



Yıl / Year : 2021 Sayı / Issue: 2

**TÜRKİYE
MEDYA AKADEMİSİ**



www.turkiyemedyaakademisi.com



Sahibi/Owner

Doç. Dr. Sefer KALAMAN

Editör/ Editor

Doç. Dr. Onur TAYDAŞ

Editör Yardımcısı / Assistant Editor

Öğr. Gör. Mehmet Ali SEVİMLİ

Mizanpaj Editörü / Layout Editor

Öğr. Gör. Melikşah YAZICI

Yazım ve Dil Editörü / Spelling and Language Editor

Arş. Gör. Selim BEYAZYÜZ

Öğr. Gör. Salih KÖSE





Yayın Editörü / Publication Editor

Arş. Gör. Deniz KURTYILMAZ



Son Okuyucu / Proofreader

Sena Hümeysra TARHAN

Seher KAVAK



Arşiv Sorumlusu / Archive Specialist

Seher KARATAŞ



Teknik İletişim / Technical Communication

Şafak DÖNMEZ



Yayın Türü / Publication Period

Yerel /Süreli



Yayın Tarihi / Publication Date

Kasım 2021/ November 2021





İletişim/Communication

info@turkiyemedyaakademisi.com

dergi@turkiyemedyaakademisi.com

Yayın Kurulu/Editorial Board

Prof. Dr. Adem YILMAZ (Atatürk Üniversitesi)

Prof. Dr. Enderhan KARAKOÇ (Selçuk Üniversitesi)

Prof. Dr. Şükrü BALCI (Selçuk Üniversitesi)

Doç. Dr. Ahmet OKTAN (Ondokuz Mayıs Üniversitesi)

Doç. Dr. Bayram Oğuz AYDIN (Gaziantep Üniversitesi)

Doç. Dr. Mikail BATU (Ege Üniversitesi)

Doç. Dr. Salih GÜRBÜZ (Necmettin Erbakan Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Sena KÖSEDAĞ (Erciyes Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Nazmi Ekin VURAL (Yozgat Bozok Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Sefa DOĞRU (Selçuk Üniversitesi)





Danışma Kurulu/ Advisory Board

Prof. Dr. Adem YILMAZ (Atatürk Üniversitesi)

Prof. Dr. Enderhan KARAKOÇ (Selçuk Üniversitesi)

Prof. Dr. Mahmut ÇELİK (Gotse Delçev Üniversitesi /Kuzey Makedonya)

Prof. Dr. Mehmet Sezai TÜRK (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)

Prof. Dr. Metin KASIM (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

Prof. Dr. Mustafa AKDAĞ (Erciyes Üniversitesi)

Prof. Dr. Mustafa ŞEKER (Akdeniz Üniversitesi)

Prof. Dr. Şükrü BALCI (Selçuk Üniversitesi)

Doç. Dr. Atilla JORMA (Gotse Delçev Üniversitesi/Kuzey Makedonya)

Doç. Dr. Elçin İBRAHİMOV (Azerbaycan Millî İlimler Akademisi/Azerbaycan)

Doç. Dr. Enes BAL (Necmettin Erbakan Üniversitesi)

Doç. Dr. Mehmet Necati CİZRELİOĞLULARI (Kıbrıs İlim Üniversitesi)

Doç. Dr. Onur BEKİROĞLU (Ondokuz Mayıs Üniversitesi)

Doç. Dr. Osman Kubilay GÜL (Sivas Cumhuriyet Üniversitesi)

Doç. Dr. Yasin BULDUKLU (İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi)





Bu Sayıya (2021; Sayı:2) Katkı Veren Hakemler

Doç. Dr. Ömer ALANKA (Atatürk Üniversitesi)

Doç. Dr. Ülhak ÇİMEN (Atatürk Üniversitesi)

Doç. Dr. Üyesi Tuğba IŞIK (Ağrı Üniversitesi)

Dr. Öğr Üyesi Yelda KORKUT (Atatürk Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Funda MASDAR KARA (Bitlis Eren Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Atike Sevtap DEMİR (Yozgat Bozok Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Ozan ÖZPAY (Cumhuriyet Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Burak TÜRTEEN (Karabük Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi İkbāl BOZKURT AVCI (Samsun Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Akil Fikret TOSUN (Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Ersin Diker (Gümüşhane Üniversitesi)

Öğr. Gör. Dr. Erhan HANCIĞAZ (Binali Yıldırım Üniversitesi)

Öğr. Gör. Dr. Abdullah MERT (Selçuk Üniversitesi)



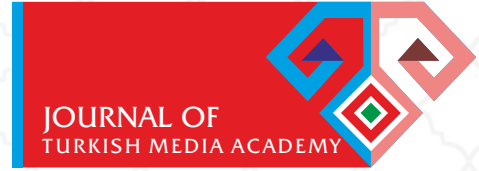


İÇİNDEKİLER / CONTENTS

Araştırma Makaleleri / Research Articles

- Betül HANDE DOĞAN**
Bresson Sinemasında Zaman-İmge'nin
Çocuğu: Mouchette 9 - 38
- Aysu UĞUR BALCI**
Tekno-gösterinin Bir Örneği Olarak *Yasak*
Elma Dizisi Ve Sosyal Medyada
“Dizi Kıyafetleri” 39 - 59
- Hamide SARITAŞ, Şükrü BALCI**
Siyasetin Fragmanı Siyasal Reklamlar
Üzerine Bir İnceleme 60 - 81
- Şebnem İŞÜR**
Bilişim Hukuku, Unutulma Hakkı Ve
Bilgi Asimetrisi Üzerine 82 - 111
- Şehriban KAYACAN**
Sağlık İletişimi Bağlamında Hastalık Algısı:
Bir Örnek Olarak Covid- 19 112 - 136
- Hasan Selim ÖVÜÇ**
Bilim Kurgu Sinemasında Teknofobik Bir
Anlatı Örneği Olarak “Frankenstein (1931)”
Filmi 137 - 154





Editörden

İletişim alanındaki yapılan çalışmaların yayınlanması, literatüre katkı sağlanması, amacıyla başlattığımız Türkiye Medya Akademisi oluşumunun ilk basamağı olan Türkiye Medya Akademisi Dergisi'nin (TÜMADER) Nisan ve Kasım ayları olmak üzere yılda iki kez yayınlanması planlanmıştır. İlk sayısı Nisan 2021 olarak yayınlanan ve büyük takdir toplayan TÜMADER'in ikinci sayısı ile tekrar birlikteyiz.

Türkiye Medya Akademisi Dergisi ilk sayısı yayınlandıktan hemen sonra çeşitli ulusal ve uluslararası indekslere başvurmuştur. Yaptığı başvuruların bazıları hala süreçte olan TÜMADER, "ASOS İndeks, EuroPub, DRJI, CiteFactor, Neliti, Google Scholar, I2OR, Advanced Science Index, Kaynakça.info" başta olmak üzere birçok indeksten kabul almış ve taranmaya başlamıştır. Bu gelişmeye ek olarak ilk sayıda bahsedildiği üzere derginin uluslararası kimliğe kavuşması konusunda hızlı adımlar atılmış olup, derginin kurullarında, alanlarında önemli yere sahip farklı ülkelerden isimlere de yer verilmeye başlanmıştır. Henüz yolun başında olmasına rağmen gösterilen yoğun ilgiye ek olarak, akademik dünyadan gelen olumlu tepkilerle doğru yolda olduğumuzun bilincindeyiz. Yakın zamanda yapacağımız değişiklikler ve yeni girişimler sayesinde TÜMADER'in emin adımlarla büyümesine tanık olacağımızı umuyoruz. Bu vesile ile de başta bize destek veren Yayın ve Danışma Kurulu üyelerimize, büyük bir efor göstererek süreçleri titizlikle takip eden editör yardımcım Öğr. Gör. Mehmet Ali SEVİMLİ ve indeks başvurularında değerli katkısını esirgemeyen Arş. Gör. Selim Beyazyüz ile birlikte tüm Editör Kurulumuza, birbirinden değerli çalışmalarını bizlerle paylaşan sayın yazarlarımıza, büyük bir özveriyle onları değerlendiren hakemlerimize ve son olarak da siz değerli okuyucularımıza teşekkür etmek istiyorum.

Türkiye Medya Akademisi Dergisi (TÜMADER) Kasım 2021 sayısında 6 (altı) araştırma makalesi bulunmaktadır. Derginin Kasım 2021 sayısının ilk makalesi olan "Bresson Sinemasında Zaman-İmge'nin Çocuğu: Mouchette" adlı çalışmada yazar Betül Hande Doğan, Bresson'un Mouchette (1967) filmi Deleuze'un başlangıcını çocukla özdeşleştirdiği zaman-imge kavramları doğrultusunda incelemiştir. "Tekno-Gösterinin Bir Örneği Olarak Yasak Elma Dizisi ve Sosyal Medyada "Dizi Kıyafetleri" başlıklı çalışmada Aysu Uğur Balcı, Yasak Elma dizisindeki kıyafet kullanımı, tüketim ve sosyal medyada oluşan dizi kıyafetleri algısı üzerine nitel bir çözümleme yapmıştır. "Siyasetin Fragmanı Siyasal Reklamlar Üzerine Bir İnceleme" başlıklı çalışmada ise, yazarlar Hamide Sarıtaş ve Şükrü Balcı, siyasi partilerin siyasal reklamlarda kullandığı siyasal reklam türü, reklamlarda ön plana çıkan konular, lider görüntüsü gibi değişkenlere ilişkin değerlendirmeler yapmıştır. "Bilişim Hukuku, Unutulma Hakkı ve Bilgi Asimetrisi Üzerine" başlıklı dördüncü makalede Şebnem İşür, ülkemizde de uygulanmakta olan unutulma hakkının hem gerekliliklerini hem de etkilerini bilgi asimetrisi kuramı açısından ele alarak incelemiştir. "Sağlık İletişimi Bağlamında Hastalık Algısı: Bir Örnek Olarak Covid-19" adlı beşinci makalede yazar Şehriban Kayacan çalışmada COVID-19 pandemisinin topluma yansımalarına yer vermiştir. Bu sayımızın son makalesi "Bilim Kurgu Sinemasında Teknofobik Bir Anlatı Örneği Olarak "Frankenstein (1931)" Filmi" başlıklı çalışmada yazar Hasan Selim Övüç, Frankenstein (1931) filmi bilimkurgu türünün özellikleri kapsamında teknofobi kavramı üzerinden incelemiştir.

Türkiye Medya Akademisi Dergisi'nin tüm kurulları adına Kasım 2021 sayısına olan yoğun ilginin devamını diler, bir sonraki sayılara katkıda bulunacak yazar, hakem ve okuyuculara şimdiden teşekkür ederiz.

Editör

Doç. Dr. Onur TAYDAŞ



BRESSON SİNEMASINDA ZAMAN-İMGE’NİN ÇOCUĞU: MOUCHETTE

Betül Hande Doğan *

Özet

İkinci Dünya Savaşı, toplumların somut değişimler geçirmesinin yanı sıra düşünce dünyasında da köklü değişimler yaratmıştır. Genel ayrımının savaş öncesi ve sonrası olacak şekilde tasarlandığı Deleuze felsefesindeki hareket-imge ve zaman-imge kavramları; klasik anlatının temsil bulduğu hareket-imge ve modernist anlatının temsil bulduğu zaman-imge ile ilişkilendirilmektedir. Sinemada modernist anlatının yegâne temsilleri arasında çocuk karakterler önemli bir konuma sahiptir. Bu çalışma, çocuk karakterlerin Bresson filmleri arasında yer alan Mouchette (1967) filmi örneğinde nasıl konumlandırıldığını incelemeyi amaçlaması bakımından önemlidir. Bresson, kendine has derinlikli sinema dili dolayısıyla eserlerini ana akım sinemadan ayırmıştır. Bu kendine içkin üslubu içerisinde Mouchette filminin başkarakteri kız çocuk Mouchette, Deleuze’un başlangıcını çocukla özdeşleştirdiği zaman-imge kavramları doğrultusunda incelenmiştir. Mouchette’in toplumdaki ve kendinden soyutlanmış yaşantısı içerisindeki film; zaman, mekân, öykü gibi kavramlar temelinde ele alınmış, Bresson filmografisinde çocuğun zaman-imge içerisinde temsiline, içerik analizi yapılmıştır. Analiz neticesinde filmin zaman algısının parçacıklı yapısı ve karakter bütünlüğünün içerik noktasındaki uyumsuzluğu Mouchette’in çocukluğunun konumunu gösterdiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Deleuze, Bresson, Zaman-imge, Çocuk

* Sorumlu Yazar: Yüksek Lisans Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi doganhandee@gmail.com
ORCID ID: 0000-0001-7122-9011

Geliş Tarihi: 20.10.2021 Kabul Tarihi: 26.10.2021 Yayın Tarihi: 24.11.2021

Atıf Bilgisi / Reference Information

Doğan, H. B. (2021). *Bresson Sinemasında Zaman-İmge’nin Çocuğu: Mouchette*, Türkiye Medya Akademisi Dergisi, Cilt:1 Sayı:2, s. 9 - 38

THE CHILD OF TIME-IMAGE IN BRESSON CINEMA: MOUCHETTE

Betül Hande Doğan *

Abstract

Pre-and post Second World War period both concrete changes on societies and also created radical changes thought of the societies. The concepts of movement-image and time-image in Deleuze's philosophy, in which the general distinction is designed to be before and after the war; It is associated with the movement-image that the classical narrative is represented and the time-image that the modernist narrative finds representation. The use of child characters among the only representations of the modernist narrative in cinema is important in terms of examining how the child characters are positioned in this narrative. Bresson separated his works from mainstream cinema due to his unique cinematic language. In this inherent style, the main character of the movie Mouchette, the girl Mouchette, is examined in the time-image center where Deleuze identifies her beginning with the child. The film in Mouchette's life, which is isolated from society and himself, is handled on the basis of concepts such as time, space and story, and the representation of the child in time-image in Bresson's filmography was analyzed by content analysis. As a result of the analysis, it has been determined that the fragmented structure of the film's perception of time and the inconsistency of the character integrity at the content point show the position of Mouchette's childhood.

Keywords: Deleuze, Bresson, Time-image, Child

* Corresponding Author: Graduate Student Necmettin Erbakan University doganhandee@gmail.com ORCID ID: 0000-0001-7122-9011

GİRİŞ

Bresson sinemasında insanın varoluş potasında spiritüel üslupla ele alınışı, kuşkusuz özerkleşmiş bir kod sistemi yaratmayı gerekli kılmaktadır. Bresson'un peşinden koştuğu hakikatin sinemasal karşılığına, bu kodların ele alınarak çözümlenmesi neticesinde bir nebze erişilebilmektedir. Bu doğrultuda Bresson; parçalı ve sade kurgu sistemini, kadraj dışı ses kullanımını, az olanın özümsemişi ve hedeflendiği minimal üslubu, minimize etme gayesi ile de bağdaştırılabilecek duru oyuncu-model farkını, modern olanın içinde kıvranan bireylerin sancılarını tanımlamış, geliştirmiş ve işlemiştir. Filmlerinin bu kendine has'lığı; sinemasını klasik olan anlatı türünden ayırarak, parçacıkların bütüne hizmet etmediği ve kendi başına anlamlar yaratabildiği modernist anlatı içerisine dâhil edilmesini sağlamıştır. Klasik anlatının süregelen üretilmiş etiketleri, modernist anlatı sürecinde yapı bozumuna uğramıştır. Deleuze'un bu ayrım noktasında anlatı boyutu için geliştirdiği hareket ve zaman imgeleri, her iki sinema anlayışının farklı boyutlarını ele almaktadır. Genel hatları ile 2. Dünya Savaşı'nın öncesi ve sonrası olacak şekilde çizgileri belirlenen imgelerin hareket boyutu, savaş öncesi dilime karşılık gelmektedir. Savaş sonrası ise zaman boyutunun yeniden ele alınışı olarak ifade edilmektedir. Hareket-imge'de klasik anlatıya denk düşen an'ların doğrusal kurgulanışı, zaman-imge'nin savaş sonu insanlığın hayata dair pek çok olguyu revize etmesine paralel şekilde dizgesel akışın mümkünsüzlüğü olarak değişmesiyle ayrılmaktadır.

Zamanın ve hareketin imgeleri, anlatı tarihi içerisinde sinemada klasik/modern dönemler ile kendine pek çok noktada temsil kaynağı edinmiştir. Bu noktada Deleuze ve Bresson felsefesinin kendi içlerinde barındırdığı Kant, Marx, Bergson, Leibniz, Spinoza ya da Baudrillard gibi uçsuz bucaksız ilişki ağı içerisinde bu çalışma; Deleuze'un imgelerinin pek çok alana nüfuz etmesinin içerisinde yalnızca sinemada zaman-imge'nin ağırlık olarak ele alınışı ile ve Bresson sineması içerisinde de gerek biçim gerekse içerik noktasında incelenebilecek pek çok olgu içerisinde yalnızca çocuk temsili ile sınırlandırılmıştır. Bu sınırlandırmanın inceleme boyutu ise Deleuze'un zaman-imge formülasyonun, eserleriyle kendisinin de modernist anlatı katmanına dâhil ettiği Bresson sineması içerisinde çocuk temsili üzerinden irdelenmeyi içermektedir.

Zaman-imge sinemasının çocuk üzerinden nasıl inşa edildiği yönetmenin filmografisinden *Mouchette* filminin nitel içerik analizi yöntemi ile gerçekleştirilmiştir.

1. BRESSON SİNEMASI

Bresson'nun sinema tarihi içerisinde yeri, kendi döneminden itibaren keskin çizgilerle oluşturulamamıştır. Bu durumu açıklaması bakımından Ulusoy'un (2001, s.218-219) ifadeleri özetlenecek olursa, Ulusoy'a göre Bresson sinemasının etkinliği ve yetkinliği noktasında ortaya çıkan fikir ayrılıklarının nedeni Yeni Dalga içerisinde iki önemli yönetmen olan Godard ve Chabrol ekseninde şekillenmektedir. Ayrıca Ulusoy, yazar-yönetmen kavramı olarak da tanımlanan auteur kavramının çıkışını Renoir ile ilişkilendirildiğini değerlendirmekle birlikte Bresson'nun da pratikte ortaya koyduğu eserlerle, yazar-yönetmen kavramını kanıtladığını ifade etmektedir. Ulusoy Bresson'nun somut etkilerinin yanı sıra Yeni Dalga üzerinde oluşturduğu manevi etki, onu diğer yönetmenlerin de kendi sinema dilini kurmaları yönünde önder ve ilham kaynağı olma gibi bir konuma da getirdiğini de ifade etmektedir. Böylece Ulusoy'a göre Bresson'un bu sinema serüveninin yoğun uğraşlar ve çatışmalarla ilerlemesinin ve bu doğrultuda da dönem içerisinde tanınırlığının az olmasının sebepleri arasında, oluşturmayı hedeflediği sinema üslubunun geleneksel kodlarla birlikte ilerlemiyor olması yer almaktadır.

Sinema literatüründe Bresson'un biçim ve içerikte kendi sinemasının yeni kodlarının zemininin felsefi temelleri Aylan, Oruç ve Deleuze'un de belirttiği üzere; Leibniz, Pascal ya da Spinoza gibi çeşitli felsefi öncülerin görüşlerine dayandırılmıştır. Böylece Bresson'un sinematografisinin üslubunda yer alan manevi zenginlik unsurları, bu filozofların düşünceleri üzerinden şekillendirildiği değerlendirilebilmektedir (Aylan, 2014, s.183; Oruç, 2014, s.99; Deleuze, 2021b, s.218). Bu doğrultuda Bresson sinemasının derinlikli yapısını oluşturan ses ve görüntünün uyum ya da uyumsuzluk içerisinde ilerleyişinin, bedenlerin özgürce hareket etmesinin kadrajlanmasında görüldüğü ifade edilebilir.

Bresson, hiçbir zaman güzel olanın gölgesinde ilerlemediğini ifade ederken kapalı bir sanat ve estetik anlayışına sahip olduğunu da göstermektedir (Bresson, 2016, s.22). Bu doğrultuda tecimsel bir kaygı peşinde olmayan bir sinema kariyeri geliştirmiş ve filmlerinin sayısının azlığını da yapımcı bulamaması nedeniyle olduğunu belirterek, ana akım sinemadan gerek biçim-içerik gerekse “gişe” getirisi bazında ayrılışını belirtmiştir (Bresson, 1991, s.14).

Fransız sinema tarihine yön verici etkiye sahip iki önemli takımın Bresson ve Renoir temelinde geliştiği ifade edilmektedir. Bu temsilcilerin geliştirdikleri sinema üsluplarının belirli noktalarda taban tabana zıtlığı, iki kutbu oluşturmuştur. Temel ve genel hatları ile Renoir’ın tiyatroyu sinemaya yaklaştırma, cinsellik ekseninde görsel estetik, tesadüfe inanışı ile Bresson sinemasında tiyatrunun reddi ve sinematografin tanımı, Jansenist katı bir kadercilik ve kaderciliğin yönlendirici boyutu, iki yönetmen arasında zıtlığı temsil eden bazı noktalardır (Ulusoy, 2001, s.219).

Güzelliğin sadeliği amacı güden sinema anlayışı, sadeliğin sinemada karşılığı minimalizm ile Bresson’da karşımıza çıkmaktadır. Minimalist sanat içerisine resim, heykel ya da seramik vb. sanatlar, gereksiz olandan desen tekrarı ya da geometrinin sadeleşmiş tasarımlarının geliştirilerek kullanılışı ile dâhil edilmektedir. Bresson sinemasının merkezinde dramatize (ana akım) sinemanın minimize edilme gayesi yer almaktadır (Sözen, 2009, s.80-85). İmkânlarının fazlalığının sinemasını imkânsızlaştırdığını ifade ederek film üretim süreçlerinde kendisini aşağı çeken ne varsa en aza indirgemeye çabalamıştır (Bresson, 2016, s.15). Gerçeğin en az dokunulmuş haline ulaşma arzusu, minimal sinema anlayışını geliştirerek, sinema literatürüne de geçecek hem içerik hem de biçimde yenilikler getirmesine olanak tanımıştır. Genel hatları ile biçim üzerinde Bresson dokunuşlarına bakıldığında; oyuncunun tiyatroya konumu nedeniyle reddi ve “model”in tarafsız yaratıcılığının, müziğin yönlendirici etkisinin bilincine karşın “stasis” anına indirgenmiş doğal sesin gücünün, gerçek zamanda olanın en az dokunulmuş kurgusu amacıyla sadeliğin kurgusunun ve ikonografinin görsel hazzının beden kesik kadrajlama ile sunumunun yer aldığı görülmektedir (Schrader, 2008, s.79-120). Tüm bu geliştirdiği yeniliklerini ise sinemanın yaşam ile ortak paydada buluşturulabilmesindeki etkilerini keşfetmeye

adayaarak oluşturmıştır (Sözen, 2009, s.85). Ses ve görüntü etkileşimi boyutunda oluşturduğu tekrarlı anlatı formu da ayrıca Deleuze için kadraj-dışı kullanımının örnekleri arasında sayılmaktadır. Deleuze, bu sesin görüntüyü pekiştirme ya da olmayan görüntüyü görünür kılma halini, film içerisinde yeni bir teknik olarak değerlendirmiştir (Deleuze, 2021a, s.30). Ellerin özneleştiği kadrajlama tekniği ile eyledikleri hareket üzerinden mekânın tasvirinin yapıldığı Bresson sineması, parçalanmış anlatının parçalanmış mekân ve bedenlerinde temsil bulmaktadır (Deleuze, 2021a, s.147).

Baker'in de ifade ettiği gibi Bresson, inancın doğasını aktarmada döneminin toplumbilimcilerinden oldukça ileri bir konumdadır (Baker, 2015, s.202). Sontag (2015, s.237), sanatın aşkın olan bu sunumunun en sonsuz değere sahip olduğunu ifade ederken Bresson sinemasını işaret etmektedir. Bresson'nun sinemasının soğukluğunun nedenleri arasında ise Sontag, tinselliği aktarmadaki üslubunun anlaşılammış boyutundan da bahsetmektedir. Bresson'nun anlaşılmaz görülmesinde özellikle beklenilmeyen film sonları ve yakın plan bedenlerin kadrajda barındırdığı anlamsızlığın yer aldığı da düşünülmektedir (Keskin, 2008, s.31).

Sontag, sanatta biçimin içerikle bağımsız gelişimini analiz ederken, biçimin konu ile olan bütünleşik uyumunu Bresson üzerinden incelemektedir. İletmek istediği şey için iletme yolunu şekillendirmesi, Bresson'u mükemmelleştiren noktayı oluşturmaktadır. Brecht estetiğinden yola çıkarak Bresson'nun yarattığı izleyici-film uzaklığı, izleyicinin karakter ile bütünleşme halinin gereksizliği ile bağdaştırılmıştır. Yabancılaşma çerçevesinde klasik anlatıdan farklı olarak Bresson da izleyici ile nötr yüz ifadeleri ve çözölemeyen belirsiz hisleri olan modelleri arasına görünmez bir duvar örmektedir. Bresson filmlerinde nihai son ile film sürecinde paralel ilerleyen gerilim katmanının klasik anlatı boyutu, ters işlev göstermektedir. Filmde gelişecek olaylar çeşitli yollarla izleyiciye önceden bildirilir ki bu izleyicinin filme dair konumunun Brecht temelinde uzaklaştırılmış haline de bir örnektir. Brecht ve Bresson ortaklığına Bresson'nun oyuncu-model değişiminde de rastlanılmaktadır. Brecht için oyuna dâhil olmak yerine oyunu iletme amacıyla olması gerektiği yönünde tanımlanan oyuncu, Bresson için de içeriğin dışında kalabildiği kadarıyla kusursuza yaklaşan model olarak karşımıza çıkmaktadır (Sontag, 2015, s. 239-244).

Bresson filmlerinin temaları, kontrol altına alınmış bireylerin özgürlük halinden ve özgürlüğe kavuşma döngüsünden oluşmaktadır (Sontag, 2015, s.246). Belirli bir noktada özgür kılınan bu model karakterler Bresson sinemasında, Pipolo'nun (2010, s.21) da ifade ettiği gibi Deleuze için otonom bağımsızlık taşımaktadır. Özgürlüklerinin peşinde koşan model karakterlerin kavranamayan açığa vurulmamış duygu dünyalarının donuk yüzlerindeki temsilini Kovacs (2016, s.153), model kavramının “insandışılığı” anımsatması ile ilişkilendirmektedir. Modeller, tıpkı dönem insanların zaman-imge’de tarif edildiği ölçüde akıldan uzaklığı ile anlamlarını yitirmiş, robotlaşmışlardır.

Karakterlerin dünya üzerindeki sıkıntılarının mistisize edilişi, Bresson sinematografisinin genel içerik boyutunu oluşturmaktadır. Truffaut'nun Bresson'a özgü kadrajlama tekniğinin fotoğrafa yakın bulunuşunun etkileri ile Schrader'in, Bresson filmlerindeki karakterlerin Bizans İkonografisi'ne benzerliği noktasında getirdiği yorum bütünlük taşımaktadır. İkonografik yüz hatlarına özen göstererek seçtiği modellerini durağan ve belli bir yükseklikten kadrajlaması, sekans boyutunda fotoğrafik görseller oluşturmaktadır. Gündelik olanın estetize edilme arzusu, filmlerinde Yeni Gerçekçiliği andıran bir belgesel tarzın da oluşmasını sağlamaktadır Çağdaşlaşmanın getirdiği güvensiz, endişeli, melankolik, kendi yaşamına ve dış dünyaya yabancılaşmış insanların hissizleşmelerinin son derece donuk sunumu, sinemasının temelinde yatan amaçtır (Schrader, 2008, s.115-120; Teksoy, 2009, s.400-402).

Baker'in “*transandantal imaj*” olarak ifade ettiği şey'lerin duyumsanma boyutlarının aşkınlığı olarak Kant bakışında ele alınışı, aşkın olanın anlamını kavramak açısından önem taşımaktadır. Duyumuzun yetki alanının dışında kalan şey'ler, transandantalize edilme halini ifade etmektedir. Akılsal olanın üstündeki bu durum Bresson'un imajları ile birleştirilmiştir. Deleuze'un sinemanın modernizm sonrası kendi yerini oluşturmada zaman-imge boyutu, irrasyonel ve bu durumun getirisi olarak da uzamsal düzlemin geçersizliğini barındırır (Oruç, 2014, s.63). Bresson filmlerinin metafizik boyutu, Kovacs'ın (2016, s.148) terimleştirdiği gibi *metanomik minimalist* anlatının ruhsuz karakterleri ve bedenlerle parçalanmış mekânların kurgusu üzerinden zaman-imge felsefesinin kristal yapısı ile özdeşlik barındırmaktadır. Bresson filmleri içerisinde mantık dışı davranışlar sergileyen karakterler, zaman-imge'nin içerisinde

eyleyen, özellikle 2. Dünya Savaşı sonrasında yozlaşmış insanlığın temsilini oluşturan sembollerdir (Gönen, 2008, s.27-28).

Deleuze'un hiçsizleşmiş mekânlar üzerine temellendirdiği zaman-imge felsefesi, Bresson filmlerinin mekân kurgusu boyutunda incelendiğinde mekânların aleladeliliği, arka planda yalnızca somut varlığı ile filmin her yerde ve hiçbir yerde geçmesinde görülmektedir. Taşra Papazı'nın Günlüğü filminde papazın yaşadığı taşra yalnızca mekânın yeniliğini ifade etmek için vardır. Boulogne Ormanı Kadınları filminde Boulogne Ormanı ya da şehir, karakterlerin koşuşturdukları ama soyut düzeyde bağlanamadıkları mekânlardır. Jeanne D'arc ise herhangi bir kilisede sorgulanmaktadır. İç dünyalarının mekânlarına sığamayan ya da uyuşmayan Bresson modelleri, filmin dış dünya mekânlarında adımlamaktadırlar. Mekânın Bresson'a özgü ses-görüntü dengesi üzerinden kurulmasına karşılık Deleuze, bu stilin mekân ve duygu bütünleşmesi noktasındaki kusursuzluğunu da ifade etmektedir (Deleuze, 2021a, s.148).

Düşünme eyleminin görünür ve dahi hissedilir kılınması, zaman-imge sinemasının başat noktalarından birisi olarak görülmektedir. Ana akım sinemanın ürünü filmlerin kolay sindirilir, tüketilir pozisyonuna karşılık Deleuze, zaman-imge'de düşüncenin egemenliğini sunmaktadır.

2. DELEUZE, ZAMAN-İMGE ve ÇOCUK

Çalışma kapsamında incelenecek *Mouchette* filminin zaman-imge boyutu, Deleuze'un ağırlık olarak zaman-imge felsefesini merkeze alarak inceleneceğinden dolayı bu başlık altında zaman-imge felsefesinin sinema ile olan ilişkisi boyutu özetlenmeye çalışılacaktır.

Formüle edilebilecek yöntemli bir felsefi haritasının olmadığı ifade edilen Fransız filozof Gilles Deleuze, modernizm ya da yapısalcılığın ötesini içeren çok katmanlı bir nüfuz alanı oluşturmuştur. Bu tek yönlü ele alınamayacak felsefi mekanizma içerisinde kavramsallaşmanın önemini de tasarladığı hareket ve zaman-imge üzerinden iletmektedir (Erkan, 2019, s.2629).

Her ne kadar sinemanın tarih sahnesine çıktığı dönemden itibaren potansiyel gücünü idrak edememiş olsa da Bergson, Deleuze'un terminolojisinde önemli yerde

durmaktadır (Flaxman ve Yılmaz, 2013, s.174). Bu noktada Deleuze ve fikirlerinin oluşmasında oldukça etkili bir noktada yer alan Bergson, deneyimlenen zaman ile mekânın paralel ilerleyen olgular olması nedeniyle belirli bir zaman dilimi içerisinde belirli bir mekânda gerçekleşen herhangi bir hareketin salt olarak mekân üzerinden analiz edilemeyeceğini ifade etmektedir (Aras, 2017, s.113). Bergson'un (2007) deneyim kavramının zaman ve mekân bütünlüğünün sezgi yoluyla çözümlenebileceği fikrinden yola çıkarak oluşturduğu "süre" imgesi, dışsal akan zamanın insan belleğinde sürdürülebilir ya da parçalanabilen zaman kavramından farklıdır. Zamanın sezgisel dönüşümünün içsel algılanma katmanlarına evrilmesi, Deleuze'un zaman-imgesi ile belirli noktada kesişmektedir.

Oldukça geniş bir çerçeve çizimi ile zaman-imge'nin zaman kavramını Deleuze, Kant öncesi ve sonrası olacak şekilde temellendirerek ele almaktadır. Kant'ın a priori boyutuyla zamanın uzam ve uzay bazında algılanışın ötesinde barındırdığı biçimlerini, art arda zamanlar olarak ele alırken; Kant'ın devamında Bergson'nun iç zamanımız olarak adlandırdığı ve ardışıklık barındıran zamanının yanı sıra dış zaman olarak ifade edilen parçacıklı zamanın yapısını işaret etmektedir. Zaman-imgenin bu çok katmanlı yapısı film alıcısının zihninde katmanlara ayrılarak çoğalmaktadır (Yüzüncüyıl ve Buluş, 2016, s.475 ; Baker, 2015, s.306). Zaman-imge'nin yarattığı bu konumda ise zaman, pragmatik bir boyut taşımamaktadır (İşler, 2020, s.480).

Bir atın çoklu fotoğraflarının hareket hissinin gözdeki yanılsaması, sinemanın en temeldeki hareket algısının başlangıcı olarak değerlendirilebilir niteliktedir. Ancak hareketin saf sunumunun Bergson felsefesi ile bütünleşen bu yapısı, özellikle Sovyet montajının gelişmesi ile farklı bir noktaya taşınmıştır (Türkgeldi, 2015, s.119). Sovyet kurgusunun sıçramalı anlatı keşfinin kinetik kurgu sistemi ile Griffith'in dramatik anlatının yapısal kurgu tekniğinin keşfi; uygulama şekillerindeki farklılıklara rağmen harekete indirgenmiş zamanları temsil etmeleri noktasında dolaylı aktarım imajı oluşturmaktadırlar. Yaratılan iki anın bağlanması hali eş mesafeli tek boyutluluk içermektedir (Sütçü, 2015, s.82-83). Bu benzerlik noktaları ise her iki kurgu tekniğinin de ana akım sinemanın hareket-imge içerisinde yer alışı göstermektedir (Gönen, 2008, s.26-27).

Deleuze'un felsefesinin merkezinde yer alan "olma"nın sürekliliği, zamanda "şu an"ın mekânla ilişkisinin ortaya koyması açısından önemlidir (Erdönmez, 2014, s.3). Kurgu aşamasında gerçekliğe bakılmaksızın birbirinden bağımsız iki olayın, mekânın ve karakterlerin birleştirilebiliyor oluşu ise hareket-imağın temel fonksiyonunu oluşturmaktadır (Baker, 2011, s.31-32). Fiil-imge'nin insana içkin süre'yi ifade etmedeki yetersizliği ise dış zaman akışının kavranmasına yönelik yeni bir imge tanımlamasını doğurmuştur (Aras, 2017, s.115). Deleuze zamanın ayrışarak aktığı iki yön için, şu anın akışı ve dünün korunması ayırımından söz etmektedir. Şu anın potansiyel akışı ile tüketilmesi, gelip geçiciliğini ifade etmektedir. 'Vitürel' imge ise deneyimlenmiş zamanın en ufak parçasına karşılık gelmektedir. Bölünmüş zaman imgesi, modernist anlatı çerçevesindeki zaman algısının evrimini örneklemektedir (Deleuze, 2016, s.16-17).

Hareket-imge ve zaman-imge'nin kronolojik haritasının çiziminde 2. Dünya Savaşı en başat role sahiptir. Bu zaman diliminin somut görüngülerinin ardında gelişen insanlığın zihin-bellek-zaman katmanında düşünsel zemininin kırılma hali, eyleyen insanın eylem'e ve kendine bakışını değiştirmiştir. Bu döneme kadar eyleyen insanın "hareket"i, ana akım sinemanın "hareket"i ile paralel ilerlemiştir. Filmin karakteri olarak insan ya da hayatın öznesi olarak insan, eylemlerinin etkinliğini; savaş sonunda yaşanan yeni düzen içerisinde 'eyleyen' pozisyonundan 'izleyen' konumuna geçerek gerçekleştirmiştir. Savaşın yıkıntıları içerisinde gerek mekânsal gerekse zihinsel gezintiler arasında süzülen insan, zaman kavramının içeriğini, değerini, yönünü kavrayamaz hale gelmiştir. Zamanın dokunulmamış dışsal gerçekliğinin temsilinin gerekliliğini vurgulayan zaman-imge sineması, insanın bütünlüğünün bozulduğu her alandan ayrıştırılarak temsil edilmiştir. Zaman-imge sinemasının parçalı kurgusu ya da rasyonalite boyutunun ötesine geçme hali, insanlığın içinde yaşadığı dönem etkileri neticesinde de yön almıştır (Gönen, 2008, s.27-29).

Modern dönem sinemasının zaman-imge ile açıklanıyor oluşu sinemada zaman algısının değişimi ile ilişkilendirilmektedir. Sinema düşüncesi ya da düşüncenin sineması, zaman-imge içerisinde süregelen tekdüze anlatı formunun ötesine geçebilme olanağı kazanmıştır (Colebrook, 2013, s.48). Zihnin 2. Dünya Savaşı sonrası bu filmsel

zaman içerisinde aktifleştirilmiş yeni konumu, doğrusal nedenlerin getirdiği doğrusal sonuçlara bağlanma halini zaman-imge sinemasında arka plana itmektedir (Oruç, 2014, s.6).

Savaş sonunda gerçekliğin yeni konumu sinema bazında da aynı dönemde iki keskin tarihi oluşturmuştur. Bu döneme Vertov’cu gelenekten Griffith’in klasik kurgusuna kadar geçen sinema ‘hareket’i sınıflandırması yapılırken, kökenlerinin Kant’ın zaman algısının evrimine dek götürüldüğü, savaşın bitiminin yarattığı yeni “zaman”ın Yeni Gerçekçilik ve dahi Orson Welles itibariyle modernize edilmiş ‘zaman’ hareketi sınıflaması ise diğer bir kutbu oluşturmaktadır (Baker, 2015, s. 304).

Baker, sinemanın zaman-imge’ye doğru mecburi yönelişini, 2. Dünya Savaşı sonunda Avrupa ekseninde insanların hayata bakış ve hayatı algılayış yönlerinin değiştirilemez şekillenışı ile ilişkilendirerek açıklamaktadır (Baker, 2011, s.161). Yaşanılan dehşetin insan eylemleri üzerindeki yarattığı kafa karışıklığı eş değer şekilde Aras’ın (2017, s.117) da ifade ettiği gibi film içerisinde yaratılmış karakterlerin de anlamsız eylemlerine denk düşmektedir.

Hareket-imge’nin yarattığı his, olan zamanın içerisindeki olan hareketin yinelenmesi halidir. Bu tekrarlanma içerisinde Deleuze, zaman-imge’nin kendi içinde barındırdığı hareketin bağının tersine çevrilmesini, akışın yapı bozumu olarak değerlendirmiştir. Zamanın bu noktadaki doğrudan sunumu sinemanın anlam boyutunu oluşturmaktadır (Deleuze, 2021b, s.53-54). Anlamanın yaratılmasında hareket-imge’nin edilgin, pasifize edilmiş izleyicisinin, filmin tüm noktalarına düşünsel dahiliyeti ise zaman-imge ile gerçekleşmektedir. Modernist anlatının filmle ilişkisi, özdeşleşim kurma çabası dışında izleyici zihninde düşünülerek içselleştirme ile kendini göstermektedir (Oruç, 2014, s.23).

Zaman-imge’nin en net örneklerinin verildiği dönemi ise Deleuze, Yeni Gerçekçilik olarak işaret etmektedir. Gerçekliğin salt, dokunulmamış sunumunun kusursuzluğu ve bu gerçekçi temanın film yapım aşamalarını kapsayacak şekilde geliştiriliyor oluşu, bu akım dâhilindeki filmleri klasik anlatı/hareket-imge’den ayırttırıyor oluşuna bir örnek niteliğindedir (Deleuze, 2021b, s.9-11). Hareketin

imgeler arası kurduğu düzlemsel bağın aksine kendiliği içerisinde bağımsız varlığını öncülleyen zaman içerisindeki imgeler, dokunulmamışın temsili ile Deleuze'a göre Yeni Gerçekçiliğin sokağa fırlamış kamerasında başlangıç göstermektedir (Baker, 2011, s.270). Bu noktada insanların savaş sonu dönemde bellek karmaşası ya da zihin bulanıklığı yaşadığı, zamanın sorgulandığı, anıların anlam değiştirdiği ortamın, zaman-ime dilinden en bilinen ve net temsilleri arasında Alain Resnais'nin Geçen Yıl Marienbad'da (1961) ya da Hiroşima Sevgilim (1959) gibi filmleri yer almaktadır. Hareketin düşünsel boyutu ve yıkıntıların zihinde kovulma içgüdüleri temelinde bu filmler, belleğin savaş sonu insan üzerindeki etkisini de ortaya koyar niteliktedir. Doğan'ın (2020, s.445) da ifade ettiği gibi bilindik mekânlar sinemada yeni deneyimlenen zaman içerisinde ortadan kaldırılarak yeniden inşa edilmiştir. Karakterler, bu mekânlar içerisinde zamanın yeni akışında savrulan karakterlerdir.

Deleuze, hareket-ime'nin başarısız imajlarını, ana akım anlatıdaki hayatın algılanış ve temsil edilişindeki gerçekçiliğin azalışı ile ilişkilendirmektedir. Hareket'in zaman'dan bağımsızlaşarak anlamsızlaşması, her iki imgenin ayrımını oluşturmaktadır. Deleuze, hareketin film içerisindeki zamana indirgenerek sunumunun aksine zamanın doğrusallığının aktarılışını geçerli kılmaktadır (Baker, 2015, s. 303-304).

Görme durumundan düşünme durumuna sinemada geçiş, başarılı bir atılım olarak değerlendirilmemiştir. Zaman-ime'nin kesintili kurgusu ve düzlemsel sıralamasının yokluğu, video-belgesel karışımı bir imaj oluşmasıyla ilişkilendirilmiştir (Baker, 2011, s. 24-38). Mimetik anlatının duyumsama ve kavrama amacı taşıyan yapısal kurgu tekniği ile zihinsel anlayış süreçlerinin devrede olduğu doğrusal zaman imajı, hareket-ime'nin de içerisinde yer alan bir imaj türüdür. Fakat zamanın etki-tepki boyutunda akılsal bütünlük barındıran bu imajı, modern anlatının dağınık zamanı ile aynı pozisyonda değildir. Aleladelik barındıran eylemler, insanlığın çöküşünü resmeden 2. Dünya Savaşı sonrası dönemde insanın kendine olan inancını kaybetmesi neticesinde gerçekleşmektedir. Hareket-imaj'ın kurgulanmış zamanı, zaman-imaj'ın potansiyel gerçekliğine evrilmiştir (Gönen, 2008, s.25-28). Modernist anlatının anlamsız karakterleri bu bağlamda anlamsız eylemlerini bağdaşıksız anlar içerisinde eylemektedirler. Thwaites'in de belirttiği gibi modern anlatıda zaman-imgenin

görüntüleri arasındaki hiyerarşik akış yönünün ve mantık boyutunun yokluğu bu anlamsızlığı pekiştirmektedir.

İkinci Dünya Savaşı sonrası şu an, dün ve yarın gibi zamansal düzlemin kavramları, anlamını yitirmiştir. Net çizgilerle ayrılabilen zamanlar yerini homojenik bir karışıma bırakmıştır. Organik ve kristal tanımlaması ışığında ortadaki fark, organik kurgunun bağlantısal süreklilik içermesi ve kristalleşen zamanın karıştırılmış parçalarıdır. Deleuze, iki imgenin ayrımını ayrıca “hakiki” olanın sunumu üzerinden de ele almaktadır. Hareket-imge yaratmaya çalıştığı hakikati, us sınırları çerçevesine sıkıştırarak ve klasik düşünme evrenine bağımlı olacak şekilde ele alarak gerçekleştirirken, hakiki olanın kalıplaşarak irdelenişindeki çıkmazı temel alan zaman-imge, kristal bir dinamizm ve sürekli bir devinim barındırmaktadır (Sütçü, 2015, s.58-69).

Zaman imge’nin kendi zamanını yaratımı, sinema üzerinden yaşanan zamanın denkliği ile görünür kılınmaktadır (Serttek, 2013, s.47-48). Sinemanın düşüncesi, zaman-imge’nin mümkün olanın görüntülere dökülebilmesi oranında başarılı kılınabilmiştir. Görme eyleminin kamera ile insan ortaklığında bütünleşmesi zaman-imge’de meydana gelmektedir (Colebrook, 2013, s.41-44).

Modernist anlatının doğrultusunda zaman-imge’nin başlangıcı Yeni Gerçekçilik içerisinde çocuğun öncelikli aktarım aracı olarak kullanılmasından önce, çocuğun sinema içerisindeki yer alışı film tarihinin başlangıç sayfalarına dek götürülmektedir (Gürkan, 2018, s.93). İlk dönem filmleri olarak ayırım yapılabilecek bu filmlerde çocuklar seyirlik konumunda temsil edilmiştir (Düzcan, 2017, s.404). Avrupa Sineması bazında çocuğun seyirlik durumundan tanıklık boyutuna geçişinin ele alındığı filmler, ilerleyen süreçlerde üretilmeye başlanmıştır (Uçan, 2019, s. 50). Bu döneme denk düşen 2. Dünya Savaşı yılları ve sonrasında sinemanın çocukları, savaş sonrası dönemde babalarının suçlarının mecburi paydaşı olarak trajik bir yer edinmişlerdir. Yeni Gerçekçilik içerisinde anlatılacak olanın dışarıda olduğu gibi sunulması arzusu, aktarıcının da doğal olması ihtiyacını doğurmaktadır (Düzcan, 2017, s. 405-407). Bu sözü edilen çocukluğun doğal, ölçümsüz tarafı Yeni Gerçekçi yönetmenler için cazip bir seçenek oluşturmuştur. Savaşın kıyısında enselerinde ölümü hissederek normalinden

daha hızlı büyüyen ya da aksine hızla küçülen çocuklar, yetişkinlerin yönettiği hayat oyununda figüranlık yapmaktadırlar. Bu hayat yolundaki figüranlığın sinemada başrole evrilmesi ise öncelikli olarak De Sica'nın çocuklarla iç içe geçmiş sinemasında karşımıza çıkmaktadır (Gürkan, 2018, s. 94). De Sica'ya ek olarak Rossellini, sinemasında çocuğun yaşam savaşının belgesel gerçekliği de andıran Almanya Yıl Sıfır (1948) filminin sunumu ile örnek verilen bir diğer önemli yönetmendir.

Baker, Deleuze'un zaman-imge'nin çocuk ile bağlantısını ortaya koyarken, her iki kavramın da birbirinden bağımsız ele alınamayacağını da ifade etmektedir. Çocuk kavramının edilgenlik ve seyirlik anlamı barındırması, çocuğu zaman-imge'nin temsil boyutunda başvuru olan önemli ifade aracı haline getirmektedir. Hareketin düşünsel izleneye evrildiği yeni zamanın yeni imgeleri içerisinde çocuk, yaşanan anın aktarımında saflığı, tarafsızlığı ve pasifliği nedeniyle zaman'ın imgeleri ile bütünleşmiştir (Oruç, 2014, s.134).

Yeni olan yaşamın gerçekliğinin görünür kılınması, yaşamın yeni zaman algısı üzerinde inşa edilmiştir. Yeni Gerçekçilik'te, dolayısıyla zaman-imge'de, görsel anlatı formunun film süreçleri içerisinde yeni yerini arıyor ve anlamlandırıyor oluşu, hareket-imge'den ayrılışını işaret etmektedir. Her şeyin tüm çıplaklığı ile gözler önünde yaşanmış olmasına rağmen yüzleşmeye çekinilen gerçekliğin sadelik içerisinde usulca kabul edilişi ve film izleme süreçlerinde izleyicinin algılarını aktifleştirmesi noktasındaki devrimi ile İtalyan Yeni Gerçekçiliği, Deleuze için tüm bu güçlü yanlarının dışında, dönem içerisinde Fransız ya da Alman sinemacılarının sessizliğinin aksine bağırıyor oluşu nedeniyle de zaman-imge'nin miladı olarak görülmektedir (Baker, 2015, s.303-304).

Deleuze, sinemayı zaman ve hareket üzerinden imgelere dönemsel olarak ayırırken her iki dönem için de farklı yönetmen örneklemesi yapmaktadır. Bunlar arasında Bresson'nun eserleri ise ilk dönem ve orta-son dönem olarak ayrıştırılabilecek anlatı tarzlarındaki farklılığı nedeniyle Deleuze için her iki imge türünü de temsil eden bir konumda yer aldığı ifade edilmektedir. Gönen (2008, s.40-42) ise her iki imgenin diyalektik birliğinin sinemayı oluşturduğunu belirtmektedir. Zaman ya da hareket

imgenin düşünce boyutu barındırması iki imgenin kesişim boyutunu da göstermektedir (Sütçü, 2015, s.46).

3. YÖNTEM

Bu çalışmada Bresson sinemasının genel anlatısı ile Deleuze felsefesinin kavramlarından zaman-imge kavramı literatür kısmında ağırlıklı olacak şekilde aktarılmış; ilgili literatüre temellendirilerek Bresson filmlerinden *Mouchette* filminin barındırdığı zaman-imge kodları, çocuk temsili üzerinden içerik analizi yapılarak incelenmiştir.

Nitel içerik analizi yöntemlerinden betimleyici içerik analizi yöntemi, bir metnin bağlaşım kurularak alt katmanında yer alan anlamları ortaya çıkarmada metnin yoruma açıklığının sağladığı aktiflik nedeniyle metni aşkın anlamların üretilebilmesi özelliğini taşıması nedeniyle çalışmanın tercih edilen yöntemi olmuştur. Her ne kadar ilk dönemlerde bir teknik olarak kabul görse de içerik analizi yöntemi bağdaştırılarak ortaya konulan bulgular doğrultusunda günümüzde bir yöntem olarak kabul edilmektedir (Yüksel, 2019, s.139-140).

Çalışmanın zeminini oluşturan Bresson ve Deleuze'un oldukça köklü, birikimli ve derinlikli temellere sahip olmaları nedeniyle doğru bir sınırlandırma ile makale kapsamında incelenmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda Deleuze felsefesinin kavramlarından zaman-imge sınırı çizilerek kavramın haritası sinema temelindeki etkileşimi üzerinden aktarılmaya çalışılmıştır. Bresson sinematografisi ise modernist anlatı formülasyonu içerisinde zaman-imge kavramı odağında çerçevelenmiştir. Yönetmenin filmografisi içerisinde ise çalışmanın incelemeyi hedeflediği çocuk temsili saptanması nedeniyle “*Mouchette*” filmi ile sınırlandırılma yapılmıştır.

4.1. Mouchette Film Künyesi ve Konusu



Şekil 1: Mouchette Film Afışı

Yönetmen: Robert Bresson

Yazan: Robert Bresson

Oyuncular: Nadine Nortier, Paul Hebert, Jean-Claude Guilbert

Yıl: 1967

Süre: 78 Dakika

Filmin Konusu:

Film, yaşanan dönemin yozlaşmış insanların sessiz hayatlarına karakterler üzerinden odaklanmaktadır. Kendi içerisinde birbirine yabancılaşmış insanların olduğu bir kasabada yoksulluğun pençesinde ve alkolik bir babanın duyarsızlığı içerisinde yaşamaya çalışan Mouchette, tüm bu şartlar altında ağır hasta olan annesine ve kundaktaki kardeşine de bakmaktadır. Mouchette, yaşadığı hayatın sunduklarına, sessizlikle tepki göstermektedir. Annesine olan sevgisi ve babasına olan öfkesi arasında savrulmaktadır. Bir gün kaçak bir avcı olan Arsene ile karşılaşır. Mouchette'in Arsene üzerinden kendini ve arzularını tanıma isteği duymasının yanı sıra Arsene ise cinayet işlediği şüphesi barındıran başka bir alkolik karakterdir. Mouchette ve Arsene'nin ikili ilişki kurma çabalarının ardından Mouchette'in annesi ölür. Film Mouchette'in hayata dair artan yalnızlığını, hissizleşmiş bedenini defalarca ölüme sürüklemesi ile

sonlanmaktadır. Filmin anlatı katmanı, bütünlüklü bir olay örgüsü içermesinden çok yaşanan çağın bireyler üzerinden temsiline odaklanan “durum”lardan oluşmaktadır. Bu doğrultuda filmin olay örgüsünün akışı, parçalı ve hızı yavaştır.

4. MOUCHETTE FİLM ANALİZİ

Film, temelde yoksulluk içerisinde yaşam mücadelesi veren bir ailede yaşayan Mouchette isimli çocuk karakterin, insanlarla ve kendisi ile yaşadığı ilişki dünyasını incelemektedir. Fakat bu basit ifadelerle oluşturulan film içeriği, melodramatik klasik anlatı formunda değil modernist anlatının Bresson’a özgü stili ile görselleştirilmiş ve aktarılmıştır.

Filmin başlangıcında annenin film içerisinde kendi karakterini izleyiciye karşılıklı mesafede aktarıyor ve öleceğinin bilgisini filmin başlangıcında izleyiciye aktarıyor oluşu klasik anlatının akış süreçlerinin ters yönde geliştirildiğini göstermektedir. İzleyicinin filmin sonuna dair edindiği bu bilgi, Bresson’a özgü bir nitelik taşımasının dışında modernist anlatının başı ve sonunun iç içe geçmiş yapısına bir örnek niteliğindedir. Anne, filmin şimdi’si içerisinde gelecek zaman’dan haber vermektedir.



Şekil 2: Mouchette’in ev içi yaşamının eller üzerinden sunumu

Evin fiili annesi konumundaki Mouchette, kardeşine ve annesine bakmaktadır. Ebeveynlerinin yarattıkları yıkıntıları izleyen çocuk imgesi üzerinden incelendiğinde film boyunca sessizliğini bozmayıp yaşananları gözleriyle takip ederek kaydeden bir kayıt cihazını anımsatmasında ya da kendine dahi ait olmayan hiçsizliği ile robotlaşmasının gösterilmesinde çocuk olmanın boyutunu aktarmaktadır. Ev işleriyle ilgilenirken robotlaşmış hızlı ve hissiz hareketleri ve bu hareketlerin kadrajda yalnızca

ellerin sunumu ile parçalanmış bedenler noktasında Mouchette, tam olarak bir Bresson modeli örneğidir.



Şekil 3: Mouchette ve tepkisizliği

Filmin devam eden ilk dakikalarında Mouchette'in babasının eve gelip, robotlaşmış hareketler ile direkt yatarak şapkasını çıkarıp araba direksiyonu gibi çevirip boşlukta döndürme sahnesi, mantıksal olanın dışında gelişen bir anlatı formu örneği niteliğindedir. Eylemin anlamsızlığının pekiştirildiği ve film gidişatında herhangi bir anda bağdaşım kurulmaksızın yapılan bu garip hareket, Mouchette tarafından sessizlik ve tepkisizlik ile karşılanmaktadır. Babanın bu ilgisiz tavırları doğrultusunda savaş sonu dönemin aile yapısındaki parçalanmışlığı da ayrıca görülebilir niteliktedir. Mouchette, film içerisindeki diğer çoğu mekân ve karakterlerle ilişki içerisinde de olduğu gibi babasının eve gelişi ile görünmez hale gelmiştir. Baba Mouchette'nin varlığından bihaberdir.



Şekil 4: Mouchette'in okul içerisinde yaşatları arasında sunumu

Çocukluğun mekânlarından okul içerisindeki sahnelerde yaşantısının ağırlığını ve çocuk olduğunu unutuşunun temsili doğrultusunda Mouchette, Bresson karakterlerine özgü nitelikte soğuk, hissiz ve pasiftir. Arkadaşlarının koroda şarkı söyleyişine, yani bir bakıma an'daki harekete eşlik etmemesi ile akışın ritimsel boyutunun reddini temsil etmektedir. Derse geç girişi, aile yükümlülüklerinin omuzundaki ağırlığının

çocukluğunun önüne geçişine bir örnek niteliğindedir. Okul içerisindeki zaman kavramı, Mouchette için evde geçirdiği zaman dilimi ile eş hızda ilerlememektedir. Okul, Mouchette için bir çocuğun yaşlıları ile iletişiminin pekiştirilebileceği bir mekândan çok uyumsuzluğun ve dışlanmışlığın gösterisinin peşini bırakmadığı bir zorunluluk evrenine dönüşmektedir. Okuldan eve geldiğinde direkt annesinin yanına giderek onu öpmesi ve devamında hemen ev işlerine geçişi, kendini aile içerisinde konumlandığı yeri de göstermektedir. Ütü ya da yemek yaparken ısıklık geliyor oluşu ise durumundan ironik boyutta memnuniyet içerisinde olduğunu ve okula kıyasla kendini daha rahat hissettiğini göstermektedir. Eylemin zaman üzerindeki anlamsızlığının yer yer pekiştirildiği sahneler arasında; Mouchette'in kiliseye girmeden önce ayaklarını sertçe yere vurup çamura batması ya da babasının arkasından koşarak ona vurmasına hiçbir tepki göstermeyerek yaşanmamış gibi davranışı yer almaktadır.

Mouchette, çalıştığı kafeden aldığı parayı babasına götürüp vermektedir. Öğrenci, evlat ya da işçi olarak kendi anlamını üretememekte, kendisi adına hiçbir konumda yer alamamaktadır. Mekânlar içerisinde devinirken kendi varlığı ile bir uyumsuzluk içerisinde. Ev ortamında bir aile içerisinde çocuk olmak ve çocukluğun gerektirdiklerinden bihaber ve mahrumken; öğrenci olarak okulda ötekileştirilmiş, kendi dünyasına sıkışmış, öğrenmenin gereklerini yerine getiremeyen bir konumdadır. İşçi olarak çalıştığı kafede ise kendi emeğinin karşılığını ebeveynine teslim edişi ile araç konumunda olduğu görülmektedir.



Şekil 5: Mouchette'in iş çıkışı lunaparka gitmesi ve mutluluğu

İş çıkışında lunaparka bakarken tanımadığı bir kadının verdiği para ile jeton alarak çarpışan arabaya binmektedir. Bu durumun anlamsızlığının yanı sıra Mouchette, ilk kez yaşının gereği “oyun” evresi ile karşılaşmış ve ilk kez kendisi için istediği bir şeyi elde etmede yetersiz kalmış, kendi adımı dışında gelişen irrasyonel bir yönlendirme

ile ancak erişim sağlayabilmiştir. Yaşıtlarıyla çocuksu eğlencesine tanık olunan bu dakikalarda Mouchette, ilk defa gülümsemektedir. Dar ve tekrarlanan planlarla mekânın aktarıldığı kadrajlarda Mouchette, kendine ait bir evrenin içerisinde görülmektedir. Oyun esnasında gördüğü bir çocuk ile tanışma girişiminde bulunması ise babası tarafından engellenmiş ve Mouchette’i yanında götürmesi ile Mouchette yetişkinlerin mekânına yeniden giriş yapmıştır. Babasının ve başka kişilerin oturduğu masada sessizce oturan Mouchette; Arsene, Loisu ve Mathieu hakkındaki konuşan karakterleri kafası ile takip ederek yalnızca seyretmektedir. Oyun oynarken gördüğü, tanışmak istediği çocuğun yanına gidişinde etkin ve özne konumundaki Mouchette, yetişkinlerin içerisinde yalnızca olan bitene tanıklık eden bir konumda görülmektedir.

Okul sahnelerinin dikkat çeken kısalığının yanı sıra Mouchette, okul çıkışı arkadaşlarına taş atarak kendi sessiz çılgılığını duyurma gayreti içerisinde. Seçim şansının olmadığı yaşantısı, diğer kızlar içerisinde ayıksılaştırılmasına sebep olmuştur. Okul önünde oturan kızların birbirleriyle oyun oynarken parfüm sıkımları ya da okul önüne gelen motorlu erkek karakterlerin kızları alıp götürmesi Mouchette’in yaşıtları içerisinde kendi yerini hatırlaması açısından önem taşımaktadır. Okul çıkışında yağmura yakalanarak ormanda beklemesi sonucu Arsene ile karşılaşmıştır. Arsene ormanda avlanırken Mathieu ile kavga eder ve Mathieu’nun bayılması sonucu öldüğünü sanarak kaçarken ormanda Mouchette’i görür. Arsene, Mouchette’i ısınması için evine götürdüğünde bir cinayete “tanık” olduğunu düşünen Mouchette’e neden ormana gittiğine dair sorular sorulduğunda söylemesi gerekenlerin hepsini belirtmektedir. Kendisinin kukla pozisyonu tüm yetişkin karakterler tarafından film içerisinde tekrar tekrar gösterilmektedir. Arsene’nin sürekli planlar kuruyor ve planlarını Mouchette’a anlatıyor oluşu, Mouchette’in dinleyici/izleyici tasvirini Bresson’a özgü hem görsel hem de sesin kullanımı noktasında örnekler niteliktedir. Arsene, kendi zamanını ve mekânını yaratmaktadır. Cinayet işlediği şüphesiyle yakalanırsa bütün geceyi geçirdiğini belirteceği bir kulübede çeşitli deliller hazırlamaktadır. Bu histerik durum içerisinde yanında Mouchette’i de sürüklemiştir. Mouchette ise Arsene’den ayrılarak evine dönmek yerine eylemlerinin düşünsellik içermeyen tarafı ile Arsene’nin peşinden gitmektedir. Arsene, Mouchette’e “*Şimdiden çok şey biliyorsun, geri kalanını da*

anlatacağım.” diyerek çocuğa bilmenin yükünü yüklemektedir. Arsene’nin planlarına yön verici noktada yer almak isteyen Mouchette, kendi düşüncelerini iletme isteği ile Arsene’e ortak olma arzusundadır.



Şekil 6: Mouchette’in Arsene’e yardım etmesi

Bir yetişkine kendini ifade etme arzusu duyması ilk kez kendini görünür kılması anlamı da barındırmaktadır. Arsene’nin kriz geçirmesi esnasında ona yardım ederek bir yetişkin karşısında ilk defa etkin rol edinebilmiştir. Okulda koroda yaşatlarının yanında rencide edilerek zorla söyletildiği şarkıyı, bu esnada Arsene’e söyler. Filmde tebessüm ettiği ikinci an olan bu yardım etme hali, Mouchette’i mutlu kılmaktadır. Kendi varlığının farkına ve önemine varma olarak da değerlendirilebilecek bu sahne, Mouchette’nin kendi ile karşılaşma haline denk düşmektedir. Arsene ile geçirdiği dakikalarda sevginin hissedilir kılınmasını arzulamaktadır. Sevilme ihtiyacını Arsene duyduğu aşk üzerinden karşılama beklentisi içerisinde. Arsene ile birlikte olduğu dakikalar ise gösterilmemektedir. Birlikte uzandıkları sahnenin ardından Arsene, evin önünde Mouchette’i aramaktadır. Mouchette’in evden nasıl çıktığının ya da Arsene’nin onu neden geri dönüp aradığının cevabı film içerisinde yer almamaktadır. Bresson’a özgü zamanın akışındaki kesintilik, ara boşlukların izleyici zihninde doldurulması anlamı taşımaktadır. Zamanın parçalanmış ve kesintiye uğratılmış bu sunumu, klasik anlatıdan farklı olarak gösterilmeyenin kavranması için izleyici zihninin aktifleştirilmesi anlamı taşımaktadır. İzleyici, zaman-imej içerisinde puzzle parçalarını birleştirme görevi taşımaktadır.

Arsene’nin yanından kaçarak evine döndüğü andan itibaren Mouchette kendi evreninden çıkarak annelik görevine yeniden geçiş yaşamaktadır. Kundaktaki bebeği temizleyerek yemek yedirdikten sonra uyur. Uykusundan ağlayarak uyandığında

annesinin “*Neyin var?*” sorusuna karşılık “*Sana bir şey söylemek istiyorum.*” der. Kendisi ve Arsene’e olan duyguları ile ilgili ilk kez konuşacak olduğu esnada bebeğin ağlamasıyla söz yarım kalır. Mouchette, yaşam içerisindeki tüm dakikalarda bu yarım kalmışlığı hissetmektedir. Annenin aynı gecenin sabahında ölmesiyle birlikte filmin gözle görülür akış hızı ve akış içerisindeki mekânlarda eyleyen karakterlerin anlatı içerisindeki uyumsuzluğu yoğun derecede dikkat çekmektedir. Ölüm kavramının II. Dünya Savaşı sonrası dönemde içeriğinin boşaltılmış anlam boyutu, Mouchette’in ölümle karşılaşması ile karşımıza çıkmaktadır. Annesinin öldüğü sabah eve gelen babası ve kardeşinin ölüm karşısındaki soğukluğuna ek olarak Mouchette’in de ölüme bakışındaki sıradanlık, karakterlerin eylemleri üzerinde de görülmektedir. Annenin ölümü Mouchette’in anneliğini öldürmemiş, sorumluluklarının gidişatında bir değişim yaratmamıştır. Nitekim annesinin öldüğü sabah dün sabahtan yani diğer sabahlardan hiçbir fark barındırmıyormuş hissiyatı ile Mouchette’in, elinde bir şişle evden süt almaya gitmek için çıkması, gerek kendi konumunu irdelemek ve yansıtmak gerekse “ölüm” gibi II. Dünya Savaşı sonrası modernist anlatı çerçevesinde ele alınan temel kavramın çocuk üzerindeki etkisini ve temsil edilmesini incelemek açısından oldukça önemli bir noktadır. Mouchette’in evden çıkışı ile film ikinci bir epizota geçiyor gibidir. Mouchette’in süt almaya gittiğini bilen seyirci süt aldığını film sonunda dahi görmemektedir. Amaç-eylem çıkmazında Mouchette, süt almaya giderken yol boyunca farklı ve anlamsız mekânlara filmin ilk bölümü olarak niteleyebileceğimiz mekânlara kıyasla çok hızlı giriş ve çıkışlar yaşamaktadır. Elindeki şişe ile yürürken birden kendisine kahve ikram etmek isteyen bir dükkâna kahve içmek için girer. Kahve içerken dükkân sahibinin annesi hakkında onu telkin ettiği görülmektedir. Dükkândan ayrılışının ardından tekrarlanan bir anlamsızlık ile Mathieu’nun evine gider. İzleyici olarak oraya neden gittiğinin sorgusu yaşanırken Mathieu karakteri bunu diyolağa dökerek yineler. Mouchette, Mathieu’nun evine girerek Arsene ile yaşadıklarını kendi aralarında konuştukları planın aksi şekilde gerçekleri düşünerek anlatır. Ölümün gerçeklerin görünür kılınmasındaki etkisi üzerinden Mouchette, dolaysız olanı aktararak görünür kılmıştır. Karakterlerin Mouchette’in anlattıklarından yola çıkarak hakiki olanı arama peşinde koşuşturmaları çocuğun saflığının ve gerçeğe yakınlığının irdelenmesi açısından da önemlidir.

Mathieu'nun evindeki kadın karakter Mouchette ile konuştuktan sonra annesi öldüğü için kendisine para vererek yardımcı olacağını belirtmektedir. Mathieu'nun evinden çıktıktan sonra Mouchette, yaşlı bir kadının evine gider. Evdeki kadın, Mouchette'in annesi için kefen ve Mouchette için birkaç kıyafet hazırlamaktadır. Bu esnada da ölüm üzerine didaktik bir konuşma yapar. Ölümün kutsallığının karşısında Kilise'nin ölümü değersizleştirilmesi üzerine birkaç cümle kurar. Dönem içerisinde yozlaşma mecralarının, hayatın yegâne gerçeği ölüm karşısındaki konumunun da tespit edilebileceği bu sahnenin devamında Mouchette, kadının anlattıklarından bağımsız bir şekilde birden ayakkabılarındaki çamurla halıyı kirletmeye başlar. Eylemin görsellik ya da hikâye temelindeki uyuşmazlığının bir örneği niteliğindeki bu sahnenin ardından Mouchette elindeki kıyafetler ve kefenle evden çıkar.



Şekil 7: Mouchette'in intihar sahnesi

Ölüm karşısında anlamsızlaşan her olgu gibi Mouchette'in de davranışları anlam boyutunu aşmıştır. Yolda yürürken tavşanları abluka altına almış insanların vahşice avlanmalarını tıpkı savaş dönemi ve sonrasının sessiz, edilgin ve trajik tanıklığını gerçekleştiren çocuklar gibi izlemesinin ardından intihara sürüklenmesi, filmin finalini oluşturmaktadır. Yerde yuvarladığı bedeni ölümü dahi reddeder gibi gözükmektedir. Kendi ölümü için çabalayarak birkaç kez yerde sürüklenişi görülmektedir. Bu sırada geçen bir traktöre bakışı son bir umursanma, ümit kırıntısı arzulama gibi de yorumlanabilmektedir.

Filmin finaline yaklaşırken evden süt almak için çıktığı dakikadan itibaren karşılaştığı kadın karakterler Mouchette'e yardım eli uzatmıştır. Ölümün gündeme gelişi Mouchette'i de görünür kılmıştır. Toplumun ancak ölüm karşısında birbirini hatırlayıp, merhamet göstermesi; yaşanan yozlaşmanın bu karakterler üzerinden temsilini de oluşturmaktadır. Bu dakikalarda gerçekleşen eylemlerin rasyonel düzeyde

algılanışı mimetik anlatı içerisinde çeşitli zorluklar barındırmaktadır. Klasik anlatının nihai eylem sonu gerçekleşen filmin nihai sonunun modernist anlatı çerçevesinde olmayışı, Mouchette'in hayatından bir kesitin sunulduğu ve sonunun bulunmadığı bu film için de geçerlidir.



Şekil 8: Mouchette'in bedeninin parçalanmış sunumu

Bresson'a özgü bedenlerin parçalı sunumlarının taşıdığı anlam üzerinden Mouchette'in elleri ve ayakları, film içerisinde Mouchette'in sese dökemediği ifadelerini temsil etmektedir. Mouchette'in sessizliği içerisindeki kelimeleri, elleriyle okul arkadaşlarına attığı çamur ve taşlardır. Yapmak zorunda bırakıldığı, istemediği her olay karşısında atamadığı çığlığı ise yere vura vura yürüdüğü ayaklarıdır. Sınıfa girişindeki içinde barındırdığı isteksizlik ve sıkıntı ayaklarının yere çarpa çarpa yürüdüğü sesinde kendini göstermektedir. Babası ile kiliseye gidişindeki ayaklarını yere vurarak çamura batırması diğer bir sessiz çığlığın göstergesi olarak okunabilir niteliktedir. Eylemlerin organları, barındırdıkları anlamlar üzerinden kendi imgelerini yaratmaktadır. Nitekim Bernanos'un yazdığı Mouchette romanının sözcükler üzerinden varlığı, Bresson sinemasında ise sessizliğin görüntüsel çığlığı olarak karşımıza çıkmaktadır (Gönen, 2008, s.55). Bresson, romanın sözünün dizgesel bütünlüklü yapısını bozarak kendi bölünmüş anlatısını kurmaktadır. Bresson'un kelimeleri ise kesik kadrajlı organlarıdır.

Zaman-imgeye özgü durağanlaştırılmış kamera hareketleri içerisinde Bresson'a özgü belirli bir mesafeden kadrajlanması ile karakterlerin hikâyelerine tanıklık edilmektedir. Zaman-imge'nin gözü kamera ve izleyicidir. Bu filmin izleyicisi ise klasik anlatının tam zıttı şekilde filmin temeline aldığı dramatik yapıyla özdeşleşmemektedir. Annesiz kalmış bir çocuğun klasik anlatı içerisindeki yoğun duygusal aktarımı, Bresson stili çerçevesinde etkisini yitirmiştir. Tür bazında sınıflandırıldığında dram kategorisi

içerisine alınabilecek içeriğinin, film içerisindeki her anın düşünsel düzlemde sorgulanmasına yol açan üslubu, modernist anlatının zaman-imege'sini örnekler niteliktedir.

Filmde mekânların kendi an'larını yarattığı bir anlatı söz konusudur. Mouchette'in izleyici tarafından nereye ait olduğunun kavranmaya çalışıldığı film boyunca, Mouchette de izleyici ile birlikte kendi yerini aramaktadır. Evinde, kafede, okulda, Arsene'nin yanında Mouchette'in kim olduğunun bilmecesi çözümlenmeye çalışılmaktadır. Böylece zaman-imege'yi hareket-imgeden ayıran nedenselliğin olmayışı hususu hem filmin karakterinin kendisini hem de izleyicinin karakteri araması noktasında filmin zaman-imege'yi temsil eden bir konumda değerlendirilmesine örnektir. Mouchette'in yetişkinlerin kararları, yönlendirmeleri ya da etiketlemeleri ile çizilen yolu üzerinden karakterlerin çözümlemesi yapılabilmektedir.

Mekândan ve zamandan soyutlanmış bir dilimde, kimin, nerede, ne zaman ve ne eylediğinin önemsizleştirildiği bu filmde Mouchette'in; anneleşmiş bir kız, sömürülmüş bir işçi, unutulmuş bir evlat, iflah olmaz bir fahişe, sorumsuz bir öğrenci, aşağılanmış bir insan olduğu ancak bir çocuk olamadığı da ayrıca ifade edilebilir.

SONUÇ

Hareketten ayırıştırılan zaman, edindiği an'dan bağımsız yeni tanımı ile 2. Dünya Savaşı sonrası dönemin insanların oluşturduğu yeni bir konum edinmiştir. Savaşın kitleler üzerindeki bedensel etkilerinin yanı sıra toplumların zihinsel süreçlerinin de evrilmesi üzerindeki etkisi tarih, sosyoloji, edebiyat, politika, resim, müzik, felsefe ve daha pek çok hayata indekslenmiş alanda kendisini göstermiştir. Savaştan mağlubiyet ya da zaferle çıkmış toplumların savaşa girmeden önceki yaşantısına ait olan her şeyin savaş sonunda değişimi, Deleuze'un felsefesini temellendirmede itici güç olarak görülmüştür. Bu doğrultuda da Deleuze, yoğunluklu olarak savaş öncesi hareket ve eylemin öyküsel düzlemde birbiri ile olan uyumu noktasında hareket-imege'yi geliştirmiştir. Savaşın tahrip ettiği somut mekânlar ve insan bedenlerinin dışında soyut yok oluşların gözler önünde oluşu, insan zihninin kavramlarını yeniden ele almayı gerektirmiştir. Bu dönemde yaşadıklarını anlamlandırma çabası içerisine giren insan

dolduramayacağı bir anlam boşluğu ile karşılaşmıştır. İnsan ruhunun derinliklerindeki bu koca boşluk insan eylemlerinin zaman akışı ile bütünleşmesine engel olmaktadır. Zaman ve eylem, birbirlerine zaman zaman değerek ilerleyen iki çizgi halinde akış içerisindeyler. Bölünmüş insanın hayata bakışı da parçalara ayrılmıştır. Savaş olgusunun insan üzerindeki bu denli etkisi, Deleuze'un hareket ve zaman üzerine felsefesini şekillendirmesi açısından önemlidir. Hareket ve zaman imgenin sinema üzerinde karşılığı ise genel hatları ile hareketin eylemle ritmik uyumunu temsil eden savaş öncesi dönemde klasik anlatı içerisinde mimetik form olarak ifade edilirken; savaş sonu dönemin zaman ve mekân algısının birbirinden kopuşunu temsil eden kesintiye uğratılmış modernist anlatı içerisinde parçacıklı form olarak ifade edilmiştir.

Zaman ve hareket imge gibi Deleuze'un son derece kuvvetli felsefi temeller üzerine inşa ettiği felsefesi, çalışma kapsamı içerisinde son derece temel düzeyde ele alınmıştır. Zaman-enge ağırlığında Deleuze'un zaman-enge'nin sinemasal anlatı içerisindeki kavram karşılığının Bresson sinemasında çocuk karakter üzerinden temsili, *Mouchette* filminin analizi ile tespit edilmeye çalışılmıştır. Bresson'un auteuryen üslubunu oluşturan tinsellik ile içkin bağının inanç temelinde bir kavga ile ilerleyen genel anlatı formu, Deleuze'un da ifade ettiği gibi zaman-enge'nin en önemli temsillerinden çocuk ile kesişmesi noktasında ele alınmıştır. Yeni Gerçekçilik önderliğinde zaman-enge'nin öznesi halini alan çocuk karakterler barındırdıkları masumiyet ile yeni anlatının en uygun temsilleri halini almıştır.

Bresson için aşkın olana, minimize edilmiş sanat formu ile yaklaşmak esastır. Sinematografisinde yer verdiği modern hayatın çelişkilerine sıkışmış, soyutlanmış bireyler zaman'ın imgeleri içerisinde devinmektedirler. Bu karakterlerden *Mouchette*, zamanın bilinmeyen bir dilimi içerisinde herhangi bir an ve mekânda var olmaya çalışmaktadır. Bresson filmlerine özgü modellerin ifade barındırmayan duygu dünyaları, bu filmin karakterleri için de geçerlidir. *Mouchette*'in çile dolu yaşamına klasik anlatının gereği özdeşleşmenin yapılamıyor oluşu, film ve izleyici arasında mesafeyi her dakika görünür kılmaktadır. Filmin kurgusal boyutta hareket-enge'den ayrılığı ise nedenselliğin olmadığı amaç-eylem bütünsüzlüğü ile görülmektedir. Eylemlerin anlama büründürölme çabası filmin bazı noktalarını anlamsız kılmaktadır.

Ayakkabısını düşüren Mouchette, Arsene'e ayakkabısının yerini bilmesine rağmen hiçbir sebep olmaksızın söylememesi, film akışındaki boşlukların temsillerinden yalnızca biridir. Yetişkinlerin gözetiminde ve yaftalamasında sürüklenen Mouchette, kendi benliğini keşfedememiştir. Taşıdığı anne kimliği dışında bilinçle yaptığı başka bir eylem söz konusu değildir.

Analiz neticesinde, filmin kamera hareketlerinin durağanlığı ve oyuncuların Bresson'a özgü ifadesizleştirilmeleri ile filmin aktarmaya çalıştığı 'hikaye'sinin klasik anlatıdan ayrıştırarak sunulması; zaman-imge'nin görsel kodları ile benzeşim gösterdiği belirlenmiştir. Film karakterleri ise aksiyonel kurgu tekniğinin aksine durağan kadrajlar içerisinde eyleyen karakterlerdirler. Kadraj içerisindeki devinimleri ise yer yer anlatıdan kopukluk içererek Bresson'un temellendirdiği varoluşsal çerçevede derinlikle algılanabilecek zamandan soyutlanmış, duygudan arındırılmış, yönlerinin belirsizliği ile karmaşıklık içerisine gezinmeleri ile temsil edilmiştir. Bu döngü içerisindeki çocuk ise literatür kısmında da ifade edildiği gibi zaman-imge temsili içerisinde yetişkinlerin dünyasını bir dürbün görevi görerek izlemektedir. Yetişkinlerin yeni zaman kavramı içerisinde kendi içine dönük konumu, çocuğun konumunu da değiştirmiştir. Zamanın, savaş ve yetişkin bireyler üzerindeki soyut ve somut etkisinin dolaylı taşıyıcı ve aktarıcısı olarak çocuk ve Mouchette, yetişkinlerin arasında zorunlu olarak büyütülmüştür. Mouchette; ailesinin yoksulluğunun, ilgisizliğinin ve sevgisizliğinin; toplumun merhametsizliğinin, yozlaşmasının ve ayrıştırmasının nedeni ve sonucudur.

KAYNAKÇA

- Aras, K. (2017). *Modern Sinemanın Olanığı Olarak 'Yeni Bir Dünya İmgesi'* Felsefe Dünyası, (66), 96-130.
- Aylan, T. (2014). *Görme Biçimleri ve Sinema İle Videonun Görsel-İşitsel Ortamlarının Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi: Robert Bresson, Jean Luc Godard ve Angela Melitopoulos Üzerinden Bir Analiz*. Yayınlanmış Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sos. Bil. Ens., İzmir.
- Baker, U. (2015). *Kanaatlerden İmajlara Duygular Sosyolojisine Doğru* İstanbul: İletişim Yayınları
- Baker, U. (2011). *Beyin Ekran* İstanbul: Birikim Yayınları
- Bergson, H. L. (2007). *Madde ve Bellek* Ankara: Dost Kitabevi Yayınları
- Bresson, R. (1991). *Filmlerim Üzerine Mektup*. (Çev. Ener, C.). Nisan Kitap 10 Bresson Özel içinde, Haz. Mehmet Güreli, Uğur Eruzun, Reha Erdem, Oğuz Karabeli, İstanbul: Nisan, ss. 12-15.
- Bresson, R. (2016). *Sinematograf Üzerine Notlar* İstanbul: Küre Yayınları
- Colebrook, C. (2013). *Gilles Deleuze*. Ankara: Doğu Batı Yayınları
- Deleuze, G. (2016). *Edimsel ve Virtüel*. (Çev: H. Yücefer). Cogito, 82, 14-17.
- Deleuze, G. (2021a). *Hareket-İmge*. (2. Baskı) İstanbul: Norgunk
- Deleuze, G. (2021b). *Zaman-İmge*. (2. Baskı) İstanbul: Norgunk
- Doğan, Y. (2016). *Alain Resnais Sinemasında Modernite Eleştirisinin Uzamsal İzleri, Zaman ve Bellekten Arta Kalan: Geçen Yıl Marienbad'da ve Hiroşima Sevgilim*. SineFilozofi, Özel Sayı (2) Mayıs 2020, 437-456.
- Düzcan, E. (2017). *Çocuk Gözüyle Anlatmak: Sinemada Çocukluğun Büyüme Serüveni*. TRT Akademi, 2 (4) , 398-417.
- Çobanlı Erdönmez, İ. (2016). *20. Yüzyılın Postmodern Düşünürü Olarak Gilles Deleuze*. Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi, (6).
- Erkan, Ü. (2019). *Gilles Deleuze Felsefesinde Temel Kavramlar ve Yeni Toplumsal Hareketler*. OPUS–Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 13(19), 2627-2652.
- Flaxman, G. ve Yılmaz G. E. (2013). *Cinema, Year Zero*. Akdeniz Üniversitesi İletişim

- Fakültesi Dergisi, (19), 172-187.
- Gönen, Metin. (2008). *Paradoksal Sanat Sinema*. İstanbul:Versus Yayınları
- Gürkan, İ. (2018). *Sinemada Geçmişin Anlatısı: İkinci Dünya Savaşı Filmlerinde Çocuk Karakterlerin Tanık Olma Deneyimleri*. Yayınlanmış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sos. Bil. Ens., İstanbul.
- İşler, B. (2016). *Derviş Zaim'in Geleneksel El Sanatları Üçlemesinin Gilles Deleuze'ün Zaman-İmgesi Kavramı Açısından Okunması*. SineFilozofi, Özel Sayı (2) Mayıs 2020, 474-493.
- Keskin, B. (2008). *Sinemada Minimalizm ve Nuri Bilge Ceylan Filmlerine Yansımaları*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bil. Ens., İzmir.
- Kovacs B. A. (2016) *"Modernizmi Seyretmek"* Ankara:Deki Basım Yayın
- Oruç, M. (2014). *Bresson Sinemasında Aşkınliğin İçkinliği* Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sos. Bil. Ens., Ankara.
- Pipolo, T. 2010. *Robert Bresson*. New York:Oxford University Press
- Schrader, P. (2008) *Kutsalın Görüntüsü: Bresson, Ozu ve Dreyer Sinemasına Bir Bakış* İstanbul:Es Yayınları
- Serttek, E. G. (2013). *Deleuze'ün Sinema Felsefesinde Zaman İmgesi*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sos. Bil. Ens., Ankara.
- Sontag S. (2015). *Yoruma Karşı* İstanbul:Agora Kitaplığı
- Sözen, M. F. (2009). *Minimal Sinema Anlatısı ve Bunun Türk Sinemasındaki İzdüşümleri*. Akdeniz Sanat, 2(3), 79-92.
- Sütçü Yılmaz, Ö. (2015). *Gilles Deleuze'de İmge Hareketi Olarak Sinemanın Felsefesi* İstanbul:Sentez Yayıncılık
- Teksoy, R. (2009). *Rekin Teksoy'un Sinema Tarihi: Cilt I* İstanbul:Oğlak Yayıncılık
- Thwaites Diken, E. (2019). *The Relationship of Cinema to Philosophical Thought: Badiou and Deleuze*. Sinecine: Sinema Araştırmaları Dergisi, 8 (1), 127-142.
- Türkgeldi, S. K. (2015). *Hareket-İmge ve Zaman-İmge Kavramları Doğrultusunda "21 Gram"a Bir Bakış*. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (24), 114-131.
- Uçan, D. M. (2019). *Sinemada Toplumsal Yapı, Travma Ve Çocuk Etkileşimi: 'Beyaz Bant' (Michael Haneke)*, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi,

Sos. Bil. Ens., İstanbul.

Ulusoy, N. (2014). *Bresson Dilediği Yönde Eser - Thierry Jousse Çevirisi*. Marmara İletişim Dergisi, 11(11), 217-220.

Yüksel, E. (2019), *International Euroasia Congress on Scientific Research and Recent Trends-V.*, Bakü, Hazar Üniversitesi, Azerbaycan, (Ed. G. İbrahimova ve T. Nagiyeva), cilt2, s.134-152

Yüzüncüyıl, K. ve Buluş, B. (2016). *Hareket İmge ve Zaman İmge Kavramları Çerçevesinde Torino Atı'nın Ayak İzleri*. Moment Dergi, 3(2), 467-482.

İNTERNET KAYNAKLARI

<https://ugurfilm.co/mouchette/> (Erişim Tarihi: 10.11.2021)

<https://www.beyazperde.com/filmler/film-1655/fotolar/detay/?cmediafile=9001709687>
(Erişim Tarihi: 10.11.2021)

TEKNO-GÖSTERİNİN BİR ÖRNEĞİ OLARAK YASAK ELMA DİZİSİ VE SOSYAL MEDYADA “DİZİ KIYAFETLERİ”

Aysu Uğur Balcı*

Özet

Televizyon, gündelik hayatın vazgeçilmez bir aracı olarak kullanılmaktadır. Televizyon içeriğine yönelik eleştiriler genellikle kitleleri olumsuz etkileyecek durumlar üzerine yoğunlaşmıştır. Önemli bir kitle iletişim aracı olan televizyon, tüketim alışkanlıklarını etkilemektedir. Özellikle hikâye üzerine kurulu kurgusal diziler moda ve tüketim alanında izleyicileri yönlendirmektedir. Giyim, bir statü ve saygınlık göstergesi olmaktadır. Medya bu görüşü devam ettirerek anlatılarında modanın sembolik işlevini kullanmakta ve tüketimin devamlılığını sağlamaktadır. Ancak sosyal medyadaki moda avı ve tüketim bu tekno-gösteriyi yeni bir boyuta taşımıştır. “Dizi kıyafetleri” terimini oluşturan sosyal medya, televizyonun tüketim geleneğini devam ettirmiş ve hızlandırmıştır. Bu çalışma, diziler yoluyla yapılan tekno-gösterinin tüketimi pekiştirdiği varsayımından yola çıkmıştır. Bu bağlamda tekno-gösterinin bir aracı olarak Yasak Elma dizisi örneklem olarak seçilmiştir. Çalışmada doküman incelemesi yapılmış, veriler içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Dizideki kıyafet kullanımı, tüketim ve sosyal medyada oluşan dizi kıyafetleri algısı üzerine nitel bir çözümleme yapılmıştır. Elde edilen bulgular sonucunda dizinin moda tüketimini pekiştiren anlatılar kurguladığı ve sosyal medyada ses uyandırarak tüketimde yeni açılımlar yarattığı sonucuna ulaşılmıştır. Böylece televizyon ile başlayan tüketim imgesinin sosyal medya ile farklı bir boyuta ulaştığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Tüketim, Televizyon, Dizi, Tekno-Gösteri, Sosyal Medya

* Sorumlu Yazar: Araştırma Görevlisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi aysu.ugur@hbv.edu.tr
ORCID ID: 0000-0003-0671-2909

Geliş Tarihi: 05.08.2021 Kabul Tarihi: 24.09.2021 Yayın Tarihi: 24.11.2021

Atıf Bilgisi / Reference Information

Balcı, A. U. (2021). Tekno-Gösterinin Bir Örneği Olarak *Yasak Elma* Dizisi ve Sosyal Medyada “Dizi Kıyafetleri”, Türkiye Medya Akademisi Dergisi, Cilt:1 Sayı:2, s. 39 - 59

YASAK ELMA SERIES AS AN EXAMPLE OF TECHNO-SHOW AND “TV SERIES CLOTHES” ON SOCIAL MEDIA

Aysu Uğur Balcı*

Abstract

Television is used as an indispensable tool of everyday life. Criticism of television content often focused on situations that would negatively affect audiences. As an effective mass media, television affects consumption habits. In particular, fictional series based on the story lead viewers in the field of fashion and consumption. Clothing is an indicator of status and respectability. By continuing this view, the Media uses the symbolic function of fashion in its narratives and ensures the continuity of consumption. But the fashion hunt and consumption on social media has taken this techno-show to a new dimension. Social media, which coined the term “series clothes,” has continued and accelerated the consumer tradition of television. This work was based on the assumption that techno-show made through series reinforces consumption. In this context, the Yasak Elma series was selected as a sample as a means of techno-show. In the study, the document review method was selected and the data was analyzed by content analysis method. A qualitative analysis was conducted on the use of clothing in the series, consumption, and perception of clothing in the series formed on social media. As a result of the results obtained, it was concluded that the series creates narratives that reinforce fashion consumption and creates new expansions in consumption by arousing sound on social media. Thus, it was seen that the image of consumption, which began with television, reached a different dimension with social media.

Keywords: Consumption, Television, Series, Techno-Show, Social Media

* Corresponding Author: Research Assistant, Ankara Hacı Bayram Veli University aysu.ugur@hbv.edu.tr
ORCID ID: 0000-0003-0671-2909

GİRİŞ

Tüketim kapitalizmin iyice ilerlettiği, küreselleşmenin ise evrenselleştirdiği bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüketim olgusu artık ihtiyaçtan ziyade arzulardan beslenmektedir. Bu anlamda tüketimin birden çok nedeni vardır. Genel olarak kendini gösterme, saygınlık kazanma, kimi kullanımda benzeşme kimi anlamda ayrışma anlamında kullanılır. Seri üretim ve sınıf ayrımları tüketimin hızlanmasına zemin hazırlarken tüketim postmodern dönemde gösterişin bir aracı olmaktadır. Küresel pazarda bir inşa unsuru haline gelen giyim ve moda ise tüketimin en genel kullanımlarından biridir. Özellikle dışıl olanla bağdaştırılan giyim, kadın bedenini gösteriş malzemesi haline getirirken kadınlara yönelik pazarlama teknikleriyle bir kimlik yaratmaktadır. Moda, toplumsal bir kimlik yaratması algısıyla tüketicilerin zihnine yerleşmiştir. Bu algı gündelik hayatın her alanına tesir eden ve davranışları belirleyen bir durum olarak ortaya çıkmıştır.

Medya ve özellikle hikâye üreten televizyon dizileri tüketimin görsel hali olmakta ve izleyiciyi etkilemektedir. Karakterle özdeşleşen izleyici, televizyon dizisini izlerken orada gördüğü tüm kültürel göstergeleri bilinçli ya da bilinçsiz olarak algılamaktadır. Görsel imajları anlatıyla birleştiren dizilerde özellikle yüksek statülü kişilerin hayatı, Türk toplumunun sevdiği bir klişedir¹. Bu klişe gibi görünen durum, bazı dizilerin izlenme başarısının temeli olmaktadır. Çünkü popüler kültür, aynı temaları ve kodları tekrar ederek var olmaktadır. Popüler kültürün televizyondaki yansıması ise dizilerde kendine yer açmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın konusu kurgusal içerikli televizyon dizilerinin tüketime yaptığı vurgu ve anlatılarını bu şekilde düzenlemesi olarak tanımlanabilir. Bu durum sosyal medya ile devamlılık sağlarken tüketim algısı televizyon içeriklerinden sosyal medya pazarlamasına kadar geniş bir alanda oluşturulmaktadır. Televizyona yönelik eleştiriler, televizyon ontolojisinin sorgulanmasına yardımcı olmaktadır. Bu ontolojide tüketimin yeri ve eleştirileri televizyon dizileriyle daha çok yer edinmiştir. Eleştirel televizyon incelemeleri, içerikleri eleştirel olarak ele almakta ve dizilerin alt metinlerinde yatan anlamları konu

¹ Son yıllarda zenginlik ve lüks yaşamı konu edinen popüler dizilere örnek olarak bakınız: Aşk Memnu (2008), Medcezir (2013), Afili Aşk (2019) Sol Yanım (2020), Aşk Mantık İntikam (2021) vb.

edinmektedir. Bu kapsamda örneklem olarak seçilen Yasak Elma dizisindeki tekno-gösteri; popüler kültür, tüketim ve dizi anlatısı üzerinden tematik olarak analiz edilecektir. Bu çalışmada öncelikle tekno-gösteri (Kellner, 2010) ve televizyon arasındaki ilişki anlatılacaktır. Sonrasında ise medyada sunulan moda imgelerinden bahsedilecektir. Ardından *Yasak Elma* dizisinde kullanılan kıyafetler hikâye, anlatı ve popüler kültür üzerinden analiz edilecek ve kullanım anlamları açıklanacaktır. Tüketimin yeni mecrası olan sosyal medya ise bu döngünün önemli bir zinciri haline gelmiştir. Son bölümde *Yasak Elma* dizisinde kullanılan kıyafetlerin marka ve fiyat bilgisini veren Instagram hesabı olan @dizikiyafeti sayfası dizi ve moda ile ilişkili olarak incelenecektir.

1. TEKNO-GÖSTERİ VE TELEVİZYON

Televizyon; haber verme, bilgilendirme, eleştirme, öğretme ve eğlendirme gibi birçok özelliğe sahiptir. Televizyon, diğer kitle iletişim araçlarında olduğu gibi hem övülmüş hem de çok eleştirilmiştir. Televizyona getirilen eleştiriler onun teknik işlevinden çok içeriğine yönelik olmuştur. Televizyon içerikleri şiddet, eğlence, gösteri, özendirme, reklam gibi yönlerden eleştirilmiştir. Boş zamanın çoğuna hâkim olan televizyon, gündelik yaşamın vazgeçilmez aracı olmuştur. Özellikle kurgusal içerikler devamlılığı ve hikâye yaratımı ile izleyicinin ilgisini çekmektedir. İnsanın varlığı merak üzerine kuruludur. Bu merak başka hayatları gözlemek, deneyimlemek, fikir yürütmek ile ilgilidir. Görünmenin ve görmenin hâkim olduğu bu kültüre Niedzwiecki (2019, s. 11) dikizleme kültürü adını vermektedir. Özellikle teknoloji ile birlikte gelişen bu dikizleme kültürü televizyonun ontolojik yapısını açıklamaya yardımcı olmaktadır. Zira kurgusal programlar ve diziler kişinin başka yaşamları izleme güdüsünden kaynaklıdır. Niedzwiecki (2019, s. 11) dikizlemenin nasıl hissettirdiğini ve ne olduğunu anlamamız için televizyonlara bakmamız gerektiğini söylemektedir. İzleyici, başkalarının hayatını merak etmeye başlamakta ve televizyon içeriklerine kendini kaptırmaktadır. Medyanın yaydığı gündelik yaşam fikri artık dikizleme üzerine kurulu olmaktadır.

Martin Esslin (2019, s. 14) televizyon dilinin drama dili olduğunu söylemektedir. Yani televizyon hikayeler üreterek imajlar yaratmaktadır. Böylece insanlar bu dramatik imajlara eşlik ederek televizyonun sihrine kapılmaya başlamaktadır. Esslin'e göre (2019, s. 16) televizyonda gerçeklik bir anlıktır, geri sarılamaz. Ancak televizyonun

tiyatrodan ilham aldığı dramatik sergilemede kurgu ve düzenleme ön plandadır. Kurguda dekor, kostüm, akış belirlidir. Televizyondaki kamera açıları, hareketleri de bir düzenlemeye tabiidir. Bunların hepsi bir sergileme biçimidir. Postman (2018, s. 17) da televizyonun gösteri ile olan ilişkisinde anlamın ve söylemin yerini sözcüklerden ziyade görsel imajların aldığını söylemektedir. Ona göre televizyon önündeki bir kişinin söylediklerinden çok görünümü mesajın etkisini belirlemektedir. Yaşadığımız çağ görselliğin, imajların hâkim olduğu bir çağdır. Amacı izleyiciyi etkilemek olan ticari içeriklerde mesaj son derece yalındır. Bir başka deyişle içerik izleyicinin doğrudan anlamasını sağlamak için basitçe sunulur. Örneğin reklamlarda sınırlı bir süre ve ürün tanıtımı olduğu için anlatı çarpıcı ve doğrudan olmalıdır. Zıtlıklar üzerine kurulu hikâyede ürün tanıtımı kısa sürede etkileyici şekilde anlatılmalıdır. Kurgusal içeriklerde ise göstergeler ile anlatının desteklenmesi sıkça görülür. Hikâyeyi ve diyalogları destekleyen kostüm, dekor, mekân, aksesuar gibi araçlar görsel bir dünyayı seyirciye sunar. Postman (2018, s. 20) McLuhan'ın "araç mesajdır" önermesini "araç, metaforudur" şeklinde yorumlamaktadır. Çünkü ona göre günümüz medya içerikleri metaforlarla aktarılmaktadır. Bu metaforlar çağrışımlı anlamlarıyla karışık bir yapıdadır. Postman, medya metaforlarının kültürlerimizi oluşturduğunu belirtmektedir. Gündelik hayatımızı şekillendiren televizyon da yeni tüketim kültürleri üreterek bizi çevrelemektedir. Televizyona dair belirtilen tüm bu görüşler aslında onun içeriğine yönelik eleştirel bir bakışla oluşturulmuştur. Televizyonun gündelik hayatta büyük bir yer tutması ve kitleleri etkilemesi hem toplumsal bir dönüşüm yaratmış hem de ticari kaygıyla araçsal kullanımının önünü açmıştır.

Aynı zamanda bir tekno-gösteri sunan televizyon, görsel olanın estetik sunumu üzerine kuruludur. Bu estetik, varoluşsal bir güzellemeye gönderme yapmaktan ziyade gösterişin bir sunumu şeklinde olmaktadır. Kellner (2010, s. 26) medya kültürlerini izleyiciyi etkileme ve kâr düzeyini arttırma amacıyla yapılan gösteriler olarak tanımlar. Medya gösterileri; eğlencenin, şöhretin, modanın bileşenleridir. Gösteri kelimesini Guy Debord'un izinden giderek kullanan Kellner, gösterinin tarih içinde hep olduğunu, bu olgunun yönetim biçimiyle içe içe olduğunu belirtmektedir. Ancak gösteri teknolojinin sağladığı imkanlarla tekno-gösteri haline gelmiş ve geniş kitlelere sunulmuştur. Kellner (2010, s.20) iletişim teknolojileriyle tekno-gösteri aşamasına geçildiğini

vurgulamaktadır. Tekno-gösteriler, televizyonda ağırlıklı olarak görsel imajlarla tekrarlanmaktadır.

Tekno-gösteriler aynı zamanda popüler kültürle ilişkilidir. Popüler kültür, gösteri metalarını her yerde kullanmakta ve özellikle medya ile birlikte kitlelere bir yaşam tarzı, tüketim algısı sunmaktadır. Televizyon dizileri özelinde bakıldığında bu gösteriler içkin gücünü hikayelerin sunumundan almaktadır. Dramatik iletişimin kökenindeki diziler gösteri gücünü hikâyenin getirdiği gösteri metalarından almaktadır. Çalışmada vurgulanmak istenen gösteri metalarının dizilerdeki tüketim algısı ile olan boyutudur. Gerbner (2014, s. 314) insanın temel büyüünün hikâye anlatmak olduğunu söylemektedir. Televizyondaki gösteri ve gösterişin temelinde hikâye anlatımının içindeki eğlence kültürü yatmaktadır. İzleyiciler gündelik hayatın koşuşturmasından uzaklaşmak ve hoş zaman geçirmek için televizyon izlemektedir. Televizyonun eğlendirme işlevi, boş zaman aktivitesi olması ile ilişkilendirilmiştir. İzleyici farklı yaşamları -özellikle konu bağlamında bahsedilen lüks ve popüler yaşamları- seyrederek gündelik hayatından uzaklaşmaktadır. İzleyiciler bu büyülü dünyayı gündelik hayatının merkezine yerleştirmiştir. Hemen hemen her evde merkezde duran ve konuşulan şey televizyon içerikleri olmaktadır.

Seyircinin sık sık maruz kaldığı gösteri metaları, günümüzde çok çeşitlenmektedir. “Dizi kıyafetleri” ise bu gösteri metalarının sembolik unsurlarından biridir. “Moda, tarihsel olarak göstergenin merkezinde olmuştur. Günümüzde moda, üreticiler ve modeller kadar sanayinin asıl ürünleri de medya kültüründe çekici bir sektör kurmuşlardır” (Kellner, 2010, s. 31). Medyada özel bir anlamla kullanılan kıyafetler, insanların nasıl giyinmesi gerektiği ya da moda olan görünüşleri takip etmesinin önemini vurgulamaktadır. Kıyafetler tekno-gösterinin birer parçası olmakta tekno-gösteri; reality şovlarla, kurgusal dizilerle, moda programlarıyla kendini göstermektedir.

2. GİYİM, MODA VE MEDYA

Bedene yüklenen anlamlar moda ile birlikte gösteriş ve tüketim nesnesi haline gelmiştir. Bedenin sergilenmesi medyanın ilgisini çeken ve üzerine pratikler geliştirdiği bir alandır. Diana Crane (2018) giyim kimliği oluşturduğunu ve artık örtünmeden ziyade görünür olmak için kullanıldığını ifade etmektedir. Crane, *Moda ve Gündemleri*

kitabında toplumsal kimliğin kıyafet ile ifade edildiğini, medyanın da küresel modayı şekillendirdiğini belirtir. Tarih boyunca giyim bir kültürün, bir sınıfın temsilcisi olmuştur. Crane (2018, s.17) sanayi öncesi toplumlarda giysilerin çok pahalı olduğunu vurgularken sanayi ile birlikte bu durumun biraz değiştiğini, kıyafetlerin ucuzladığını belirtir.

“XIX. Yüzyılın sonlarına doğru, giysiler giderek ucuzladı ve böylece alt sınıflar için daha kolay erişilir hale geldi. Geniş kitlelere ulaşan ilk tüketim malı olarak giysiler hem zenginler hem de fakirler için zaman zaman düşkünlük nesnesi olmuştur. İşçi sınıfının genç, çalışan kadınları maaşlarını modaya uygun giyim eşyalarına harcarlardı. Orta ve üst sınıftan kadınlar aile gelirlerinin büyük bölümünü giyime ayırırlardı” (Crane, 2018, s. 18).

Seri üretim ve tüketimin etkisiyle artık giysilerin oluşturduğu imaj daha da görünür olmaktadır. Kitle üretiminde giysilerin hızlıca üretilip tüketilmesi beklenmektedir. Bu durum giyimde tek tipleştirmeyi meydana getirirse de bunun yanı sıra marka adı altında üretilen giysiler etiket fiyatının yüksek olması sayesinde değer görmektedir. Tüketim; arzu ve saygınlık görme boşluğundan kaynaklıdır. Moda ise bu tüketim eşyalarının en başında gelir. Simmel (2006, s.103) moda felsefesi üzerine düşüncelerinde modanın verili dünyanın taklidi olduğunu söyler. Alt sınıflar üst sınıfların modasını takip eder ve ne zaman onlara yaklaşırsa üst sınıfın zevkleri, modası da değişir. Bourdieu (2015) bunu ayırım kavramıyla açıklamaktadır. İnsanlar ait olduğu sınıfın alışkanlıklarını, kültürünü yansıtmaya çalışmakta ve diğer toplumsal sınıflardan ayrılmak için kendi sınıfına özgü ritüelleri gerçekleştirmektedir. Böylece ayırım, seçtiklerimizden çok seçmediklerimiz üzerine temellenmektedir. Üst sınıf kendini diğer sınıflardan ayırmak için yeni tüketim biçimleri üretmektedir. Beğeni ya da zevk, başkasında olmayan şeyler üzerine temellenir. “Tüketim sürecini güdüleyen uyma arzusu değil tersine ayırım arayışıdır” (Heath ve Potter, 2012, s.134). Bu bağlamda tüketim alt sınıfların üst sınıfı yakalama uğraşında uyum arzusuna, üst sınıfların ise ayırışma duygusuna bağlıdır. Simmel de bu konuya değinmiş, modayı toplumsal eşitleme ve bireysel farklılık çabası olarak görmüştür. “Moda, sınıf bölünmesinin bir ürünüdür” (Simmel, 2006, s. 107). Moda, statüsü benzer kişileri bir arada tutarken diğer sınıflardan ayırışmayı sağlar. Modaya verilen bu sembolik değer gündelik hayatın bir

parçası haline gelmiştir. Özellikle günümüz görsel kültür çağında görsel olana verilen önem yüksek derecededir.

Postmodernist moda daha çok çoğul kimlikler, çeşitlilikler, çelişkiler üzerine kuruludur. Hal Niedzviecki, özellikle postmodern gündelik hayat ve kültür eleştirileriyle nasıl bir dönüşüm içinde olduğumuzu açıklamaktadır. Ona göre (2011) insanlar artık bireysel bir çağda yaşamaktadır. Bu bireysellik bize özel olanın arayışında olduğumuz bir bireyselliktir. Bireyselliğin yeni konformizm haline geldiğini belirten Niedzviecki (2011, s.41) insanların kendini özel hissetmek ve istedikleri kişi olmak için alışverişe gittiklerini, kıyafet ve aksesuarlar satın aldıklarını belirtmektedir. Medya ve tüketimin yoğun olduğu kültür metaları bireyi özel olduğuna inandırmaktadır. Bu ben-odaklı postmodern kimlikler seri üretimden ziyade özel olanı istemektedir. Modanın kanaat önderleri postmodern topluma birden çok modlar sunmaktadır. Sanayi Devrimi ve öncesinde işçi sınıfı için yeni giysi almak zor ve önemli bir durumdu. İnsanlar uzun süre boyunca aynı kıyafeti giyerken günümüzde her ruh haline, her duruma göre farklı alternatifli kıyafetler mevcuttur. Çağdaş moda hegemonyasını çoklu boyutlarla sunmaktadır. Çok kimlikli birey, girdiği her ortam için farklı bir görünümde olmalıdır. Ev yaşamı, iş yaşamı, önemli davetler, tatil kıyafetleri, düğünler gibi farklı yerlerde farklı görünümde elde etmektedir. Tüketim çağı ve medya topluma iyi görünmeyi, her gün çeşitli giysilerle donanmayı dayatmaktadır. İnsanlar çevresinden, medyadan ve mağazalardan modayı takip etmektedir. Kıyafetler artık gündelik hayatın gösteriş ritüeli olarak karşımıza çıkmaktadır. Postmodern tüketim toplumunda eşyaların tüketilmesinden ziyade sembollerin, fikirlerin tüketimi ön plandadır. Sınıfları birbirinden ayıran dış görünüşleri ve onların yarattığı anlamlardır. Medyada lüks bir yaşam süren kadın karakterlerin giyimi günlük hayatta karşılaştığımız insanların giyiminden çok farklıdır. Dizilerde gösterilen varlıklı kesimin giyim tarzı bizi günlük yaşamımızdan çıkartır, kurgusal dünyanın modasına götürür. İzleyici artık yaşanan olaylardan ziyade varlıklı ve gösterişli kadın karakterlerin kıyafetlerini merak etmektedir. “TV dizileri, bireylere tüketilecek sonsuz nesneler yoluyla oluşturulacak yaşam tarzları ile ilgili bilgiler vermektedir; güzel evler, göz kamaştıran kıyafetler, pahalı arabalar, değerli hediyeler, mücevherler, partiler paranın yapabildiklerine TV dizilerinin dünyasından verilebilecek ilk örnekler arasında yer almaktadır” (Kula Demir,

2013, s.991). Günümüz tüketim toplumunda hem geleneksel hem de yeni medyanın giyime verdiği sembolik ve ideolojik değer daha çok hissedilmektedir. Görmek ve görünmek üzerine kurulu toplumsal yaşamda kitle iletişim araçları da giyimin sembolik önemini hatırlatmaktadır. Baudrillard (2013, s.146) en güzel ve en anlam yüklü tüketim nesnesinin beden olduğunu söylemektedir. Beden, statü ve tüketimin somut hali olmuştur. “Film ve televizyon medyası kolektif anıların ve kimliklerin oluşmasında güçlü bir rol oynar” (Morley ve Robins, 2011, s.131). Tüketim algısı dizilerde bir kimlik oluşturma aracı olarak kullanılmakta ve bunu destekleyecek anlatılar oluşturulmaktadır. Çalışmanın temel sorusu örneklem olarak seçilen Yasak Elma dizisinde izleyiciye sunulan tüketim ve moda dünyasının nasıl olduğu üzerinedir. Bu bağlamda önemli bir zaman dilimi olan prime-time diliminde yayınlanan televizyon dizilerinin bize nasıl bir dünya sunduğu önem taşımaktadır.

3. HER DAİM ŞIK! YASAK ELMA DİZİSİNDE GİYSİLERİN KULLANIM AMACI VE ANLAMLARI

Kurgusal anlatılar, izleyiciyi çeşitli yönlerden yakalamaya çalışmaktadır. Dizi hitap ettiği kesimin izleme zamanına göre yayınlanmaktadır. Çalışmanın örnekleme olan Yasak Elma dizisi 2018 yılında yayınlanmaya başlayan ve hala devam eden prime time dizisidir. Instagram’daki resmi sayfasında (08.04.2021 tarihindeki verilere göre) 955 bin takipçisi olan ve reytinglerde üst sıralarda yer eden dizi Fox TV’de yayınlanmaktadır.

3.1. Yöntem

Bu çalışmada *Yasak Elma* dizisi doküman inceleme yöntemiyle ele alınmış, dizinin tüm bölümleri analize uygun bulgular taşısa da amaçlı örnekleme ile belirtilen kavramları en iyi yansıtan bölümlerden sekanslar ve görseller seçilmiştir. Film, video, televizyon içerikleri birer doküman olarak araştırmacıya yol göstermektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s.189). Televizyon içerikleri, toplumsal olgularla ilişkili olduğu ve gündelik hayatın merkezinde olduğu için önem arz etmektedir. Bu bağlamda *Yasak Elma* dizisi sembolik bir biçim olarak moda ve tüketim bağlamında nitel içerik analizi ile değerlendirilmiştir. “Bu amaçla toplanan verilerin önce kavramsallaştırılması daha sonra da ortaya çıkan kavramlara göre mantıklı bir şekilde düzenlenmesi ve buna göre veriyi açıklayan temaların saptanması gerekmektedir” (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s.

242). Yapılan analiz sonucunda elde edilen bulgular kategoriler halinde açıklanmış, görsel kodların yanı sıra dizideki diyaloglar da konu bağlamında değerlendirilmiştir. Özellikle giyimın görsel anlamları sınıflandırılırken Carol Dyhouse'un (2015, s. 47-70) giyim ve gösteri kategorileri yer almaktadır. Dizinin konusu her sezon farklılık gösterse de temel olarak ilişkiler, giyim, kadın, sınıf ve statü üzerinedir. Dizinin zenginlik ve tüketime yaptığı vurgu anlatı üzerinden ele alınmıştır.

3.2. Bulgular

Yasak Elma'nın başrol oyuncularından Yıldız karakteri dizinin ilk başlarında fakir bir kız iken Halit'le evliliği sayesinde zengin biri olmuştur. Hayat tarzı, giyimi, aksesuarları kısacası dış görünüşü değişen Yıldız'ın kıyafetleri onun içinde bulunduğu durumu niteler. Karakter özelliğine bakıldığında onun mahallede yaşadığı zamanlar zengin kişilere olan özentisi gösterilmektedir. Yıldız zengin olan Ender'in yanında çalışmaktadır. Ender onun için bir rol modelidir. *"Ben bir tanesine sahip olmanın hayalini kurarken o elbisenin onlarcasına sahip olan Ender Hanım evinde kahvaltı ediyor"* (Yıldız). Yıldız hep sosyetenin gözde kişileri gibi olmayı hayal eder. İlk bölümden Yıldız'ın sözleri ve tavırları bunu göstermektedir. Gösterişli mekanlar, aksesuarlar, kıyafetler izleyicinin ilgisini çekmeye başlamıştır. Dizi çoğunlukla maddi durumu iyi olan kişiler üzerinden anlatısını kurmaktadır.



Görsel 1. Yıldız'ın Sembolik Değişimi

Yıldız'ın maddi durumundaki değişim gözle görülecek ve özendirilecek şekilde aktarılmaktadır. Görsel 1'de Yıldız'ın fakir olarak tabir edilen görünümü ile maddi durumunun iyi olduğu görünüşü gösterilmiştir. Yıldız'ın hayatı mucize gibi değişmiştir artık hayal ettiği lüks yaşama kavuşmuştur. Her bölüm giydiği elbiseler, taktığı takılar

karacterin durumunu niteler şekildedir. Genel olarak kadın karakterler üzerine konumlanan dizi onların dış görünüşü üzerine sembolik anlamlar üretmektedir. Moda hem diziyle kendini yeniden üretmekte hem de izleyicinin bilincine modanın ve gösterişin getirdiği güzel hayat yerleşmektedir. Dizideki varlıklı kadınlardan olan Ender, ilk baştan beri daima şık, bakımlı ve tarz görünür. Ender iş yerinde, evde, sporda, alışverişte her daim şıktır. Kamusal ve özel alanların hepsinde şık görünen Ender gündelik hayatta çok da sık karşılaşamayacağımız tarzdadır. Ender aksesuarları, giyimi ve duruşu ile zengin ve güçlü kadın imajı çizmektedir. Veblen (2017) gösterişçi tüketim sembollerinden birinin kıyafet olduğunu, görünüşün statü ve ekonomik durumu yansıttığını belirtmiştir. Ona göre gösterişçi tüketim bir yaşam biçimi haline gelmiştir. Kadınların bedenini bu denli gösterişli sergilemesi onların kimlik kazanma ihtiyacından doğmaktadır. Kabul görmek, üstün olmak, güçlü bir imaj çizmek için kıyafetlere ihtiyaçları vardır. Aynı şekilde Bocock (1997, s. 27) insanların fark edilebilir olma ihtiyacının görünüşle birer toplumsal kimlik kazanma çabası haline geldiğini vurgulamaktadır. Bu kimlik arayışı diğer sınıflardan ayrılmak, fark edilmek için yapılır. “O halde tüketim, bir dizi özerk ekonomik etken sonucunda yerleşmiş olan farklılıkları ifade etmeye değil, sosyal gruplar arasında farklılıklar oluşturmaya yarayan bir toplumsal ve kültürel uygulamalar dizisi olarak kabul edilebilir” (Bocock, 1997, s.71). Bu durumun medyaya yansması ise tüketim ideolojisinin yaygınlaşmasını sağlar. İzleyici kurgusal anlatıya kendini kaptırarak onların yaşamını deneyimlemektedir. Bu sanal deneyim anlık da olsa gerçek yaşamdan kopmayı sağlamaktadır. Dizide gösterilen kıyafetler ve sembolik anlamları izleyiciyi bir tüketici haline getirmeye başlamaktadır. Tüketim artık iyi bir imaj çizmek gibi yan ihtiyaçların başlıca edimi haline gelmiştir. “Bugün kendi ihtiyaçlarımız için değil sermaye için çalışıyoruz. Sermaye bizim yanlış bir şekilde kendi ihtiyaçlarımız olarak algıladığımız kendi ihtiyaçlarını üretiyor” (Han, 2019, s.16). Böylelikle televizyon dizilerinde giyim sektörünün bu denli merkezde olduğu anlatılarda izleyiciler giyinmenin, hoş görünmenin, üst sınıf imajı çizmenin bir gerçek ihtiyaç olduğunu düşünmeye başlamaktadır. Popüler kültür ürünlerini tekrarlayan dizide karakterlerin değişimi ön plandadır. Başrol karakterleri özel biri olmaya çalışırken kendine yüksek sosyete de yer açmaya çalışmaktadır. Niedzwiecki (2011, s. 91) popüler kültürün günümüzde geldiği noktayı şöyle tanımlar:

“Popüler kültürün mesajlarından birisi; sıradan hayatı, macera, abartılmış heyecan ve bitmeyen aşk, lüks ve amaç karışımı toplu bir fast food siparişi gibi kaçınılmaz başarıların birleşimiyle dönüştürmektedir. Popüler kültür hikayelerinin her birisi bize sıradanlığımıza rağmen özel, süper, fark edilir, keşfedilir ve başarılı olabileceğimizi anlatır: Sen de hayatının hikayesini değiştirebilirsin, U dönüşü yap, daha iyi bir insan ol, daha fazla kendin ol” (2011: 91).

Sıradan hayatın yanı sıra abartılı bir yaşam ve bitmeyen aşk, lüks ve macera sunan dizi adeta tekno-gösterisini bu açıdan kurmaktadır. Mekanlar da gösterişin devamlılığını sağlar niteliktedir. Lüks yalılar, arabalar, villalar dizinin ilk bölümünden itibaren gösterilmektedir. Dizi daha çok postmodern yaşam ve taşıdığı popüler kültür öğeleri nedeniyle ilgi odağı olmaktadır. Carol Dyhouse (2015, s. 47-70) Hollywood’un gösteriş yarattığını ve bu gösterişi belli kodlarla sunduğunu belirtmektedir. Bu gösteriş kodları günümüz televizyon anlatısında ve çalışmanın örnekleme olan dizide görülmektedir. Tecimsel olan Hollywood gösterişi sergilemek için şu yöntemleri kullanmıştır;

- Işık, ışıltı ve parıltı: Amerikan film endüstrisi kadını mücevherlerin ışıltısı, kürklerin gösterişi, dar elbiseler ile donatmıştır. Bu gösteriş kodları *Yasak Elma*’nın tüm başrol kadın rollerinde görülmektedir. Yıldız, zengin olduktan sonra dar ve gösterişli kıyafetler giymektedir. Ender kendine özel üretilen sıra dışı ve abartılı kıyafetlerle son derece şıktır. Şahika özellikle vücut hatlarını ortaya çıkaran dar ve ışıltılı elbiselerle göz önündedir. Gittikleri her mekânda dikkat çeken bu kadınlar diğer insanların yanında parlamaktadır. Dyhouse (2015, s. 50) ışıltı ile zenginlik arasında açık bir anlamın olduğunu belirtmiştir. Bu anlam artık seyircinin gözünde normalleşmeye başlamaktadır ve gündelik yaşamımızın kıyafet kültürünü değiştirmektedir.

- Kürk: Tüm başrol karakterlerin kürk giymesi zenginliğin göstergesi olarak sunulmaktadır. Kabarık görünümüyle kürkler sembolik bir anlam taşımaktadır. Sıcak tutma işlevinden çok omuza atılan kürkler güçlü, zengin ve şık bir kadın imajını tamamlamaktadır.

- Dar elbiseler ve vücutlar: Son derece feminen görünen kadın karakterlerin dar kıyafetleri onların bir gösteri nesnesi haline gelmesine ve dişil olanın daha çok öne çıkarılmasına neden olmaktadır.

- Kozmetik: “Gösterişli bir görünüm sanata ve illüzyona dayalı titiz bir yapılandırma gerektiriyordu” (Dyhouse (2015, s. 62). Makyaj, görünmenin ve kusurları gizlemenin bir yolu olmaktadır. Her daim şık olan bu kadınların kozmetik olarak da parladığı görülmektedir. Dizideki kadınlar sadece kıyafet ile değil makyajlarıyla birlikte gösterişli bir görünüme imza atmaktadır. Özellikle Ender renk renk farlar ve rujlar sürerek yüzünde ve görünümünde farklılıklar yaratmaktadır. Siyah, kırmızı, neon rujları tercih eden Ender, abartıyı makyajında da göstermektedir.

- Tavır: Gösterişin aynı zamanda tavırla ilgisi vardır. Burada kurgusal dünyanın oyuncuları öne çıkmaktadır. Güzel kadınların başrol olmaları göze hitap etmelerinden ve seyir estetiği sunmasından kaynaklıdır. Kadınların bir tüketim ve seyir nesnesi haline gelmesine neden olan tekno-gösteride aktristin tüm bu gösterişli metaları taşıyabilmesi gerekmektedir. Ender’in tavırları genellikle ciddi ve üstten bakan bir tarzdadır. Yine dizinin diğer başrollerinden Şahika, sinsi ve çekici tavırlarla hareket etmektedir. Yıldız ise bu zengin hayata sonradan geldiği için arada kalmış, daha çok içinden geldiği gibi davranan biridir. Yıldız’ın hemen hemen her bölümde zenginlikle ilgili söylediği sözler dönüştüğü durumu betimler. Erim’in bir ödevini bahane ederek İstanbul’un gelir düzeyi düşük semtlerinden birine giden Yıldız şu sözleri söyler:

Yıldız: “Ben bu mahalleye daha önce geldim. Ancak zengin görünümümünden dolayı benden pek hoşlanmadılar. Hatta paramı almaya çalıştılar.”

Emir: “Sen de fakir gösterecek bir şeyler giyseydin ya.”

Yıldız: “Yok hayatım yok. Bütün dolabım böyle. Bulaşmışım bir kere bu moda denen illete.”

Yıldız kendince en sade kıyafetini giyse de kabanı, aksesuarlı, bakımlı haliyle ait olmaya çalıştığı sınıfı gösterir niteliktedir. Bir başka bölümde Yıldız ile Ender alışverişe gittiklerinde Ender’in pijama yerine gösterişli şeyler bakması Yıldız’ın tuhafına gider. Yıldız, Ender’e uyurken böyle süslü şeyleri nasıl giydiğini sorar ve ona gri eşofman altı giyip uyumasının daha rahat olacağını söyler. Ender ise “sence ben gri eşofman altı giyecek kadın mıyım? Ben bakımlı olmayı seviyorum” cevabını verir. Bu ve daha çok sahnede giyimin üst sınıf için ne kadar önemli olduğu gösterilir. Çünkü bu giysiler,

imajın kendisini oluşturmaktadır. Bu imaj güçlü, zeki ve zengin kadın görünümünü pekiştirmektedir.

Dizinin önemli karakterlerinden biri olan Ender, sosyete de tanınan zengin biridir. Görsel 2’de Ender’in çizdiği güçlü ve zengin kadın imajı yer almaktadır. Görüldüğü üzere Ender her zaman bakımlı ve gösterişlidir. Sözel olmayan iletişim biçimlerinde yüz, jest-mimik ve beden önemli yer tutmaktadır. Toplumsal olarak benliğini göstermeye çalışan birey, kalabalık alanlarda diğer insanlarla doğrudan sözlü iletişim kurmasa bile onların varlığının bilincindedir ve her daim buna uygun davranışlar sergilemektedir. Yüz ifadesi ve bedenin verdiği tepkiler kişinin elinde olmayan doğal tepkilerdir ancak bunun yönetimi toplumsal etkileşim sağlanırken kişiye avantaj sağlamaktadır. Ender, jest ve mimiklerinin yanı sıra bedenini tüketim sosyolojisinin ve Goffman’ın (2019) tabiriyle etkileşim ritüelinin bir parçası olarak kullanmaktadır. Çünkü günümüz tüketim ve gösteriş toplumu artık bunu öngörmektedir: Her daim hazır ve gösterişli. Ancak Ender ve Yıldız gibi kimlik kazanmak için imaj yaratan karakterler tamamıyla tüketimin öznesi olmaktan çok nesnesi konumundadır.



Görsel 2. Ender ve Tarzı

Hayatları ekonomik güç, tüketim ve görünüm üzerine kurulu olan karakterler dizinin ana konusunu oluşturmaktadır. Tek fark Ender ilk bölümden beri yüksek statüdüdür, Yıldız ise sonradan bu hayata karışmıştır. Bir alışveriş sahnesinde pahalı kolyelerin satıldığı bir dükkânda Yıldız ve Ender karşılaşmaktadır. Bu bölümde araları iyi olmayan Yıldız ve Ender birbirlerine sürekli rol yapmaktadır. Ender her seferinde Yıldız’ı sözleriyle ezmekte ve alt sınıftan geldiğini hatırlatmaktadır.

Ender: “Yıldız bakıyorum kendini alışverişe vermişsin.”

Yıldız: “Zeynep’e hediye bakıyorum.”

Ender: “O da sonunda kendi dengini buldu. Ne mutlu size.

Yıldız seçtiği bilekliği gösterir. Bu sırada kamera bilekliği yakından ayrıntılı olarak çeker. Ender alaycı bir şekilde bilekliği küçümsemektedir.

Ender: “Bakayım ona. Bunda taş var mı yok mu? Ben mi göremiyorum? Evet varmış. Bundaki taşları görmek için mikroskopla bakmak lazım. Kız kardeşine bunu mu layık gördün?

Sonrasında Ender, Yıldız’ın aksine taşlı ve pahalı bir küpe satın alır. Diyaloglarda hissedar olduğunu ve böyle şeyleri kimseye sormadan aldığını söyler. Ender, zengin ve güçlü kadın imajı çizmeye devam etmektedir. Bu anlamda tüketime bolca vakit ve para ayıran Ender seyirciye “kendi paramı kazanıp harcıyorum ve bu güzel bir duygu” mesajını vermektedir. Aksesuarlar da giyimin ve modanın bir tamamlayıcısı olarak sunulmaktadır. Dal’ın (2017, s. 6) da belirttiği gibi kapitalizmin ilk zamanlarında bireyler üretim için güdülenirken, ileri kapitalizmde bireyler tüketim ile güdülenmektedir. İleri kapitalizmin popüler kültürü ve tüketimi güçlendirmesiyle bu kavramlar neredeyse üzerine düşünmediğimiz günlük ritüeller haline gelmiştir. Dizi bu konuya kimi yerlerde eleştiri getirse de aslında tüketimin devamlılığını sağlamakta, izleyiciyi yönlendirmektedir. Bu etkileme o kadar geniştir ki popüler kültürün bir aracı haline gelen dizilerdeki karakterlerin kıyafetleri ya da aksesuarları o karakterle anılmaktadır; örneğin Şahika’nın kolyesi, Yıldız’ın küpesi, Ender’in dövmesi gibi. Satışlar da bu şekilde olmaktadır ve tüketicinin bu popüler reklama daha çabuk yanıt vermesi amaçlanmaktadır.

Diziye sonradan giren Şahika karakteri de zengin ve entrikacı bir kimlikle sunulmaktadır. Şahika’nın Ender ve Yıldız’dan ayrı kalır yanı yoktur. O da gösterişçi tüketimin bir parçasıdır. Byung- Chul Han (2017) postmodern dünyadaki bireyin artık performanslar toplumu içinde yaşadığını ve bunun sonucu olarak yorgunluk toplumuna dönüştüğümüzü belirtir. Bireyler artık gösterinin gerektirdiği performansları yaparken fark etmeseler de tükenmektedir. Bu da gösteri toplumunun sonucu olarak yorgunluğu açığa çıkarmaktadır. İnsanlar artık tüketen özne olmak yerine ürünün kendisi olmuştur. Dizideki kadınların tek derdi aşk ilişkileri ve paradır. Öykü ise daha çok dişil olanın

entrikası ve giyimi üzerine kuruludur. Baş karakter olan Halit'in bu üç kadınla farklı zaman dilimlerinde birlikteliği olmuştur. Bir erkeğin paylaşılması gibi bir durum yaratılan hikâyede aslında erkek figüründen çok para ve getirdiği statüyü kovalama amacı ön plandadır. 3. Sezonunda Halit'in çıkmasıyla başka erkek karakterler diziyeye girse de merkezde kadınların bu lüks yaşamı kaybetmeme savaşları yer almaktadır.

Senaryo ve görsel anlatı açısından bakıldığında mekanlar genellikle İstanbul'un prestijli mekanlarıdır. Pahalı hediyelerin alındığı, sık sık alışveriş sahnelerinin olduğu dizide sözel olmayan iletişimin temel göstergesi beden ve eşyalardır. Diyalogların olduğu sahnelerde ise bu anlatıyı destekleyecek sözler edilmektedir. Buna örnek olarak Yıldız'ın dernek yemeği için lüks bir mağazadan kıyafet denediği sahne gösterilebilir. Yıldız gündüz verilecek bir davet için beğendiği gösterişli bir elbisenin abartılı olacağını düşünür. Mağaza sahibi ise; *"Asla. Son trend bu. Artık bütün dünya sosyetesini böyle giyiniyor..."* demiştir. Aynı zamanda elbisenin Milano moda haftasında çok ünlü biri tarafından giyildiğini belirtmesi kıyafete sembolik bir anlam katmıştır. Ya da Ender ile Halit'in arasındaki diyalog onların dış görünüşe verdiği değeri gösterir niteliktedir.

Ender: "Bu ne şıklık. Bakıyorum son zamanlarda modayı yakından takip ediyorsun. Böyle tarzın değişti."

Halit: "Sana yetişmeye çalışıyorum."

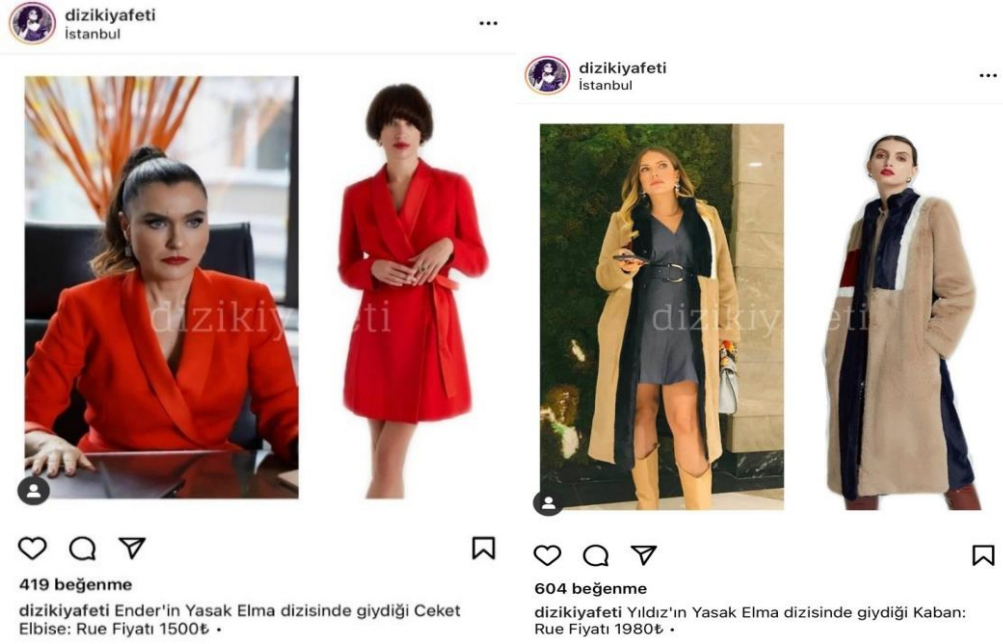
Yer yer komedi unsurlarını barındıran dizinin izleyici üzerinde hayranlık bırakması büyümlü bir dünya sunumuyla alakalıdır. Bu ilgi öylesine artmıştır ki televizyondan sosyal medyaya yayılan bir moda avı başlamıştır. Böylece tüketim güdüsü sadece televizyon değil sosyal medyayla birlikte farklı bir boyuta bürünmüştür.

4. SOSYAL MEDYANIN MODA GÜNDEMİNDE DİZİ KIYAFETLERİ

Dijital iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle yeni medya çeşitli olanaklar sunmuştur. Reklam, tüketim ve giyim konusunda bakıldığında sık sık reklamlarla karşılaşan tüketicilerin bazen reklam bombardımanından bıktığı görülmektedir. Özellikle dijital medyada sık sık beliren kısa reklamlara karşı reklam önleyici uygulamalar üretilmiştir. Böyle olunca tüketiciye ulaşmak eskisi kadar kolay değildir. Bu da geleneksel medyanın yanı sıra yeni tüketim açımları arayışını ortaya çıkarmıştır. Sosyal medya vasıtasıyla yapılan pazarlama bu durumun yeni örneklerindendir. Burada

reklamlar özendirecek şekilde sunulmakta ve özellikle blog tarzı formatlarda yapılan tanıtımlar geleneksel medyanın tüketimini pekiştirmektedir. Ticaretin elektronik olarak yapıldığı bir çağda giyim sektörü açısından bilgiye ulaşmak çok kolay olmaktadır. Bu bağlamda tüketimin dijitalleşmesi markalar, sponsorlar için olumlu getiriler sağlamıştır. Markalar, geniş bir kitlesi olan dizilere sponsor olarak kıyafetlerini tanıtmaktadır. *Yasak Elma* dizisinde giyilen kıyafetlerin çoğu markalı ve yüksek fiyatlı kıyafetlerdir. Çok izlenen bir dizide bu kıyafetlerin görünümü satıcı için büyük bir tanıtımdır. Ancak tüketimin tamamlanması için sadece beğenmek değil satın almak gerekmektedir. Dizilerin bölüm sonu jeneriğinde sponsorların markasına yer verilmektedir ancak hızlı geçen jenerikte detaylı bilginin olmaması kimi zaman tüketim sürecinin tamamlanmasını engellemektedir. Burada sosyal medyanın etkileşimselliği öne çıkmaktadır. Sosyal medya görünürlüğün farklı bir boyutudur ve tekno-gösterinin bir aracıdır. Özellikle moda blogları takipçilerine moda gündemlerini sunmaktadır. Turancı (2016, s. 470) moda bloglarında giyimin önemli yer tuttuğunu bunun yanı sıra ayakkabı, çanta, takı, gözlük gibi aksesuarların da giyimle birlikte düşünüldüğünü belirtmiştir.

Aynı zamanda dizide yer alan kıyafetin hangi markadan ve fiyattan olduğu bilgisi sosyal medyada paylaşıldığında tüketim süreci hızlanmaktadır. Bu durum *dizi kıyafeti* adıyla ayrı bir kavram oluşmasına neden olmuştur. Günlük kıyafetlerin yanı sıra “dizi kıyafeti” ünlü kişilerin sunumuyla halka ulaştığı için daha çok rağbet görmektedir. Bu bağlamda çalışmada dizi kıyafetleri adlı Instagram sayfası betimleyici bir analizle incelenmiş, *Yasak Elma* dizisiyle arasındaki bağlantı açıklanmıştır. 03.04.2021 verilerine göre 254 Bin takipçisi olan @dizikiyafeti sayfasında gönderilerin kaç kişiye ulaştığı bilgisi yer almaktadır. Bu tüketicinin geri dönüş sağlaması için önemlidir. Çok takipçisi olan bu sayfada televizyon dizilerindeki kıyafetlerin markası ve fiyatı yer almaktadır. Kimi zaman link eklenerek doğrudan ürünün kendisi pazarlanmaktadır. Bu da yeni nesil tüketimin boyutunu gözler önüne sermektedir. @dizikiyafeti sayfası sık sık *Yasak Elma* dizisinin kıyafetlerini paylaşmaktadır. Görsel 3’te dizi kıyafetlerinin sunumu yer almaktadır. Ürünlerin marka ve fiyat bilgisine kolayca ulaşmakta ve dizinin yeni bölümünden hemen sonra o gün yayınlanan kıyafetlerin bilgisi yer almaktadır. Paylaşımlarda görüldüğü üzere dizide kullanılan pahalı kıyafetler, takılar, ayakkabılar @dizikiyafeti @vitrindenevar gibi hesaplarda paylaşılmaktadır.



Görsel 3. Dizi Kıyafetlerinin Instagram'da Sunumu

Kaynak: @dizikiyafetleri, Instagram (08.04.2021)

Kimi zaman yüksek ücretlerin yanı sıra muadili yerine geçen kıyafetler de kendi tüketicisine hitap etmektedir. Sadece kıyafet değil aksesuar hatta dövme bile kullanıcılar tarafından merak edilmekte ve sorulmaktadır. Sosyal medyanın etkileşimselliğe olanak tanınmasıyla kullanıcı-tüketiciler soru sormak, yorumları okumak, eleştiriler dile getirmek, markaya ulaşmak açısından avantajlar elde etmektedir. Sosyal medyada tekrar tekrar üretilen tüketim arzusu modaya olan talebin somut göstergesidir. Beğeni, görülme, paylaşma gibi istatistikleri barındıran sosyal medya, tüketimin denetlenmesi ve takip edilmesini kolaylaştırmaktadır. Kullanıcı artık televizyon izleyicisi olmanın yanı sıra tüketici olarak kıyafete tek bir tuşla ulaşmaktadır. O kıyafet aynı dizideki karakterlere sağladığı gibi tüketiciye de bir prestij sağlamaktadır. Çünkü televizyonda görülen her zaman daha çok rağbet görmektedir. Artık televizyonla birlikte tüketimin yeni yeri sosyal medya olmaktadır.

SONUÇ

Hikâye üreten, göstergelerle anlatı dilini pekiştiren televizyon, içerikleriyle izleyiciye mesajlar vermektedir. Özellikle kurgusal yönü ön planda olan televizyon dizileri gündelik hayatın bir yansıması niteliğinde görünmekte ve izleyici karakterlerin

yaşadıklarını dışardan bir göz olarak takip etmektedir. Gösteriş ve tüketimin hâkim olduğu bu dönemde şüphesiz televizyon dizileri de günlük hayatta karşılaştığımız bu durumu gözler önüne sermekte ve pekiştirmektedir. Özellikle görsel olana önem verilen bir dönemde anlatı, görsel ile birleştiğinde etkisini arttırmaktadır. Tekno-gösterinin bir aracı olan televizyon, hikâye üretirken tüketim ve moda da yer vermektedir. Kimi diziler özellikle tüketim ve moda anlayışı üzerine kuruludur. Bu çalışmada bunlardan birisi olan *Yasak Elma* dizisi incelenmiştir. Dizide verilen mesajlar seyirciye tüketimi önemli bir ihtiyaç olarak gösterirken moda ve gösterişin ise yaşamımızda önemli olduğunu nitelemektedir. Çünkü bir kimlik ve statü inşa eden giyim, medya ve dolayısıyla toplum tarafından arzuların odağı olarak gösterilmektedir. İncelemeler sonucunda dizide gösterişli bir dünya gösterilirken özellikle giyim ve aksesuarların kullanımı dikkat çekmektedir. Kadın karakterlerin statü kazanma gayesi ve güçlü imaj çizme ihtiyacı giyimin gösterişli kullanılmasına neden olmaktadır. Dizide sık sık zenginlik vurgusu yer alırken alışveriş, takı, mücevher, para, hisse, holding, şıklık, saygınlık, davetler, evlilik gibi sözcükler duyulmaktadır. Anlatı dışı olanın görünür olma çabası ve entrikaları üzerine kuruludur. Gösterilen lüks yaşamda izleyici bu durumu normal olarak alımlamaya başlar. Gündelik hayatta bol bol alışveriş yapmak, güzel giyinmek, başkalarına karşı üstün olmaya çalışmak dizilerde normal görünmektedir. Popüler kültürün ve tüketimin televizyon dizilerinde sıkça yer alması bu algının kurgusal içeriklerle pekiştirilmeye çalışıldığını göstermektedir. Tekno-gösteri, tüketim metalarıyla geniş kitlelere aktarılmakta, bu hem toplumsal yaşamı dönüştürmekte hem de televizyon içeriklerini yönlendirmektedir. Bunun yanı sıra dizilerde kullanılan giysilerin sergilenişi sosyal medyada bir başka boyut yaratmaktadır. *Dizi kıyafetleri* sınıflandırmasına giren bu görünüm, marka ve fiyat bilgisiyle sosyal medyada paylaşılmaktadır. Özellikle görsel olanın sergilendiği Instagram, dizi kıyafetinin pazarlanması ve satılması için bir ortam oluşturmaktadır. Kullanıcılar bu dizideki kıyafetlerin markalarını Instagram sayfalarından takip etmektedir. *Yasak Elma* dizisi @dizikiyafetleri sayfasında sıkça yer ederken kıyafetlere ayrı talep söz konusudur. Böylece geleneksel medyada gösterilen giyimin sembolik anlamını yaratan imgeler sosyal medyada tüketimin bir ayağını oluşturmaktadır. Sonuç olarak tekno-

gösteri, televizyonda ve sosyal medyada tüketimin devamlılığını sağlayarak gündelik hayatın temel yönlendiricisi haline gelmektedir.

KAYNAKÇA

- Baudrillard, J. (2013). Tüketim Toplumu, (Çev. Hazal Deliceçaylı ve Ferda Keskin), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bocock, R. (1997). Tüketim, (Çev. İrem Kutlu), Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Bourdieu, P. (2015). Ayrım, (Çev. Derya Fırat Şannan ve Ayşe Günce Berkkur), İstanbul: Heretik Yayıncılık.
- Craine, D. (2018). Moda ve Gündemleri, (Çev. Özge Çelik), İstanbul: Ayrıntı Yayınları. İkinci Basım.
- Dal, N.E. (2017). “Tüketim Toplumu ve Tüketim Toplumuna Yöneltilen Eleştiriler Üzerine Bir Tartışma”, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9 (19), s.1-21.
- Dyhouse, C. (2015). Gösteriş, Kadınlar, Tarih ve Feminizm, (Çev. Duygu Akın), İstanbul: Can Sanat Yayınları.
- Esslin, M. (2019). Televizyon Çağı, (Çev. Murat Çiftkaya), İstanbul: Pınar Yayınları.
- Gerbner, G. (2014). Medyaya Karşı. (Çev. Veysel Batmaz, Güneş Ayas, İsmail Kovacı), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Goffman, E. (2019). Etkileşim Ritüelleri, İkinci Baskı. (Çev. Âdem Bölükbaşı), Ankara: Heretik Yayınları.
- Han, B.C. (2017). Yorgunluk Toplumu (Çev. Samet Yalçın), İstanbul: Açılım Kitap.
- Han, B.C. (2019). Psikopolitika, (Çev. Haluk Barışcan), İstanbul: Metis Yayınları.
- Heath, J. ve Potter, A. (2012), İsyan Pazarlanıyor, (Çev. Tamer Tosun), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Kellner, D. (2010). Medya Gösterisi, (Çev. Zeynep Paşalı), İstanbul: Açılım Kitap.

- Kula Demir, N. (2013). “Tv Dizileri Yoluyla Yeniden Üretilen Tüketim Kültürü”. The Journal of Academic Social Science Studies. 6 (1), s. 989-1010.
- Morley, D. ve Robins, K. (2011). Kimlik Mekânları, İkinci Basım. (Çev. Emrehan Zeybekoğlu), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Niedzwiecki, H. (2011). Ben Özelim, (Çev. Sibel Erduman), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Niedzwiecki, H. (2019). Dikizleme Günlüğü. (Çev. Gökçe Gündüç), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Postman, N. (2018). Televizyon: Öldüren Eğlence. (Çev. Osman Akınhay), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Simmel, G. (2006). Modern Kültürde Çatışma, (Çev. Bora T., Kalaycı N., Gen E.), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Turancı, E. (2016). “Modanın Dijital Medya Dünyasında Sunumu: Moda Blogları Üzerine Bir İnceleme”, Trt Akademi, 1 (2), S.450-471.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Onuncu Basım. Ankara: Seçkin Yayın.
- Veblen, T. (2017). Aylak Sınıfın Teorisi, Üçüncü Baskı. (Çev. Eren Kırmızıaltın ve Hüsnü Bilir), Ankara: Heretik Yayınları.

SIYASETİN FRAGMANI SİYASAL REKLAMLAR ÜZERİNE BİR İNCELEME*

Hamide Sarıtaş** Şükrü Balcı***

Özet

Demokratik toplumlarda siyasi parti ya da adaylar çeşitli siyasal iletişim yöntemleri kullanarak seçmenleri etkilemeye ve kendilerine oy vermeleri için ikna etmeye çalışırlar. Partilerin seçim dönemlerinde kullandıkları en önemli siyasal iletişim yöntemi olarak karşımıza siyasal reklamlar çıkmaktadır. Siyasal reklamlar, seçim dönemlerinde siyasi parti ya da adayların seçmenlerin dikkatini çekerek, siyasi seçim vaatlerini kitle iletişim araçları vasıtasıyla seçmenlere duyurdukları reklamlardır. 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde, AK PARTİ, CHP, MHP ve HDP'nin televizyonda yayınlanan ve tiraj bakımından en yüksek Zaman, Hürriyet, Milliyet, Posta, Habertürk, Bugün, Yenişafak, Türkiye, Sabah ve Sözcü gazetesinde gazetelerinde (spor gazeteleri hariç) yayınlamış olduğu toplam 436 adet siyasal reklam içerik çözümlemesi yöntemiyle analiz edilmiştir. Analizlerde, söz konusu siyasal reklamların etkilerinden çok, biçim ve içeriği üzerinde durulmuştur. Çalışmada partilerin siyasal reklamlarda kullandığı siyasal reklam türü, reklamlarda ön plana çıkan konular, lider görüntüsü gibi değişkenlere ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre AK PARTİ reklamlarında negatif reklam türü ağırlıklı olmak üzere her iki reklam türü de kullanılırken, CHP, MHP ve HDP reklamlarında pozitif reklam türü ağırlıklı olarak kullanılmıştır. Partilerin reklamlarda ekonomi, ulaşım, yolsuzluk, işsizlik, sosyal güvenlik ve siyasal katılım gibi konulara daha çok yer verdiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Siyasal Reklam, Siyasal Reklam Türleri, İçerik Analizi

* Bu çalışma Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalında tamamlanan, "Türkiye'de Siyasal Reklamcılık Uygulamaları: 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri Örneği" isimli yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

** Sorumlu Yazar: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 100/2000 YÖK Doktora Öğrencisi, hsaritas32@gmail.com , ORCID ID: 0000-0003-1401-4174

*** Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, sukrubalcı@selcuk.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-0477-0622

Geliş Tarihi: 20.10.2021 Kabul Tarihi: 26.10.2021 Yayın Tarihi: 24.11.2021

Atıf Bilgisi / Reference Information

Sarıtaş, H. & Balcı, Ş. (2021). Siyasetin Fragmanı Siyasal Reklamlar Üzerine Bir İnceleme, Türkiye Medya Akademisi Dergisi, Cilt:1 Sayı:2, s. 60 -81

FRAGMENT OF THE POLITICS A STUDY ON POLITICAL ADVERTISEMENTS*

Hamide Sarıtaş** Şükrü Balcı***

Abstract

In democratic societies, political parties or candidates try to influence voters and persuade them to vote for them by utilising various political communication methods. Political advertisements appear as the most essential political communication method used by parties during election periods. Political advertisements are the advertisements in which political parties or candidates announce their political election promises to the voters by attracting the attention of the voters during election periods via mass media. In the General Election of 7th June 2015, 436 political advertisements of AK PARTY, CHP, MHP, and HDP which were broadcast on television and published on the newspapers having had the highest circulation such as Zaman, Hürriyet, Milliyet, Posta, Habertürk, Bugün, Yenişafak, Türkiye, Sabah, and Sözcü (except sports newspapers) were analyzed by content analysis method. In the analyses, the emphasis was on the form and content of these political advertisements rather than their influences. In this study, variables such as the type of political advertisement used by the parties in political advertisements, the issues that came to the fore in advertisements, and the image of the leader were evaluated. According to the results of the analysis, both types of advertisements, predominantly negative advertisements, were used in AK PARTY advertisements, while positive advertisements were predominantly used in CHP, MHP and HDP advertisements. It has been seen that parties touch more on the issues such as economy, transportation, corruption, unemployment, social security and political participation in advertisements.

Keywords: Political Advertising, Types of Political Advertisements, Content Analysis

*This study was produced from the master's thesis titled, "Political Advertising Applications in Turkey: The Example of 7 June 2015 General Elections" completed at Selçuk University, Institute of Social Sciences, Department of Journalism.

** Corresponding Author:, Selcuk University, 100/2000 YÖK PhD Student, hsaritas32@gmail.com
ORCID ID: 0000-0003-1401-4174

*** Prof. Dr. Selcuk University sukrubalci@selcuk.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-0477-0622

GİRİŞ

Modern toplumlarda iletişimden ve siyasetten bağımsız bir toplumsal yaşam düşünülemez. Bireyler artık sadece yönetilen değil aynı zamanda yönetenlerle iletişim halinde olmak istemektedirler. Bu noktada karşımıza genelde siyasal iletişim özelde ise ‘*siyasal reklamcılık*’ çıkmaktadır.

Siyasal reklamcılık, siyasi mesajların görsel, işitsel ve yazılı olarak uzmanlarca hazırlanmasıdır. Siyasal reklamların amacı parti ve adayların oy oranlarını artırmaktır. Siyasal reklam kavramı genel olarak siyasal pazarlama kavramı ile açıklanmaktadır. Siyasal kampanyalarda siyasal reklamın tarihi oldukça eskiye gider. Kitle iletişim araçlarındaki siyasal reklamlar ilk olarak özel girişimin elinde bulunan gazetelerde yer almıştır. Elektronik medyada siyasal reklamlar ilk olarak ABD’de yayınlanmıştır. Siyasal partiler, radyo ve televizyonda yer alan siyasal reklamlardan iki türlü yararlanmışlardır. İlki, pek çok ülkede uygulanan biçimi ile televizyon ve radyoda zaman satın alınarak siyasal reklam verilmesidir. İkincisi ise program satın almadır (Aziz, 2011, s. 125; Çankaya, 2008, s. 76). Reklam ajanslarının siyasal reklamcılık içinde aktif bir şekilde kullanılmaya başlamasıyla siyasal iletişimin doğasında değişim göstermiştir (Doğan & Göker, 2013, s. 16). Siyasi parti ve adaylar seçmenlere kendilerini tanıtmak ve onların oylarını alabilmek için kitle iletişim araçları üzerinden siyasal reklam yayınlamaya başlamıştır.

Siyasal reklamlar, pozitif ve negatif reklamlar olarak iki türe ayrılır. Pozitif siyasal reklamlar daha çok aday ya da partinin hayata geçirmiş olduğu ve gelecekte yapmayı vaad ettiği reklam filmlerinden oluşurken, negatif siyasal reklamlar ise daha çok rakibi eleştiren, olumsuzlayan reklam türünü oluşturmaktadır. Siyasi parti ya da adaylar bulundukları konuma, seçim stratejilerine ve seçmen kitlesine göre hangi reklam türünü kullanacağını belirlemektedirler (Bekiroğlu & Bal, 2014, s. 116). Reklamlarda pozitif ya da negatif siyasal reklam türünün kullanılmasında reklama konu olan parti ya da adayın meclisteki durumu önemli olmaktadır.

Bu çalışmada 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde Adalet ve Kalkınma Partisi (AK PARTİ), Cumhuriyet Halk Partisi (CHP), Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) ve Halkların Demokratik Partisi (HDP)’nin (parti isimlerinin kısaltmalarına parti tüzüklerinden bakılmıştır) seçim döneminde televizyon kanallarında ve gazetelerde

yayınlanan reklamlar içerik çözümlemesi yöntemiyle incelenmiştir. Gazetelerin seçilmesinde gazete tirajları temel alınmıştır. Bu nedenle tirajı en yüksek (spor gazeteleri hariç) olan sırasıyla Zaman, Hürriyet, Milliyet, Posta, Habertürk, Bugün, Yenişafak, Türkiye, Sabah ve Sözcü’de yayımlanan siyasal reklamlar dahil edilmiştir.

Bu çalışmanın amacı, 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde AK PARTİ, CHP, MHP, HDP reklamlarında kullanılan reklam türü ve konuları siyasal reklamlar aracılığıyla resmederek görünür kılmaktır. Çalışmanın önemini ise siyasal iletişim literatüründe var olan çalışmalara yenisini ekleyerek alanda bilgi birikiminin artmasını sağlamak oluşturmaktadır. Ayrıca alana ilişkin daha güncel ve yeni bilgilerin yer alması da çalışmayı kayda değer kılmaktadır.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Demokrasinin vazgeçilmez bir unsuru olan seçimlerde, iktidara talip olan siyasal partiler, değişik yöntem ve taktiklerle seçmenlerin rızasını kazanmaya dönük çalışmalara büyük önem vermektedirler. Öncelikle meydanlarda sıradan nutuklar şeklinde gerçekleşen ikna süreci, iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle yerini siyasal reklamlara devretmiştir. Siyasal reklamlar vasıtasıyla siyasi parti ya da adaylar kendi icraatlarını ön plana çıkartarak olumlu imaj oluştururken rakip parti ya da adayı eleştirerek onları seçmenler nezdinde olumsuz konumlandırır (Balcı, 2006, s. 443). Toplumda yaşanan teknolojik gelişmeler her alanı olduğu gibi siyasal reklamcılık alanını da etkilemiştir. Siyasal reklamların yapıldığı alanlar ve yapıma şekli değişim göstermiştir.

Siyasal pazarlamada olduğu gibi siyasal reklamcılıkta da kesin bir tanım bulunmamaktadır. Siyaset bilimciler ve reklamcılar, siyasal reklamcılığı “içeriği siyasal olan reklamcılık” olarak adlandırmaktadır (Özkan, 2003, s. 6; Tokgöz, 2010, s. 172). Genel olarak siyasal reklam, siyasiler tarafından kitle iletişim araçlarından yer ve zaman satın alınarak seçmenlerin tutum ve davranışlarını reklamı yapılan aday ve parti lehine çevirmek için mesajların oluşturulması ve yayınlanmasıyla ilgili bir siyasal iletişim faaliyetidir (Uztuğ, 1999, s. 122; Mutlu, 2012, s. 276). Siyasi parti ya da adayların seçmenler kitleleri ile iletişim kurmaları, mesajlarını onlara aktarmaları için siyasal iletişim oldukça önem taşımaktadır.

Siyasal reklamcılık, siyasi fikirlerin seçmenlere tanıtılmasında, açıklanmasında ve yayılmasında oldukça önemli bir işleve sahiptir. Aynı zamanda belli bir ideoloji taşıyan siyasal reklamlar; meşrulaştırma, örtme, doğrulama, kınama, rasyonalize etme, ötekileştirme, yandaş kazanma ve yol gösterme gibi işlevlere de sahiptir. (Sandıkçıoğlu, 2012, s. 5). Siyasal iletişimin bu işlevleri seçim dönemlerinde partilerin var olan seçmen kitlesini korumanın yanında oy oranlarını artırmada da etkili olmaktadır.

Kendall, siyasal reklamlarda her zaman var olan özellikleri altı maddede değerlendirmektedir. Bunlar;

1. Siyasal reklamlarda siyasi adayın yetkinliği ve çözüm odaklı oluşunun altı çizilmektedir. Adaylar reklamlarda hep başarılı kişiler olarak anlatılır.
2. Siyasal reklamlarda mücadele fikri ve ruhu en temel olgudur. Bu durum adayın kazanma isteği ve gücüyle ilişkilendirilir.
3. Siyasal reklamlar daha kısa ve net içeriğe sahip reklamlardır. Detaylı bilgi ve belge içermez.
4. Siyasal reklamlarda adayların özellikleri onların siyasal konulara ilişkin bilgileri, tavırları ve duruşlarıyla bütünleştirilerek sunulmaktadır.
5. Siyasal reklamların özünü siyasi adayların nutuk tarzı konuşmaları oluşturmaktadır.
6. Siyasal reklamlar, seçmenlere yönelik hazırlanmış ve sunulmuş reklamlardır (Akt: Balcı, 2006)

Sıralanan bu özelliklere ek olarak siyasal reklamlar kısa zamanda netice almaya yönelik reklamlardır. Aynı zamanda kitle iletişim araçlarında reklam filmlerine ayrılan sürenin kısalığı, uzmanlık gerektiren konuların seçmenlerce anlaşılabilmesinin belirsizliği gibi olgular siyasal reklamların basit, kısa, etkileyici ve dikkat çekici özelliklere sahip olmasını gerektirmiştir (Oktay, 1993, s. 96-97; Kalender, 2014, s. 77-78). Seçim dönemlerinin belli bir zaman aralığında yapılması ve seçmenlerin bu aralıkta karar verme durumunda olması siyasal reklamların bu özelliklerini anlaşılır kılmaktadır.

Kararsız seçmenlerin oylarını etkileyerek istenen yönde reaksiyon göstermelerini sağlamak da siyasal reklamın bir diğer özelliğidir. Seçimlerde hangi partiye ya da adaya oy vereceğine tam karar verememiş bireyler, toplam seçmen kitlesinde ciddi bir oranı kapsamaktadır. Dolayısıyla siyasi aday ya da partiler, kararsız seçmenlerin oy tercihlerini kendileri lehlerinde yapmaları için siyasal reklam ve benzeri uygulamaları

kullanmaktadırlar (Bekiroğlu & Bal, 2014, s. 104; Çankaya, 2015, s. 69). Hali hazırda belli bir siyasal oy tercihi bulunmayan seçmenler için siyasal reklamlar yönlendirici içerikler olarak işlev görmektedir.

Siyasal parti ya da adaylar kampanyaları boyunca seçmenlerin istek ve beklentilerine, kamuoyu araştırma sonuçlarına, parti ideolojisine, aday imajına ve siyasal kampanyaya ayrılan bütçeye göre siyasal reklam türüne karar vermektedirler. Aynı zamanda parti ya da adaylar seçim döneminde birden fazla siyasal reklam türünü de kullanabilmektedirler (Devran, 2004, s. 116; Kılıçaslan, 2013, s. 48). Bu şekilde parti ya da aday hem var olan seçmen kitlesine hitap etmekte hem de diğer seçmenleri kendisi ya da partisi lehinde oy kullanmaları için harekete geçirmeyi hedeflemektedir.

Siyasal reklam literatürü incelendiğinde bazı kaynakların bu reklamları pozitif, negatif, tepkisel cevap(reaktif) ve proaktif (mesaj aşılama) reklamları olarak dört türe; bazı kaynakların ise pozitif, negatif ve karşılaştırmalı reklamlar olarak üç türe ayırdığı görülmektedir (Balcı, 2006, s. 170-171). Genel olarak bakıldığında ise siyasal reklamların pozitif ve negatif olmak üzere iki türde değerlendirildiği görülmektedir (Bekiroğlu & Bal, 2014). Reklamı yapan aday ya da parti başta olmak üzere reklamın içeriği, yapıldığı hedef kitle vb. durumlar siyasal reklamda pozitif reklam türü mü, negatif reklam türü mü kullanılmasının yerinde olacağını belirlemektedir.

Pozitif siyasal reklamlar, parti ya da adayların siyasal konulara yönelik tavrını, elde ettiği başarı ve icraatları dile getiren, adayın ideal kişisel liderlik vasıflarının fark edilmesinde etki yaratan reklamlardır. Kendi içinde konu ve imaj reklamları olarak ayrılan pozitif siyasal reklamlar, genellikle iktidar partilerinin muhalefet partilerine karşı tercih ettiği reklamlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Balcı, 2006, s. 171). İktidar partileri için pozitif siyasal reklamlar, yönetimleri boyunca hayata geçirdikleri icraatlara seçmenlerin dikkatini çekmede etkili bir tür olarak değerlendirilmektedir.

Rakibi eleştiren aday reklamları olarak tanımlanan negatif siyasal reklamlar ise siyasal kampanya boyunca sürekli rakip aday ya da partiyi hedef alan, rakibin başarısızlıklarını, lider özelliği açısından yetersizliğini ve geçmişteki yanlış icraatlarını seçmene ileten, aday ya da partiye ilişkin olumsuz imaj yaratabilen reklamlardır (Devran, 2004, s. 140). Siyasi parti ya da adaylar olumsuz içeriklerin seçmenlerin zihninde daha uzun süre kaldığı gerçeğinden hareketle seçim kampanyalarında negatif siyasal reklamlara yoğunlukla başvurmaktadır.

Negatif siyasal reklamları kendi içinde; doğrudan saldırı reklamları, doğrudan karşılaştırma reklamları ve imalı karşılaştırma reklamları şeklinde ayrılmaktadır. Doğrudan saldırı reklamları, rakip adayın kişisel özelliklerine, yakın çevresine, partisine ve faaliyetlerini reklam verenin özellikleriyle hiç karşılaştırmaya gitmeden yapılan reklamlardır. Doğrudan karşılaştırma reklamları, rakiplerin siyasi yetersizlik ve güçsüzlüğünün altını çizip kendileriyle karşılaştırma yapan reklamlardır. İmalı karşılaştırma reklamları ise reklam veren aday ya da partinin faaliyetlerini ve özelliklerini vurgulayan ancak rakip parti veya adayın isimlerinin açık ya da üstü örtülü olarak dahi anılmadığı reklamlardır (Devran, 2004; Balcı, 2006; Bekiroğlu & Bal, 2014). Negatif siyasal reklamlar, reklama konu olan rakip parti ya da adayın kim olduğunu bulmayı seçmenlere bırakan siyasal reklam türü olarak dikkat çekmektedir.

2. YÖNTEM

Bu araştırmada, 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerine katılan AK PARTİ, CHP, MHP ve HDP'nin televizyon kanallarında ve gazetelerde yayınlattığı siyasal reklamlar analiz edilmiştir. Çalışmanın temel amacı, bu partilerin her iki mecrada da yayınlamış olduğu siyasal reklamlarda kullanmış olduğu reklam türleri (negatif veya pozitif) ve parti gündemine alınan konuların ortaya çıkarılmasıdır. Çalışmanın önemini ise siyasal iletişim literatüründeki benzer çalışmalara bir yenisinin eklenerek alanda bilgi birikiminin artmasını sağlamak ve alana ilişkin daha güncel ve yeni bilgilerin yer verilmesi oluşturmaktadır.

Evrenini 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinin oluşturduğu bu çalışmanın örnekleme ise AK PARTİ, CHP, MHP ve HDP'nin söz konusu seçim döneminde televizyonda yayınlamış olduğu siyasal reklamlar ve tiraj bakımından en yüksek 10 gazetede (Zaman, Hürriyet, Milliyet, Posta, Habertürk, Bugün, Yenişafak, Türkiye, Sabah ve Sözcü) (Canlı tv-gazete-rayting, 2015) yayınlamış olduğu siyasal reklamlar oluşturmaktadır. Çalışmanın zaman aralığı 6 Mayıs ve 6 Haziran 2015 tarihi ile sınırlı tutulmuştur.

Çalışmada “içerik analizi” yöntemi kullanılmıştır. Bernard Berelson'a göre içerik analizi, “İletişimin açıklanan içeriğinin yansız, dizgeli(sistematik), sayısal tanımlarını yapan bir araştırma tekniği” şeklinde tanımlanmaktadır (Akt: Aziz, 2010, s. 121). Bu

araştırmada da siyasal reklamlara ait veriler siyasal iletişim ve reklam literatüründen yararlanılarak oluşturulan kodlama formuna kodlanmış ve veriler SPSS 20 istatistik programında analiz edilmiştir. Verilerin analizinde, frekans analizi, çapraz tablo analizi ve ki-kare testi kullanılmıştır.

Bu çalışmada şu araştırma sorularına cevap aranmıştır:

- 1.Siyasal partilerin 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri öncesinde televizyonda siyasal reklam yayınlatma oranları nedir?
2. Partilerin gazetelerde yayınlattığı siyasal reklam sayısı nedir?
3. Partilerin siyasal reklamlarda ağırlıklı olarak işledikleri konular nelerdir?
4. Siyasi partilerin negatif ve pozitif siyasal reklam türünü kullanma oranları nedir?
5. Siyasi partiler, pozitif reklamlarında hangi türe daha ağırlık vermiştir? Konu reklamı mı, imaj reklamı mı?
6. Siyasi partiler, negatif türde yayınlattıkları reklamlarda daha çok hangi türü kullanmıştır? Doğrudan saldırı mı, doğrudan karşılaştırma mı, imalı karşılaştırma mı?

3. BULGULAR ve YORUM

3.1. Haziran 2015 Genel Seçimlerinde Partilerin Televizyon Reklamlarının Karşılaştırılması

Bu başlık altında 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri öncesi AK PARTİ, CHP, MHP ve HDP'nin televizyonda yayınlatmış olduğu 155 siyasal reklama ilişkin bilgiler verilmiştir.

Partiler	Sayı	Yüzde
AK PARTİ	72	46.5
CHP	42	27.1
MHP	25	16.1
HDP	16	10.3
GENEL TOPLAM	155	100.0

Tablo 1. Televizyonda Siyasal Reklam Yayınlatan Partilerin Yüzdelik Dağılımı

7 Haziran 2015 Genel Seçimleri'nde televizyonda yayınlatılan 155 adet siyasal reklamın %46.5'i AK PARTİ'ye, %27.1'i CHP'ye, %16.1'i MHP'ye ve %10.3'ü

HDP'ye aittir. Sonuçlara bakıldığında, televizyonda en çok siyasal reklam yayınlanan parti AK PARTİ, en az siyasal reklam yayınlanan parti ise HDP olmuştur.

Siyasal Reklam Türleri				
Partiler	Pozitif Reklam		Negatif Reklam	
	(Sayı)	(Yüzde)	(Sayı)	(Yüzde)
AK PARTİ	28	38.9	44	61.1
CHP	24	57.1	18	42.9
MHP	14	56.0	11	44.0
HDP	12	75.0	4	25.0
TOPLAM	78	50.3	77	49.7

($X^2= 8.76$; $df= 3$; $p= .033$)

Tablo 2. 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde Partilerin Kullandığı Reklam Türündeki Farklılık

7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde partilerin televizyon reklamlarında kullandıkları reklam türlerinde anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($X^2= 8.76$; $p< .05$). Çapraz tablo analiz sonuçları incelendiğinde; AK PARTİ reklamlarının %38.9'u, CHP reklamlarının %57.1'i, MHP reklamlarının %56'sı ve HDP reklamlarının %75'i pozitif içerik taşımaktadır. Sonuçlarında gösterdiği gibi söz konusu seçim döneminde HDP televizyon siyasal reklamlarında pozitif içerik taşıyan reklamlara daha çok ağırlık vermiştir. Diğer yandan AK PARTİ reklamlarının %61.1'i, CHP reklamlarının %42.9'u, MHP reklamlarının %44'ü ve HDP reklamlarının ise %25'i negatif içerik taşımaktadır. Buna göre 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde AK PARTİ, diğer partilere oranla negatif siyasal reklamları daha çok kullanmıştır.

Pozitif Siyasal Reklam Türü				
Partiler	Konu Reklamı		İmaj Reklamı	
	(Sayı)	(Yüzde)	(Sayı)	(Yüzde)
AK PARTİ	22	78.6	6	21.4
CHP	23	95.8	1	4.2
MHP	14	100.0	0	0.0
HDP	12	100.0	0	0.0
TOPLAM	71	91.0	7	9.0

($X^2= 8.55$; $df= 3$; $p= .036$)

Tablo 3. 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde Partilerin Kullandığı Pozitif Reklam Türündeki Farklılık

7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde partilerin siyasal reklam çalışmalarında kullandıkları pozitif reklam türleri arasında farklılık bulunmaktadır. ($X^2= 8.55$; $p< .05$). Bu seçim döneminde MHP ve HDP pozitif reklamlarının tamamı konu reklamı türündedir. Her iki parti de imaj reklamı türünü reklamlarında kullanmamıştır. AK PARTİ pozitif reklamlarının %78.6'sı konu reklamı, %21.4'ü imaj reklamı türündedir. CHP pozitif reklamlarının %95.8'i konu reklamı, %4.2'si imaj reklamı türünde yayınlanmıştır.

Negatif Siyasal Reklam Türü						
Partiler	Doğrudan Saldırı		Doğrudan Karşılaştırma		İmalî Karşılaştırma	
	(Sayı)	(Yüzde)	(Sayı)	(Yüzde)	(Sayı)	(Yüzde)
AK PARTİ	0	0.0	0	0.0	44	100.0
CHP	3	16.7	7	38.9	8	44.4
MHP	0	0.0	1	9.1	10	90.9
HDP	1	25.0	2	50.0	1	25.0
TOPLAM	4	5.4	10	13.0	63	81.8

$$(X^2= 36.33; df= 6; p=.000)$$

Tablo 4. 7 Haziran Genel Seçimlerinde Partilerin Kullandığı Negatif Reklam Türlerindeki Farklılık

7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde partilerin yayınlamış olduğu negatif siyasal reklam türleri arasında farklılık bulunmaktadır ($X^2= 36.33$; $p< .05$). AK PARTİ negatif siyasal reklamlarının tamamında imalî karşılaştırma, CHP reklamlarının %16.7'sinde doğrudan saldırı, %38.9'unda doğrudan karşılaştırma, %44.4'ünde imalî karşılaştırma reklam türü kullanılmıştır. MHP negatif siyasal reklamlarında doğrudan parti ya da adaya yönelik saldırı reklamı kullanılmamış, reklamların %9.1'inde doğrudan karşılaştırma, %90.9'unda ise imalî karşılaştırma reklam türü kullanılmıştır. HDP negatif siyasal reklamlarının %25'i doğrudan saldırı, %50'si doğrudan karşılaştırma, %25'i imalî karşılaştırma reklam türü kullanılmıştır. Sonuçlara bakıldığında, AK PARTİ ve MHP söz konusu seçim döneminde CHP ve HDP'ye göre, siyasal seçim reklamlarında imalî karşılaştırma reklam türünü daha fazla kullanmıştır.

KONULAR	Siyasal Reklamı Yayınlatan Partiler				Toplam
	AK PARTİ	CHP	MHP	HDP	
Ekonomi	6	9	2	0	17
	35,3%	52,9%	11,8%	0,0%	100,0%
Sağlık	6	0	0	0	6
	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Ulaşım	20	0	0	0	20
	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Haberleşme	1	1	0	0	2
	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
İşsizlik	0	5	1	0	6
	0,0%	83,3%	16,7%	0,0%	100,0%
Tarım	4	1	1	0	6
	66,7%	16,7%	16,7%	0,0%	100,0%
Eğitim	4	0	1	0	5
	80,0%	0,0%	20,0%	0,0%	100,0%
Konut Sorunu	3	1	0	0	4
	75,0%	25,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Sosyal Güvenlik	2	2	1	0	5
	40,0%	40,0%	20,0%	0,0%	100,0%
Dış Politika	0	0	1	0	1
	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Yolsuzluk	0	0	3	1	4
	0,0%	0,0%	75,0%	25,0%	100,0%
Milli Birlik	3	1	7	0	11
	27,3%	9,1%	63,6%	0,0%	100,0%
Teknoloji ve Gelişim	3	1	0	0	4
	75,0%	25,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Sosyal Haklar	2	2	0	0	4
	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Demokratik Haklar	1	0	1	1	3
	33,3%	0,0%	33,3%	33,3%	100,0%
Kültür ve Sanat	3	0	0	0	3
	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Adalet ve Eşitlik	3	2	2	0	7
	42,9%	28,6%	28,6%	0,0%	100,0%
Çevre Sorunları	2	0	0	0	2
	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Havacılık ve Savunma	1	0	0	0	1
	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Enerji	3	1	1	0	5
	60,0%	20,0%	20,0%	0,0%	100,0%
Siyasal Katılım	4	13	3	13	33

		12,1%	39,4%	9,1%	39,4%	100,0%
Spor		1	1	0	0	2
		50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Şiddet		0	0	1	0	1
		0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Birden çok konu		0	2	0	1	3
		0,0%	66,7%	0,0%	33,3%	100,0%
Toplam		72	42	25	16	155
		46,5%	27,1%	16,1%	10,3%	100,0%

Tablo 5. 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde Partilerin Reklam Konularındaki Farklılık

7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde ekonomi konusu en fazla CHP (yüzde 52,9) tarafından işlenmiştir. Aynı konuyu AK PARTİ tarafından yüzde 35,3 oranında ele alınmıştır. Sağlık, çevre sorunları ve ulaşım konuları sadece AK PARTİ tarafından siyasal reklamlara taşınmıştır. İşsizlik konusunun işlendiği reklamların büyük bir çoğunluğu (%83.3) CHP tarafından reklamlara taşınırken, MHP’de reklamlarında işsizlik konusuna (%16.7) yer veren diğer parti olmuştur. Tarım konusunun işlendiği reklamların çoğunluğu AK PARTİ olmak üzere, CHP ve MHP tarafından yapılmıştır. Yolsuzluk konusunu televizyon reklamlarına taşıyan partiler olarak öncelikle MHP (%75) daha sonra HDP (%25) gelmektedir. Milli birlik konusunu televizyon reklamlarına taşıyan partiler MHP (%63.6), AK PARTİ (%27.3) ve CHP(%9.1) ön plana çıkmaktadır. Siyasal katılım konusunu televizyon siyasal reklamlarına taşıyan partiler CHP ve HDP eşit oranda olmak üzere AK PARTİ ve MHP karşımıza çıkmaktadır. Bu durumda siyasal katılım konusu, söz konusu partilerin hepsinin de belli bir oranda yer verdiği tek konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Siyasal Reklamda Lider Görüntüsü Kullanımı				
Partiler	Var		Yok	
	(Sayı)	(Yüzde)	(Sayı)	(Yüzde)
AK PARTİ	69	95.8	3	4.2
CHP	4	9.5	38	90.5
MHP	13	52.0	12	48.0
HDP	3	18.8	13	81.2
TOPLAM	89	57.4	66	42.6
($X^2= 92.94$; $df= 3$; $p= .000$)				

Tablo 6. 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde Parti Reklamlarında Lider Görüntüsü Kullanımındaki Farklılık

7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde partilerin televizyonda yayımlanmış oldukları siyasal reklamlarda lider görüntüsü kullanımları arasında anlamlı farklılığın olduğu görülmektedir ($X^2= 92.94$; $p< .05$). Sonuçlara bakıldığında, AK PARTİ reklamlarının neredeyse tamamında (%95.8’inde) lider görüntüsü kullanıldığı görülmektedir. CHP ve HDP reklamlarının büyük bir çoğunluğunda ise lider görüntüsünün kullanılmadığı görülmektedir. Son olarak MHP reklamlarının %52’sinde lider görüntüsü kullanılırken, %48’inde lider görüntüsü kullanılmamıştır.

3.2. Haziran 2015 Genel Seçimlerinde Partilerin Gazete Reklamlarının Karşılaştırılması

Bu başlık altında ise 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri öncesi AK PARTİ, CHP, MHP ve HDP’nin Zaman, Hürriyet, Milliyet, Posta, Habertürk, Bugün, Yenişafak, Türkiye, Sabah ve Sözcü gazetesinde yayımlanmış olduğu 281 siyasal reklama ilişkin bilgiler verilmiştir. HPD’nin söz konusu seçim döneminde gazetede yayınlanmış reklamı bulunmamaktadır. Bu nedenle analiz tablolarında HDP’ye yer verilmemiştir.

PARTİLER	Sayı	Yüzde
AK PARTİ	165	58.7
CHP	66	23.5
MHP	50	17.8
GENEL TOPLAM	281	100.0

Tablo 7. 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde Gazete Reklamları Analiz Edilen Partilerin Yüzdelik Dağılımı

7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde gazetelerde yayınlanan 281 adet seçim reklamı incelendiğinde, reklamların %58.7'si AK PARTİ, %23.5'i CHP ve %17.8'i MHP tarafından yayınlatılmıştır. Araştırma sonuçlarına bakıldığında, bu reklamların büyük çoğunluğu AK PARTİ tarafından yayınlatılırken, AK PARTİ'yi ana muhalefet partisi konumundaki CHP ve muhalefet partisi konumundaki MHP takip etmektedir.

GAZETELER	Sayı	Yüzde
Zaman	13	4.6
Posta	14	5.0
Hürriyet	23	8.2
Sözcü	16	5.7
Sabah	32	11.4
Habertürk	55	19.6
Türkiye	31	11.0
Milliyet	50	17.8
Bugün	10	3,6
Yenişafak	37	13.2
GENEL TOPLAM	281	100.0

Tablo 8. 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde Analiz Edilen Siyasal Reklamların Gazetelerdeki Yüzdelik Dağılımı

7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde partiler en çok Sabah (%11.4), Habertürk (%19.6), Milliyet (%17.8), Yenişafak (%13.2) ve Türkiye (%11) gazetelerinde siyasal reklam yayınlatmışlardır. Bunları Hürriyet (%8.2), Sözcü (%5.7) ve Posta (%5) gazeteleri takip etmektedir. Söz konusu seçim döneminde partilerin en az reklam yayınlattığı gazeteler Zaman (%4.6) ve Bugün (%3.6) gazeteleridir. Siyasal seçim kampanyalarında, reklam yayınlatılacak gazetelerin belirlenmesinde dönemin medya ve siyaset ilişkilerinin son derece önem arz ettiği söylenebilir.

GAZETELER	Siyasal Reklamı Yayınlatan Parti			Toplam
	AK PARTİ	CHP	MHP	
Zaman	0	7	6	13
	0.0%	53.8%	46.2%	100.0%
Posta	0	7	7	14
	0.0%	50.0%	50.0%	100.0%
Hürriyet	0	17	6	23
	0.0%	73.9%	26.1%	100.0%
Sözcü	0	9	7	16
	0.0%	56.2%	43.8%	100.0%
Sabah	32	0	0	32
	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%
Habertürk	32	13	10	55
	58.2%	23.6%	18.2%	100.0%
Türkiye	31	0	0	31
	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%
Milliyet	33	10	7	50
	66.0%	20.0%	14.0%	100.0%
Bugün	0	3	7	10
	0.0%	30.0%	70.0%	100.0%
Yenişafak	37	0	0	37
	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%
TOPLAM	165	66	50	281
	58.7%	23.5%	17.8%	100.0%
(X ² = 194.037; df= 18; p= .000)				

Tablo 9. 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde Partilerin Siyasal Reklam Yayınlarında Tercih Ettiği Gazeteler Arasındaki Farklılaşma

7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde örneklem alınan gazetelerde partilerin reklam yayınlama oranları arasında anlamlı farklılık söz konusudur ($X^2= 194.037$; $p< .05$). AK PARTİ'nin toplam 165 reklamının 64'ü 32'ser eşit sayıda Sabah ve Habertürk gazetelerinde, 31'i Türkiye gazetesinde, 33'ü Milliyet gazetesinde ve 37'si Yenişafak gazetesinde yayınlanmıştır. CHP'nin toplam 66 reklamının 14'ü 7'ser eşit sayıda Zaman ve Posta gazetesinde, 17'si Hürriyet gazetesinde, 9'u Sözcü gazetesinde, 13'ü Habertürk gazetesinde, 10'u Milliyet ve 3'ü, Bugün gazetesinde yayınlanmıştır. MHP'nin toplam 50 reklamının 28 reklamı 7'ser eşit oranda Milliyet, Sözcü, Posta ve Bugün gazetelerinde, 12'si Zaman ve Hürriyet gazetelerinde ve 10'u Habertürk gazetelerinde yayınlanmıştır. Sonuçlara bakıldığında daha önceki seçim döneminde AK PARTİ'nin

en fazla siyasal reklam yayınlattığı Zaman ve hemen hemen aynı görüşe sahip Bugün gazetelerinde hiç reklam yayınlamadığı dikkatleri çekmiştir. Ayrıca daha önceki dönemde CHP'nin Zaman gazetesinde siyasal reklam yayınlamadığı bilinirken bu seçim döneminde Zaman ve Bugün gazetelerinde reklam yayınlattığı görülmektedir. Sonuç olarak medya ve siyaset arasındaki dengeler her alanda olduğu gibi siyasal reklamcılık kampanyalarını da etkilemektedir.

Siyasal Reklamın Yayınlandığı Haftanın Durumu				
Partiler	Hafta İçi		Hafta Sonu	
	(Sayı)	(Yüzde)	(Sayı)	(Yüzde)
AK PARTİ	117	70.9	48	29.1
CHP	42	63.6	24	36.4
MHP	34	68.0	16	32.0
TOPLAM	193	68.7	88	31.3

($X^2= 1.17$; $df= 2$; $p= .556$)

Tablo 10. 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde Partilere Göre Siyasal Reklamın Yayınlandığı Haftanın Durumu Arasındaki Farklılık

İncelenen reklamların partilere göre siyasal reklamların yayınladığı haftanın durumu arasında anlamlı farklılık bulunmamaktadır ($X^2= 1.17$; $p> .05$). AK PARTİ reklamlarının %70.9'u, CHP reklamlarının %63.6'sı ve MHP reklamlarının %68'i hafta içi yayınlanmıştır. Diğer taraftan AK PARTİ reklamlarının %29.1'i, CHP reklamlarının %36.4'ü ve MHP reklamlarının %32'si hafta sonu yayınlanmıştır. Sonuçlara bakıldığında, partilerin hafta içi ve hafta sonu gazetelerde yayınlamış oldukları reklamlar arasında büyük bir farkın bulunmadığı görülmektedir.

Siyasal Reklam Türü				
Partiler	Pozitif Reklam		Negatif Reklam	
	(Sayı)	(Yüzde)	(Sayı)	(Yüzde)
AK PARTİ	98	59.4	67	40.6
CHP	58	87.9	8	12.1
MHP	48	96.0	2	4.0
TOPLAM	204	72.6	77	27.4

($X^2= 35.97$; $df= 2$; $p= .000$)

Tablo 11. 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde Partilerin Siyasal Reklam Türü Kullanımı Arasındaki Farklılık

İncelenen siyasal reklamlarda partiler ile tercih ettikleri siyasal reklam türleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir ($X^2= 35.97$; $p< .05$). Çapraz tablo analizlerine bakıldığında, AK PARTİ reklamlarının %59.4'ü, CHP reklamlarının %87.9'u ve MHP reklamlarının %96'sı pozitif siyasal reklam türünde reklamlar yayınlatmıştır. Diğer taraftan AK PARTİ reklamlarının %40.6'sında, CHP reklamlarının %12.1'inde ve MHP reklamlarının %4'ünde siyasal reklam türü olarak negatif reklam türü kullanılmıştır.

Pozitif Siyasal Reklam Türü				
Partiler	Konu Reklamı		İmaj Reklamı	
	(Sayı)	(Yüzde)	(Sayı)	(Yüzde)
AK PARTİ	15	15.3	83	84.7
CHP	58	100.0	0	0.0
MHP	47	97.9	1	2.1
TOPLAM	120	58.8	84	41.2

($X^2= 147.50$; $df= 2$; $p= .000$)

Tablo 12. 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde Partilerin Pozitif Siyasal Reklam Türü Kullanımı Arasındaki Farklılık

İncelenen siyasal reklamlarda partiler ile tercih ettikleri pozitif siyasa reklam türü arasında anlamlı bir farklılık vardır ($X^2= 147.50$; $p< .05$). Sonuçlara bakıldığında, AK PARTİ reklamlarının %15.3'ünde, CHP reklamlarının tamamında (%100'ü) ve MHP reklamlarının %97.9'unda pozitif reklam türü olarak konu reklamı kullanılmıştır. Yine AK PARTİ reklamlarının %84.7'sinde ve MHP reklamlarının %2.1'inde pozitif siyasal reklam türü olarak imaj reklamı kullanılmıştır.

Negatif Siyasal Reklam		
İmal Karşılaştırma Reklamı		
Partiler	Sayı	Yüzde
AK PARTİ	67	100.0
CHP	8	100.0
MHP	2	100.0
Toplam	77	100.0

Tablo 13. 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde Partilerin Negatif Siyasal Reklam Türü Kullanımı Arasındaki Farklılık

7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde AK PARTİ, CHP ve MHP gazetelerde yayınlatmış oldukları siyasal reklamların tamamında negatif siyasal reklam türü olarak

imalı karşılaştırma reklamını kullanmışlardır. Özetle, söz konusu partiler yayınlattıkları siyasal reklamlarda eleştirdikleri parti ya da adayın kimliğini açıkça dile getirmemiştir. Eleştirilen partinin kim olduğunun bulunması seçmenlere bırakılmıştır.

KONULAR	Siyasal Reklamı Yayınlatan Parti			Toplam
	AK PARTİ	CHP	MHP	
Ekonomi	17	38	6	61
	10.3%	62,3%	9,8%	100,0%
Sağlık	5	0	2	7
	3.0%	0,0%	28,6%	100,0%
Ulaşım	5	0	0	5
	3.0%	0,0%	0,0%	100,0%
İşsizlik	0	5	0	5
	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Tarım	5	4	0	9
	3.0%	44,4%	0,0%	100,0%
Eğitim	5	5	0	10
	3.0%	50,0%	0,0%	100,0%
Konut Sorunu	0	4	0	4
	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Sosyal Güvenlik	5	3	4	12
	3.0%	25,0%	33,3%	100,0%
Sosyal Haklar	10	0	0	10
	6.1%	0,0%	0,0%	100,0%
Dış Politika	5	0	0	5
	3.0%	0,0%	0,0%	100,0%
Dini İnanç	0	0	1	1
	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Milli Birlik	20	0	13	33
	12.1%	0,0%	39,4%	100,0%
Siyasi Yozlaşma	5	0	0	5
	3.0%	0,0%	0,0%	100,0%
Teknoloji	5	0	0	5
	3.0%	0,0%	0,0%	100,0%
Demokratik Haklar	0	0	2	2
	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Sanayileşme	1	0	0	1
	0.6%	0,0%	0,0%	100,0%
Adalet ve Eşitlik	15	0	10	25
	60.0%	0,0%	40,0%	100,0%

Çevre Sorunları	5	0	0	5
	3.0%	0,0%	0,0%	100,0%
Havacılık ve Savunma	5	0	0	5
	3.0%	0,0%	0,0%	100,0%
Enerji	5	0	0	5
	3.0%	0,0%	0,0%	100,0%
Siyasal Katılım	2	0	2	4
	1.2%	0,0%	50,0%	100,0%
Birden çok konu	45	7	10	62
	27.3%	11,3%	16,1%	100,0%
Toplam	165	66	50	281
	58.7%	23,5%	17,8%	100,0%

Tablo 14. 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde Partilerin Siyasal Reklamda Kullandıkları Konular Arasındaki Farklılık

7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde örnekleme dâhil edilen gazetelerde yayınlanan siyasal reklamların partilere göre konu dağılımına bakıldığında, AK PARTİ reklamlarının 45 tanesinde birden çok konu, 15 tanesinde adalet ve eşitlik, 20 tanesinde milli birlik, 10 tanesinde sosyal haklar ve 17 tanesinde ekonomi konusu ağırlıklı olarak işlenmiştir. CHP reklamlarının 38'inde ekonomi konusu, 7'sinde ise birden çok temayı içeren konuyu işlemişlerdir. MHP reklamlarının 13 tanesinde milli birlik konusu, 10 tanesinde adalet ve eşitlik konusu ve yine 10 tanesinde birden çok konu işlenmiştir. Bunları belli oranlarda yer verilen diğer konular takip etmiştir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Demokratik toplumlarda bireylerin siyasal katılım faaliyeti doğrultusunda seçim dönemlerinde oy kullanmaları vatandaşlık görevi olarak kabul edilmektedir. Bu önemli görevi gerçekleştirirken seçmenler, oy verecekleri partilerin mesajlarını, vaatlerini, var olan konu ve sorunlara karşı geliştirdikleri söylemleri bilmek istemektedirler. Bu nedenle siyasal partiler birçok yöntem ve araçla seçmenlerine seslerini duyurmak istemektedirler. Bu yöntemler içinde siyasal reklamlar, siyasal parti ve adayların seçmenlere daha hızlı ve etkili ulaşmaları noktasında etkili bir yol olarak karşımıza çıkmaktadır (Bekiroğlu ve Bal, 2014: 201).

Yöntem olarak içerik analizinin kullanıldığı bu çalışmada ilk olarak, 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde AK PARTİ, CHP, MHP ve HDP'nin ulusal televizyon kanallarında yayınlanan ve parti web sitesinde arşivlenen toplam 155 farklı siyasal

reklam filmi incelenmiştir. Daha sonra yine 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri’nde söz konusu partilerin, 6 Mayıs-06 Haziran 2015 tarihleri arasındaki 32 gün boyunca tiraj bakımından yüksek 10 ulusal gazetede (spor gazeteleri hariç) yayınlanan 281 adet siyasal reklamı incelenmiştir. Söz konusu seçim dönemine ait bu reklamlarda partilerin ön plana çıkardığı konular, reklamda kullanmış oldukları siyasal reklam türleri vb. kategoriler incelenmiştir.

7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde televizyonda yayınlanan siyasal reklamlara ilişkin sonuçlara bakıldığında, AK PARTİ 72 adet, CHP 42 adet, MHP 25 adet, HDP ise 16 adet siyasal reklam yayınlamıştır. Bu süreçte en çok reklam yayınlatan parti AK PARTİ, en az reklam yayınlatan parti ise HDP olmuştur. Partilerin yayınlamış oldukları siyasal reklam türlerinde ise anlamlı farklılaşma bulunmaktadır. Bu süreçte AK PARTİ diğer partilere oranla reklamlarında daha çok negatif reklam türünü kullanırken HDP ise pozitif siyasal reklam türünü kullanmıştır. Pozitif siyasal reklam türünde ise MHP ve HDP yalnızca konu reklamı türünü kullanışlardır. AK PARTİ ve CHP çoğunlukta konu reklamı türünü kullanmakla birlikte imaj reklamını da kullanmayı tercih etmiştir. Negatif siyasal reklam türüne bakıldığında AK PARTİ bu türde yayınlamış olduğu reklamların tamamında, MHP ise büyük çoğunluğunda imalı karşılaştırmayı kullanmıştır. CHP ve HDP ise negatif siyasal reklam türlerinden daha çok doğrudan karşılaştırma olmak üzere doğrudan saldırı türünü de kullanmıştır. Partilerin reklamlarda daha çok siyasal katılım, ekonomi, milli birlik, ulaşım, sağlık, tarım, adalet ve eşitlik gibi konuları ön planda tuttıkları görülmüştür. Siyasal reklamlarda lider görüntüsü kullanımı ve partiler arasında da anlamlı bir farklılaşma söz konusudur. AK PARTİ reklamlarının tamamına yakınında lider görüntüsü kullanılırken CHP ve HDP reklamlarının büyük çoğunluğunda lider görüntüsü kullanılmamıştır.

7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde AK PARTİ, CHP ve MHP’nin Zaman, Posta, Hürriyet, Sözcü, Sabah, Habertürk, Türkiye, Milliyet, Bugün ve Yenişafak gazetelerinde toplam 281 adet reklamı bulunmaktadır. HDP’nin ise gazetelerde siyasal reklamı bulunmamaktadır. Bu dönemde AK PARTİ 165 adet, CHP 66 adet, MHP ise 50 adet siyasal reklam yayınlamıştır. Partiler ve reklam yayınlattıkları gazeteler arasında da anlamlı farklılık söz konusudur. AK PARTİ reklamlarının çoğunluğunun Sabah, Yenişafak, Türkiye, Habertürk ve Milliyet gazetelerinde; CHP reklamlarının Zaman,

Hürriyet, Habertürk ve Milliyet gazetelerinde; MHP reklamlarının ise Zaman, Posta, Habertürk, Bugün, Milliyet gazetelerinde yayınlandığı görülmektedir. Burada AK PARTİ Zaman gazetesinde hiç reklam yayınlatmazken CHP reklamlarının yarısından fazlasının, MHP reklamlarını ise yarısına yakının Zaman gazetesinde yayınlandığı görülmüştür. Sabah gazetesinde ise AK PARTİ reklamlarının tamamı yer alırken CHP ve MHP reklamlarına yer verilmemiştir.

Gazetelerde yayınlanan reklamlarda partilerin siyasal reklam türü kullanımı arasında da anlamlı farklılaşma söz konusudur. AK PARTİ reklamlarında pozitif reklam ve negatif reklam türü kullanım oranları birbirine yakın tutulmuştur. CHP ve MHP reklamlarının ise büyük çoğunluğu pozitif siyasal reklam türünde kullanılmıştır. AK PARTİ kullanmış olduğu pozitif siyasal reklam türünde ise çoğunlukla imaj reklamı türünü tercih etmiştir. CHP reklamlarının tamamında MHP reklamlarını ise tamamına yakınında konu reklamı türü kullanılmıştır. Her üç partide negatif reklam türünde imalı karşılaştırma türünü kullanmıştır. Partilerin gazetede yayınlatmış olduğu siyasal reklamlarda ekonomi, milli birlik, adalet-eşitlik ve birden fazla konuya değinmeyi tercih ettikleri görülmüştür.

Çalışmaya ilişkin genel bir değerlendirme yapıldığında her iki analiz türünde de (televizyon ve gazete reklam analizleri) sayıca AK PARTİ reklamlarının daha fazla olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Partiler genel olarak reklamlarda pozitif söylemi benimserken, negatif nitelikte yayınlatmış oldukları reklamlarda imalı karşılaştırma türünü kullanmışlardır. Her iki analiz türünde de parti siyasal reklamlarında genel olarak ekonomi, milli birlik, adalet ve eşitlik, sosyal haklar ve birden çok konunun işlendiği sonucuna ulaşılmıştır.

Bu çalışmada televizyonda ve gazetelerde yayınlanan siyasal reklamlar içerik çözümlemesi yöntemiyle incelenmiştir. Konuya ilişkin olarak gelecekte yapılacak çalışmalarda, siyasal reklamların seçmenlerin parti ya da aday ilişkin bakış açısını ne denli etkilediğini ortaya koymak için saha araştırması yapılabilir. Bu şekilde söz konusu reklamların seçmenler üzerindeki etkileri ölçülebilir.

KAYNAKÇA

- Aziz, A. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Aziz, A. (2011). *Siyasal İletişim*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Balcı, Ş. (2006). *Negatif Siyasal Reklamlarda İkna Edici Mesaj Stratejisi Olarak Korku Çekiciliği Kullanımı*. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Bekiroğlu, O., & Bal, E. (2014). *Siyasal Reklamcılık*. Konya: Literatürk Academia.
- Canlı tv-gazete-rayting. (2015, Nisan 4). Canlı tv-gazete-rayting: <http://www.canlitv.com/rating/?tur=gazete&tarih=2015-05-04> adresinden alındı
- Çankaya, E. (2008). *İktidar Bu Kapağın Altındadır: Gösteri Demokrasisinde Siyasal Reklamcılık*. İstanbul: Boyut Yayıncılık.
- Çankaya, E. (2015). *Siyasal İletişim: Dünyada ve Türkiye'de*. Ankara : İmge Kitapevi.
- Devran, Y. (2004). *Siyasal Kampanya Yönetimi: Mesaj, Strateji ve Taktikler*. İstanbul: Odak İletişim.
- Doğan, A., & Göker, G. (2013). *Siyasal İletişim Araştırmaları*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Kalender, A. (2014). *Siyasal İletişim; Seçmenler ve İkna Stratejileri*. Konya: Tablet Yayınları.
- Kılıçaslan, E. Ç. (2013). *Siyasal İletişim*. Ankara: Paradigma Akademi Yayınları.
- Mutlu, E. (2012). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Sofos Yayınları.
- Oktay, M. (1993). Demokratik Sürecin Sağlıklı İşleyişi Açısından Siyasal İletişim ve Sosyal Sorumluluk Meselesi. *Marmara İletişim Dergisi*, 75-113.
- Özkan, K. M. (2003). *Türkiye'de Siyasal Reklam ve Siyasal Afişler (1946-1977)*. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sandıkçıoğlu, B. (2012). Tarihsel Gelişim Süreci İçerisinde Siyasal İletişim. F. Uztuğ, & Y. Özgün içinde, *Siyasal İletişim* (s. 3-28). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Taş, O., & Şahim, T. Z. (1996). *Reklamcılık ve Siyasal Reklamcılık*. Ankara: Aydoğdu Ofset.
- Tokgöz, O. (2010). *Seçimler, Siyasal Reklam ve Siyasal İletişim*. Ankara: İmge Kitapevi.
- Uztuğ, F. (1999). *Siyasal Marka Yaratmak: Seçim Kampanyaları ve Aday İmaji*. Ankara: Mediacat Yayınları.

BİLİŞİM HUKUKU, UNUTULMA HAKKI VE BİLGİ ASİMETRİSİ ÜZERİNE

Şebnem İşür *

Özet

Bu çalışmada, Türkiye’de bilişim hukuku ve onun sunmuş olduğu yasal hakların yanı sıra, gelişen dünya ile birlikte bilişim hukuku düzenlemeleri ve oluşan eksikleri ele alacağız. Değişen teknolojik gelişmelerle birlikte, günümüzde önemli bir yer edinmekte olan dijital dünya ve internet hayatımızın her alanında yer almaktadır. İnternetin ve dijital dünyanın hayatımızdaki önemli var oluşu ile birlikte yaşantımızda da yer alan sorunlar ve haklar oluşmaktadır. Oluşan haklar ve sorunlar bağlamındaki düzenlemeleri kapsayan bilişim hukukunda yer alan unsurlar incelenmektedir. Bilişim hukukunun oluşum süreci, tarihsel gelişmelerini, Türkiye’deki ve dünyadaki bilişim hukukundaki yasal gelişmeler, çalışmamızda incelenmektedir. Oldukça geniş bir bilgi akışı sağlayan bu internet ve sunduğu oluşumların aynı zamanda oluşturduğu bilgi kirliliği ve insan yaşamına etkileri üzerinden haklar irdelenmektedir. Değişen dünya ile birlikte yeni hakların oluşması kaçınılmazdır. Bu çalışmada aynı zamanda, evrensel insan hakları ve özel hayatın dokunulmazlığı, kişisel haklar kavramları ve gereklilikleri vurgulanmaktadır. Bu kavramlar üzerinden ülkemizde de uygulanmakta olan unutulma hakkının hem gerekliliklerini hem de etkilerini bilgi asimetrisi kuramı açısından ele alarak inceleyeceğiz.

Anahtar Kelimeler: Bilişim Hukuku, Vatandaşlık Hakkı, Özel Hayatın Dokunulmazlığı, Bilgi Asimetrisi, Unutulma Hakkı, Üçüncü Kuşak Haklar

* Sorumlu Yazar: Doktora Öğrencisi, Hacı Bayram Veli Üniversitesi, sebnem.isur@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-5246-0733

Geliş Tarihi: 13.09.2021 Kabul Tarihi: 03.11.2021 Yayın Tarihi: 24.11.2021

Atıf Bilgisi / Reference Information

İşür, Ş. (2021). *Bilişim Hukuku, Unutulma Hakkı ve Bilgi Asimetrisi Üzerine*, Türkiye Medya Akademisi Dergisi, Cilt:1 Sayı:2, s. 82 -111

ON INFORMATION LAW, RIGHT TO BE FORGOTTEN AND INFORMATION ASYMMETRY

Şebnem İşür *

Abstract

In this study, we will deal with IT law in Turkey and its legal rights, as well as with the developing world, IT law regulations and their deficiencies. With the changing technological developments, the digital world on the internet, which have an important place today, take place in every aspect of our lives. With the important existence of the internet and digital world in our lives, problems and rights in our lives occur. The elements in IT law, which covers the regulations in context of the rights and problems that arise are examined. The formation process of IT law, its historical developments, legal developments in IT law in Turkey and in the world are examined in our study. Rights are scrutinized through the information pollution created by this internet, which provides a wide flow of information and the formations it offers and its effects on human life. With the changing world the formation of new rights is inevitable. This study at the same time, we will examine both requirements and the effects of the right to be forgotten, which is being implemented in our country through universal human rights and inviolability of private life and personal life in terms of information asymmetry theory.

Keywords: It Law, Rights of Citizenship, Inviolability of Private, Information Asymmetry, Right to Be Forgotten, Third Type Rights.

* Corresponding Author: PhD Student, Hacı Bayram Veli University, sebnem.isur@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-5246-0733

*“Büyük teknolojik değişimin bütün
anlarında insanlar, şirketler ve kurumlar değişimin
derinliğini hissederek, ama çoğu zaman, tamamen
onun etkileri konusunda cehaletleri yüzünden,
değişimin altında kalırlar.”*

Manuel Castells¹

GİRİŞ

Günümüzde gelişen dünya ile birlikte bildiğimiz, yaşadığımız dünyadaki kurallar ve sistem artık geride kaldı. Teknolojik gelişmeler ve ilerleme ile birlikte sadece yaşam standartlarımız değişmedi aynı zamanda geçmişten gelen bildiğimiz, toplumsal değer yargılarımız ve kurallarımızda değişmekte, yerine yeni kurallar ve yargılar, değerler oluşmaktadır. Bu yeni kurallara uygun, yargı sistemlerine sahip olmayı bekleyen, kültürel çeşitlenmelerin oluşturduğu ama aynı zamanda mono kültürel bir yapıya da sahip olan farklı kozmopolit toplumlardan oluşan devletlerin yargı erklerini ve sistemlerini ona göre düzenlemeleri gerekmektedir.

Dünyada bilimsel devrimlerle birlikte toplumsal düzenler ve sistemlerde değişmekte ve dönüşmektedir. Tıpkı termodinamiğin² ikinci yasasının bulunmasıyla, buhar makinelerinin keşfi, sanayi devriminin başlaması ve bununla birlikte tüm dünyada yeni bir ekonomik ve toplumsal sistemin oluşması, toplumda yeni oluşturulan değerler, talepler, yasalar ve haklar oluşmaktadır. Sanayi devrimi öncesinde sosyal güvenlik sistemi, yıllık izin ve tatil hakkı, işçi hakları gibi haklardan söz edilemezdi. Olgular, talepleri, talepler de zamanla hakları doğurmaktadır. Fransız devrimi ile oluşan, insan hakları, ahlaki haklar grubunda yer almaktadır. İnsan hakları, “kanuni haklar” ve “pozitif” haklardan ayrı niteliklere sahiptir. Ayrıca insan hakları, “pozitif hukuk” tan bağımsız bir haktır. Bir hakkın insan hakkı kabul edilebilmesini sağlayan, hakkın kesinlikle hukuksal düzenlemeye konu olması gerekmektedir. Ancak devletin görevi

¹ Manuel Castells: Sosyolog, 79 dan beri Berkley üniversitesi profesörü, UNESCO, Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO), Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP), ABD Uluslararası Kalkınma Ajansı (USAID), Avrupa Komisyonu (EC), Şili (Allende yönetimi), Meksika, Fransa, Ekvator, Rusya, Brezilya, Portekiz, İspanya ve Güney Afrika hükümetlerine danışmanlık yapmıştır.

² 1824 yılında Fransız bilim adamı Sadi Carnot tarafından yazılmıştır.

vatandaşlarının huzurunu, güvenliğini ve refahını sağlamaktır. Eğer devletler yasal yollarla vatandaşlarının güvenliğini sağlayamazlarsa ciddi bir ekonomik bunalım, toplumsal illegalleşme, isyan ve çatışmaya neden olurlar.

Gelişen teknolojinin ve dijitalleşmenin hayatımızdaki entegrasyonu ile birlikte hem toplumsal hem de bireysel anlamda ciddi uyum sorunları ve değişkenlikler yaşamaktayız. Bu sorunlarla birlikte yeni suç unsurları oluşmaktadır. Olgu ile birlikte taleplerin oluşması gibi yeni oluşan suçlar, bu suçları önlemek ve ceza-i müeyyidelerini oluşturmak, yasal düzenlemeler gerektirmektedir. Bu düzenlemeler esnasında her yeni oluşumda olduğu gibi taraflar arası eşitlik karinesi gibi unsurlar kimi zaman göz ardı edilebilmekte ve eksiklikler oluşabilmektedir.

Bilişim hukukundaki düzenlemeler ve eksiklikler yeni oluşan dünyada sadece yaşam koşullarımızı değiştirmekte kalmamakta aynı zamanda toplumu ve bireyi multi-disipliner anlamda etkilemekte ve dönüştürmektedir. Toplumdaki ve bireydeki oluşan bu etkileşim ve dönüşümle birlikte oluşan eksikleri incelerken çoklu bakış açısıyla incelemeler yapılmalıdır. Oluşan sorunlara çözüm arayışları da yine multi-disipliner alanda irdelenmelidir.

1. BİLİŞİM HUKUKU

Günümüzde meydana gelen teknolojik gelişmelerle birlikte, toplum hayatında önemli değişiklikler meydana gelmiştir. Bu değişikliklerle birlikte oluşan aksaklıklar ve dengesizlikler oluşmaktadır. İnsanoğlunun yaşamını sürdürdüğü pek çok alanda, ekonomik ve toplumsal anlamda bilginin elektronik, dijital ve benzeri makinelerle toplanması, depolanması, işlenmesi, korunması ve bunlardan doğan anlaşmazlıkların çözümü ile ilgilenen hukuk dalı bilişim hukukudur.

Bilişim hukuku, ekonomik ve toplumsal alanda, iletişim, bilgi, doküman dağıtımı ve paylaşımının gerçekleşmesi hukuksal anlamları ve sonuçları ile bu ortamda gerçekleşen yasal düzenlemelere aykırı fiillere ilişkin yaptırımların öngörüldüğü mevzuatın (uluslararası antlaşmalar, kanun, yönetmelik vs.) oluşturduğu hukuk kurallarıdır. Bu hukuk alanının merkezi yapısını, internet, elektronik ve dijital alanlar ile bilgi ve iletişim teknolojileriyle ilgili mevzuatlar oluşturmaktadır.

“Bilişim” terimi, Türk Dil Kurumuna göre “insanoğlunun teknik, ekonomik ve toplumsal ortamlardaki iletişimde kullandığı ve bilimin temeli olan bilginin özellikle elektronik makineler vasıtasıyla düzenli ve akılcı bir biçimde işlenmesi bilimi” olarak tanımlanmıştır. Bilişim terimi “enformatik” terimini de karşılamaktadır, terim genel anlamıyla enformasyonun otomatik olarak aygıtlar vasıtasıyla işlenmesi anlamında dilimizde kullanılmaktadır.

İlerleyen teknolojik gelişmelerle birlikte neden sonuç ilişkisinin bir sonucu olarak bilişim hukuku ortaya çıkmıştır. Bilişim sistemlerinde yapılan hukuki düzenlemeler bu düzenlemeyi gerçekleştiren ülkelerin gelişmişlik düzeylerinin göstergesi niteliğindedir. Bu göstergenin sonucu olarak, ülkelerin ulusal ekonomilerinin önemini, bilim ve teknoloji ağırlıklı üretim yapma isteklerini, buna göre de hukuk sistemlerini yeniden tasarladıklarını gösterir. Bilişim hukukunda birçok farklı hukuk dalı bulunmakla birlikte, birçok hukuk dalıyla da bağlantılı olarak ilerlemektedir, bu yüzden multi-disipliner bir hukuk dalı olarak kabul edilmektedir. Bilişim hukukunun mevzuatı, birçok kanunla bağlantılı ve dayanak gösterilerek ilerlendiğinden karmaşık bir görüntü oluşmaktadır. Yine bu karmaşıklığa “içerisinde bilişim hukukunu ilgilendiren normlar bulunduran tüzük” ve “içerisinde doğrudan internet ortamını ve bilişim alanını düzenlemeye yönelik normlar bulunduran tüzük” olarak iki başlık altında toplamak mümkündür.³

Ülkemizde 5651 sayılı kanun İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında’ dır. 5651 sayılı kanunun birinci maddesinde, bu yasanın amaç ve kapsamı belirlenir. Yasada içerik sağlayıcı, yer sağlayıcı, erişim sağlayıcı ve toplu kullanım sağlayıcıların yükümlülük ve sorumlulukları ile internet ortamında işlenen belirli suçlarla içerik, yer ve erişim sağlayıcıları üzerinden yapılacak mücadeleyle ilgili esas ve usulleri düzenlenmektedir. Yasanın ikinci maddesinde genel olarak tanımlar başlığı ile birlikte bu yasada adı geçen bazı kavramların açıklamaları yer almaktadır.

Ayrıca Evrensel İnsan Hakları kapsamından yola çıkılarak ülkemizde 5369 Sayılı Kanun Evrensel Hizmet Kanunu olarak yer almaktadır. Bu yasada, kamu hizmeti

³ AÖF Bilişim Hukuku, s: (21)

niteliğine sahip olan, fakat işletmecilerin karşılaşmasında mali yetersizliğe sahip olunan evrensel hizmetin sağlanması, elektronik haberleşme sektörü ve yürütülmesi ile söz konusu kanun içerisinde belirlenmiş olan başka alanlarda evrensel hizmet yükümlülüklerine ilişkin usul ve esasları yer almaktadır. “Evrensel Hizmet Kanunu: Telekomünikasyon sektöründe evrensel hizmetin kapsamında tanımlamakta ve toplumun tüm kesimlerinin bilgi toplumundan faydalanmasını belirlemektedir. (25 Haziran 2005)⁴

Ülkemizde, 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu adı altında çıkartılmış olan kanundur. Kanunun 1. maddesinde; yasanın oluşum amacı, elektronik haberleşme sektöründeki düzenlenmesi ve denetlenmesi yoluyla rekabetin etkinliğinin oluşturulması, tüketici haklarının korunması, ülkede elektronik haberleşme hizmetlerinin yaygınlaştırılması, sahip olunan kaynakların etkili, prodüktif kullanılması, iletişim alt yapı ve benzeri alanlardaki teknolojik ilerleme ve yeni yatırımların desteklenmesini içermektedir. Ayrıca kanun bunlara ilişkin usul ve esasları da kapsamaktadır.

1.1. Türkiye’de Bilişim Sistemleri ve İnternet

Son yıllardaki gerçekleşen teknolojik gelişmeler içerisinde dünyamızı ve yaşam tarzımızı köklü anlamda değiştiren bir gelişme olarak, internet gösterilmektedir. İnternet kelimesi, “interconnectednetworks” kelimenin kısaltması olarak “internet” sözcüğü kullanılmaktadır. İnternet, yaşadığımız dünyada insanların birbirleri ile çeşitlendirilmiş amaç ve istekler doğrultusunda iletişim kurmalarını, birbirleri ile etkileşim içerisinde bulunmalarını ve bilgi aktarımı gerçekleştirmelerini sağlamaktadır. İnternet, aynı zamanda çoklu iletişim ağını da içinde barındırmaktadır. İnternete “ağlar arası ağ”da denilmektedir.

Bilişim ise çok daha farklı bir tanıımı içermektedir, verilerin işlenmesini aynı zamanda “bilgi işlemi” ve bu gerçekleşen bilgi işlemin neticesinin aktarımı olan, “veri iletişimi” kavramını ifade etmektedir. Teknik olarak her bilgisayar bir bilişim sistemi olarak kabul edilmektedir, ancak her bilişim sistemi bilgisayar olarak kabul

⁴ Prof.Dr. B. Zakir Avşar- Prof. Dr. Gürsel Öngören, Bilişim Hukuku, s: (64)

edilememektedir. Bu oluşan ayrımla birlikte bilişim sisteminin zihinsel anlamda somutlaşması ve işlevi daha bariz bir şekilde ortaya çıkmaktadır.

İnternette gerçekleşen hukuka aykırı durumlarda sorumluların bulunmasında ve suçluların yakalanmasında genellikle kullanılan yöntem IP numarasının saptanmasıdır. Türkiye’de 12 Nisan 1993’de Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) nde ilk kez internet bağlantısı gerçekleştirilmiştir. Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) destekli bir projede ile bu internet bağlantısı sağlanmıştır. Türkiye’de Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı internetin yönetiminde yetkili ve sorumludur. 5809 sayılı kanunda Madde 5, açıkça bakanlığın elektronik haberleşme sektörüyle alakalı yetki ve sorumluluklarını belirlemiştir.

İnternet sükjeleri aslında, içerik sağlayıcılar, yer sağlayıcılar ve erişim sağlayıcılarıdır. Bu internet sükjelerinin belirli sorumlulukları bulunmaktadır, bunlar yasal yollarla belirlenmiş ve cezai yaptırımları da içerisinde barındırmaktadır. İnternet kullanıcıları tarafından söz konusu internet içeriğini düzenleyen, bilgiyi düzenleyen, veriyi bizzat üreten internet sükjesine de içerik sağlayıcı denir. İçerik sağlayıcısı, 5651 sayılı Kanun’un 2. Maddesinde net olarak tanımlanmaktadır, internet kullanıcılarına her türlü bilgiyi, veriyi üretenler, değiştirenler ve sağlayan gerçek veya tüzel kişiler olarak belirlenmiştir. Aynı zamanda da içerik sağlayıcılarının yükümlölükleri söz konusu Kanun’un 4. maddesinde ayrıntılı olarak belirtilmiştir.

Bilişim suçlarının ilk ortaya çıktığı dönemlerde, çok daha az suçlayıcı unsur yer almakta iken örneğin, bu suçlarda kullanılan unsurlar yazılım, donanım ve bilgisayar ağları suçlayıcı unsur olarak kabul edilirdi. Günümüzde ise, bu suç unsurlarının içerisine sosyal medya ve internet tabanlı bilişim hizmetleri eklenmiştir. Bugün için internet bilgi hazneleri, bloglar, mikro bloglar (Twitter) büyük bir bilgi kaynağı aynı zamanda suç unsuru özelliğini elinde bulundurmaktadır, içerik toplulukları olarak (Youtube), sosyal medya siteleri, sanal oyunlar ve sanal sosyal dünyalar bilinen en yaygın sosyal medya türleri olarak yer almaktadırlar.

Yalnızca bilişim ortamında gerçekleştirilebilen, internet ve bilgisayara ait suçlar kısaca bilişim suçu olarak kabul edilir. Diğer yandan geniş perspektifteki bilişim suçları, bilişim sistemlerinin kullanılması ile bilişim sistemlerinin işleyişinden faydalanılarak

işlenen geleneksel suçları oluşturmaktadır. Bu suçlar, yaşadığımız dünyada uzun zamandır var olan suçlardır ve artık bilişim ortamında da işlenmektedirler örneğin; hakaret ve taciz, tehdit ve şantaj, dikizcilik, dolandırıcılık, terörizm gösterilebilir.

Bilişim suçları, içerisinde kısıtlı bir perspektifte tanımlanan bilişim suçları, “yıkıcı yazılım” olarak isimlendirilen tekniklerle gerçekleşmektedir. Bu suçlara, teknik ve yazılımlara zamanla yenileri eklenmekle birlikte, günümüzde sık rastlanan suçlardan bazıları şunlardır, sistem güvenliğinin kırılıp içeri girilmesi ile gerçekleştirilen suçlara(hacking); yararlı bir yazılımın içine küçük zararlı yazılımlar yerleştirilmesiyle var olan bilişim sisteminin içine girilmesi (Truva atı/Trojenhorse); çok fazla kaynaktan (banka hesaplarından)küçük miktarlarda (örneğin kuruş gibi küçük dikkate alınmayacak para birimleri alınarak), toplamda ise büyük miktarda haksız kazanç sağlanması (salam tekniği); bilişim sisteminin içindeki işlemciye aralıksız olarak anlamsız ve gereksiz direktifler vererek bilişim sisteminin çökmesinin sağlanması (tavşanlar/rabbits); sistemin güvenlik amacıyla geçici bir süre kapatılmasından sonra sistemde var olan şifrelerin ve bazı önemli ve özel bilgilerin çalınması gibi (bukalemunlar/chameleon); sistemi çökertmek amacıyla tasarlanan virüsler; DoS ve DDoS saldırıları ile hedef alınan bilgisayarın hizmet veremez ve çalışamaz hale getirilmesi; phising denilen uygulamalarla insanların banka ve kredi kartı numara ve şifrelerinin çalınması gibi insanların bilgi ve paralarının çalınması kötü niyetlerle ele geçirilmesi gibi bir çok suç internet yolu ile işlenmektedir.

Geçmişe yönelik araştırmalar ışığında bilinen ilk bilişim suçu Amerika Birleşik Devletleri’nde gerçekleşmiştir. 18.10.1966 tarihinde “bilgisayar uzmanı banka hesabında değiştirmeler yapmakla suçlanıyor” başlığı ile Minneapolis Tribune’de yer almaktadır. Günümüzde kolaylıkla çözülecek bu olayda banka görevlileri ve yerel polis yetersiz kaldığı için, olayın çözümü için FBI görevlendirilmiştir.

Adli bilişim kavramı ise yakın zamanda oldukça önemli bir hukuki kavram olarak yer almaktadır. Bu kavram, bilişim sistemlerinin bir suçu gerçekleştirmekte uygulanıp uygulanmadığını saptamak amacıyla yapılan çalışmaların tümünü kapsamaktadır. Kavramın günümüzde sıklıkla kullanılmasının ana sebebi ise suç mecralarının artık bilişim üzerinden sıklıkla gerçekleşmesi nedeniyle, bu hukuki kavram kullanılmaktadır.

Türkiye Cumhuriyeti'nde adli destek konusunda ilgili kurum olarak Adalet Bakanlığı Uluslararası Hukuk ve Dış İlişkiler Genel Müdürlüğü belirlenmiştir. Yetkili makamlar olarak ulusal soruşturma ve kovuşturma makamları bilişim suçları kapsamında yer alan sosyal medyada gerçekleşen suçla ilgili olarak IP bilgisi, trafik verisi ve içeriğe ilişkin bilgilere sahip olmak amacıyla, Adalet Bakanlığı Uluslararası Hukuk ve Dış İlişkiler Genel Müdürlüğü'ne bildirmelidir. Genel Müdürlük de söz konusu bilgileri ABD'nin adli destek konusunda yetkili makamının aracılığıyla söz konusu sosyal medyanın sahibi olan şirketlerden talep etmelidir; burada ülke olarak ABD'nin yer almasının nedeni, sosyal medya şirketlerinin çoğunun ABD merkezli olmasından dolayıdır. Örneğin intihar girişimi, cinayete teşebbüs etme, kayıp kişinin bulunması veya çocuklara cinsel taciz ve istismar suçlarını Facebook acil durum olarak kabul etmekte ve yardımcı olmaktadır. Yetkili soruşturma makamları istemde bulunduklarında IP ve trafik bilgileri yetkili makamlara verilmektedir.

1.2. Bilişim Hukuku ve İnsan Hakları

21. yüzyıl insanlığa, bilişim teknolojileri ve insan hakları bağlamında çeşitli tartışmaları da beraberinde getirmiştir. İlerleyen teknolojinin insan hakları kavramında birçok etkisi bulunmaktadır, bu konu içinde bulunduğumuz zaman diliminde çok tartışılmaktadır. Bireyin sosyal yaşamı; bilgiye ulaşma, eğlence, ekonomik ilişkiler ve insan hayatının neredeyse her alanı dijital platformlarda gerçekleşmektedir. Bazı verilerde bu durumun ne kadar önemli olduğunu göstermektedir, örneğin internet kullanımı, 2000-2015 yılları arasında dünya genelinde yüzde 753 oranında artmıştır. 2020 yılında yapılan araştırma raporuna göre, 4,66 milyar internet kullanıcısı bu sayısal veri dünya nüfusunun %59'unu kapsamaktadır. 4,20 milyar sosyal medya hesabı bulunmaktadır, bu da dünya nüfusunun %53 demektir. 5,22 milyar mobil kullanıcısı, dünya nüfusunun %66'sı demektir.⁵ Artık internet bir araç olmanın ötesine geçmiştir. İnsanların yaşamlarında yeni bir alan olma özelliğine sahiptir. Bu durumla birlikte, insan yaşamındaki bu kadar önemli olan bir ortamdaki bazı haklarında gözetilmesi gerekmektedir. Eşitlik ve insan onuru gibi insan haklarının ana kavramlarından, düşünceyi açıklama özgürlüğü, örgütlenme hakkı, özel yaşamın gizliliği hakkı gibi pek

⁵ <https://wearesocial.com/digital-2020>

çok konvansiyonel hakka ilişkin de yeni düzenlemelerin ve yeni problemlerin oluşmasına neden olmaktadır.

İnsan haklarının merkezi temelinde yer alan kavramlarındandır eşitlik kavramı, internet ortamında gerçekleştirilmesi gereken yeni bir boyut da kazanmıştır. Yaşadığımız dünyada, var olan dünya nüfusunun bir kısmının internete erişim sağlayabilmesi, beraberinde sosyal adalet ve eşitsizlik konularındaki tartışmaları da gündeme getirmiştir. Birleşmiş Milletler ve Avrupa Konseyinin bu konuda yayınlanmış kararları mevcuttur. Birleşmiş Milletler “internet’e erişimin temel bir insan hakkı” olduğunu 2011 yılında belirlemiştir. Avrupa Konseyi de internet’in ehemmiyeti ve küreselliğini, bütünlüğünü ve erişimini korumaya ve ilerletmeye dair bir tavsiye kararında bulunmuştur. İnternet, insanların düşüncelerini açıklamada, bilgiye ve veriye ulaşmalarında bugüne kadar insanlık tarihinde hiçbir iletişim aracının olmadığı kadar güçlü olanaklar sağlamaktadır, dünyanın herhangi bir yerinde gerçekleşen bir olay hakkında insanların bilgi almasını, insanların birbirleri ile haberleşerek dayanışmasını ve toplumsal anlamda örgütlenmesini düşüncelerinin güçlenmesini olanaklı hale getirmektedir. İnternetin bu kadar önemli ve işlevsel faydalarının varlığının yanı sıra çok önemli bir unsur da kişisel verilerin korunması özel bir öneme sahiptir. Bireyin özgürlükleri ve düşünce özgürlüğünün kısıtlanmaması ve tehlikeye girmemesi adına da önemlidir. Bu hak aslında “kişisel verilerin korunması hakkı”, teknolojinin oluşturduğu imkanları daha da kuvvetlendirmek için değil, yaratmış olduğu olumsuz yan etkileri ile ilişkili bir haktır.

Kişisel verilerin korunması, insanın temel hak ve özgürlüklerin korunması ve verilerin işlenmesi, uygulaması ile ilgili teknoloji arasındaki dengeyi oluşturmayı amaçlamaktadır. Bu hak, internet ve bilişim teknolojilerinde gerçekleşen ilerlemeler ve gelişmelerle birlikte oluşan ve zamanla gelişen bir insan hakkıdır. “Kişisel veri” olarak adlandırılan kavramı kişi yani birey ile ilgilidir ve ona aittir. Buradaki temel amaç, “veri”lerin, yani herhangi bir miktarın ve sayısal verinin, bir bilginin, bir görüntünün, korunması değildir çünkü bunlar sadece rakamdan ibaret olan bilgi ve veri akışıdır. Burada amaçlanan olgu kişinin yani bireyin korunması üzerine kurulur. Kişisel veri, tanımlaması gereği, belirgin ve belirlenebilir olan bir kişi ile ilgili olan her türlü bilgiyi içerisinde barındırmaktadır. Aslında kişisel veri, kavramı doğası ve tanımı gereği

verinin belirli bir kişiyle ilgili ve aynı zaman da bu kişinin de kesin ve belirlenebilir bir özellikte olması gerekir.

Kişi farklı şekillerde, direkt ya da dolambaçlı şekillerde de belirlenebilir ve tüm bu bilgiler kişisel veri olarak tanımlanmaktadır. Bir kişinin sahip olduğu telefonun numarası, yaşadığı evin adresi, sahip olduğu pasaportunun numarası ve seyahat bilgileri, fotoğrafları, ses kaydı, ailesinin veya kendisinin kalıtım bilgileri, kişinin cinsel seçimleri, dini, geçmiş sicil kaydı bilgileri, hobileri, ziyaret ettiği internet siteleri, üye olduğu internet siteleri ve bilgiler bu çerçevede nitelendirilmektedir. Kişisel verilerin işlenmesi, bir bilginin veya veri kümesinin üzerinde gerçekleştirilen ve uygulanan her türlü işlemi kapsamaktadır.

Kişisel verilerin korunması konusu genel olarak 1960’larda tartışılmaya başlanmış, daha sonraki yıllarda 1970’lerde ilerleme kaydedilerek hukuksal düzenlemelerin konusu olmuştur ve düzenlemeler yapılmaya başlanmıştır. Kişisel verilerin korunması ve bu konu hakkındaki hukukun düzenlenmesi ile ilgili üç önemli faktör etken olmuştur: Çeşitli organizasyonlar ve örgütler tarafından kişisel verilere ihtiyaç duyulması, zamanla gelişen teknolojik ilerlemeler, gözetim teknolojilerindeki oluşan gelişmeler nedeniyle toplumsal ve bireysel duyulan kaygılar. Kişisel verilerin korunması, bireylerin hayatlarıyla alakalı bilgilerin bilişim teknolojileri ya da konvansiyonel yöntemlerden biri olan dosyalama veya benzeri yöntemlerle birey hakkında oluşacak zararlardan bireyi koruma ve zararı önleme amacıyla, belirli ilkelerle oluşturulmuş düzenlemeleri kapsamaktadır.

Kişisel verilerin korunması hukuku öncelikle devletlerin aleyhine bireyin korunmasına yönelik olarak geliştirilmiştir. Özel teşebbüslerin ve şirketlerin verileri depolama ve kullanmaları nedeniyle bu konuda korunma tedbirleri oluşturulmuştur. Aynı zamanda kişisel verilerin hukuka ve erdemlilik kurallarına göre uygulanması, verilerin toplanmasının yöntem ve amacının meşru olması, açık, net ve kesin olması, gereğinden daha uzun veya nedensiz olarak verilerin depolanması elde tutulmaması, ilgili kişinin rızasının ve onayının bulunması, veri güvenliğinin sağlanması gibi ilkeler sayılabilir.

Kişisel verilerin korunması, oldukça eski bir geçmişe sahip farklı hakları da içerisinde bulundurmaktadır ve bu haklar birbirleri ile girift ilişki halindedir. Öncelikle özel yaşamın gizliliği hakkı gelmektedir. Aynı zamanda kişisel verilerin korunması; haberleşme, düşünceyi açıklama, bilgi edinme gibi hak ve özgürlükleri bazı erdemlerde birlikte bazen karşılıklı takviye, bazen ihtilaf halindedir. Ayrıca kişisel verilerin ekonomik bir gücü ve niteliği de bulunmaktadır. Ticarî işlemlerde olduğunda bu güç ve nitelik daha net bir şekilde fark edilmektedir. Günümüzde özel yaşamın gizliliği temel bir insan hakkı olarak kabul edilmektedir ve birçok uluslararası organizasyon ve yetkili kurumun tüzük ve metinlerinde yer almaktadır. Örneğin BM Bireysel ve Siyasal Haklar Şartı, Birleşmiş Milletler Evrensel İnsan Hakları Beyannamesi, Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi gibi sözleşme ve yazılı metinlerinde özel yaşamın gizliliği konusu yer almaktadır. Kişisel verilerin korunması hakkı ise aslında sadece bireyin kişisel çıkarlarının korunmasıyla ilgili bir durum değildir. Kişisel verilerin korunması hakkı, bireyin onurunu, haysiyetini oluşturan, temel hak ve özgürlüklerin belirlenmesi ve oldukça büyük bir alana hizmet eden bir hakkı içermektedir.

Öncelikli olarak kişisel verilerin korunması hakkı insan onurunu, beraberinde bireyin kişiliğinin özgür ve serbestçe geliştirilmesi hakkına dayanmaktadır. 1983 yılında Federal Almanya Anayasa Mahkemesinin verdiği ve etkisi günümüzde de dünyadaki birçok ülkeyi etkileyen, bir nüfus sayımı kararından kaynaklanmaktadır. Bu kararın sonucunda oluşan olaylar ve etkinin bu denli çarpıcı ve önemli olmasında etken unsur ise Almanya Anayasa Mahkemesinin henüz veri işleme süreçlerinin tam olarak oluşmadığı, bu sürecin yeni geliştiği zamanda bireye zarar veren bu eşitsiz durumu belirleyerek, taraflar arasındaki eşitliğin yeniden inşa edilmesinin gerekliliğini net olarak açıklığa kavuşturmuştur. Söz konusu karardaki yasa gereğince 1983’de memurların hane kapılarını çalarak, yapacakları nüfus sayımında ülke vatandaşlarının sayılması ile birlikte vatandaşlar hakkında farklı bilgilerin elde edilmesi amaçlanmıştır. Üstelik vatandaşlara kendileri hakkındaki memurların sorduğu soruları cevaplama zorunluluğu da getirilmişti. Bu görevi ifa etmeyen vatandaşlar için de yaptırım uygulanması planlanmıştı. Daha sonra yapılan itirazlar neticesinde alınan kararla, Alman Anayasa Mahkemesi almış olduğu kararla Alman Anayasasının insan şerefine, haysiyetinin ve kişiliğin korunması hakkına ilişkin hükümlerin merkez konumda

olduğunu belirtir. Bu karar ve hükümden dolayı yeni bir hak olan: “bilgilerin geleceğini belirleme hakkı” doğar. Mahkeme, kişinin kendisiyle ilgili bilgilerin hangi kapsamda, amaçla ve kimler tarafından erişildiğini öğrenebilme olanağına haiz olmadığında, bireysel özerkliğinin gerekliliklerini gerçekleştiremeyeceğini belirtir. Birey kendi yaşamıyla ilgili konularda hür iradesi ve seçimleriyle değil, iktidarın, gücün veya otoritenin beklenti ve isteklerine göre davranmak zorunda kalabilir. Bilişim teknolojisinin ve veri bankacılığının ilerlediği, bireyin bilgi ve seçimlerinin bilgilerinin elde edilmesi ve tespit edilmesi, daha da önemli tehdit olarak karşımıza çıkabilmektedir.

Dijital sistemlerdeki bilgiler ile kişisel verilerin günümüz teknolojisi ile kolaylıkla saklanması, bunların farklı alanlardan elde edilebilmesi, var olan bilgilerle bağlantı kurularak, kişinin detaylı kimliği oluşturulabilmektedir. Bu olayın sadece olası bir senaryo olarak gerçekleşmesi durumunda da, birey üzerinde ağır duygusal baskı hissedebilir ve bu nedenle de temel haklarını kullanmaktan vazgeçebilir. Örneğin, bir gösteri yürüyüşüne katılmak isteyen bir vatandaş eğer gösterideki varlığının, yetkili makamlarca tespit edilebileceğini ve bunun gelecekte, yaşamında kendisini bazı imkanlardan ve fırsatlardan faydalanamamasına sebep olacağı düşüncesine kapılan birey, bu riski ortadan kaldırmak için en temel anayasal hakkı olan protesto etmek ve gösteriye katılmak hakkını kullanmaktan vazgeçebilir. Bu durumda bireylerin pasif, edilgen ve ülke demokrasisine katkıda bulunamaz hale getirmektedir. Mahkemeye göre bu durum hem bireyin kendi kişiliğini geliştirme hakkına hem de kamu çıkarlarına zarar verir.

“Ülkemiz için, ifade özgürlüğünü düzenleyen ulusal nitelikli temel belge ise, Anayasa’dır.” Anayasa’nın 26. maddesinin birinci fıkrasında yer alan, “Herkes, düşünce ve kanaatlerini söz, yazı, resim veya başka yollarla, tek başına veya toplu olarak açıklama ve yayma hakkına sahiptir” hükmü, ifade özgürlüğünün Anayasanın koruması ve güvencesi altına olduğunu göstermektedir. Bu alıntıdan anladığımız, ifade özgürlüğünün temel haklar arasında bulunduğu ve herkes tarafından kullanılabilmesi

gereken bir hak olduğu ulusal ve uluslararası belgelerde düzenlenmiştir; ancak, bu özgürlük hiçbir belgede şartsız ve sınırsız olarak güvence altına alınmamıştır.”⁶

1988 yılında BM İnsan Hakları Komitesinin yayınlamış olduğu üzere kişisel verilerin korunması hakkında ilgili merkezi ilkelerin BM Bireysel ve Siyasal Haklara İlişkin Uluslararası Sözleşmenin özel yaşamı korumaya ilişkin 17. Maddenin kapsamında değerlendirilmesini vurgulamaktadır. Bu hakkın korunmasının sözleşmede yer alması, bireyin demokratik haklarının kullanımı ve özel hayatın korunması ile ilgili önemli ve vazgeçilmez özelliğe sahiptir.

1.3. Özel Yaşamın Gizliliği

Özel yaşamın gizliliği hakkı içerisinde kişisel verilerin korunması hakkını da kapsamaktadır. Kişisel verilerin korunması Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi tarafından önemsenmektedir bu nedenle, sözleşmenin 8. Maddesinde özel yaşamın gizliliği hakkını düzenlemektedir. Bu hak beraberinde bireyin toplumsal hayattaki özgürlüğünü ve söz konusu bu özgürlüğün sınırlarını belirlemektedir.

Bu bağlamda AİHM (Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi), muhtemelen AİHS (Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi)’nin tasarımcılarının olmayan belge düzenleme, kişisel verilere yetkisiz erişim, gereksiz yere verilerin sistemde tutulması, genetik bilgi ve profillerinin değerlendirilmesi ve benzeri kişisel verilerin korunması hakkı kapsamındaki durumlara özel yaşamın gizliliği hakkında ilgili ilkeler uygulanmıştır. Yine bu ilkelerde bireyi ve toplumu olası kötü senaryolara karşı koruma özelliği taşımaktadır.

BM (Birleşmiş Milletler) 1988 yılında kişisel verilerin korunması hakkı ile ilgili olarak İnsan Hakları Komitesinde yorum yayınlamıştır. Bu konudaki yorumunda BM Bireysel ve siyasal Haklara İlişkin Uluslararası Sözleşmede de Özel yaşamın gizliliğine ilişkin 17. Maddenin değerlendirilmesinin gerekliliği üzerinde durmaktadır. Avrupa Birliğinde özel yaşamın gizliliği ve kişisel verilerin korunması hakkında önem atfedilmektedir. Avrupa Birliğinde 8. Maddenin çerçevesinde belirlenmiş hükümler çerçevesinde özel yaşamın gizliliği ile kişisel verilerin korunması ayrıntılı olarak

⁶ Prof. Dr. M. Sezai Türk, Media Bilgi, İletişim Teknolojileri Dergisi
<https://www.ictmedia.com.tr/Author/Index/33/prof-dr-sezai-turk/248>

belirlenmiştir. Aynı zamanda 8. Maddede “Kişisel verilerin korunması” beraberinde aşağıdaki düzenlemelerdedir.

(1) Kişiler, kendileriyle ilişkili verilerinin korunması hakkına haizdir.

(2) Söz konusu olan bu veriler, adaletli ve doğru bir biçimde, belirli hedefler için ve ilgili kişinin onayına veya yasa ile belirlenmiş diğer meşru ve yasal bir zemine oturtulur. Kişiler, kendileriyle alakalı toplanmış bilgilere ulaşma ve düzenleme hakkına haizdir.

(3) Bu kuralın uygulanması, özgür bir kurum tarafından teftiş edilir.

Özel yaşam kavramı çabuk ve kolaylıkla tespit edilebilmekle birlikte, hukuka dahil olmuş konularda anlatılması güç bir olgudur. Burada önemli olan, bireyin çevresiyle ilişkileri belirli bir etkileşim halinde iken aynı zamanda bazı sınırlarda yer almaktadır. Tıpkı iç içe yerleşmiş alanlara, halkalara benzemektedir ve bu şekilde özel yaşamın alanları ve sınırları belirlenmiştir. Bireyin hayatındaki ilişkilerini ve çevresini gruplara ayırmamız gerekirse bunu üç grup altında toplayabiliriz. “Genel yaşam alanı” olan alan, kişinin toplumdaki her bir bireyle paylaşabileceği, kamusal alan olarak adlandırılan yaşam alanlarını içerir. “Kişinin özel yaşam alanı”, önceden belirlenmiş kişilerle ve belirli miktarda paylaştığı yaşam alanını kapsar. “Sır alanı” ise kişinin sadece kendinde tutmak istediği gizli alanını oluşturur ve bu alan onun özel yaşam alanıdır.

Kişinin sır alanındaki bölüm oldukça özel ve kişiye ait bir alandır. Sır alanı sadece kişinin bildiği ve ona ait olan bilgi ve verileri içermektedir. Ayrıca bu bilgilerin kimi zaman kişinin lehinde ve aleyhinde kullanılabilme olasılığı yer almaktadır. Bu alanda kişinin cinsel yaşamı bu konudaki tercihleri, inançları, etnik geçmişine ilişkin veriler, sır alanı verisi olarak adlandırılmakta ve oldukça hassas ve incelikli bir şekilde güvence altına alınmaktadır.

Kişinin özel yaşam alanına karışmak, verilerinin kullanılması ve paylaşılmasının gerçekleşebilmesi için söz konusu bilginin paylaşımında yüksek oranda bir kamu menfaati mevzubahis olabilir ve bu durumda belirli kurallara göre davranmak mecburiyeti mevcuttur. Kişinin özel yaşam alanında gerçekleştirmiş olduğu sohbet ve konuşmaların, bireyin bilgisi dışında kaydedilmesi ya da iletişim kaynaklarının

dinlenmesi ve görüntülenmesi veya kopyalanması gibi unsurlar yer almaktadır. Birey “genel yaşam alanı” olarak adlandırılan alanda da yasaların koruması altındadır. Kişisel verilerin korunmasına ilişkin temel ilkelere “genel yaşam alanı” nda da uyulmalıdır. Kişinin kamuya açık yaşam alanındaki verilerinin elde edilmesi, kullanılması ve bundan çıkar sağlanması söz konusu olabilir, örneğin görüntü ya da ses kaydının alınması.

Dünyada, özel yaşamın gizliliği hakkında yazdığı eseri ile bilinen bir hukukçu olan Prosser⁷ özel yaşamın gizliliği hakkını dört tür haksız eyleme karşılık, dört tür çıkarı korur diyerek açıklamaktadır. Bu haksız eylemler, bireyin toplum hayatı içindeki yaşamını ve toplumsal statüsünü, çıkarları korumaktadır. Tablo 1’de bu eylem ve çıkarlar onun belirlediği forma göre ve açıklamalı olarak yer almaktadır.

Haksız Eylemler (Fiiller)	Çıkarlar
Kişinin özel yaşamıyla ilgili utanç verici durumların kamuya açıklanma	Kişinin haysiyet ve onuru
Kişinin topluma farklı veya gerçek dışı tanıtılması	Kişinin ismi ve ünü
Kişinin ünü ve ismi, kişinin isminin veya görüntüsünün çıkar sağlamak amacıyla kullanılması	Kişinin isminden ve görüntüsünden oluşan maddi çıkarlar
Kişinin huzurunun, yalnızlığının, sırlarının ve özel yaşamının ihlali	Kişinin manevi bütünlüğü

Tablo1. Prosser’ın “Özel yaşamın gizliliğini, açıklayan haksız eylem ve çıkarları açıklayan tablosu

Rachels’a⁸ göre bizler “*özel yaşamın gizliliği duygusu*”na sahibiz ve bu duygu menfaatlerimizin zarar görmesi veya utanmayla tanımlanamaz. Kişi kendisiyle ilişkin bilgilere kimin erişebileceğini sorgulayabildiğinde başkalarıyla farklı ilişkiler kurabiliriz. Bu nedenle, biz insanlar özel yaşamın gizliliğine önem vermekteyiz der. Çünkü özel yaşamımızla ilgili bilgilerimiz bizim aynı zamanda sır alanımızı belirlemektedir. Özel yaşamımızdaki bilgiler bizim izin verdiğimiz ve onayladığımız kişilerce bilinebilmelidir. Bireyin toplumsal hayattaki ilişkilerinde, toplumsal statüsünü inşa etme aşamasında, bu bilgiler onun lehine veya aleyhine kullanılabilecek bilgiler olabilmektedir.

⁷ William Llyod Prosser: Berkley Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dekanıdır. Haksız Fiil konusunda yazdığı kitap evrensel nitelikte dünyaca ünlü popüler bir kitaptır. Günümüzde halen popüler bir hukuk kitabı niteliğini taşımaktadır.

⁸James Rachels: (1941-2003) konuyla ilgili çığır açan makalesi “Why Privacy is important”

İnsan haklarının önemsendiği ve temel alındığı pek çok önemli ve saygın metinde Özel yaşamın gizliliği hakkı, güvence altında korunmaktadır. Amerikan İnsan Hakları Sözleşmesi, Birleşmiş Milletler Uluslararası Bireysel ve Siyasal Haklar Sözleşmesi, Birleşmiş Milletler Evrensel İnsan Hakları Bildirisi, ve Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi gibi sözleşme metinlerindeki özel yaşamın gizliliği hakkı, kişisel verilerin korunmasının amaç ve ilkeleri ile yakın ilişki halindedir. 1980’li yıllarda değişen teknoloji ve toplumsal düzen ile birlikte verilerin korunmasına ilişkin yeni düzenlemeler oluşmaya başlamıştır. Bu konuda etkili kurumlar Birleşmiş Milletler, Avrupa Konseyi OECD, APEC⁹ uluslararası önemli kuruluşlardır. Bu kurumlar kişisel verilerin korunmasıyla ilgili ana ilkeleri ve bilgilerin akış ve aktarımını kontrol altında tutmaya, denetlemeye imkan sağlayan metinleri ve düzenlemeleri onaylamışlardır. Kişisel verilerin korunmasında etkili metinleri kabul eden ve uygulayan bilinen etkin kuruluş ise Avrupa Birliği (AB) dir.

Kişisel verilerin korunmasıyla ilgili olarak uluslararası metin ve sözleşmelerin bir kısmı devletlere, belirlenen ilkeleri kendi ülke yasalarına aktarım konusunda takdir hakkı tanımaktadır. Çünkü bu kurumların çoğunun yaptırım gücü yoktur ancak devletlere tavsiyede bulunabilirler. OECD ve Birleşmiş Milletler gibi kurumlar uluslararası anlamda güçlü ve yetkin olmalarına rağmen rehber ilkelerinin bağlayıcı niteliği bulunmamaktadır. Bu konuda ayrıcalık ve yaptırım gücü olan kurum olarak Avrupa Konseyi Veri Koruma Sözleşmesini kabul eden devletlerin metindeki kural ve ilkeleri iç hukuklarında yer edinmesi mecburiyeti mevcuttur. AB kişisel verilerin korunmasına ilişkin ilkelerini kesin ve net ifadeler yönergeler (direktifler) şeklinde belirlemiştir. AB’ne üye olan devletlerin bu kural ve ilkeleri iç hukuk sistemlerinde benimsemek ve uygulamak zorundadırlar.

1.4. Unutulma Hakkı

İnsan Hakları Evrensel Beyanname (İHEB), Avrupa Birliği Temel Haklar Bildirgesi (ABTHB), İnsan Hakları Avrupa Sözleşmesi (İHAS) ve Türkiye Cumhuriyeti Anayasasında insan haklarını önemseyen metinler, insan haklarını, kişinin yalnızca

⁹ APEC: Asya Pasifik Ekonomik İşbirliği, Büyük Okyanus kıyısındaki 21 ülkenin katıldığı, dünya ekonomisinin %60 ını temsil eden ve bölgesel ekonomik işbirliği ticaret ve yatırım konularının paylaşıldığı uluslar arası bir örgüttür.

insan olması nedeniyle haiz olduğu haklar olarak tanımlamaktadır. Bu haklar resmi olarak içeriği belirlenmiş haklardır.

İnsan hakları dünyadaki her insanın sahip olduğu haklardır. Doğası gereği insan hakları her insanın kendi mülkiyetinde olması gereken bir haktır, yani ahlaki bir yetkidir, bir talep veya istekten çok daha fazlasını temsil etmektedir. İnsan hakları resmi makamlarca korunmakta olan haklardır. Kişilerin bu haklarından vazgeçme, feragat etme, devretmek gibi talepleri söz konusu olamaz.

Türkiye Cumhuriyeti Anayasa'nın madde 12.'de "*herkes, kişiliğine bağlı, dokunulmaz, devredilmez, vazgeçilmez hak ve hürriyetlere sahiptir*" diyerek bu hakların niteliği ve özellikleri açıklanmıştır. İnsan hakları teorileri de kuşak haklar şeklinde gruplara ayrılmıştır. İnsan hakları öğretisinin tarih boyunca oluşumuna katkı sağlayan ve insan hakları belirli gruplarla kategorize etme çalışmaları oluşmuştur. Bu kategorize etme ve sıralamalar içerisinde en bilinen Karel Vasak¹⁰ tarafından oluşturulan "*üçüncü kuşak haklar*" teorisidir.

Karel Vasak, birinci kuşak hakları, kişinin yaşamış olduğu ülkede devletin kişiye müdahale edemeyeceği, karışmayacağı özel bir yer vermesidir. Söz konusu bu haklar, devletin baskısına karşı kişileri korur; Birinci kuşak haklar, kişi haklarını yani temel hakları, medeni hakları ve siyasal hakları içermektedir. Bu haklara emsal olarak, bireyin yaşam hakkı ve bireyin maddi ve manevi olarak kişinin dokunulmazlığı, özgürlüğü ve kişinin korunma ve güvenliği, düşünce ve düşünceyi açıklama özgürlüğü, kişinin inançlarının, gerçekleştireceği ibadetin özgürlüğü, kişinin yaşam alanı olan mesken dokunulmazlığı hakkı verilebilir.

İkinci kuşak haklar, devlete eylemde bulunma, harekete geçme, vatandaşlarına hizmet sunma görevini yüklemektedir. Bu ikinci kuşak haklar, sosyal haklar olarak nitelendirilmektedir. Bu ikinci kuşak haklara emsal olarak işçilerin toplu sözleşme hakkı, çalışanların istirahat hakkı, sosyal güvenlik hakkı, vatandaşların sağlık kontrolü hakkı, mağdur ve korunmaya ihtiyacı olan toplumsal sınıfların gözetilmesi ve korunmasına yönelik haklar verilebilir.

¹⁰Karel VASAK (1929-2015) Avrupa Birliği konseyi için çeşitli görevlerde çalıştı. Uluslararası İnsan Hakları Enstitüsünün ilk Genel Sekreteridir.

Üçüncü kuşak haklar, diğer birinci ve ikinci kuşak haklardan farklıdır bu farklılığın nedeni ise diğer iki kuşak hakta toplumdaki belli grupları niteleyerek sunulan haklar üçüncü kuşak haklarda, tüm sosyal grupları içerisine katarak onların ihtiyaç ve isteklerine cevap vermeyi amaçlayan bir haktır. Örneğin yaşadığımız gezegende çevre kirliliğinin korkunç boyutlara ulaşması, devletlerin nükleer silahlanmayı arttırması ve kullanmaya karar vermesi tüm insanlığı ve canlı türünün sonunu getirecek olan bir savaş tehlikesinin varlığı tüm sosyal grupları, gezegende yaşayan herkesi etkiler ve ilgilendirir. Yaşamın devamının sağlanması, doğanın korunması, barışın ve güvenliğin oluşması gibi amaçlar ancak, tüm sosyal grupların dayanışması ve ortak bir amaç uğruna hareket etmesi ile gerçekleşir. Üçüncü kuşak hakların bir diğer adı dayanışma haklarıdır. Üçüncü kuşak haklarda hak ve ödev kavramlarını birbirinden ayırabilmek oldukça güçtür; aslında üçüncü kuşakta yer almakta olan hakların bir kısmı kendinden önceki iki kuşak haktan beslenmiştir ve onların uzantısı niteliğindedir.

Değişen dünya ve gelişen teknolojik ilerlemelerle birlikte yeni hakların oluşmaması yaşamın doğasına aykırıdır. Bu nedenle, internete erişim hakkının önemi birçok uluslararası organizasyon ve kurumların metinlerinde vurgulanmaktadır, bu konuda ülke anayasalarında bu erişim hakkının yer almasını tavsiye etmektedirler. Türkiye tarafından bu tavsiye kararlarından en önemlisi olarak niteleyebileceğimiz 2011'dedir. Birleşmiş Milletlerin raporunda tanımladığı üzere internet erişiminin temel bir insan hakkı olduğu belirtilir. Birleşmiş milletlerin 2011 yılındaki bu raporuna göre internet, bir anlamda da insan haklarını destekleyen bir araç haline gelmiştir. İnternete erişim hakkı, Karel Vasak'ın belirlediği gibi üçüncü kuşak haklar arasında kabul edilmektedir. Ülkelerin oluşan teknolojik değişimlere uyum sağlamaları ve vatandaşlarını bu yönde geliştirmeleri hem sorumluluklarıdır hem de yasal anlamda birer gereklilik halini almıştır.

Yeni gelişmeler beraberinde yeni suçları, yeni mecraları ve yeni düzenlemeleri de getirmektedir. Yaşamın doğası gereği, değişimler beraberinde yeni oluşumları getirmektedir. Dördüncü kuşak haklar, bilim ve teknolojinin kötüye kullanımı olasılığına istinaden insan onur ve şerefının korunması hedefiyle hareket etmektedir. Günümüzde bilişim teknolojisinin ulaştığı seviye, insan onurunu tehdit etmektedir. Yeni

tehlikelere karşı da yeni hakların koruma altında olmasını mevcut hakların yeni gelişmeleri de içerecek biçimde ek koruma ve önlemlerle güçlendirilmesi dördüncü kuşak hakların tanınmasının temel nedenidir.

Ülkemizde 2010 Anayasa Referandumu ile birlikte dördüncü kuşak haklardan biri olan kişisel verilerin korunması hakkı, ülkemizde de anayasal koruma altındadır. Anayasamızda m. 20/3: “*Herkes, kendisiyle ilgili kişisel verilerin korunmasını talep etme hakkına haizdir*” der. Dördüncü kuşak hakların içerisinde unutulma hakkı da yer almaktadır. Aynı zamanda unutulma hakkı kişisel verilerin korunması hakkı ile iç içe geçmiş kimi zaman da birbirini destekler niteliktedir.

*“Yeni bir kamusal alan olarak tanımlanan sosyal medyanın toplumun her kesiminden bireyleri sanal bir ortamda buluşturduğu ve iletişim düzenini baştan sona dönüştürdüğü bir gerçek olarak ortadadır.”*¹¹Bu nedenle de, bu yeni kamusal alanda oluşan haberler ve itibarın korunması oldukça önemlidir. Yeni oluşan bu kamusal alanda bireyler, yaşamsal iletişim faaliyetlerini bu kanaldan gerçekleştirmektedir. Bu yeni kamusal alandaki konumları bireylerin yaşamlarını etkilemektedir.

Unutulma hakkı, kişilerin internet ortamında var olan ve dijital bellekte yer alan kişisel verilerinin kişinin kendi isteğiyle ortadan kaldırılması veya yok edilmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Unutulma hakkı; bireyin üçüncü şahıslarda bulunan şahsi bilgi ve verilerini denetleyebilme ve bunları silme ve/veya sildirebilmeme hakkını nitelemektedir. Unutulma hakkı, “*üstün bir kamu menfaati olmadığı sürece*”, kişinin internet ortamında görülen ve bulunan, kişinin geçmişte yaşamış olduğu olayları ve deneyimleri bir süre sonra hatırlamak istemesi veya başkaları tarafından bilinmesini istemediği, unutmak istediği bilgilerin internet ortamından ve dijital hafızadan silinmesini ve yok edilmesini talep etme hakkı olarak ifade edilmektedir.

Unutulma hakkının gerçekleşmesinin nedenlerine ilişkin farklı yaklaşımlar gözlenmektedir, bu konuda üç temel düşünce bulunmaktadır:

(1) Kişisel verilerin belli bir zaman geçtikten sonra silinmesi gerektiği üzerinden ilerleyen düşünce;

¹¹ Prof. Dr. M. Sezai Türk, Yeni Medya ve Demokrasi, ictmedia, s (49)

(2) “Beyaz sayfa” düşüncesinden hareket eden ve kişinin geçmişindeki yaşamış olduğu olumsuz bilgilerin daha sonra bu kişilere aleyhinde kullanılmaması gerektiğini savunan toplumsal perspektifli bir düşüncedir;

(3) Bu görüş de beyaz sayfa yaklaşımından ilerlemektedir, bireyin kendini geliştirme hakkına öncelik vermektedir. Kişilerin geçmişte yaşamış oldukları olaylardan dolayı kaygı ve endişe hissetmeksizin kendilerini gerçekleştirmeleri gerektiğini düşünen görüştür.

Bu unutulma hakkının tanınmasının ana nedeni, birey ile ilgili internet ortamı veya sosyal medyada yer alan, huzursuz eden bir bilginin varlığı onun, saygın ve itibarlı olarak yaşamını devam ettirebilme potansiyelini tehlikeye sokmaktadır. Bireylerin böylesi olumsuz ve rahatsız edici unsurların varlığı ile yaşamlarına devam edebilmeleri ve yaşamlarında iş ve benzeri alanda verimlilik sağlamaları elbette ki güçtür.

Diğer yandan ise bu şeref ve onurunu böylesine zora sokan davranış ve bilgileri yine bu birey işlemiştir, fiili gerçekleştiren kişi zorla veya tehdit altında bu eylemi gerçekleştirmemiştir. Ancak yasanın ona tanıdığı hakla silinmesini isteyebilmekte ve sildirmektedir. Bu yaşanan olayların üçüncü kişilere ve topluma farklı yansıtılmasına, gerçeğin değiştirilebilmesine neden olabilmektedir. Bireyin, toplum içindeki konumunu koruyabilmek adına, hakikatin gizlenmesini sağlamaktadır.

Unutulma hakkının oluşmasının ana nedeni, bireylerin hayatlarında yeni bir başlangıç yapabilme hakkı, beyaz bir sayfa açabilme hakkının varlığı temeline dayanmaktadır. Bu nokta bir yandan toplumsal açıdan beşerî sermayenin verimliliğini ve toplumsal huzuru da olumlu yönde etkilemektedir. Bir diğer yandan toplumun bilgi edinme konusunda eksiklik yaşamasına bir anlamda toplumda bu birey hakkında bilgi asimetrisine yol açmaktadır. Bu da toplumda bireyle ilgili kararlarda sağlıklı ve doğru analiz yapılabilmesini kısıtlayabilmektedir.

Unutulma hakkı iki yönlü olarak ele alınmaktadır, pozitif ve negatif yönlü incelenmektedir. Unutulma hakkı, kişisel verilerdeki bireyin tercih hakkını sağlaması nedeniyle pozitif bir hak olarak nitelendirilmektedir. Unutulma hakkı ile birey kendine saklı kalmasını istediği bilgilerinin ayrıntılı ve geniş biçimde silinmesi talebinde

bulunabilmektedir. Negatif yönünde ise unutulma hakkının kişilerin kendileri hakkında tedirgin ve huzursuz edici bulduğu kişisel verilerin ve deneyimlerinin bireyin hayatını ve geleceğini olumsuz anlamda etkilememesi için, söz konusu olan bu verilerin geri dönüşümsüz olarak silinmelerini isteyebilmeleri olarak tanımlanmaktadır.

Unutulma hakkı doğası gereği birçok başka hak ve hukuksal dayanak ile ilişki halindedir, onlardan beslenmekte, aynı zamanda zarar da vermektedir. Bu aralarındaki birbirlerinden beslenen ilişki hem birbirinin açık noktalarını bütünlemekte, kişisel verilerin korunması hakkındaki gibi, hem de özgürlüklerin bu unutulma hakkı ile çatışması ve birinin hakkı diğerinin kaybı şeklinde karşılıklı bir ödünleşme söz konusudur. Haber alma ve ifade özgürlüğü, iletişim özgürlüğü, basın hürriyetinde olduğu gibi aralarında bir ihtilaf söz konusudur. Bu nedenle haber alma ve ifade özgürlüğü, iletişim özgürlüğü, basın özgürlüğü ile unutulma hakkı arasındaki istikrarlı düzenin daha hakkaniyetli ve adil olması için çalışmalar yapılmalıdır.

İnternet üzerindeki arama motoru işletmecileri ABAD Avrupa Birliği Adalet Divanı)'nın kararları kısaca şu şekildedir.

1. Arama motoru işletmesinde, kişisel verilerin varlığı durumunda sorumlu olarak kabul edilmektedir.

2. Arama motorunun şirket merkezi başka bir ülkede olabilir veya şirketin şubesinin ülkede icraatta bulunması durumunda, şirketin taşınmış olduğu bu yükümlülükten kaçabilme olanağı bulunmamaktadır.

3. Kişiler kendilerine tanınan temel hak ve özgürlükler içerisinde özel hayatın mahremiyeti hakkı nedeniyle arama motoru şirketine kendisi başvurabilir. Arama motoru, kendisine ait bilgi ve belgelerini ilgili site ve linklerden kaldırılmasını talep edebilir. Ancak bu talepte bulunabilmeleri için bazı şartların gerçekleşmesi gerekmektedir, şartlar şunlardır;

3. (a) Kişisel veriler bireyin rızasıyla veya bir mecburiyet gereği paylaşılmasına karşın hukuka aykırı ve dürüstlükten uzak bir şekilde işlenmişse

3.(b) Kişisel veriler muayyen, net, ölçülü ve yasal hedefler doğrultusunda toplanmamışsa;

3.(c) Kişisel veriler yasal amaçlarla toplanmışsa bile bu amaçlarla uyuşmayacak şekilde hazırlanmış ve sunulmuşsa;

3.(d) İşleme faaliyetleri belirtilen niteliklerde değilse;

3.(e) Kişisel veriler yanlış ve aktüel olmayan bilgileri içerecek biçimde tutulmuşsa;

3.(f) Kişisel verilerin toplanma veya işlenme hedefi için gerekli olan zaman dilimini geçmişse.

4. Unutulma hakkından faydalanabilmek için, aslında kişisel verideki bilginin doğru olmaması gibi bir şartın gerekliliği yoktur. Burada kişiyi rahatsız eden, ancak doğru olan bir verinin de kaldırılmasını isteyebilmektedir.

5. Kişi kendi geçmişiyle bağlantısını kesebilme hakkına sahiptir. Bu konuda kişi söz konusu olan linkin kaldırılmasını isteyebilmektedir, bu talep için kişinin bu linkteki veriden dolayı hasar görmesi ya da tehlikeye içinde olması gerekmemektedir.

6. Kişisel verilerin yayınlanmasıyla ilgili herhangi bir yasal düzenlemeye aykırılık olması gibi bir durum şartı gözetilmemektedir.

7. Unutulma hakkı ile ilgili yapılan başvurularda, unutulma hakkı ile ihtilaf içerisinde bulunan bireyin, temel hak ve özgürlükleri arasında denge kurulmalıdır.¹²

Unutulma hakkının bir diğer adı da “Gonzales Kanunu¹³”dur.

ABAD'ın unutulma hakkıyla ilgili kararı sonrasında (Mayıs 2014- Kasım 2015 tarihleri arasındaki dönem) bu hakkını kullanma talebinde bulunan Google kullanıcılarının, toplam 1 milyon 234 bin URL kaldırma talebinde bulunduğu

¹² Medya ve Bilişim Hukuku AÖF

¹³Gonzales; İtibarının ve kişilik haklarının zedelendiğini düşünen İspanyol vatandaşının hukuk mücadelesi sonrasında Unutulma Hakkı oluşmuştur.

saptanmıştır. Başvuru taleplerinin yüzde 42'sinin kaldırıldığı, olumlu sonuç alamayan taleplerin ise yasal anlamda yetersiz olmaları nedeniyle kaldırılmadığı gözlenmiştir¹⁴.

ABAD ve kararlarına da bu konuda eleştiriler oluşmuştur; çünkü ABAD mevcut kararında gerekçelerini, açık ve net biçimde belirtmemiştir. Söz konusu kararda kişi sayısının birden fazla olması durumunda bu kişilerin verilerinin (aile, arkadaş veya sınıf fotoğrafı), hakkın, ne şekilde, nasıl kullanılacağı ve kim tarafından talep edileceği belirtilmemiştir. Kararda eleştirilen bir diğer yan ise karar gereği yapılacak olan talebin sonuçlandırmasında, mevcut linkin karartma kararının, her zaman doğru ve adil olmayabileceği gerçeğidir. Ancak bu konuda arama motorlarında ve işin muhataplarından biri olan Google, talepleri değerlendirirken söz konusu dengeyi koruma yönünde karar alacağını hakikaten de bir kamu yararı var mıdır? Bunu da değerlendirdiklerini belirtmektedir.

Bir diğer yandan da yapılan değerlendirme tarafsız olamamaktadır, çünkü başvuru talebinde bulunan kişinin vermiş olduğu bilgilerle değerlendirmeler gerçekleşmektedir; fakat söz konusu veriye ulaşması veya bu veriyi kullanabilmesi durumunda da, bu durumdan faydalanabilecek diğer kişiler, bu bilgiden haberdar bile olmayacaktır. Bu nedenle yapılan başvurudaki inceleme tek taraflı, daraltılmış ve yönlendirilmiş bilgiler ışığında ilerleyecektir.

Ayrıca ABAD, unutulma hakkını ele alış biçimi açısından ise sadece arama motorunda gösterilen sonuçlar çerçevesinde ele alarak tek düze bir bakış açısı ile incelemelerin gerçekleşmesine olanak tanımaktadır. Böylesi bir durum sadece bireyi değil, toplumun bilgiye erişimini de etkileyen bir karardır ve çoklu perspektif açısından değerlendirilmesi daha doğru olabilir.

2. BİLGİ ASİMETRİSİ

Bilgi kavramı tarih boyunca beraberinde gücü, kontrolü ve ilerlemeyi getirmektedir. Günümüzde sahip olduğumuz medeniyetimizi ve teknolojik gelişmeleri, insanoğlunun merak duygusu ve bu merakı giderecek bilgiye ulaşması isteği sayesinde elde ettik. Bilgi, aynı zamanda bireyin akıl yürütme, düşünme ve muhakeme becerileri

¹⁴ Hasan Elmalica, Bilişim Çağının Ortaya Çıkardığı Temel Bir İnsan Hakkı Olarak Unutulma, 2016.

yoluyla elde etmiş olduğu algıları, değerleri, kavramsallaştırmasıyla oluşan ilkeler bütünü olarak tanımlanmaktadır.

Statik bilgi zihin ile ilgilidir, bilen özne ile bilinen şey (obje) arasındaki ilişki karşılıklıdır. Bilen özne, bilinen şey(obje) arasındaki bilgi dinamiktir ve bilinen şey(obje) ancak bilen özne onu bildiğinde var olabilmektedir. Bu nedenle enformasyondan tanım olarak farklıdır. Enformasyon, kodlanma, saklanabilme ve en önemli niteliği aktarılabilmesidir. Enformasyonun iletilebilir olması, geçişken ve hareketli olması nedeniyle bilme eyleminde özneye bağımlı değildir. Asimetrik bilgi ise tarafların piyasadaki mal ve hizmetler hakkında aynı bilgiye sahip olamamaları anlamındadır¹⁵ ve bir piyasa başarısızlığı olarak da adlandırılmaktadır.

Asimetrik bilgi sorununu ekonomik bir kuram olarak oluşturan, George Akerlof'un¹⁶ “*The Market for Lemons: Quality, Uncertainty and Market Mechanism*”(Limon Piyasası, Kalite, Belirsizlik ve Piyasa Mekanizması) (1970) adlı çalışması davranışsal iktisat alanında önemli bir teorinin oluşumudur. Aslında çalışmanın ele aldığı piyasa ikinci el araba(limon) piyasaları ve sigortacılık sektöründe “ters seçim” ve “ahlaki tehlike” gibi kavramlar üzerinde ilerlerken ilişkilendirilen, daha sonraları ekonominin hayatın içinde yer alması ve teorinin de davranışsal anlamda gündelik hayatımızdaki birçok alana uygulanabilmesi ile yaşamın her alanında gözlenebilir durumdadır. Tam rekabet piyasası yaklaşımına göre üretici ve tüketicilerin tam bilgiye sahip oldukları inancı yer almaktadır, bu durumun da taraflar arası bilgi eksikliği yani bilgi asimetrisi bir piyasa başarısızlığı olarak nitelendirilmektedir.

Akerloff çalışmasında ikinci el araba piyasasını incelemiştir. İkinci el araba piyasasında satıcılar arabaları ile ilgili her türlü bilgiyi paylaşmamaktadırlar, alıcı arabayla ilgili bilgiye satıcının anlattığı kadarı ile sahiptir. Aslında bu ilişkide birilerinde bilgi eksikliği vardır “X” araba hakkında elbette ki satıcısı tam bilgiye sahiptir, ancak alıcı satıcının vereceği bilgi ile yetinmek zorundadır. İkinci el araba piyasasındaki bu asimetrik bilgi nedeniyle, araba alıcıları satılan arabalarla ilgili satıcının anlattıklarını değil kötü olan senaryoyu düşünerek arabanın ortalama veya

¹⁵Nazan Özenç Uçak,Bilgi: Çok Yüzlü Bir Kavram,2010

¹⁶George Akerloff, 2001 yılında Nobel ödülü almış Amerikalı iktisatçıdır.

ortalamanın altında bir araba olduğunu hesaplayarak ortalama veya ortalamanın altında bir değer biçmektedir. İkinci el araba piyasasında fiyatların düşmesi nedeniyle iyi arabası olan satıcı bu fiyatları kabul etmez ve arabasını piyasadan çeker ortada bilgi asimetrisi nedeniyle aynı zamanda tüketici refahında ve ikinci el araba piyasasında da fiyatlarda düşme gerçekleşmiştir.

Bunun benzeri sağlık sigortalarında da gerçekleşmektedir. Sağlık sigorta şirketlerinin primleri, yüksektir. Bunun nedeni ise, insanlar düşük prim ödemek isterler. Dolayısıyla her rahatsızlığını şirkete söylemezler, bu durumu tahmin eden sigorta şirketleri de kötü senaryoyu işleme sokarak sağlık sigortası primlerini yükseltirler, sağlık sigortası pahalı bir hizmet konumuna yerleşmektedir. Bu durumda da sadece sağlıklı olan insanlar sağlık sigortası yaptırır. Sağlığı yerinde olan insanlar hastane ve doktora gerekirse gitmeyi düşünen sağlıklı insanlar, bu yüksek sigorta primlerini ödemektense sağlık sigortası yaptırmamayı tercih ederler. Bu durumda sağlık sigortası primleri yüksek olmaya devam etmektedir, yine bir tüketici refahında düşme ve piyasa başarısızlığı oluşmaktadır.

Ürün/hizmet ve alıcısı/tüketicisi piyasada buluşamazlar veya piyasada yer alamazlar. Asimetrik bilgi nedeniyle, piyasada ya kötü ürün kendisine yer edinebilmektedir veya ürünün ücreti yüksek olarak yer almaktadır. Karşılıklı bir ilişkiyi temsil eden piyasa mantığındaki bu bilgi asimetrisi hayatın içinde insan ilişkileri ve iş ilişkilerinde de geçerliliğini sürdürebilmektedir.

“Medya, bizim yaşam alanımızın dışındaki dünyadan bilgi almamızı sağlayan en önemli araçtır. Biz dış dünyayı onun bize verdikleriyle görmekte, tanımakta ve öğrenmekteyiz. Bize ulaşan bilginin kaynağı bizim dünyaya bakışımızı şekillendirmekte, onun oluşturduğu gerçeklik gözlüğünden dış çevreyi anlamlandırmaktayız. Gerçek, toplumsal yaşam içerisinde çok kritik bir önemi olan neden-sonuç ilişkisinin kültürel anlamda edinilen deneyimlerle kurulduğu bir alandır. Bireyin deneyimlerinin sonucunda geliştirdiği bilişsel şemaya uygun olan şeyler, ona göre gerçektir.”¹⁷

¹⁷ Prof. Dr. M. Sezai Türk, Medyanın Gerçeklik inşası ve gerçeklik algısı, 2014

Unutulma Hakkında da bilgi konusunda taraflar arasında bir asimetric bilgi yani bilgi asimetrisi söz konusudur, yaşanmış bir deneyimin veya olayın silinmesi taraflar arasında karşılıklı bilgi eksiğine neden olmaktadır. Günümüzde sahip olduğumuz teknolojik imkanlar sayesinde internet üzerinde arama motorları ile bireyler hakkında araştırma yapılabilmektedir. Genellikle insan kaynakları ve benzeri alanlar, bireyin resmiyette ispatlayıp beyan ettiklerinin yanı sıra bir de edinilebilecek bilgiler bulunabilmektedir. Ancak Unutulma Hakkının kullanımı ile bireylerin bu bilgilerini sildirdiğini düşünen karşı tarafın birey hakkındaki düşünceleri bilgi asimetrisi şeklinde oluşabilir. Bu durumda kötü senaryo üzerinden değerlendirmeler gerçekleştirilebilir. Bu talep edilen ücreti ve günlük hayatta karşılıklı olarak oluşacak alışverişte orta veya ortanın altını elde etmeye neden olmaktadır. Kuram düşünce yapısı gereği, bireyler arasında asimetric bilginin olduğunun düşünülmesi ile karşı taraf kendini korur ve kötü araba, sağlıksız sigorta müşterisi üzerinden hesaplamalarını ve kararlarını verebilmektedir. Bu insan ilişkilerinde güven eksikliğine, potansiyelinin altında değerlendirilen bireylerin gelirlerinde düşmeye, toplumsal refahta da düşüşe, ortalama ve ortalamanın altına mahkum olmayı veya piyasayı manipüle ederek, adil olmayan bir şekilde piyasayı kullanmalarına neden olabilmektedir.

Diğer yandan ise hayatın kutsallığının, bireyin kendini geliştirmesi, hatalarından ders alabilmesi ve kendine beyaz bir sayfa açabilmesi insanların mutluluklarına neden olmanın ötesindedir. Aynı zamanda toplumsal anlamda da mutluluk ve refaha neden olabilmektedir. Yaşamını düzenleyen doğruyu seçebilme alternatifinin var olduğunu bilen bireylerin, seçim yapma özgürlüğünün yanı sıra verimlilikleri de artacaktır. Yaşamın doğası gereği, tam bilgi mümkün değildir. Bu yüzden bireylerin mutluluğu, özgürlüğü ve verimliliği aynı zamanda toplumsal refahı da olumlu yönde etkilemektedir.

SONUÇ

Teknolojik ve toplumsal anlamda değişimin ve gelişimin çok hızlı olduğu bir zaman dilimindeyiz. Yeni kavramların oluşmasının yanı sıra yüzyıllardır kullandığımız kavramların içerikleri ve tanımlamaları da değişmektedir. Bazı kavramlar yok olurken bazı kavramların içine sürekli bir ekleme yapılmakta, *HAKLAR* gibi. Bu eklemeler de

zamanın ruhu ve ihtiyaçlarla birlikte oluşmakta ve kavramın kendisini de geliştirmektedir. Değişim ve gelişimin beraberinde getirdiği yeni haklar ve var olan haklara yapılan eklemeler yaşadığımız dünyadaki hukuksal düzenlemelerimize dayanak oluşturmaktadır.

Bilişim hukuku kavramı ve yasaları oluştururken de bu değişim göz önünde bulundurularak oluşturulmaktadır. Bu değişimler bireyin mutluluğu ve toplumun refahını gözeterek bugüne kadar birikile gelmiş bilgilerin toplamının dışında yeni bir dünya için yeni kuralların oluşturulması, toplumun menfaatine olacaktır. Beşerî sermayenin verimliliği toplumsal refaha somut bir katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda yaşamındaki bazı yaşamışlıkların bilgisi toplumla paylaşıldığında, bireyin geleceğinde bir engel oluşturması, bireyin gelecek planlamasının bozulmasına veya değişmesine neden olması durumunda, bu bireyin hayatın her alanındaki verimliliğinde düşüşe neden olacaktır.

Toplumdaki bireylerin haklarını savunurken oluşturulacak dengede başka bireylerin hakları göz ardı edilmeden oluşturulmalıdır. Farklı görüşler arasındaki tutarlı olan dayanak noktalarına bakılarak bir dengenin oluşturulması bu noktada çok önemlidir. Dengenin oluşturulmasında haklar arasındaki dengede oldukça önemlidir. Her türlü bilgiye erişimin sağlandığı, özgürlükler ile ilgili yeni eklemelerin yapıldığı günümüz dünyasında, var olan bilgiye erişimin kısıtlanması veya bu bilginin yok edilmesi, silinmesi bir anlamda üçüncü şahıs olan bireyin bilgi eksikliğine neden olabilmektedir. Bireyin başka bir birey veya grup hakkında elde edeceği bu bilginin onun hayatına sağlayacağı faydayı veya fırsatı, bilgi asimetrisi kuramı üzerinden ele aldığımızda ise bu fayda veya fırsat piyasada asla yer alamadığından, kötü senaryo üzerinden olasılıklar hesaplanmaktadır. Kişisel ilişkiler açısından ise üçüncü şahıslar daha düşük bir bilgi seviyesi ile karar mekanizmalarını ve analizlerini gerçekleştirmek zorunda kalmış olmaktadır. Onların haklarının göz ardı edilmesinin toplumsal anlam insan ilişkileri ve iş hayatındaki ilişkiler açısından var olan bu bilgi asimetrisinin, gerçekleştiği alanda bir piyasa başarısızlığına neden olabilmektedir.

Dijital dünyanın oluşumundaki gelişmelerle birlikte her gün yeni bir suç, yeni bir hak, yeni bir yasa ve yeni bir yaptırım ve korunma oluşturulmaya çalışılmaktadır. Bir

tarafından bireyin yaşamının biricikliği ve onun bireysel özgürlüklerine ve mutluluğuna engel olmama çabasıyla yasal düzenlemeler hazırlanırken. Diğer tarafta ise bireyin bilgi edinme, bilgiye erişimini ve kendini ifade etme özgürlüğüne ket vurulmaması gibi özgürlükler incelendiğinde. Her iki bakış açısının değerlendirmelerinde, biri diğerinden daha az önemli değildir. Her iki perspektifte de dengenin sağlanması ve hakkaniyetli çözümlerlerin oluşması günümüz teknolojisinin vaat ettiği dünya için gereklidir. Yasal düzenlemelerin oluşturulması sürecinde verilen haklar başka bir kesimin hakkında eksilmeye neden olmamalıdır. Bu anlamda oluşumları doğru analiz ederek en doğru düzenlemelerin oluşturulmasına çabalanırken, multi-disipliner çalışmalardan faydalanarak ilerlenmelidir.

KAYNAKÇA

- Akerlof, G. A. (1970). The Market for “Lemons” Quality Uncertainty and the Market Mechanism, JSTOR Collection, s. 488-500.
- Avşar, B. Z., Öngören, G. (2010). *Bilişim Hukuku*. İstanbul: Türkiye Bankalar Birliği.
- Elmalica, H (2016). Bilişim Çağının Ortaya Çıkardığı Temel Bir İnsan Hakkı Olarak Unutulma Hakkı, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, Cilt:65, Sayı:4 s. 1603-1636.
- Sağiroğlu, Ş., Bülbül, H. İ., Kılıç, A., Küçükali, (2020). *Digital Okur Yazarlık Araçlar, Metodolojiler, Uygulamalar Ve Öneriler*. İstanbul: Nobel Kitap.
- Güneysu, G. (Ed) (2019). *Bilişim hukuku*, Eskişehir: AÖF.
- Hirschman, A. (1977). *Tutkular ve çıkarlar*, İstanbul: Metis yayınevi.
- Işık, M.(ed). *Digital yayıncılık*, Eskişehir: AÖF.
- Korkmaz, A., (2014). İnsan hakları bağlamında özel hayatın gizliliği ve korunması, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Cilt: 2014, Sayı: 3, s. 99-103.
- Özenç Uçak, N. (2010). Bilgi: Çok yüzlü bir kavram, Türk Kütüphaneciliği Cilt:24, sayı: 4 s. 705-722.
- Ryan, J. (2010). *İnternetin geçmişi ve dijital gelecek*, TÜBİTAK.

- Schwab, K. (2016). *Dördüncü sanayi devrimi*, İstanbul: Optimist Kitap.
- Skinner, Q., Strarh, B. (2007). *Devletler ve yurttaşlar*, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Snowdon, B., Vane, H. (2012). *Modern makroekonomi*, Ankara: Efil Yayınevi.
- Türk, M. S. (2014), Medyanın gerçeklik inşası ve gerçeklik algısı, *Düşünce Dünyasında Türkiz Siyaset ve Kültür Dergisi* Yıl:5 / Sayı: 28 s. 5-9.
- Türk, M. Sezai, (2017). Yeni medya ve demokrasi, *İct Media*.
- <https://news.gallup.com/poll/319037/vulnerable-lack-internet-lifeline.aspx>
- https://www.ariadnanorberg.com/static/media/aen11_criticalessay.de094d96.pdf

SAĞLIK İLETİŞİMİ BAĞLAMINDA HASTALIK ALGISI: BİR ÖRNEK OLARAK COVID- 19

Şehriban Kayacan*

Özet

İletişim, yalnızca ileti alışverişi değil toplumsal değişmeyi sağlayan en önemli araçtır. Sağlık iletişimi de kişiler arasındaki (hasta- hasta yakını- hekim/sağlık çalışanları) sorunları çözmek, gereksinimlerini karşılamak ve tedavi sürecini başarılı bir şekilde tamamlamak adına önem taşımaktadır. Sağlık iletişimi; bireylerin yaşam kalitelerini arttırarak toplumsal sağlığa katkıda bulunmaktadır. Sağlık iletişiminin salgın hastalıkların yayılmasını engellemek ve bu süreçte halkı bilinçlendirmek gibi önemli görevleri de vardır. Salgın hastalıkların engellenmeye çalışılması durumlarında toplumun hastalık algısı doğrudan etkiye sahiptir. Bireylerin inançları, deneyimleri ve kişilik özellikleri hastalığı nasıl algıladıklarını dolayısıyla da hastalığın seyrini etkilemektedir. Sağlık iletişimde sağlık sağlayıcıları hastalık algısını arttırdıkları zaman hastalığın sürecini, yönünü ve etkilerini de daha kolay kontrol altına almaktadır. Bulaşma hızı sebebiyle kısa süre içerisinde pandemi ilan edilen COVID-19 yaşamın tüm alanını olumsuz etkilemiştir. Vaka ve ölüm sayılarının artması, hastalığın yok olacağı zamanın bilinmemesi ve aşısının uzun süredir bulunamamış olması önce korkuya daha sonra da paniğe sebebiyet vermiştir. İnsanların hayatına birdenbire giren bu yeni virüs hakkında zihinlerde yeterli bilginin olmayışı ya da eksik bilgilerin halk arasında yayılması, panik bir durum yaratmaktadır. Halkı bilinçlendirmek ve doğru bilgilendirme yapmak amacıyla salgının ortaya çıkışından günümüze kadar geçen kısa süre içerisinde COVID-19 hakkında bilimsel çalışmalar yapılmış, sağlık iletişimi ile ilgili makaleler literatüre kazandırılmıştır. Bu çalışma da dünyayı etkisi altına alan, toplumsal temelli ekonomik, sosyal, psikolojik yansımaları olan koronavirüs ile ilgili yapılan çalışmaları derlemek amacıyla hazırlanmış ve COVID-19 pandemisinin topluma yansımalarına yer verilmiştir. Bu içerikler doğrultusunda hazırlanan içeriğin yeni çalışmalara ışık tutacağı öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: COVID-19, Koronavirüs, Pandemi, Sağlık İletişimi, Hastalık Algısı.

* Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Araştırmaları Doktora Öğrencisi
sehribankayacan2017@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5664-7928

Geliş Tarihi: 29.06.2021 Kabul Tarihi: 26.09.2021 Yayın Tarihi: 24.11.2021

Atıf Bilgisi / Reference Information

Kayacan, Ş. (2021). Sağlık İletişimi Bağlamında Hastalık Algısı: Bir Örnek Olarak Covid - 19, Türkiye Medya Akademisi Dergisi, Cilt:1 Sayı:2, s. 112 -136

PERCEPTION OF DISEASE IN THE CONTEXT OF HEALTH COMMUNICATION: COVID-19 AS AN EXAMPLE

Şehriban Kayacan*

Abstract

Communication is not only the exchange of messages but also the most important tool that provides social change. Health communication is also important in order to solve the problems between people (patient-patient relatives-physician/health workers), meet their needs and complete the treatment process successfully. Health communication; contributes to social health by increasing the quality of life of individuals. Health communication also has important duties such as preventing the spread of epidemics and raising public awareness in this process. In cases where epidemics are tried to be prevented, the society's perception of the disease has a direct effect. Beliefs, experiences and personality traits of individuals affect how they perceive the disease and thus the course of the disease. In health communication, when health providers increase the perception of the disease, they control the process, direction and effects of the disease more easily. COVID-19, which was declared a pandemic in a short time due to its rate of transmission, adversely affected all areas of life. The increase in the number of cases and deaths, the unknown when the disease will disappear, and the fact that the vaccine has not been found for a long time caused first fear and then panic. The lack of sufficient information about this new virus, which suddenly entered people's lives, or the spread of incomplete information among the public creates a panic situation. In order to raise public awareness and provide accurate information, scientific studies have been carried out on COVID-19 in a short time since the outbreak of the epidemic, and articles on health communication have been brought to the literature. In this study, it was prepared to compile the studies on the coronavirus, which has social-based economic, social and psychological reflections, which affect the world, and the reflection of the COVID-19 pandemic on the society is included. It is anticipated that the content prepared in line with these contents will shed light on new studies.

Keywords: COVID-19, Coronavirus, Pandemic, Health Communication, Disease Perception

* Corresponding Author: Ege University Institute of Social Sciences, Communication Studies PhD Student, sehribankayacan2017@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5664-7928

GİRİŞ

Salgın hastalıklar içinde bulunulan süre içerisinde insanlar üzerinde çeşitli zorluklara neden olmakla beraber hastalık geçtikten sonra da derin yaralar bırakmaktadır. Önce ulusal başlayan sonra küresel hale gelen koronavirüs (COVID-19) salgını coğrafi mekân tanımadan bütün toplumlara sosyal statüye, cinsiyete bakmadan yayılmış ve yayılmaya da devam etmektedir. Koronavirüsün dünyada henüz tedavisi /aşısı kesin olarak bulunamamakta, hızla yayılmaya devam etmekte ve kontrol altına alınamamaktadır. Dünya üzerinde birçok ülkede salgın ciddi boyutlara ulaşmış, vaka sayılarında giderek artış gerçekleşmiş ve çok sayıda insanın ölümüne sebep olan virüs Türkiye’de de ilk olarak 10 Mart 2020 tarihinde görülmüş ve T.C. Sağlık Bakanlığı tarafından açıklanmıştır.

Dünyada tüm bölgelerde görülmesi üzerine pandemi ilan edilen koronavirüs, ülkelerde endişe ve paniğe yol açmıştır. İnsanların hayatlarının her döneminde önemli olduğu gibi pandemi sürecinde de iletişim önem kazanmıştır. Genel olarak halkı bilgilendirmek, yönlendirmek ve bilinçlendirmek amacıyla kurulan sağlık iletişimi, salgın dönemlerinde kitlelerin sağlığını korumak ve hastalığın yayılmasını önlemeyi hedeflemektedir. Bu süreçte hastaların hekimle, hemşireyle ve sağlık çalışanlarıyla hekimin de hastayla, hasta yakınıyla ve meslektaşlarıyla kurduğu iletişim hastalığın seyri adına büyük önem arz etmektedir. Sağlık iletişimi aracılığıyla hastalığın süreci, hastalığa yüklenen anlam ve toplumsal hastalık algısı değişebilir.

Pandemiler, salgın başladığı andan bitimine kadar hatta bittikten sonra bile ekonomik, toplumsal ve sosyal sorunlara yol açmaktadır. Bu sorunlar toplum üzerinde değişim ve dönüşümlere neden olmaktadır. Ayrıca sürecin ne kadar devam edeceğinin bilinmemesi, aşının henüz bulunmaması, giderek artan vakaların görülmesi ve endişeye yol açan haberlerin izlenmesi toplumsal paniğe, umutsuzluğa yol açabilmektedir. İnsanların yakın çevrelerinde, arkadaşlarında ve ailelerinde hasta olan insanların yaşadığı hastalık öykülerini dinlemeleri ya da hastalığı çekenlerin yaşadığı zorluklara tanık olmaları da bu durumu pekiştirmektedir.

Sağlık iletişiminin her geçen gün önem kazanması ve koronavirüs salgınının ortaya çıkmasıyla bu konuda yapılan akademik çalışmalar artmıştır. Salgın ve hastalık

döneminde güncel bilimsel çalışmaların incelenmesi ve yeni çalışmalar yapılmasına ağırlık verilmesi hastalığı kontrol altına almak açısından önemlidir. Ancak; çok sayıda ölüme yol açan bu salgının ortadan kalkması için insanların ulusal ve küresel sorumluluklarının yerine getirilmesi gerekmektedir.

1. SAĞLIK VE SAĞLIK İLETİŞİMİ

Sağlık, bireyin hayatında sabit olmayan, zamanla değişiklik gösteren dinamik bir olgudur. Bu olgu bireyin kendi sosyal, fiziksel ve ruhsal yapısını algılaması ve hekimin ya da sağlık çalışanlarının kontrollerinden sonra herhangi bir hastalığın bulunmama durumu olarak iki açıdan açıklanabilir. Bu bağlamda eğer birey kendini hasta algılamazsa, her yönden iyi hissederse ve sağlık hizmeti verenlerin kontrolleri sonucunda bireye herhangi bir hastalığının olmadığı tanısı konulursa bireyin sağlıklı olduğu söylenebilir (Khorshtd, & Efteli, 2016, s. 2). Kısacası sağlık, kişinin tam bir iyilik hali içerisinde olması anlamına gelmektedir. Tam bir iyilikten kasıt sağlık; bireyin hem fiziksel hem zihinsel hem de sosyal iyilik hali olarak Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından açıklanmaktadır (Cockerham & Ritchey, 1997, s.34). Geçmişten günümüze kadar biyolojik bakış açısı ile gelen sağlık, zamanla toplumsal ve kültürel bir olgu haline gelmiştir.

Sağlık iletişimi insanları bilgilendirme ve yönlendirmenin yanı sıra kitleleri ilgilendiren salgın hastalıklar konusunda halkı bilinçlendirmek ve halk sağlığını korumak, hastalığın yayılmasını önlemek adına önlemler alma durumunu da içermektedir. Sağlık iletişiminin temelinde insanların daha iyi yaşam sürmelerini sağlamak vardır. İlk olarak Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya çıkmış olan sağlık iletişimi kavramı 1970'li yıllarda gelişmeye başlayarak iletişimin çalışma konuları arasında yer almıştır. 1972 yılında Uluslararası İletişim Derneği (International Communication Association - ICA) ile birlikte Türkiye'de bu alanda ilk çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. 1985 yılında Konuşma İletişimi Derneği (Speech Communication Association- SCA) ilk sağlık iletişimi komisyonunun kurulması ile bu alanda yapılan faaliyetlerde artış sağlanmıştır. 1992 yılında ise Uluslararası İletişim Derneği ve Konuşma İletişimi Derneği (ICA ve SCA) birleşmiştir (Rogers, 1994). Böylece hem uluslararası hem de ulusal çalışmalarla iletişimin önemli alanlarından biri haline gelmiştir.

Sağlık iletişimi; toplum sağlığının korunması, insanların yaşam kalitelerinin iyileştirilmesi, sağlık hizmetlerinin tanınması, sağlık programlarının hazırlanması ve düzenlenmesi, sağlıkla ilgili doğru bilgilerin yayılması, sağlık davranışlarının geliştirilmesi, sağlıkla ilgili tutumların değiştirilmesi gibi konuları ele almaktadır (Çınarlı, 2008, s. 45). Bununla beraber sağlık iletişimi, insanlarda sağlık bilincini oluşturmayı, onları bu bilinç dâhilinde sağlıklı davranışlara yöneltmeyi ve bu davranışları gerçekleştirmeleri için motive olmalarını sağlamayı hedeflemektedir (Kaya, 2014, s. 1). Kısaca sağlık iletişimi, hem bireysel hem de toplumsal sağlığı geliştirmeyi, sağlıkla ilgili konularda davranış değişikliği yaratmayı, farkındalığı arttırmayı ve doğru bilgiyi aktarmayı amaçlamaktadır (Mendi, 2015, s. 279).

Kişilerarası iletişim boyutunda bakıldığında zaman sağlık iletişimi; hasta-hekim, hekim-hekim ve hekim- hasta yakını arasında gerçekleştirilmektedir. Doğru bilgiyi, duyguları, istekleri ve görüşleri iletmek için yanı sıra olumlu yönde davranış değişikliği yaratmak için sağlık iletişimine ihtiyaç duyulmaktadır (Tunçel, 2010, s. 131). Etkili iletişim becerilerine sahip sağlık çalışanları aracılığıyla kaliteli bir sağlık iletişimi gerçekleştirilerek hastanın hem fiziksel hem de ruhsal sağlığına kavuşması sağlanabilmektedir.

1.1. Hekim (Sağlık Çalışanları) - Hasta İletişimi

Günümüzde teknolojik imkanların artması, toplumun bilinçlenmesi ve eğitim düzeyinde olan artışla beraber hekim (sağlık çalışanları) ile hasta arasındaki iletişimde artış olduğu ve iletişimin yönünün zamanla değiştiği görülmektedir. İlk zamanlar hastanın etkisinin olmadığı hekim ya da sağlık çalışanlarının iletişimde etkili olduğu durum söz konusuysa zamanla hastanın da hekimin de üzerine düşen sorumlulukları yerine getirdiği paylaşımcı bir iletişim şekli meydana gelmiştir (Arda & Şahinoğlu, 1998, s. 40). Bu iletişim şeklinde her ne kadar çift yönlü ve paylaşımcı olunması beklense de hekimin hastadan daha fazla sorumluluğu ve yönlendirici etkisi olduğu bilinmektedir. Bu bağlamda hekimlerin temel sorumlulukları aşağıdaki maddelerle açıklanabilir (Fletcher, 1980, s. 994):

“ • Öncelikle sağlık bir erdem olarak kabul edilerek insanları hastalıktan korumak amaçlanmalıdır.

- Hastalar çevreleri ile bir bütün olarak değerlendirilmeli ve ayrı bir varlık olarak algılanarak kişiliğine ve sırlarına saygı gösterilmelidir.
- Hastanın tanı ve tedavinin tüm aşamalarına katılımı sağlanmalı, uygulamalar için bilgilendirilmeli ve onayı alınmalıdır.
- Hekim, hastasına yaklaşırken hastanın içinde bulunduğu ruh halini de göz önüne almalı, güler yüzlü davranmalı ve şefkatli olmalıdır.
- Hekim, hastalarına ilaçların kullanımı, diyet gibi bütün konularda kesin, net ve hastanın anlayabileceği bir dille açıklama yapmalıdır.
- Hekim, klinik tanıda gereksiz iyimserlik veya kötümserlikten kaçınmalıdır.
- Hekim, hastalığın seyrini hastaya veya yakınlarına gerekli hallerde uygun bir dille anlatmalıdır.
- Hekim bütün hastalarına eşit muamele etmelidir.
- Hekim sır saklamasını bilmeli ve bu konuda güven verici olmalıdır.
- Hekim, hastasıyla konuşurken mesleki terminolojiden kaçınmalıdır.
- Hekim, hastasını dinlemelidir ve hastasına gerekli olan zamanı ayırmalıdır.”

Hekim-hasta iletişimine yoğunlaşan Gezergün vd. (2006) “*Hastaların Bakış Açısıyla Hekim-Hasta İlişkisi ve İletişimi; Bir Eğitim Hastanesi Örneği*” isimli çalışmalarında hekimin kullandığı dil ve iletişim, teknik yeterlilik, davranış şekli, hastayı bilgilendirme düzeyi, hekime duyulan güven ve hekimle ilgili genel izlenimin; hastaların yaşına, hekimin adını bilip bilmemelerine, görüşme süresine, genel sağlık durumlarına ve başvurdukları polikliniğe göre farklılık gösterip göstermediğini araştırmışlardır. Bu durumun iletişim süreçlerini nasıl etkilediğini ortaya koymaya çalışmışlardır.

1.2. Hekim- Hasta Yakını İlişkisi

Hastanın tedavi edilmesinde iletişim, hem hasta ile hem de hasta yakını ile kurulan dinamik bir süreçtir. Hastalığın tedavi sürecinde hasta yakını emek ve çaba harcanılması gereken önemli bir role sahiptir. Hasta yakınlarının yaşadıkları fiziksel, ruhsal ve maddi sıkıntılar onların bu süreç içerisindeki yaşam kalitelerini de

etkilemektedir. Bu duruma bağlı olarak hasta yakınlarının gergin, stresli, umutsuzluk ve korku gibi olumsuz duygulara sahip oldukları göz önünde bulundurularak iletişim sırasında daha anlayışlı davranılması gerekmektedir (Bademli & Çetinkaya Duman, 2013, s. 464). Hasta yakınlarıyla ilgilenen bireylerin de içinde bulundukları koşullar ve olumsuz duygu durumları nedeniyle sağlıklarının bozulmaması için çalışılmalıdır.

Sağlık çalışanları ile hasta ve hasta yakınları arasında meydana gelen iletişim problemlerinin zamanla artması, bu durumun bilimsel çalışmalara konu olmasına neden olmuştur. Hasta ve hasta yakınları ile iletişimde çözümsüz kalan sorunları aşmak ve daha iyi hizmet sağlamak amacıyla zaman zaman sağlık kurumlarında çalışanlara yönelik iletişim becerilerini geliştirici eğitimler verilmektedir. İletişim sorunları yalnızca sağlık çalışanlarının iletişim becerileri ile çözülemeyeceği, hasta ve hasta yakınlarının da bu becerilere sahip olması gerektiği düşünülmektedir. Hasta yakınlarının farklı kültürlerden, inançlardan ve bireysel özelliklerden gelmesi iletişim sorunlarının çözümünü ya da çözümsüzlüğünü etkilemektedir (Aydın & Şahin, 2016, s. 66). Sağlık çalışanlarının hasta yakınları ile iletişim güçlüklerinin çözülmesi hastayı da olumlu yönde etkilemekte ve daha iyi bir sağlık hizmeti sunulmasını kolaylaştırmaktadır.

1.3. Hekim-Hekim (Sağlık Çalışanı) İlişkisi

Detaylı bilgiye sahip olma ve uzmanlaşmak için branşlaşmasının yaygınlaşmasıyla birlikte hekimler tedavi sürecinde diğer hekimlerden ve sağlık çalışanlarında oluşan ekibe ihtiyaç duymaktadır. Hastaların tedavi sürecindeki tüm ihtiyaçlarına tek başına cevap veremeyen hekimlerin başka hekimlerden yardım alması gerekmektedir. Oluşturulan bu sağlık ekibi üyelerinin tamamı aynı amaca hizmet etmek için bir araya gelmektedir. Temel amacı hastalıkların tanısını koymak, hastaları iyileştirmek ve onları eski sağlıklarına kavuşturarak yaşam kalitelerini arttırmak olan sağlık ekibinin birbirleri ile uyum içinde çalışması ve bu uyumu yakalayabilmek için de aktif bir iletişime sahip olmaları gerektiği düşünülmektedir (Yardımcı, Başbakkal, Beytut, Muslu & Ersun, 2012, s. 132). Sağlık çalışanlarının hastanın tedavi sürecinde uyum içinde çalışmaları hastanın iyileşme motivasyonunun da artmasına yardımcı olacaktır.

Hekimler hastalarını tedavi ederken yalnızca başka hekimlerden değil aynı zaman hemşirelerden de yardım almaktadır. Hekim ve hemşireler, hasta bakımı sağlamak amacıyla hasta bakımı ve tedavisi için plan yapıp, birbirleriyle deyimlerini paylaşır, ortaklaşa çalışır ve birlikte karar verip sorunu çözmektedir (Manisalı, 2013,s. 31). Bu süreçte hekim-hemşire iletişiminde saygı ve güvene dayalı açık bir iletişim olmalı ve birbirlerine karşı yaklaşımları da profesyonelce olmalıdır (Özkaraca, 2009, s. 9). Aynı amaca hizmet etmek için iş birliği içinde çalışan hekim ve hemşirenin hastanın tedavi sürecini hastanın yararına olacak şekilde sürdüreceği düşünülmektedir.

2. HASTALIK VE HASTA OLMA KAVRAMI

Hem fiziksel hem ruhsal olarak acı çekme, mutsuzluk durumu olan hastalık kavramı vücudun normal fonksiyonlarını yerine getiremeyerek vücutta çeşitli rahatsızlıklara yol açması olarak açıklanmaktadır. Günlük çalışma düzeni bozulan ve yapması gerekenleri yerine getiremeyen sistem, fiziksel ya da ruhsal bozukluklar meydana getirir (Kurt, 2005, s. 5). Türk Dil Kurumu tanımına göre hastalık; *“Organizmada birtakım değişikliklerin ortaya çıkmasıyla sağlığın bozulması durumu, rahatsızlık, çor, dert, sayrılık, illet, maraz, maraza, esenlik karşıtıdır”* (www.sozluk.gov.tr). Sözlük anlamı olarak hastalık kavramı bu şekilde açıklansa da bu kavramı sadece biyolojik olarak açıklamak doğru değildir. Tıpkı sağlık gibi hastalık da hem fizyolojik hem de psikolojik/sosyolojik olarak açıklanması gereken bir kavramdır (Tuğut, 2008, s. 18). Kısaca hastalık kavramı sadece tıbbi açıdan bir problemin olması ile sınırlandırılmaz. Hastalık tanısı konan ya da kendini hasta hisseden bireylerin; çevresi ile uyumu, etkileşimi, üretkenliği, verimliliği, kendi içindeki denge durumlarında sıkıntılar meydana gelmektedir (Bolsoy & Sevil, 2006, s. 80). Hastalığın ve sağlığın kökenine bakıldığı zaman zekânın ifade ediliş biçimi olduğu söylenmektedir. Enzimlerin, genlerin, alıcıların, antikorların, hormonların ve nöronların zekâ taşıdığı ve bu zekânın doğru çalışmaması sonucunda vücutta hastalığa yol açtığı bilinmektedir (Kurt, 2005, s. 116).

İnsanlar arasında bulaşmayan hastalıklar olduğu gibi hızla yayılan insandan insana ya da hayvandan insana geçen çeşitli salgın hastalıklar da zaman zaman toplumda meydana gelmektedir. Bu salgın hastalıkların meydana gelmesi ile birlikte

“*endemi, epidemi ve pandemi*” gibi kavramlar ortaya çıkmıştır. Bu kavramlar; bir hastalığın veya enfeksiyonun bir toplumda alışılmış sıklıkta görülmesine endemi, normal ya da alışılmış seyrinden fazla görülmesine (bir ülkeyi etkileyecek şekilde) epidemi, dünyanın geniş bir bölümünde ya da tamamında görülmesine ise pandemi adı verilerek açıklanmaktadır (Aslan, 2020, s. 36). Birçok salgın hastalık önce bulunduğu bölgede kalabalık ortamlarda (hastane, okul vs.) insandan insana bulaşarak yayılmaya başlamakta ve sonrasında bölgenin dışına çıkarak çeşitli ülkelere yayılmaktadır (Ergönül, 2016, s. 4). Ülkeleri de aşarak kıtalara hatta dünyanın tamamına yayılırsa o hastalık için pandemi ilan edilmektedir. Tarih boyunca çeşitli salgın hastalıklara rastlanmıştır. Bu hastalıkların ismi, tarihi, nedeni, ilacı ve sosyoekonomik sonuçları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo1: Tarih Boyunca Salgın Hastalıklar ve Sonuçları

Hastalık	Tarih	Nedeni	İlacı	Sosyoekonomik Sonuçları
Çiçek	12. Yüzyıl	Virüs	Aşı	Çocuk ölümleri
Lepre	13. Yüzyıl	Bakteri	Antibiyotik	Vücutta deformasyon ve toplumdaki dışlanma
Veba	14. Yüzyıl	Bakteri (?)	(?)	Kitlesel Ölüm ve sosyoekonomik yaşamın durması
Frengi	15. Yüzyıl	Bakteri	Antibiyotik	Cinsel Hastalık
Dizanteri	16. Yüzyıl	Virüs, Bakteri, Amip	Antibiyotik	Kirli sular ve yoksulluk
Tüberküloz	17. Yüzyıl	Bakteri	Antibiyotik	Hijyen, beslenme eksikliği ve yoksulluk
Kolera	19. Yüzyıl	Bakteri	Antibiyotik	Kirli sular, hijyen, beslenme eksikliği ve yoksulluk
HIV/AIDS	20. Yüzyıl	Virüs	Antiretroviral tedavi	Cinsel Hastalık
Ebola, Kuş, Domuz, Deli Dana, KKKA, SARS, MERS	21. Yüzyıl	Virüs	İlaçla tedavi, aşı, mutasyon	Küresel salgın, turizm sektöründe kısa dönemli bölgesel gerileme
COVID 19	2019	Virüs	?	Kitlesel ölümler ve sosyoekonomik yaşamın durması

Kaynak: (Alpago, 2015)

Tarih boyunca insanların sağlığını tehdit eden, ölümlere yol açan ve sosyoekonomik yaşamda çeşitli sorunlara neden olan bakteri ve virüsler yukarıdaki tabloda gösterilmektedir. Virüs ve bakteri kaynaklı hastalıkların tedavisi için gerekli olan ilacın bulunmasıyla birlikte ilacın bulunmasından önce meydana gelen sosyoekonomik sonuçların ortadan kalkması beklenmektedir. 2019 yılında başlayan ve 2021 yılında da devam eden COVID-19, teknolojik gelişmelere rağmen küresel salgın hastalık haline dönüşmüştür. Tabloda dikkat çeken en büyük nokta ise her yüzyılda bir salgın hastalığın meydana gelmiş olmasıdır. Bu bağlamda bakıldığında gelecek yüzyıllarda da canlı yaşamı olduğu sürece virüs ve bakterilerin neden olduğu salgın hastalıklar meydana gelecektir.

2.1. Hastalığı Kabullenme

İnsanlar kendilerini hasta hissettiklerinde ya da herhangi bir hastalığı olduğunun tanısı konması üzerine kötü hissetmektedir. Hastalık tanısı konan bireyler, yaşamlarına aniden giren hastalık ile hayatlarının kısıtlanacağını ve her şeyin farklı bir süreçte ilerleyeceğini düşünmeye başlamaktadır. Oysaki hastalığı kabullenip hayatlarına devam eden kişilerin hastalıkla birlikte gelen bireysel, ailevi, mesleki ve toplumsal sıkıntıları daha kolay aştıkları söylenmektedir (Demirtaş & Akbayrak, 2009, s. 15). Kabullenmenin gerçekleşmesi ile birlikte hastalar günlük hayatlarına daha kolay uyum sağlayıp yaşam kalitelerini düşürmeden hastalıkla baş edebilir (Besen, 2011, s. 6). Hastalığı kabullenme süreci kişiden kişiye değişse de aile desteği çok önemli bir faktördür. Ailesinin bu hastalık sürecinde yanında olduğunu bilen, onların güveninin ve ilgisinin eksikliğini yaşamayan bireyler hastalığı daha hızlı kabullenebilir (Mustafova, 2015, s. 15). Hastalığı kabul düzeyleri yüksek olan hastalar da hem içinde bulunduğu duruma daha iyi uyum sağlayabilir hem de iyileşme yönünde büyük adımlar atabilir.

2.2. Toplumda Hastalık Algısı

İnsanlar herhangi bir hastalıkları olduğunu doktor muayenesinden sonra tanı konularak öğrendikten sonra kendi kendilerine çeşitli davranışlar geliştirmekte ve farklı inançlar geliştirmeye başlamaktadır. Hastaların hastalıklarına olan tutumları, inanışları tanı sonrası süreçte ve tedaviye verilen yanıtta önemli rol oynamaktadır (Kocaman, Özkan, Armay & Özkan, 2007, s. 272). Hasta ya da sağlıklı olma hali insanların

biyolojik, toplumsal ve ruhsal olarak kendilerini nasıl algıladıkları ile ilgili olmaktadır (Tuğut, 2008, s. 18). Hastalık kavramı toplumun tutum, davranış ve inançlarına göre zaman içerisinde şekillenmektedir. Toplumun sağlığı ve hastalığı nasıl algıladığı, zaman içinde kültürle göre nasıl değiştiğine verilen en açıklayıcı örnek obezitedir (Aytaç & Kurttaş, 2015, s. 247). Geçmişte kilolu olmak fakir olmamanın bir göstergesi iken günümüzde çok ciddi ve tedavisine erken yaşlarda başlanması gereken bir hastalıktır. Sağlıklı olma durumuna erişebilmek için bu sorunun çözülmesi gerekmektedir.

İnsanların tedaviye niyetlenmeleri, hasta olduklarına inanıp doktora gitmeleri de toplumun çeşitli semptomları hastalık olarak algılaması ve kabullenmesi ile alakalı bir durumdur. Bu durumda hastalığın da sağlığında algılanma biçiminin toplumdan topluma ve kültürden kültüre göre farklılık gösterdiği söylenebilir (Adak, 2002, s. 32). İnsanlar hastalıklarını öğrendikten sonra çeşitli davranışlar göstermektedir. Bazı insanlar sahip olduğu hastalığın başına gelen en kötü şey olduğunu ve iyileşemeyeceğini düşünürken bazı insanlar bunun geçici bir süreç olduğuna inanarak hızla tedavi sürecine başlamaktadır. Toplumda bir başka kesim inançları gereği başına gelen bu hastalığın sabredilmesi, isyan edilmemesi gereken bir durum olduğunu düşünürken toplumun bir başka kesimi ise karamsar davranışlar sergileyerek tedavi sürecinden uzaklaşmaktadır (Dönmez, 2016, s.7). Bu bağlamda insanlar benzer semptomları yaşayıp aynı hastalıklara sahip olsa bile aynı davranışları sergilememekte ve hastalığı aynı şekilde zihinlerinde konumlandırmamaktadır.

Hastalık belirtileri başladığı andan itibaren hastalar aynı belirtileri yaşayan aile üyeleri, akrabalar, yakın arkadaşlar gibi sosyal çevrelerinden edindikleri bilgilerle ve kendi kişisel deneyimlerinden yola çıkarak çeşitli düşünceler geliştirmektedir. Genellikle toplumda sık görülen hastalıklarda hastalık algısı daha hızlı oluşmaktadır ve bireyin hastalığa karşı verdiği tepkiler benzerlik gösterebilmektedir. Bu durum nadir görülen hastalıklarda ise hastaların zihninde belli bir algı oluşmadığı için hastalıkla baş etmede zorluklar oluşabilmekte ve hastaların yaşam kaliteleri etkilenebilmektedir (Kaptein vd, 2008, s.625). Hastalar; algılarına bağlı olarak hastalığı, hastalık süreçlerini ve tedaviye bakış açılarını farklı biçimlerde yaşamaktadır. Böylece her hastanın kendisinin deneyimleyerek oluşturduğu hastalığa yönelik inancı, algısı gelişmektedir.

Hastalar, kişiler arası ilişkilerinde de bu deneyimlerini kendi zihinlerinde yarattıkları şekilde aktarmaktadır. Bireyler hastalıklarının semptomlarını, nasıl tanı konulduğunu, hastalıktan önceki ve sonraki zaman diliminde yaşadıkları fiziksel ya da duygusal değişiklikleri benzer sıkıntıları çeken insanlarla paylaşmaktadır. Zaman zaman aynı hastalığa sahip olan bireylerin algılarında da büyük farklılıklar olduğu söylenebilmektedir.

3. COVID-19 (KORONAVİRÜS)

Koronavirüsler (CoV), insandan insana ve hayvanlardan insanlara geçen tipleriyle büyük bir virüs ailesidir. İnsandan insana geçen tipleri HCoV-229E, HCoV-OC43, HCoV-NL63 ve HKU1-CoV olarak bilinirken hayvandan insana geçen alt tipleri ise Ağır Akut Solunum Sendromu (Severe Acute Respiratory Syndrome) SARS-CoV, Orta Doğu Solunum Sendromu (Middle East Respiratory Syndrome) MERS- CoV olarak adlandırılmaktadır. SARS-CoV, MERS- CoV olarak bilinen bu iki virüs tipi ağır hastalıklara ve ciddi sayılarda ölümlere neden olabilecek salgınlara yol açmaktadır (Ekiz, İlman & Dönmez, 2020, s. 140).

Koronavirüsler 1960’larda keşfedilmesine rağmen (COVID-19) koronavirüs salgını, Çin’in Vuhan şehrinde 2019 yılının sonlarında ortaya çıkmış (Maraş & Batu, 2020, s. 135), 2020 yılı ocak ayında da tespit edilmiştir. 13 Ocak 2020 tarihinde Çin dışında başka ülkelerde de aynı virüs görülmeye başlanmıştır. Yeni çıkan bu virüsü Dünya Sağlık Örgütü, SARS-CoV-2 olarak isimlendirmiştir. İnsanların solunum yolu rahatsızlığı (öksürük, ateş, nefes darlığı ve diğer etkileri) şikayetleri ile hastanelere gitmesi üzerine yapılan çalışmalar sonucunda hastalık tespit edilmiştir (Yürekli, 2020, s. 35).

Türkiye’de ilk defa 10 Mart 2020 tarihinde ortaya çıkan bu virüs hızla yayılma göstermiş ve can kayıplarına sebep olmaya başlamıştır. Sadece Türkiye’de değil dünya genelinde vaka ve ölüm sayılarının artması üzerine Mart 2020 tarihinde Dünya Sağlık Örgütü (W.H.O.) tarafından “*pandemi*” ilan edilmiştir (BBC, 2020a). Küresel çapta meydana gelen sıkıntıların yaşanmasına sebep olan virüse karşı ülkeler sıkı tedbirler alarak virüsün bulaşıcılığının hızını kesmeye, daha fazla can kaybının olmasını engellemeye ve normal hayata dönmeye çalışmıştır.

Pandemi ilan edilmesi ve virüsün Türkiye’de görülmesi üzerine Sağlık Bakanlığı tarafından bir bilim kurulu oluşturulmuş ve halkı bilinçlendirmek amacıyla COVID-19 rehberi yayınlanmıştır (AA, 2020). Bununla beraber sosyal hayat başta olmak üzere çeşitli alanlarda kısıtlamalar getirilerek halkın sağlığının korunması sağlanmaya çalışılmıştır. Yurt dışından gelen yolcuların 14 gün karantinada kalması, çok sayıda ülkeye uçuşların durdurulması, yüz yüze eğitimin dijital ortamlar üzerinden sürdürülmesi, 65 yaş üzerine ve 20 yaş altına sokağa çıkma yasağı getirilmesi, maske takma zorunluluğu, şehirlerarası yolculuklara getirilen sınırlılık, kutlamalara gelen sınırlılıklar/yasaklar (nişan, düğün, asker eğlencesi, kına gecesi) gibi süreç içerisinde vaka sayılarına göre alınan tedbirler küresel düzeydeki bu salgın ile mücadele etmek amacıyla gerçekleştirilmiştir (Budak & Korkmaz, 2020, ss. 72-74). Aşağıdaki tabloda virüsün ortaya çıkışından itibaren oluşturulan zaman çizelgesi verilmiştir.

Tablo 2: COVID-19’un Zaman Çizelgesi ve Türkiye’deki Başlıca Uygulamalar

31 Aralık 2019	Wuhan’dan etiyojisi bilinmeyen pnömoni vakaları bildirildi.
1 Ocak 2020	Wuhan’daki Huanan Deniz Ürünleri Pazarı kapatıldı.
6 Ocak 2020	Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü tarafından COVID-19 Operasyon Merkezi kuruldu.
7 Ocak 2020	Salgının nedeni olarak yeni koronavirüs ilan edildi.
10 Ocak 2020	Coronavirus Bilim Kurulu, Türkiye COVID-19 Danışma Komitesi toplandı ve ilk toplantısını yaptı.
14 Ocak 2020	2019-nCoV Hastalık Kılavuzu Bilim Kurulu’nun önerileri ile yayınlandı.
30 Ocak 2020	DSÖ salgını “Uluslararası Halk Sağlığı için Acil Durum” ilan etti.
1 Şubat 2020	Türk Hava Yolları Çin’e gidiş ve geliş uçuşlarını iptal etti.
2 Şubat 2020	Türk vatandaşları Çin’den tahliye edildi ve 14 gün tecrit edildiler.
23 Şubat 2020	Türkiye, Çin’e olan tüm uçuşları iptal etti ve tüm yolcuları ateş ve solunum semptomları için taramaya başladı.
	Türkiye, İran-Türkiye sınır kapılarını kapattı ve İran’a tüm uçuşları yasakladı.
10 Mart 2020	Türkiye’de ilk teyit edilen COVID-19 vakası rapor edildi.
12 Mart 2020	Türkiye 16 Mart’tan itibaren okulları ve üniversiteleri kapattı.
16 Mart 2020	Türkiye’de hapisanelerde bireysel ve aile görüşmelerini yasakladı.
24 Mart 2020	≥65 yaşından, immün yetersizliği/kronik hastalığı olan kişilerin toplu taşıma araçlarıyla seyahat etmesi, sokağa çıkması kısıtlandı.
3 Nisan 2020	20 yaşın altındaki insanlar için sokağa çıkma yasağı uygulandı.
9 Nisan 2020	Türkiye, hafta sonları sağlık çalışanları ve güvenlik çalışanları dışında tüm vatandaşlar için geçerli sokağa çıkma yasağı ilan etti.

Kaynak: Kutlu R., TJFMPC www.tjfmpe.gen.tr 2020; 14 (2)

Tüm bu uygulamaların yanı sıra 2020 Mart ayı itibari ile virüsün bulaşıcılığının fazla olması nedeniyle halkın daha az kişiyle temas etmesi için “Hayat Eve Sığar”

kampanyası ile “evde kal” çağrısı yapılmıştır (Küçükşen, 2020, s. 40). Bu çağrılara uymayarak çok sayıda insana temas eden, virüsü yayan kişileri durdurmak amacıyla çeşitli cezalar getirilmiş ayrıca Sağlık Bakanlığı tarafından salgını önlemek amacıyla bir filyasyon ekibi kurulmuştur. Salgın hastalıkları önlemek ve virüsün bulaşma zincirini kırmak için kurulan bu ekip, koronavirüs kapmış olan bireyin bir araya geldiği diğer insanları da takip ederek onların başkalarına temas etmesini önleyecek bir sistemle çalışmaktadır (BBC, 2020b). Aşağıdaki tabloda 25.09.2020 tarihi itibarı ile Türkiye’deki güncel durum verilmiştir.

Tablo 3: Türkiye’de Güncel Durum (25.09.2020 İtibarıyla)

Yapılan Toplam Test	9.721.687
Toplam Hasta Sayısı	309.790
Toplam Vefat Sayısı	7.785
Ağır Hasta Sayısı	1.573
Toplam İyileşen Hasta Sayısı	271.964

Kaynak: Sağlık Bakanlığı COVID-19 Rehberi

Yukarıdaki tablo sadece Türkiye’deki durumu gösterse de COVID-19 (Koronavirüs) sadece ulusal değil küresel bir endişeye yol açmıştır. Dünyanın hemen her ülkesinden gelmeye başlayan ölüm ve vaka raporları bu endişeyi desteklemektedir. Hızla yayılma potansiyeline sahip olan bu virüsün henüz aşısı, ilacı ya da herhangi bir tedavi yönteminin bulunamamasından dolayı gün geçtikçe insanlar üzerindeki endişesi de artmaktadır.

3.1. Pandeminin Topluma Yansımaları

Küresel çaptaki COVID-19 salgını sürecinde insanlar hem kendilerinin hem de başkalarının sağlığını riske atmamak için çeşitli kısıtlamalara maruz kalmaktadır. Virüsün ciddiyetinin, yayılma hızının ve hayatlarının tehlikede olduğunun farkına varanlar psikolojik açıdan sıkıntılar yaşamaktadır. Bu sıkıntılar kişiden kişiye değişebildiği gibi kültürel, sosyal, ekonomik olarak da farklılık göstermektedir. Aynı zamanda sürecin uzaması, vaka sayılarının artması, virüsün bitecek denilen sürede bitmemesi ve tedavisinin/aşısının uzun süre bulunamamış olması kişilerdeki stresi ve travmatik etkilerini arttırmaktadır (Kaya, 2020, ss. 123-124). İnsanlar üzerinde endişe

ve paniğe yol açan pandemi sadece bireysel değil toplumsal sorunlara da yol açmıştır. Evde kal çağrısına uymaya çalışarak insanlarla temas etmeden alışveriş yapan ve alışveriş rutinini değiştiren halk üzerinde ekonomik kaygılara neden olmuştur. Salgın döneminde sokağa çıkma yasağının gelme ihtimaline karşı insanlar temel besin maddelerini bulamama endişesine kapılarak toplu alışverişler yapmaktadır (Baltacı & Akaydın, 2020, s. 57). Bu durum pandemi hakkında zihinlerdeki belirsizliğin bireylerin harcamalarına da yansıdığını göstermektedir.

Pandemi sürecinde virüsün yayılımının önüne geçemeyen ülkeler başta olmak üzere tüm dünyada çeşitli kısıtlamaların getirilmesi hemen her sektörde ekonomik krizlere yol açmaktadır. Ülkeler arası uçuşların durması ile uluslararası ticaretin olumsuz etkilenmesi, çok sayıda iş yerinin kapatılması, işsizlik oranının artması ve birbirine bağlı sektörlerin yaşadığı olumsuzluklar ekonomiyi durma noktasına getirmektedir (Duran & Acar, 2020, s. 57). Pandemi sürecinde meydana gelen ekonomik daralmaların sonuçlarının kolay geçmeyeceği ve derin izler bırakacağı söylenebilmektedir.

Virüsün yakın temas yolu ile bulaşması ve kalabalık ortamlarda yayılma hızının/oranının yüksek olması nedeniyle dünya genelinde evde kal çağrısı yapılması ile eğitim alanında da değişikliklere gidilmiştir. Salgının yayıldığı ülkelerde okulların kapatıldığı ve uzaktan eğitime geçiş yapılarak öğrencilerin eğitimlerine devam etmesi sağlanmaktadır (Üstün & Özçiftçi, 2020, s. 147). Uzaktan eğitim sürecine başlanmasının ve sürdürülmesinin öğrenciler açısından çeşitli zorlukları olmasının yanı sıra eğitimciler açısından da ciddi sıkıntılara neden olmuştur. Türkiye, pandemi sürecinde eğitimdeki aksaklıkları gidermek ve öğrencilerin eğitim ihtiyaçlarını karşılamak için Milli Eğitim Bakanlığı'na Bağlı okullarda “EBA/Eğitim Bilişim Ağı” sistemi ile evden/uzaktan eğitim verilerek eğitimin kesintiye uğramasına engel olmuştur (www.eba.gov.tr). Öğrencilerin demografik, ekonomik, coğrafi konum, akademik alt yapı gibi özellikleri ile uzaktan eğitime karşı önyargılı olan, teknolojik bilgi ve beceriye sahip olmayan öğretmenlerin uzaktan eğitime olan yaklaşımları eğitimin devamlılığının sağlanması açısından dezavantajlı durumlar olarak görülebilir (Yamamoto & Altun, 2020, s. 31).

Ülkelerin COVID-19 salgınına karşı hazır olmaması, tarımsal üretim süreci ve buna bağlı olarak da lojistik sektörü üzerinde çeşitli etkilere sebep olmuştur. Virüse yakalanmamak, hastalıklardan korunmak ve hastalarında iyileşme sürecinin hızlanması için vitamin kaynağı olan taze meyve lojistiğinde aksaklıklar meydana gelmiştir (Üstün & Özçiftçi, 2020, s. 148). Dünya çapında tarımsal üretimin durması ile açlık ve kıtlığın başlayacağı düşünüldüğünden, çeşitli ülkelerde toplumsal dayanışma ve üretim seferberliği başlamıştır.

Alınan en önemli virüs önlemlerinden birisi de yurt içi ve yurt dışında seyahat kısıtlamalarının getirilmesi, uçuşların yasaklanması ve seyahat etmiş olanların da 14 gün karantinada kalması zorunluluğunun getirilmesidir. Alınan bu tedbirler doğrultusunda önceden planlanmış tatillerin iptali, rezervasyonların ertelenmesi, konaklama yerlerinin tercih edilmemesi turizm sektörünü zarara uğratmıştır (Kıvılcım, 2020, ss. 20-21). Pandeminin kesin olarak ne zaman biteceğine yönelik bir bilginin olmaması hem Türkiye hem de dünya genelinde turizme yönelik iyileşmelerin nasıl olacağını düşündürmektedir.

3.2. COVID-19 Algısı Üzerine Yapılan Çalışmalar

2019 Aralık ayı itibarıyla dünyada ortaya çıkan ve 2020 Mart ayı ile Türkiye’de görülmeye başlayan koronavirüs salgını ekonomi, sağlık, eğitim ve sosyo-kültürel alanlar başta olmak üzere insanların hayatında çeşitli değişimlere yol açmaktadır. Salgın sürecinin getirdiği ekonomik sıkıntılar, üretim kaybı ülkelerin sınır kapılarının ulaşımın kapatılması, uzaktan eğitimde yaşanan sorunlar, duran sosyal ve kültürel hayat, ertelenen turizm, tarımsal ve ticari faaliyetler gibi büyük hasarlara neden olan olumsuzluklar (Özkoçak, Koç & Gültekin, 2020, s. 1193) kısa sürede çok fazla akademik çalışmaya konu olarak literatürde yer almıştır.

Çok sayıda insanın enfekte olmasına ve ölümlerin gerçekleşmesine sebep olan COVID-19 salgınının engellenememesi eğitim alanında değişikliklere gidilmesini de zorunlu kılmıştır. Günün büyük bir kısmını okulda geçiren öğrenci ve öğretmenlerin eğitim-öğretim döneminde yakın temas içerisinde bulunmak zorunda kalmaları ve virüsün bulaş zincirini kırmalarının okul ortamında zor olması sebebiyle uzaktan eğitime geçilmiştir. Okulların kapatılması ile taşıyıcı konumunda olan öğrencilerin

virüsü ailelerine taşıma olasılıkları da azalmaktadır (Demir Öztürk, Kuru & Demir Yıldız, 2020, s. 207). Yamamoto & Altun (2020, s. 25)’un gerçekleştirdiği “*Coronavirüs ve Çevrimiçi (Online) Eğitimin Ölenemeyen Yükselişi*” isimli çalışmada pandemi sürecinde eğitim-öğretime ara verilmemesi için hayata geçirilen uzaktan eğitim ile ilgili yapılan çalışmalar incelenmiş, pandemi sonrasında da dijital öğrenme olarak isimlendirilen bu yeni sistemin yüz yüze eğitime destek olarak değil varsayılan eğitim sistemi olarak devam edeceği sonucuna varılmıştır. “*COVID-19 Pandemic – Online Education in The New Normal and The Next Normal*” adlı çalışmada çevrim içi eğitim alternatifinin eğitimde yenilik fırsatları sağladığı savunulmaktadır. Çevrim içi eğitimin akran eğitimi, sosyalleşme, fiziksel hareketten mahrum kalma, teknolojik kısıtlamalar, aidiyet-bağlılık duygusu eksikliği, dikkat dağıtıcı unsurların varlığı ve katılım eksikliği gibi eksiklikleri olduğu görülse de esneklik, bilgiye erişilebilirlik, küresel erişim, eşitlik, yenilikçilik ve verimlilik gibi avantajlarının üzerinde durulmaktadır (Xie, Siau & Nah, 2020, s. 175). Teknolojinin hızla geliştiği göz önünde bulundurulduğunda gelecekte de eğitim inovasyonunu geliştirmek için çevrim içi eğitimin geleneksel eğitimle birlikte var olacağı düşünülmektedir. Öte yandan uzaktan eğitimin beraberinde getirdiği sorunlar da akademik çalışmalara konu olmuştur. Örneğin; Akbaş & Dursun (2020, s. 78)’un “*Koronavirüs (COVID-19) Pandemisi Sürecinde Özel Alanına Kamusal Alanı Sığdıran Çalışan Anneler*” adlı çalışmalarında bulgular ışığında evden çalışmak zorunda olan annelerin çevrim içi eğitime geçilmesi ile hem iş yerindeki hem de çocukların eğitimi üzerindeki sorumluluklarının arttığından söz edilmektedir. Paudel (2021, s. 70) ’ın “*Online Education: Benefits, Challenges and Strategies During and After COVID-19 in Higher Education*” isimli çalışmasında pandeminin getirmiş olduğu şartlar nedeniyle zorunlu olarak eğitimde çevrim içi sisteme geçildiği söylenmektedir. Öğretmen ve öğrenciler üzerinde yapılan bu çalışmanın bulgularında içinde bulunan koşullar nedeniyle çevrim içi eğitimin geleneksel eğitimin alternatif bir yolu olabileceği ortaya çıkmaktadır. Çevrim içi ve yüz yüze eğitimin harmanlanmış bir şekilde uygulanması Nepal gibi eğitim ve teknolojiye erişim koşulları benzer olan diğer ülkelerde de eğitim sürecinin daha etkili ve başarılı olacağı savunulmaktadır.

Virüsün yayılmasını engellemek için alınan önlemlerden en etkili olanlardan birisi ulaşım yönünde yapılan kısıtlamalardır. Yurt içinde vakaların fazla olduğu şehirlere

giriş-çıkışın engellenmesi ve yurt dışına uçuşların iptal edilmesi bir yandan virüsün temas yoluyla geçme ihtimalini azaltırken diğer yandan turizm sektörünü olumsuz yönde etkilemektedir. Demir, Günaydın & Demir Şen, (2020, s. 99) “*Koronavirüs (COVID-19) Salgınının Türkiye’de Turizm Üzerindeki Öncülleri, Etkileri ve Sonuçlarının Değerlendirilmesi*”, adlı çalışmada otellerin ve ulaşım araçlarının sosyal mesafe kuralına uyabilmek için kişi sayısı kısıtlamasına gidileceği, otellerin havuzları yerine denizlerin tercih edileceği, kalabalık tatil bölgelerindense daha sakin alanlarda tatil yapılacağını ve insanların medikal turizme yöneleceğini öngörmektedir. Öte yandan Kıvılcım (2020, s. 17) “*COVID-19 (Yeni Koronavirüs) Salgınının Turizm Sektörüne Muhtemel Etkileri*” isimli makalesinde temassız dijital işlemler, sosyal mesafeli turlar ve izole tatiller yapılarak turizm sektöründe yeni bir dönemin başlayacağını savunarak farklı bir açıdan durumu değerlendirmiştir. Sobieralski (2020, s. 1) “Covid-19 and Airline Employment: Insights From Historical Uncertainty Shocks to The İndustry.” çalışmada ABD’deki havayolu endüstrisine odaklanmıştır ve geçmişten günümüze kadar havayolu endüstrisinin zaman zaman çok zor durumlarda kalsa da Covid-19 pandemisi gibi hızlı ve şiddetli etkilere sahip olan bir tehdit ile karşı karşıya kalmadığını söylemektedir. Çalışmada havayollarının kapasitesindeki düşüşlerin arttığı ve pandemi gibi belirsiz dönemlerdeki olumsuz etkilerin dört yıldan fazla sürebileceğini savunmaktadır. Durumdan en fazla etkilenen kesimin ise hava yolu çalışanlarının olduğu belirtilmektedir.

Salgın hastalıkların bölgelere, kıtalara hatta dünyanın geneline yayılmasıyla oluşan ekonomik sıkıntılardan, gelir seviyesi düşük olan kesimin daha fazla etkilenmesi tahmin edilebilir. Hastalıkların yayılması sırasında ihtiyaç duyulan sağlık hizmetlerini karşılamak, hastalıklardan korunmak için sağlıklı beslenmek ve işsiz kalındığı takdirde ailesini idare edebilecek düzeyde bir maddi birikim yapmak sosyo-ekonomik durumu düşük olan insanlar için zorlayıcı olabilir. Afacan & Avcı (2020, s. 12) pandemi döneminden ciddi düzeyde etkilenen halkın refahını sağlamak ve toplumsal yaşamı düzene sokmak amacıyla alınması gereken önlemleri “*Koronavirüs (COVID-19) Örneği Üzerinden Salgın Hastalıklara Sosyolojik Bir Bakış*” çalışmasının tartışma ve sonuç kısmında maddelendirmiştir. Bu maddelerde çalışanların işsiz kalmasına engel olma, mevcut hastanelerin güçlendirilmesi/ sahra hastanelerinin kurulması ve hem yurt

içinde hem yurt dışında sıkı önlemlerin alınması konuları yer almaktadır. Bu süreçte gerek sağlık gerek diğer alandaki kurumlara da iş düşmektedir. Batu, Şentürk & Tos'un (2020) "*Sosyal Medyada Sağlık İletişimi Yönetimi*" konulu çalışmasında, kurumların pandemi dönemlerinde yeni ve hızlı kriz planlarına ihtiyaç duydukları ve hedef kitlelerini yönlendirmek/bilgilendirmek için iletişim odaklı sosyal ağ yönetimi yapmaları gerektiğini belirtmişlerdir.

Tüm bu çalışmaların yanı sıra virüsün insanların hayatına girişi, dünyada ve Türkiye'deki yayılma süreci, kaynağı, bulaş yolları, klinik özellikleri ve virüsten korunma yolları da çalışmalara konu olmaktadır. Çiftçi & Çoksüer (2020, ss. 9-18)'in "*Yeni Koronavirüs İnfeksiyonu: COVID-19*" isimli makalesinde koronavirüsten korunmak için temizliğe dikkat edilmesi gerektiği, öksürürken ve selamlaşırken neler yapmamız gerektiğini, nefes almada güçlük ya da ateş gibi tıbbi yardım alınması gereken konularda yapılması gerekenler detaylıca açıklanmıştır.

SONUÇ

Covid-19 virüsü ile ilan edilen pandeminin insanlar üzerinde çeşitli sıkıntılara yol açtığı görülmektedir. İnsanların bu duruma ansızın ve hazırlıksız yakalanması endişelere ve paniğe yol açmaktadır. Daha önce bu derece hızlı yayılan ve ölümcül sonuçlar doğuran bir virüs ile karşılaşmamış olmak süreci zora sokmaktadır. Endişelerin azaltılması, paniğin ortadan kaldırılıp en kısa sürece bu süreçten en az hasarla nasıl çıkılacağına bulunması için en önemli kavram etkili bir sağlık iletişimidir. Hayatın her alanında önemli olan iletişimin sağlık iletişimi bağlamında da halkı bilgilendirmek, yönlendirmek ve bilinçlendirmek açısından önemi büyüktür. Özellikle salgın dönemlerinde kitlelerin sağlığını korumak ve hastalığın yayılmasını önlemek açısından etkili bir sağlık iletişimine ihtiyaç duyulmaktadır. Hastalık sürecinde kurulan hasta-hekim/hemşire/sağlık çalışanı, hekim- hasta/hasta yakını/meslektaş gibi iletişim bağları hem hastalığın seyri hem de toplumsal hastalık algısı adına büyük önem arz etmektedir. Bu durumda sağlık iletişimi aracılığıyla hastalığın sürecinin, hastalığa yüklenen anlamın ve toplumsal hastalık algısının değişebileceği söylenebilir.

Geçmişten günümüze gelene kadar hemen her yüzyılda bir salgın hastalık meydana gelmiş ve hepsinde de salgın sonrası hayata dönüldüğü zaman toplumda hiçbir

şey eskisi gibi olmamıştır. Pandemi döneminde yaşanan sıkıntıların insanları ekonomik, sosyal, toplumsal ve psikolojik olarak derin izler bırakacak şekilde etkilemesi gelecek zamanlarda insanları köklü değişimler yapmaya zorlayacaktır. Pandemi sonrası geçilecek olan yeni döneme, normalleşmeye “Yeni Dünya Düzeni” denilmektedir (Kırık & Özçolak, 2020). Tüm dünyanın mücadele verdiği COVID-19 salgını zaman içerisinde insanların düşünce, davranış, inanış ve toplumsal hastalık algılarında kalıcı değişikliklere neden olacaktır. Hiçbir şeyin eskisi gibi olmayacağı, yeni normal düzene uyum sağlanması gerektiği, her alanda (eğitim, sağlık, ekonomi, turizm, tarım, iletişim vb.) dijitalleşmenin faydalarından yararlanarak günlük rutine devam edileceği düşünülmektedir. COVID-19 gibi bireyler arasından oldukça hızlı yayılan bir virüs ile kişilerin tek başına mücadele etmesi, devletin çeşitli yasaklar ve kısıtlamalar getirmesi, çeşitli önlemlerin alınması yeterli değildir. Bu sürecin biran önce bitip kontrollü bir “normalleşme” sürecine geçilmesi için toplumun tamamının mücadele etmesi büyük önem arz etmektedir. Aksi takdirde sürecin sonlanmayacağı, vakaların daha da artacağı ve çok sayıda insanın yaşamını yitireceği öngörülmektedir.

KAYNAKÇA

- AA. (2020). A’dan Z’ye Kovid-19 Rehberi. <https://www.aa.com.tr/tr/kategori-sayfasimanset/adan-zye-kovid-19-rehberi/1777116> (Erişim Tarihi: 25.09. 2020).
- Adak, Nurşen (2002). Sağlık Sosyolojisi Kadın ve Kentleşme, Birey Yayıncılık, İstanbul.
- Afacan,E. ve Avcı N. (2020). ASEAD 7 (5), 1-14.
- Alpago, H. (2015). The Correlation Between Economic Status And Medical Circumstances. Turkish Economic Review, 2 (1), 3-8.
- Arda, B. ve Şahinoğlu, S. (1998). Etik Açıdan Yaşlılık ve Hekim-Hasta İlişkileri, Turkish Journal of Geriatrics, 1(1).
- Aslan, R. (2020). Tarihten Günümüze Epidemiler, Pandemiler ve Covid-19, Göller Bölgesi Aylık Ekonomi ve Kültür Dergisi 8 (85), 35-41.

- Aydın, B. ve Şahin, E. (2016). Hastanede Hasta ve Hasta Yakınları Düzeyinde Görülen İletişim Problemlerinin Çözümüne Yönelik Bir Model Önerisi. ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi (ODÜSOBİAD), 6(15),64-94.
- Aytaç, Ö., ve Kurttaş, MÇ. (2015). Sağlık-Hastalığın Toplumsal Kökenleri ve Sağlık Sosyolojisi. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 25(1), 231-50.
- Bademli, K. ve Çetinkaya Duman, Z. (2013). Şizofren Hastalarının Bakım Verenleri. Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar, 5(4), 461-478.
- Baltacı, A. ve Akaydın, H. (2020). Covid-19 Pandemi Sürecinin Tüketicilerin Gıda Ürünlerini Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisi: Bir Literatür Taraması. Yüksek İhtisas Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi, 1:57-64.
- Batu, M., Şentürk, Z., A. ve Tos, O. (2020). Health Communication on Social Media: An Analysis on the Twitter Use of the Ministry of Health in Terms of Public Relations Models. e-GİFDER, 8(2).
- BBC (2020a). Koronavirüs Nedir: Covid-19'a Karşı Hangi Önlemler Alınmalı, Virüsün Özellikleri Neler?, <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-51177538> , Erişim Tarihi: 24.09.2020.
- BBC (2020b). Filyasyon Nedir, Koronavirüsle Mücadele İçin Türkiye'de Nasıl Uygulanıyor? <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-52287355> , Erişim Tarihi: 24.09.2020.
- Besen, D.B., Esen, A. (2011). Hastalığı Kabul Ölçeğinin Türk Toplumundaki Diyabetik Bireylere Uyarlanması, TAF Preventive Medicine Bulletin, 10 (2): 155-164.
- Bolsoy, N.. ve Sevil.Ü. (2006). Sağlık-Hastalık Ve Kültür Etkileşimi Atatürk Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi, 9 (3), 78-87.
- Budak, F. ve Korkmaz, Ş. (2020). COVID-19 Pandemi Sürecine Yönelik Genel Bir Değerlendirme: Türkiye Örneği. Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi, (1), 62-79.
- Cockerham, William, C. ve Ritchet, Ferris, C. (1997). Dictionary of Medical Sociology, Westport: Greenwood Pres.

- Çınarlı, İ. (2008). Sağlık İletişimi ve Medya, Ankara: Nobel Yayınları.
- Çiftçi E, ve Çoksüer, F. (2020). Yeni Koronavirüs İnfeksiyonu: COVID-19. FLORA,25(1), 9-18.
- Demir, M., Günaydın, Y., Demir Şen, Ş. (2020). The Evaluation Of The Antecedents, Effects, And Consequences Of Coronavirus (Covid-19) On Tourism İn Turkey. International Journal of Social Sciences and Education Research, 6 (1), 80-107.
- Demirtaş, A. ve Akbayrak, N. (2009). Tip 2 Diyabetes Mellitus’lu Hastaların, Hastalıklarına Uyum ve Kabullenme Kriterlerinin Belirlenmesi, Anatol J Clin Investig, 3 (1), 10-18.
- Dönmez, G. (2016). Kanser Hastalarında Hastalık Algısı İle Üstbiliş, Erken Dönem Uyumsuz Şemalar ve Olumsuz Otomatik Düşünceler Arasındaki İlişkiler. Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Duran, M.S. ve Acar, M. (2020). Bir Virüsü Dünyaya Ettikleri:Covid-19 Pandemisinin Makroekonomik Etkileri, International Journal of Social and Economic Sciences, 10 (1), 54-67.
- EBA TV Ders Yayını. <http://www.eba.gov.tr/> (Erişim Tarihi:25.09.2020).
- Ekiz, T. , İlman E., Dönmez E. (2020). Bireylerin Sağlık Anksiyetesi Düzeyleri İle Covid-19 Salgını Kontrol Algısının Karşılaştırılması, Usaysad Dergi, 6 (1), 139-154.
- Ergönül, Ö. (2016). Enfeksiyon Hastalıkları Epidemiyolojisi, Okmeydanı Tıp Dergisi, 32 (Ek sayı),1-7.
- Fletcher, C. (1980). Listening and Talking to Patients III The Exposition, British Medical Journal.
- Gezergün, A. (2006). İletişim ve Hekimlerin Bakış Açısıyla Hekim-Hasta İletişimi ve İlişkisi; Bir Eğitim Hastanesi Örneği, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2 (3).

- Kaptein AA., Scharloo M., Fischer MJ., Snoei L., Cameron LD., Sont JK., Rabe KF., Weinman J. (2008). "Illness Perceptions and COPD: An Emerging Field for COPD Patient Management", Journal of Asthma, 45 (8), 625-629.
- Kaya, B., (2020). Pandeminin Ruh Sağlığına Etkileri, Klinik Psikiyatri Dergisi, 23, 123-124.
- Kaya, E. (2014). Sağlık İletişiminde Sosyal Medya Kullanımı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Kırık, A.M., Özkoçak, V. (2020). Yeni Dünya Düzeni Bağlamında Sosyal Medya ve Yeni Koronavirüs (Covid-19) Pandemisi, SOBİDER (Sosyal Bilimler Dergisi), 7 (45), 133-154
- Kıvılcım, B. (2020). Covid-19 (Yeni Koronavirüs) Salgınının Turizm Sektörüne Muhtemel Etkileri, USOBED Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, 4 (1), 17-27.
- Kocaman, N., Özkan M., Armay, Z., Özkan, S. (2007). Hastalık Algısı Ölçeğinin Türkçe Uyarlamasının Geçerlilik Ve Güvenilirlik Çalışması, Anadolu Psikiyatri Dergisi, 8, 271-280.
- Khorshtd, L. & Efteli, E. (2016). İki Farklı Bölüm Öğrencilerinin Sağlık Algılarının Karşılaştırılması İki Farklı Bölüm Öğrencilerinin Sağlık Algılarının Karşılaştırılması. Ege Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi, 32 (2) , 1-10.
- Kurt, Z. (2005). Kanseri Hastaların İyileşmesinde Manevi Değerlerin Rolü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kutlu, R. (2020). "Yeni Koronavirüs Pandemisi ile İlgili Öğrendiklerimiz, Tanı ve Tedavisindeki Güncel Yaklaşımlar ve Türkiye'deki Durum" TJFMPC, 14 (2), 329-344.
- Küçükşen, K. (2020). Covid-19 Günlerinde "Ev Halleri"nin Karikatürlere Yansıması Göstergebilimsel Bir Analiz. Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 7 (6) , 38-57.

- Manisalı, A. (2013). Hekim-Hemşire Arasındaki Çatışma Nedenleri. Yüksek Lisans Tezi. Haliç Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü. İstanbul.
- Maraş, G., B. ve Batu, Z. (2020). COVID 19 Pandemisinde Yaşlı Bakımı ve Beslenmesi, (Editör: Bedriye Tuçsiper, Reyhan İrkin, Fatma Çelik Kayapınar, Zeynep Sofuoğlu). Sağlık Bilimlerinde Multidisipliner Yaklaşımlar 1, Ankara: Gece Kitaplığı, 135-152.
- Mendi, B. (2015) Sağlık İletişiminde Sosyal Medyanın Kullanımı: Dünya'daki ve Türkiye'deki Uygulamalar, Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi, 44, 275-290.
- Mustafova, Z. (2015). Yaşlı Diyabetli Hastalarda Diyabet Yükü Ve Hastalığı Kabul Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi, Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İç Hastalıkları Hemşireliği Programı Yüksek Lisans Tezi. Ankara.
- Özkaraca, R. (2009). Hekim ve Hemşirelerin İşbirliğine İlişkin Tutumlar ve Birbirlerini Profesyonellik Açısından Değerlendirmeleri. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sağlık bilimleri Enstitüsü.
- Özkoçak, V., Koç, F., Gültekin T. (2020). Pandemilere Antropolojik Bakış: Koronavirüs (Covid-19) Örneği, Turkish Studies, 15 (2), 1183-1195.
- Öztürk Demir, E., Kuru, G., Demir Yıldız, C. (2020). Covid-19 Pandemi Günlerinde Anneler Ne Düşünür Çocuklar Ne İster? Anne Ve Çocuklarının Pandemi Algısı, Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD), 7(5), 204-220.
- Paudel, P. (2021). Online Education: Benefits, Challenges and Strategies During and After COVID-19 in Higher Education. International Journal on Studies in Education (IJonSE), 3(2), 70-85.
- Rogers, E. M. (1994). The Field of Health Communication Today. American Behavioral Scientist, 208-211.
- Sağlık Bakanlığı (2020). Genel Koronavirüs Tablosu <https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66935/genel-koronavirus-tablosu.html> , Erişim Tarihi: 24.09.2020.

- Sobieralski, J. B. 2020. Covid-19 and Airline Employment: Insights From Historical Uncertainty Shocks To The Industry. Transportation Research Interdisciplinary Perspectives, 5(100123) p.p. 1-9.
- Tuğut N, Bekar M. (2008). Üniversite Öğrencilerinin Sağlığı Algılama Durumları İle Sağlıklı Yaşam Biçimi Davranışları Arasındaki İlişki. Atatürk Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi, 11: 3.
- Tunçel M. (2010). Halk Sağlığının Korunmasında Yapılan İletişim Faaliyetlerinin Rolü Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Xie, X., Siau K., Nah, F.F.-H. (2020) COVID-19 Pandemic – Online Education in The New Normal and The Next Normal, Journal of Information Technology Case and Application Research, 22:3, 175-187.
- Yardımcı, F., Başbakkal, Z. Beytut, D., Muslu, G. ve Ersun, A. (2012). Ekip Çalışması Tutumları Ölçeğinin Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması. Anadolu Psikiyatri Dergisi, 13 (2), 131-137.
- Yamamoto, D. T. ve Altun, D. (2020). Coronavirüs ve Çevrimiçi (Online) Eğitimin Ölenemeyen Yükselişi, Üniversite Araştırmaları Dergisi, 3 (1), 25-34.
- Yürekli, S. (2020). Çalışma Hayatında Koronavirüs (Covid-19) Salgınının Etkileri. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19 (38), 34-61.

BİLİM KURGU SİNEMASINDA TEKNOFOBİK BİR ANLATI ÖRNEĞİ OLARAK “FRANKENSTEIN (1931)” FİLMİ

Hasan Selim Övüç *

Özet

Teknoloji insanların hayatına yeni giren bir kavram değildir. Antik çağlardan günümüze kadar uzanan ve sürekli olarak gelişme gösteren bir olgudur. Teknolojinin çıkış noktası insan hayatını kolaylaştırmak ve insanlığın dünyada kalıcı olabilmesini sağlamaktır. Teknolojinin gerçekleştirdiği en büyük sıçrama 18. Yüzyıl'da İngiltere'de başlayan Sanayi Devrimi ile olmuştur. Toplumun her alanına nüfuz eden teknoloji sanat dallarının da dikkatini çekmekte geç kalmamıştır. Hatta fotoğraf ve sinema gibi yeni sanat dallarının oluşmasına da yol açmıştır. Teknolojinin sağladığı bu olumlu katkıların yanında yarattığı büyük yıkımlar da söz konusudur. Özellikle II. Dünya Savaşı'nda kullanılan teknolojik silahlar milyonlarca insanın ölümüne neden olmuştur. İnsanlar bir yandan böylesine büyük yıkımlar yaratan teknolojik silahların varlığından korku duyarken bir yandan da hayatlarının her alanında kullandıkları teknolojiden oldukça memnun kalmaktadırlar. Bu nedenle teknolojinin doğurduğu sonuçlar konusunda ortak bir paydada birleşememektedirler. Teknolojinin yarattığı ve bundan sonra da yaratacağı her türlü olumsuz etkiden endişe duyan insanların sayılarındaki artış neredeyse her dönemde sinemanın bu konuya ilgi göstermesini sağlamıştır. Beyaz perdeye yansıtılan filmlerde işlenen teknofobik anlatılar insanların teknoloji hakkındaki fikirlerine yön vermek konusunda oldukça etkili olmuştur. Neredeyse bütün sinema türlerinde çeşitli şekillerde ele alınan teknoloji olgusu en belirgin biçimde bilim kurgu türünde işlenmektedir. Literatür taraması yöntemi ile kuramsal zemini oluşturulan bu çalışmanın amacı, teknofobik anlatının ve bilim kurgu türünün ilk örneklerinden olan Frankenstein (1931) filmi bilimkurgu türünün özellikleri kapsamında teknofobi kavramı üzerinden incelemektir. Çalışmanın inceleme kısmında Frankenstein (1931) filmi tür eleştirisi/inceleme yöntemi çerçevesinde analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda, filmdeki teknofobik anlatı yapısının bilimkurgu sinemanın belirleyici bir dramatik anlatı kalıbını oluşturduğu ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sinema, Teknoloji, Bilim Kurgu, Teknofobi, Frankenstein.

* Sorumlu Yazar: Yüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, İletişim Bilimleri. ovucselim00@gmail.com ORCID ID: 0000-0003-3059-6207

Geliş Tarihi: 02.09.2021 Kabul Tarihi: 23.09.2021 Yayın Tarihi: 24.11.2021

Atıf Bilgisi / Reference Information

Övüç, H. S. (2021). Bilim Kurgu Sinemasında Teknofobik Bir Anlatı Örneği Olarak “Frankenstein (1931)” Filmi, Türkiye Medya Akademisi Dergisi, Cilt:1 Sayı:2, s. 137 -154

FRANKENSTEIN AS AN EXAMPLE OF A TECHNOPHOBIC NARRATIVE THE MOVIE “FRANKENSTEIN (1931)” AS AN EXAMPLE OF TECHNOPHOBIC NARRATIVE IN SCI-FI

Hasan Selim Övüç*

Abstract

Technology is not considered a new term nowadays. It is a concept that has been there since the ancient ages and today's world. The starting point of this notion is to make everyday life easier and help humanity to stay everlasting. The Industrial Revolution in the 18th century can be considered as the biggest outbreak technology has ever seen. As it influenced every aspect of human life, it quickly caught the interest of all art fields. It also made room for new branches of art like photography and cinema. Although, there are many good side effects of technology; there are, undeniably, a good number of bad ones as well. Especially during World Wide u, technology introduced us to new deadly weapons that cost billions of people their lives. On the one hand, people feared those lethal weapons but on the other hand they enjoyed the bright side of technology which made their daily life a lot better. Thus, not many can meet on a common ground when it comes to arguing on the consequences of technology. As the fear of 'what might happen' increased, cinema paid a great deal of attention to this particular topic. All of that technophobic narrative that took place in the silver screen, became very effective in shaping the general view of society. Almost every genre in cinema included the concept of technology but sci-fi most definitely did it explicitly. This article has been hypothetically grounded with the help of literature review and it took it as a goal to analyse the movie Frankenstein (1931) in terms of technophobic narrative as it is one of the first examples of sci-fi. In conclusion, the movie Frankenstein (1931) has been framed with comment/analysis method and it's been found that the technophobic narration in the movie has set up a base for sci-fi and also identified a dramatic narrative pattern.

Keywords: Cinema, Technology, Sci-fi, Techophobia, Frankenstein

* Corresponding Author: Graduate Student, Selcuk University Institute of Social Sciences, Department of Radio, Television and Cinema, Communication Sciences. ovucselim00@gmail.com ORCID ID: 0000-0003-3059-6207

GİRİŞ

İnsanlığın teknoloji ile tanışması binlerce yıl öncesine dayanmaktadır. Antik çağlarda kullanılan pek çok araç ve gereç insanların hayatlarını kolaylaştıran basit düzeyde teknolojilerdir. Yerleşik hayata geçilip ilk uygarlıkların kurulması ile birlikte kullanılan teknolojiler gündelik yaşamın bir parçası olmuşlardır. Fakat bu teknolojilerin gelişme hızı belli bir döneme kadar oldukça yavaştır. Her ne kadar eski bir olgu olsa da teknolojinin günümüzdeki boyutlara ulaşması Sanayi Devrimi'nin gerçekleşmesi ile mümkün olmuştur. 18. Yüzyıl'da Britanya'da başlayan Sanayi Devrimi süreci üretim, ekonomi, siyaset, toplumsal yapı vb. birçok alanda önemli değişimlere yol açtığı gibi teknoloji olgusunun da temelli değişmesine neden olmuştur. Sanayi Devrimi ile yaşanan teknolojik gelişmeler sadece teknik altyapıları değiştirmekle kalmamış, toplumun her alanına nüfuz etmiştir.

Teknoloji toplumsal yaşamın vazgeçilmez bir unsuru olduktan sonra kimi düşünürler, filozoflar, araştırmacılar teknoloji üzerine düşünmeye ve eleştiriler yöneltmeye başlamışlardır. Benzer şekilde çeşitli alanlardan sanatçılar da teknolojinin yarattığı etkileri eserlerinde belli tutumlar çerçevesinde ele almışlardır. Sinema da tıpkı diğer sanatlar ve kitle iletişim araçları gibi toplumsal olaylar tarafından şekillenmiş ve gelişmiştir (Güçhan, 1993, s.52). Savaşın ne kadar büyük yıkımlar doğurduğunu gösteren filmler arasında akla ilk gelenler örneklerden bazıları Fransız yönetmen Marcel L'Herbier tarafından çekilen *L'Inhumanité (İnsanlık Dışı Kadın, 1924)*, diğer bir Fransız yönetmen Alain Resnais'in yönettiği *Gece ve Sis (Night and Fog, 1955)* ile *Hiroşima Sevgilim (Hiroshima Mon Amour 1959)* ve yönetmenliğini İtalyan Roberto Benigni yaptığı *La Vita e Bella (Hayat Güzeldir, 1997)* gibi filmlerdir. Teknolojinin olumsuz yönlerini yansıtan bazı eserler sanat alanında teknofobik temanın oluşmasını sağlamıştır. Teknofobi teması bilim kurgu sinemasında sıklıkla işlenmektedir. Bilim kurgu sineması, teknolojinin yol açtığı kötü sonuçları yaşanan olaylar ya da geleceğe yönelik öngörüler üzerinden ele almakta ve özellikle yarattığı karakterler ve tasvir ettiği teknolojik gelecek öyküleriyle insanların teknoloji karşısındaki fikirlerinin şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Çılgın bilim insanları, teknolojik robotlar, laboratuvarlarda yaratılan canavarlar ve insanlığın sonunu getirmeye çalışan

bilgisayarlar sinemanın yarattığı evrende teknofobik anlatıyı güçlendirmek için kullandığı öğelerdir.

Teknofobi teması sinemada sıklıkla ele alınsa da aslında ilk olarak edebiyat alanında ortaya çıkmıştır. 1818 yılında Mary Shelley tarafından kaleme alınan ve yazıldığı dönemde büyük bir yankı uyandıran “*Frankenstein ya da Modern Prometheus*” romanı teknofobi temasını işleyen ilk edebiyat eseri olmasının yanında ilk bilim kurgu eseri olarak da kabul edilmektedir. Mary Shelley’in Sanayi Devrimi’nin sonuçlarının erken bir tasvirini yaptığı kitabında yaratılan canavar, insan ve insanın yarattığı varlığın girdiği savaşı anlatmasıyla bilim kurgu türünün öncülerinden kabul edilmektedir. Shelley’in bu romanı birçok kez sinemaya uyarlanmıştır. Bu çalışmada da Shelley’nin romanından uyarlanan 1931 yapım “*Frankenstein (James Whale)*” filmi teknofobi teması ve bilim kurgu türü çerçevesinde incelenmiştir.

Bu çalışmanın örneklemini “*Frankenstein (James Whale, 1931)*” filmi oluşturmaktadır. *Frankenstein* filminin örneklem olarak seçilmesinin ana nedeni, bilim kurgu türünün özelliklerini barındırmasının yanında teknofobi temasını yansıtan ilk filmlerden birisi olmasıdır. Literatür taraması ile kuramsal temeli oluşturulan bu çalışmada *Frankenstein* filmi türsel eleştiri/inceleme yöntemi ile teknofobi olgusu üzerinden incelenmiştir. Çalışmanın amacı, filmdeki teknofobik anlatının bilim kurgu türü ile olan ilişkisini ortaya koymaktır.

1. TEKNOFOBİ KAVRAMI VE BİLİM KURGU TÜRÜ İLİŞKİSİ

Fobi kelimesi TDK’ye göre, belirli nesneler ya da durumlar karşısında duyulan olağan dışı güçlü korku olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2009). Teknofobi ise teknoloji ile gelişen ve karmaşık bir hâle gelen aygıtlara, özellikle bilgisayarlara karşı duyulan korku, endişe veya nefret durumu olarak tanımlanmaktadır. Bilgisayar fobisi sadece bilgisayar kullanıldığı esnada değil bilgisayar hakkında düşünüldüğünde ve hatta bilgisayar hakkında konuşulduğunda dahi tetiklenmektedir. Maurer ise bilgisayar fobisini “bireyin bilgisayar teknolojisini kullanıyor olduğunu düşündüğünde veya gerçekten bilgisayar kullandığında yaşadığı endişe ve korku” olarak tanımlamıştır (Akt. Çırakoğlu, 2004, s.2).

Teknolojik ilerleme insanlık tarihi boyunca sürekli olarak devam etmiş ve neredeyse 19. yüzyıla kadar (teknolojinin yavaş ve basit düzeyde ilerlemesinden kaynaklı olarak) insanların bu teknolojiye uyum sağlamaları oldukça kolay olmuştur. İngiltere öncülüğünde gerçekleşen Sanayi Devrimi ile antroposen bir çağın başlangıcı gerçekleşmiştir. Geri döndürülemez ve neredeyse durdurulamaz bir ilerlemenin içerisinde bulunduğumuz 21. Yüzyıl'da insan ile çevresi arasında yaşanan uyumsuzluk giderek daha da belirgin bir hâle gelmiştir. Bireyler teknoloji hayranlığı ya da teknoloji korkusu olarak birbirinden farklı iki seçeneğe yönelmiştir (Namlu-Gürcan, 2000, s.3).

Benzer şekilde Mumcu ve Altun da (2008) teknolojinin toplum üzerindeki etkisinin iki farklı şekilde gözlemlenebileceğini belirtmektedir. Bunlardan ilki teknolojik iyimserlik yani teknolojinin doğal bir yol izleyerek gelişmesi hâlinde topluma mutluluk getireceği fikridir. Diğeri ise teknolojik kötümserlik yani teknolojinin insana ve doğaya karşı başlatacağı savaş fikridir. Oluşan bu fikrin uç noktası teknofobi olarak adlandırılmaktadır. Bu açıdan bakıldığında teknofobi, teknolojinin her türünün reddedilmesi, uyum sağlama açısından sorunlar yaşanması ve teknoloji içeren ürünlere karşı duyulan korku, rahatsızlık veya endişe anlamındadır. Bazı araştırmacılar teknofobi kavramını teknolojiden elde edilebilecek olan faydanın sağlanamaması ve beklentilerin sonuçsuz kaldığı bir psikolojik tepki olarak açıklarken bazı araştırmacılar ise teknofobinin bir önyargı olduğu konusunda fikir birliği sağlamıştır (2008, s.56-57). Osiceanu'a (2014) göre, teknofobi iki farklı biçim göstermektedir. Yaşanan teknolojik gelişmelerin toplum ve insan çevresi üzerinde oluşturacağı yan etkilere dair duyulan korku ve bilgisayarların, ileri düzeyde teknoloji içeren aygıtların kullanımına dair oluşan korkudur (Akt. Doğan, 2019, s.12).

Teknoloji, basit bir makineleşme sorunu olarak görünmekle birlikte aslında son derece ideolojik bir yöne sahiptir. Doğanın bir parçası olan kurumların yeniden inşa edilebilir olmaları toplumsal otoriteyi ve egemen ideolojiyi tehdit etmektedir (Ryan ve Kellner, 2016, s.347). Teknofobinin, insanlar üzerinde yarattığı etki iki farklı şekilde gözlemlenmektedir. Bu etkilerden biri insanların teknolojinin sağladığı kusursuz kontrol mekanizmasına karşı koymadan kendilerini deyim yerindeyse gönüllü kullar olarak ilan etmesidir. Diğeri ise bir bilim kurgu imgesi olarak teknolojinin kontrolden çıkarak, yaratıcısına karşı açtığı savaş ya da başkaldırıdır (Baykan, 2012, s.3). Pek çok bilim

kurgu filminde, başlangıçta insanlar için çalışan ve yaşamı kolaylaştıran teknolojinin kontrolden çıkarak insanlığa karşı yarattığı tehlikeler anlatılmaktadır.

Bilim kurgu türü ilk olarak edebiyat alanında karşımıza çıkmaktadır. Mary Shelley'in 1818 yılında kaleme aldığı Frankenstein romanı ilk bilim kurgu eseri olarak kabul edilmektedir. Mary Shelley'in öncü kabul edilmesindeki neden ise Brain Aldiss'e göre romanında fantastik öğeler içermesi ve diğer bilim kurgu romanlarından farklı olarak ana karakterin temkinli kararlar alıp fantastik sonuçlara ulaşabilmek adına laboratuvarında modern deneyler gerçekleştirmesi olmuştur (Akt. Erol, 2013, s.4). İsaac Asimov ise Mary Shelley'in Frankenstein'in mantığın sınırlarını zorlayarak yeni buluşlar elde etmesinden ötürü ilk bilim kurgu hikâyesi olduğu fikrini savunmaktadır (Akt. Erol, 2013, s.16). Diğer türlere kıyasla bilim kurgu, kitap sayfalarından beyaz perdeye en çok aktarılan tür olmuştur. Yazarların okuyucuların hayal gücüne hitap ederken bu fikirleri canlandırma etkisini gözler önüne geçiren sinema olmuştur. Bu nedenle bilim kurgu sineması sürekli olarak bilim kurgu edebiyatının bir yansıması olma riski taşımaktadır (Roloff ve Seeblen, 1995, s. 127-128).

Bilim kurgu ile sinemanın tanışması 20. yüzyıl başlarında gerçekleşmiştir. Beyaz perdede karşımıza çıkan ilk bilim kurgu örneği olarak Georges Melies'in *Aya Yolculuk* (1902) filmi verilmektedir. 1950'li yıllara kadar çeşitli bilim kurgu örnekleri yapılmış olsa da bilim kurgunun bir tür olarak kabul edilmesi zaman almıştır. Bu durumun nedeni ise sinemadaki teknolojik imkânların yetersizliği ve diğer film türlerinin izleyici karşısında daha çok ilgi görmesi olmuştur (Çalışkan ve Karadaş, 2016, s.98).

Dünya savaşlarının patlak vermesiyle 1950'li yıllara kadar birer propaganda aracı olarak işlev gören bilim kurgu filmleri daha sonrasında soğuk savaş dönemlerinde gelişen teknolojiyle birlikte adına yakışır bir biçim almaya başlamıştır (Ekem, 1992, s.73). Dünya savaşlarının yaşandığı dönemler ve hemen arkasından gelen soğuk savaş dönemi dünyadaki teknoloji korkusunun en derin yaşandığı zamanlar olmuştur. Çılgın bilim insanları, kontrolden çıkarak insanlara ve dünyaya saldıran robotlar, şeytani olarak tanımlanabilen bilgisayarlar, laboratuvarlarda mutasyona uğrayan yaratıklar, insanların teknoloji karşısında güçsüz ve çaresiz kalacaklarına ilişkin teknofobik bir korkuya kapılmalarına neden olmuştur (Erol, 2013, s.49).

Gelecek tasviri, sinemada genel olarak uzak gelecek ile yapılmaktadır. Gelişen teknolojiyle iletişim ve ulaşım ağlarındaki akıl almaz yenilikler, kültürel değişimler ve olumlu veya olumsuz yönde değişen yaşam standartları ağırlıklı olarak uzak gelecekte anlatılmaktadır. Bilim kurgu türünün bir alt başlığı olarak ortaya çıkan siberpunk ile beraber yakın geleceğe ait kurgular işlenmeye başlanmıştır. 1980’lerde ilk olarak edebi eserler ile adını duyuran Siberpunk’ın en çok ele aldığı konulardan biri aşırı enformasyona maruz kalınmasıdır. Ayrıca tehdit altında kalmış olan bedenler, protez organlar takmak zorunda kalan insanlar, bilgisayarlar ve bireyler arasındaki benliğin tekrar tanımlanması teknofobik anlatılarda sıklıkla işlenen temalar arasında sayılabilir. Teknoloji ile beraber bedenin istilasının anlatılması insanların teknolojiye karşı bakış açılarını şekillendirmiş, teknoloji hayranlığı veya teknoloji korkusunu oluşturmuştur (Ersümer, 2014, s.4).

Bilim kurgu evreninde genellikle ilerleyen teknolojinin insanlığı tehdit etmesi ele alınmaktadır. Fritz Lang’ın *Metropolis* (1927) filmi, arkasından gelecek olan pek çok filmin yolunu açmış, altyapısını hazırlamıştır. İnsanlığın belki de en büyük korkusu olan ‘insanlıktan çıkmak’ bilim kurgu filmlerinin ana konusunu oluşturmaktadır (Voytilla, 2020, s.333). Teknolojik gelişmeler, ilk yıllarında teknik açıdan sınırlı olan sinema evrenine giderek daha fazla genişleme imkânı sağlamış, 21. Yüzyıl’a gelindiğinde ise teknoloji, sinemaya neredeyse sınır tanımayan sonsuz bir alan oluşturmuştur. İnsanların teknolojiye karşı duydukları endişeler, korkular teknolojinin değişim süresi ve boyutuyla birlikte farklılıklar göstermiştir.

2. TEKNOFOBİNİN BİLİM KURGU SİNEMADAKİ İZLERİ

Sinema, diğer bütün sanat dalları gibi her zaman için toplumların yaşadığı olayların izlerini taşıyan, toplumsal olaylardan beslenen, toplumsal yapıyı merkezinde tutarak ilerleyen bir sanat olmuştur. Bülent Diken’in ve Carsten Laustsen’in 2016 yılında basılan *Filmlerle Sosyoloji* kitabının önsözünde Slavoj Žižek’in bahsettiği gibi “Filmler asla ‘sadece film’ ya da bizleri eğlendirmeyi ve dolayısıyla dikkatimizi dağıtarak bizi toplumsal gerçekliğimizle ilgili asıl sorunlardan ve mücadelelerden uzaklaştırmayı amaçlayan hafif kurgular değildir. Filmler yalan söylerken bile toplumsal yapımızın can evindeki yalanları söylerler.” (Diken ve Laustsen, 2010). Yaşanan toplumsal olaylar sinemanın ilerleyeceği yolu da şekillendirmiştir. Yaşanan

savaşlar, nükleer silahlanmalar, yapılan deneyler sinema anlatılarında da yer bulmuş, filmler insanlara teknolojinin yaratabileceği yıkımları göstermiştir.

İnsanların bilime karşı duyduğu hayranlığı olumsuz yönde etkileyen en önemli ve küresel olay dünya savaşlarının patlak vermesi olmuştur. Bilimin, sadece toplumun geleceğini şekillendirmekle görevli olmadığı, savaşçı bir yol ile insanlığı yok etmeye de neden olabileceği fark edilmiştir. Bunun sonucu olarak canavarlarla dolu bilim kurgu senaryoları yazılmaya başlanmıştır. Özellikle I. Dünya Savaşı'ndan sonra yenilen tarafta yer alan ve büyük bir bunalıma sürüklenen Alman toplumunu ele alan filmler üretilmeye başlanmıştır. *The Golem (Paul Wegener, 1915)* ve *Homunculus'un Öcü (Homunculus, Otto Rippert, 1916)* filmlerinde yapay insanlar yardımıyla kötülüğün kaynağı sunulmaya çalışılmıştır (Ekem, 1992, s.73).

I. Dünya Savaşı'ndan yenilgiyle ayrılan Alman toplumunda savaşın bir yansıması olarak Alman Dışavurumculuğunda çılgın bilim insanı örnekleri yer almaya başlamıştır. En önemli örneklerinden olan *Dr. Caligari'nin Muayenehanesi (1920)* filminde Kracauer'e göre Dr. Caligari savaş yanlısı Alman hükümetini temsil etmektedir (Doğan, 2019, s.20). Aynı zamanda bir propaganda aracı olarak da oldukça önemli bir görev üstlenen sinemada izleyicilerin önlerine sunulan canavarlar, kötü amaçlar için üretilen yapay insanlar toplumlara, o günlerin şartlarından daha da kötü olayların yaşanabileceğinin mesajını vermektedir (Ekem, 1992, s.73).

Fritz Lang'ın 1927 yapımı *Metropolis* filmi de savaş sonrası Alman Dışavurumculuğunun bir diğer örneğidir. Filmde, Nazi Almanyası'nın temellerini oluşturan 'üstün ırk-köle' zıtlığına dayalı toplumun bir nevi canlandırılması gerçekleştirilmiştir. Amerika'da başlayarak bütün dünyayı etkisi altına alan 1929 ekonomik bunalımı Hollywood sinemasını da etkisi altına almıştır. *Frankenstein (1931)*, *Görünmeyen Adam (1933)* gibi yaratıkların olduğu filmler, 1935 sonrasında ise yavaş yavaş korku ögesi olmaktan çıkarak güldürü öğelerine dönüşmeye başlamıştır (Demir, 2009, s.5). Toplamların içerisinde bulunduğu dönemler aynı figürlerin farklı tarz anlatılara konu olmasını sağlamıştır. İnsanların teknolojiye duydukları korku veya istek durumu da yaşanan toplumsal olaylar ışığında şekillenmektedir.

Daha önce de belirtildiği gibi bireyler, teknoloji için her iki duyguyu da yaşamaktadır. Hem teknolojiden korkmakta hem de teknolojiye bağımlı bir hâlde yaşamaktadır.

Sinema, insan ve makine arasındaki bu ilişkiyi bolca ele almaktadır. İnsanın yarattığı varlık ya da canlının yaratıcısı ile girdiği savaş bilim kurgu temasının merkezine yerleşmiştir. *Frankenstein* (James Whale, 1931), *2001: Uzay Macerası* (Stanley Kubrick, 1968), *Blade Runner* (Ridley Scott, 1982), *Terminator* (James Cameron, 1984) filmleri insanın ve yarattığı varlık ya da canlı ile arasında yaşanan savaşın akla gelen ilk örnekleridir (Baykan, 2012, s.4).

Frankenstein'dan *Terminator*'e kadar uzanan insan ve yarattığı varlık arasındaki mücadele, 20. yüzyılın ortalarına doğru gelişen teknoloji ile araçsal akıl boyutuna doğru dönüşmeye başlamıştır. Yaşanan bu dönüşümün doğurduğu en büyük sorunlardan birisi Yahudi Soykırımı olmuştur. Modernliğin yıkıcı sonuçlarından birisi olarak insan ve yaratısı arasındaki mücadele, kıyamet senaryosu gibi bir gerçeklik sunmuştur. Teknolojinin özel olarak bir soykırımı gerçekleştirmek için üretilmesi ve kullanılması, modern iktidar mekaniğine duyulan büyük bir korku ve şaşkınlık yaratmıştır (Baykan, 2012, s.6).

Yaratılan bu travmatik durumun sinema ile karşılaştığı noktayı, aslında sinema ve Holokost'un karşılaşması olarak da tarif edebilmek mümkündür. Başka bir deyişle sinemanın dili ile travmayı tercüme etmeye çalışmaktır. Pek çok araştırmacı ve kuramcı arasında, sinemada Holokost'un temsili konusunda fikir ayrılığı yaşanmıştır. Adorno'nun "Auschwitz sonrası şiir yazmak barbarlıktır" cümlesi etrafında şekillenen tartışmalarda böylesine büyük travmaların bir estetik ve sanat kaygısı güderek anlatılmasının yanlış olduğu görüşü ağır basmaktadır (Yıldız, 2015, s.5). Atom bombası, gaz odaları, geliştirilen savunma ve saldırı araçları gibi gelişen teknolojik silahlanmalar insanların toplu şekilde ölümüne yol açmıştır. İnsanların teknolojiye karşı olan düşünceleri savaşların yarattığı yıkımlarla beraber yerini korkuya bırakmıştır. Teknolojik katliamlar sinemada sıkça karşımıza çıkmaktadır. Dünya Savaşları, Nazi Almanyası'nın neden olduğu katliamlar, Amerika Birleşik Devletleri tarafından Japonya'ya atılan atom bombaların yarattığı korkunç etkiler pek çok sinema filmine konu olmuş, teknoloji temelli savaş ve katliamlar da teknofobi duygusunu beslemiş, güçlendirmiştir.

21. Yüzyıl'da karşımıza çıkan teknofobik duygular, değişen toplumsal yapıyla beraber eskisinden daha farklı bir hâl almıştır. 21. Yüzyıl sinemasıyla birlikte teknoloji, tekno-insan olma gayesinde bireylerin kimliğini değiştirme yoluna girmiş ve karanlık bir fenomen olarak düşünülmeye başlanmıştır. Teknoloji insanları yok eden veya köleleştiren bir yapıda insan düşmanı olarak resmedilmektedir. Bu yapılanmanın en bariz örneği olarak akla ilk gelen film *Matrix* serisidir (Çalışkan, 2016, s.4).

Matrix evreninde betimlenen dünyada, gerçeklik sanal bir simülasyon şeklinde sunulmaktadır. Gerçek bedenler, sanal gerçeklik içerisindeki kimliklerinin kontrolü altındadır. Birer birer ayrılmış olan kuvözler içerisinde olan bedenler 'bağımlı ve itaatkâr bedenler' olarak tanımlanabilmektedir. Teknolojik bir yenilik olan panoptik düzenek sayesinde gözetleme mekanizmalarının insanlar üzerindeki hâkimiyeti dikkat çekicidir. Sanal simülasyona geçiş evresinde kişinin belleğine yönelik bir engelleme söz konusudur ve bu engelleme durumu isteyerek veya istemeyerek de olsa sistem makinenin çıkarları doğrultusunda gerçekleşmektedir. (Baykan, 2012, s.9).

Görüldüğü üzere sinemanın yarattığı teknofobi, anlatılan dönemlere göre farklılık göstermektedir. 20. Yüzyıl'ın ilk yarısında ağırlıklı olarak çılgın bilim insanları yer alırken gelişen teknoloji ile insanların yerini daha çok bilgisayarlar, makineler almaya başlamıştır.

3. METODOLOJİ

3.1 Problem

Bir tür anlatısı olarak bilim kurgu sineması içeriğinde bir bütünlük barındırmaktadır. Bilim, teknoloji ve fantazyaya öğelerinden oluşan bilim kurgu türünün teknofobik anlatı ile nasıl bir içerik oluşturduğu örneklem olarak alınan 1931 yapımı *Frankenstein* filmi ile incelenmiştir. Çalışmanın problemi bilim kurgu sinemasının ilk filmlerinden biri olan *Frankenstein*'de teknofobik anlatının nasıl işlendiği ve bu teknofobik anlatının bilim kurgu türü ile ilişkisinin ne olduğudur.

3.2. Amaç

Çalışmanın amacı *Frankenstein* filmindeki teknofobik anlatının bilim kurgu türü ile ilişkisinin ortaya konulmasıdır.

3.3. Önem

İçerisinde bulunduğumuz yüzyılda teknoloji insanların günlük yaşamlarından iş yaşamlarına kadar her noktasına nüfuz etmiştir. Teknolojinin bu denli güçlü ve hızlı bir şekilde ilerlemesi pek çok alanda çalışmalara konu olmasını sağlamaktadır. Teknolojinin insanlara sundukları kolaylıklar bir kesim tarafından olumlu karşılanırken başka bir kesim tarafından endişe verici bulunmaktadır. Bilim kurgu filmlerinde yer yer ele alınan konular teknoloji karşıtlığını güçlendirecek nitelikte olmaktadır. Bilim kurgu filmlerinde teknofobik anlatıları ortaya çıkarmak sinema sanatında teknoloji kavramını anlayabilmek açısından önemlidir.

3.4. Varsayımlar

Çalışmada ele alınan filmdeki teknofobik temanın bilimkurgu türünü oluşturan önemli dramatik anlatı yapılarından biri olduğu varsayılmaktadır.

3.5. Sınırlılıklar

Çalışma bilim kurgu sineması içerisinde teknofobik anlatıyı barındıran filmler ile sınırlandırılmıştır.

3.6 Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini teknofobik anlatı içeren bilim kurgu filmleri oluşturmaktadır. *Frankenstein* filminin örneklem olarak seçilmesinin nedeni ise çalışmaya konu olan teknofobik anlatıyı barındıran ilk bilim kurgu filmlerinden birisi olmasıdır.

3.7. Yöntem

Filmlerin sınıflandırılma gayesi ile oluşan tür kavramı, filmlerin incelenmesinde ve çözümlenmesinde kullanılmaktadır. Belirli ortak özellikler taşıyan, görsel geleneklere bağlı olan anlatı yapıları kapsamında bilim kurgu türü özelliklerini ortaya koyan *Frankenstein* filmi bu özellikler kapsamında tür analizine uygun bir biçimde incelenmiştir. Filmin anlatı yapısı, karakterleri ve ikonografik özellikleri tespit edilerek çalışmaya aktarılmıştır. Bu sayede filmde kullanılan metotlar üzerinden teknofobik anlatılar tartışılacaktır.

3.2. “*Frankenstein (1931)*” Filminde Teknofobi İncelemesi

Tür filmleri genel hatlarıyla ortak temaları ele alan, benzer teknikler kullanan anlatılar olmuştur. Bilim kurgu türünde karşımıza çıkan çılgın bilim insanları, şeytani zekâsı ile masum insanların hayatlarını tehlikeye atan, deneylerini tamamlamak uğruna karşısına çıkan bütün engelleri aşan bir tiptir. Bilim kurgu türü için vazgeçilemez bir kaynak olan çılgın bilim insanı tiplemesinin en akılda kalıcı örneklerinden birisi ise Frankenstein karakteridir. Yönetmenliğini James Whale’in üstlendiği *Frankenstein* filmi 1931 yılında seyirciyle buluşmuştur. Colin Clive, Boris Karloff, Dwight Frye ve Mea Clarke’in oyuncu kadrosunu oluşturdukları film ilk bilim kurgu anlatılarından birisi olma özelliğini taşımaktadır.

Bilim kurgu sineması sıklıkla edebiyat alanından faydalanmaktadır. Pek çok bilim kurgu romanı sonrasında sinemaya uyarlanmıştır. Edebiyat alanında ilk bilim kurgu anlatılarından birisi olarak karşımıza çıkan 1818 yılında Mary Shelley’in kaleme aldığı *Frankenstein ya da Modern Prometheus* kitabı, 1931 yılına gelindiğinde sinemaya uyarlanmıştır. Filmde ve kitapta tanrıya kafa tutarak yaratıcı olmayı ve ölümsüzlüğü bulmayı amaçlayan çılgın bilim insanı tarafından yaratılmış bir canavarın öyküsü işlenmektedir. Çılgın bilim insanı, masum insanların hayatlarını tehlikeye atan bir canavar yaratmış ve insanlık ile teknolojik bir yaratığın arasındaki savaşı başlatmıştır.

İnsan bedeni ve teknolojinin birleşerek yeni bir biçim kazanması bilim kurgu türünün ilk zamanlarından günümüze kadar uzanan ve de teknolojinin insanlığa verebileceği zararları gösteren teknofobik bir anlatı ögesi olmuştur. Bilim, teknoloji ve insan bedenin birleşerek bir canavara dönüştüğü filmde sürekli gelişmekte olan bilim ve teknolojinin sanıldığı kadar masum olmadığı aktarılmaktadır. Bilimin, teknolojinin ve insanın içinde yer alan kötü kavramı *Frankenstein* filmi ile ortaya çıkartılmıştır.

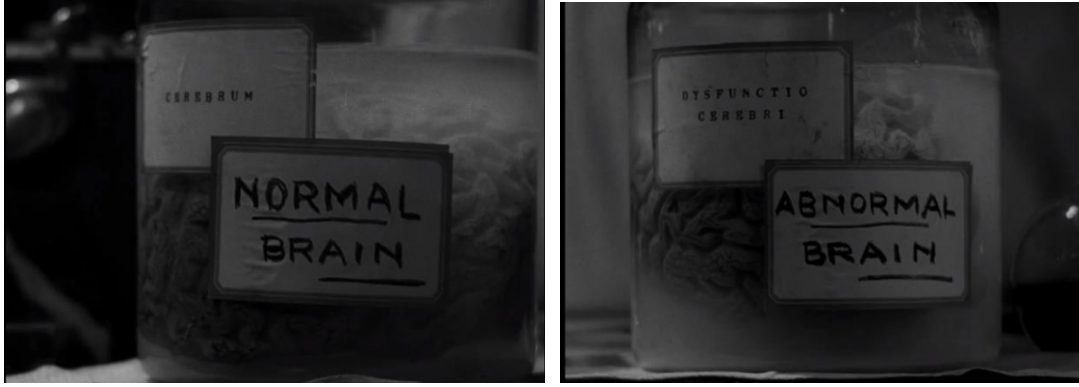
Yaratıldığı andan itibaren bir ölüm makinesine dönüşen canavar, bilim ve teknolojinin insanlar üzerinde ne kadar korkunç etkiler yaratabileceğini gözler önüne sermektedir. Canavarın yarattığı bu dehşet sinemada karşımıza çıkan teknofobik anlatımın ilk örnekleri arasındaki yerini almıştır.

Tür filmlerinin gelişimine katkı sağlayan özelliklerden birisi de bilim kurgu türünde çılgın bilim insanı tiplemesi olmuştur. Bilim kurgu sinemasının ilk yıllarından

itibaren işlenmiş ardından korku sinemasında da kendisine yer bulmuştur. *Dr. Caligari'nin Muayenehanesi (1920)* çılgın bilim insanı denildiğinde akla ilk gelen filmler arasındadır. Fransız sinemasının örneklerinden olan Marcel L'Herbier'nin yönetmenliğini yaptığı 1932 yapımı *L'Inhumaine (İnsancıl Olmayan)* filminin öyküsünde âşık olduğu kadını ölümünden sonra tekrar canlandırmaya uğraşan ve bu konuda başarılı olan bir bilim insanı görürüz. Bilim kurgu ve Alman sinemasının yapı taşlarından birisi olan *Metropolis* (Fritz Lang, 1927) filminde ölümü yenmeye çalışarak sevdiği kadını yeniden yaratmak için bir robot icat eden bilim insanı Rotwang vardır. Tanrının canlılar için doğum, yaşam, ölüm döngüsünü bozarak ölümsüzlüğü arayan ve bilimi Tanrı dahil her şeyin üzerinde gören dahiyane çılgın bilim insanı *Frankenstein* filminde de karşımıza çıkmaktadır.

Frankenstein filminin açılışında 'Sizlere, *Frankenstein*'in hikâyesini açıklamak üzereyiz; Tanrıyı hesaplamadan kendi imajından bir insan yaratmayı araştıran bir bilim insanı' tarzında bir uyarı yer almaktadır. Bu ibare çılgın bilim insanımız Dr. Henry Frankenstein'in direkt olarak tanrıyı yok saymasını ve bir canlı yaratarak tanrının yerine geçemeye amaçladığını göstermektedir. Dr. Henry Frankenstein mezarlıklardan, idam tahtalarından ve üniversite laboratuvarlarından çaldığı insan parçalarını birleştirerek yeni bir beden yaratmıştır. Kasvetli bir mezarlık sahnesiyle başlayan filmde Dr. Frankenstein ve yardımcısı Fritz yeni defnedilen ölüleri, idam edilen suçluları toplayarak, deneyini tamamlamak için insanlardan uzakta olan laboratuvarına götürmüştür. Bu laboratuvarda gördüğümüz makineler, elektrik akımları ve korkutucu ortam gelişen teknolojilerin insanlara zarara vereceği düşüncesini uyandırmaktadır.

Çılgın bilim insanı Dr. Henry Frankenstein'in korkunç deneyini tamamlaması için ihtiyacı olan parça bir insan beynidir. Dr. Henry Frankenstein'in da eğitim görmüş olduğu üniversitenin laboratuvarında incelenmek için iki adet insan beyni bulunmaktadır. Bunlardan birisi normal bir insanın beyni diğeri ise geçmişi şiddet ve cinayetlerle dolu birisine aittir. Ufak bir kaza sonucunda normal insan beyninin olduğu kavanozu düşüren yardımcı Fritz, anormal beyni almak zorunda kalmıştır.



Resim 1: Dr. Üniversitede yer alan normal beyin Resim 2: Bir suçluya ait olan beyin

Dr. Waldman, üniversitede Dr. Henry Frankenstein'in öğretmenliğini yapan ve çalışmalarının temelinde ona büyük katkılar sağlayarak yol gösteren bir bilim insanıdır. Ancak Dr. Henry Frankenstein galvanizm ve elektrobiyoloji alanında yürüttüğü deneylerini hayvanlar üzerinde değil de insanlar üzerinde devam etmek isteyince üniversiteden ayrılmıştır. Gerek Dr. Waldman'ın üniversitedeki odasında yer alan insan kemikleri, kafa tasları ve pek çok laboratuvar araç gereçleri gerekse Dr. Frankenstein'in insanlardan uzakta bir dağda bulunan kaleye kurduğu laboratuvarında gördüğümüz devasa makineler ve bu makinelerden çıkan elektrik akımları insanların bilim ve teknolojiye duydukları korkuları pekiştirir niteliktedir.

Deneyi için ihtiyacı olan eksik insan parçalarını toplayan Dr. Frankenstein “Cennetin bütün elektrikli sırları” olarak tabir ettiği yıldırımlardan faydalanmak için özel dizayn ettiği laboratuvarında yardımcısı Fritz ile son hazırlıkları yapmaktadır. Dr. Frankenstein, bir kez daha sakarlık yaparak yere düşen yardımcısı Fritz'e işlerin yolunda gitmesi hâlinde deneyini tamamladığı zaman korkması gereken bir sürü şey olacağını söyler. Bu durum elektrik akımlarıyla hayat verilecek olan canavar hakkında seyirciyi neyin beklediğine dair bir bilgilendirir.

Fırtınanın şiddetlenmesini beklerken son bir test yapan Dr. Frankenstein laboratuvarında yer alan makinelerin çalışıp çalışmadığını kontrol eder. Yakın çekimlerle makinelerden çıkan elektrik akımlarının korkutucu görüntüsüne dikkat çekilmiştir. Bu esnada gelen davetsiz misafirler nişanlısı Elizabeth, Dr. Waldman ve en yakın arkadaşı Victor Dr. Frankenstein'i delilikle itham ederler ve böylelikle korkunç deneye kendi gözleriyle şahit olurlar. Dr. Waldman'a hatalı olduğunu söyleyen Dr. Frankenstein

kurduğu makine ile dünyaya ilk yaşamı getiren ışını keşfettiğini anlatır. Dünyaya gelen ilk yaşamı keşfederek yeni yaşamlar yaratmayı amaçlaması Dr. Frankenstein'in Tanrının yerine geçmeyi amaçladığını göstermektedir. Artan gök gürültüleri, laboratuvarın içinde yer aldığı kale ve ürkütücü atmosfer canavarın doğuş anına seyirciyi hazırlamaktadır.



Resim 3: Dr. Frankenstein'in Laboratuvarı



Resim 4: Canavarın Doğuşu

Dr. Frankenstein'in deyimiyle bir deli bilim insanı ve akli başında üç izleyicinin tanıklık edeceği an gelmiştir. Fırtınanın en yoğun olduğu anda bir düzeneğe yardımıyla hayat bulabilmesi için laboratuvarın çatısına çıkarılan yaratık korkunç bir yıldırım çarpmasıyla canlanmıştır. Büyük ve korkutucu makinelerden geçen elektrik akımları bir kez daha yakın planlarda verilerek ve canavarın hayat bulduğuna dair işaret olarak parmaklarını oynatması, çılgın bilim insanının teknoloji ile insanlığın arasında istemeden olsa başlattığı savaşı göstermektedir. Canavarın yaşadığını gören Dr. Frankenstein *“Tanrı aşkına yaşıyor! Artık Tanrı gibi hissetmenin ne demek olduğunu biliyorum!”* diye bağırması yaratıcısına meydan okuduğunu göstermektedir. Dünyadaki canlıların tek yaratısının ilahi güçlere sahip olan bir Tanrı olması ve Tanrıya karşı çıkarak hiç yaşamamış bir varlığın yaratılarak can verilmiş olması, teknolojinin insanlara sunduğu imkânların yanında insanlığa getirdiği korkuyu da göstermektedir.

Amacı ölümü engellemek ve insanlara sonsuz bir yaşam sunmak olan Dr. Frankenstein'in yarattığı bu canavarın beyninin bir suçluya ait olduğunu öğrenmiştir. Adeta küçük bir çocuğu eğitir gibi bu canavarı eğitmeye başlamış ancak ne yaparsa yapsın canavar etrafına sadece şiddet saçmıştır. Canavar, kendisine bir ucube gibi davranan Fritz'i ilk fırsatta öldürmüştür. Artık Dr. Frankenstein de onun bir canavar olduğuna ikna olmuş ancak hastalanarak ailesinin yanına dönmek zorunda kalmıştır.

Canavar ile laboratuvarı tek başına kalan Dr. Waldman onu incelemeye koyulmuş ama canavarın kurbanlarından birisi olmaktan kurtulamamıştır.

Teknolojik, laboratuvar ürünü bir yaratık olan canavar yeni hayatına cinayetler işleyerek başlamış ve kendi yaratıcısının izini sürmeye başlamıştır. Karşısına çıkan herkesin kendisine kötü davrandığı ve korktuğu canavar ilk kez küçük bir kız çocuğundan bir şiddet veya zulüm görmez. Küçük kız canavarı oyun oynamaya davet eder ve canavarın oyun zannederek küçük kıızı suya atmasıyla ölür. İlk defa işlediği bir cinayetten duyduğu üzüntü ve pişmanlık duygusu canavarın yüzüne yansır, burada aslında canavarın ne kadar acınası olduğu seyirciye gösterilmektedir. Aynı zamanda kadın, erkek, çocuk fark etmeksizin karşısına çıkan her insanı öldüren bir canavarın yaratılması, insanlara gelecekteki teknolojinin kötülüklerle dolu olabileceği ve insanlara koşulsuz şartsız düşman olacağı izlenimini yaratmıştır.



Resim 5: Canavar ile Küçük Kızın tanışması Resim 6: Canavar ve Küçük Kızın Oyunu

Teknoloji ürünü bir katil bebek karşısına çıkan herkesi kendi elleriyle öldürmeye başlamış, kimseye merhamet etmemiştir. Canavarın, karşılaştığı bütün insanlardan daha güçlü ve korkusuz olması insanların teknoloji karşısında tek başlarına ne kadar zayıf kaldıklarını göstermektedir. Dr. Frankenstein ve nişanlısı Elizabeth'in düğünü için

toplanan neşeli kalabalık küçük kızın ölüm haberiyle ve canavarın geline saldırmasıyla öfkeden çılgına dönmüştür. Bütün kasabalı ellerinde sopalar ve ateşlerle canavarın peşine düşerler. İnsanlar kendisinden olmayanı ve kendisini tehdit edeni yok etmeye çalışır ve Dr. Frankenstein'in teknolojik canavarı da insanlık için büyük bir tehdit haline gelmiştir. Burada insanlığın teknoloji ile girdiği savaş en somut şekilde yansıtılmaktadır. Bir değirmen evinde sıkışan canavar yaratıcısından intikam almaktan

vazgeçmiş ve öfkeli kalabalıktan korkarak teslim olmuştur. Ancak kalabalığın durmaya niyeti yoktur ve canavarın içinde bulunduğu evi yakarak onu yok etmek istemektedir. Yanan değirmen evi insanlığın teknoloji ile girdiği savaşı kayıplar vererek de olsa kazandığını göstermektedir. Teknofobinin sinemada karşımıza çıkan izlerinin ilk eserlerinden olan *Frankenstein (1931)* toplumun teknolojiyle olan savaşının en belirgin örneklerindendir.

SONUÇ

Teknoloji zaman içerisinde yaratıcısından daha üstün bir yapıya bürünerek ona zarar vermeye başlayabilir mi? Sürekli olarak gelişen teknoloji belli bir noktadan sonra insanlara hizmet etmek yerine savaş açacağı fikri giderek daha yaygın bir hâle gelmektedir. Bu fikrin böylesine geniş bir alana yayılmasını sağlayan kitle iletişim araçlarının başında sinema gelmektedir. Bu çalışmada; insanın elinde bulundurduğu erk algısını ve bütünlüğünü kendi yarattığı bir varlığa kaptırarak oluşturduğu teknoloji korkusu gözlemlenmiştir. Sonucu ne olursa olsun deneyini tamamlayarak insanlığı tehlikeye atan bir bilim insanı ve mecbur kaldığı bir savaşı kazanmak için her şeyi yapan insanlar. Filmde çılgın bilim insanı teknolojinin olumsuz yönlerini yansıtmakta ve teknolojinin insanlık için fayda sağlamaktan çok zarar verdiği resmedilmektedir.

KAYNAKÇA

- Baykan, T. (2012). Hollywood Bilim Kurgusunda Makine, Beden ve Teknofobi. *Sinecine*, 1(3), 55-73.
- Çalışkan, Ö. (2016). Technophile Individual In Society: Examples From Cinema To Technium. *Intermedia International e-Jurnal*, 3 (1), 96-105.
- Çalışkan, Ö. ve Karadaş, N. (2016). Kültürel ve İdeolojik Açıdan Türkiye’de Bilim Kurgu Filmleri. *Yeni Kadrajlar Türkiye’de Sinema*, De Ki Yayınevi, Ankara.
- Çırakoğlu, O. (2004). Bilgisayar Kaygısı. *PİVOLKA*, 3(13), 15-18.
- Demir, M. (2009). Sinemanın İlk Yıllarında Korku Temaları ve Dışavurumcu Alman Sineması. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 1(1), 7-27.

- Diken, B. ve Laustsen, C. (2010). Filmlerle Sosyoloji. Metis Yayınları, İstanbul.
- Doğan, K. (2019). Tekno-noir Filmlerde Teknofobi Olgusu. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Konya.
- Ekem, N. (1992). Bilim Kurgu Filmler Yoluyla Sinemada Bilimsel Gerçekler. *Kurgu Dergisi*, (10), 71-86.
- Erol, V. (2013). Bilim Kurgu Sinemasında Distopya ve Siberpunk Çerçevesinde Dönüşen Gelecek Tasvirleri. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İstanbul.
- Ersümer, O. (2014). Yavuz Turgul'dan Terrence Malick'e Sinema Yazıları. Hayalperest Yayınevi, İstanbul.
- Güçhan., G. (1993). Sinema-toplum ilişkileri. *Kurgu Dergisi* (12), 51-71.
- Mumcu, F. ve Altun A. (2008). Teknoloji Korkusu: Teknofobi. Bilişim Teknolojileri Öğretiminde Sosyo-Psikolojik Değişkenler, Maya Akademi, Ankara.
- Namlu- Gürçan, A. (2000). Teknoloji Korkusu ve Bunu Etkileyen Etmenler: Öğretmen Adaylar Üzerinde Bir Çalışma. *Kuram ve Uygulama Eğitim Bilimleri*, 2 (1), 223-246.
- Ryan, M. ve Kellner, D. (2016). Politik Kamera. (Özsayar, E. Çevr.), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Roloff, B. ve Seeblen, G. (1995). Ütopik Sinema Bilim Kurgu Sinemasının Tarihi ve Mitolojisi. (Atayman, V. Çevr.), Alan Yayıncılık, İstanbul
- Türk Dil Kurumu, (2009). Büyük Türkçe Sözlük.
- Voytilla, S. (2020). Sinema ve Mit. (Kelso, İ. Çevr.) Hil Yayınları, İstanbul.
- Yıldız, P. (2015). Sinemada Hatırlamanın Politikası: Gece ve Sis. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (22), 101-118.

TÜRKİYE
MEDYA AKADEMİSİ



www.turkiyemedyaakademisi.com

