinin şehirdeki varlığının etkilerinin ve habitus üzerindeki yansımalarının takip edilmesi açısından önem teşkil etmektedir. Çalışma neticesinde elde edilen bulgular, İncirlik Hava Üssü'nün varlığının Adana'nın ekonomik, sosyal ve kültürel yapısını derinden etkilediğini göstermiştir. Üssün varlığının sağladığı ekonomik canlanmayla beraber yerel halkın tüketim ve eğlence anlayışında ve giyim-kuşamında ciddi dönüşümler ortaya çıkmıştır. Gazetelerde sıklıkla Amerikan mallarının reklamları, Rock'n Roll ve Twist gibi dans ve müzik türlerinin yapıldığı eğlence mekânlarının tanıtımları ve İngilizce dil kurslarının ilanlarıyla karşılaşmıştır. Söz konusu gazetelerde Amerikalı film yıldızlarının, manken veya dansçıların yaşantılarının sıklıkla yer bulduğu gözlemlenmiştir. Kadınlara nerede nasıl giyinmeleri gerektiğini salık veren köşe yazılarında veya yılbaşında yerel halkın nasıl eğlendiğine dair haberlerde Amerikan etkisi açıkça görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Amerikanlaşma, Adana, habitus, gündelik yaşam

## **“Türkistan Koleksiyonu” ve Orta Asya Türk Halklarının Çarlık Rusyası'nın Resmi Basını Tarafından Sömürgeleştirilmesi Politikası**

**Myrzantay Zhakyp**

Manash Kozybayev Kuzey Kazakistan Üniversitesi

mkzhakyp@ku.edu.kz

### **Özet**

Çarlık Rusyası'nın sömürge politikalarının temel hedefi, Kazak bozkırları gibi yerel Türk halklarının yaşadığı geniş coğrafi alanlar üzerinde ekonomik hâkimiyet kurmaktır. Rus hükümeti, ayrıca Türkistan bölgesinde yaşayan halkların zihninde kölelik duygusunu aşılama ve onların manevi yaşamlarını değiştirmeyi amaçlamaktaydı. Bu bağlamda uygulanan Ruslaştırma politikası, geleneksel İslam dinine bağlı Türk kökenli bireylere Hristiyan dini ayinlerini dayatmayı, vaftiz etmeyi ve mümkün olduğunca ana dillerini unutturmaya içeren devlet politikaları arasında yer almaktaydı. Sömürge yönetiminin hedeflerine ulaşmanın yollarından biri, Kazak bozkırları da dâhil olmak üzere Orta Asya ülkelerinin siyasi, ekonomik, tarihî ve etnografik açıdan incelenmesiydi. Türk halkları üzerine araştırmalar yapmak ve bu alandaki bilimsel çalışmaların bibliyografik indeksini oluşturmak, Çarlık Rusyası'nın öncelikli ihtiyaçlarından birini oluşturuyordu. Çarlık Rusyası'nın silahlı kuvvetleri tarafından fethedilen Kazak bozkırları, Kokan Hanlığı ve Bukara Emirliği kontrolündeki bölgeler birleştirilerek 1867 yılında Türkistan Umumi Valiliği kurulmuştur. Sırderya ve Zhetisu bölgeleri de bu valiliğe dâhil edilmiştir. Rus mühendis-general ve St. Petersburg Bilimler Akademisi'nin fahri üyesi olan Konstantin Petrovich Kaufman (1818-1885), Çarlık Rusyası hükümeti tarafından Türkistan'ın ilk Genel Valisi olarak atanmış ve Orta Asya'nın fethi sırasında Rus ordusuna liderlik etmiştir. Kaufman, sürekli olarak kolonizasyon önlemlerini uygulamıştır. Askeri, politik-

ekonomik ve sosyal-manevi sömürgeciliği sıkı bir şekilde elinde bulunduran Türkistan bölgesinin ilk genel valisi K.P. Kaufman, 1867 yılında St. Petersburg'a giderek Taşkent'te bir halk kütüphanesi açmayı kabul etmiştir. Kaufman, ünlü Rus bibliyografya yazarı V.I. Mezhov'a Orta Asya ile ilgili literatürün bir listesini yapma talimatını vermiştir. O dönemde kalıcı olarak Çarlık Rusyası'nın başkentinde yaşayan V.I. Mezhov, ülke topraklarında yayımlanan tüm kitap, gazete ve dergileri izleme fırsatı bulmuştur. V.I. Mezhov, Orta Asya ve komşu ülkelerle ilgili tüm yayınları satın almaya, bu içerikteki temel eserlerin yanı sıra süreli yayınlarda yayımlanan makaleleri de toplamaya başlamıştır. Böylece Orta Asya halklarının Rusya'da yaşadığı 1917 Ekim Devrimi öncesindeki yaşamlarını araştıran akademik çalışmalar için değerli bilgilerin toplanmasının temeli atılmıştır. Türkistan bölgesi halklarının tarihi, ekonomisi, etnografyası, botanığı, arkeolojisi, jeolojisi, yaşam tarzı ve kültürü ile ilgili dünya genelinde yayımlanan gazete, dergi ve kitap malzemeleri bu koleksiyonda toplanmıştır. V.I. Mezhov'un ardından "Türkistan Koleksiyonu"nun derlenmesine, Orta Asya uzmanı N.V. Dmitrovsky, etnograf A. A. Divaev, Türkistan halk kütüphanesi başkanı I. P. Zykov, oryantalist bilim adamı Yu. F. Bonch-Osmolovsky ve bilim insanları A. A. Semenov ve E. K. Better gibi isimler katkıda bulunmuştur. Bu sayede, Türkistan bölgesinin Çarlık Rusyası 1917 Ekim Devrimi öncesi hayatını konu alan toplam 10 bin 710 kitap, gazete ve dergi yazısı toplanmış, "Türkistan Koleksiyonu" 594 ciltten oluşmuştur. Sömürgeleştirme politikaları, yalnızca askeri ve ekonomik stratejilerle sınırlı kalmamış, aynı zamanda kültürel ve ideolojik araçların kullanımıyla da derinleşmiştir. Bu bağlamda, Türkistan Koleksiyonu gibi yayınlar, Orta Asya'nın sosyal ve kültürel yapısını dönüştürmeyi hedeflemiş, bölgedeki halkların geleneksel değerlerini ve kimliklerini zayıflatmaya çalışmıştır. 594 ciltlik "Türkistan Koleksiyonu"nun bilimsel incelemesi kapsamında ulaşılan bilimsel ve teorik sonuçlar şunlardır:

- "Türkistan Koleksiyonu"nda Rus süreli yayınlarının tarihine dair birçok yeni bilgi elde edilmiş ve basın tarihi üzerine bilimsel araştırmalar gerçekleştirilmiştir.
- Koleksiyonda, Kazak halkının etnografyası, tarihi eserleri ve Kazak bozkırlarındaki yer adlarına dair bilimsel olarak sistematik hale getirilmiş yeni bilgiler listesi oluşturulmuştur.
- "Türkistan Koleksiyonu"nun ideolojik faaliyetinin basın aracılığıyla belirlenmesi, Çarlık Rusyası'nın Kazak bozkırlarını sömürgeleştirme politikasının boyutunu kanıtlamaktadır.
- Ayrıca, koleksiyonda yer alan basında Kazak halkının sosyal durumu, Kazak topraklarının maden zenginliği, doğa olayları ve diğer konular hakkında yazarların sömürgeci tutumları ve yazılarındaki pozisyonları değerlendirilmiştir. Bu çalışmada, "Türkistan Koleksiyonu"nun Orta Asya Türk halkları üzerindeki Çarlık Rusyası'nın resmi basın politikaları çerçevesinde nasıl bir sömürgeleştirme aracı olarak kullanıldığı incelenecektir. Özellikle Çarlık hükümetinin sansürünün "Türkistan Koleksiyonu"nda yer alan Çarlık Rusyası üzerindeki etkisi incelenecektir. Ayrıca, "Türkistan Koleksiyonu"nun Çarlık Rusyası'nın Kazak bozkırlarını sömürgeleştirme politikasındaki ideolojik rolü değerlendirilecektir. Çarlık Rusyası araştırmacılarının Kazak ve diğer Türk halkları hakkındaki gazetecilik yayınlarındaki tarihsel verilerle karşılaştırmalı bir analiz gerçekleştirilecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Türkistan Koleksiyonu, Çarlık Rusyası, Orta Asya halkları, sömürge politikası, dil ve din değiştirme

# **Türkiye’deki Gazetecilik Rejiminde Biçimsel Tabiiyetten Gerçek Tabiiyete Geçiş: 1990’lı Yıllar ile 2000’li Yıllar Arasında Bir Karşılaştırma**

**Ezgi Kaya Hayatsever**

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi

ezgi.ky@gmail.com

## **Özet**

Bu bildiri, Türkiye’deki gazetecilik rejiminde gazeteci emeğinin sermayenin tabiiyeti altına girme biçimlerini, farklı dönemlerde gazeteci emeği ile medya sermayesi arasındaki ilişkiye eğilerek irdelemektedir. Bildiri, medya yapılanmasının dönüşümüyle gazetecilik mesleğinde yaşanan bu değişimleri, gazetecilik rejimi kavramıyla analiz etmeyi önermektedir. Bu çerçevede gazetecilik rejimi, özgün haber üretimi yapan medya kuruluşlarında çalışan gazetecilerin emek sürecini şekillendiren sömürü ve tabiiyet mekanizmalarını ifade eden bir kavram olarak kullanılmaktadır. Bildirinin ana argümanı, 1990’lı yıllardaki deregülasyon, serbestleşme ve ticarileşme süreçleriyle sermaye tarafından biçimsel tabiiyet altına alınmış olan gazeteci emeğinin, 2000’li yıllardaki dijitalleşme ve platformlaşma süreçleriyle birlikte de, yine bu dönemde medya sermayesinin başkalaşmış formları tarafından gerçek tabiiyet altına alındığıdır. Basından medyaya, medyadan da platforma geçiş süreçleri, gazetecilik üzerindeki sermaye boyunduruğunun giderek güçlendiğine işaret etmektedir. Özellikle 2000’li yıllarda şekillenen dijital gazetecilik rejimiyle beraber gazetecilerin emek sürecinin, haber kuruluşlarının görünürdeki bağımsızlaşmasına rağmen sermayenin görünmezleşen boyunduruğuna karşı daha savunmasız hale geldiği söylenebilir. Bildiri gazetecilerin emek sürecinin tabiiyet altına alınması sürecinin iki farklı aşamasını iki farklı döneme konumlandırmaktadır. Birinci aşama olan biçimsel tabiiyetin inşası, basın ortamının ve gazetecilik yapılarının 1990’lı yıllardaki dönüşümüyle yaşanmıştır. Türkiye’de 1990’lı yıllarda kamu yayıncılığı alanında yaşanan deregülasyon ve liberalizasyon süreçleri, gazetecilik mesleğinin icra edilme koşullarını da dönüştürmüştür. Bu dönemde Türkiye’deki basın kuruluşları sermaye sınıfıyla bütünleşmiş, emek-sermaye çatışmasında bağımsız ve tarafsız kurumlar olmaktan çıkarak sermaye aygıtları biçimini almaya başlamışlardır. Literatürde “basından medyaya geçiş” olarak anılan bu süreç içinde gazete ve dergi formatında yayın yapan küçük ölçekli kuruluşlar, büyük medya sermayesi tarafından inşa edilen büyük ölçekli yapılara dahil olarak erimişler veya piyasadan silinmişlerdir. Bu kuruluşlardaki gazeteciler ise mesleklerini, yükselen bir birikim alanı olan medya sektöründe faaliyet göstermeye başlayan sermaye grupları kontrolündeki kurumlarda devam ettirmişlerdir. İkinci aşama olan gerçek tabiiyetin inşası ise 2000’li yıllarda gerçekleşmiştir. Bu yıllarda bir taraftan medya sermayesinin AKP’nin doğrudan müdahalesiyle yeniden şekillendirilme süreci, diğer taraftan ise haberin dijital olanaklar aracılığıyla üretilir ve dağıtılır hale gelmesi, gazetecilerin emek sürecini de yeniden yapılandırmıştır. Gazetecilerin

istihdam ve çalışma koşulları, haber üretim süreci üzerindeki tasarruf ve denetimleri, meslek pratiklerindeki özerklik imkanları ile örgütlenme biçimleri dönüşüme uğramıştır. Bu bildiri, gazetecilerin emek sürecinde yaşanan bu dönüşümleri gazetecilik rejimi kavramıyla ilişkilendirdiği üç boyutta ele almakta ve bahsedilen iki dönemde bu üç boyutta yaşanan dönüşümleri karşılaştırmaktadır. Birinci boyut, gazetecilerin emek sürecindeki özerklik ve müdahale diyalektiğidir. Bu iki dönemde hem haber üretimine müdahalenin biçimleri değişmiş hem de gazetecilerin bu müdahalelere karşı mesleki faaliyetlerindeki özerkliklerini korumak için işletebildikleri mekanizmalar dönüşmüştür. İkinci boyut, gazetecilerin emek sürecinde ihtiyaç duyulan vasıfların niteliğine dair dönüşümdür. Bu iki dönem de bu vasıfların kapsamında ciddi değişimlere tanıklık etmiştir. Üçüncü boyut ise gazetecilerin emek sürecinde görünür hale gelen rekabet ve kolektivite örüntüleridir. Bu örüntüler, gazetecilerin sermayenin haber üretimi süreci üzerinde kurduğu boyunduruğa hangi ölçekte ve hangi araçlarla karşı çıkabildiğine ve alternatif oluşturabildiğine işaret etmektedir. Bahsedilen iki dönemin bu üç boyut üzerinden karşılaştırılması, Türkiye’de gazeteciliğin hem gelecekteki yönelimlerinin belirlenmesine hem de bu yönelimlerin tarihsel dayanaklarının açığa çıkmasına katkı sağlayacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** gazetecilik rejimi, biçimsel tabiiyet, gerçek tabiiyet, emek süreci

## **Bir(kaç) Trakya Köyünde Feminist Dijital Medya Etnografisi: Alandaki Güç İlişkileri Üzerine Oto-Etnografik Notlar**

**Feride Güner**

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi

ferideguner59@gmail.com

### **Özet**

Bu çalışmada, 2022 yılının Haziran ve Eylül ayları arasında, Tekirdağ’ın bir(kaç) köyünde yürüttüğüm ve doktora tezimin konusu olan dijital medya etnografisi üzerine, kendi alan tecrübemi merkeze alarak yeniden düşünüyorum. Üç ay sahada kalarak köylü kadınların gündelik hayatında dijital medyanın yerini, anlamını ve yaygınlığını onlarla beraber anlamaya, gündelik hayatı onlarla birlikte deneyimlemeye çalışmanın oto-etnografik sonuçlarını aktarmayı amaçlıyorum. Bunun için feminist bir özdüşünümsellik çabasını işler kılmaya çalışıyorum. Medya ve iletişim alanında özdüşünümsellik tartışmalarının yetersizliği göz önünde bulundurulduğunda; sahadaki güç ilişkileri ve araştırmacının kendi kimliğinin sonuçları üzerine daha fazla eğildiği özdüşünümsel bir angajmanı söz konusu alana yerleştirmenin önemi ortada gözükmektedir. Bu çalışmada şu sorulara yönetsel bir işlerlik kazandırmayı amaçlıyorum: Alandayken hangi güç ilişkileri içerisinde yer aldım? “İçeriden” ve “dışarıdan” olma arasında salındığım bir sahada ne gibi ikilem ve metodolojik zorluklarla mücadele

ettim? Hangi varsayımlar alanda işlemedi? Sahada beni dönüştüren hatalar nelerdi? Sahaya, yıllar önce hikâyesi araştırma yürüttüğü mekânlardan geçmiş, uzun yıllar oradan uzakta, orta sınıfa özgü bir yaşam tarzı içerisinde yaşayan, kentli, eğitilmiş, üniversitede akademik pozisyona sahip bir araştırmacı olarak geri dönüyordum. Bu konumsallık alandayken eğitim, sınıf, kültürel sermaye, mekânsal hareketlilik, yaş gibi konumlarda ayrıcalıklı pozisyonlarda yer almama neden olabiliyordu. Araştırma yürütülen öznelerle asimetrik güç ilişkilerinden bağımsız bir saha tecrübesinin olmadığını, alan çalışması yürüten pek çok kadın araştırmacıya benzer şekilde ben de deneyimledim. Özellikle toplumsal cinsiyete dayalı kodların alan deneyimini pek çok yönden etkileyebildiği ve bunun karmaşık bir süreç olduğunu fark ettiğim bir tecrübeydi bu. Sahadayken en büyük etik ikilem ve metodolojik zorluklardan birini köylülüğe pejoratif yüklerinden sıyrılmış, kültürel, toplumsal ve olgusal bir gerçeklik olarak yaklaşılmaya çalışırken yaşadım. Bu süreçte karşılaşabildiğim savunmacı ve performatif tepkiler, bir araştırmacı olarak sahadaki güç ilişkileri içerisindeki konumum üzerine daha çok düşünmemi elzem kıldı. Kadın öznelliği, dijital medya ve köylülük arasındaki ilişkileri anlamaya çalışırken benim merak ettiğim şey öznelerin gizlemek, mesafelenmek ya da övünmek istediği şey olabildi. Böylece Türkiye’de hâkim söylemin köylülük meselesiyle kurduğu çelişkili ilişki; bu söylemle özdeşleşebilmenin yarattığı ideolojik, sınıfsal ve kültürel yarıklar, alanın özneler arası karşılaşmalarında somutlaşabildi. Alan tecrübesini etnografik bir bilgiye dönüştürmek, dijital kültüre yönelik etnografik araştırmalar açısından önemli metodolojik çıkarımlar sağlayabilir. Çünkü sahadaki özneler arasılığı, araştırmacı ve araştırılan arasındaki hiyerarşik etkileşimleri, birbirine çarpan konumsallıkların sonuçlarını bir dijital medya etnografisi metnine dâhil etmenin, dijital alanın toplumsal ilişkilerin bütünlüğü ve tarihselliği içerisindeki konumunu anlamayı kolaylaştıran bir yanı da vardır. Düşünümsel bir bakış, araştırmacıyı sadece kendisi dışında, orada bir yerde duran bir deneyimin bilgisini aramakla yetinmenin ötesine taşır. Bu sayede araştırmacı, sahanın içerisindeki kendisini de inceler. Kendisinden yapısal olana, yapıdan kendisine doğru gidip gelir.

**Anahtar Kelimeler:** dijital medya etnografisi, feminizm, oto-etnografi, düşünümsellik



# Bir Bangladeşlinin Türkiye Deneyiminin Kimlik, Fark ve Temsil Açısından İncelemesi

Mobassera Jahan Fatima

Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

fatimamobassera21@gmail.com

## Özet

Bu araştırma, farklı kimliklerin kültürel etkileşimlerde nasıl temsil edildiği ve bu temsillerin bireyler üzerindeki etkisini anlamak açısından önemli bir katkı sunmaktadır. Kimliklerin sürekli inşa halinde olduğu gerçeği, özellikle göçmenler ve azınlık grupları için daha karmaşık ve derin bir mesele haline gelmektedir. Bu çalışmanın amacı, bir Bangladeşlinin Türkiye'deki kimlik, farklılık ve temsil deneyimlerini inceleyerek bu kavramların birey üzerindeki etkilerini analiz etmektir. Küreselleşme ve göç olgularının artması, bireylerin kimliklerini yeniden inşa etme sürecini karmaşıklştırmış ve özellikle farklı kültürlerde yaşayan göçmenlerin kimlik sorunsalı daha belirgin hale gelmiştir. Bu bağlamda, araştırma kimlik ve temsil kavramlarını bireysel ve kolektif düzeyde ele almakta, bireylerin yeni bir sosyal çevrede nasıl algılandığını ve bu algıların kimlik oluşumlarını nasıl şekillendirdiğini tartışmaktadır. Araştırmanın önemi, günümüz toplumlarında göçmenlerin karşılaştıkları kültürel farklılıkların kimlik inşası üzerindeki etkilerini anlamaya yönelik bir katkı sunmasıdır. Göçmenlerin, özellikle farklı etnik ve kültürel kimliklere sahip bireylerin, yeni çevrelerinde nasıl ötekileştirildiği ya da temsillere nasıl dahil edildiği, modern toplumların çok kültürlü yapılarında büyük bir sorun olarak öne çıkmaktadır. Araştırmada kimlik kavramı, bireylerin kim olduklarını ve toplumsal yapı içinde nasıl yer aldıklarını anlamlandıran dinamik bir süreç olarak tanımlanmaktadır. Özellikle Frantz Fanon ve Stuart Hall gibi postkolonyal düşünürlerin eserlerinden yararlanarak yazar, kendi kimlik deneyimlerini teorik çerçeveye oturtmaktadır. Yöntem olarak araştırma, otobiyografik vaka analizine dayanmaktadır. Yazar, Türkiye'de geçirdiği süreç boyunca karşılaştığı kimlik ve temsil meselelerini kendi deneyimleri üzerinden ele almaktadır. Bu vaka analizleri, bireysel kimliklerin ve kolektif temsillerin nasıl inşa edildiğine dair somut örnekler sunmaktadır. Örneğin, Türkiye'de ten renginin nasıl algılandığı üzerine yaşadığı ilk kültürel şok, kimlik farkındalığını derinleştiren bir deneyim olarak sunulmuştur. Bangladeş'te açık tenli olarak görülen yazar, Türkiye'ye geldiğinde esmer olarak tanımlanmış ve bu durum, kimlik algısında önemli bir değişime yol açmıştır. Bu örnek, bireylerin farklı sosyal çevrelerde karşılaştıkları fiziksel ve kültürel temsillerin kimlik oluşumunu nasıl etkilediğini göstermektedir. Ayrıca, çalışma sadece bireysel kimliklerle sınırlı kalmayarak kolektif kimliklerin de nasıl temsil edildiğini incelemektedir. Yazar, Türkiye'de "Bangladeşli" olarak tanımlandığı durumlarda bireysel kimliğinin değil, ait olduğu ulusal ve etnik kimliğin ön plana çıktığını gözlemlemiştir. Bu durum, bireylerin bireysel özelliklerinden ziyade kolektif kimliklerine dayanarak temsil edildiklerini ve bu temsillerin toplumsal algıları

şekillendirdiğini ortaya koymaktadır. Örneğin, Bangladeş'in ekonomik durumu hakkında yapılan genellemeler, yazarın bireysel kimliğinden bağımsız olarak toplumsal temsillerle ilişkilendirilmiştir. Bu gibi genellemeler, bireyin kendini ifade etme biçimini de etkileyerek savunmacı bir tutum geliştirmesine neden olmuştur. Araştırmanın bir diğer önemli bulgusu, bireylerin yeni bir kültürel çevrede kendilerini yeniden tanımlama sürecine girmesidir. Yazar, Türkiye'de yaşadığı kimlik deneyimlerinin, Bangladeş'in tarihine ve kültürüne olan ilgisini artırdığını ifade etmektedir. Kendi kimliği hakkında daha fazla bilgi edinme ve bu bilgileri başkalarına doğru bir şekilde aktarma ihtiyacı, göçmenlerin kimlik inşa süreçlerinde önemli bir rol oynamaktadır. Yazar, kimliğini sadece bireysel düzeyde değil, aynı zamanda bir ulusun temsilcisi olarak da yeniden yapılandırma sürecine girdiğini belirtmektedir. Bu bağlamda, kimliklerin statik olmadığını, sürekli olarak değişen ve yeniden inşa edilen süreçler olduğunu vurgulamaktadır. Sonuç olarak bu çalışma kimlik, farklılık ve temsil kavramlarının bireysel ve kolektif düzeyde nasıl şekillendiğini ve göçmenlerin bu süreçleri nasıl deneyimlediğini kapsamlı bir şekilde ele almaktadır. Yazar, kendi deneyimlerinden yola çıkarak kültürel farklılıkların bireylerin kimlik algıları üzerindeki etkilerini analiz etmiş ve bu süreçte karşılaşılan önyargılar, stereotipler ve dışlayıcı temsillerin bireysel kimlik oluşumunu nasıl etkilediğini tartışmıştır. Araştırma, kimliklerin dinamik bir şekilde inşa edildiğini ve bu sürecin özellikle çok kültürlü toplumlarda daha karmaşık hale geldiğini vurgulamaktadır. Yazar, postkolonyal teorilerin ışığında, kimliklerin sürekli olarak oluşum halinde olduğunu ve bu sürecin bireylerin hem bireysel hem de toplumsal düzeyde deneyimledikleri kültürel etkileşimlerle şekillendiğini ifade etmektedir. Bu bağlamda çalışma, kimlik inşası ve temsil süreçlerinin kültürel bağlamda ne kadar önemli ve karmaşık olduğunu ortaya koymaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** kimlik, temsil, farklılık, Frantz Fanon, Stuart Hall

# Etnografik Nosyonun Üçüncü Mekânı: Özdüşünümsel Sinema ve Bakışın Kartografyası

Nil Delal Şahin

Kadir Has Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

nildelalsahin@gmail.com

## Özet

İlk kez Robert Flaherty'nin *Nanook of the North* filmiyle tartışılmaya başlanan ve problematize edilen etnografik sinemanın “konumlu bilgi”den hizalanan nosyonlu bilgi üretimi, oto-etnografik ve özdüşünümsel belgeselciliğin estetik tercihleriyle aşılmıştır. Kameranın gören göz ile eşit tutulduğu imleme rejimlerinin “tarihsel”, “toplumsal”, “nesnel” bilgi üretimleri, yerini heterotopya mekânlarının rastlaşma, dönüşme dinamiğine bırakmış, öznellik, başkalık gibi mefhumlar film estetiğine dahil olan göçebe öznellik vektörlerinden ilhamla, oluş süreçlerindeki öznellik konstelasyonları olarak ön plana çıkmıştır. Özellikle belgesel yönetmenleri başta olmak üzere film yönetmenleri, geçici yapılar içinde çeşitli kimlikler üretirler. Oto-etnografik belgeseller ise, kendi konumsal yapısını problematize eden özdüşünümsel yaklaşımı sebebiyle, film estetiğine dahil olan mefhumları göçebe düşüncenin performatif hattına çekerler. Bu hatta, mekân ve zaman konfigürasyonlarıyla birlikte, imaj ve ses durumlarının da özdüşünümsel hatta tutulabileceği göçebe bir estetik eşlik eder. Oto-etnografik belgesellerdeki film yapımına dahil olan somut ve soyut olanaklıklarının, oluş süreçlerindeki uğrak noktalar olarak organize edilmesi, kaçınılmaz olarak çağrıştırdığı bilgi türlerini de özdüşünümsel ve postkolonyal bir düzlemde düzenler. Film yapım sürecinin merkezi öznesi olan yönetmen, kendi öznelliğini, konumsal politikasını filme dahil ettiğinde, yalnız kendisi hakkında değil, öteki hakkında da düşünmenin, bilgi üretmenin koşullarını tartışıyor hale gelir. Oto-etnografik ve özdüşünümsel film öznesinin belgeselciliği, öznenin zaman zaman bir önceki haline yabancı geldiği süreç içindeki yolculukta tarif edilir. Bu yaklaşım, kişisel sinema, *video-diary* gibi alt türler ve yaklaşımlarla yakın bir ilişki içindedir. Ötekine dair bilgi üretmenin kendilik ve başkalık üzerine, duyuşsal alan ve kameranın kadrajı üzerine açtığı hat, Trinh Minh-ha'nın *Reassemblage* filmi üzerinden takip edilebilir. Minh-ha pek çok filmde olduğu gibi *Reassemblage* filminde de özdüşünümsel ve oto-etnografik alanı, öznellik biçimlerini ve film yapma pratiklerinin pek çok departmanını filmin anlatısına dahil ederek kat eder. Kendilik anlatıları, görüntüler ve sesler sabit anlamlar yaratmayacak şekilde parçalanır ve filme dağıtılır. Filmin düşünsel hattı, kendine bakma yollarını, temsil stratejilerini, gözlemi “nesnel” olarak imlenmiş bilgi ve düşünme biçimlerinin organizasyonlarını görünür hale getirir. Göçebe düşünceye ve özdüşünümsel performativiteye konumlanmış öznellik hattı, filmin kapatılmaya çalışılan anlamlarını her türlü estetik ve söylemsel düzlemlerde açmak için, özdüşünümsel hattı kendini bir “uygunsuz öteki” olarak çağrıştırmaya değin genişletir, bakışın esnettiği sınırlara dikkat çeker, mekânları “heterotopya

mekânları” ve “üçüncü mekânlar” olarak kurgular. Filmin eşik mekânları, kapatılan ve sabitlenen mekânlara değil, çevirinin ve müzakerenin en ileri noktası olarak tanımlanan, üretken bir dinamik olarak varolan “üçüncü mekânlara” çıkar. Üçüncü mekân filme, çelişiklere ve muğlaklıklara maruz kalırken yeni kimlik işaretleri ve çekişme alanları başlatan parsellemelerden ziyade, mekânsal bir içerme politikası sağlar. Filmde üçüncü mekân, heterotopya mekânı, zamansal ve sessel parçalama ve yeniden birleştirme yoluyla açılan özdüşünümsel hat, hem filmin yapımcısı yönetmen tarafından kat edilir, hem de film medyumunun estetiği sabit bilgi üretiminin izleklerinden kaçmak için kendini lineer bir hatta değil, göçebe düşünce hattında kurgular. Bu bildiri sunumunda, özellikle *Reassemblage* filmi olmakla birlikte çeşitli Trinh Minh-ha filmlerinin özdüşünümsel hatları, açtığı bağlarla birlikte düşünülecek, bu hatların film mefhumunu oluşturan somut ve soyut olanaklılıklara dair ürettiği estetik politika hattı, Gilles Deleuze, Jacques Ranciere, Michel Foucault ve Homi Bhabha'nın kavramsal haritalarıyla tartışılacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** özdüşünümsel sinema, göçebe düşünce, göçebe öznellik, üçüncü mekân

## Doğal Olmayan Ölüm Algısı ve Siyasi İktidar

**Deniz Tansel İlic**

Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi

deniztansel@gmail.com

**Reyhan Ünal Çınar**

Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi

reyhannal@gmail.com

### Özet

Doğanın doğal döngülerinden olan “ölüm”, “yaşam”ın değil, “doğum”un karşıtıdır. Mevsimlerin döngüsü, günlük zaman akışı (gece-gündüz-sabah), olgunlaşan meyvelerin veya sararmış yaprakların doğallıkla ve kendiliğinden yere düşüşü gibi olağan bir süreç ve son olan ölüm, doğallığından koparılmış insan tarafından bu şekilde algılanmamaktadır. “Nature” (doğa) ile “naitre” (Fransızca “doğum”) kelimelerinin kökdeşliği ve Uzakdoğu dillerinde “doğa” kelimesinin aynı zamanda “kendiliğinden” anlamına gelmesi de benzer bir şekilde tesadüfi değildir. Bu noktadan hareketle, insanın doğayı, müdahale etmeden, akışına izin vereceği bir varoluş alanı olarak görmesine yönelik yeni bir perspektif üretmek mümkündür. İnsan kendi doğası olan bedenini denetlemeden, kan akışı, organların çalışması gibi temel fizyolojik fonksiyonlarını doğallıkla gerçekleştirebilmektedir. Toplumsal ilişkiler de benzer bir “kendiliğindenlik” barındırmaktadır. Örneğin toplumsal yaşantı içerisindeki eylemlerimizin önemli bir kısmı, habitusumuzun ve ahlaki değer yargılarımızın şekillendirdiği

ve otomatikleştirdiği bir içgüdüsel davranışlar ve tepkiler çerçevesinde kendini dışa vurur. Bu bağlamda insanın en denetimli davranışlarının bile doğal ve kendiliğinden olduğu söylenebilir. Ahlak alanı ve toplumsal hiyerarşimizin belirlediği iktidar karşısındaki konumlanmalarımız bile büyük oranda kendiliğinden ve doğal bir biçimde gerçekleşirken, ölüm yaşantısı doğal bir şey olarak anlaşıl(a)mamaktadır. Böylece “ölümün” uzaklaştırılmış, ötekileştirilmiş bir kaygı olarak yaşantılanması ancak insana has bir deneyim haline gelir. Ölümün korkulacak bir deneyim olduğu fikri ya da ancak belli bir yaşantının sonunda gelen bir ölümün kabul edilebilir olduğu algısı bir iktidar mekanıdır. Tüm insanların öleceklerini çok genç yaşta fark ettikleri ve kendilerinin ve başkalarının ölümleri üzerine düşündükleri, öldükten sonra da diğer öznelerin onların yaşamları ve ölümleri hakkında fikir beyan edecekleri gerçeği ölüm alanının önemli bir özdüşümsellik niteliği taşıdığını gösterir. Taoizm gibi doğa üzerine odaklanan Doğu felsefeleri doğadaki tüm deneyimleri iyi kabul ederken, Batılı ve rasyonel zihin içinse ancak belli yaşam ve ölüm tipleri güzeldir, bazıları ise kabul edilebilir olmaktan uzaktır. Doğayı merkeze koyan bu Doğu felsefeleri örneğin deprem gibi doğal afetleri de doğanın doğal vehçeleri olarak kabul eder ve ötekileştirmeden, modernist diye tanımlayabileceğimiz, insan aklını merkeze alan Batı kökenli yaklaşımlar için kabul edilmez ölümler bulunmaktadır. Kabul edilebilir ölümlerse yalnızca belli bir yaşa, sosyal statüye ve ekonomik güce ulaşılmış bir yaşam sonucunda gelen ölümlerdir. “Doğal” bir sonla gelmeyen ve başarılı bir yaşamı takip etmeyen ölümler ise ötekileştirilir. Dolayısıyla moderniteyle birlikte ölüm, insanın ölümlü olduğu gerçeğinin bastırılması, unutulması ve son kertede yaşamın iyileştirilmesi, uzatılması adı altında kaçınılması gereken bir istisna hali olarak kodlanmaktadır. Bu anlayışın en temelinde siyasi iktidarların Foucaultcu bir okumayla beden-iktidar ilişkisine odaklandığı biyo-politik yaklaşım yatar. Buradan hareketle insan bedeni, iktidarlar tarafından bir üretim aracı ve üzerinden kendi güçlerini gösterebilecekleri bir mekân olarak kavranır. Bu bağlamda çalışmanın amacı, iktidarın ölümü doğal olmayan bir durum olarak kavramsallaştırmasının, öznelerin hakiki bir yaşam deneyimlemek yerine hiç ölmeyeceklermişçesine kendilerini iktidara uyumlandırımlarına neden olup olmadığını tartışmaya açmaktır. Bu anlamda ölümün doğallığını sekteye uğratan dışsal bir güç olarak iktidarların ölümü kavramsallaştırmamıza yönelik dört müdahalesi alınacaktır. Bu müdahaleler ölümü geciktirmek adı altında ölümü tıbbileştirmek, şehitlik üzerinden ölümü kamasallaştırıp bir ölümsüzlük kisvesi altında estetize etmek, ötenazi hakkını yasaklayarak kendi bedenimiz üzerindeki karar verme erkimizi elimizden almak ve sonucusu idam yoluyla insan bedenini devlete karşı işlenmiş bir suçun bedeli karşılığında ortadan kaldırmak şeklindedir. Bu bağlamda çalışmada etnografik yöntem kullanılacaktır. Yapılacak yarı yapılandırılmış görüşmelerle ölüm ve iktidar ilişkisi analiz edilecektir.

**Anahtar Kelimeler:** doğa, doğal olan ve olmayan ölüm, siyasi iktidar, araçsal akıl, modernizm

## Türkiye’de Gazetecilik ve Medya Araştırmalarının Sosyal Bilimlerle İlişkisinin Evrimi: TSBD Ulusal Sosyal Bilimler Kongresi Üzerine Bir Analiz (1994-2023)

Yurdağül Bezirgan Arar

Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi

yurdagul.bezirgan.arar@ege.edu.tr

### Özet

Türkiye’de son yıllarda gazetecilik ve medya araştırmaları, teorik ve yöntem bilimsel açıdan iletişim teknolojileri, yeni medya ve dijitalleşmenin ağırlık kazandığı bir yönelim içindedir. Alan çalışmalarının Türkiye’deki ve dünyadaki evrilmeye yönüne bakıldığında da, “yeni medya” ve “dijitalleşme” olgusunun tek boyutlu bir ağırlık merkezi oluşturduğu, sosyal bilimlerin diğer disiplinleri ile ilişkilenmede eleştirel toplumsal ve politik perspektifi ihmal eden bir kayma eğilimi dikkati çekmektedir. Genel bir gözlem olarak ifade edilebilecek bu yönelimi doğrulamak amacıyla kuşkusuz pek çok farklı materyale ve yöntemle başvurulabilir. Bu durumun nedenlerine bakıldığında ise ülkenin politik iklimiyle de bağlantılı olarak politik, ideolojik, ekonomik, sosyal ve akademik pek çok gerekçe öne sürülebilir ve bu gerekçeleri tartışmak da yine teknoloji/dijitalleşme kıstasının ötesine geçen interdisipliner bir bağlama ve çok boyutlu bir bakış açısına ihtiyaç duyar. Bu çalışmanın temel savı, medya ve gazetecilik araştırmalarının giderek eleştirel interdisipliner perspektiften sapma eğilimi içinde olup; toplumsal ve politik olanı göz ardı eden, kendinden menkul, müstakil ve daha ziyade teknoloji/dijitalleşme odaklı bir paradigmaya evrilmekte olduğudur. Türkiye’nin ve Türkiye’deki medya araştırmalarının son 20 yılına dair genel bir gözleme dayalı bu savı tartışmak üzere, TSBD Ulusal Sosyal Bilimler Kongresinin programları üzerine bir analiz gerçekleştirilecektir. Türkiye Sosyal Bilimler Derneği (TSBD) tarafından Ankara ODTÜ’de her iki yılda bir düzenli olarak gerçekleştirilen Ulusal Sosyal Bilimler Kongresi, uzun yıllardır sosyal bilimlerin farklı alanlarından araştırmacıları buluşturan, disiplinlerarası akademik tartışma ve müzakere ortamı yaratan kongrelerden önemli bir tanesidir. Geleneksel hale gelen kongrede medya, iletişim ve gazetecilik çalışmaları her yıl en az birkaç oturumla temsil edilmiştir ve bu bağlamda alan araştırmalarının sosyal bilimlerin diğer alanlarıyla ilişkilenmesi açısından önemlidir. Kongrenin yaklaşık 30 yıllık bir geçmişe sahip olması, ulusal düzeyde hem sosyal bilimler hem de gazetecilik ve medya araştırmalarındaki tartışmaların evrimini gözlemek açısından sistematik ve istikrarlı bir veri sağlamaktadır. Bu çerçevede, ilki 1994 yılında sonuncusu da 2023 yılında olmak üzere 17 kez gerçekleşen Ulusal Sosyal Bilimler Kongresinin mevcut tüm programlarındaki oturumlar ve konu başlıkları içerik analizi ve tematik kategorilendirme yöntemiyle analiz edilecektir. Özellikle medya ve gazetecilik başlığı altındaki oturumlarda alan çalışmalarının sosyal bilimlerin diğer disiplinleri ile ilişkilenme biçimi incelenecek ve 30 yıllık süreçteki çalışmaların tematik evrimi tartışmaya açılacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** medya, gazetecilik, Ulusal Sosyal Bilimler Kongresi

# Veri Gazeteciliği Konulu Çalışmalarda Teknoloji Perspektifi: Literatüre Lisansüstü Tezler Üzerinden Bakmak

Helin Öztürk

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi İletişim Fakültesi

helinozt93@gmail.com

## Özet

Yeni medya ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, medya çalışmalarında önemli bir kırılmaya neden olmuş, son yıllarda yapılan çalışmalarda dijitalleşme olgusu önemli bir yer edinmeye başlamıştır. Bu kapsamda, haberin ve haber üretim pratiklerinin yeni medya olgusu çerçevesinde ele alındığı görülmektedir. Gazetecilik sektöründe meydana gelen değişiklikler, bir “dönüşüm” olarak konumlandırılmakta, bu bağlamda tekno-determinist bir bakış açısı çerçevesinde dijitalleşme olgusuna çeşitli roller atfedilmektedir. Bu durumun söz konusu olduğu gazetecilik pratiklerinden biri olan veri gazeteciliği, son yıllarda pek çok çalışmada farklı boyutları ile incelenen bir alan haline gelmiştir. Büyük veri, açık veri, veri görselleştirme, veri madenciliği gibi farklı parametreleri çatısı altında barındıran veri gazeteciliği, geleneksel yöntemlerle işlenemeyecek boyuttaki verinin işlenip analiz edilebildiği bir haber üretim faaliyeti olarak tanımlanmaktadır. Anlaşılması zor verileri anlaşılır kılma rolü atfedilen bu gazetecilik pratiği; gazeteciliğin bilgisayar becerileri ile birleştiği bir faaliyet olarak da konumlandırılmaktadır. Bu teknoloji dolaylı haber pratiğine, demokrasiyi tesis etme ve kamuyu aydınlatma işlevleri atfedildiği, pratiğin liberal basın kuramı perspektifinden değerlendirildiği görülmektedir. Çalışmalarda göze çarpan genel durumun somut bir biçimde ortaya konması için, veri gazeteciliğine yönelik literatür incelemelerine ihtiyaç duyulmaktadır. Dünya çapındaki popülaritesini devam ettirmekte olan veri gazeteciliğine yönelik Türkiye’de de çeşitli çalışmalar ortaya konmakta ve lisansüstü tezleri hazırlanmaktadır. Veri gazeteciliği konulu lisansüstü tezlerin incelendiği bu araştırma ile amaçlanan, söz konusu çalışmalara yönelik tekno-determinist yaklaşımları belirli temalar çerçevesinde sınıflandırmak ve tezlerde gözden kaçırılan noktaları ortaya koymaktır. 2017-2024 yılları arasında yazılmış 17 lisansüstü tezinin değerlendirildiği bu çalışmada, tezler ilk olarak yıl, dil, üniversite, anabilim dalı gibi bibliyometrik özelliklerine göre incelenmiş, sonrasında ise, veri gazeteciliğine yönelik tekno-determinist yaklaşımın inşa edildiği temalar sınıflandırılmıştır. Veri gazeteciliğine yönelik genel eğilimlerin ve yapısal problemlerin ortaya konacağı bu çalışma, tezlerin genel özelliklerini betimlemenin ötesine geçerek sosyal medya çalışmalarında görülen yapısal sorunlardan biri olan teknolojik belirlenimciliği ele alması açısından literatüre önemli bir katkı sağlayacaktır. Karma araştırma deseni ile hazırlanmış olan bu çalışmada, bibliyometrik analiz ve tematik analiz tekniklerinden yararlanılmıştır. Yapılan analizler ile, veri gazeteciliğine yönelik tekno-determinist söylemin, “demokrasi, gelişme, şeffaflık, doğruluk, gerçeklik” gibi temalar çerçevesinde

inşa edildiği, tezlerde mevcut durumun analiz edildiği, nicel içerik analizi ve derinlemesine görüşme yöntemlerinden yararlanıldığı, büyük oranda veri görselleştirme odaklı analizler yapıldığı, yeni iletişim teknolojilerinin gazeteciliği dönüştürücü gücünün vurgulandığı, eleştirel kuramların önemli ölçüde göz ardı edildiği ve değerlendirmelerin tekno-iyimser bir perspektifle yapıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Buradan yola çıkıldığında, veri gazeteciliğine yönelik eleştirel değerlendirmelere ihtiyaç duyulduğu, sosyal bilimlerdeki farklı yöntem ve tekniklerden yararlanması gerektiği ve teknoloji dışı faktörlerin de veri gazeteciliği kapsamında odağa alınması gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** veri gazeteciliği, lisansüstü tezler, yeni medya, tekno-determinizm

## **Türkiye’de Yeni Medya Makalelerinde İnsan Özneden Veri Toplamak: Başlangıcından Bugüne Yeni Medya Makalelerinde Yöntem ve Veri Toplama Teknikleri**

**Hasan Hüseyin Kayış**

Aksaray Üniversitesi İletişim Fakültesi

hasanhkayis@gmail.com

### **Özet**

Geleneksel iletişim araştırmalarında medya izleyicilerini ve içeriğini incelemek isteyen araştırmacılar bunu belirli neden-sonuç ilişkilerini inceleyerek gerçekleştirmiştir. Uygulanan yöntem ise aşağı yukarı bir sorun belirlemek ve bu soruna yönelik veri toplayıp bu verileri analiz ederek bilimsel çıktı üretmek şeklinde olmuştur. Ağ bağlantılı teknolojiler ise iletişim araştırmalarında araştırma yapmanın önceki biçimlerini bir miktar farklılaştırmıştır. Ağ bağlantılı toplumda günlük medya kullanımı pek çok yönden değişmiştir. Yazılı medya kültürünün, ağ bağlantılı elektronik kültüre dönüştüğü bir ortamda medya kullanımı çeşitlenmiştir. Bu durumun etkisi doğal olarak söz konusu çeşitlilik ve dönüşümün incelenmesi işi ile uğraşan iletişim çalışmalarında görülmüştür. Bu yüzden iletişim araştırmaları bu çeşitlilikteki dinamiklerin dönüşümü ile yakından ilgilenmiştir. Ağ bağlantılı teknolojilerin ortaya çıkardığı ekosistem yeni medyanın kendisini bir araştırma konusu haline getirmiş, yeni medya üzerinden bir konu çalışılabilir hale gelmiş ya da insan özne verisi toplamanın yenilikçi yolları ortaya çıkmıştır. Özellikle araştırma yöntemi ve veri toplama tekniği konusundaki yenilikler ağ bağlantılı ortamların farklı bir kaynak, araç ve saha olması özellikleriyle yakından ilgilidir. Ağ bağlantılı ortamlardan veri toplamak araştırmacıları bu verinin nasıl toplanacağıyla ilgili yeni yolları düşünmeye itmiştir. Bu çalışmada yeni medya araştırmalarında yöntem ve veri toplama tekniklerinin Türkiye’deki yeni medya konulu makalelerdeki kullanımı incelenecektir. İnsan öznelerin verisine ağ bağlantılı ortamlardan ulaşmak araştırmacıyı yeni bir veri toplama biçimi ile karşı karşıya bırakmıştır. Yeni medya araştırmalarıyla ortaya çıkan yöntem ve veri toplama tekniğindeki



gelişmeler Türkiye akademisini de kapsamaktadır. Ağ bağlantılı teknolojilerin Türkiye'deki medya sistemine etkisini inceleyen araştırmacılar söz konusu yeni fenomenleri incelerken nasıl bir yol izleneceği ve verinin nasıl toplanacağı konusundaki zorluklarla yüzleşmiştir. Bu yüzden Türkiye akademisinde yeni medya araştırmalarının yöntem ve veri toplama tekniklerini bir miktar zorladığı söylenebilir. Ancak ortaya çıkan yeni medya ortamlarının incelenmesi gerek geleneksel gerek ise yenilikçi yolların rafine edilmesiyle gerçekleştirilmiştir. Yeni medya araştırmalarının başlangıcından bu yana yöntem ve veri toplama tekniklerinin kullanımını ortaya koymak önemlidir. Çünkü alanın yöntemsel gelişimini incelemek, ağ bağlantılı teknolojilerin farklı yeniliklerle kullanımının arttığı günümüzde gelecek kullanımlara yönelik bakış açısı geliştirmede yardımcı olabilir. Bu doğrultuda bu araştırmada Türkiye'de yayınlanan yeni medya makaleleri üzerinden yöntem ve veri toplama tekniklerinin nasıl bir kullanıma sahip olduğunu, hangi tür ortamlardan hangi tür veriye erişim sağladığını ortaya koymak amaçlanmaktadır. Araştırmanın kapsamında Dergipark sisteminde yer alan "internet, yeni medya, sosyal medya, siber uzam, sanal uzam, büyük veri, web, web 2.0, şeylerin interneti, nesnelerin interneti" anahtar kelimeleri ile tarama sonucu ulaşılan 60 dergi yer almaktadır. Bu dergiler içerisinde toplam 10391 makale yer almaktadır. Bu makaleler içerisinde insan özne verisi yer alan 1278 makale ise araştırma örneğine dahil edilmiştir. Söz konusu makalelere 2022 yılının son gününe kadar yayınlanan dergilerden ulaşılmıştır. Örnekleme dahil edilen makalelerin yayın yılı, araştırmacının veriyi katılımlı gözlemlerle mi katılımsız gözlemlerle mi topladığı, yöntemi, veri toplama tekniği, örnekleme, verinin toplandığı ortam ve verinin toplandığı ağın mimarisini incelemek için nicel bir içerik analizi gerçekleştirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** yeni medya araştırmaları, yöntem, veri toplama teknikleri

# İletişim Çalışmaları ve Medya Belleği: Rubicon'u İnşa Etmek

Gizem Ekin Çelik

Giresun Üniversitesi Tirebolu İletişim Fakültesi

gizemekin@gmail.com

## Özet

Toplumsal hafıza çalışmaları ile iletişim araştırmaları arasındaki köken aidiyet, medya araçları ile geçmişin hatırlanma biçimleri arasındaki organik ilişki odağında kurulur; bu ilişkinin ortak zemini olan kamusal olgusu üzerinde yükselir. Kamusal ifade olmadan toplumsal hafızadan bahsedilemez; hatırlamanın kamusal ritüelinin gerçekleştiği “yer” olarak medya, farklı hatırlama biçimleri için kamusal bir arena rolüne sahiptir. Bu sebeple toplumsal hafıza ancak kamusal ifade biçimlerinden (ritüeller, anmalar, kitle iletişim araçları metinleri vd.) dolayımınarak anlaşılabilir. Diğer taraftan toplumsal olanın varlığı salt bir açıklama ya da hitap nesnesi değil; tarihsel bir öge olarak toplumdaki direniş ve ilerleme potansiyelini anlamaya ve değiştirmeye yönelik bir müdahaledir. Toplumsal belleği bir arşiv araştırmasında medya araştırmalarını da sistematik ileti/ enformasyon aktarımında daha fazlası yapan husus aktif bir aktör olarak toplumsal ile kurdukları eylemsel ilişkilerin farklı kerteleri ile biçimlenir. Kolektif geçmişlerin toplumsal ve politik momentleri, medya(lar) aracılığıyla, onlar hakkında ya da onların kullanımı ile tarihsel varlıklarını unutmata-hatırlama diyalektiği aksında sürdürürler. Medya Belleği (*Media Memory*) kavramı toplumsal hafıza ile iletişim çalışmaları arasındaki bu bağlantıyı sistematize etme çabalarından birisidir. Bu sebeple, medya belleğinin -ana akım ya da eleştirel-perspektiflerden kavranışı, sadece epistemolojik değil; metodolojik- ideolojik bir farka işaret eder. Medya belleği, bellek çalışanları (*memory workers*) olarak medya mensupları ve kurumlarının, kolektif bellek alanını kuran hafıza emeği (*mnemonic labour*) ile kuracağı yeni politik ve toplumsal bağları kurabilmek için oldukça katmanlı ve işlevli; fakat sınırları kaygan/ belirsiz bir kavramdır. Medya belleği bu çalışma bağlamında çok boyutlu bir araştırma alanı olarak; öncelikle bir hafıza aracı olarak medyanın nasıl işlediğine -farklı medyaların geçmişin hangi boyutlarını şekillendirdiğine, yerel, ulusal, küresel ya da ticari medya öğeleri arasındaki iş bölümünün ne olduğuna-; ikinci olarak bu süreçlerin gerçekleştiği kültürel dinamiklerin yani sosyolojik ve politik değişimlerin bir göstergesi olarak medya belleğinin ve son olarak da medya ile diğer toplumsal katmanlar ve kurumlar arasındaki büyük çerçeveyi kuran ilişkilerin ne olduğuna odaklanan üçlü bir süreci serimleyecek biçimde bütün olarak ele alınacaktır. Bu bütünlüklü bakış her iki disiplinin kendilerine özgü içgörülerini, tarihsel süreçlerini; kolektif bellek alanından gelen müdahalelerle medya alanına dair eski ve yeni soru(n)ları gözden geçirmemizi ve medya çalışmalarının kolektif bellek araştırmalarındaki çok yönlü dolayımını birlikte görebilmek için temel

bir çerçeve olarak ortaya konacaktır. Bu perspektif ile, çalışmanın temel sorunsalı şudur: Bugün, geçmişin çelişkili, uydurulmuş temsillerinin ya da versiyonlarının takip edilmesi zor bir hızla yaygın bir biçimde çarpıtıldığı; bağlamsız ve tarihsiz popülarite, izlenme/tıklanma sayısına indirgenen *kitsch* nesnelere haline geldiği bir dönemde; medya belleği kavramını nasıl (yeniden) *işlevsel* hale getirebiliriz? Medya belleği ile toplumsal belleği kolektifin bir görüngüsü olarak kamusalın yeni ve değişen çehrelerini hangi yollarla, hangi kuramsal bakışla ve nasıl kurmak mümkün olabilir? Bu soru bize geçmişe dair kolektif hikâyeleri anlatma “hakkının”; medya bileşenlerinin bellek araçları olarak sınırları ve potansiyellerinin reel politika ile olan bağlantılarını da görebilme olanağı sunar. Bununla birlikte, medyanın kolektif sınırları belirlemedeki rolünün; medyanın hafıza aracı (*memory agent*) olarak işleyişindeki etkisinin ne olduğu sorusu da takip edilecektir. Medya belleğini tartışmaya açmak; medya belleğinin kamusal sorumluluğunun da altını çizmek anlamına gelir; hafıza konsensusunun ana dinamosu olan medyanın, iktidar ile olan doğrudan ve dolaylı bağları ancak eleştirel ve bütünlüklü bir perspektifle ele alındığında; hem iletişim disiplinin kendisi ile hem de bir toplumun geçmişi ile yüzleşmesi mümkün olabilir.

**Anahtar Kelimeler:** toplumsal hafıza, iletişim çalışmaları, gazetecilik, kamusallık, medya belleği

## Panel Metinleri

### Toplumsal İlişkiler Bağlamında Gazetecinin Topluma Yabancılaşması: İnsani-Manevi Yabancılaşma

Nurcan Törenli

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi

nurcantorenli@gmail.com

#### Özet

Marx, karşılıklı etkileşimin hızlanmasını sağlayan iletişim ve ulaşım teknolojileri aracılığıyla ‘mekânın zaman aracılığıyla yok edilmesi’ meselesine de değindiği *Grundrisse* (1979) adlı eserinin “Sermaye ile Emek Arasındaki İlişki” adlı 7. başlığında farklı görünümüleriyle (‘tezahür biçimleri’) yabancılaşma olgusunu ele alır. Bu görünümler içinde aralarındaki güçlü diyalektik bağ nedeniyle ikisi öne çıkar: işçinin yarattığı değerle onun somutlaşmış hali olan metanın, çalışma ve mülkiyet ilişkileri dolayısıyla sermayeye ait olmasına dayanan ‘teknik-maddi’ yabancılaşma ve beraberinde işçinin üretici emek süreci üzerindeki (üretim araçlarını mahirce kullanma becerisinden kaynaklanan) hakimiyetini kaybetmesi anlamında ‘insani-manevi’ yabancılaşma. Bu tespiti dikkate alarak diyebiliriz ki değer, kullanım ve değişim görünümünün diyalektik bir bütünlüğü ise yabancılaşma da teknik-maddi ve insani-manevi görünümünün diyalektik bir bütünlüğüdür. Dolayısıyla yabancılaşma, teknik-maddi görünümüyle maddi dünyada kendi yansımamızı bulamayışımıza ve buna bağlı olarak da insani-manevi görünümüyle içinde yaşadığımız toplumun bir parçası olamayışımıza neden olur. Toplumsal ilişkileri, piyasa ilişkileri ya da mal-hizmet (meta) mübadelesi merceğinden gören liberal kurama göre gazeteciler haberi ‘arz’ eden, okuyucular ise haberi ‘talep’ eden mübadele ya da piyasa ilişkilerinin aktörleridir. Oysa kapitalist toplumsal ilişkilere diyalektik bir yaklaşımla karşılıklı etkileşimin ‘kanlı-canlı’ tarafları olarak baktığımızda gördüğümüz ilişki, bir mesleğin mensupları olarak gazetecilerin haber formunda ürettiği değerle toplumun diğer üyelerinin kendi faaliyet alanlarında mal ya da hizmet formlarında ürettikleri değerlerin mübadele edilmesi gibi görünen ‘yabancılaşmış’ piyasa ilişkisi değil, aksine gazetecilerin işiyle mesleki faaliyetiyle toplumun diğer üyelerinin kendi işleri, mesleki faaliyetleri arasında kurulan toplumsal nitelikteki yabancılaşma ilişkisidir. Nitekim ağ toplumunda dijital teknolojinin gazetecilerin işlerini, mesleki faaliyetlerini giderek daha yoğun bir biçimde dolayımını düşündüğümüzde, gazetecilerin ürettikleri değer de esasen toplumsal ve tarihsel bir kategori olarak değere karşılık geldiği içindir ki, toplumun diğer üyelerine kazandırılmak istenen bu becerilerle onların yaşamlarını anlamlandırma, varoluş koşullarını değiştirme bağlamında bir kullanım değerine karşılık gelmemektedir. Başka bir deyişle bu beceriler, haberin kullanım değeri bağlamında ‘aydınlanmaya, kavramaya, düşünmeye, sorgulamaya, eleştirmeye’ hizmet eden ‘üretken-jenerik’ beceriler olmaktan çok bir tür ‘haber kirliliği’ ortamında gündemi takip etmeye, haberdar olmaya ya da medya gerçekliğinin sunduğu gündeme kaba-yüzeysel bir bakışa, kalıp davranışların, alışkanlıkların oluşumuna hizmet eden ‘üretken

olmayan-rutin' becerilerdir. Kısacası insanın üretici güçlerini geliştirip güçlendiren zihinsel-düşümsel beceriler olmaktan çok söz konusu kurgusal medya gerçekliğini yeniden üretip gündeme getirdiği sözde değerleri tüketmeye dönük araçsal (teknik-teknolojik kullanım) becerilerdir. Benzer biçimde mesleğe giriş aşamasının ana uğrak noktası konumundaki iletişim fakültelerinde mesleki eğitim anlayışı kapsamında kazandırılmaya çalışılan 'iletişim' becerileri de okuyucunun-izleyicinin-kullanıcının kim olduğuyla, neye, neden ihtiyaç duyduğuyla değil bir yığın-kitle ilgisinin nasıl çekileceğiyle, bu kitlenin ekran başında nasıl tutulacağıyla ilişkilidir. Toplumsal ilişkilere piyasa-mübadele ilişkisi gibi bakma eğilimi, iletişim-gazetecilik yazınına da sirayet etmiştir. Söz konusu eğilimin en bariz örneği ise toplum-toplumsal sınıflar yerine ikame edilen, kim oldukları, neyi, kimin için ve neden yaptıklarına bakılmaksızın insanları belli bir ortak çıkar etrafında kümeleşen gruplar olarak tanımlayan 'kamu-kamular' kavramsallaştırmasında somutlaşır. Toplumsal ilişkiler bağlamında gazetecinin topluma yabancılaşmasının bir görünümü olarak 'insani-manevi' yabancılaşma, özellikle fikri-düşümsel (gayri maddi) üretimin-ürünlerin kapitalist mülkiyetin konusu yapılabilmesini (metalaştırılmasını) sağlayacak bir mekanizma olarak **mesleki örgütlenme modeliyle** yakından ilişkilidir. Seron ve Sibey (2021: 73-76), hukuk mesleğinden hareketle belli bir toplumsal ihtiyacı belli becerilere sahip emek unsurlarını örgütlenme yoluyla karşılama ereğinde olan bu organizasyonel oluşumun teorik (formel) ve pratik (informel) yönlerinin etkileşiminden 'mesleğin icrası' ya da 'yapılageliş kuralları' anlamında 'kanonik' bir yapının doğduğunu ileri sürmektedirler. Gazetecilik mesleği açısından bakıldığında mesleğin kanonik karakteri ya da yapılageliş kuralları mesleğe hazırlık (genel-mesleki eğitim, müfredat, akreditasyon, sertifikasyon vb.), mesleğe giriş (iş başvurusu, sınav, mülakat, deneme, staj vb.) ve mesleğin icrası (iş sözleşmesi, usul-esaslar, yönetmelikler, talimatlar, hizmet içi eğitim, kurslar vb.) aşamalarındaki geçişleri dolaymlayan görünürde 'eşitlik-meşruluk' esasına dayalı normatif düzenlemeler, daha doğrusu 'kanonik metinler-kurallar' marifetiyle kontrol edilmektedir. Guillory'nin (1987: 489) de işaret ettiği gibi söz konusu kanonik metinler, hem toplumsallaşım sürecinin (standardize edilmesi anlamında) nesnelleşmesinin hem de yeniden üretimin sürütüsmeli alanlarında devamlı dönüşen (ya da 'nabza göre şerbet veren') bir meşruluk söyleminin araçlarıdır. Daha da önemlisi bu kanonik oluşumun, mesleğini icra eden gazetecilerin zihninde '**gazeteci, gazetecilik yapamadığında ne yapar?**' sorusunda somutlaşan; içinde işsiz kalma korkusu, çekingenlik, mesleki sinizm, tarafsız kalma, duyarsızlaşma, kendi yararına odaklanma gibi tezahür biçimleri barındıran topluma yabancılaşmış ortak bir zihniyet-kültür yarattığı da unutulmamalıdır. Gazetecinin topluma yabancılaşmasının bir görünümü olarak 'insani-manevi' yabancılaşma açısından önem arz eden bu ilişkide gazetecilik, mesleki bir düzenleme rejimi kapsamında tanımlanmış somut kategori iken; kamuları, gazetecinin haberleştirdiği sorunla bir biçimde 'doğrudan' ilişkili oldukları tahmin edildiği için aynı kümede toplanmış varsayımsal-soyut bir kategoridir. Muhalif, alternatif ya da sosyal medya mecralarındaki istisnai ilişkiler (araştırmacı gazetecilik, gerçeğe dayalı [fact-based] gazetecilik yurttaş-hak gazeteciliği ya da sakin gazetecilik vb.) dışında bu ilişki biçimi, ne gazetecinin 'kamuoyu adına' haberleştirdiği soruna ilişkin ne de bu soyut kategoriler içine

sıkıştırılmış kamuların kendileri dışındaki insanların bu sorunu nasıl ve neden içselleştirdiklerine dair karşılıklı düşünsel bir çaba içine girmedikleri, birbirinden kopuk, yabancılaşmış bir ilişkidir. Üstelik bu ilişki, kurgusal medya gerçekliği dışında toplumsal bir değer üretmeyen, haber konu olan olayı-sorunu kamulararası tartışmaya açarak ortak bir çözümün üretilmesine katkı vermeyen, toplumsal tarafları birbirlerine de yabancılaştıran bir ilişkidir. Bu bağlamda gazetecinin ‘insani-manevi’ yabancılaşması, gazetecinin karşılıklı etkileşimde bulunduğu toplumun, kamuların da ‘insani-manevi’ yabancılaşması ile karşılık bulan diyalektik bir değişimin ifadesidir. Toplumsal iktidarın korunup, sürdürülebilmesi saikiyle oluşturulan düzenleme rejimlerine tabi ilişkiler, toplumsal ilişki boyutunda da olsa söz konusu düzenlemenin yönlendirici gücüne-müeyyidesine tabi ilişkilerdir. Dolayısıyla gazeteci-toplum ilişkisi, toplumsallaşım sürecine özgü yani karşılıklı bir işi-faaliyeti gerektiren kullanım değerlerinin mübadelesi anlamında yapıcı-tarafları güçlendirici insani bir ilişki değil, medya sermayedarının ya da patronunun dolayımладыğı bir piyasa ilişkisidir. Kapitalist düzenleme rejimine tabi bu ilişki içinde tarafların rolleri bellidir. Gazeteciden değişim değerine konu olabilecek, metalaşabilecek (satılabilir) haber içerikleri üretmesinin, buna karşılık da okuyucular, izleyiciler, dinleyiciler, kullanıcılar gibi soyut, kimliksiz bir kategori içine yerleştirilmiş insanlardan ‘haber piyasasında’ satışa sunulmuş mallardan istediklerini üretken emek harcamadan, bedavaya almaları beklenmektedir. İşin ilginç yanı, gazeteci-toplum ilişkisine karşılıklı bir işi-faaliyeti gerektirme görünümü vererek; okuma, izleme, dinleme ya da kullanma eylemini sanki değer üretme faaliyetinin ikamesiymiş gibi göstererek bu ilişkinin aslında yabancılaşmış, yabancılaştırıcı bir ilişki olduğunu gizleme çabasıdır. Bazı geleneksel-klasik birikim alanlarının tükenecek olmasına karşın ağ toplumu paradigması, sermaye sınıfına kendisinin analogik (temsili) bir suretini inşa etmek, bunu dijitalleşme söylemiyle maskeleyerek ve bu sayede mübadele ilişkilerine dolaşımın örgütleyicisi olarak ‘geri planda durarak’ katılmak gibi içinde pek çok olanak barındıran akılcı (maliyeti makul) bir çözüm gibi görünmeye başlamıştır. Ancak bu paradigmanın kılavuzluğunda toplumsal iktidarın egemen gücü olarak kalmak için dijitalleşme söyleminin maskeleyici işlevi tek başına yeterli değildir. Bunun için asli bir unsura yani normatif, yaptırma bağlanmış yeni toplumsal düzenlemelere (reregülasyon) ihtiyaç vardır. Medya alanından örneklendirmek gerekirse toplumsal taraflar arasında medya sermayesinin dolayımладыğı ilişkilerde Bilişim Hukuku ve İnternet Rejimi altında yapılan düzenlemeler-sınırlandırmalar, sermaye ile siyasal iktidar arasındaki güçlü çıkar-ortak menfaat ilişkilerinin maskelenmesine (dijital demokrasi ve yeni kamusal alan tartışmalarında sermayenin özgürlükçü devletin/siyasal iktidarların yasakçı rolüne bürünmesi gibi) olanak vermektedir. Sonuç olarak insanın-bireyin özgürleşimin önünde biri dijital teknoloji dolayımıyla daha kolay aşılabilir hale gelen ‘doğal’; diğeri demokrasi dolayımıyla daha kolay aşılabilir hale gelebilecek ‘yapay-asimetrik düzenlemeler’ olmak üzere iki temel engel söz konusudur. Eagleton’ın (2011: 155) da belirttiği gibi “yabancılaşma, tarihin kendi eserimiz (insanların eseri) olduğunu unutmak ve yabancı bir güçmüş gibi onun hükmü altına girmek” ise teknolojiyi ikinci engeli aşmakta asimetrik değil simetrik yani toplumsal yarar adına kullanmamız gerekmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** yabancılaşma, gazetecilik mesleği, internet rejimi

# Gutenberg Parantezi Sonrasında Gazetelerin ve Gazeteciliğin Krizi

Haluk Geray

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi

hgeray@ankara.edu.tr

## Özet

Bazı araştırmacılar bildiğimiz haliyle gazeteciliğin temel unsurlarının paranteze alınması gerektiğini savunarak, bu ayrık dönemini Gutenberg Parantezi olarak tanımlarlar. Bu parantez matbaanın keşfinden başlar ve internetin çıkışına kadar sürer. Geleneksel gazeteciliğin temel özelliklerinin 19. yüzyılda kuruluşluk gazete anlayışıyla oluştuğu bilinir. Gazetenin çok sayıda basılması, her bir nüshanın daha makul fiyatlarla satılması ve temel gelirin ilanlar ve reklamlardan gelmesi. Gazetelerden daha sonra, 20. yüzyılda ortaya çıkan radyo ve televizyonculuk bunu daha da ileri götürmüştü, içeriğe para ödenmeden, medyanın tüm gelirinin reklamlardan oluştuğu bir yapı kurulmuştur. Bu yapıya “Çaylar Şirketten” modeli adını koymuştum. Refah Dönemi birikim döneminin gazeteciliği bir uzlaşmaya dayanmaktaydı. Gazetede çalışanlar güçlü sendikalara sahipti, gazetenin ticari sahipleri görece olarak sınırlı bir etkiye sahipti ve içerik bağımsızlığı (editorial bağımsızlık) onlar tarafından da kabul ediliyordu. Bunun karşılığında sahipliğin ve onun bağlantılı olduğu iktidar elitlerinin oluşturduğu “sınırlandırma küreleri” aracılığıyla belli konular her koşulda haber değeri taşıırken, belli konularda dengeli habercilik yapılacaktı, ancak bu sınırın dışındaki konular yazılmayacaktı veya diğerlerine oranla göz ardı edilebilir bir yer tutacaktı. Devlet de gazetelere çeşitli ayrıcalık (vergi istisnaları gibi) ve indirimler (kağıt gibi) yoluyla sahipliği destekleyecekti. Böylece anaakım yaklaşımlara göre toplumsal konulara duyarlı; toplumsal işlevleri olan ve demokrasiyi kurup vatandaşı aydınlatan, dördüncü güç olarak güçlülere kamusal denetime tutan gazetecilik anlayışı meşrulaşmıştı. Bu anlayış hiç kuşkusuz bir sınırlandırma anlayışıydı. Haberciliğin tarafsızlığı ve haber kalitesinin sağlanması adı altında sürdürülen bu politikaların en önemli destekçileri devletlerdi. Çünkü Refah Devleti birikim rejiminin devamlılığını sağlayan en önemli unsur kitlelerle gazete ve kitle iletişim araçlarıyla kurulan ilişkilerdi. Devletler gazetelere hem reklam ve ilan paraları aktarıyor hem de kağıt ve dağıtım hizmetlerinde indirimler ve ayrıcalıklar sağlıyordu. Araştırmacılarca Gutenberg Parantezi olarak adlandırılan döneme kıyasla 2000’li yıllardan başlayarak oluşan yeni yapıya bulut-köleci sömürgecilik parantezi diyebiliriz. İyimser yaklaşımlar açısından bakıldığında, Gutenberg Parantezi’nin kapanması internetin gelişimiyle olmuş ve medyanın sınırlandırıcı ve konuşkanlığı yok edici eğilimi yerine herkesin herkesle müzakere edebileceği bir dönem olasılığı belirlemiştir. Ancak iyimser yaklaşımın önemli eksiklikleri bulunur. Bunlardan birincisi herkesin herkesle konuştuğu sosyal medya ve platform firmalarının yarattığı sonuçları görmemesidir. İkincisiyse gelişmekte olan Güney ülkelerine (çevre ülkelere) yönelik çözümlenmeler yapmamasıdır. Biz çözümlenmelerimizde

bu konuya dikkat etmeyi hedefliyoruz. Geleneksel gazetelerin internete geçişi gazeteciliğin krizini yavaşlatmamıştır. Gazete tirajları sürekli düşünce reklam gelirleri de düşmüştür. Yeni dönem gazetecilik için ticari başarının başat olduğu bir gazetecilik anlayışının abartılı olarak vurgulandığı bir dönemi ortaya çıkardı. Artık her editoryal karar dikkatleri çekmek ve haberi olabildiğince çok kişiye okutmak olarak kendini gösterdi. Bunun yolu negatif haberler dediğimiz kategorinin gazetelerde abartılı olarak yer almasıydı. Cinayetler, doğal afetler, savaşlar ve çatışan siyasetçiler iyi konulardı. Sadece konular değil, haberin dili de değişti. Duygu sömürüsüne dayalı, acı pornosu olarak da tanımlanan bu dil egemen olmaya başladı. Okuyucunun da edilgin olarak kurulduğu bu dil, onu da kurban konumuna sokmuş oldu. Haber merkezlerinin kâr amaçlı olarak yeniden yapılandırılmasıyla istihdamın daraltılması gazetecilerin ürettiği içerikler dışında halkla ilişkiler bültenleri gibi içerikleri öne çıkardı. Gazetecilerin çalışma sürelerinin arttırılması, buna karşı aldıkları maaşların düşürülmesi yanında istihdamı daraltmanın bir yolu olarak parça başı prekarya türü işlerin işsiz gazetecilere kaydırılması uygulaması yaygınlaştı. Bunun sonucu olarak gazetecilik eğitimi almak isteyenlerin sayısı azalmaya başladı, her şeye karşın gazeteci olmak isteyenler ve olanlarsa istedikleri türden haberler yerine, artan oranda eğlendirici ve oyalayıcı haberlerle uğraşmak zorunda kalıyorlar. Bu yeni yapıda gazeteler krize sürüklenirken, gazeteciler de meslek kriziyle karşı karşıya kaldılar. Acaba bu krizler gazeteciliğin sonu mudur yoksa yeni bir parantezin açılması mıdır?

**Anahtar Kelimeler:** gazetecilik, Gutenberg Parantezi, iyimserler, gazeteciliğin meslek krizi



# Kültürel Çalışmalar Alanında Özdüşünüm Açmazı

Çiler Dursun

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi

cilerdursun@gmail.com

## Özet

Marksist ideoloji kuramlarına yönelik ciddi bir müdahale olarak yirminci yüzyılın son çeyreğinde karşımıza çıkan kültürel çalışmalar alanı, aynı zamanda klasik Marksist ideoloji kuramının insana, sınıfa ve toplumsallığa dair ön kabullerini de gözden geçirerek, bu müdahalesini ağırlıklı olarak epistemik bir zeminde geliştirmeye gayret etmiştir. Her ne kadar hakiki praksis düşüncesinin bir tür “güncellemesi” olma iddiasıyla, kişinin gündelik yaşamını, bu yaşamda kurduğu ilişkileri ve bu ilişkileri kurma biçimini ayrıntılı analize almış olsa da, analizin kendisinin aynı zamanda politik bir müdahale olup olmadığı bakımından yarım asır boyunca ciddi bir sınav vermiştir. Kültürel çalışmaların, metin çözümlemesi, alımlama çalışmaları ve üretim süreçleri çözümlemelerinde kapitalizmin toplumsal ilişkiler dünyasının en mikro süreçlerine ve anlarına varıncaya kadar çok şeyi sergilediği konusunda medya ve iletişim çalışanlarının kuşkusu bulunmamaktadır. Ancak gelinen noktada kültürel çalışmalar alanının yaklaşık elli yıllık kurumsallaşması boyunca toplumsal eşitsizlik ve sömürü ilişkilerinin üstesinden gelinmesine yönelik güçlü bir programatığı gelişmiş olmakla birlikte, bunu praksis olarak irade, eylem, hareket, ve radikal bir dönüşümle yeterince taçlandıramadığı; yani kapitalizmi veya burjuvazinin dünyasını sarsamadığı açığa çıkmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** kültürel çalışmalar, özdüşünüm, Marksist ideoloji

