

Ankara Üniversitesi

ilef
DERGİSİ

ISSN: 2148-7219

Nurcan Törenli

Editörden

İlgar Seyidov
Ebru Akçay

Exploring *Change.Org* as a Digital Heterotopia:
A Foucauldian Approach

Çağrı Kaderoğlu Bulut
Elif Hacısalihoğlu

İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Medya Emek
Piyasasına Dönük Algı ve Beklentileri: Ankara Örneği

Sedat Özel
Deniz Özyay

Yeni Medya Ortamlarında İzleyici Seçimi ve Öneri
Algoritmaları: *Netflix* Örneği

Özge Nilay E. Gürbüz

Amerikan Ulus Mitlerinin Sorgulanması Olarak
Gazap Üzümleri

Emre Canpolat

Enformasyon Toplumu Teorilerinin Üç Çelişkisi:
Teknoloji, Enformasyon ve Akıl Fetişizmi

Devrim Deniz Erol

Türkiye'deki Gazetelerin İnternet Sitelerinde
Çilem Doğan Davası

Ezgi Çakır

Avrupa Komisyonu İlerleme Raporlarında
Türkiye'nin İfade ve Basın Özgürlüğü



2021.8.2

güz/autumn

HX < ilef dergisi



© 2021 ■ 8(2) ■ güz/autumn

<http://ilefdergisi.ankara.edu.tr>



© 2021 ■ 8(2) ■ güz/autumn

ISSN: 2148-7219

Ankara Üniversitesi *İLEF Dergisi* hakemli bir dergidir. Yılda iki kez, bahar (Mayıs) ve güz (Kasım) döneminde yayımlanan derginin dili Türkçe ve İngilizce'dir. Dergide yayımlanan yazıların sorumluluğu yazarına aittir. Yazılardan kaynak gösterilerek alıntı yapılabilir.

İLEF Journal is a refereed print journal published in Turkish and English twice a year by the Faculty of Communication of Ankara University. All views expressed in this journal are those of authors and do not necessarily represent the views of, and should not be attributed to the Faculty of Communication of Ankara University.

Editör/Editor

Nurcan Törenli

Editör Yardımcıları/Assistants Editor

Uğur Yağan
Güliden Gürsoy-Ataman
Ayçin Özkotay
Ezgi Kaya Hayatsever
Zafer Kıyan

Yayın Kurulu/Editorial Board

Ali Karadoğan (Munzur Üniversitesi)
B. Pınar Özdemir (Ankara Üniversitesi)
Burak Doğu (İzmir Ekonomi Üniversitesi)
Çağla Kubilay (Ankara Üniversitesi)
Deniz Sezgin (Ankara Üniversitesi)
Gökhan Atılgan (Ankara Üniversitesi)
Niğün Tatal Cheviron (Galatasaray Üniversitesi)
Özgür Yaren (Ankara Üniversitesi)
S. Ruken Öztürk (Ankara Üniversitesi)

Danışma Kurulu/Advisory Board

Aykut Çelebi (Ankara Üniversitesi)
Ayla Okay (Acıbadem Üniversitesi)
Çiler Dursun (Ankara Üniversitesi)
Hasan Akbulut (İstanbul Üniversitesi)
Martin W. Bauer (London School of Economics and Political Science)
Metin Kazancı (Ankara Üniversitesi)
Müjde Ker Dinçer (Ege Üniversitesi)
Nezih Orhon (Anadolu Üniversitesi)
Nikica Gilic (University of Zagreb)
Nilay Başok Yurdakul (Ege Üniversitesi)
Sanna Inthorn (University of East Anglia)
Scott Schaffer (University of Western Ontario)
Sema Becerikli (Ankara Üniversitesi)
Özden Cankaya (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Yıldız Dilek Ertürk (İstanbul Üniversitesi)

İngilizce Dil Editörü/English Language Editor

Uğur Yağan
Güliden Gürsoy Ataman

Tasarım/Design

m. Sobacı

Sahibi-Sorumlu YİM/Owner and Executive Editor

Abdulrezak Altun
Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi adına, Dekan
On behalf of the Faculty of Communication of Ankara University, Dean

Adres/Address

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi, Cebeci 06590 Ankara
editor@ilefdergisi.org
<http://ilefdergisi.ankara.edu.tr>

Taranan İndeksler/Indexed by

ULAKBİM TR Dizin, ESCI (Emerging Sources Citation Index)

Baskı/Printing

Pozitif Matbaa
Çamlıca Mah. Anadolu Bulvarı 145. Sokak 10/19 Yenimahalle ■ Ankara
Tel: (0312) 397 00 31

Baskı Tarihi/Publication Date

25 Kasım 2021

İçindekiler / Contents

Nurcan Törenli 235
Editörden / From the Editor...

Makaleler / Articles

İlgar Seyidov 239
Ebru Akçay *Exploring Change.Org as a Digital Heterotopia:
A Foucauldian Approach*
Dijital Heterotopya Olarak Change.Org:
Foucaultcu Bir Yaklaşım

Çağrı Kaderoğlu Bulut 261
Elif Hacısalihoğlu İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Medya Emek Piyasasına
Dönük Algı ve Beklentileri: Ankara Örneği
*The Perceptions and Expectations of Students of
Communication Faculty for the Media Labor Market:
The Case of Ankara*

Sedat Özel 297
Deniz Özay Yeni Medya Ortamlarında İzleyici Seçimi ve Öneri
Algoritmaları: *Netflix* Örneği
*Audience Selection and Recommendation Algorithms in New
Media: The Netflix Case*

Özge Nilay E. Gürbüz 325
Amerikan Ulus Mitlerinin Sorgulanması Olarak
Gazap Üzümleri
*Grapes of Wrath as Questioning the National Myths
of America*

- Emre Canpolat** 353
Enformasyon Toplumu Teorilerinin Üç Çelişkisi:
Teknoloji, Enformasyon ve Akıl Fetişizmi
*Three Contradictions of Theories of Information Society:
Fetishism of Technology, Information, and Intellect*
- Devrim Deniz Erol** 381
Türkiye'deki Gazetelerin İnternet Sitelerinde
Çilem Doğan Davası
The Çilem Doğan Case in the Websites of Dailies in Turkey
- Ezgi Çakır** 413
Avrupa Komisyonu İlerleme Raporlarında
Türkiye'nin İfade ve Basın Özgürlüğü
*Freedom of Expression and Freedom of Press in Turkey:
A Review of the European Commission Progress Reports*
- 451
Bu Sayıdaki Yazarlar
- 457
Yazı Teslim Kuralları ve Yayın Süreci
- 463
Paper Submission Rules and Publication Process

Editörden...

Nurcan Törenli

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi

İLEF Dergisi'nin Kasım 2021 tarihli 16. sayısıyla sekizinci yılı da tamamlamış oluyoruz. Yüz yüze eğitimin sınırlamalarla da olsa başladığı bu dönemde dergimiz yine yoğun bir akademik ilgiye konu oldu. Çok sayıda makale başvurusu aldık ve almaya da devam ediyoruz. Bu vesileyle sayımıza katkıda bulunan tüm yazarlara ve hakemlere Yayın Kurulumuz adına teşekkür ederim.

16. sayımız İletişim alanının disiplinlerarası niteliğini vurgularcasına oldukça özgün yedi makale ile okuyucuların huzuruna çıkıyor. Bu sayımızın ilk yazısı, İlgar Seyidov ve Ebru Akçay'ın "Exploring Change.Org as a Digital Heterotopia: A Foucauldian Approach" başlıklı makalesi. Yazarlar bu çalışmada kurulduğu 2007 yılından bu yana başta siyasal iktidarlar olmak üzere pek çok güç odağına dönük taleplerin ifade alanına dönüşmenin ötesinde politik aktivizmi şekillendiren bir mecra haline gelen change.org'u Michel Foucault'un heterotopya kavramından yola çıkarak analiz ediyorlar. Yazarlar McLuhan'ın "araç mesajdır" ifadesini hatırlatırcasına dijital aktivizmin en önemli mecralarından biri olan change.org'un aktivist pratiği nasıl dönüştürdüğünü, özgün bir oyun sahası olarak nasıl yeniden kurduğunu gösteriyorlar. Bu sayıda

<http://ilefdergisi.ankara.edu.tr>

yer alan ikinci çalışma ise Çağrı Kaderoğlu Bulut ve Elif Hacısalihoglu'na ait. "İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Medya Emek Piyasasına Dönük Algı ve Beklentileri: Ankara Örneği" başlıklı makalelerinde yazarlar, iletişim fakültesi öğrencilerine uyguladıkları yüz yüze anketle gençlerin mesleki bağlamda umutlarını, beklentilerini ve sorunlarını görünür kılmaya çalışıyorlar. Bu sayımızda yer alan dijital medya odaklı bir diğer çalışma, Sedat Özel ve Deniz Özey'in "Yeni Medya Ortamlarında İzleyici Seçimi ve Öneri Algoritmaları: Netflix Örneği" başlıklı makalesi. Yazarlar bu çalışmada dünyanın en popüler online eğlence içeriği sunucusu Netflix'in çalışma sistemini tüketici özgürlüğü bağlamında tartışmaya açıyorlar. Geleneksel TV izleyiciliğinden farklı olarak pek çok kişiselleştirme seçeneği sunmanın ötesinde gelişmiş algoritmalar yardımıyla kullanıcılara sürekli olarak yeni içerikler öneren bu mecraların deyim yerindeyse karanlık yönünü ortaya koyuyor yazarlar. "Amerikan Ulus Mitlerinin Sorgulanması Olarak Gazap Üzümleri" başlıklı çalışmada Özge Nilay Erbalaban Gürbüz, film endüstrilerinin hem bir anlatı yapısı hem de öykü kaynağı olarak mitlerden beslenmesinden hareketle Gazap Üzümleri filmi ele alıyor. Çalışma, toplumsal kriz dönemlerinde sinemanın mitleri çağırmasının egemen ideoloji açısından önemini belirtirken, 1929 Bunalımı sürecinde sinema endüstrisinde işlenen ve Amerikan ulus kimliğini kuran "vaadedilmiş topraklar", "göç, sınır", "kendini var etme", ırkların/kültürlerin birliği", "başarı" ve "tarımsal refah" mitlerini eleştiril açıdan ele alıyor. Bu sayımıza konuk olan yazarlardan Emre Canpolat ise "Enformasyon Toplumu Teorilerinin Üç Çelişkisi: Teknoloji, Enformasyon ve Akıl Fetişizmi" başlıklı çalışmada, özellikle 1980'li yıllardan itibaren enformasyon teknolojilerinin yaygınlaşmasına koşut olarak düşünsel alanda etkisini arttıran teorik yönelimlerde fetişizm sorununu ele alıyor. Yazar bu çalışmada, enformasyon toplumuyla simgeleşen bu teorilerin, yalnızca düşünsel dünyada etkili olmadığını, 1980'li yıllardan itibaren uygulamaya konan ve küresel ölçekte neoliberal politikalar olarak da bilinen politikalar zincirine de kaynaklık ettiğini somutlamaya girişiyor. "Türkiye'deki gazetelerin internet sitelerinde Çilem Doğan Davası" başlıklı çalışmasında Devrim Deniz Erol, haber medyasında toplumsal cinsiyete dayalı şiddetin temsiline ilişkin literatüre kadının uyguladığı şiddetin temsiline inceleyerek önemli bir katkı sunuyor. Çalışma Türkiye haber medyasında kadının meşru müdafaa hakkının temsiline biçimlendiren faktörler olarak medya kuruluşlarının sahiplik yapısı, ideolojik yönelimleri, yayın politikaları ve ticari kaygılarına işaret ediyor. Bu sayıda yer alan son çalışma Ezgi Çakır'a ait. "Avrupa Komisyonu İlerleme Raporlarında Türkiye'nin İfa-de ve Basın Özgürlüğü" başlıklı makalede Çakır, Avrupa Birliği tarafından

2000-2019 arasında hazırlanan İlerleme Raporlarında Türkiye'nin ifade ve basın özgürlüğü rotasını takip ediyor. Çakır, raporlar üzerine yürüttüğü içerik analiziyle, incelemeye konu olan 19 yıl içinde Türkiye'nin basın ve ifade özgürlüğü konusunda yaşadığı kayıpların yanı sıra Türkiye'nin basın özgürlüğü konusundaki müktesebatın gerisinde kaldığını da net bir biçimde ortaya koyuyor.

Bu arada 16. sayımızda editör kurulumuzda bazı değişiklikler yaşandı. 2018 Bahar sayımızdan bu yana editör yardımcılığını özenli ve özverili bir şekilde yürüten Ezgi Kaya Hayatsever, görevini Gülden Gürsoy Ataman'a devretti. Ezgi'ye İLEF Dergisi'ne ayırdığı zaman ve emek için, Gülden'e de dergi süreçlerine hızla hâkim olduğu ve bu sayının hazırlanmasına katkıda bulunduğu için çok teşekkür ediyoruz. Ayrıca iki sayıdır editör yardımcılığı görevini yürüten Zafer Kıyan da akademik ve idari görevlerinin yoğunluğu nedeniyle bu sayıdan itibaren affını istedi. Kendisine bu süre zarfında ayırdığı zaman ve emek için teşekkür ediyoruz. Ayrıca dergimizin tasarımındaki emekleri için Mehmet Sobacı'ya, bu sayıda dil editörlüğü görevini üstlenen Gülden Gürsoy-Ataman ve Uğur Yağan'a da teşekkürlerimizi iletiyoruz.

Yeni yılda, yeni sayılarla yeniden buluşabilmek dileğiyle...

Exploring Change.Org as a Digital Heterotopia: A Foucauldian Approach

İlgar Seyidov

Atılım University School of Business

<https://orcid.org/0000-0001-8420-1413>

ilgar.seyidov@atilim.edu.tr

Ebru Akçay

Ondokuz Mayıs Uni. Faculty of Com.

<https://orcid.org/0000-0002-4792-9680>

ebruakcay1@gmail.com

Abstract

Technological developments and especially the Internet have shaped the understanding of culture and society. New forms of politics, economy, business and trade have emerged with digital culture. Digital communication tools have provided effective platforms for people not only to communicate with each other, but also to organize against societal problems. In this context, digital activism has provided opportunities for non-physical gatherings and new modes of organizing. As an e-petition platform, *Change.org* including various campaigns worldwide, is one of those effective digital activist platforms. Although there are several studies analyzing *Change.org* as an effective digital activist platform, the extant literature does not include studies that focus on the platform as a heterotopic site. In this context, the current study aims to find out how to understand *Change.org* as an example of digital heterotopia based on Michel Foucault's approach. Descriptive case study analysis was selected as the research technique and four categories were identified to analyze the case in a detailed way. The study revealed that *Change.org* can be considered as an epitome of digital heterotopia which reflects and creates the alternative spaces at the same time, and juxtaposes several spaces, events and issues in a single space with its own community rules.

Keywords: *Heterotopia, Digital Heterotopia, Digital Activism, Change.org, Case Study Analysis*

• • • • •

Received: 5.1.2021 ▪ Accepted: 23.3.2021

<http://ilefdergisi.ankara.edu.tr>

ilef dergisi ▪ © 2021 ▪ 8(2) ▪ güz/autumn: 239-260

Research Article DOI: 10.24955/ilef.958572

Dijital Heterotopya Olarak Change.Org: Foucaultcu Bir Yaklaşım

Ilgar Seyidov

Atılım Üniversitesi İşletme Fakültesi

<https://orcid.org/0000-0001-8420-1413>

ilgar.seyidov@atilim.edu.tr

Ebru Akçay

Ondokuz Mayıs Üniversitesi İletişim Fakültesi

<https://orcid.org/0000-0002-4792-9680>

ebruakcay1@gmail.com

Öz

Teknolojik gelişmeler ve özellikle İnternet, kültür ve toplum kavrayışını büyük oranda şekillendirmektedir. Dijital kültür ile politika, ekonomi, iktisadi faaliyetler ve ticaretin yeni biçimleri ortaya çıkmaya başlamıştır. Dijital iletişim araçları, sadece kamuların birbirleriyle iletişim kurmaları için değil, aynı zamanda toplumsal sorunlara karşı örgütlenmelerini için de etkili platformlar sağlamaktadır. Bu bakımdan, dijital aktivizm fiziksel olmayan toplulukların ve yeni örgütlenme biçimlerinin ortaya çıkabilmesi için imkân sunmaktadır. Çevrimiçi imza kampanyası platformu olan ve dünya çapında birçok kampanyanın başlatıldığı *Change.org* en etkili dijital aktivist platformların arasında yer almaktadır. Literatürde *Change.org*'u etkili bir dijital aktivist platform olarak inceleyen birçok araştırma bulunmasına rağmen, söz konusu platformu heterotopik bir alan olarak tanımlayan bir çalışma bulunmamaktadır. Bu bağlamda, bu çalışma *Change.org*'un Michel Foucault'nun yaklaşımından temellenen bir kavram olan dijital heterotopya olarak nasıl incelenebileceğini ortaya koymaya amaçlamaktadır. Araştırma yöntemi olarak betimsel vaka incelemesi yöntemi kullanılmış ve analiz için dört kategori belirlenmiştir. Çalışma; kendi topluluk kuralları ile birlikte alternatif alanları aynı anda hem yansıtan hem de üreten, farklı alanları, olayları ve konuları tek bir yerde bir araya getiren *Change.org*'un dijital heterotopya örneği olarak değerlendirilebileceğini ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler: Heterotopya, Dijital Heterotopya, Dijital Aktivizm, *Change.Org*, Vaka İncelemesi

• • • • •

Makale Geliş Tarihi: 05.01.2021 ■ Makale Kabul Tarihi: 23.03.2021

<http://ilefdergisi.ankara.edu.tr>

ilef dergisi • © 2021 • 8(2) • güz/autumn: 239-260

Araştırma Makalesi DOI: 10.24955/ilef.958572

The term Web 2.0 has been a phenomenon by the 2000s as a new Web experience. This new experience of reading and writing at the same time is different from the previous system (Web 1.0) which was read-only. It has led the Web to become an environment for mutual communication, information sharing and dissemination.

Web 2.0 is a technology that enables digital platforms to be participatory for the users who can not only consume, but also produce the content (Darwish and Lakhtoria 2011, 204). Therefore, the digital platforms such as Websites, blogs and social media tools should not only be considered as the catalogues for information sharing of issues or events, but also as places in which connections and relations can be established (Lllia 2002, 327). For Scholz (2010, 24-25) contrary to what is believed, Web 2.0 is not the first platform used by individuals to share their thoughts or to express their ideas. Since its emergence, the Internet has been providing a platform for public voices. In this context, four historical milestones can be aligned for the development of participatory digital technology. First milestone was the adaptation of “network mail” on ARPANET in the 1970s. Second one was the success of the Mosaic Web browsers as “window into cyberspace” in the mid-1990s. The following milestone was the formation of social media in the 2000s. The growth of the

use of Web-enabled mobile phones can be considered as the final phase in the development of participatory digital technology.

The Internet and Web 2.0 technology has triggered the development of e-government systems at the local, state and national levels. In such way, citizen participation has turned out to be an online activity. Online civic participation has changed the decision-making arenas and has reorganized the activities of non-profit advocacy efforts, interest groups and social movement organizations (McNutt 2018, 10-11). In this context, the multiple networks, which enable citizens and activists to connect on the common platform, have also transformed the use of mobile phones. The mobile technology creates an opportunity for identity construction and politics and provides networking sites for diverse communities to create solidarity (Kahn and Kellner 2004, 89). Nowadays, activist organizations prefer to conduct technology-powered advocacy methods rather than use physical venues. Online advocacy techniques such as e-mail/text campaigns, Website strategies, e-petitions, social media campaigns, mapping and online fundraising have supplanted the traditional methods including lobbying, community organizing, economic boycotts, traditional media campaigns, electoral effort and civil disobedience (McNutt 2018, 11).

Although the definition of the social movement is not explicit, it is commonly understood as: a) networks of informal interactions between diverse actors (individuals, organizations and groups); b) ties of solidarity based on shared beliefs and purposes; c) social change ending up with political and cultural conflicts (Kavada 2010, 102). Based on these characteristics, the Internet and digital communication tools are being used as the platforms by activists to establish connections and to organize around specific issues and purposes. The abovementioned technology-powered techniques are mostly employed at individual and organizational levels. In this respect, digital activism should be understood within the context of the digital technology use in each activist campaign and political, social and economic conditions in which the technology is used. While the use of digital technology is related to infrastructure including the networks, code, application and devices forming the physical structure of digital activist practices. In the same manner; economic, social and political conditions are important factors, which impact the way activists use this technology (Joyce 2010, 2).

There are many studies (Lee and Hsieh 2013; Clark 2016; Jackson 2018; Turley and Fisher 2018; George and Leidner 2019) that analyze digital activ-

ism in connection with the rights of disadvantaged groups and advocacy activities. In particular, social media tools are considered as effective platforms in conducting such activities.

Change.org is also widely used for digital campaigns. *Change.org* is known as one of the largest e-petition platforms in worldwide. It was founded in 2006 in order to form a social network for non-profit purposes. More than 300 million people from 196 countries use this platform (Huang et al., 2015). Since e-petitions are essential for online political participation, *Change.org* has become the most popular and useful platform for the users (Teblunthuis, Shaw and Hill 2017, 324). Online petitions via this platform have been playing significant role for governmental and societal changes worldwide. E-petitions reduce the cost of participation, dissemination and organization, and encourage the users to launch a campaign and to gain support from others. Simply, the users spend only five or ten minutes to register on the website to reach their goals, instead of spending time and effort for physical participation (Noshokaty, Deng & Kwak 2016, 1979).

Change.org is mainly analyzed as an effective e-petition platform for digital activism in the literature (Huang et al. 2015; Teblunthuis, Shaw and Hill 2017; Noshokaty, Deng and Shaw 2017; Halpin et al. 2018; Minocher 2019); however, those studies have not conceptualized the platform as a *digital heterotopia*. In this context, the current study aims to find out how to understand *Change.org* as digital heterotopia and what its main dynamics are. The heterotopias are self-induced, unplanned physical and mental spaces. They are worlds within worlds reflecting the outside. In this context, the conceptualization of *Change.org* as a digital heterotopia can be directive and seminal for the further digital activism research. It can contribute to understanding those sorts of online platforms as not only Web sites but also systematic structures providing virtual communities and networks for struggling with various social issues. Via the online platforms, people feel free to express their ideas upon issues and to react to social or political happenings. As stated above, the social movements are formed and conducted in these digital heterotopias in our age. In this context, research questions are as follows:

RQ1: How can digital heterotopia be conceptualized?

RQ2: What are the main dynamics of *Change.org* as a digital heterotopia?

RQ3: What are community rules of *Change.org* that should be followed by the users?

RQ4: How does *Change.org* create and reflect the alternative space?

RQ5: How does *Change.org* juxtapose different places, events and issues in a single place?

After a descriptive case study analysis will be employed as a research method, based on those research questions; Foucault's (1986) term *heterotopia* will be examined theoretically. And in the final section, *Change.org* will be analyzed under four specific categories. In doing so, the implementation structure will be evaluated within the scope of digital heterotopia. Since the term digital heterotopia is related to understanding of the selected platform holistically, general functions of *Change.org* were analyzed under the specific categories tied to heterotopia. Campaigns were only given as the examples for the related categories to be understood in detailed way.

Conceptualization of Heterotopia and Digital Heterotopia

The term heterotopia is originated from anatomy studies. It was defined as the displacement of an organ or a part of the body from its normal position (Sudradjat 2012, 29). It was used to describe the body parts, which can be either out of place, missing, extra or tumors (Hetherington 1997, 42). In the original meaning, heterotopia is like a tooth in the skull, a fingernail in the hand (Smith 2014, 18). Although heterotopia has become popular by the French thinker Michel Foucault in social sciences, according to Beckett, Nagguley and Campbell (2017) the study of Haeckel in 1905 can be considered as the inspiration for adoption and adaption of the concept. While heterotopia was defined as "gradual displacement of organs or tissue from its original position", heterochrony was explained as displacement in time, in sequence in which organs appear, such that there is acceleration or slowing in their appearance" (Beckett, Nagguley and Campbell 2017, 171).

Influenced by its original meaning, Foucault attempted to define the heterotopia in a book titled *The Order of Things*, in radio broadcasts, and in a lecture titled "Out of Spaces" presented to a group of architects in 1967 (Johnson 2006, 75). In the preface of *The Order of Things*, Foucault defined heterotopias as textual spaces, which undermine the language in the text. To be more precise, "they shatter or tangle common means" and "they destroy syntax in advance." Therefore, heterotopias dissolve the myths and sterilize the lyricism of our sentences (Foucault 2002, XIX). In 12-minute radio broadcast, he illustrated the concept with reference to children's imaginative games like pitching a tent, playing games on or under the covers of the parents' bed. Such

inventive plays produce different spaces for them. These spaces reflect and contest in the parallel time. On the track, Foucault points to a number of these “counter-spaces” such as cemeteries, brothels or prisons (Johnson 2006, 76).

Foucault (1986) specifically focused on the term heterotopia in the lecture titled “Of Other Spaces: Utopias and Heterotopias” in a detailed way. He tried to explain heterotopia in comparison with *utopia*. Utopias are defined as sites, which are devoid of real places. These sites are directly related to or have inverted analogous with the real spaces of society. They are perfected forms of society; however, they do not exist in reality. Differently from utopias, there are also places formed in the founding of society. They are real places/ counter sites and exist in every culture and civilization. Those places are outside of all places and can be called as heterotopias. The heterotopias function like mirrors on which I can see myself but the image on the mirror is not the real me. In short, it is a placeless place. Put it differently, it is a virtual place that opens behind the surface which reflects my own real visibility to myself (Foucault 1986, 3-4).

Differently from utopia, heterotopia reflects a juxtapositional and relational space including incompatible spaces and causing paradoxes. A mirror is a metaphor for utopia due to the absence of image that we see in it. On the other hand, it is also heterotopia because it is a real object showing our images (Sudradjat 2012, 29). Heterotopias are locatable in physical space-time compared to utopias; however, they also exist “outside” society like utopias. To define a space as a heterotopia requires some expulsion from “mainstream” society and its habits. It might also contribute to stability of the society (Saldanha 2008, 2082-2083). As can be noticed, the definition of the term is not clear or consistent. In order to understand the base of heterotopia, Foucault (1986) alleged six fundamental characteristics:

1. There are various forms and spatial types of heterotopia;
2. Heterotopias have accurate and determined functions in society which can make heterotopias function in various ways;
3. The heterotopias can juxtapose several spaces and sites in a single real place;
4. The heterotopia is also such a heterochrony, which refers to linkage of slices in time for the sake of symmetries;

5. The heterotopic sites are not freely accessible like public spheres. There are certain permissions and gestures that should be followed for the entry. There are also heterotopias which prioritize the purification activities like hammam of the Moslems or Scandinavian saunas;
6. The functions of heterotopias unfold between two extreme poles; on one hand, they create a space of illusion exposing real space, on the other they create a real space which is much more perfect and meticulous compared to ours (Foucault 1986, 4-8)

Since the heterotopia is not easy to understand comprehensively, Sudradjat (2012, 31) exemplifies heterotopic sites as: *ship* (it is a piece of floating space, a placeless place. It has own rules in its space); *cemetery* (it is also a heterotopia because it provides an illusion to its visitors that their departed relatives still have existence and status); *gardens* (they are also as illusions reflecting an ideal nature and smallest parcel of the world); and *museums* (there are disparate objects from different times in a single place. Therefore, museum is the palimpsest and continual accumulation of time).

According to Hetherington (1997, 40) an alternative social ordering is performed within heterotopia. In other words, heterotopic spaces are the places where a new way of ordering emerges as opposite to mundane idea of social order. In this vein, heterotopias can be understood as spaces that exist in relation to each other. These spaces mirror, invert and respond to other spaces. They have different functions such as ritualism (sacred sites or churches), leisure time (resorts, gardens) or deviation (old people's homes, hospitals) (Witteborn 2014, 74).

In conceptual understanding of heterotopia, digital media can also be considered as the tool including the "mirror effect". More clearly, digital media provides platform for individuals to exist in the place which is isolated from physical space and time. In addition, the multiple media tools provided by these platforms allow the users to involve in online and physical worlds simultaneously (Göker 2017, 172). They constitute and link competing spaces like politics, individual demands and entertainment through online interactions and network (Witteborn 2014, 76). The ambiguous duality (real world and virtual space) of digital landscapes enables those digital platforms to be reconsidered as heterotopia (Lin and Yang 2020, 1222). On the other hand, digital heterotopias can also be understood as cultural memory spaces that juxtapose different spaces like online and offline, experts and amateurs, sci-

ence and popular culture. In this context, social media tools are the best examples for creating virtual communities and social networks to bring people together to communicate, discuss and share their ideas. Social network sites can juxtapose several places in a single place and explore diverse events synchronically in real time (Komalova 2018, 44).

Besides being an e-petition site, as a networked media platform *Change.org* can be considered as a good example of digital heterotopia in terms of juxtaposing several spaces and locations in a single place, which has its own rules to follow, and exists “outside” of mainstream society. *Change.org* also provides a participatory platform for the users to share, discuss or defend the societal problems. In accordance with the main characteristics of heterotopia by Foucault (1986), *Change.org* unfolds between two poles: on one hand, it creates a space of illusion that exposes real space, on the other it creates a space that is another real space in which it is easier and useful to reach the masses to raise awareness and to conduct campaigns. In this context, this study will analyze *Change.org* as an epitome of digital heterotopia by focusing on the main dynamics of the platform. The structure and functions of this platform will be examined through case study research.

Methodology

The case study is defined as “a research strategy which focuses on understanding the dynamics present within single settings” (Eisenhardt 1989, 534). A person, a campaign, an organization or a cultural/historical/political phenomenon can be chosen as a case. Generally, case study research is used to analyze the chosen case/cases in a detailed way. However, through case study research, researchers can build theories, which is one of the case study research’s strengths (Eisenhardt 1989). Therefore, case study research is not a sample as many studies tend to regard it as such; it is a research strategy per se (Yin 2003).

The case study research comprises both single case studies and multiple case studies. While single case studies aim to comprehend the case in a detailed way, multiple case studies aim to reveal differences and similarities between the chosen cases. Therefore, the number of cases is determined by the research questions of the study. In other words, research questions lie at the heart of a case study research. After the research questions are formulated, the data should be collected. Different data collection methods, such as “documentation, archival records, interviews, direct observations, participant

observation, physical artifacts” can be used in case studies (Yin 2003, 86). By this means, case study research provides a methodology to comprehensive data about a case/cases.

All case study researches allow the researcher to understand how the selected case functions. In this context, case study should not be considered as only a data-gathering technique, but also a methodological approach which includes several data-gathering techniques. Although there are several designs of case study analysis, the most commonly used types are exploratory, explanatory and descriptive techniques. Descriptive case study analysis is the most effective one to employ in social sciences. In descriptive case studies, a researcher should detect the unit of analysis which is compatible with theoretical framework (Berg 2001, 225-230). In this line, after research questions are identified and the data is collected, the findings of the analysis are interpreted (Kumar 2011). In addition to common characteristics of case study analysis in descriptive case study, unity of analysis and the related research questions should address the specific theoretical proposition properly. Most importantly, the logical connection should be formed to identify the analysis categories. In such way, the findings can be scrutinized in much more descriptive way (Yin, 2003). To this end, first theoretical proposition was determined as connection between Change.org and Foucauldian concept heterotopia in the scope of digital heterotopia. Then, the specific categories were identified based on the theoretical framework. The findings were analyzed under the related categories in descriptive way.

Findings

In this study, the case of *Change.org* was chosen through the purposive sampling and it was regarded as an epitome of digital heterotopia due to its characteristics. In order to analyze *Change.org* as a heterotopic site, four categories were identified based on Foucault’s approach: *General Structure*, *Community Rules*, *The Mirror Effect*, and *The Locus of Juxtapositions*. Within the category of “general structure”, the study will focus on the general structure to understand how the platform works. The category of “community rules” will examine the specific rules of involving in this platform. In the category of “the mirror effect”, the study will argue that *Change.org* reflects and creates alternative options in society. In the final category titled “locus of juxtapositions”, the study will put forth that *Change.org* provides a platform for different, even clashing ideas.

General Structure of *Change.org*

Founded in 2006 by Ben Rattray, *Change.org* is “the world’s largest platform for social change” (Change.org Impact Report, 2018: 3). As a Public Benefit Corporation (PBC) and a charitable Foundation, campaigns are financed only by the members and campaign participants who promote the petitions (Change.org Impact Report, 2018: 22). With 265.786.771 million users (registered and unregistered) all around the world (see Table 1) and more than 25.000 campaigns per month, *Change.org* has enabled 603.903.062 online signatures to be appended (Change.org Impact Report, 2018: 5)

Table 1: Distribution of Registered Users by Country

Country	Number of Registered Users	Percentage %
USA	60,587,415	27,8
UK	17,167,035	7,9
Brazil	17,131,100	7,8
Spain	14,587,757	6,7
Russia	14,304,914	6,6
India	12,842,341	5,9
France	12,399,827	5,7
Turkey	11,945,973	5,5
Mexico	9,582,691	4,41
Italy	8,905,105	4,1
Canada	7,285,302	3,3
Argentina	6,561,163	3
Germany	6,002,997	2,8
Australia	5,894,081	2,7
Indonesia	5,410,783	2,5
Colombia	3,099,291	1,4
Thailand	2,872,805	1,3
Japan	1,697,572	0,8
Total	218,278,152	100

Source: Change.org Impact Report. 2018.

Change.org aims “to empower people everywhere to create the change they want to see” and “to create civic participation” (Change.org Impact Report, 2018: 3-7). *Change.org*’s strategy is “to help create more responsive systems of decision-making” (Change.org Impact Report, 2018: 7). As it is implied by its mission and strategy, *Change.org* believes that the world needs “social and

political systems” to make people change the world. In this respect, *Change.org* claims that it has created a circle including empowering, mobilizing and engaging people for societal change, which is defined as “people-powered change” (Change.org Impact Report, 2018: 8). *Change.org* provides a platform for campaigners to reach people and decision makers to start petition on any specific issue.

By giving voice to people and making them campaigners, *Change.org* provides a platform for people to participate civic initiatives. Everyone can start an online petition free of charge. According to *Change.org*, every minute a petition campaign attains its aim and in 196 countries, 64.459 petition campaigns have reached their goals¹. While *Change.org* lists successful campaigns with a title of “prominent campaigns”, the platform also lists the campaigns which need contributions to achieve their goals. Hereby users and visitors can see what campaigns remain on the agenda and what people want to change.

Community Rules

Access to the heterotopic sites are without constraint; that is, people should follow rules for access (Foucault, 1967). As heterotopic spaces, *Change.org* has its own rules that campaigners and users should follow. First of all, users need to have access to Internet and the related technological tools (e.g. mobile phones, PCs or tablet computers) in order to register and start a petition on the platform. People can start petitions about any topic they want to propose for the public and political agenda. However, *Change.org* has developed “Community Guidelines” for the users to agree and to follow.

In “Community Guidelines”, *Change.org* classifies the points that users can do and cannot do. In this respect, *Change.org* tells campaigners to choose a campaign topic, to offer the resolution to the problem and to explain how the campaign will bring about a change in society. After this step, users specify the decision maker related to the campaign topic and share the campaign with their acquaintances by the help of social media. At this point, *Change.org* requests campaigners to be open to different worldviews that might come out during the campaign and to listen the others. The campaigners can share developments about the campaign with the supporters regularly and the supporters can comment and share their own ideas on the website. However, *Change.org* claims that it will not excuse “hate speech, incitement to violence / the glorification of violence, impersonation of other people, violation of other

•••

1 <https://www.change.org/impact> (accessed 10 August 2020).

people's privacy, bullying, gratuitously graphic content, content that may be harmful to children, spam and illegal content" (Change.org Impact Report, 2018: 25). By prescribing community rules, *Change.org* doesn't assent to human right violations.

In case of a violation of the guideline, users can report the violation and *Change.org's* "User Safety Team" does what is necessary for the situation after the violation is confirmed. In the case of a violation, users' access can be even restricted. "Community Guidelines" are uploaded on a regular basis and the campaigners should follow the rules in order to conduct campaigns.

The Mirror Effect: Reflecting and Creating the Alternative

As heterotopic sites are virtual places reflecting the outside, *Change.org* functions as a mirror which reflects society's needs. By mirroring the people's demands, *Change.org* also proposes an alternative to the existing society. In other words, *Change.org* pictures ideal form of society by demonstrating people's demands. Although *Change.org* is a virtual space in which people put signature to the campaigns, those virtual campaigns can end up with real results. By using *Change.org*, people can bring forward an issue that they demand to change into the public agenda and they also push the governmental institutions or corporations for changing their attitudes towards the issue. By this means, *Change.org* encourages societal change about any topic.

In Impact Report 2018, *Change.org* makes a list of the most popular campaigns of 2018 including economic fairness, health & disabilities, women's rights, animal rights, environment & plastics and lastly children's rights (see Table 2). The number of campaigns launched about a topic shows that people demand change in those areas. In this way, *Change.org* functions as a mirror on which society sees itself. According to Change.org Impact Report (2018) people demand economic fairness the most, which shows that people around the world are in accord with each other in terms of economic injustices and health services. People also demand authorities to take action about women's rights, animal rights, children's rights and environment. In a way, Table 2 functions as a picture of an alternative society.

Table 2: The Most Popular Campaign Topics of 2018

Campaign Topic	Number of Campaigns
Economic Fairness	28,395
Health and Disabilities	19,965
Women's Rights	16,203
Animal Rights	13,922
Environment and Plastics	13,713
Children's Rights	6,172
Source: Change.org Impact Report.	

One can look at the topics of the campaigns and see that people around the world call for societal and political change in those areas. In this way, one can picture an alternative society which protects human and animal rights and is environmentally-conscious. Thereby, ordinary people not only participate in the public debates by expressing their opinions, but also they become driving force of the social change.

In *Change.org*, petitions are addressed to governmental institutions or corporations which are forced to take action to change unfair practices. The more people sign, the more the campaign public pressure is created, and the more decision makers actualize the people's demands. While campaigns raise awareness, people participate in the discussions and institutions/corporations respond to the campaigners. Although *Change.org* does not occupy a physical place like a parliament or an assembly, and people do not come together in real spaces, but campaigns have real outcomes in real life.

For instance, in 2019 "Pass the Preventing Animal Cruelty (PACT) Act" was launched.² Prior to the campaign, although the act titled "Preventing Animal Cruelty and Torture (PACT) Act S. 654" was unanimously passed in the Senate, it was not a federal law. After the House of Representatives changed, Sydney Helfand started the campaign addressing to U.S. House of Representatives, U.S Senate and Donald J. Trump. The campaign demanded the Congress to pass the act and the campaigner successfully appealed to people by saying that if they signed the petition, they would help stop animal cruelty in

•••

2 <https://www.change.org/p/pass-the-preventing-animal-cruelty-pact-act> (accessed 10 August 2020).

the country. After over 860.000 signatures were signed, the law was signed, and it is known as “the first general federal animal cruelty law in US history.”³

In Australia, campaign titled “Disability is no Reason for Deportation. Let Our Little Adyan Stay in Australia” also achieved its aim.⁴ Adyan’s parents started the petition after the Department of Immigration and Border Protection refused their application for permanent residency due to Adyan’s disability. After 32.059 signatures were signed, Adyan’s family was granted permanent residency in Australia.

Besides, campaign titled “Straws Suck! Ban Single Use Straws Across the UK!” was launched by 9- and 10-years old children in 2018.⁵ As a class, kids argued that plastic use destroys the marine life and unless the usage will not stop, by 2050 the number of plastics will outnumber the fish population. In order to strength their claim, they reminded that some companies lessened the usage of plastics and some countries promised to ban the straws. With 108.874 signatures, the UK government made commitment to ban plastic straws.

In Turkey, after 20-year old Özgecan Aslan who resisted rape of a minibus driver was brutally murdered, a campaign titled “#ÖzgecanYasası”(The Özgecan Law) was launched in *Change.org* in 2015. With more than one million signatures, the campaign was even at the parliament’s agenda, that is, some members of the parliament made the legislative proposals about the case to the Grand National Assembly of Turkey (Aktaş and Akçay 2019, 325-326). Even though the law has not been passed yet, the campaign provided the demand for abolition of the abatement of punishments in the cases of femicide to be known as “Özgecan Yasası” (The Özgecan Law) by the public (Aktaş and Akçay 2019, 307).

The Locus of Juxtapositions

Although *Change.org* acts responsively towards violations, hate speech and incitement of violence; it also celebrates diversity and the right to freedom of speech. If *Change.org* determines that a reported campaign does not violate

•••

3 <https://www.change.org/p/pass-the-preventing-animal-cruelty-pact-act> (accessed 10 August 2020).

4 <https://www.change.org/p/disability-is-no-reason-for-deportation-let-our-little-adyan-stay-in-australia> (accessed 11 August 2020).

5 [shttps://www.change.org/p/michael-gove-straws-suck-ban-single-use-straws-across-the-uk](https://www.change.org/p/michael-gove-straws-suck-ban-single-use-straws-across-the-uk) (accessed 11 August 2020).

the “Community Guidelines”,⁶ the platform does not implement censorship. Rather, *Change.org* encourages users to launch counter campaigns if they are offended by any campaign. Indeed, *Change.org* states that launching a counter campaign against the campaigns is the best way to respond to insulting campaigns.⁷ *Change.org* believes that in every petition campaign there can be opposite parties and being on different wavelengths about a campaign is the best aspect of an open-minded platform.

Change.org provides a synchronic platform for campaigners and supporters because campaigners can launch various campaigns regardless of their country or time zone. In *Change.org* there are different campaign topics such as human rights, animal rights, health, economic justice, social policy, local issues, environmental issues, women’s rights, family, criminal justice, entertainment, immigration, food and education. Opposite parties can launch campaigns in *Change.org*, which comes to mean that *Change.org* is a locus on which different topics and worldviews from all around the world is juxtaposed in a single place.

For example, opposing campaigns about “The Council Of Europe Convention On Preventing And Combating Violence Against Women And Domestic Violence” in Turkey epitomize such juxtaposition. Recently, the convention signed by the Republic of Turkey in 2011 has been brought to the political agenda by the conservatives claiming that the convention has ruined the family values and by the feminist groups asserting that the convention is the leading document to combat violence against women. *Change.org* has enabled those groups to defend their claims and to be supported.

Both the supporters and the opponents of the convention launched campaigns about the convention. After the public debate on annulling the convention, the supporters launched a campaign titled “Enforce the Istanbul Convention and the Law No. 6284 # *IstanbulConventionSavesLives*”.⁸ The campaign demands Grand National Assembly of Turkey to enforce the law to combat femicide and violence against women. In addition to this demand, the campaigners also informed users about the Law no. 6824, which is a national law

•••

6 <https://www.change.org/policies/community?lang=en-US> (accessed 12 August 2020).

7 <https://www.change.org/policies/community?lang=en-US> (accessed 13 August 2020).

8 <https://www.change.org/p/kad%C4%B1nlar%C4%B1-koruyan-istanbul-s%C3%B6zle%C5%9Fmesi-uygulans%C4%B1n-istanbul-s%C3%B6zle%C5%9Fmesiya%C5%9Fat%C4%B1r-tbmmresmi-adalet-bakanlik> (accessed 14 August 2020).

based on the convention. On the other side, the opponents launched a campaign titled “Annul the Istanbul Convention” by supporting that the convention ruins the family values.⁹

Although the aforementioned convention is the primary legal instrument to combat violence against women in Turkey, *Change.org* provided platform for the supporters and the opponents of the convention. In other words, even though the convention’s importance and role in combating and preventing violence against women, *Change.org* is used by groups to disseminate their opinions about the case. In this way, *Change.org* becomes a locus of juxtaposition of different standpoints on a same issue. By bringing different ideas together without prioritizing any, *Change.org* becomes a heterotopia where different worldviews stand side by side. Here, people are the agents deciding which campaign will shine through others and will affect the decisions in the future.

Conclusion

The current study aimed to analyze *Change.org* as a digital heterotopia from Foucault’s perspective. In this context, five main research questions were identified for the analysis. First, the study focused on the conceptualization of heterotopia and digital heterotopia. Then, the case was analyzed through descriptive case study analysis.

Based on the first research question, the study showed that heterotopia is defined in comparison with utopia in social science although the concept is originated from anatomy studies and stands for organ displacement from its normal position of the body (Sudradjat 2012). Differently from utopias, heterotopias are locatable in physical time (Saldanha 2008). For Foucault (1986) heterotopias are formed in the founding of society. They are counter-sites and exist in every culture and civilization. The heterotopia possesses “mirror effect” that reflects juxtapositional and relational spaces (Sudradjat 2012). Foucault (1986) states that the heterotopias have different spatial types and determined functions in society. They can juxtapose several spaces and sites in a single real place. The heterotopic sites are not freely accessible like public spheres. There are some rules that should be followed for the entry. On one hand, the heterotopias create a space of illusion exposing every real space, on the other

•••

9 <https://www.change.org/p/aile-ve-sosyal-politikalar-bakanl%C4%B1%C4%9F%C4%B1-istanbul-s%C3%B6zle%C5%9Fmesi-iptal-edilsin> (accessed 15 August 2020).

they form splendid real spaces compared to ours. Therefore, an alternative social ordering is performed within heterotopia (Hetherington 1997). From this point of view, digital media can be also considered as an example for heterotopia in terms of providing platform which is isolated physical time and space. It allows the users to exist in online and physical worlds simultaneously. In general, the ambiguous duality (real world and virtual space) of digital landscapes enables them to function as heterotopia (Lin and Yang 2020). They can link competing spaces such as politics, individual demands and entertainment through online interactions (Witteborn 2014). Digital heterotopias function as cultural memory spaces that juxtapose different spaces like online and offline, experts and amateurs, science and popular culture (Komalova 2018).

In the scope of second and third research questions, the findings revealed that *Change.org* is also a digital heterotopia that juxtaposes different spaces, locations and issues in a single place, and has its own rules to follow. Founded in 2006 by Ben Rattray, *Change.org* has more than 265.000.000 registered and unregistered users of this platform worldwide. As can be shown in Table 1, 27,8% of the users are registered from USA. As stated by Saldanha (2018) for the formation of a heterotopic site, *Change.org* is also locatable in physical time. The platform aims “to empower people everywhere to create the change they want to see” and to promote civic participation. In doing so, it provides opportunity for campaigners to reach people and decision makers to start the petition. As any heterotopic site should have some permissions and gestures (Foucault 1986; Hetherington 1997), *Change.org* has also its own community rules. The initial step is to have access to Internet and technological tools in order to register and start the petition. “Community Guidelines” should also be read and agreed by the users. This guideline includes violation, safety, privacy and such human rights protection content. In case of violation, the access of the user can be restricted.

As the heterotopia includes “mirror effect” reflecting juxtapositional and relational spaces (Sudradjat 2012) and has different spatial types and determined functions with society (Foucault 1986), *Change.org* creates a space of illusion aiming an ideal society, and creates a real space with concrete outcomes. It is a virtual space in which people put signature to the campaigns, but these campaigns end up with real results. It functions as a “mirror” for the users by reflecting the possibility of social change and civic participation though its non-physical space in online and by creating concrete outputs for the real world. For instance, in the project titled “Disability is no reason for

deportation. Let our Adyan stay in Australia” following the 32.059 signatures, Adyan’s family obtained permanent residency in Australia. Besides, after the campaign titled “Straws Suck! Ban Single Use Straws Across the UK” gathered 108.874 signatures, the UK government made commitment to ban the use of plastic straws.

In the framework of final research question, the findings showed that *Change.org* celebrates diversity and the right to freedom of speech although the platform acts responsively towards violations, hate speech and incitement of violence. If the responsible team of *Change.org* determines that a reported campaign does not violate the “Community Guidelines”, it is not censored. Instead, the complaining users are encouraged to launch counter campaigns against the campaign. For instance, two opposed campaigns concerning “The Council of Europe Convention on Preventing and Combating Violence Against Women and Domestic Violence” have been launched in Turkey. Following the public debate on annulling the convention, the supporters have started the campaign titled “Enforce the Istanbul Convention and The Law No. 6284 #IstanbulConventionSavesLives” in order to make the Grand National Assembly of Turkey enforce the Law to struggle with femicide and violence against women. On the opposite side, the users launched the campaign titled as “Annul the Istanbul Convention” by supporting that the Convention ruins the family values. *Change.org* can also be understood as a synchronic space that juxtaposes campaigners and supporters from different regions and time zones of the world. In addition, there are many campaigns focused on various topics such as human rights, animal rights, health, economic justice, environment, entertainment and education in one single place.

Consequently, the findings revealed that *Change.org* can be considered as an epitome in terms of understanding digital heterotopia as digital media corresponds to the main characteristics of heterotopia. As stated in the literature review, no research has analyzed *Change.org* as digital heterotopia, so it is believed that this current study can be pioneer. In particular, the research categories which were designed based on the literature can be directive for the further research. To be clearer, the community guidelines of *Change.org* as community rules, the mirror function of it which reflects the needs of society and also providing a synchronic platform for campaigners and supporters can be useful for future studies to analyze and characterize the similar digital environments.

References

- Aktaş, M. and Akçay, E. 2019. "Digital Savunuculuk Örneği Olarak 'Özgecan Yasası' Change.Org İmza Kampanyası". *Moment Dergi*, 6 (2): 305-336.
<https://doi.org/10.17572//mj2019.2.305336>
- Beckett, E Agharad, Bagguley Paul and Tom Campbell. 2017. "Foucault, Social Movements and Heterotopic Horizons: Rupturing the Order of Things". *Social Movement Studies* 16 (2): 169-181.
<https://doi.org/10.1080/14742837.2016.1252666>
- Berg, L Bruce. 2001. *Qualitative Research Methods for the Social Sciences*. Boston: Allyn-Bacon.
- Clark, Rosemary. 2016. "Hope in A Hashtag: The Discursive Activism of #WhyIStayed". *Feminist Media Studies* 16 (5): 788-804.
<https://doi.org/10.1080/14680777.2016.1138235>
- Change.org Impact Report. 2018. Accessed date 19 August 2020.
https://static.change.org/brand-pages/impact/reports/2019/change.org_Impact_Report_english_FINAL.pdf
- Change.org. 2020. Detailed Information about Change.org. Accessed date: 20 August 2020,
<https://www.change.org/>
- Darwish, Ashraf and Lakhtoria Kamaljit. 2011. "The Impact of the New Web 2.0 Technologies in Communication, Development and Revolutions of Societies". *Journal of Advances in Information Technology* 2 (4): 204-216.
- Eisenhardt, M Kathleen. 1989. "Building Theories from Case Study Research". *The Academy of Management Review* 14 (4): 532-550.
- Foucault, Michel. 1986. "Of Other Spaces: Utopias and Heterotopias". *Diacritics* 16 (1): 2227.
- Foucault, Michel. 2002. *The Order of Things*. New York: Routledge.
- George, J Jordana and Dorothy E Leidner. 2019. "From Clicktivism to Hacktivism: Understanding Digital Activism". *Information and Organization* 29: 1-45.
<https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2019.04.001>
- Göker, Göksel. 2017. "Dijital Heterotopiyalar: Başka bir Bağlamda Yeni Medya". *Selçuk İletişim* 9 (7): 64-88. [doi: 10.18094/si.57679](https://doi.org/10.18094/si.57679)
- Halpin, Darren, Vromen Ariadne, Vaughan Michael and Mahin Raissi. 2018. "Online Petitioning and Politics: The Development of Change.Org in Australia". *Australian Journal of Political Science* 53 (4): 428-445.
<https://doi.org/10.1080/10361146.2018.1499010>

- Hetherington, Kevin. 1991. *The Badlands of Modernity: Heterotopia and Social Ordering*. London: Routledge.
- Huang, Shih-Wen, Suh Minhyang, Hill M Benjamin and Gary Hsieh. 2015. "How Activists Are Both Born and Made: An Analysis of Users on Change.org". *CHI 2015 Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems*, April 18 – 23, 2015, Seoul, Republic of Korea (pp.211-220). Accessed date 12 August 2020
<https://dl.acm.org/conference/chi/proceedings>
- Jackson, Sue. 2018. "Young Feminists, Feminism and Digital Media". *Feminism & Psychology* 28 (1): 32-49.
<https://doi.org/10.1177/0959353517716952>
- Johnson, Peter. 2006. "Unravelling Foucault's "Different Spaces". *History of the Human Sciences* 19 (4): 75-90.
<https://doi.org/10.1177/0952695106069669>
- Joyce, C Mary. 2010. Introduction: How to Think About Digital Activism. In: Mary C Joyce (ed.) *Digital Activism Decoded*, 1-15. New York: Debate Press.
- Kahn, Richard and Douglas Kellner. 2004. "New Media and Internet Activism. From the Battle of Seattle to Blogging". *New Media & Society* 6(1): 87-95.
[DOI: 10.1177/1461444804039908](https://doi.org/10.1177/1461444804039908)
- Kavada, Anastasia. 2010. "Activism Transforms Digital: The Social Movement Perspective". In: Mary C Joyce (ed.) *Digital Activism Decoded*, 101-119. New York: Debate Press.
- Kumar, Ranjit. 2011. *Research Methodology: A Step-by-step Guide for Beginners*. London: SAGE.
- Lee, Yu-Hao and Gary, Hsieh. 2013. "Does Slacktivism Hurt Activism? The Effects of Moral Balancing and Consistency in Online Activism". In: *CHI 2013: Changing Perspectives*, April 27 – May 2 2013. Paris, France (pp.811-820). Accessed date 13.August 2020
<https://chi2013.acm.org/>
- Lin, Zonghuan and Yang Liu. 2020. "A Digital Promised Land? Digital Landscape as a Heterotopia for Disabled People in China". *Information, Communication & Society* 23 (8): 1220-1234.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1776366>
- Lllia, Laura. 2002. "Passage to Cyberactivism: How Dynamics of Activism Change". *Journal of Public Affairs* 3 (4): 326-337.
<https://doi.org/10.1002/pa.161>

- McNutt, G John. 2018. "Advocacy, Social Change and Activism". In: John G McNutt (ed.) *Technology, Activism and Social Justice in a Digital Age*, 9-22. New York: Oxford University Press.
- Minoceher, Xerxes. 2019. "Online Consumer Activism: Challenging Companies with Change.org". *New Media & Society* 21 (3): 620-638.
<https://doi.org/10.1177%2F1461444818803373>
- Noshokaty A, Deng S and Kwak HD (2016) "Success Factors on Online Petitions: Evidence from Change.Org". In: *49th Hawaii International Conference on System Sciences*, 5 January-8 January 2016, Koloa, USA (pp.1979-1985). Accessed date 12 August 2020.
<https://www.computer.org/csdl/proceedings/hicss/2016/12OmNrMHOd6>
- Saldanha, Arun. 2008. "Heterotopia and Structuralism". *Environment and Planning* 40: 2080-2096.
<https://doi.org/10.1068%2Fa39336>
- Scholtz, Trebor. 2010. "Its Transformations and Effect on Digital Activism". In: Mary Joyce (ed.) *Digital Activism Decoded*, 17-33. New York: Debate Press.
- Smith, C Eric. 2014. *Foucault's Heterotopia in Christian Catacombs: Constructing Spaces and Symbols in Ancient Rome*. New York: Palgrave MacMillan.
- Sudradjat, Iwan. 2012. Foucault, the Other Spaces and Human Behavior. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 36: 28-34.
[10.1016/j.sbspro.2012.03.004](https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.03.004)
- Teblunthuis, Nathan, Shaw Aaron and Benjamin M Hill. 2017. "Density Dependence Without Resource Partitioning: Population Ecology on Change.org". In: *CSCW 2017*, 25 February-1 March 2017, Portland, USA (pp. 323-326) Accessed date 12 August 2020.
https://discover.gcu.ac.uk/discovery/fulldisplay/alma991002474680503836/44GLCU_INST:44GLCU_VU2
- Turley, Emma and Jenny Fisher. 2018. "Tweeting Back While Shouting Back: Social Media and Feminist Activism". *Feminism & Psychology* 28(1): 128-132.
<https://doi.org/10.1177%2F0959353517715875>
- Wildeborn, Saskia. 2014. "Forced Migrants, Emotive Practice and Digital Heterotopia". *Crossings: Journal of Migration & Culture* 5(1): 73-85.
[DOI: 10.1386/cjmc.5.1.73_1](https://doi.org/10.1386/cjmc.5.1.73_1)
- Yin, K Robert. 2003. *Case Study Research: Design and Methods*. California: SAGE.

İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Medya Emek Piyasasına Dönük Algı ve Beklentileri Ankara Örneği

Çağrı Kaderoğlu Bulut

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi

<https://orcid.org/0000-0002-4701-9759>

cagrikaderoğlu@gmail.com

Elif Hacısalihoğlu

Trakya Üni. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

<https://orcid.org/0000-0003-3003-663X>

elifhasal@gmail.com

Öz

Bu çalışma iletişim fakültesi öğrencilerinin medya emek piyasasına dönük algı ve beklentilerini incelemektedir. Söz konusu algı ve beklentilerin, eğitim-istihdam ilişkisinin yapısı ve medya emek piyasasının koşulları ekseninde şekillendiği söylenebilir. Bu kapsamda çalışmada ilk olarak eğitim-istihdam ilişkisinin dönüşen yapısı ele alınmakta, ikinci bölümde Türkiye’de medya emek piyasasının durumu irdelenmektedir. Üçüncü bölümde araştırmanın kapsamı ve yöntemi serimlenmekte ve son bölümde saha araştırmasının bulguları tartışılmaktadır. Çalışma, Ankara örneğinde 240 öğrenci ile yüz yüze anket yoluyla yapılan saha araştırmasına dayanmaktadır. Araştırmanın bulguları “öğrencilerin demografik ve sosyal profili”, “iş bulma umudu ve kanalları”, “çalışma koşulları ve ortamı”, “mesleğin anlamı ve toplumsal yararı”, “eğitim süreci ve eğitim-istihdam ilişkisi” temaları ekseninde incelenmiştir. İletişim fakültesi öğrencilerinin medya emek piyasasına dönük algı ve beklentilerinin, genç neslin yalnızca kendi meslek pratiklerine ve geleceğine dönük değerlendirmelerini değil, aynı zamanda ülkenin ve mevcut toplumsal yapının geneline ilişkin ipuçlarını da barındırdığı belirtilebilir.

Anahtar Kelimeler: Medya emek piyasası, eğitim-istihdam ilişkisi, medya endüstrisi, iletişim eğitimi, iletişim fakültesi öğrencileri, genç işgücü.

• • • • •

Makale geliş tarihi: 19.10.2020 • Makale kabul tarihi: 12.02.2020

<http://ilefdergisi.ankara.edu.tr>

ilef dergisi • © 2021 • 8(2) • güz/autumn: 261-295

Araştırma makalesi DOI: 10.24955/ilef.901414

The Perceptions and Expectations of Students of Communication Faculty for the Media Labor Market The Case of Ankara

Çağrı Kaderoğlu Bulut

Ankara University Faculty of Communication

<https://orcid.org/0000-0002-4701-9759>

cagrikaderoğlu@gmail.com

Elif Hacısalıhoğlu

Trakya Uni. Fac. of Economic and Adm. Science

<https://orcid.org/0000-0003-3003-663X>

elifhasal@gmail.com

Abstract

This study examines communication faculty students' perceptions and expectations towards the media labour market in Turkey. It can be said that these perceptions and expectations are shaped around the structure of the education-employment relationship and the conditions of the media labour market. In this context, this study primarily deals with transforming structure of the education-employment relationship. Media labour market situation in Turkey is examined in the second part of the study. In the third part, the scope and method of the research are displayed, and the findings of the field research are discussed in the last part of the article. The study is based on a field study, conducted with 240 students by using face-to-face questionnaire, in Ankara. The findings of the study were examined in the axis of "demographic and social profile of the students", "the hope and ways of finding a job", "working conditions and environment", "meaning and social benefit of the profession" and "the education process and education-employment relationship in the sector". It can be stated that the perceptions and expectations of the communication faculty students towards the media labor market contain not only the opinions of the young generation about their own professional practices and future but also the clues about the country and the current social structure in general.

Keywords: Media labor market, education-employment relationship, media industry, communication education, communication faculty students.

• • • • •

Received: 19.10.2020 ■ Accepted: 12.02.2020

<http://ilefdergisi.ankara.edu.tr>

ilef dergisi ■ © 2021 ■ 8(2) ■ güz/autumn: 261-295

Research Article DOI: 10.24955/ilef.901414

Medya, günümüzün en önemli toplumsal kurumlarından biri olması nedeniyle pek çok araştırma ve tartışmaya konu olmaktadır. Bu çalışmalar çoğunlukla medya içerikleri, medya sahipliği, çalışma koşulları, medya kullanım pratikleri ve medya-demokrasi ilişkisi ekseninde yoğunlaşmaktadır. Benzer şekilde, iletişim fakültesi öğrencileri üzerine de oldukça geniş bir Türkçe literatür bulunmaktadır. Bu literatürün izlenebileceği önemli mecralardan biri ULAKBİM sistemidir. Bu sistemde Ekim 2020 tarihi itibarıyla iletişim fakültesi öğrencileri üzerine yazılmış 189 makale ve e-kitaba ulaşılmıştır. Bu çalışmalarda iletişim fakültesi öğrencilerinin kimlik inşa süreçleri, medya ve sosyal medya kullanım pratikleri, eğitim sürecine dönük tutum ve yaklaşımları, dijital aktivizm pratikleri, internetle bağlantılı yaşam pratikleri, marka ve tüketicilik süreçleri ve medya okuryazarlığı düzeyleri gibi oldukça çeşitli konular incelenmektedir.¹

•••

1 Literatürün genişliği nedeniyle çalışmaların tümüne burada referans vermek mümkün değildir. Konuyla ilgili tüm çalışmalara ulaşmak için bkz.

<http://eds.b.ebscohost.com/eds/results?vid=5&sid=5c37a179-543e-451b-93cd-bf92cf3c3cbb%40pdc-v-sessmgr04&bquery=TX%2b%2522ileti%25c5%259fim%2bfak%25c3%25bcltesi%2b%25c3%25b6%25c4%259frencileri%2522&bdata=jkF1dGhUeXBIPXNzbyZjbGkwPUZUMSZjbHYwPVkmbGFuZz10ciZ0eXBIPTAmc2VhcmNoTW9kZT1BbmOmc2l0ZT1IZHMtbGl2ZSZzY29wZT1zaXRI>

Literatürün bu geniş kapsamına karşın bir bütün olarak iletişim fakültesi öğrencilerinin medya emek piyasasına dönük yaklaşımlarını inceleyen hiçbir çalışmaya ulaşılamamıştır. Medya gibi zorlu bir alanda iş ve meslek yaşamlarının arifesinde olan iletişim fakültesi öğrencilerine dönük bu boşluk oldukça düşündürücüdür. Oysa iletişim fakültesi öğrencilerinin medya emek piyasasına dönük algı ve beklentilerini incelemek, genç neslin bir yandan kendi meslek pratiklerine ve geleceğine dönük kanaatlerini açığa çıkarmak için önemli iken, diğer yandan ise gençlerin, yaşadıkları ülkenin mevcut durumuna ve geleceğine dönük beklentileri hakkında ipuçları yakalayabilmek açısından anlamlıdır. Dolayısıyla böylesi bir çalışma iletişim alanı özelinde gençlerin umutlarını, umutsuzluklarını ve sorunlarını görünür kılmak açısından gereklidir. Aynı zamanda böylesi bir araştırmanın sonuçları, iletişim alanının eğitimsel ve sektörel geleceğine ilişkin politika üretme süreçlerini de yeniden düşünme olanağı sunmaktadır.

Bu araştırma, bahsedilen hedeflerin tümünü gerçekleştirme iddiasında olmamakla birlikte, bu süreçte literatürdeki boşluğa bir katkı sunma ve alana ilişkin ön notlar sağlama amacını taşımaktadır. Çalışmada ilk olarak, eğitim-istihdam ilişkisi tartışılacak ve neoliberal dönemde bu ilişkinin dönüşen yapısına değinilecektir. Zira eğitim-istihdam arasındaki ilişkinin neoliberal dönemde aldığı yeni form, günümüzde üniversite eğitiminin amacını, işlevini ve içeriğini etkileyen en önemli unsurlardan biri olarak ortaya çıkmaktadır. Medya endüstrisi de bu ilişkinin kristalize olduğu alanlardan biridir. Bu kapsamda çalışmanın ikinci bölümünde araştırmanın bağlamını oluşturan medya emek piyasası ele alınarak piyasanın yapısı, kapsamı, işgücü ve istihdam verileri gibi göstergeler incelenecektir. Üçüncü bölümde araştırmanın kapsamı ve yöntemi açıklanacak, son bölümde ise bulgular belirli kategoriler altında serimlenerek tartışılacaktır.

Neoliberal Dönemde Eğitim-İstihdam İlişkisi

Kapitalist toplumsal ilişkilerin tarihsel gelişimi, eğitim olgusunu önemli ölçüde şekillendirmiştir. Eğitimin kurumsallaşması, yaygınlaşması, toplumsal işlevinin ve içeriğinin belirlenmesi ile kapitalizmin gelişimi arasında bir koşutluktan söz etmek mümkündür.² Sermaye temelinde iş bölümüne dayalı bir toplumsal yapının gelişmesiyle modern mesleklerin ortaya çıkışı ve yeni bir işgücüne duyulan ihtiyaç, kapitalizm ve eğitim arasındaki temel bağı oluşturmaktadır. Kapitalizmde eğitim, en temelde işgücünün üretimi ve bu yolla

•••

2 Tarihsel seyir içerisinde, eğitime yönelik farklı yaklaşımlar için bkz. İnal (2013, 265-287).

toplumun yeniden üretimine yaslanır (Rikowski 2018, 161). Buna karşın, kapitalizmin yükseliş dönemlerinde modern toplumun inşası ve yeniden üretimi sürecinde yurttaşlık pratikleri ve dünyaya ilişkin kapsamlı bilgi ve düşünce üretimi de eğitimin işlevleri arasında yer almıştır (Ünal 2005, 38; Ünal 2013, 10-11). 20. yüzyılın son çeyreğinden günümüze gelen süreç ise kapitalizmin neoliberal dönüşümüyle birlikte eğitimin de yeniden yapılandırılmasını ortaya çıkarmıştır. Bu süreç, toplumsal, kurumsal ve içerik bakımından eğitimin piyasalaştırılmasını ve tüm yönleriyle kapitalist sermaye dinamiklerine bağlı kılınmasını içerir. Bu dönemde insanlar “[y]aşadığı çevre ve kendisini geliştirerek kendisi ve çevresi hakkında bilgiye sahip olan ve bu bilgiden hareketle seçimlerini yapan ve yaşam ortamını dönüştüren” bireylerden, “kapitalist ekonomik gelişmenin temel değişkenleri olan etkinlik, verimlilik ve rasyonalite koşullarının yaratılması amacına yönelmiştir” (Ercan 1998, 61). Dolayısıyla eğitimin amacı ve içeriği de bu hedefler doğrultusunda yeniden tanımlanmaktadır.

Bugünün sıklıkla sermaye sınıfı/işveren kesiminden duyulan, “üniversitenin öğrencileri işgücü piyasasına hazırlamadığı”, “piyasanın ihtiyacı ile verilen eğitimin uyumlu olmadığı” yönündeki eleştirilerdeki³ anlayışa zemin sunan, eğitimin toplum içindeki yeri ve işlevindeki bu dönüşümdür.

Ekonomi politikalarında piyasalaştırma ve özelleştirme tabanında inşa edilen bu tip bir dönüşüm, eğitimin farklı düzeylerine yönelik farklı yaklaşımlara neden olmuştur.⁴ 1980’lerde Dünya Bankası (DB) ve Uluslararası Para Fonu (IMF) önderliğinde uygulamaya geçirilen yapısal uyum programları, eğitime toplumsal olarak yüklenen anlamın değişmesine hizmet edecek reformların gündeme taşınmasını sağlamıştır. Bu reformlar eğitimin amacının, işlevinin, bir kamusal hizmet olarak örgütlenerek kitlelere sunumunun yanında, müfredatını ve finansmanını düzenlemekte; eğitimin toplumsal eşitsizliği gidermede üstlendiği eşitlikçi rolde, toplumsal misyonunda ve organizasyonunda değişikliklere yol açmakta, böylelikle de eğitimi küresel kapitalist sisteme uyumlu hale getirmektedir (Sayılan 2006, 44; Torres ve Schugurensky

•••
3 Üniversitelerin “çağın beklentilerinden uzak eğitim anlayışı ve mesleki eğitime önem verilmemesi”ne yönelik eleştirildiği “Gençler de İşveren de Aradığını Bulamıyor” başlıklı bir haber için bkz. <https://www.milliyet.com.tr/gundem/gencler-de-isveren-de-aradigini-bulamiyor-6013904>

4 Yükseköğretim bireysel faydasının toplumsal faydaya kıyasla daha yüksek olduğu, bu nedenle de kişilerin hizmetin faydaları karşısında maliyetini kendilerinin yüklenmesi gerektiği, bu yaklaşımlardan biridir (Psacharopoulos’tan akt. Ercan, 1998: 74).

2002). Dolayısıyla sistemi etkileyen çok geniş ve kapsayıcı bir müdahaleler bütünü söz konusudur.

Bu müdahalelerin bir ayağı da emek piyasalarına yaslanmaktadır. Neoliberal dönüşüm emek piyasaları üzerinde önemli etkiler yaratmıştır. Bir yandan iş ve mesleklerin yapısında değişimler yaşanmış, diğer yandan ise ihtiyaç duyulan emek gücünün niteliği farklılaşmıştır. Bu süreçte ihtiyaç duyulan yeni işgücünün yalnız beceriler temelinde değil, ideolojik ve politik olarak da yeni döneme uyumlu hale getirilmesinde eğitim en önemli unsurlardan biri olmuştur.

Eğitimin basamakları içerisinde ise yükseköğretim oldukça belirleyici bir konumda bulunmaktadır. Üniversite eğitimi, piyasalaşmanın gerektirdiği bilgi birikimini üretme ve piyasanın gereklerine uygun eleman yetiştirme ihtiyacını karşılama gibi beklentilerin doğrudan hedefi olmuştur. Bu kapsamda bir yandan üniversite eğitimi yaygınlaşmış, diğer yandan piyasa ile kurulan yakın ilişkilerin yansımaları olarak akademik üretimi de etkileyecek biçimde üniversitenin işlevinde ve içeriğinde ciddi bir farklılaşma yaşanmıştır (Davies, Gottsche ve Bansel 2006).

Bu süreçte üniversite sayılarının artışı, üniversite eğitiminin niteliksizleşmesi ve giderek artan sayıda mezun verilmesi önemli bir sorun kaynağı oluşturmaktadır. Hem dünyada hem de Türkiye'deki üniversite mezunu işsizlik rakamlarına bakıldığında⁵, emek piyasalarının mezunları emecek kapasiteye çoğunlukla sahip olamadığı görülmektedir. Bu sorunlar, derinleşen neoliberal uygulamaların yarattığı güvencesizlik gibi genel sorunlarla birleştiğinde üniversite eğitimi ayrıcalıklı işlevini kaybetmeye ve eskisine nazaran değersizleşmeye başlamıştır. Bu süreç, bir yandan eğitim aldığı alanda iş bulmakta zorlanan ve eksik istihdam koşullarında çalışan üniversite mezunları yaratmış, diğer yandan ise doğrudan eğitilmiş bir işsizler kitlesinin oluşmasına zemin hazırlamıştır.

Bu dönüşümün en çok etkilendiği alanlardan biri iletişim eğitimidir. Dünyada iletişim fakülteleri yeni oluşmakta olan medya endüstrisinin ele-

•••

5 Uluslararası Çalışma Örgütü'nün (ILO, 2020) verilerine göre, dünya genelinde çalışan gençlerin toplam gençlik içindeki payı yüzde 36 seviyesinde bulunmaktadır. Çalışmayan gençler içinde ise üniversite mezunu işsizlerin ortalaması Avrupa ülkeleri için 2018 yılında yüzde 3,9 (Eurostat, 2019), ABD için ise Haziran 2020 itibarıyla yüzde 7,9'dur (Federal Reserve Bank of New York, 2020). Türkiye'de ise üniversite mezunu işsizlerin oranı 2019 yılı itibarıyla yüzde 13,7'ye ulaşmış durumdadır (TÜİK, 2020a).

man ihtiyacını karşılamak üzere 20. yüzyılın başında kurulmaya başlamış, Türkiye gibi geç kapitalistleşen ülkelerde ise iletişim eğitimi, 1950'lerin ikinci yarısından itibaren gelişmiştir (Can 2018, 59-60). Dolayısıyla iletişim fakültelerinin kurulması ve medyanın endüstrileşmesi arasında önemli bir bağlantı olduğu söylenebilir. 1980'ler ve 1990'larda ise neoliberal politikalara paralel şekilde medya endüstrisinde holdingleşme ve yoğunlaşma dönemi yaşanırken iletişim fakültelerinin sayısı da artmaya başlamıştır. Özellikle 1990'larla birlikte medya da hem mecra hem sektör olarak genişlemiş ve çeşitlenmiştir. Bu süreç emek piyasasında da karşılığını bulmuştur. Dolayısıyla eğitim ve istihdam arasındaki ilişki medya piyasasının değişimine paralel olarak şekillenmiştir. Günümüzde medya emek piyasasının durumunu incelemek, bu ilişkinin güncel boyutlarını serimlemek açısından gereklidir. Sonraki bölüm bu tartışmaya ayrılmıştır.

Türkiye'de Medya Emek Piyasası

Türkiye'de medya emek piyasası kimi tarihsel dönüşümler ışığında açıklanabilir. Türkiye ekonomisinin 1980'de 24 Ocak kararları ve 12 Eylül darbesiyle ivmelenen neoliberal dönüşümü medya endüstrisinde de karşılığını bulmuştur. Medyanın dönüşümü iktisadi ve siyasi-ideolojik olarak iki boyutu kapsar. İktisadi dönüşüm, asıl işi medya faaliyeti olmayan büyük sermaye gruplarının bu alana girmesiyle medyada artan ticarileşme, holdingleşme, yoğunlaşma ve uluslararasılaşma olarak gerçekleşmiştir. Siyasi-ideolojik dönüşüm ise, medya gruplarının siyasal iktidarla giderek artan ilişkileri, toplumsal rıza üretiminde medyanın etkin rolü ve tüketim süreçleri için önemli bir teşvik edici mekanizma olması şeklinde ortaya çıkmıştır (Kaya 1999; Adaklı 2009, 286-287; Bulut 2020, 102). Dolayısıyla medya, 1980 sonrası hem önemli dönüşümlerden geçmiş hem de toplumun bir bütün olarak dönüştürülmesi bakımından oldukça önemli bir rol oynamıştır. AKP döneminde ise, medya-iktidar ilişkileri, siyasetin otoriter yapısına bağlı olarak ekonomik, siyasi ve ideolojik olarak bütünleşmiş ve medya bir yandan iktidar için toplumsal süreçlere müdahale aracı, diğer yandan ise iktidar ve sermaye grupları arasında ekonomik bir ilişkiler ağı haline gelmiştir (Seçkin 2020, 218-219, 222; Kaya 2016, 255-257; Aydın 2014, 134-136; Sözeri 2015, 12-15).

Bu tarihsel süreç, medyada yeni ekonomik-toplumsal yapıya uygun bir çalışma düzeninin ve ilişkilerinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. 1980'lerden itibaren giderek artan düzeyde çalışma ilişkileri güvencesiz, kualsız, esnek, bireysel iş hukukuna dayalı ve örgütsüz bir hale dönüşmüştür. Son dönemde ise bu koşulların çok daha derinleştiği ve siyasal iktidarın

müdahaleleriyle iç içe geçtiği bir çalışma düzeni ortaya çıkmıştır (Önderoğlu 2015; Ekşioğlu Sarılar 2016, 135-136; Kaya 2016, 266-267). Bunun yanı sıra özellikle 2000'lerden sonra hızlanan dijitalleşme süreçleri de medya endüstrisinde önemli değişimler yaratmış, mecraları, içerik türlerini, iş modellerini ve çalışma biçimlerini etkilemiştir. Mecralar ve içerik türleri dijitalleşme sürecinde çeşitlenirken, dijital alanlara dayalı yeni iş modelleri ortaya çıkmıştır. Çalışma biçimlerinde ise dijitalleşme bir yandan kimi yeni formların (freelance çalışma gibi) yaygınlaşmasına ve dijital doğumlu yeni medya kuruluşlarının oluşmasına neden olurken, diğer yandan emek piyasasında var olan güvencesizleşme ve kuralsızlaşma gibi olumsuz eğilimleri de derinleştirici bir etkide bulunmuştur (Çamuroğlu Çığ ve Çığ 2015; Uzunoglu 2018). Dolayısıyla derinleşmiş neoliberal uygulamalar, siyasi otoriterleşme ve dijital dönüşümün günümüzde Türkiye'deki medya emek piyasasını şekillendiren en önemli unsurlar olduğunu söylemek mümkündür.

Medya endüstrisinin ve emek piyasasının içeriği bu genel eğilimler bağlamında incelenebilir. Medya endüstrisi günümüzde gazete, televizyon ve radyo gibi kitle iletişim araçlarının yanı sıra yeni medya alanlarını da kapsayan oldukça geniş bir uzama sahiptir. Bu açıdan medya endüstrisi haber üretiminden reklamcılığa, program ve film yapımından yeni medya ortamlarında içerik/hizmet üretimine, internet editörlüğünden sosyal medya yönetimine, ajans faaliyetlerinden yayıncılığa kadar birçok farklı fakat birbiriyle ilişkili çalışma alanını içermektedir. Medya emek piyasasının durumunu ve yapısını tespit edebilmek için öncelikle bu alanlara ilişkin temel verileri ele almak açıklayıcı olacaktır. Bu noktada önemli bir zorluktan bahsetmek gerekir: Medya endüstrisinde hem kayıtdışı hem de kayıtlı çalışanlara ilişkin tam ve sağlıklı veriye ulaşılması oldukça güçtür. Sönmez'in (2013, 24) belirttiği gibi hiçbir sektörel kodlamada "medya endüstrisi" başlıklı bir veri seti bulunmamaktadır. Bunun yerine, sektörün çeşitli alt bileşenlerini bir araya getirerek hesaplamalar yapılmaktadır.

Medya endüstrisini oluşturan alt bileşenleri NACE sınıflandırmasındaki⁶ faaliyet alanlarına göre tespit etmek ve yaklaşık da olsa kimi sonuçlara ulaşmak mümkündür. NACE sınıflandırmasında medya emek piyasasını tespit edebileceğimiz alt alanlar ve kodları şöyle sıralanabilir: *Sinema filmi, video ve televizyon programları yapımılığı, ses kaydı ve müzik yayınlama faaliyetleri* (59); *Programcılık ve yayıncılık faaliyetleri* (60); *Bilgi hizmet faaliyetleri* (63); İdare

•••

6 Avrupa'da ekonomik faaliyetlerin istatistiki sınıflandırmasını sağlayan kodlama sistemidir. Açılımı "Nomenclature générale des Activités économiques dans les Communautés Européennes" şeklindedir.

merkezi faaliyetleri ve idari danışmanlık faaliyetleri (halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri) (70); *Reklamcılık ve piyasa araştırması* (73).⁷ Bu faaliyet alanları aynı zamanda yine NACE meslek kodlamasında 30 numaralı “Bilgi, İletişim ve Medya” meslek grubunu oluşturmaktadır. Bu alanlar yazılı, görsel, işitsel medya ile web portallarını ve halkla ilişkiler ve reklamcılık faaliyetlerini kapsamaktadır. Bu nedenle, iletişim fakültelerindeki eğitim alanlarına denk gelen bir emek piyasası resmi ortaya koyabilmek açısından elverişli olduğu söylenebilir.

Türkiye’de medya emek piyasasının kapsamını tespit edebilmek için söz konusu alanlardaki işyeri ve istihdam verilerini incelemek önemlidir. Sosyal Güvenlik Kurumu’nun (SGK) NACE sınıflandırmasına dayanarak geliştirdiği 2019 yılı verilerine göre, 59 kodlu faaliyet alanında 2 bin 209 işyeri, 23 bin 444 çalışan; 60 kodlu faaliyet alanında 739 işyeri, 9 bin 753 çalışan; 63 kodlu faaliyet alanında 1907 işyeri ve 43 bin 419 çalışan; 70 kodlu faaliyet alanında 19 bin 324 işyeri, 212 bin 504 çalışan; 73 kodlu faaliyet alanında ise 7 bin 227 işyeri ve 58 bin 571 çalışan bulunmaktadır (SGK 2019a). Medya endüstrisindeki toplam kayıtlı istihdam 347 bin 691 olarak ortaya çıkmaktadır. Buradan hareketle, medya endüstrisinin Türkiye’deki toplam kayıtlı istihdamın (22 milyon 964 kişi, SGK 2019a) yaklaşık yüzde 1,5’ini oluşturduğu söylenebilir.

Bu genel tablonun yanı sıra yazılı, görsel, işitsel ve dijital medya ile halkla ilişkiler ve reklamcılık alanına ilişkin kimi ayrıntılı verilere ulaşmak da mümkündür. Yazılı medya, gazete ve dergi yayıncılığını kapsamaktadır. 2019 yılı itibarıyla Türkiye’de 171 ulusal, 45 bölgesel ve 2 bin 121 yerel olmak üzere toplam 2 bin 337 gazete; 2 bin 76’sı ulusal, 143’ü bölgesel ve 929’u yerel olmak üzere toplam 3 bin 148 dergi yayımlanmaktadır. Ulusal yayın yapan gazeteler, toplam gazetelerin yüzde 7,3’ünü oluşturmasına karşın tirajların yüzde 83,6’sına sahiptir. Dergilerin ise yüzde 65,9’u ulusal yayın yapmakta ve tirajların yüzde 83,7’sine sahip olmaktadır (TÜİK 2020b). Buradan hareketle yerel yazılı basının kapsamının ve etkinliğinin oldukça geri planda kaldığı söylenebilir. Bu alandaki istihdam verileri de önemlidir. TÜİK (2020b) verilerine göre yazılı basında (basım ve dağıtım işlerinde çalışanlar dışarıda bırakılıp doğrudan yayıncılık departmanlarında istihdam edilenler dikkate alındığında) kayıtlı çalışan sayısı 2019 yılı itibarıyla 36 bin 263 kişidir. Dolayısıyla medya emek piyasasında toplam çalışan sayısının yaklaşık yüzde 10’unun (her 10 kişiden 1’inin) yazılı gazete ve dergilerde istihdam edildiği söylenebilir.

•••

7 NACE sınıflandırmasının sıralı tam içeriği için bkz. https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/index/nace_all.html

Görsel ve işitsel yayıncılık alanına dönük güncel veriler ise Radyo Televizyon Yayıncıları Meslek Birliği'nin (RATEM) sektör raporlarından takip edilebilmektedir.⁸ Buna göre Türkiye'de görsel yayıncılık alanında 2018 yılı sonu itibarıyla 144 adet karasal analog televizyon kuruluşu yayın yapmaktadır. Bunlardan 15'i ulusal, 3'ü bölgesel, 126'sı ise yerel yayıncıdır. Bunun yanı sıra kablolu yayında 181, uydu yayınında ise 374 adet televizyon kuruluşu mevcuttur. 2018 sonu itibarıyla Türkiye'de yayın yapan toplam 699 adet televizyon bulunmaktadır (RATEM 2019, 66-67, 71). İşitsel yayıncılıkta ise 2018 sonu itibarıyla 32 ulusal, 76 bölgesel, 750 yerel olmak üzere toplam 858 adet analog FM radyo kuruluşuna ek olarak kablolu yayında 8, uydu yayınında ise 101 radyo bulunmaktadır. Toplamda 967 adet radyo istasyonu yayındadır (RATEM 2019, 48-50). Radyo ve televizyonlarda istihdam edilen çalışan sayısı hakkında tam bir veriye ulaşmak mümkün olamamaktadır. Medya endüstrisinin geniş ve karmaşık yapısı ve yukarıda değinilen güçlükler nedeniyle endüstrideki istihdam verilerini açık ve net şekilde elde etmek oldukça zordur.

Bunun yanı sıra kamu kuruluşu niteliğindeki TRT de medya endüstrisinde önemli bir yer kaplamaktadır. TRT, 13 televizyon kanalı, 14 radyo kanalı, 2 online site ve 3 basılı dergi ile medyada varlık göstermektedir. 2019 yılı itibarıyla TRT'de yaklaşık 5 bin 300 personel istihdam edilmektedir.⁹

Dijital medya alanı ise oldukça geniş ve hareketli bir yapıya sahiptir. Burada bir yandan yazılı-görsel-işitsel alandaki geleneksel medya yapılarının internet kuruluşları, diğer yandan ise dijital doğumlu ve yalnızca internet üzerinden yayın yapan medya kuruluşları bulunmaktadır. Dijital doğumlu medya kuruluşlarının büyük bölümü haber medyası kategorisinde bulunmaktadır. Hem oldukça hızlı değişiyor olması hem de kayıtdışılığın ve işgücü hareketliliğinin oldukça yüksek olması gibi nedenlerle bu alanın tam verilerine ulaşmak mümkün olamamaktadır. Buna karşın Demir, Türkiye'de dijitalde doğan ve yalnızca bu alanda yayın yapan en az 80 ulusal haber sitesi olduğunu; yerel ya da bölgesel ölçekte dijital habercilik yapan ise yaklaşık 600 internet sitesi olduğunu belirtir (2019, 100, 256-258). *Similarweb* ölçüm şirketi...

8 Bu konuda TÜİK'in hazırladığı *Radyo Televizyon Kurum İstatistikleri* ve RTÜK tarafından hazırlanan *Radyo Televizyon Yayıncılığı Sektör Raporu* 2016 yılından bu yana yayınlanmamaktadır. Bu alandaki en güncel verilere RATEM raporlarında ulaşılmıştır.

9 2016 yılından bu yana faaliyet raporu yayınlamayan TRT'deki istihdam sık sık tartışma konusu olmaktadır. İstihdama ilişkin burada kullanılan verilere TBMM'de TRT hakkında verilen bir soru önergesine Cumhurbaşkanı Yardımcısı Fuat Oktay tarafından verilen yanıtın ulaşılmıştır. İlgili soru önergesi ve yanıt için bkz. <https://www2.tbmm.gov.tr/d27/7/7-8286sgc.pdf>

nin¹⁰ Temmuz 2020 verilerine göre ise, Türkiye’de en çok ziyaret edilen 50 site içerisinde dijitalde doğan ya da geleneksel medyanın dijital uzantısı olan 18 haber sitesi bulunmaktadır. Bu siteler, küçük ve orta ölçekli de olsa istihdam sağlamak açısından önemlidir.

Yazılı, görsel, işitsel ve dijital medyanın ardından, medya emek piyasasının önemli bir bileşeni olan halkla ilişkiler ve reklamcılık alanındaki işyeri ve istihdam verilerine bakılabilir. Medya endüstrisinin diğer alanlarında olduğu gibi bu alanda da sağlıklı veri bulmak oldukça güçtür. İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği’nin açıklamasına göre, halkla ilişkiler alanında 600’den fazla ajans ve ek olarak bireysel danışmanlık hizmeti veren halkla ilişkiler profesyoneli faaliyet göstermektedir (İDA 2016). Buna karşın TÜİK verileri bu alanda 14 bin 647 girişim ve 54 bin 580 çalışan olduğunu işaret etmektedir. Reklamcılıkta da benzer bir durum söz konusudur (2020c). Reklamcılar derneğine üye 86 reklam ajansı bulunmaktadır. Bununla birlikte alanda 15 bin 510 girişim ve 64 bin 548 ücretli çalışan olduğu saptanmaktadır (TÜİK 2020c). İlgili alandaki sektör kuruluşları ile TÜİK verileri arasındaki bu farkın, sektör kuruluşlarının çoğunlukla İstanbul-Ankara merkezli bir yaklaşıma sahip olmasına karşın TÜİK’in tüm Türkiye’yi ve ticari kaydı bu alanda olan tüm işletmeleri istatistiklere dâhil etmesinden kaynaklandığı düşünülebilir.

Medya endüstrisinin kapsamını işaret eden bu verilerin yanı sıra, sektöre işgücü yetiştiren iletişim fakülteleri ve bu fakültelerdeki öğrenci sayısı da emek piyasasının boyutlarını işaret etmesi bakımından önemlidir. YÖK’ün 2019-2020 yükseköğretim istatistiklerine göre Türkiye’de 61 iletişim fakültesi bulunmaktadır. Bu fakültelerdeki öğrenci sayısı 81 bin 590 kişidir. Bu fakültelerden 2019 yılında mezun olan öğrenci sayısı ise 8395’tir (YÖK 2020). YÖK verilerine göre iletişim fakültelerinden her yıl 8 bin civarında öğrenci mezun olmaktadır. Buna karşın, iletişim fakültelerinden mezun olanların işsizlik oranlarının yüksekliği göze çarpmaktadır. Genel olarak üniversite mezunlarının 2019 yılı itibarıyla işgücüne katılım oranı yüzde 79,3, işsizlik oranı ise yüzde 13,7’dir (TÜİK 2020a). İletişim fakültesi mezunlarında ise işsizlik Türkiye ortalamasının oldukça üzerinde seyretmektedir. TÜİK verilerine göre, üniversite mezunu işsizler arasında gazetecilik ve enformasyon alanlarından mezun olanlarda işsizlik yüzde 21,8 olarak tespit edilmiştir. Bu alanda işgücüne katılım oranı da yüzde 74,0 ile genel ortalamanın altındadır (TÜİK 2020a). Dolayısıyla iletişim fakültesi mezunlarında hem işgücüne katılım görece düşük hem de işgücüne katılanlar arasında işsizlik oldukça yüksektir. Bu alanda

•••

10 Bkz. <https://www.similarweb.com/top-websites/turkey/>

her 5 mezundan birinin işsiz olduğu, çok daha fazlasının ise kendi mezun olduğu alanlarda iş bulamadığı söylenebilir. Kızılca ve Karagöz-Kızılca yaptıkları araştırmada iletişim mezunları arasında bölümleriyle doğrudan ilgili mesleklerle uğraşanların oranının yüzde 20'nin altında kaldığını belirtmektedirler (2018, 20).¹¹

Bu durumun görece kalıcı bir manzara olduğu da son yılların TÜİK verileri incelendiğinde ortaya çıkmaktadır. Üniversite mezunu işsizler arasında gazetecilik ve enformasyon alanlarından mezun olanlar 2014 yılında ilk sırada (29,1); 2015 yılında altıncı sırada (yüzde 15,9); 2016 ve 2017 yıllarında dördüncü sırada (yüzde 19,2 ve 19,1); 2018 ve 2019 yıllarında ise ikinci sırada (yüzde 23,8 ve yüzde 21,8) yer almaktadır. Dolayısıyla iletişim fakültesi mezunlarının üniversite mezunu işsizler içerisinde sürekli ilk sıralarda yer aldığı ve yakıcı bir işsizlikle karşı karşıya kaldıkları vurgulanmalıdır.

İşsiz sayılarının yüksekliğine karşın sektörde istihdam edilebilenlerin ise kayıtlı çalışma durumu, çalışma saatleri ve ücretler açısından zor koşullar altında olduğu belirtilebilir. Medya emek piyasasında kayıtdışı istihdam önemli bir sorun alanı olarak öne çıkar. SGK'nın verilerine göre, *Bilgi ve İletişim* faaliyet kolunda kayıtdışı istihdam oranı yüzde 12,39'dur (SGK 2019b). Çalışma sürelerinin uzunluğu da bir diğer önemli sorun alanıdır. Medya sektöründe çalışanlar, yasal çalışma süresi olan haftalık 45 saatin üzerinde, 47 saati aşan sürelerle çalışmaktadırlar (Kızılca ve Karagöz-Kızılca 2018, 25). Ücretler ise 2018 sonrası itibarıyla reklamcılık, halkla ilişkiler ve yazılı-işitsel-görsel-dijital medya alanlarında ortalama 2000 ile 5000 TL arasında seyretmektedir.¹² Bununla birlikte ücretlerin 3500 TL civarında yoğunlaştığı tespit edilebilir (Kızılca ve Karagöz-Kızılca 2018, 24). Sektörde deneyim arttıkça ücretlerde üst sınıra yaklaşmak mümkün olabilmektedir. Bu göstergelerden hareketle med-

•••

11 Bu konuda önemli bir örnek de gazetecilik alanından verilebilir. Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi'nin açıkladığına göre 2019 yılı itibarıyla basın kartı taşıyan gazetecilerin yalnızca yüzde 10'u iletişim fakültesi mezunudur. Bkz. <https://www.sozcu.com.tr/2019/gundem/binlerce-iletisim-fakultesi-mezunu-issiz-5530266/>

12 Reklam ve pazarlama alanındaki ücretlere ilişkin bir araştırma için bkz. <https://bigumigu.com/haber/bigumigu-reklam-ve-pazarlama-sektoru-gelir-arastirmasi-2018-sonuclar-2-3/>; halkla ilişkiler alanındaki ücretlere ilişkin bir araştırma için bkz. <https://www.netmaaslari.com/2016/09/halkla-iliskiler-departman-maaslari.html>; muhabirlik alanındaki ücretlere ilişkin bir araştırma için bkz. <http://www.kamuajans.com/maaslar/2020-yili-televizyon-haber-muhabirlerinin-temmuz-ayi-maaslari-ne-kadar-tv-muhabiri-maaslari-h551473.html>. Bu ücretler, yönetici pozisyonlarda olanları kapsamamakta, sektörün genel ücret skalasını yansıtmaktadır.

ya endüstrisinde istihdam edilebilmenin de istihdam edildikten sonra görece olumlu koşullarda çalışabilmenin de oldukça güç olduğu söylenebilmektedir.

Medya emek piyasasının genel manzarası ve koşulları düşünüldüğünde iletişim fakültesi öğrencilerinin, eğitim hayatının ardından kendilerini nasıl bir çalışma hayatının beklediğine dönük algı ve beklentileri daha da önem kazanmaktadır. Öğrencilerin, mevcut koşulların ne kadar farkında oldukları, bu koşullara maddi ve psikolojik yönlerden hazırlıklı olup olmadıkları, mevcut durumla baş edebilmek için ne gibi stratejiler geliştirdikleri ve genel olarak bu koşulların sebeplerine dönük düşüncelerinin tespit edilmesi, iletişim öğrencilerinin bireysel, mesleki ve toplumsal geleceklerine dair zihin haritalarını ve içinde buldukları şartları ortaya çıkarması bakımından anlamlıdır. İzleyen bölümlerde bu kapsamdaki saha araştırmasının bulguları tartışılacaktır.

Araştırmanın Kapsamı ve Yöntemi

İletişim fakültesi öğrencilerinin medya emek piyasasına dönük algı ve beklentilerinin Ankara örneğinde incelendiği bu araştırmanın kapsamını Ankara'daki iki büyük kamu üniversitesi olan Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi ve Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi¹³ öğrencileri oluşturmaktadır. Her ikisi de Türkiye'nin en köklü iletişim eğitimi kurumları olan bu üniversiteler, hem uzun yıllardır iletişim eğitimi vermeleri ve birer ekol halini almış olmaları, hem de öğrenci sayıları itibarıyla tercih edilmiştir. YÖK'ün 2019-2020 yükseköğretim istatistiklerine (YÖK 2020) göre Ankara'da iletişim fakültesi düzeyinde eğitim gören toplam 3167 öğrencinin 2388'i bu iki üniversitede eğitim görmektedir. Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde 1022, Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde ise 1366 kayıtlı öğrenci bulunmaktadır.

Çalışmada nicel araştırma desenine yaslanan betimsel yöntem kullanılmaktadır. Veri toplama tekniği olarak yapılandırılmış anket formu kullanılmıştır. Bu form üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde araştırmaya katılanların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular bulunmaktadır. İkinci bölümde yanıtlayıcıların ve ailelerinin sosyo-ekonomik durumlarına

•••

13 Hacı Bayram Veli Üniversitesi 2018 yılında Gazi Üniversitesi'nin bölünmesi ile eğitim hayatına başlamıştır. Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi de bu süreçte kökleri 50 yılı bulan Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin devri ile oluşmuştur. Bu nedenle Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi her ne kadar kurumsal kimlik olarak yeniyse de fiilen Türkiye'nin ve Ankara'nın en önemli iletişim fakülteleri arasında yer almaya devam etmektedir.

dönük sorular vardır. Son bölümde ise öğrencilerin medya emek piyasasına dönük algıları ve beklentilerini ölçebilmek üzere çoktan seçmeli sorular ve Likert ölçeğine dayalı yargı cümleleri yer almaktadır. Anketler, 15 Mart - 10 Mayıs 2019 tarihleri arasında, araştırma kapsamındaki iki üniversiteden 120'şer olmak üzere toplam 240 öğrenciyle yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Örneklemin oluşturulmasında, öğrencilere ulaşma süreci ve ankete katılım konularındaki rızaları sınırlandırıcı bir etkide bulunmuştur. Örneklemin daha fazla genişletilememesi çalışmanın temel sınırlılığını oluşturmuştur.

Araştırmada tesadüfi olmayan örneklem türlerinden kota örneklem kullanılmıştır. Tesadüfi olmayan örneklemelerde üzerinde çalışılan nüfusun her biriminin örnekleme girme şansı eşit değildir. Üniversite öğrencileri arasında yapılan bu çalışmada da örneklem, üniversitede kaydı bulunan tüm öğrencilerden değil, okula ve derslere devam eden öğrenciler içinden seçilmiştir. Bu nedenle tesadüfi olmayan örnekleme dayanır. Geray, çalışılan nüfusun türdeş olması durumunda o türdeşliğin içinden tesadüfi olmayan yöntemlerle örneklem seçiminin de tüm nüfusa genellenebilir bir özelliğe sahip olduğunu belirtir (2011, 128). Bu çalışmada, çalışmanın evrenini ve örneklemini oluşturan nüfus "üniversite öğrencisi" olmaktan kaynaklı bir türdeşliğe sahiptir. Bailey bu örneklem yönteminin, birimlerin seçiminin titizlikle ve yanlılıklardan uzak kalarak yapılması durumunda genellenebilirlik taşıyacağını vurgular (1987, 93). Bu çalışmada da söz konusu unsurlar göz önünde bulundurulmuştur. Tesadüfi olmayan örneklem türlerinden olan kota örnekleme, evren, seçilen değişkenler açısından benzer alt gruplara ayrılır. Çalışılacak birim sayısı ise araştırmanın/ araştırmacının olanakları çerçevesinde saptanır (Gökçe 1988, 83). Bu araştırmada da iletişim fakültelerinde okuyan öğrenciler öncelikle bölümler düzeyinde (Gazetecilik, Radyo-Televizyon-Sinema, Halkla İlişkiler ve Tanıtım) üç gruba ayrılmış, sonrasında her bölüm kendi içinde sınıflara (1., 2., 3., ve 4. sınıf) ayrılmış ve öğrenciler her bir bölümün her sınıfından 10'ar kişi olmak üzere seçilmiştir. Dolayısıyla her bölümden 40'ar kişi, bir fakülteden ise 120 kişi olacak şekilde örneklem oluşturulmuştur. Aynı işlem araştırma kapsamındaki iki fakülte için gerçekleştirildiğinden örneklem büyüklüğü 240 öğrenci olarak şekillenmiştir. Örneklemin oluşturulmasında yukarıda değinilen sınırlılıklar geçerli olmuştur. Böylece her bir bölümün örneklem içindeki payı yüzde 33,3, her bölümün altındaki her bir sınıfın payı ise yüzde 8,3 olmuştur.

Verilerin analizinde SPSS 25.0 istatistik analiz programı kullanılmıştır. Değişkenlerin frekans dağılımları ve oran, ortalama gibi betimsel istatistik-

lerin yanı sıra değişkenler arası farklılıkların analizi için t-testi, tek-yönlü varyans analizi (ANOVA), Tukey ve Games-Howell testleri, değişkenler arası ilişkilerin tespiti içinse korelasyon analizi uygulanmıştır. Analiz ve yorumlarda $p < 0,05$ anlamlılık düzeyi dikkate alınmıştır.

Bulgular ve Tartışma

Araştırmanın bulguları serimlenirken ilk olarak öğrencilerin demografik ve sosyal profilinin belirlenmesi, ardından medya emek piyasasına dönük algı ve beklentilerinin incelenmesi gerçekleştirilecektir. Bu algı ve beklentiler “iş bulma umudu ve kanalları”, “çalışma koşulları ve ortamı”, “mesleğin anlamı ve toplumsal yararı”, “eğitim süreci ve eğitim- istihdam ilişkisi” başlıkları altında incelenecektir.

Öğrencilerin demografik ve sosyal profili

Araştırmaya katılan öğrencilerin yüzde 51,2’si erkek, yüzde 48,8’i kadındır. YÖK’ün istatistikleri (YÖK 2020) temel alınarak yapılan hesaplamada Ankara’daki iletişim fakültesi öğrencilerinin yüzde 52,5’inin erkek, 47,5’inin kadın olduğu belirlenmiştir. Buradan hareketle örneklemdaki cinsiyet dağılımının Ankara genelindeki dağılım ile uyumlu olduğu belirtilebilir. Cinsiyetin yanı sıra yaş dağılımlarına bakıldığında, öğrencilerin yaşlarının ortalamasının 22 olduğu saptanmıştır.

Öğrencilerin profillerinin belirlenmesinde, üniversiteye gelmeden önce yaşadıkları yerleşim birimleri ve bölgeler önemli bir unsurdur. Öğrencilerin yüzde 63,7’si üniversiteye gelmeden önce büyükşehirde yaşarken, yüzde 15,4’ü büyükşehir olmayan bir ilde, yüzde 17’si ilçede, yüzde 3,8’i ise kasaba ve köyde yaşadıklarını belirtmişlerdir. Üniversite öncesinde yaşadıkları yerlerin bölgesel dağılımına bakıldığında ise ilk üç bölge sırasıyla İç Anadolu (yüzde 53,8), Marmara (yüzde 14,2) ve Karadeniz (yüzde 10,8) olarak tespit edilmektedir. Bunları Akdeniz (yüzde 9,6) ve Ege (yüzde 7,5) bölgeleri takip etmektedir. Güneydoğu Anadolu (yüzde 3,3) ve Doğu Anadolu (yüzde 0,8) bölgelerinden iletişim fakültesi eğitimi almak üzere Ankara’ya gelen öğrencilerin oranının düşüklüğü dikkat çekmektedir. Buradan hareketle iletişim fakültesi öğrencilerinin çoğunlukla Türkiye’nin orta ve batı bölgelerinden ve ağırlıklı olarak il bazlı ve büyükşehir ölçeğindeki birimlerden gelmiş olduğu söylenebilir. Dolayısıyla bu öğrencilerin büyük ölçüde kentsel ilişkiler ağı içerisinde üniversiteye dâhil olduğunu ve kentli bir kitle olarak eğitime girdiklerini söylemek mümkündür.

Ailelerinin sosyo-ekonomik ve eğitsel yapıları da öğrencilerin profillerini belirlemede oldukça önemli bir göstergedir. Ebeveynlerin eğitim ve çalışma durumları öğrencilerin konumlarının ekonomik ve sosyal boyutları hakkında fikir vermektedir. Öğrencilerin büyük çoğunluğu, babasının işçi (yüzde 32,1) ve memur (yüzde 25,4) olduğu ailelerden gelmektedir. Çiftçi aileleri oldukça düşük (yüzde 2,9) bir orandadır. Babanın kendi hesabına çalışan/esnaf olduğu ailelerin oranı ise yüzde 18,3'tür. Öğrencilerin annelerinin çalışıp çalışmadığına dair sonuçlar da oldukça dikkat çekicidir. Öğrencilerin yarısından fazlası (yüzde 57,5) annelerinin çalışmadığını belirtmiştir. Diğer yandan öğrencilerin yüzde 15'i annelerinin işçi, yüzde 11,3'ü ise memur olduğunu ifade etmiştir. Kendi hesabına çalışan/esnaf olan annelerin oranı oldukça düşüktür (yüzde 2,5). Annesinin çiftçi olduğunu söyleyenlerin oranı ise yüzde 0,8'dir.

Tablo 1. Öğrencilerin Babalarının İşi

	Sıklık	Yüzde (%)
Çiftçi	7	2,9
Esnaf	44	18,3
İşçi (ya da işçi emeklisi)	77	32,1
Memur (ya da memur emeklisi)	61	25,4
Diğer	49	20,4

Tablo 2. Öğrencilerin Annelerinin İşi

	Sıklık	Yüzde (%)
Çalışmıyor	138	57,5
Çiftçi	2	0,8
Esnaf	6	2,5
İşçi (ya da işçi emeklisi)	36	15,0
Memur (ya da memur emeklisi)	27	11,3
Diğer	28	11,7

Anne-babanın yaptıkları işin yanı sıra eğitim durumları da öğrenci ailelerine ilişkin dikkate değer bir veri sunmaktadır. Babası ilkökul ve ortaokul mezunu olan öğrencilerin oranı (yüzde 37,1) dikkate değerdir. Buna karşın öğrencilerin yüzde 60'ının babası lise (yüzde 34,2) ve üniversite (25,8) mezunudur. Dolayısıyla her üç öğrenciden birinin babasının ilkökul veya ortaokul mezunu olduğu, üçte ikisinin ise lise veya üniversite mezunu olduğu kaydedilebilir.

Annelerinin eğitim durumlarına bakıldığında, yarısının ilkökul (yüzde 32,1) ve ortaokul (yüzde 17,9) mezunu olduğu ortaya çıkmaktadır. Annesi lise mezunu olanların oranı yüzde 31,7, üniversite mezunu olanların oranı ise 13,3'tür. Buradan hareketle, öğrencilerin annelerinin babalarına göre daha düşük bir eğitim derecesine sahip olduğu, öğrenci annelerinde ilkökul ve ortaokul

kul düzeyinde eğitim derecesinin, babalarında ise lise ve üniversite derecesinde eğitimin ağırlıkta olduğu belirtilebilir. Yine de lise ve üniversite mezunu annelerin oranının toplamı yüzde 45'tir. Dolayısıyla öğrencilerin annelerinin eğitim durumlarında da lise ve üniversite mezuniyeti azımsanmayacak bir oranı kaplamaktadır. Bu veriler ışığında öğrencilerin eğitilmiş ailelerden geldikleri belirtilebilir.

Tablo 3. Öğrencilerin Babalarının Eğitim Durumu

	Sıklık	Yüzde (%)
İlkokul	52	21,7
Lise	82	34,2
Ortaokul	37	15,4
Üniversite	62	25,8
Diğer	6	2,5

Tablo 4. Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Durumu

	Sıklık	Yüzde (%)
İlkokul	77	32,1
Lise	76	31,7
Ortaokul	43	17,9
Üniversite	32	13,3
Diğer	10	4,2

Öğrencilerin yarıya yakınının (yüzde 46,4) iki çocuklu ailelerden, yaklaşık üçte birinin (yüzde 31,4) ise üç çocuklu ailelerden geldiği görülmektedir. Yüzde 7,5'i tek çocuklu ailelerden gelirken, geri kalan kesimin (yüzde 14,7) ise 4 ve daha fazla çocuklu ailelerden geldiği söylenebilir. Öğrenci ailelerinin aylık gelirleri de öğrencilerin maddi olanaklarını ve sosyo-ekonomik profillerini belirlemede önemli bir göstergedir. Buna göre öğrenci ailelerinin yarıya yakını (yüzde 44,4) aylık 4 bin TL'nin altında bir hane gelirine sahiptir. Asgari ücret bazında ele alındığında, ailelerin yüzde 15,4'ü araştırmanın yapıldığı dönemde yaklaşık asgari ücret seviyesi olan 2330 TL ve altında bir hane gelirine sahiptir. Ailelerin üçte birinden biraz fazlası (yüzde 38,8) ise 5000 TL üzerinde bir hane gelirine ulaşabilmektedir. Ailedeki çocuk sayısı ve hane geliri birlikte düşünüldüğünde, öğrencilerin ailelerinden alabilecekleri destek ve geçim koşullarının darlığına ilişkin genel bir manzara da oluşmaktadır.

Tablo 5. Öğrenci Ailelerinin Aylık Hane Gelirleri

	Sıklık	Yüzde (%)
0-3999 TL	95	44,4
4000-4999 TL	36	16,8
5000 TL ve üzeri	83	38,8

Tablo 6. Öğrencilerin Bireysel Aylık Gelirleri

	Sıklık	Yüzde (%)
0-999 TL	125	58,7
1000-2000 TL	77	36,2
2001 TL ve üzeri	9	4,2

Bu kapsamda öğrencilerin aylık bireysel gelirlerine bakıldığında, yaklaşık üçte birinin (yüzde 30) 500 TL ve altında bir gelire yaşamaya çalıştığı, yüzde 28,7'sinin ise 501-1000 TL aralığında bir gelire sahip olduğu görülür. Buradan hareketle öğrencilerin büyük çoğunluğunun (yüzde 58,7) yaşamını sürdürürebilmek için aylık 1000 TL'nin altında bir gelire sahip olduğu, yaklaşık üçte birinin (yüzde 36, 2) ise 1000-2000 TL arasında bir gelire ulaşabildiği görülmektedir. Öğrencilerin ortalama gelirlerinin 979 TL olduğu (mean=979) tespit edilebilir.

Öğrencilerin gelirlerini oluşturan kalemler içerisinde ailelerden alınan destekler ilk sıradadır (yüzde 66,7). Buna ek olarak burslar (yüzde 35,4), öğrenci kredileri (yüzde 32,9) ve çalışanlar için ücretler (yüzde 22) diğer gelir kaynaklarını oluşturur.¹⁴ Öğrencilerin yarısından fazlasının (yüzde 53,3) yalnızca aileden gelirlerinin olduğu, burs ya da kredi gibi gelirlerinin olmadığı görülmektedir. Üçte birinin ise (yüzde 33,3) ailesinden herhangi bir gelir desteği bulunmamakta, bu öğrenciler diğer gelir kalemleriyle (burs, kredi ya da ücret) yaşamlarını sürdürmeye çalışmaktadır.

Bu koşullarda öğrencilerin yaklaşık beşte biri (yüzde 22,1) çalıştığını belirtmiştir. Bu kesim içinde, eğitimini almakta olduğu alanla ilgili bir işte çalışanların oranı yüzde 41,5; başka herhangi bir işte çalışanların oranı ise 58,4'tür. Bununla birlikte, tüm öğrencilerin yüzde 35'i eğitimini almakta olduğu alanla ilgili bir iş aradığını, yüzde 17,5'i ise başka herhangi bir iş aradığını ifade etmiştir. Genel itibariyle bakıldığında öğrencilerin yarısından fazlası (yüzde 52,5) çalışmak üzere bir iş aradığını belirtmiş durumdadır. Bu durum, bir yandan öğrencilerin mevcut geçim durumlarını iyileştirme isteklerinin, diğer yandan ise emek piyasasına mümkün olduğunca erken girebilme ve tutunma şanslarını artırma arayışlarının bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Çalışma isteğinin yanı sıra aileden alınan desteklerin varlığı da öğrencilerin tutunma arayışlarında önemli bir etkidir. Zira aile destekleri öğrencilerin (eğitimleri sürerken ya da mezun olduktan sonra) medya emek piyasasında stajyerlik adı altında ücretsiz veya çok düşük ücretlerle çalışmaya ne kadar süre dayanabileceklerini etkileyen bir unsurdur. Ailesinden gelir desteği olan öğrencilerin, mezuniyet sonrası sektörde tutunabilmek için çok daha uzun sürelerle düşük ücretlere tolerans gösterebilecekleri beklenebilir.

•••

14 Öğrencilerin bir bölümü için birden fazla gelir kalemi söz konusu olduğundan buradaki toplamlar yüzde 100'den fazladır.

İş Bulma Umudu ve Kanalları

Medya emek piyasasına dair algı ve beklentilerin önemli bir boyutu iş bulma umudu ve işe giriş sürecidir. Bu kapsamda öğrencilere ilk olarak “Sizce sektörde hangi yollarla iş bulmak daha kolaydır” sorusu yöneltilmiş ve iş bulma kanallarına dönük düşünceleri tespit edilmiştir.

Tablo 7. Sizce Sektörde Hangi Yollarla İş Bulmak Daha Kolaydır?

	Sıklık	Yüzde (%)
Ailevi ilişkiler	25	10,4
Tanıdıklar/Eş Dost ilişkileri	99	41,3
Meslek Örgütleri	15	6,3
Siyasi ilişkiler/Partiler	53	22,1
Stajyerlik	41	17,1
Diğer	7	2,9

Tablo 7’den de görüleceği üzere öğrenciler, medya emek piyasasında iş bulmanın en kolay “Tanıdıklar/Eş Dost ilişkileri” sayesinde gerçekleştiğini düşünmektedir. İkinci sırada gelen yanıt ise dikkate değerdir. Öğrencilerin beşte birinden daha fazlası (yüzde 22,1) sektörde iş bulabilmenin “Siyasi ilişkiler/partiler” aracılığıyla daha kolay olduğunu ifade etmiştir. Makalenin ikinci bölümünde de tartışıldığı gibi, medya sektörünün son yıllarda iktidarla girdiği yakın ilişkiler göz önünde bulundurulduğunda, öğrencilerde “siyasi ilişkiler ve partiler”in etkinliğine dönük bir algının ortaya çıkmış olması şaşırtıcı olmamaktadır. Bir diğer dikkat çeken sonuç meslek örgütlerine ilişkindir. Meslek örgütleri kanalıyla iş bulabilme beklentisi öğrenciler nezdinde oldukça düşüktür. Bu durumun meslek örgütlerinin sektördeki etkisinin zayıflığı¹⁵ ile paralellik taşıdığı söylenebilir. Bu soruya verilen yanıtlar, örneklemedeki üniversiteler bazında anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($t=-1,417$, $p=0,158$).

İş bulma kanallarının yanı sıra iş bulma umudu da öğrencilerin emek piyasasına dönük beklentileri için önemli bir göstergedir. Bu kapsamda öğrencilere “Mezun olunca çok zorlanmadan beklentilerime uygun bir iş bulabileceğime inanıyorum” cümlesine dönük yaklaşımları sorulmuştur.

•••

15 Meslek örgütlerinin medya endüstrisinde etkinliğinin giderek zayıflamış olması pek çok boyutta kendini göstermektedir. Bunlar arasında mesleği düzenleyen politika yapım süreçleri ve kurullarda meslek örgütlerine yeterince yer verilmemesi, bu örgütlerin yaptırım güçlerini neredeyse kalmamış olması ve üye sayılarının düşüklüğü gibi etkenler sayılabilir.

Tablo 8. “Mezun olunca çok zorlanmadan beklentilerime uygun bir iş bulabileceğime inanıyorum”

	Sıklık	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılıyorum	5	2,1
Katılıyorum	33	13,8
Kararsızım	80	33,5
Katılmıyorum	80	33,5
Kesinlikle Katılmıyorum	41	17,2

Öğrencilerin yalnızca yüzde 15,9’u beklentilerine uygun bir iş bulabileceği kanaatine sahipken, üçte biri (yüzde 33,5) bu konuda kararsız olduğunu ifade etmiştir. Yarısından fazlası (yüzde 50,7) ise mezun olduktan sonra beklentilerine uygun bir iş bulabileceği umudunu taşımamaktadır. İş bulabilme beklentisine dönük bu kanaatlerin cinsiyete, öğrencinin gelir düzeyine, bölümüne ve sınıfına göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Dolayısıyla, her cinsiyetten ($t=0,488$, $p=0,628$) ve gelir düzeyinden ($F=0,189$, $p=0,828$), her bölüm ($F=0,993$, $p=0,372$) ve sınıftan ($F=2,068$, $p=0,105$) öğrenci, beklentilerine uygun iş bulma umuduna dönük kanaatlerinde benzeşmektedir. Öğrencilerin “Bu sektörde iş bulmak çok zor” cümlesine dönük ifadeleri de bu durumu destekler niteliktedir.

Tablo 9. “Bu sektörde iş bulmak çok zor”

	Sıklık	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılıyorum	96	40,3
Katılıyorum	73	30,7
Kararsızım	40	16,8
Katılmıyorum	25	10,5
Kesinlikle Katılmıyorum	4	1,7

Öğrencilerin yüzde 12,2’si bu görüşe katılmamakta, buna karşın büyük çoğunluğu (yüzde 71,0) medya sektöründe iş bulmanın çok zor olduğunu düşünmektedir. “Mezun olunca çok zorlanmadan beklentilerime uygun bir iş bulabileceğime inanıyorum” ifadesi ile “Bu sektörde iş bulmak çok zor” ifadesi arasındaki ilişki incelendiğinde, her ikisi arasında istatistiksel olarak anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki olduğu ($r=-0,370$, $p=0,000$) tespit edilmiştir. Öğrencilerin sektörde iş bulmanın zorluğuna dönük kanaatleri arttıkça, beklentilerine uygun bir iş bulabilme umutları azalmaktadır.

İş bulabilme konusundaki bu umutsuzluk hali, önceki bölümlerde değİ-nilen yüksek işsizlik rakamlarıyla birlikte düşünöldüğünde daha da anlam-lı hale gelmektedir. Öğrencilerin bir yandan ölkedeki genel durumla ilişkili olarak, diğİer yandan ise kendi alanlarındaki yüksek işsizliğİe paralel şekilde umutlarını kaybetmekte oldukları düşünölebilir. Üniversite eğİtimi almakta olan öğrencilerin içinde bulunduğİu bu durumun, hem gençlerdeki toplumsal-bireysel etkiler bağlamında hem de iletişim eğİtimine dönük politikalar bağlamında üzerinde durulması gereken bir konu olduğİu vurgulanabilir.

Buna karşın öğrencilerde kendi alanlarında çalışmaya yönelik bir istek ve “ne iş olsa yaparım” tavrına dönük önemli bir karşı çıkış olduğİu da belirtilmelidir. “Mezun olduğİm alanda çalışmam şart değil, iş bulayım yeterli” yargısına dönük ifadeler bu konuda dikkate değerdir.

Tablo 10. “Mezun olduğİm alanda çalışmam şart değil, iş bulayım yeterli”

	Sıklık	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılıyorum	13	5,5
Katılıyorum	28	11,8
Kararsızım	59	24,9
Katılmıyorum	77	32,5
Kesinlikle Katılmıyorum	60	25,3

Öğrencilerin sektörde iş bulmanın zorluğİu konusunda ağırlıklı olarak geliştirdikleri göröş bu yargı ifadesi için geçerli değildir. “İş bulayım yeterli” şeklinde kanaat belirtenlerin oranı yalnızca 17,3’tür. Buna karşın öğrencilerin dörtte biri (yüzde 24,9) kararsız olduğİunu ifade etmiş, yarısından fazlası (57,8) ise bu göröşİe katılmadığİını belirtmiştir. Yanıtlar cinsiyet temelinde incelendiğİinde anlamlı bir farklılık oluşmadığİı ($t=1,592$, $p=0,113$) görölmektedir. Buna karşın üniversite bazında incelendiğİinde örneklemedeki iki üniversite arasında anlamlı bir fark olduğİu ($t=2,423$, $p=0,016$) tespit edilmiş, Ankara Üniversitesi’ndeki öğrencilerin bu yargıya katılmama oranlarının Hacı Bayram Veli Üniversitesi’ndeki öğrencilere göre daha fazla olduğİu bulgulanmıştır. Genel olarak bakıldığında iletişim öğrencilerinin sektörün tüm zorluklarına karşın kendi mesleklerini icra etmek ve aldıkları eğİtimle bağlantılı alanlarda bir yaşam pratiğİi geliştirmek istedikleri söylenebilir.

Çalışma Koşulları ve Ortamı

Medya emek piyasasına dönük algı ve beklentilerin önemli bir boyutu, öğrencilerin çalışma koşulları ve ortamına dönük değİerlendirmeleridir. Öğrencilere öncelikle, mesleğİe başladıklarında en çok sıkıntı çekeceklerini düşöndükleri

en önemli iki konu sorulmuştur. Düşük ücretler (144 kişi) ve çok yoğun çalıştırılma (67 kişi) en çok işaret edilen sorun alanları olmuştur. Bunları işten çıkarılma (66 kişi) ve çalıştığı kurumun uygulamaları nedeniyle mesleği layıkıyla yapamama (57 kişi) seçenekleri takip etmektedir.¹⁶ Öğrencilerin, medya emek piyasasındaki koşullara dönük bir farkındalığa sahip oldukları ve beklentilerinin bu çerçevede geliştiği söylenebilir. “Sektörde ücretler yeterince iyidir” ve “Sektörde çalışma koşulları çok kötü” yargılarına dönük ifadeleri de bu durumu destekler niteliktedir.

Tablo 11. “Sektörde ücretler yeterince iyidir”

	Sıklık	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılıyorum	5	2,1
Katılıyorum	11	4,6
Kararsızım	92	38,8
Katılmıyorum	70	29,5
Kesinlikle Katılmıyorum	59	24,9

Tablo 12. “Sektörde çalışma koşulları çok kötü”

	Sıklık	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılıyorum	51	21,4
Katılıyorum	77	32,4
Kararsızım	86	36,1
Katılmıyorum	23	9,7
Kesinlikle Katılmıyorum	1	0,4

Tablolardan takip edilebileceği üzere öğrencilerin üçte birinden fazlası (yüzde 38,8) ücretler konusunda kararsız olduğunu belirtirken, yarısından fazlası (yüzde 54,4) ücretlerin yeterli düzeyde olmadığını ifade etmektedir. Çalışma koşullarına dönük kanaatleri de ücretler konusundaki yaklaşımlarına benzer şekilde ortaya çıkmaktadır. Öğrencilerin yine yarısından fazlası (yüzde 53,8) medya piyasasında çalışma koşullarının çok kötü olduğunu düşünmektedir. Ücretlere ve çalışma koşullarına dönük bu değerlendirmeler cinsiyete ($t=-0,099$, $p=0,921$; $t=0,374$, $p=0,709$) göre anlamlı bir farklılık göstermemekle birlikte, bölümlere ve üniversitelere göre bir farklılık tespit edilebilmektedir.

Ücretler konusunda en belirgin farklılık Halkla İlişkiler ve Tanıtım ile Gazetecilik bölümleri arasında ortaya çıkmaktadır. Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümü öğrencilerinin sektörde ücretlerin iyi olduğuna dönük kanaatleri Gazetecilik öğrencilerine göre daha yüksektir ($F=7,353$, $p=0,001$). Gazetecilik ve Halkla İlişkiler bölümleri arasında ortaya çıkan anlamlı farklılık çalışma koşullarına dönük değerlendirmelerde de kendini göstermektedir ($F=6,559$,

•••

16 Bu soruda çoklu yanıt seçeneği uygulandığından oran yerine kişi sayısı verilmiştir ve toplam N=240’tan fazladır.

$p=0,002$). Gazetecilik öğrencilerinin çalışma koşullarının kötülüğüne dönük kanaatleri Halkla İlişkiler öğrencilerinininkine göre daha fazladır. Çalışma koşulları konusunda üniversite bazında da anlamlı bir farklılık tespit edilmektedir ($t=-3,540$, $p=0,000$). Sektörde çalışma koşullarının kötü olduğuna ilişkin kanaatlerin Ankara Üniversitesi öğrencilerinde daha yüksek olduğu belirtilebilir.

Çalışma koşulları ve ortamına dönük bir diğer unsur, sektörde geçerli olan donanım ve becerilerdir. Öğrencilerin üçte ikisinden fazlası (yüzde 68,9) çalışma ortamında entelektüel donanımdan daha çok teknik becerilerin geçerli olduğu yönünde görüş bildirmiştir. Kararsızların oranı yüzde 22,3 iken, bu görüşe katılmayan öğrencilerin oranı yüzde 8,8'dir.

Tablo 13. "Sektörde entelektüel donanımdan daha çok teknik beceriler geçerlidir"

	Sıklık	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılıyorum	71	29,8
Katılıyorum	93	39,1
Kararsızım	53	22,3
Katılmıyorum	17	7,1
Kesinlikle Katılmıyorum	4	1,7

Günümüzde entelektüel donanımın sektörde geri planda kaldığı ve teknik becerilerin ön plana çıktığı, hatta medya çalışanlarının vasıflarının salt teknik becerilerle sınırlandırıldığı sıklıkla vurgulanan bir konudur. Medya gibi sembolik üretim yapan ve toplumsal bilgi, tutum, fikir ve görüşlerin oluşturulmasında merkezi konumda olan bir endüstride çalışmak üzere yetiştirilen öğrencilerin sektörün bu eğilimlerine dönük farkındalıkları önemlidir. Buna karşın öğrenciler, mesleğin niteliğini artırmak için entelektüel donanımın gerekli olduğu konusunda neredeyse görüş birliği içindedirler (yüzde 85,3).

Tablo 14. "Mesleğin niteliğini artırmak için entelektüel donanım gereklidir"

	Sıklık	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılıyorum	100	42,0
Katılıyorum	103	43,3
Kararsızım	24	10,1
Katılmıyorum	9	3,8
Kesinlikle Katılmıyorum	2	0,8

Buradan hareketle öğrencilerin, mesleğin vasıflarının teknik becerilerin yanında entelektüel donanımla da şekillenmesi gerektiğini düşündüğü fakat sektördeki teknik beceri beklentisinin onları bu yönde sınırladığı düşünülebilir.

Mesleğin Anlamı ve Toplumsal Yararı

Öğrencilerin emek piyasasına dönük algı ve beklentilerini şekillendiren önemli bir unsur eğitimini aldıkları mesleğe, onun toplumsal saygınlığına ve yararına dönük değerlendirmeleridir. Bu kapsamda öğrencilere öncelikle, okudukları bölümü tercih etmelerinin en önemli nedeni sorulmuştur. Öğrencilerin yarısından çoğu (yüzde 55,8) mesleğe duyduğu ilgi nedeniyle bölümünü seçtiğini belirtirken, ikinci sırada gelen yanıt “puanımın bu bölüme yetmesi” olmuştur (yüzde 17,5). Dolayısıyla öğrencilerin büyük çoğunluğunun iletişim fakültesine kendi ilgi ve isteği ile geldiği belirtilebilir. Buna karşın “İletişim fakültesi mezunu olmanın değersizleştiğini düşünüyor musunuz?” sorusuna verilen yanıtlar dikkate değerdir.

Tablo 15. İletişim fakültesi mezunu olmanın değersizleştiğini düşünüyor musunuz?

	Sıklık	Yüzde (%)
Evet	178	74,2
Hayır	62	25,8

Öğrencilerin yaklaşık dörtte biri (yüzde 25,8) bu fikre sahip değilken, dörtte üçü (yüzde 74,2) iletişim fakültesi mezunu olmanın değersizleştiğini belirtmiştir. Bu veri, medya sektöründe uzun süredir yaşanan güvencesizleşme ve değersizleşme süreçlerinin iletişim fakültesi öğrencilerinde de bu yönde bir kanaat oluşturduğunu göstermesi bakımından önemlidir. Değersizleşme kanaatinin öğrencilerin cinsiyeti, sınıfı ve bölümü açısından bir farklılık taşıyıp taşımadığı incelendiğinde, cinsiyet ($t=0,360$, $p=0,719$) ve sınıflar ($F=0,488$, $p=0,691$) temelinde anlamlı bir farklılığın bulunmadığı fakat bölümler düzeyinde bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($F=4,711$, $p=0,010$). Buna göre iletişim fakültesi mezunu olmanın değersizleştiği yönündeki kanaatler Radyo-Televizyon ve Sinema bölümü öğrencilerinde daha yüksektir.

Buna karşın öğrencilerin yaklaşık üçte biri (yüzde 32,6) mesleği yapabilmek için eğitim almanın gerekli olmadığını belirtirken, yarısından çoğu (yüzde 51,4) bu alanda çalışabilmek için eğitim almanın gerektiğini ifade etmiştir.

Tablo 16. “Okuduğum mesleği yapabilmek için eğitim almak gerekli değil”

	Sıklık	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılıyorum	34	14,2
Katılıyorum	44	18,4
Kararsızım	38	15,9
Katılmıyorum	73	30,5
Kesinlikle Katılmıyorum	50	20,9

Bu yaklaşım, cinsiyet ($t=0,394$, $p=0,694$), sınıf ($F=0,715$, $p=0,544$), bölüm ($F=0,986$, $p=0,374$) ve üniversiteler ($t=0,607$, $p=0,544$) bazında anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Öğrencilerin bu kanaatleri, mesleğin eğitim gerektiren özel bir faaliyet alanı olduğu ve herkes tarafından yapılamayacağına dönük sınır çizici bir yaklaşımın göstergesi olarak değerlendirilebilir. Dolayısıyla değersizleşme eğilimine karşı öğrenciler nezdinde mesleklerini savunmaya dönük bir refleksin var olduğu düşünülebilir. Zira “İletişim fakültesinde okuyarak bir meslek sahibi olacağınızı düşünüyor musunuz?” sorusuna verilen yanıtlar bu yargıyı destekler niteliktedir. Öğrencilerin üçte birinden fazlası (yüzde 37,1) “Evet”, yarıya yakını (yüzde 44,2) ise “Kısmen” yanıtını vermiştir. Öğrencilerin beşte birinden daha azı (yüzde 18,8) bu soruda olumsuz görüş bildirmiştir. Buradan hareketle öğrencilerin çoğunda aldıkları eğitimle mezun olduktan sonra bir meslek sahibi olacakları inancının bulunduğu söylenebilir.

Bu noktada, “İletişim fakültesinde okuyarak bir meslek sahibi olacağınızı düşünüyor musunuz?” ile “İletişim fakültesi mezunu olmanın değersizleştiğini düşünüyor musunuz?” soruları ilişkilendirildiğinde, her iki soruya verilen yanıtlar arasında istatistiksel olarak anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki olduğu ($r=-0,216$, $p=0,000$) tespit edilmiştir. İletişim fakültesi mezunu olmanın değersizleştiği düşüncesi arttıkça, fakülteden mezun olarak meslek sahibi olunacağına yönelik inanç azalmaktadır. Bu durum, yukarıda incelenen iş bulma konusundaki düşük beklenti ile karşılaştırıldığında, öğrencilerin mezuniyetleri sonrasındaki geleceklerini meslek sahibi işsizler ya da eksik istihdamdaki (aldıkları eğitim düzeyinin altında vasıf gerektiren işlerde istihdam edilen) üniversite mezunları olarak gördükleri söylenebilir. Bu yaklaşım, ikinci bölümde değinilen iletişim alanındaki yüksek işsizlik oranlarıyla birlikte düşünüldüğünde, öğrencilerin bu kanaatlerinin temelsiz olmadığı belirtilebilir.

Bu konudaki bir diğer gösterge öğrencilerin, eğitimini aldıkları işin toplumdaki saygınlığı ve toplumsal faydasına dönük fikirleridir.

Tablo 17. "Eğitimini aldığım alanda yapacağım işin toplumda saygınlık göreceğini düşünüyorum"

	Sıklık	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılıyorum	32	13,5
Katılıyorum	79	33,3
Kararsızım	80	33,8
Katılmıyorum	31	13,1
Kesinlikle Katılmıyorum	15	6,3

Tablo 18. "Eğitimini aldığım alanda yapacağım işin topluma fayda sağlayacağını düşünüyorum"

	Sıklık	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılıyorum	88	37,1
Katılıyorum	96	40,5
Kararsızım	37	15,6
Katılmıyorum	8	3,4
Kesinlikle Katılmıyorum	8	3,4

Öğrencilerin yarıya yakını (yüzde 46,8) yapacakları işin toplumda saygınlık göreceğini, çok daha büyük çoğunluğu (yüzde 77,6) ise yapacakları işin topluma fayda sağlayacağını düşünmektedir. Aradaki farktan da anlaşılacağı üzere, toplumsal faydası olan bir iş yapacağını fakat bu işin toplumda yeterince saygınlık görmeyeceğini düşünen ya da bu konuda kararsız kalan öğrenci sayısı oldukça yüksektir (yüzde 30,8). Saygınlık görme konusunda cinsiyete ($t=0,058$, $p=0,954$), sınıfa ($F=1,858$, $p=0,137$) ve bölümlere ($F=0,810$, $p=0,446$) göre anlamlı bir farklılık bulunmamakla birlikte üniversiteler arasında bir farklılık tespit edilebilmektedir ($t=2,478$, $p=0,014$). Yapacakları işin toplumda saygınlık göreceği konusundaki kanaatler Ankara Üniversitesi öğrencilerinde daha yüksekken, Hacı Bayram Veli Üniversitesi öğrencilerinde daha düşüktür. Toplumsal faydaya dönük görüşler incelendiğinde de cinsiyete, sınıfa, bölüme ve üniversiteye göre anlamlı bir farklılık tespit edilmemektedir. Saygınlık görme ve toplumsal fayda konularına dönük görüşler ilişkilendirildiğinde

ise, her iki değişken arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunduğu ($r=0,428$, $p=0,000$), birinin arttığı durumlarda diğersinin de arttığı görülmektedir.

Dolayısıyla öğrencilerin, iletişim fakültesi eğitimi alarak topluma fayda sağlayacak ve saygı görececek bir meslek edineceklerini düşündükleri belirtilebilir. Buna karşın yanıtlarda kendini gösteren toplumsal fayda ve toplumsal saygınlık arasındaki oransal fark düşünölmeye değerdir. Bu noktada öğrencilerin, yapacakları işe değer verdikleri fakat bunun toplumdaki karşılığının yeteri derecede olmayacağına inandıkları söylenebilir.

Eğitim Süreci ve Eğitim-İstihdam İlişkisi

Medya emek piyasasına dönük algı ve beklentilerin bir diğers unsuru, üniversite eğitimine ve bunun sektörle ilişkisine yönelik düşüncelerdir. Bu kapsamda öğrencilere ilk olarak iletişim fakültesi eğitiminin hangi alanlarda yoğunlaşması gerektiğine dönük fikirleri sorulmuştur. Uygulamalı eğitim (200 kişi) ve yabancı dil eğitimi (106 kişi) en çok işaret edilen konular olmuştur. Bunları teorik donanım (65 kişi) ve genel kültür (43 kişi) seçenekleri takip etmektedir.¹⁷ Bu durum eğitimleri sırasında öğrencilerin kendilerini en eksik hissettikleri alanlarla paralellik taşımaktadır.

Tablo 19. Eğitiminiz sırasında kendinizi en eksik hissettiğiniz alan hangisidir?

	Sıklık	Yüzde (%)
Teorik Donanım	14	5,9
Uygulamalı Eğitim	122	51,0
Yabancı Dil Eğitimi	95	39,7
Genel Kültür	7	2,9
Diğers	1	0,4

Öğrencilerin yarısından çoğu (yüzde 51,0) kendilerini en eksik hissettikleri alanın uygulamalı eğitim olduğunu belirtirken, üçte birinden fazlası (yüzde 39,7) yabancı dil eğitimi konusunda eksik hissettiğini ifade etmiştir. Bu iki alan öğrencilerin yüzde 90'lık bir oranını kaplamakta ve eğitim konusundaki beklentilerin uygulama ve yabancı dil ekseninde şekillendiğini işaret etmektedir. Bu durum, ilk bölümde tartışılan eğitim-istihdam ilişkisinin günümüz

•••

¹⁷ Bu soruda çoklu yanıt seçeneği uygulandığından oran yerine kişi sayısı verilmiştir ve toplam N=240'tan fazladır.

koşullarındaki niteliğine de işaret etmektedir. Öğrencilerin eğitimden beklentilerinin çoğunlukla piyasanın gereklerine göre şekillendiği söylenebilir.

Bu durum staj konusunda da kendini göstermektedir. Öğrencilerin yaklaşık üçte biri (yüzde 36,0) staj deneyimine sahip olduğunu ifade ederken, yaklaşık üçte ikisi (yüzde 64,0) şu ana kadar herhangi bir staj deneyiminin olmadığını belirtmiştir. Staj deneyimi üniversite düzeyinde incelendiğinde anlamlı bir farklılık görülmemekle ($t=1,396$, $p=0,164$) birlikte cinsiyet ($t=-2,241$, $p=0,026$), sınıf ($F=9,777$, $p=0,000$) ve bölüm ($F=5,509$, $p=0,005$) düzeyinde anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Staj yapma konusunda kadın öğrencilerin oranı erkeklerden daha yüksektir. Sınıflar düzeyinde, beklenebileceği gibi 3. ve 4. sınıftaki öğrencilerin staj yapma oranları daha fazladır. Bölümler arasında ise Gazetecilik bölümü öğrencilerinin staj deneyiminin diğer bölümlere göre daha fazla olduğu, en az staj deneyiminin ise Halkla İlişkiler bölümünde olduğu saptanmıştır.

Bu sonuçlar yalnızca öğrencilerin isteksizliği ya da eksikliği ile açıklanamayacağı gibi buradaki büyük payın esasen sektörde öğrenciler için yeterli düzeyde staj imkanı bulunamamasıyla ilişkili olduğu söylenebilir. Bu nedenle öğrencilerin büyük çoğunluğu (yüzde 80,7) eğitimleri süresince stajın zorunlu olması gerektiğini ifade etmiştir.

Tablo 20. "Öğrenim süresi içinde stajın zorunlu olması gerektiğini düşünüyorum"

	Sıklık	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılıyorum	133	55,6
Katılıyorum	60	25,1
Kararsızım	25	10,5
Katılmıyorum	13	5,4
Kesinlikle Katılmıyorum	8	3,3

Öğrencilerin, zorunlu staj yoluyla herkes için staj imkanı sağlanacağına inanıyor oldukları düşünülebilir. Bu nokta önemlidir, çünkü staj yapmak öğrenciler açısından sektörle tanışmanın ve meslek pratiği edinmenin önemli kanallarından biridir. Öğrencilerin çoğu (yüzde 81,9), staj yapmanın iş bulmalarını kolaylaştıracağına inanmaktadır. Zorunlu staj isteğinin bu durumla bağlantısı olduğu belirtilebilir.

Tablo 21. “Staj yapmanın iş bulmamı kolaylaştıracağına inanıyorum”

	Sıklık	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılıyorum	91	38,2
Katılıyorum	104	43,7
Kararsızım	29	12,2
Katılmıyorum	10	4,2
Kesinlikle Katılmıyorum	4	1,7

Bu noktada öğrencilerin fakülte eğitimleri dışında herhangi bir sertifika ya da eğitim programına katılıp katılmadıkları incelenmiştir. Öğrencilerin yaklaşık üçte biri (yüzde 37,1) mesleki bilgi ve becerilerini artırmak için fakülte eğitimi haricinde herhangi bir sertifika/eğitim programına katıldığını belirtirken, yaklaşık üçte ikisi (yüzde 62,9) böyle bir programa katılmadığını ifade etmiştir. Böylesi programlara katılım konusunda cinsiyet ($t=-2,044$, $p=0,042$) ve sınıf ($F=4,421$, $p=0,005$) düzeyinde anlamlı bir farklılık tespit edilmektedir. Katılanlar içindeki cinsiyet ve sınıf dağılımları çapraz tablolar şeklinde incelendiğinde çoğunluğunun 3. (yüzde 37,1) ve 4. (yüzde 24,7) sınıflardan oluştuğu ve böylesi programlara katılanların yarısından çoğunun (yüzde 57,3) kadın öğrenciler olduğu görülmektedir. Dolayısıyla mezuniyete yaklaştıkça fakülte dışı programlara katılma oranının arttığı ve bu eğilimin kadın öğrencilerde daha fazla olduğu söylenebilir. Benzer bir farklılık üniversiteler bazında da tespit edilmektedir. Fakülte harici bir sertifika/eğitim programına katılan öğrencilerin yarısından çoğunun (yüzde 57,3) Hacı Bayram Veli Üniversitesi'nden olduğu belirtilebilir. Bölümler bazında ise anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($F=0,230$, $p=0,795$).

Öğrencilerin medya emek piyasasına dönük algı ve beklentilerini etkileyen bir diğer unsur üniversite eğitimine dönük değerlendirmeleridir. Üniversite eğitiminin öğrencileri iş/meslek yaşamına gerektiği gibi hazırlayıp hazırlamadığı konusunda öğrenciler üç farklı görüşe bölünmüş görünmektedir. Üçte biri (yüzde 32,7) eğitimin onları iş/meslek yaşamına gerektiği gibi hazırlamadığını ifade ederken, üçte birinden daha azı (yüzde 29,3) bu konuda olumlu görüş bildirmektedir. Üçte birinden fazlası (yüzde 38,1) ise kararsız olduğunu söylemiştir.

Tablo 22. "Üniversitede aldığım eğitimin beni iş/meslek yaşamına gerektiği gibi hazırladığına inanıyorum"

	Sıklık	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılıyorum	22	9,2
Katılıyorum	48	20,1
Kararsızım	91	38,1
Katılmıyorum	53	22,2
Kesinlikle Katılmıyorum	25	10,5

Bu görüşlerin cinsiyet, bölüm, sınıf ve üniversite düzeyinde bir farklılık gösterip göstermediği incelendiğinde, cinsiyet ($t=-0,162$, $p=0,871$) ve bölümlere ($F=2,100$, $p=0,125$) göre bir farklılığın ortaya çıkmadığı fakat sınıflar ($F=3,654$, $p=0,013$) ve üniversite ($t=-3,175$, $p=0,002$) düzeyinde anlamlı farklılıklar bulunduğu tespit edilmiştir. Üniversite eğitiminin kendilerini iş/ meslek yaşamına gerektiği gibi hazırladığı konusundaki görüşler 1. sınıf öğrencilerinde daha fazlayken, bu konudaki olumsuz görüşler son sınıf öğrencilerinde daha yüksektir. Bu durum 1. sınıf öğrencilerinde üniversite eğitimine dönük beklentilerin ve umutların yüksekliği ile ilişkilendirilebilir. Dolayısıyla okulda geçirilen zaman artıp mezuniyet yaklaştıkça iş bulma kaygısının arttığı ve öğrencilerin üniversite eğitimine dönük görüşlerinin değiştiği düşünülebilir. Üniversiteler arasında da bu konuda anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Aldıkları eğitimin kendilerini iş/ meslek yaşamına gerektiği gibi hazırladığına ilişkin olumlu kanaatler Ankara Üniversitesi öğrencilerinde daha yüksektir.

Benzer bir durum öğrencilerin fakültelerinde nitelikli eğitim alıp almadıklarına dönük görüşlerinde de kendini göstermektedir. Öğrencilerin yarısı (yüzde 49,6) okudukları fakültelerde nitelikli eğitim aldığını düşünürken, yaklaşık üçte biri (yüzde 30,9) bu konuda kararsızlığını ifade etmiştir. Nitelikli eğitim alamadığını düşünenlerin oranı ise yüzde 19,5'tir.

Tablo 23. "Okuduğum üniversitede nitelikli eğitim aldığımı düşünüyorum"

	Sıklık	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılıyorum	37	15,7
Katılıyorum	80	33,9
Kararsızım	73	30,9
Katılmıyorum	32	13,6
Kesinlikle Katılmıyorum	14	5,9

Bu sonuçlar cinsiyet ($t=-0,333$, $p=0,739$) ve sınıf ($F=0,431$, $p=0,731$) temelinde anlamlı bir farklılık göstermezken, bölüm ($F=7,552$, $p=0,001$) ve üniversiteler ($t=7,104$, $p=0,000$) düzeyinde farklılıklar taşımaktadır. Okuduğu üniversitede nitelikli eğitim aldığına dönük görüşler Gazetecilik bölümü öğrencilerinde daha yüksekken, olumsuz görüşler ise en çok Radyo-Televizyon ve Sinema bölümü öğrencilerinde görülmektedir. Üniversiteler arasında ise nitelikli eğitim aldıklarına dönük kanaatler Ankara Üniversitesi öğrencilerinde daha yüksekken, Hacı Bayram Veli Üniversitesi öğrencilerinde daha düşüktür.

Öğrencilerin nitelikli eğitim aldıklarına dönük kanaatleri ile üniversite eğitiminin kendilerini iş/meslek yaşamına hazırladığına ilişkin görüşleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki ($r=0,414$, $p=0,000$) tespit edilmektedir. Nitelikli eğitim aldıkları yönündeki düşünceleri arttıkça, üniversite eğitiminin kendilerini iş/meslek yaşamına hazırladığına dönük kanaatleri de artmaktadır. Benzer şekilde öğrencilerin nitelikli eğitime yönelik görüşleri ile yapacakları işin topluma fayda sağlayacağına ilişkin kanaatleri arasında da anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki ($r=0,204$, $p=0,001$) saptanmaktadır. Dolayısıyla genel olarak bakıldığında, öğrencilerin girdikleri eğitim sürecine ve aldıkları eğitimin niteliğine dönük görüşlerinin, emek piyasasına dönük algı ve beklentilerini şekillendirmede etkisi olduğu ifade edilebilir.

Sonuç

İletişim fakültesi öğrencilerinin medya emek piyasasına dönük algı ve beklentileri genç neslin yalnızca kendi meslek pratiklerine ve geleceklerine dönük değerlendirmelerini değil, aynı zamanda mevcut toplumsal yapının geneline ilişkin ipuçlarını da barındırmaktadır. Medya emek piyasasına dönük algı ve beklentiler, günümüzde medyanın toplumsal işlevi, medya endüstrisinin yapısı, iletişim eğitiminin sınırları ve medyada çalışma ilişkileri gibi alanların kesişim noktasında ortaya çıkmaktadır.

Araştırmanın bulguları, öğrencilerin eğitim aldıkları alanda çalışmaya istekli oldukları fakat bu alanda iş bulma konusunda umutsuzluk yaşadıklarını işaret etmektedir. Yanı sıra, öğrencilerin büyük çoğunluğu sektörde çalışma koşullarının kötü ve ücretlerin yetersiz olduğunu düşünmektedir. Mesleki vasıflara dönük kanaatleri ise sektörde teknik becerilerin önde olduğu fakat mesleğin niteliğini artırmak için entelektüel donanımın da gerekli olduğu yönündedir.

Öğrencilerin çoğu iletişim fakültesi mezunu olmanın değersizleştiğini düşünmekte fakat buna karşın yine de bu alanda çalışabilmek için eğitim almanın gerekli olduğunu belirtmektedir. Buna paralel olarak öğrencilerin çoğunda aldıkları eğitimle mezun olduktan sonra bir meslek sahibi olacakları inancı hâkimdir. Benzer şekilde, öğrencilerin çoğu eğitimini aldıkları alanda yapacakları işin topluma fayda sağlayacağını düşünmekte fakat bu işin toplum nezdinde yeteri kadar saygınlığa sahip olup olmayacağı konusunda kararsız kalmaktadır.

Aldıkları eğitim konusunda ise öğrencilerin yarısı nitelikli eğitim aldığını düşünürken, beşte biri nitelikli eğitim alamadığını ifade etmektedir. Kendilerini en eksik hissettikleri alanlar uygulamalı eğitim ve yabancı dil eğitimidir. Buna paralel olarak öğrencilerin çok büyük kısmı eğitimleri içerisinde stajın zorunlu olması gerektiğini belirtmiştir. Zorunlu staj isteğinin iş bulma çabası ile ilişkili olduğu düşünülebilir.

Öğrencilerin algı ve beklentileri ile medya emek piyasasının genel durumu arasında önemli bir örtüşme bulunduğu ve öğrencilerin medya emek piyasasının eğilimlerine dönük farkındalıklarının yüksek olduğu belirtilebilir. Bu durumun, öğrencilerin kendi gelecekleri ve ülkenin geleceği konusundaki kavrayışlarını ve umutlarını nasıl şekillendirdiği ise üzerinde düşünülmesi gereken bir nokta olarak öne çıkmaktadır.

Kaynakça

- Adaklı, Gülseren. 2009. "The Process of Neoliberalisation and the Transformation of the Turkish Media Sector in the Context of the New Media Architecture". *Mediating Europe: New Media, Mass Communications and the European Public Sphere* içinde, editörler J. Harrison ve B. Wessels, 286-317. New York ve Oxford: Berghahn Books.
- Aydın, Uraz. 2014. "The Media in Turkey: From Neoliberal Militarism to Authoritarian Conservatism". *Turkey Reframed: Constituting Neoliberal Hegemony* içinde, editörler İ. Akça, A. Bekmen ve B. A. Özden, 122-140. London: Pluto Press.
- Bailey, Kenneth. 1987. *Methods of Social Research*. New York: The Free Press.
- Bulut, Selda. 2020. "The Political Economy of News Production". *Handbook of Research on the Political Economy of Communications and Media* içinde, editörler S. Karlıdağ ve S. Bulut, 98-114. USA: IGI Global.
- Can, Serap. 2018. "İletişim Eğitiminde Akademi ve Sektör Beklentileri Üzerine Bir Araştırma". *Humanities Sciences (NWSAHS)* 13(3): 57-73.
- Çamuroğlu Çığ, Eylem ve Çığ, Ünsal. 2015. "Gazetecilik Emeğinin Prekarizasyonu: Yeni Medya Çağında Habercilik Etiğini Tartışmak". *İş Ahlakı Dergisi* 8: 197-232.
- Davies, Bronwyn, Gottsche, Michael ve Bansel, Peter. 2006. "The Rise and Fall of the Neo-Liberal University". *European Journal of Education* 41(2): 305-319.
- Demir, A. Sevtap. 2019. "Türkiye'deki Dijital Doğumlu Gazeteler ve İş Modelleri". Doktora tezi, Ankara Üniversitesi.
- Ekşioğlu Sarılar, Naciye Beril. 2016. "Profesyonel Gazetecilerin Tanıklığında Medya-İktidar-Demokrasi İlişkisi: 2002-2015 Dönemi". Doktora tezi, Maltepe Üniversitesi.
- Ercan, Fuat. 1998. *Eğitim ve Kapitalizm: Neo-Liberal Eğitim Ekonomisinin Eleştirisi*. İstanbul: Bilim Yayınları.
- Eurostat. 2019. "The Higher The Education, The Lower The Unemployment Rate". Erişim tarihi 20 Eylül 2020.
<https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/DDN-20190920-1?inheritRedirect=true&redirect=%2Feurostat%2Fhome%3F>

- Federal Reserve Bank of New York. 2020. "The Labor Market for Recent College Graduates". Erişim tarihi 15 Ekim 2020.
https://www.newyorkfed.org/research/college-labor-market/college-labor-market_unemployment.html
- Geray, Haluk. 2011. *Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş*. Ankara: Genesis Yayınları.
- Gökçe, Birsen. 1988. *Toplumsal Bilimlerde Araştırma*. Ankara: Savaş Yayınları.
- ILO. 2020. "Dünyada İstihdam ve Sosyal Görünüm: Eğilimler 2020". Erişim tarihi 18 Ekim 2020.
https://www.ilo.org/ankara/news/WCMS_734873/lang--tr/index.htm
- İDA. 2016. "PR sektöründe yarışmacı sayısı artıyor!" Erişim tarihi 16 Eylül 2020.
<https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/pr-sektorunde-yarismaci-sayisi-artiyor/>
- İnal, Kemal. 2003 "Neoliberal Eğitim ve Yeni İlköğretim Müfredatının Eleştirisi". *Praksis* 14: 265-287.
- Kaya, A. Raşit. 1999. "Türkiye'de 1980 Sonrası Medyanın Gelişimi ve İdeoloji Gereksinimi". *Türk-İş Yıllığı '99*, 2. Cilt, Ankara: Türk-İş Yayınları. Erişim tarihi 10 Eylül 2020.
<http://www.dorduncukuvvetmedya.com/arsiv/akaya.htm>
- Kaya, Şehriban. (2016) "Yeni Türkiye'de Medya". *Yeni Türkiye'nin Toplumsal Yapısı* içinde, editör İ. Kaya, 245-274. Ankara: İmge Kitabevi.
- Kızılca, F. Kemal.; Karagöz-Kızılca, Gül. 2018. "Türkiye'de İletişimciler ve 'Preker' Emek: Gözden Kaçmış Bir Veri Tabanından Bulgular". *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi* 29: 9-30.
- Önderoğlu, Erol. 2015. "Medyanın 3 Yılı: Grafik Özet". Erişim tarihi 5 Eylül 2020.
<http://bianet.org/bianet/medya/162748-medyanin-3-yili-grafik-ozet>
- RATEM. 2019. "Türkiye Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Sektör Raporu". Erişim tarihi 16 Eylül 2020.
<https://www.ratem.org/ratem-sektor-raporlari>
- Rikowski, Glenn. 2018. "Marxism and Education: Fragility, Crisis, Critique". *Cadernos GPOSSHE On-line* 1(1): 142-170.
- Sayılan, Fevziye. 2006. "Küresel Aktörler (DB ve GATS) ve Eğitimde Neo-Liberal Dönüşüm". *TMMOB Jeoloji Mühendisleri Odası Haber Bülteni* 4, Erişim tarihi: 11 Ekim 2020.
https://www.jmo.org.tr/resimler/ekler/1e03cc77d4bbd6b_ek.pdf

- Seçkin, Gülcan. 2020. "The Integration of the Media With the Power in Turkey (2002-2019): Native, National Media Conception". *Handbook of Research on the Political Economy of Communications and Media* içinde, editörler S. Karlıdağ ve S. Bulut, 206-226. USA: IGI Global.
- SGK. 2019a. "İstatistik Yıllıkları". Erişim tarihi 5 Eylül 2020.
http://www.sgk.gov.tr/wps/portal/sgk/tr/kurumsal/istatistik/sgk_istatistik_yilliklari
- SGK. 2019b. "Kayıtdışı İstihdam Oranları". Erişim tarihi 4 Eylül 2020.
http://www.sgk.gov.tr/wps/portal/sgk/tr/calisan/kayitdisi_istihdam/kayitdisi_istihdam_oranlari/kayitdisi_istihdam_orani
- Sönmez, Mustafa. 2013. *Medya Kültürü Para ve İstanbul İktidarı*. İstanbul: Yordam Kitap.
- Sözeri, Ceren. 2015. *Türkiye'de Medya-İktidar İlişkileri: Sorunlar ve Öneriler*. İstanbul: İstanbul Enstitüsü. Erişim tarihi 2 Eylül 2020.
<http://platform24.org/Content/Uploads/Editor/T%C3%BCrkiye%E2%80%99de%20Medya-%C4%B0ktidar%C4%B0li%C5%9Fkileri-BASKI.pdf> (Erişim: 13.09.2020).
- Torres, Carlos. A. ve Schugurensky, Daniel. 2002. "The Political Economy of Higher Education in The Era of Neoliberal Globalization: Latin America in Comparative Perspective". *Higher Education* 3(4): 429-455.
- TÜİK. 2020a. "İşgücü İstatistikleri". Erişim tarihi 5 Eylül 2020.
http://www.tuik.gov.tr/PreTabloArama.do?metod=search&araType=hb_x
- TÜİK. 2020b. "Yazılı Medya İstatistikleri". Erişim tarihi 5 Eylül 2020.
http://www.tuik.gov.tr/PreTabloArama.do?metod=search&araType=hb_x
- TÜİK. 2020c. "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri". Erişim Tarihi 6 Eylül 2020.
http://www.tuik.gov.tr/PreTabloArama.do?metod=search&araType=hb_x
- Uzunoglu, Sarphan. 2018. "Gazeteci Emeginin Dönüşümü ve Güvencesizleşme: Türkiyeli Dijital Haber Odalarının Serbest Muhabirleri Üzerine Bir Çalışma". *Moment Dergi* 5(2): 195-218.
- Ünal, Işıl. 2005. "İktisat İdeolojisi'nin Yeniden Üretim Süreci Olarak Eğitim". *Ekonomik Yaklaşım* 16(57): 35-50.
- Ünal, Işıl. 2013. "Kapitalist Toplumda Eğitim: Kuram ve Gerçekliğe Genel Bir Bakış". *Praksis* 33: 9-27.
- YÖK. 2020. "Yükseköğretim İstatistikleri". Erişim tarihi 1 Ekim 2020.
<https://istatistik.yok.gov.tr/>

Yeni Medya Ortamlarında İzleyici Seçimi ve Öneri Algoritmaları *Netflix* Örneği

Sedat Özel

Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi

<https://orcid.org/0000-0002-8280-1930>

sedatozel@kocaeli.edu.tr

Deniz Özay

Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi

<https://orcid.org/0000-0002-3727-9151>

deniz.yilmaz@kocaeli.edu.tr

Öz

Bu çalışma, algoritmaların tüketici kararlarında ne derece etkili olduğunu ve buna bağlı olarak kişiselleştirme/özelleştirme gibi uygulamaların algoritmik art alanında izleme pratiklerini nasıl manipüle ettiğini incelemeyi hedeflemiştir. Bu hedef doğrultusunda, yarı yapılandırılmış soru formu oluşturularak, amaçlı örneklem tekniğiyle belirlenen 8 *Netflix* kullanıcısıyla 'derinlemesine görüşme' gerçekleştirilmiştir. Böylece, kullanıcıların yeni medya mecralarındaki tercih ve tüketim davranışları ile öneri algoritmaları arasındaki ilişki üzerine veriler elde edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen bulgular bağlamında *Netflix* arayüz, kişiselleştirme ve öneri özelliklerinin, izleme pratiklerini yönlendirdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu yönlendirmenin özellikle *Netflix*'in belirlediği içeriklerin izlenmesini sağlayacak bir pazarlama stratejisine hizmet ettiği düşünülmektedir. Ayrıca kullanıcıların izleyecekleri içeriği bulma/tercih etme yolu olarak *Netflix*'in tavsiye sistemlerini kullandığı, arayüzün içerik arama kendi önerilerine ve listelerine yönlendirecek şekilde tasarlandığı, bu listelerde ve ana ekrandaki tanıtımlarda *Netflix*'in ön plana çıkarmak istediği yapımların yer aldığı ve içeriğin sunuşunun hızlı tüketime uygun olarak kurgulanmasından dolayı tüm katılımcıların 'tıkınırcasına izleme (*binge watching*)' pratiğine sahip olduğu çalışmanın ulaştığı bulgular arasındadır.

Anahtar Kelimeler: Kişiselleştirme, Özelleştirme, Arayüz, *Netflix*, Tıkınırcasına İzleme

• • • • •

Makale Geliş Tarihi: 23.12.2020 ■ Makale Kabul Tarihi: 23.03.2021

<http://ilefdergisi.ankara.edu.tr>

ilef dergisi ■ © 2021 ■ 8(2) ■ güz/autumn: 297-324

Araştırma Makalesi DOI: 10.24955/ilef.1023026

Audience Selection and Recommendation Algorithms in New Media The Netflix Case

Sedat Özel

Kocaeli University Faculty of Communication

<https://orcid.org/0000-0002-8280-1930>

sedatozel@kocaeli.edu.tr

Deniz Özay

Kocaeli University Faculty of Communication

<https://orcid.org/0000-0002-3727-9151>

deniz.yilmaz@kocaeli.edu.tr

Abstract

This study aims to examine the extent to which algorithms are effective in consumer decisions and how *Netflix* applications such as personalization and customization manipulate viewing practices with regards to the algorithmic backgrounds of these applications. In line with this aim, a semi-structured questionnaire was created, and an 'in-depth interview' was conducted with 8 *Netflix* users who determined through the purposeful sampling technique. In this way, the study collected data on the relationship between preferences and consumption behavior of users in new media and recommendation algorithms. In the context of the findings, it was concluded that *Netflix's* interface, as well as its personalization, and recommendation features manipulate the viewing practices of its users. It is thought that this manipulating effect specifically serves as a marketing strategy that will drive users to watch the content previously determined by *Netflix*. Among the other findings of the study: As a way of finding or choosing the content to watch, users benefit from the recommendation system served by *Netflix*; the interface has been designed to guide users to recommended content and lists; the productions *Netflix* wants to highlight are displayed in these lists and on the main screen; all users practice "binge-watching" as the content has been tailored for fast consuming.

Keywords: Personalization, Customization, Interface, *Netflix*, Binge Watching

• • • • •

Received: 23.12.2020 ■ Accepted: 23.03.2021

<http://ilefdergisi.ankara.edu.tr>

ilef dergisi ■ © 2021 ■ 8(2) ■ güz/autumn: 297-324

Research Article DOI: 10.24955/ilef.1023026

Teknolojik ilerleme ve entegrasyon sonucu yeni medya ortamlarının kullanıcıya sunduğu olanak ve kolaylıklar, geleneksel medya ürünlerinin üretim ve tüketim süreçlerinin mantığını da değiştirmiştir. Geleneksel medyanın yapısı gereği hitap ettiği kitleyi edilgen olarak tasarımına karşın yeni medyanın, kullanıcıya ihtiyaçları doğrultusunda farklılaştırılmış içerikler ve onları seçebilme özgürlüğü verdiği dolayısıyla da aktif bir kullanıcı davranışı oluşturduğu dile getirilir. Yeni medyada üretim süreci kullanıcı odaklı interaktif bir ilişkiyi içermektedir ve teknolojik olanaklar sayesinde yeni medyanın tüketimi de zamandan ve mekândan bağımsızlaştırılmış ve kişiselleştirilmiş tüketim biçimine dönüşmüştür. Kişiselleştirme kavramı genel olarak, kullanıcının davranışları ve/veya kişisel bilgileri doğrultusunda dijital medya içeriklerinin yeniden biçimlenmesi sürecini ifade etmektedir (Blom & Monk, 2009, s. 195-196) (Sundar & Sampada, 2010, s. 300-301). Dolayısıyla bu süreç, kişiselleştirilmiş hizmetler sağlayan sistemlerin, kullanıcı hakkındaki bilgileri toplaması ve kullanmasını da kapsamaktadır. Öte yandan, yeni medyanın kullanıcıya sağladığı seçim yapabilme ve aktif katılım avantajını kullanıcıdan aldığı bilgiler ile biçimlendirmesinin ötesinde bu bilgilerin kullanım biçimlerindeki muğlaklık, tartışmaları da beraberinde getirir. İnternet üzerinden verilen birçok hizmette, algoritmik üretim ve yazılım performansları kulla-

nıcının verilerinden hareketle gelecekteki potansiyel seçimlerini öngörmekte, belirlemekte ve öneri biçiminde yeniden kullanıcıya iletmektedir. Tavsiye sistemleri (*recommender systems*) olarak nitelenen bu yazılımlar aracılığıyla tüketicinin demografik verileri, karar alma süreçleri, geçmiş satın alma davranışları analiz edilmekte, bu analizden çıkan sonuçlara göre yeni ürünler önerilmekte, kullanıcının neyi alacağına dair karar vermesine yardımcı bir süreç yürütülmektedir (Schafer, Riedl, & Konstan, 2000, s. 3-4).

Aslında böylesi bir yaklaşım ilk başta kullanıcı yararına ve oldukça masum görünmekle birlikte yeni medya tasarımı tüketim ve gözetim toplumu bağlamında eleştiriye açmaktadır. Cox'a (2018, s. 441) göre; geliştirilen öneri algoritmaları üzerine inşa edilmiş yazılımlar ile kullanıcılar özelleştirme olanak ve sınırlarını tanımlayabilirken endüstriyel aktörler de kullanıcıların tüketim potansiyellerini net bir biçimde görebilme imkânına kavuşmaktadır. Aslında her bir kullanıcı kitlesel davranışın tahkim edilmesi ve şekillendirilmesini sağlayan; algoritmik süreçler tarafından geri beslenen "endüstriyel izleyici" anlayışına göre kümelenmektedir. Bu anlayışın barındırdığı sosyo-ekonomik vurgu, yeni medyanın üzerine inşa edildiği yüksek hızlı ağlar, ara yüzler, bu ara yüzlerin ardında çalışan algoritmalar ve yazılımların tüketim sürecinde oynadığı rol ile ilişkilidir. Bir anlamda kullanıcının bireysel tercihi analiz edilmekte, elde edilen veriler ile tüketim süreci yönlendirilmektedir.

Bu iddia "yeni medyanın ileri sürülen özgürleşimci doğası ile tezatlık oluşturuyor gibi görünmekle birlikte teknolojinin örtük amaçları düşünüldüğünde" (Özel, 2015) haklı bir varsayıma dönüşmektedir. Bu varsayımdan hareketle çalışmanın temel amacı, yeni medyanın vaat ettiği 'kullanıcı özgürlüğü' iddiasına karşılık, kişiselleştirme ve özelleştirme kavramları ile arayüz mantığının örtük amaçlarına odaklanmaktır. Bununla beraber, iletişim çalışmaları tarihi boyunca medya-toplum-birey ilişkisi önemli bir araştırma konusu olmuştur. Ancak teknolojik ilerleme ve yeni medyanın yaygınlaşmasıyla dönüşen medya içeriklerinin üretim ve tüketim pratikleri, iletişim bilimleri açısından yeni soruları gündeme getirmiştir. Bu sorulardan biri de, temelinde algoritmik bir sistemin olduğu yeni medya mecralarının bireylere ne ölçüde özgürlük tanıdığıdır. Buradan yola çıkarak çalışma, yeni medyanın en dikkat çekici tarafı olan kullanıcıya atfettiği sorumluluğu sorgulamakta ve yeni medyada kullanıcı özgürlüğü kavramını yeniden tartışmaya açmaktadır.

Yeni medya, pazarlama stratejisini oluştururken, homojen olmayan toplum yapısını dikkate almakta ve farklı demografik/kültürel özelliklere sahip

olan kullanıcılara kişiselleştirilmiş geniş bir içerik yelpazesi sunmaktadır. Bu bilgi ışığında, yeni medyanın üretim-tüketim süreçleri üzerine yapılan tartışmalar çalışmanın amacı çerçevesinde incelenmiş ve kişiselleştirme/özelleştirme kavramları ile algoritmaların seçimlere etkisi bağlamında yeniden ele alınmıştır. Tartışmalardan elde edilen bulgular eşliğinde sınırlı bir örneklem üzerinden analiz hedeflenmiştir. Bu bağlamda son yıllarda küresel olarak dikkat çekici bir yükseliş yaşayan ve günümüz izleme pratikleri ile çok yakın ilişkisi nedeniyle de başarılı bir hizmet uygulaması olarak tanımlanabilecek *Netflix*'in abonelerine sunduğu öneri sistemi, kullanıcı pratikleri açısından incelenmiştir. *Netflix*, kullanıcıların izleme profili oluşturma, geçmiş izleme tercihleri ve izleme davranışlarına dayanan bir öneri sistemi kullanmaktadır. Ancak bu öneri sisteminin bir noktada kullanıcı tercihlerini örtük bir biçimde yönlendirdiği düşünülmektedir. Dolayısıyla bu yönlendirmenin marka pazarlamasında da aktif olarak ön plana çıkarılan orijinal içerik etiketi etrafında yoğunlaştığı varsayılmaktadır. Bu varsayım ekseninde kullanıcıya önerilen içerik ve kullanıcı seçimleri arasındaki ilişkiselliği analiz edebilmek gerekmektedir. Bunun için amaçlı örneklem tekniği ile belirlenen 8 ayrı demografideki *Netflix* abonesinin beğeni-izleme pratiklerine odaklanılmıştır. Seçilen kişilerin tercihleri doğrultusunda şekillenen sayfa arayüzleri incelenmiş ve yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile *Netflix* öneri sistemine yaklaşımları üzerine veriler elde edilmiştir.

Kişiselleştirme-Özelleştirme Yeni Medya Kullanıcı Özgürlüğü

Yeni medyanın çerçevesini oluşturan inovatif gelişmeler, kitle iletişimi içerisinde 'anonimleşen' izler kitlenin yerine; iletişim süreçlerine üretici olarak da aktif katılım sağlayan bireysel kullanıcıları ön plana çıkarmıştır (Özel, 2012, s. 38). Bu kullanıcılar ile medya arasındaki etkileşimi tanımlayan çift yönlü enformasyon akışı, etkileşimli iletişim dinamiği oluştururken bireylere de istek ve ihtiyaçlarına göre tercih yapabileceği özgürlük alanı yaratmıştır. Bireysel kullanıcıların daha aktif rol aldıkları yeni elektronik yayıncılık ortamında araştırmacı ve uygulayıcılar izleyici merkezli bir bakış açısının farkında olmalıdır. Kullanım ve doyumlar yaklaşımı böyle bir bakış açısını sergiler (Özel, 2015). Kendinden önceki iletişim kuramlarına göre insan unsuruna daha fazla odaklanan bu model (Mutlu, 2008, s. 191), bireylerin medya iletilerini seçtiğini, yorumladığını ya da reddettiğini söyleyerek "pasif izleyici" kavramı yerine "aktif izleyici" fikrini benimsemiştir. İzler kitle etkinliği, yarar, amaçlılık, seçicilik ve izleyicinin medyaya katılımı, kullanıcıların medya etkilerinden aldıkları temel doyumların çeşitlerini tanımlamak anlamına gelir. Amaçlı-

lık paylaşımı, tavsiye etmeyi ve içerik üzerine diğerleri ile tartışmayı içerir. Program seçiciliği hangi programın izleneceğine karar verileceği zaman ne sıklıkta bir değişiklikte bilgi kaynaklarının kullanıldığı bağlamında operasyonel bir süreci tanımlar (Bondad-Brown, Rice, & Pearce, 2012, s. 474). Bununla beraber yeni medya paradigmasının bir çıktısı olarak görülebilecek kullanıcı özgürlüğünün ve tüketim mantığındaki dönüşümün temel itkilerinden biri, kişiselleştirme/özelleştirme süreçleridir. Literatürde sıklıkla birbiri yerine kullanılan çok sayıda tanıma sahip bu kavramlar, kullanıcı odaklı modeller olmalarından dolayı aynı stratejiye sahip gibi görünseler de, kendilerine özgü birtakım farklılıkları bulunmaktadır.

Kişiselleştirme (*personalization*) kavramı, yeni medya sistemleri tarafından kullanıcının geçmiş deneyimlerinden verilerin elde edilmesi ve bu verilerle sistem arayüzünün kullanıcıya uyarlanması ifade etmektedir (Sundar & Sampada, 2010, s. 301-302) Diğer bir deyişle kişiselleştirme süreci, yeni medya teknolojilerinin yazılım ve algoritmalarının kullanıcının davranışları ya da kişisel bilgilerinden hareketle, kullanıcıyı tanıması, hatırlaması ve içerikleri bireyin tercih ya da ihtiyaçlarına göre yeniden düzenlemesini içermektedir. Örneğin, oturum açtıktan sonra kullanıcıya adıyla hitap etmek, IP adresleri /posta kodlarına göre yerel haber içerikleri sunmak ya da geçmiş çevrimiçi satın alma tercihleriyle ilişkili yeni ürünler tavsiye etmek kişiselleştirme modelinin sonuçlarıdır. Kişiselleştirmeyi; sistemin işlevselliği, arayüzü, bilgi içeriği ya da ayırt ediciliğinin bireye göre değiştirilerek kişisel ilgi düzeyinin artırılması olarak tanımlayan Blom'a (2000, s. 313-314) benzer şekilde Ho ve Tam da (2005, s. 3375) 'doğru içeriği, doğru kişiye doğru zamanda ve doğru formatta sunmak' biçiminde ifade etmektedir. Dolayısıyla kullanıcıların farklı ihtiyaçları, beklentileri ya da tüketim davranışları sistem tarafından öngörülen değişkenlerdir.

Çevrimiçi kullanıcı heterojenliğini yakalayan kişiselleştirme modeli, bireylerin hem içeriğe yönelik beklentilerindeki farklılığı hem de web tabanlı etkileşim araçlarının kullanımı hakkındaki yetenek, bilgi ve tecrübelerini öngörerek ideal filtrelemeyi yapmaktadır (Miceli, Ricotta, & Costabile, 2007). Nitekim Amazon.com CEO'su Jeff Bazo "Ne kadar müşterimiz varsa o kadar Web mağazamız olması gerekir" diyerek (Schafer, Riedl, & Konstan, 2000) yeni pazarlama stratejilerindeki kişiselleştirme modelinin önemine vurgu yapmaktadır. Bu nedenle yeni iletişim teknolojilerinin sahip olduğu yazılım ve algoritmalar, potansiyel müşteri olarak her bireyin kişisel verileri ya da

kullanıcı deneyimleri ile ürünlerin meta bilgilerini eşleştirerek (Schubert & Koch, 2002, s. 1953-1965), bireylerin satın alma/tüketme davranışlarını ön görülebilir kılmakta ve onlarla ilişkili yeni içerikleri tavsiye edebilmektedir. Sitenin kendisini her bir müşteriye göre uyarlayarak tüketiciye ürün önermesi biçiminde gerçekleşen tavsiye sistemleri de kişiselleştirmenin önemli bir parçasıdır (Schafer, Riedl, & Konstan, 2000, s. 3-4).

Sıklıkla kişiselleştirme ile aynı çerçeve içerisinde değerlendirilmekle birlikte kendine özgü bir dinamiği olan etkileşimli pazarlama yöntemlerinin bir diğer unsuru ise özelleştirme. Özelleştirme (*customization*) kavramı; ürünlerin ya da hizmetlerin, tüketicinin geçmiş deneyim ya da bilgilerine dayanarak sistem tarafından otomatik olarak uyarlandığı kişiselleştirme modelinin yerine, müşterinin talebi üzerine gerçekleşen bir süreci ifade etmektedir (Montgomery & Smith, 2009, s. 131). Aynı stratejik pazarlama mantığına dayanan bu iki süreç, içeriği belirleyen ya da biçimlendiren aktörün kim olduğuna bağlı olarak ayrılmaktadırlar. Nitekim kişiselleştirme ve özelleştirme arasındaki en temel farkın adaptasyon sürecinin kontrolünde yattığını söyleyen Treiblemaier ve arkadaşları (2004, s. 2) özelleştirmenin kullanıcı tarafından başlatılan ve yönlendirilen bir süreç olduğunu belirtmektedir. Dolayısıyla kullanıcının içeriği belirlemedeki rolünü vurgulayan asıl etkenin, ürünün kişinin tercihlerine göre uyarlanması ile kişinin ürünü tercihlerine göre yapılandırması arasındaki iş akışı farklılığı olduğu söylenebilir.

Kullanıcı tarafından başlatılan özelleştirilebilir sistemler, içeriği kendi başına uyarlamak yerine kullanıcıların arayüzlerin biçiminde ve içeriğinde değişimler yapabilmesini sağlayan bir dizi olanak tanımaktadırlar (Sundar & Sampada, 2010, s. 302-303). Bugün ürün ya da hizmet sunan birçok web sayfasının arayüzü kullanıcı tarafından düzenlenebileceği gibi içeriğin kendisi de tüketici isteklerine bağlı olarak tasarlanabilen esnek üretim teknolojilerine sahiptir. Tüketicinin satın almak istediği ürün/hizmetleri ihtiyaç ya da beğenisi doğrultusunda biçimlendirebilmesi, tüketim sürecinin nihai odak noktasını içeriğin niteliğinden, bireyin tercihlerine çevirmiştir. Coner'in (2003, s. 498-504) işaret ettiği üzere kullanıcıların kişiselleştirme sürecinde nispeten pasif bir rolü varken ve içerik onlar için sistem tarafından filtrelenirken, özelleştirmede kullanıcılar sitedeki bilgileri aktif olarak yönlendirebilmektedirler. Bu açıdan özelleştirme, kullanıcı kontrolüne ve katılımına yüksek düzeyde öncelik vermekte, aynı zamanda da kullanıcıları etkileşimli pazarlama teknolojilerinin kaynağı haline getirmektedir.

Yeni bilgi teknolojilerinin kullanıcıya hem üretim hem de tüketim aşamasında aktif olabileceği etkileşim imkânı sağlaması, sonsuz ihtiyaçlar ve bu ihtiyaçların nihai olarak karşılanmasıyla karakterize olan tüketim toplumu dinamiklerini yeni bir düzeye taşımıştır. Bugün 'izleyici' yerine 'kullanıcı' kavramının geçmesi, kullanım sözcüğünün pasif bir kabulü değil istemli bir eylemi ifade etmesiyle ve yeni medya tüketiminin doğasıyla ilgilidir (Sundar & Limperos, 2013, s. 505). Bauman'ın (2005, s. 89) 'yaratılmış ihtiyaçlar ve ayartma' kavramlarıyla tanımladığı toplumsal hedonik tüketim biçiminin seri üretimin standart metalarına ya da hizmetlere dayandığı kabul edilmektedir. Ancak teknolojik gelişmelerle web tabanlı ticaret platformlarının iktisadi faaliyetlere dâhil olması ve sağladığı olanaklar, bireylerin tercih ve arzularının başat rol oynadığı, esnek, etkileşimli ve kişiye özel üretim/tüketim yollarını ön plana çıkarmıştır. Kişiselleştirme ve özelleştirme süreçlerinin filtreleme, tavsiye ya da tüketicinin proaktif olarak ürün ya da hizmetleri belirleyebilmesine olanak tanıyan uygulamaları, kullanıcının kişisel ilgi düzeyini artırarak satın alma davranışını etkileyebilmektedir. Bununla beraber alıcıların tükettiği içeriğin doğasını ve seyrini şekillendirebilmesinin psikolojik çekiciliği, kişiselleştirilmiş ve özelleştirilmiş sistemlerin tüketim ağındaki işlevsel yeniliğinin temelini oluşturmaktadır (Sundar & Sampada, 2010, s. 299).

Arayüzler ve Seçim Özgürlüğü-Özerkliği

Tüketicinin/kullanıcının sistemle etkileşime girmesini sağlayan ve kullanıcı deneyimini geliştirerek bireylerin tercihlerine göre uyarlanmış içeriklere ulaşmasını ya da onları biçimlendirebilmesini sağlayan araçlar arayüzlerdir. Arayüzler; eldeki cihazın yeteneklerine, ağ bağlantısına ve bireysel kullanıcının faaliyetlerine, konumuna, bağlamına otomatik biçimde adapte olabileceği gibi, çeşitli özelleştirme mekanizmalarıyla kullanıcının kontrolü ve yönlendirmesine de olanak tanıyabilirler (Weld, ve diğerleri, 2003). Bu nedenle kişiselleştirme ile özelleştirme süreçlerinde arayüzlerin, kullanıcıların verilerinden hareketle uyarlanmış içerikleri tavsiye etmesinde ya da kullanıcıların içerikleri uyarlamasında aracı işlevi gördüğü söylenebilir. Arayüzlerin yeni medya ve iletişim teknolojileri bağlamında sunduğu olanaklar, kullanıcılar açısından üretici/tüketici arasındaki çizgiyi bulanıklaştırırken, bireylerin tercihleri doğrultusunda içerikte gerçek zamanlı değişimler yapabilmelerini vaat ederler. Böylesi bir süreç geleneksel medya tüketimi mantığına nispeten kullanıcı üretkenliğini ve katılımını artırıyor gibi görünmekle birlikte yeni medya teknolojilerinin bir çıktısı olan bireylerin seçim özgürlüğü olgusu üzerine tartışmaları da beslemektedir.

Kullanıcılar yeni medya ortamlarının içerikleri ile etkileşime girdikleri üretim/tüketim süreçlerinde inisiyatif kullanarak arayüzleri kişiselleştirebilmekte ve kendilerine göre uyarlayabilmektedir. Bu süreç, kişinin alımlayacağı ya da tüketeceği bilgi, ürün ya da hizmetlere yön vermede kontrolün tamamen kendisinde olduğu izlenimi yaratmaktadır. Bununla birlikte kişiselleştirme de özelleştirme de sınırlı eylem imkânına sahiptir. Nielsen'in belirttiği üzere (1998), kullanıcılar arayüzler aracılığıyla içeriği ihtiyaçlarına uygun olarak yapılandırırken aslında açıkça belirli seçenekler arasında tercih yapmaktadır. Bu tercih yapma olanağı sistem tarafından oluşturulmuş veri havuzundan bireylerin kendisine en uygun olanı seçmesi yoluyla kısmen kullanıcı özerkliği oluşturmakta ancak neyin ve nasıl tüketileceği konusundaki sınırlılıklar sistem tarafından belirlenmektedir.

Daha önce serimlendiği üzere kişiselleştirilmiş sistemler, kullanıcının iş birliği yaparak filtrelediği verilerden, paylaştığı kişisel bilgilerden ya da geçmiş aramalarından yola çıkarak müşterinin ilgisini çekebilecek içerikleri önermektedir (Treiblmaier, Madlberger, Knotzer, & Pollach, 2004, s. 2). Ancak kullanıcılar, sistemin otomatik olarak davranışlarına nasıl uyum sağladığını kontrol edemedikleri gibi, tavsiye edilen içeriklerin belirlenmesinde de aktif rol oynamazlar. Öte yandan kullanıcı deneyiminin daha belirleyici olduğu ve kullanıcı tarafından yönlendirilen özelleştirme sistemleri de bütünüyle bireye özgü içerik ya da hizmetlerin sunulmasını mümkün kılmaz. Çünkü özelleştirme yoluyla içerikleri ihtiyaçları doğrultusunda yeniden biçimlendirirken, uyarlanabilir sistem bileşenlerinden faydalanmaktadırlar (Treiblmaier, Madlberger, Knotzer, & Pollach, 2004) (Nielsen, 2009). Dolayısıyla yeni medya bilgi teknolojilerinin, tüketim unsurlarını ya da yollarını belirlemede bireylere kullanıcı özgürlüğü tanıdığı kabulü yerine, pazarlama stratejilerinin belirlediği sınırlılıklar çerçevesinde kısmen kullanıcı özerkliğine izin verdiği yaklaşımı daha doğru olacaktır.

***Netflix*: Ne İzliyoruz? Ne İzletmek İstiyor?**

İletişim süreçlerindeki yeni kullanıcı/izleyici yapısı ya da dijitalleşmenin ekonomi politiği ekseninde tartışılacak geleneksel TV izleme tarzının dönüşümünde, *Netflix* ayrıcalıklı bir yere sahiptir. Bugün 190'dan fazla ülkede 130 milyona yakın aboneye ulaşan *Netflix*'in (*Netflix*, 2020), teknolojik ve endüstriyel gelişmelerin yanı sıra izleyici davranışının dönüşmesinde ve izleme deneyiminin organize edilmesinde öncü rol üstlendiği kabul edilmektedir (Jenner,

2018). Kullanıcıya sağladığı aktif katılım ve kişiselleştirme olanaklarının yanı sıra tavsiye sistemleri ve tıknırcasına izleme (*binge watching*) gibi stratejik pratiklerin, bu öncülüğün temel nedenlerinden olduğu söylenebilir.

Netflix'in geniş ölçekli kullanıcı etkileşim analizinden edindiği veriler, kullanıcıların izleme alışkanlıkları, deneyimleri ve beğenileri hakkında bilgi toplamasına ve bu bilgileri değerlendirmesine olanak tanımaktadır. Her kullanıcının kişisel tercihleri yönünde gerçekleştirdiği izleme pratiği *Netflix*'in algoritmaları ile sürekli olarak ilişki içerisinde olduğu için, izleme geçmişine dayalı alışkanlıklar ya da değişiklikler sistem tarafından yakalanabilmektedir. Böylece kullanıcı açısından içeriğin çekiciliği ya da izleme tercihleri her değiştiğinde, *Netflix* algoritmaları yeniden uyarlanarak izleyicinin dikkatinin sürdürülebilirliği sağlanmaktadır. Nitekim Pilipets'e göre (2019, s. 4); *Netflix* için önemli olan yalnızca potansiyel olarak çekici olabilecek yeni içeriğin doğru tahmin edilmesi değil, aynı zamanda kullanıcıların düzenli olarak izlemeye devam etmesini ve dikkati yitirmemesini sağlama ihtiyacıdır. Bu sebeple bireyin tercihlerine göre uyarlanan arayüz ya da içerik önerileri, kullanıcı açısından izleme kolaylığı sağlamanın yanı sıra daha fazla izlenme ve aboneliğin sürdürülmesi bağlamında pazarlama stratejisi görevi görmektedir. Cihaz ve kullanıcı arasındaki etkileşimde köprü işlevi gören arayüz tasarımları, sistemin işleyişini ve kontrolünü sağlamak amacıyla, kullanıcının amaçlarını, alışkanlıklarını ve kullanıcı deneyimini göz önünde bulundurur (Baranseli, Kaya, & Şen, 2018, s. 231). Bu nedenle kişinin uygun içeriğe ulaşmasında kolaylık sağlayan arayüz tasarımları aynı zamanda kullanıcı deneyimine yön verme ya da denetleme potansiyeli taşımaktadır. Etkileşim temelli platformları destekleyen yeni medyada arayüzler, grafik-görsel tasarım unsuru olmanın ötesinde; kişiselleştirme, tavsiye sistemleri gibi stratejilerin sistemin işleyişinde görünür kılındığı grafik tasarımından oluşmaktadır. Bu sebeple arayüzler, kullanıcının sistemle etkileşime girmesi için bir köprü işlevi görürken, sistemin de kullanıcı deneyimi ve tercihlerini yönlendirebilmesi için iletişimsel alan açmaktadır. Nitekim *Netflix*'in arayüzü kişinin beğenileri ve bu beğenilerden yola çıkılarak tavsiye edilen içeriklerden oluşmakta, kullanıcı odaklı stratejisiyle aboneliğin sürdürülmesine yönelik cazibe yaratmaktadır. Bununla birlikte *Netflix*'in etkin biçimde kullandığı tavsiye sistemleri, temelinde aynı stratejik mantığın bulunduğu ancak kullanıcı etkileşimi ve deneyiminin ön plana çıkarıldığı bir başka pazarlama unsurudur.

Kamusal hayata katılımımızın önemli bir parçası olan ve bizim için en alakalı olduğu düşünülen bilgilerin seçilmesinde giderek daha önemli bir

rol oynayan algoritmaların, *Netflix*'in kullandığı izleyici katılımını doğrudan etkilediği düşünülmektedir (Burroughs, 2018, s. 10). *Netflix*'in ürün yeniliklerinden sorumlu başkan yardımcısı Todd Yellin'e göre kullanıcıların sitede izlediklerinin yaklaşık yüzde 80'i insanların aradıklarından değil, *Netflix*'in önerdiklerinden oluşmaktadır (Greene, 2016, s. 5). Bu bilgi çerçevesinden bakıldığında tavsiye sistemlerinin temelini oluşturduğu söylenen kullanıcı tercihi ya da kullanıcı katılımının önceliği tartışmalı bir noktaya taşınmaktadır. Çünkü kullanıcıların tüketim davranışının analiziyle kişisel verileri işleyen algoritmik süreçler, tavsiye sistemleriyle yeni içerikleri kişilere sunarken, aslında kullanıcı tercih ya da beğenilerini yönlendirme potansiyeli taşımaktadırlar. "*Netflix* algoritmasının izleyicinin ilgi gösterdiği programları öne çıkararak bile seçimleri sınırladığını" belirten Jenner'a göre (2018) sistem, kullanıcının neyi ne zaman izleyeceğine dair karar vermesine izin vermekte ancak yine de izleyicileri belirli kararlara yönlendirmektedir. Dolayısıyla tavsiye sistemlerinin çalışma prensibi -algoritmaların elde ettiği ve ilişkilendirdiği verilerle de olsa- bizim ne izlediğimizden çok sistemin bize neyi izlettiğiyle ilgilidir. Doğrusal TV mantığı ile karşılaştırıldığında izleyiciler, izleme deneyimlerini geliştiren seçenekler üzerinde daha fazla kontrol hakkına sahiptirler ancak tüketim davranışları şirketin belirlediği ekonomik hedefler ya da kültürel sınırlar çerçevesinde biçimlenmektedir. Bu biçimlendirme süreci kapsamında değerlendirilebilecek ve *Netflix*'e karakteristik özellik veren kavramlardan biri ise tıknırcasına izleme (*binge watching*) kavramıdır.

Netflix'in orijinal yapımları olan *House of Cards* ve *Orange Is the New Black* 2013'te gösterime girdiğinde, abonelerin büyük bir kısmının arka arkaya bölümleri izledikleri, bir sezon içeriğini sadece birkaç gün içinde tükettikleri fark edilmiştir (Matrix, 2014, s. 119). *Netflix*'i doğrusal TV akışından ayıran nedenlerden biri olarak 'tıknırcasına izleme' aynı zamanda şirket için yeni bir yayın politikasının da kapısını aralamıştır. Tıknırcasına izleme kavramı, seri hale getirilmiş bir programın birkaç bölümünün art arda izlenmesini ifade ederken, *Netflix* için bir izleme biçiminden çok içeriğin nasıl izleneceğini belirleyen bir yayıncılık modelini tarif etmektedir. Zündel'in (2019, s. 196-218), kullanıcıların önemli bir süre boyunca kendilerini anlatıya kaptırdıkları hızlı tüketim tarzı olarak tanımladığı 'tıka basa' izleme pratiği, *Netflix*'in abonelelerinin ilgisini devam ettirebilmede en önemli faktörlerden biridir. İçeriğinin büyük bir kısmı, art arda izlenmesi için belirgin bir şekilde yönlendirilmiş kurgusal dizilerden oluşan *Netflix*, anlatı akışı içinde kaybolan kullanıcıların hem tüketim tarzını hem de tüketim nesnesini kontrol edebilmektedir. Sürekli

ya da tıknircasına izleme biçiminin, *Netflix*'in kullanım alışkanlıkları oluşturma ve kolaylık yaratma yöntemi olduğu düşünüldüğünde (Rahe, Buschow, & Schlütz, 2020, s. 8), kullanıcı tercihlerinin kısıtlı katılımından çok, sistemin yönlendirme gücünün belirleyici olduğu ileri sürülür. Dolayısıyla yeni medya teknolojileriyle beraber kullanılmaya başlanan kullanıcı özgürlüğü kavramı, algoritma ve yazılım süreçlerinin örtük müdahalesini göz ardı etmekte ama ortaya çıkan yeni izleyici yapısına da atıfta bulunmaktadır.

Yeni medya endüstrisinin akış hizmetleri, geleneksel TV mantığını dönüştüren, izleyiciyi edinme, iletişim kurma, sınıflandırma ve onların tüketim davranışlarına yön verme yollarını geliştirecek teknolojik olanakları temsil etmektedirler (Pilipets, 2019, s. 3-4). TV izleme alışkanlıklarını değiştiren seri izleme olanağı, zaman ve mekân bağımsızlığı, çoklu cihazların kullanımı ya da kişiselleştirme yoluyla içeriklere ulaşmadaki kolaylıklar, klasik izleyicinin de yeniden tanımlanmasını gerektirmektedir. Bununla beraber algoritmik ve yazılım süreçlerinin kullanıcıları, yerleri, nesnelere ve içerikleri sınıflandırması, izleme pratik ve davranışlarını da değiştirerek 'algoritmik kültür' olarak tanımlanan (Hallinan & Striphos, 2016, s. 118-119) yeni bir medya tüketim biçimini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla doğrusal TV akışı içinde sadece kanal değiştirme ya da kapatma seçeneklerine sahip olan izleyici, artık sistemle etkileşimde bulunabilen ve doğrusal olmayan bir akış içinde izleme biçimine karar verebilen daha aktif bir rol üstlenmektedir. Ancak yine de algoritmik kültürün bir parçası olarak yeni izleyici modeli; endüstrinin sürdürülebilirliğini riske atabilecek belirsizliğin ortadan kaldırılması için algoritmalar tarafından kontrol edilmekte ve yönlendirilmektedir. Burroughs'un (2018) 'algoritmik kitle' olarak tanımladığı bu yeni izleyici modelinin tercih süreçleri, algoritmalar aracılığıyla elde edilen veriler doğrultusunda sistem tarafından etkilenebilmektedir. Bu bağlamda; algoritmaların bireyler hakkında onların bildiklerinden daha fazla bilgi sahibi olacağı teknik süreçlere dair öngörüsü bildiren Leonard'ın (2013), yeni izleyicilerin "mutlu abonelerin kuklaya dönüşüp dönüşmediği" sorusu, yeni medya teknolojilerinde kullanıcı özgürlüğü sorusuna atıfta bulunmaktadır.

Yöntem

Araştırma Modeli ve Veri Toplama Araçları

Bu çalışma, yeni medya ortamlarında izleyici tercihleri ve öneri algoritmaları arasındaki ilişkiyi çözümlemeyi amaçlayan, betimsel bir çalışmadır. Betimsel araştırma modeli; nitel analiz sürecinde ele alınan konuya ilişkin değişkenle-

rin tanımlanmasına, bu değişkenlerin birbiri ile olan ilişkilerinin ve farklılıklarının incelenmesine olanak tanımaktadır (Özdemir, 2010). Bununla birlikte belirtilen amaç doğrultusunda katılımcıların görüşlerine yer vermek adına, yarı yapılandırılmış soru formu oluşturularak, temel veri toplama yöntemlerinden ‘derinlemesine görüşme’ gerçekleştirilmiştir. Böylece, kullanıcıların yeni medya mecralarındaki tercih ve tüketim davranışları ile öneri algoritmaları arasındaki ilişki üzerine veriler elde edilmeye çalışılmıştır. Görüşme formunda, “*Netflix* kullanımında içerik tercih süreçleri, tavsiye sistemlerinin tercih süreçlerindeki etkisi, izleme etkinliğinin düzeyi” gibi konular çerçevesinde hazırlanan on yedi soru yer almaktadır. Bu soruların anlaşılabilirliği, yönlendirici olmaması ve amaca uygunluğu açısından dış kontrolün sağlanması amacıyla uzmanların görüşleri alınarak, içerik geçerliliği sağlanmıştır. Katılımcılarla olan görüşmeler, bir çevrimiçi görüşme programı üzerinden birebir gerçekleştirilerek, her bir görüşme kayıt altına alınmıştır. Ayrıca tüm katılımcılardan bu görüşmelerin kayda alınması hususunda rızaları olduğuna ilişkin belge alınmıştır. Diğer yandan görüşme formundan elde edilen verilerle karşılaştırılmak üzere her bir katılımcının rızalarıyla, kendi kişisel *Netflix* ana ekranlarının ve geçmiş izleme sayfalarının ekran görüntüleri alınmıştır. Çalışma kapsamında kayıt altına alınan katılımcı görüşmelerin deşifresi yapılarak 6 sayfa veri elde edilmiştir. Bu veriler analiz edilirken, araştırmanın amacı doğrultusunda tümevarım yaklaşımıyla tematik kodlama yapılmıştır. Bu bağlamda benzer yanıtlar bir araya getirilerek genellemelere ulaşılmış ve böylece kategoriler-alt kategoriler belirlenmiştir. Bu kategoriler çerçevesinde belirtilen ifadelerin sıklığı tespit edilerek frekans aralıkları oluşturulmuştur. Analizden elde edilen sonuçlar katılımcı görüşleri ve *Netflix* ekran görüntüleri ile desteklenerek, literatür kısmında yer alan kuramsal bağlamda tartışılmıştır.

Örneklem Grubu

Bu araştırmanın çalışma grubunu, 1 yıldan fazla süreyle *Netflix* üyeliği bulunan, farklı yaş ve meslek gruplarından 8 kullanıcı oluşturmaktadır. Bu açıdan örneklemin amaçlı örneklem tekniği ile belirlendiği söylenebilir. Niteliksel araştırmalarda sıklıkla kullanılan amaçlı örnekleme tekniği, sınırlı kaynakların en etkin biçimde kullanımı için, araştırma konusu hakkında bilgi ve/veya deneyimleri olan bireylerin belirlenmesinde kullanılmaktadır (Palinkas, ve diğerleri, 2015, s. 534) Amaçlı örneklem tekniğinin kullanılmasındaki temel neden, derinlemesine çalışmaya imkân tanınması açısından amaca uygun niteliklere sahip olduğu düşünülen zengin durumların belirlenmesinde (Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz, & Demirel, 2020) kolaylık sağlamasıdır. Çalışmamızda bu teknikten yararlanmamızın asıl gerekçesi, belli bir

izleme pratiği rutini oluşması açısından en azından bir yıldır dzenli olarak *Netflix* kullanan bireylere ulaşmak istememizdir. Ayrıca içerik tercihlerinde eitlilikin bulunması için seçilen bireylerin farklı demografik özelliklerde olması dikkat edilen başka bir unsur olmuştur. Diğer yandan bulgular kısmında kullanıcıların görüşleri belirtilirken, araştırma etiği kapsamında, katılımcıların isimleri gizli tutularak ‘K1, K2, K3,...’ şeklinde kodlanmıştır. Katılımcı bilgileri Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo1: Katılımcıların Bilgileri

Kod	Cinsiyet	Yaş	Meslek
K1	Erkek	30	İllüstratr
K2	Erkek	37	Yazılımcı
K3	Kadın	40	alışmıyor
K4	Kadın	36	alışmıyor
K5	Erkek	29	Dijital Pazarlama Uzmanı
K6	Kadın	27	Grafiker
K7	Erkek	42	ğretmen
K8	Kadın	31	Satın Alma Uzmanı

Bulgular

Görüşmelerden elde edilen veriler analiz sürecinde tasniflenmiş ve iki temel kategoride toplanmıştır. Bu kategoriler altında yine verilen cevaplara göre alt kategoriler oluşturulmuş ve Tablo2’deki şekliyle tablolaştırılmıştır. Ayrıca ana kategoriler ekseninde katılımcı görüşleri tartışılmıştır.

Tablo 2. Katılımcıların *Netflix*'i kullanma pratikleri ve düzeyleri ile ilgili görüşleri

Kategori	Alt Kategori	Genelleştirilmiş ifadeler	f	Görüş belirten katılımcılar
İçerik Bulma / Tercih Etme	Tavsiye Sistemleri	Çoğunlukla <i>Netflix</i> 'in önerilerini kullanıyorum. Daha önce izlediğim ve beğendiğim içeriklere benzer önerilerde bulunuyor.	5	K1, K2, K3, K5, K6
	Kategoriler	İstediğim içeriği bulmakta kategoriler çok yardımcı oluyor.	5	K3, K4, K5, K6, K7
		Yardımcı olmuyor. Bir içeriği birden fazla kategoriye atıyor. Çok fazla detaylandırılmamış. Sadece önerileri izliyorum.	3	K1, K2, K8
	Arayüz	<i>Netflix</i> 'in arayüzü içerik bulmanı kolaylaştırıyor. İçerikler ilgimi çekecek şekilde yer alıyor.	3	K3, K4, K6
		Çok memnun değilim. Platformda kalma süresini uzatmak amaçlı çok fazla gezdiriyor. İçerik bulmada yardımcı olmuyor. Önerilerine yönlendiriyor.	5	K1, K2, K5, K7, K8
	Listeler ve Tanıtımlar	Top10, popüler gibi listeler merak uyandırdığı için ilgi çekici oluyor. Seyretmediğim bir şey olsa bile insanlar ne izlemiş diye merak ediyorum. Tanıtımlar yeni içerik ya da sezon geldiğinde haberdar olma açısından kullanışlı oluyor.	6	K1, K2, K3, K4, K6, K8
		Top10 listesi popüler kültüre hitap ediyor. Kaliteli içerikler bulunmuyor. Dikkate almıyorum. Tanıtımlarda hep kendi yapımlarını tanıtıyor. İzlemiyorum.	4	K3, K5, K7, K8

Kullanım Düzeyleri	Kullanma Sıklığı	Her gün kesinlikle izliyorum.	8	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8
	Üyelik/ Takip	<i>Netflix</i> 'i sosyal medya hesaplarından takip etmiyorum. Telefonumdaki uygulaması dışında hiç bir hesaptan takip etmiyorum. Sosyal medyada önüme reklamı gelirse izliyorum ama takip etmiyorum.	7	K1, K2, K4, K5, K6, K7, K8
	Üyelik/ Takip	<i>Netflix</i> 'i sosyal medya hesaplarından takip etmiyorum. Telefonumdaki uygulaması dışında hiç bir hesaptan takip etmiyorum. Sosyal medyada önüme reklamı gelirse izliyorum ama takip etmiyorum.	7	K1, K2, K4, K5, K6, K7, K8
	Liste Oluşturma	Liste oluşturuyorum. Çünkü <i>Netflix</i> algoritması oluşturduğum listeye göre öneri sunuyor. İzlemek istediğim içerikleri topluyorum.	3	K2, K4, K6
		Liste oluşturmuyorum. <i>Netflix</i> benim yerime oluşturuyor. Yeni içerik geldiğinde <i>Netflix</i> zaten mail atıyor.	5	K1, K3, K5, K7, K8
	Binge Watching	Bir sezonu bir gecede bitirdiğim oldu. Asla tek bölüm izleyip bırakmam. Birkaç bölümü art arda izlerim.	8	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8

Katılımcıların *Netflix*'te İçerik Bulma/Tercih Etme Süreçlerine Yönelik Görüşleri

Katılımcılarla yapılan görüşmeler doğrultusunda belirlenen *Netflix*'te içerik bulma/tercih etme kategorisine, 'tavsiye sistemleri', 'kategoriler', 'arayüz' ve 'listeler ve tanımlar' başlıklarından oluşan dört alt kategori tanımlanmıştır. Tablo1 incelendiğinde katılımcıların *Netflix*'te kendilerine uygun içeriği bulma süreçlerinde sıklıkla platformun önerilerini tercih ettiği görülmektedir. 3 katılımcı tavsiye sistemlerini de kullanmakla beraber daha çok bireysel araştırmayla (forumlar, sosyal medya vb) içerik bulduğunu belirtmiştir. Ancak 5 katılımcı içerik bulma ya da tercih etme süreçlerinde neredeyse tamamen tavsiye sistemlerinden yararlandıklarını ve sayfa tarafından önerilen içerikleri izlediklerini söylemişlerdir. Bu bağlamda yapılan görüşmede K1, "Genelde zaten *Netflix*'in yazılımı tıpkı Instagram ve Youtube gibi sürekli benim izlediğim şeylerin benzerlerini karşıma çıkarıyor, arkadaşlarımdan duyup izledi-

ğim de oluyor ama çoğunlukla *Netflix*'in önerdiği içerikleri izliyorum" ifadelerini kullanmıştır. K2 ise "Çoğunlukla *Netflix*'in önerileri belirleyici oluyor, genel profilime göre eşleştirdiği skora bakıyorum" diyerek tavsiye sistemlerinin izleme davranışı üzerindeki etkisini vurgulamıştır. Konu bağlamında tavsiye sistemlerine yönelik olumlu görüş bildiren katılımcıların hepsi, *Netflix* önerilerinin kişisel beğenilerine uygun içeriklerden oluştuğunu ya da en azından kendilerinin bu önerileri beğenebileceğini belirtmişlerdir. Bu sonuçlardan yola çıkarak kullanıcıların ne izlediğine yönelik temel kaynağın *Netflix*'in tavsiye sistemlerinde sunduğu içerikler olduğu söylenebilir.

Diğer bir alt kategori olan 'kategoriler' başlığında, *Netflix*'in oluşturduğu kategorilerin içerik bulma / tercih etme süreçlerindeki etkisi hakkında katılımcıların görüşlerine yer verilmiştir. Katılımcıların çoğunluğu *Netflix*'te bulunan kategorilerin, beğenebilecekleri türde içerik bulmada yardımcı olduğunu söylerken, diğer katılımcılar "içeriklerin yanlış türlere göre kategorilendirildiğini" belirterek kullanışsız olduğunu belirtmişlerdir. Bu bağlamda K1 ve K2'nin görüşleri aşağıdaki gibidir:

Kategorileri içerik ararken kullanmıyorum, zaten ben genelde belli kategorileri tercih ettiğim için, *Netflix*'in önerdiklerini izliyorum.

Kategorilendirmesi çok kötü, çok fazla detaylandırmamışlar. Kategorileri tek sarıda göstermeleri kötü, bu nedenle genelde *Netflix*'in benim için önerdiklerine ve popülerler listesine bakıyorum.

Yukarıda yer alan ifadelerde görüldüğü gibi kategorilendirmeyi kullanmayan kullanıcılar, içerik bulma yöntemi olarak yine *Netflix* tavsiye sistemlerini kullandıklarını belirtmektedirler. Bu açıdan kategorileri kullanan ya da kullanmayan tüm kullanıcıların bireysel olarak belli bir içeriği aramak yerine, yine *Netflix* tavsiye sistemleri üzerinden tercihte buldukları söylenebilir.

Bununla beraber başka bir alt kategori olan "arayüz" ile ilgili olarak katılımcıların çoğu olumsuz görüşler bildirerek *Netflix* arayüzünden memnun olmadıklarını söylemişlerdir. Yapılan görüşmede K2 "Netflix site içinde özellikle gezdirmeye çalışıyor gibi geliyor, kullanıcı dostu gibi görünse de daha çok platformda kalma süresini uzatma amaçlı yapılmış bir hile gibi geliyor." ifadelerini kullanarak, *Netflix* arayüzünün kullanışlı olmadığını ve içeriğe ulaşmada zorlandığını belirtmiştir. K7 ise "Netflix arayüzünün içeriğini geniş gösterme amaçlı tasarlanmış bir aldatmaca olduğunu ve pazarlama stratejisi olarak kişiyi *Netflix*'te daha uzun süre tutmaya çalıştığını" söylemiştir.

“Listeler ve tanıtımlar” alt kategorisinde *Netflix*’in oluşturduğu izleme listeleri ve tanıtımlarla ilgili katılımcıların görüşlerine yer verilmiştir. Bazı katılımcılar listeler ve tanıtımlarla ilgili farklı görüşlere sahip olduğu için iki defa kodlama yapılmıştır. Örneğin K1 “içerik bulma/tercih etme süreçlerinde *Netflix*’in oluşturduğu listeleri kullanmazken, ana ekranda yer alan tanıtımları dikkate aldığını” belirtmektedir. Bu bağlamda katılımcılar genel olarak *Netflix*’in oluşturduğu listeleri dikkate alırken tanıtımları göz ardı etme eğiliminde olduğu gözlemlenmiştir. Yapılan görüşmede K3 “listelerin izlemediği türde filmlerden oluşmasına rağmen örneğin Top10 listesinde ilk sırada yer alan filmi merak edip açtığını” söylemiştir. K4 ve K6 ise “ilk sıralarda yer alan içeriklerin daha önce insanlar tarafından çokça izlenmiş olmasından dolayı ilgilerini çektiğini ve bu yüzden açıp baktıklarını” ifade etmişlerdir. Genel itibari ile katılımcılar özellikle “Top10”, “Popüler” gibi listeleri diğer izleyiciler tarafından beğenilmiş olmasından dolayı merak edip incelediklerini vurgulamaktadır. Tanıtımlarla ilgili olarak dört katılımcı yeni içerik ya da sezonları ana ekranda yer alan fragman tanıtımlarından buldukları için olumlu dönüş vermişlerdir. Ancak diğer katılımcılar tanıtımları içerik bulma ya da tercih etmede kullanmadıklarını belirtmişlerdir. Örneğin K5 “*Netflix*’in tanıtımlarda çoğunlukla kendi yapımlarının fragmanlarını ön plana çıkardığını ve kendisinin de *Netflix* yapımlarını sevmediği için tanıtımlardan faydalanmadığını” söylemiştir. Bununla beraber K1 “yeni çıkan bir *Netflix* yapımını tanıtımlardan keşfettiği için *Netflix* ana ekranında yer alan tanıtımları kullanışlı bulduğunu” ifade etmiştir.

Katılımcıların *Netflix*’i Kullanma Düzeyleri ile İlgili Görüşleri

Görüşme formundan elde edilen yanıtların değerlendirildiği bir diğer kategori, Tablo1’de de yer alan ‘kullanım düzeyleri’dir. Bu kategori, ‘kullanma sıklığı’, ‘üyelik/takip’, ‘liste oluşturma’ ve ‘binge watching’ başlıklarından oluşan dört alt kategoride serimlenmiştir. Bu bağlamda, yapılan görüşmelerde *Netflix*’in ne kadar sıklıkla kullanıldığıyla ilgili sorulan soruya tüm katılımcılar her gün mutlaka izledikleri yanıtını vermişlerdir. Bir diğer alt kategori olan ‘üyelik/takip’, katılımcılara *Netflix*’i sosyal medya mecralarından takip edip etmediği sorularak, platform ile ilgili bilgi alma yolları açısından kullanma düzeyini öğrenmeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda elde edilen yanıtlar bir katılımcı hariç olumsuz olmuş ve katılımcılar *Netflix*’i sosyal medyadan takip etmediklerini belirtmişlerdir. Bununla beraber katılımcılar telefon, tablet gibi taşınabilir cihazlarında *Netflix* uygulamasının olduğunu ve bu nedenle sosyal medya takibine ihtiyaç duymadıklarını söylemişlerdir. K8 ve K6 “sosyal medyada takip etmeseler bile örneğin Instagram’da reklamlarının ya da tanıtımlarının sayfalarına düştüğünü ve merak edip *Netflix* profilini inceleye-

rek yeni bir içerik görürlerse kaydettiklerini” ifade etmişlerdir. K5, K1 ve K2 “evde değilken telefonlarındaki uygulamayı kullandıklarını, bildirimleri bu uygulamadan takip ettiklerini ve bu nedenle sosyal medyaya gerek duymadıklarını” söylemişleridir.

‘Liste oluşturma’ alt kategorisinde katılımcılara *Netflix*’te kişisel liste oluşturma seçeneğini kullanıp kullanmadıkları sorulmuştur. Gelen yanıtlarda beş katılımcı liste oluşturmadığını söylerken üç katılımcı oluşturduğunu söylemiştir. Bununla beraber hem liste oluşturanlar hem de liste oluşturmayanlar *Netflix* algoritmasını temel kaynak olarak göstermektedirler. Örneğin liste oluşturduğunu belirtirken K2, temel gerekçe olarak “Kullanıyorum çünkü benim neyi beğendiğimi, neyi izlediğimi takip ederek öneri algoritmasını güçlendiriyor, algoritma hem benim izlediklerimi hem listeme eklediklerimi takip ediyor” İfadelerini kullanmıştır. Bununla beraber liste oluşturmayan K1 “Çünkü *Netflix* benim yerime oluşturuyor, bu kişi bunu izlediye kesin bunu da sever diye benim yerime listeliyor, zaman harcamıyorum bununla” diyerek algoritmanın izleme tercihlerindeki önemini vurgulamıştır. Ayrıca bazı katılımcılar izledikleri içeriğin yeni sezonu geldiğinde haberdar olmak için liste oluşturduğunu söylerken, bazı katılımcılar yeni sezonlar hakkında *Netflix*’in kendisine gönderdiği e-postalardan haberdar oldukları için listeye ihtiyaç duymadıklarını belirtmişlerdir.

Son alt kategorimiz olan ‘*binge watching*’ katılımcıların *Netflix* içeriklerini nasıl tükettiklerini ya da izleme pratikleri nasıl gerçekleştirdiklerini anlamayı amaçlayan soruları içermektedir. Bu doğrultuda yapılan görüşmelerde katılımcılara ‘bir dizinin birden fazla bölümünü art arda izleyip izlemedikleri ve eğer izliyorlar ise ne sıklıkla bu şekilde izledikleri’ sorulmuştur. Tablo1’de de sunulduğu üzere tüm katılımcılar seri halindeki içerikleri her zaman art arda izlediklerini söylemişlerdir. Katılımcıların izleme pratiklerine yönelik belirttiği görüşler şu şekildedir:

K3 “10-15 bölümü art arda izlediğim bile oldu, genellikle dizileri bu şekilde izliyorum, asla bir bölüm izleyip bırakmıyorum.”

K4 “Atiye dizisini 1 gecede bitirdim, La Casa Del Papel dizisini dört günde bitirmişimdir, genellikle bu şekilde izlerim.”

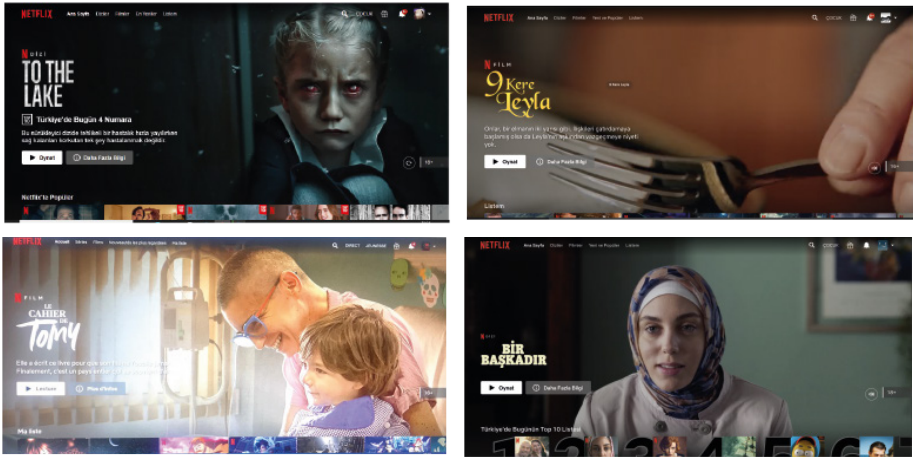
K5 “6-7 bölümü art arda izlediğim oldu, genelde bir bölümle yetinmiyorum.”

Yukarıda belirtilen ifadelerle beraber katılımcıların seri halindeki içerikleri ortalama birkaç bölüm olmak üzere art arda izlemelerinin temel nedeni

olarak içeriklerin kısa olmasını ve bir sonraki bölümü merak ettirecek şekilde kurgulanmış olmasını göstermektedirler. Bu bağlamda *Netflix*'in aşırı izleme davranışını planlayarak içerikleri oluşturduğu düşünülebilir. İzleme pratiği açısından kullanıcıların içeriği tükettiği zamanı örtük olarak biçimlendiren *Netflix*, ne izleneceğine dair tercihleri de yönlendirebilmektedir. Örneklem grubunda yer alan katılımcıların *Netflix* hesaplarının arayüzleri ve geçmiş izleme listeleri, görüşme formunda verdikleri cevaplarla birlikte incelendiğinden bu önermeyi açıklayacak anlamlı verilere ulaşılmıştır.

Çalışma kapsamında katılımcıların paylaştıkları *Netflix* hesaplarının ana ekran, arayüz ve geçmiş izleme listelerinin görüntüleri hem içerik bulma/tercih etme hem de kullanım düzeyleri kategorilerinde elde edilen cevaplarla birlikte analiz edilmiştir. Bu bağlamda *Netflix*'in tavsiye sistemleri ve tanıtımlar aracılığıyla ön plana çıkardığı içeriklerde kullanıcı beğenilerinin başat rol oynamadığı söylenebilmektedir. Örneğin katılımcıların ana ekranında tanıtılan yapımların çoğunluğu *Netflix* orijinal yapımlarından oluşmakta ancak bu içeriklerin genel izleyici kitlesinin beğenisi tarafından belirlendiği söylenmektedir.

Görsel 1'de ana ekranlarını paylaşan katılımcılar arasında K4 "*Netflix* orijinal yapımlarını sevmediğini ve izlememeyi tercih ettiğini" söyledi halde ana ekranında *Netflix* yapımı olan bir dizinin tanıtımı yer almaktadır. Diğer yandan hemen hemen tüm katılımcıların ana ekranlarında "*Türkiye'de Bugün 1 Numara*" gibi listelerde bulunan içerikler yer alırken bu listedeki ilk üç numara *Netflix* orijinal yapımıdır. Genel izleyici kitlesinin beğenisini toplamış

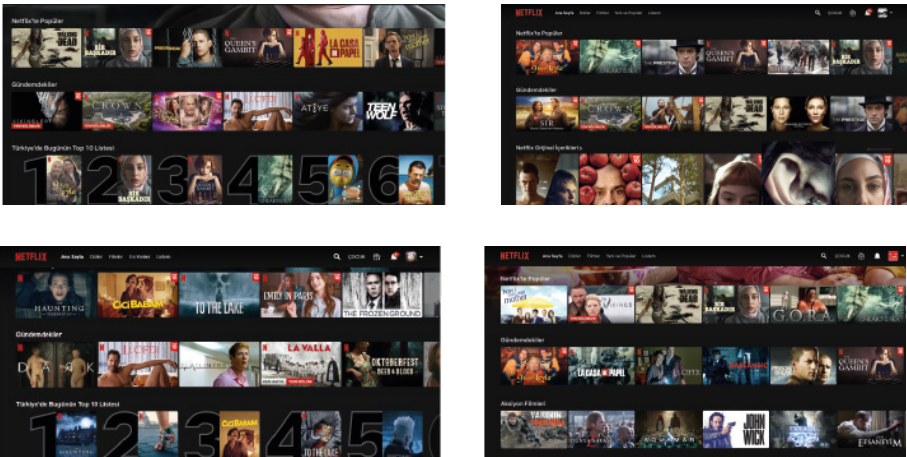


Görsel1: Sırasıyla K8, K7, K1 ve K4'ün ana ekran görüntüleri.

olduğu söylemi üzerine yapılan tanıtımlar kullanıcıların karar verme süreçlerini yönlendirirken, *Netflix* orijinal yapımlara yönelik ilgiyi teşvik etmektedir. Ritzer'in McDonaldlaşma teorisini referans alan (Aydın, 2019) *Netflix*'i denetim açısından değerlendirerek "yapay zekanın kullanıcı beğenilerini takip ederek benzer özelliklerde yeni içerikler sunduğunu ve böylelikle sistem içinde kalmasını sağladığını" belirtmektedir. Ancak algoritmik sistemlerin denetim mekanizmaları, izleyicinin beğenebileceği içerikleri sunmanın ötesinde, izleyici beğenilerini ve tüketim biçimlerini şekillendirmektedir. Dolayısıyla hesaplanabilirlik ve öngörülebilirlik düzeyi arttıkça denetim alanı da genişlemektedir.

Görüşme formundan elde edilen cevaplara göre katılımcıların çoğunluğu içerik bulma yolu olarak tavsiye sistemlerini, kategorileri ve listeleri kullandığını belirtmiştir. Ancak paylaştıkları ekran görüntüleri incelendiğinde arayüzün "Türkiye'de Top10", "Gündemdekiler" gibi listelere öncelik tanıdığı ve bu listelerde de hemen her kullanıcıya aynı içerikleri sunduğu görülmektedir. Bu içeriklerin çoğunu yine *Netflix* orijinal içerikleri oluştururken, bazı içeriklerin afişlerinin kullanıcıya göre farklılaştırıldığı tespit edilmiştir.

Görsel 2'de sunulan ekran görüntüleri, katılımcıların *Netflix* arayüzünde yer alan çeşitli listeleri içermektedir. Kullanıcıların içerik bulma/tercih etme yolu olarak gördüğü bu listelerin temelde kişinin beğeni ve geçmiş izleme tercihlerine göre şekillenen kişiselleştirilmiş içeriklerden oluştuğu kabul edilmiştir. Ancak *Netflix* algoritmaları, ön plana çıkarmak istediği içeriği kullanıcının ilgisini çekecek şekilde yeniden düzenlemekte ve böylece görünürde kullanıcı



Görsel 2: Sırasıyla K3, K8, K7 ve K5'in arayüz ekran görüntüleri.

cı tarafından başlatılan ancak temelde sistemin dayattığı izleme pratiklerini inşa etmektedir. Nitekim katılımcılardan bazılarının (K1, K2, K8), “*Netflix*’in bir içeriği birden fazla türe atadığı” yönündeki ifadeleri böyle bir düzenlemenin sonuçlarından biridir. Diğer yandan katılımcıların ekran görüntülerinde de olduğu gibi *Netflix*, kullanıcılar arasındaki beğeni ve tercih farklılıklarını dikkate alarak bir içeriği birden fazla afiş tasarımı yoluyla sunmaktadır (Chandrashekar, Amat, Basilico, & Jebara, 2017). Dolayısıyla kişiselleştirme ve ‘kullanıcı tercihi/özgürlüğü’ kavramları, sistem tarafından gözetilen ekonomik ve kültürel kaygılar temelinde gerçekleşen algoritmik mantıkla, birer denetim ya da kontrol mekanizması olarak yeniden değerlendirilmelidir.

Sonuç ve Tartışma

Bu çalışma, odak noktasına algoritmaların tüketici kararlarında ne derece etkili olduğunu yerleştirmekte, buna bağlı olarak da kişiselleştirme/özelleştirme gibi uygulamaların algoritmik art alanında izleme pratiklerini nasıl yönlendirdiğini incelemeyi hedeflemiştir. Son yıllarda giderek popülerleşen *Netflix*’in arayüz tasarımının, kişiselleştirme yoluyla izleyiciyi ne şekilde etkilediğinin üzerinde durularak, elde edilen bulgular bağlamında izleme pratiklerini yönlendirdiği sonucuna ulaşılmıştır. Veriler doğrultusunda ulaşılan bir başka sonuç, kişiselleştirme ve özelleştirme sistemlerinin *Netflix*’in belirlediği içeriklerin izlenmesini sağlayacak şekilde pazarlama stratejisi olarak kullanıldığıdır. Bu genel çıkarımların yanında çalışmada elde edilen detaylı sonuçlar; kullanıcıların izleyecekleri içeriği bulma/tercih etme yolu olarak *Netflix*’in tavsiye sistemlerini kullandığı, arayüzün içerik bulmak için kendi önerilerine ve listelerine yönlendirecek şekilde tasarlandığı, bu listelerde ve ana ekrandaki tanıtımlarda *Netflix*’in ön plana çıkarmak istediği yapımların yer aldığı ve tüm katılımcıların ‘*binge watching*’ pratiğine sahip olduğu yönündedir.

Uygulanan görüşme formu sonucunda katılımcıların hemen hepsi izleyecekleri içeriğe karar verme süreçlerinde *Netflix*’in onlar için tavsiye ettiği içeriklerden yararlandıklarını belirtmiştir. Elde edilen bu sonuç, *Netflix*’te izlenen içeriklerin yüzde 80’inden fazlasının tavsiye sistemleri aracılığıyla keşfedildiği bilgisiyse örtüşmektedir (Plummer, 2017). Dolayısıyla içerik tercih etmeye yönelik temel kaynağın tavsiye sistemlerinden oluşması, yeni medya platformlarının kullanıcı odaklı ve kullanıcının özgür tercihlerine dayalı bir yapıyı içerdiği kabulünü sarsmaktadır. Bunun yanında görünürde de olsa ‘*kullanıcı özgürlüğü miti*’nden hala bahsediliyor olmasının temel nedeni, sistemin kişilerin tercihlerini örtük ya da dolaylı olarak yönlendirmesinden kaynaklandığını söylemek mümkündür. Nitekim izledikleri içerikleri çoğunlukla

tavsiye edilen içeriklerden seçen katılımcıların çoğu, görüşme formunda yer alan “*Netflix*’in izleme tercihlerinizi yönlendirdiğini düşünüyor musunuz?” sorusuna karşılık olumsuz görüş bildirmişlerdir. Bu açıdan bakıldığında tavsiye sistemlerinin, yalnızca kullanıcının verilerine dayanarak kişiselleştirilmiş içerikleri sunduğu kabul edildiği için, kişiler yönlendirildiklerini ya da manipüle edildiklerini düşünmemektedirler. Bu durumu kullanıcıların ‘evcilleştirilmesi’ olarak gören Siles ve arkadaşları (2019, s. 2), “veri sömürgeciliği” olarak nitelendirdikleri algoritmik öneri sistemlerinin, “kişinin öznelliğini yeniden tanımlayarak onları ideal tüketicilere dönüştürdüğünü” belirtmektedir.

Çalışma esnasında saptanan bir diğer durum ise, *Netflix* arayüzünde yer alan unsurların, kullanıcıların içerik bulma/karar verme süreçlerine etki edecek şekilde tasarlandığı ve bir araya getirildiğidir. Arayüzde yer alan *Netflix* listeleri, içerik tanıtımları ya da içeriklerin sunulduğu biçimleri, kullanıcıya istenilen içerikleri izlettirmenin yolları olarak görülmektedir. Katılımcılarla yapılan görüşmelerde izleme listeleri ve tanıtımlar hakkındaki genel ifadeler, yeni içerik keşfetme ya da bir içeriğin yeni sezonundan haberdar olma yolu olarak görüldüğü yönündedir. Ancak bununla beraber bazı katılımcılar, *Netflix* arayüzünün belirli içerikleri ön plana çıkarttığını ya da kullanıcıları tavsiye sistemlerine yönlendirdiğini de eklemişlerdir. Vries’in (2020, s. 23) çalışmasında vurgulandığı üzere, *Netflix* arayüzü ve önerilerinin “kullanıcıların izlemek istediği içeriklerden değil, *Netflix*’in kullanıcının izlemesini istediği içeriklerden oluştuğunu” göz önüne aldığımızda, yeni medya ortamlarının kullanıcıya tanıdığı özgürlüğün sınırları daha da daralmaktadır.

Netflix’in araştırma/mühendislik direktörlüğü yapan Amatriarin ve Basilico (2015, s. 391) “kullanıcılar için mümkün olan en iyi öneri deneyimini yaratmak için, oturum açıldığı anda kullanıcının uygulama üzerindeki tüm hareketlerinden veri elde edildiğini ve *Netflix* kişiselleştirmesinin başladığını” belirtmektedirler. Ancak kullanıcı arayüzleri karşılaştırıldığında, aynı içeriğin farklı beğeni tarzlarına sahip olan kişilere, farklı afişlerle, farklı kategorilerde ya da farklı listeler altında sunulduğu görülmektedir. Dolayısıyla yeni medya platformlarını geleneksel medyadan ayıran kişiselleştirme, özelleştirme ya da tercihler gibi terimler, izleyicinin/kullanıcının öznelliğini odak noktası olarak bireylere daha fazla kontrol ve yetki veriyormuş izlenimi yaratsa da Saphiro’nun (2020, s. 660) “algoritmik bağımlılık” olarak nitelendirdiği bu yeni tüketim ortamının, tüketici kararlarına yardımcı olmaktan ziyade azaltma etkisine sahip olduğu söylenebilir.

Aslında bu bağlamda, “binge watching” davranışı da teşvik edilen bir eylem olarak karşımıza çıkmaktadır. Görüşme formu ile elde edilen bulgular

düşünüldüğünde tüm kullanıcıların birden fazla bölümü (hatta bazen tüm sezonu) bir gecede bitirdikleri görülmektedir. Öte yandan görüşmeciler, bölüm bittiğinde sistem otomatik olarak diğer bölüme geçtiği için ‘zamanın nasıl geçtiğini anlayamadıklarını’ da eklemişlerdir. “Binge watching” kavramının bir tür kontrol mekanizması olduğunu (Jenner, 2018) göz önüne aldığımızda, *Netflix*’in yalnızca ne izleneceğine değil, aynı zamanda nasıl izleneceğine yönelik de belirleyici bir yayıncılık modeli sunduğu ileri sürülebilir.

Yeni medyanın bireyin özgürlüğü ve özneliği üzerine kurulu olduğu kabulünü tartışmalı bir varsayım olarak gören araştırma kapsamında elde edilen kısıtlı veriler, ticari faaliyetler ekseninde tüketimin yönlendirildiğine, gruplandırıldığına ve buna bağlı olarak kullanıcının bir noktada yine endüstriyel izleyiciye indirildiğine işaret etmektedir. Daha kapsamlı araştırmalarla ve farklı metodolojiler ile elde edilecek veriler eşliğinde sorunlu söylemin daha fazla tartışılması gerektiği düşünülmektedir.

Video akışlarının İnternette artan hakimiyeti, geleneksel yayın planı ve içerik sahipliğine bağlı televizyon izleme biçimlerinden farklı yapısıyla izleyiciye yeni bir deneyim sunuyor gibi görünmektedir. Öte yandan *Netflix*, küresel bir içerik üretim ve dağıtım kanalı olarak televizyon sektöründe “*Netflix etkisi*” olarak da bilinen bir dizi değişimi beraberinde getirmiştir. Bu değişim sürecinde yerleşik televizyon endüstrisinin üretim ve tüketim paradigmaları sorgulanırken, abonelik temelli servislerin küresel pazara hakimiyeti de gün geçtikçe artmaktadır. Kısaca televizyon her yerde kavramı ile de özetlenebilecek bu değişim sürecinde ekranı olan her bir cihaz bir anlamda televizyon içeriğinin tüketilebildiği bir ortam haline dönüşürken “istediğin zaman istediğin yerde istediğin içeriği izle” bir pazarlama sloganı olarak izleyicinin karşısına çıkmaktadır. Ancak üretim sistemlerinin genel doğasının tüketim biçimlerini gruplandırma ve yönlendirme eğilimi bu noktada göz ardı edilmemelidir.

Kaynakça

- Amatriain, Xavier ve Justin Basilico. 2015. "Recomender System in Industry: A *Netflix* Case Study." *Recommender Systems Handbook* içinde, editörler Francesco Ricci, Lior Rokach ve Bracha Saphira, 385-419. New York: Springer.
- Aydın, Oya Şakı. 2019. "Yeni İzleme Biçimleri Ve *Netflix* İçerikleri: Ritzer"ın Mcdonaldlaşma Tezi Ekseninde Bir Değerlendirme." *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 12 (63): 1167-1172.
<http://dx.doi.org/10.17719/jjsr.2019.3305>
- Balcı, Ali. 2015. *Sosyal Bilimlerde Araştırma, Yöntem, Teknik ve İlkeler*. Ankara: Pagem Akademi.
- Büyüköztürk, Şener, Ebru Kılıç Çakmak, Özcan Erkan Akgün, Şirin Karadeniz ve Funda Demirel. 2020. *Eğitimde Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pagem Akademi Yayıncılık.
- Baranseli, Ebru S., Soner Kaya ve Mine Şen. 2018. "60 Yaş Üstü Sosyal Medya Kullanıcılarının Kullanıcı Arayüzü Deneyimlerinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma Çalışması." *Sanat ve Tasarım Dergisi* 8 (2): 226- 249.
<https://doi.org/10.20488/sanattasarim.530160>
- Bauman, Zygmunt. 2005. *Bireyselleşmiş Toplum*. Çeviren Yavuz Alogan. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Blom, Jan. 2000. "Personalization- A Taxonomy." *CHI '00 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems*. New York: ACM. 313-314.
- Blom, Jan, ve Andrew Monk. 2009. "Theory of Personalization of Appearance: Why Users Personalize Their PCs and Mobile Phones." *Human-Computer Interaction* 18 (3): 193-228.
- Bondad-Brown, Beverly A., Ronald E. Rice, ve Katy E. Pearce. 2012. "Influences on TV Viewing and Online User-shared Video Use: Demographics, Generations, Contextual Age, Media Use, Motivations, and Audience Activity." *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 56 (4): 471-493.
<https://doi.org/10.1080/08838151.2012.732139>
- Burroughs, Benjamin. 2018. "House of *Netflix*: Streaming media and digital lore." *The International Journal of Media and Culture* 17 (1): 1-17.
<https://doi.org/10.1080/15405702.2017.1343948>
- Chandrashekar, Ashok, Fernando Amat, Justin Basilico ve Tony Jebara. 2017. "Artwork Personalization at *Netflix*." *Netflix Technology Blog*, 7 Kasım, 2017.
<https://netflixtechblog.com/artwork-personalization-c589f074ad76>.

- Cöner, Altan. 2003. "Personalization and Customization in Financial Portals." *The Journal of American Academy of Business* 2 (2): 498-504.
- Cox, Christopher M. 2018. "Programming – Flow in the convergence of digital media platforms and television." *Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies* 13 (4): 438-454.
<https://doi.org/10.1177%2F1749602018796681>
- Greene, Lauren. 2016. "Pricking the Monster: *Netflix* and the modification of how and what we watch." *Senior Seminar in Film Studies*. Columbia University.
<https://doi.org/10.7916/D8RX9BZ8>
- Hallinan, Blake, ve Ted Striphas. 2016. "Recommended for you: The *Netflix* Prize and the production of algorithmic culture." *New Media & Society* 18 (1): 117-137.
<https://doi.org/10.1177%2F1461444814538646>
- Ho, Shuk, ve Kar-Yan Tam. 2005. "An Empirical Examination of the Effects of Web Personalization at Different Stages of Decision- Making." *International Journal of Human-Computer Interaction* 19 (1): 3375-3384.
- Jenner, Mareike. 2018. *Netflix and the Re-invention of Television*. Cambridge, UK: Anglia Ruskin University.
- Leonard, Andrew. 2013. "How *Netflix* is turning viewers into puppets." Salon. Erişim tarihi 17 Mart 2021.
https://www.salon.com/2013/02/01/how_netflix_is_turning_viewers_into_puppets/
- Matrix, Sidneyeve. 2014. "The *Netflix* Effect: Teens, Binge Watching, and On-Demand Digital Media Trends." *The Centre for Research in Young People's Texts and Cultures* 6 (1): 119-138.
<https://doi.org/10.1353/jeu.2014.0002>
- Miceli, Gaetano Nino, Francesco Ricotta ve Michele Costabile. 2007. "Customizing customization: A conceptual framework for interactive personalization." *Journal of Interactive Marketing* 21 (2): 6-25.
<https://doi.org/10.1002/dir.20076>
- Montgomery, Alan ve Michael Smith. 2009. "Prospects for Personalization on the Internet." *Journal of Interactive Marketing* 23 (2): 130-137.
<https://doi.org/10.1016/j.intmar.2009.02.001>
- Mutlu, Erol. 2008. *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Ayraç Kitapevi.
- Netflix*. 2021. "Company Profile." *Netflix* Investors. Erişim tarihi 17 Mart 2021.
<https://ir.netflix.net/ir-overview/profile/default.aspx>

- Nielsen, Jakob. 2009. "Customization of UIs and Products." Nielsen Norman Group. Erişim tarihi 17 Mart 2021. <https://www.nngroup.com/articles/customization-of-uis-and-products/>
- Nielsen, Jakob. 1998. "Personalization is Over-Rated." Nielsen Norman Group. Erişim tarihi 17 Mart 2021. <https://www.nngroup.com/articles/personalization-is-over-rated/>
- Özel, Sedat. 2012. "Yeni Medya"nın Temelleri Üzerine Bir Tartışma." *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology* 3 (7): 29-45.
- Özel, Sedat. 2015. "Techne'den Teknolojiye Değişen Toplum ve İletişim." İstanbul: Volga Yayıncılık.
- Özel, Sedat. 2015. "Bir Yayın Platformu Olarak İnternette Çevrimiçi Videolar ve Kullanıcıların Doyum Faktörleri." *Global Media Journal TR Edition* 5 (10): 288-216. <https://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/sites/default/files/Sedat%20O%CC%88ZEL.pdf>
- Palinkas, Lawrence A., Sarah Horwitz, Carla Green , Jennifer P Wisdom, Naihua Duan ve Kimberly Hoagwood. 2015. "Purposeful Sampling for Qualitative Data Collection and Analysis in Mixed Method Implementation Research." *Adm Policy Ment Health* 42(5): 533-544.
- Pilipets, Elena. 2019. "From *Netflix* Streaming to *Netflix* and Chill: The (Dis) Connected Body of Serial Binge-Viewer." *Social Media + Society* 1 (13): 1-13. <https://doi.org/10.1177%2F2056305119883426>
- Plummer, Libby. 2017. "This is how *Netflix*'s top-secret recommendation system works." Erişim tarihi 17 Mart 2021. <https://www.wired.co.uk/article/how-do-netflixs-algorithms-work-machine-learning-helps-to-predict-what-viewers-will-like>
- Rahe, Vanessa, Christopher Buschow ve Daniela Schlütz. 2020. "How users approach novel media products: brand perception of *Netflix* and Amazon Prime video as signposts within the German subscription-based video-on-demand market." *Journal of Media Business Studies* 17 (3-4): 8.
- Schafer, Ben, John Riedl, ve Joseph Konstan. 2000. "E-Commerce Recommendation Applications." *Data Mining and Knowledge Discovery* 5 (1-2): 115-153.
- Schubert, Petra ve Michael Koch. 2002. "The power of personalization: Customer collaboration and virtual communities." *Proceedings of the Eighth Americas Conference on Information Systems (AMCIS)*. Dallas: Americas Conference on Information Systems (AMCIS). 1953-1965.

- Shapiro, Stephen. 2020. "Algorithmic Television in the Age of Large-scale Customization." *Television & New Media* 21(6): 658-663.
<https://doi.org/10.1177%2F1527476420919691>
- Siles, Ignacio, Johan Espinoza-Rojas, Adrián Naranjo ve María Fernanda Tristán. 2019. "The Mutual Domestication of Users and Algorithmic Recommendations on Netflix." *Communication, Culture & Critique* 12(4): 1-20.
<https://doi.org/10.1093/ccc/tcz025>
- Sundar, Shyam ve Anthony Limperos. 2013. "Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media." *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 57 (4): 504-525.
<https://doi.org/10.1080/08838151.2013.845827>
- Sundar, Shyam, ve Marathe Sampada. 2010. "Personalization Versus Customization: The Importance of Agency, Privacy, and Power Usage." *Human Communication Research* 36 (6): 298-322.
- Treiblmaier, Horst, Maria Madlberger, Nicolas Knotzer ve Irene Pollach. 2004. "Evaluating Personalization and Customization from an Ethical Point of View: An Empirical Study." *Proceedings of the 37th Annual Hawaii International Conference*. Hawaii: Computer Society Press.
- Vries, Britta de. 2020. "The Myth of Personalization." Master Thesis. Chicago: Utrecht University.
- Weld, Daniel, Corin Anderson, Pedro Domingos, Oren Etzioni, Krzysztof Gajos, Tessa Lau ve Steve Wolfman. 2003. "Automatically Personalizing User Interfaces." *In: Proceedings of the international joint conference on artificial intelligence (IJCAI03)*. Mexico: Acapulco.
- Zündel, Jana. 2019. "Serial skipper: Netflix, binge-watching and the role of paratexts in old and new 'televisions'." *Participations: Journal of Audience and Reception Studies* 16 (2): 196-219.

Amerikan Ulus Mitlerinin Sorgulanması Olarak *Gazap Üzümleri*

Özge Nilay Erbalaban Gürbüz

Çukurova Üniversitesi İletişim Fakültesi

<https://orcid.org/0000-0003-4199-3507>

n.eralaban@gmail.com

Öz

Bu makalenin amacı, bir roman uyarlaması olan ve Büyük Bunalım dönemine odaklanan *Gazap Üzümleri* (John Ford, 1940) filminin gösterenlerini Amerika Birleşik Devletleri'nin temel ulus mitleri açısından incelemek, filmin bu ulus mitleriyle tarihsel gerçeklik arasındaki çelişkilere odaklanan eleştirel söylemini açığa çıkarmaktır. Bu nedenle film çözümlenirken Amerika Birleşik Devletleri'nin uluslaşma sürecinin kurucu mitlerini oluşturan temel kültürel metinlerin ve filmde yansıtılan dönemin toplumsal koşullarını içeren tarihsel verilerin filmin teması, konusu ve olay örgüsü açısından karşılaştırılması yöntemi kullanılmıştır. Filmin hikâyesini oluşturan olayların ulusal mitlerdeki karşılığı bulunmuş, mitlerde yer alan içerikler incelenmiş, filmdeki olayların içerikleri ve ulusal mitlerin içerikleri arasındaki farklara odaklanılmış ve bu farklar mitlerin içerikleri açısından yorumlanmıştır. Farkları en uygun biçimde yorumlayabilmek için eleştirel kuramlardan ve film araştırmalarından yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda filmin, ulusal mitleri krizin etkilerinden biri olan toplumsal çözümü engellemek ve kolektif hafızadaki bütünlüğe duygusunu yeniden kurmak için kullanmadığı görülmüştür.

Anahtar Sözcükler: *Gazap Üzümleri* filmi, Büyük Bunalım Dönemi, mitler, ulus mitleri, Amerika Birleşik Devletleri ulus mitleri.

• • • • •

Makale Geliş Tarihi: 28.09.2020 ▪ Makale Kabul Tarihi: 22.12.2020

<http://ilefdergisi.ankara.edu.tr>

ilef dergisi ▪ © 2021 ▪ 8(2) ▪ güz/autumn: 325-352

Araştırma Makalesi DOI: 10.24955/ilef.900718

Grapes of Wrath as Questioning the National Myths of America

Özge Nilay Erbalaban Gürbüz

Çukurova University Faculty of Communication

<https://orcid.org/0000-0003-4199-3507>

n.eralaban@gmail.com

Abstract

This article aims to examine the signifiers of the movie *Grapes of Wrath* (John Ford, 1940) which is a novel adaptation and based on the Great Depression period, in terms of the fundamental national myths of the United States of America, to reveal the movie's critical discourse which focuses on the contradictions between the national myths and historicity. Therefore, the study compares the fundamental cultural texts constituting the founding myths of the United States of America's nation formation process with the historical data including the social conditions of the period that is reflected in the movie in terms of the theme, topic and plot of the movie when analyzing it. In this regard, it has been found the correspondences of the incidents constituting the story of the movie in the national myths, examined the contents of the myths. Critical theories and film studies were used to interpret the differences in the most pertinent way. As a result, it has been observed that the movie did not use the national myths to prevent the social disintegration which is one of the effects of crisis or to re-establish integration in the collective memory.

Key Words: *Grapes of Wrath*, Great Depression, myths, national myths, national myths of the United States of America

• • • • •

Received:28.09.2020 ▪ Accepted:22.12.2020

<http://ilefdergisi.ankara.edu.tr>

ilef dergisi ▪ © 2021 ▪ 8(2) ▪ güz/autumn: 325-352

Research Article DOI: 10.24955/ilef.900718

Mitler, arkaik toplumların yaşam, ölüm ve evrenle ilgili görüşlerini alegorik olarak yansıtan anlatılardır. Mitler üzerine yapılan araştırmalara tarihsel olarak iki temel eğilim yön vermiştir. Bu eğilimlerdeki farklılık, araştırmacıların araştırma nesneleriyle ilgili bakış açılarından kaynaklanır. 19. yüzyıl araştırmacıları miti kurmaca, hayal ürünü olarak değerlendirirken 20. yüzyıl araştırmacıları mitleri gerçeklik öyküleri, yaşama modelleri olarak kavrar (Eliade 2001, 12). Ernest Cassirer, mitleri kimlik sistemleri olarak kavrayan ilk kişinin Shelling olduğunu ifade eder (2005, 231). Cassirer çalışmasında mitsel düşüncüyü ortaya çıkaran zihnin sahiplerini ilk filozoflar (Taylor'dan akt. Cassirer 2005, 234) olarak tanımlar. Hans Blumenberger mitleri akılcı düşüncenin karşısına yerleştirilmiş akıldışı metinler olarak değerlendirmekten uzaklaşarak, onları dünyayı anlamlandıran metinler olarak görür (aktaran Paul 2014, 27). Claude Levi-Strauss bilimsel bir disiplin olan tarihle 'bilim dışı' kabul edilen mit arasındaki mesafenin çok da büyük olmadığını, tarihsel bilgileri açığa çıkarmada mitlerin kullanılmasının faydalı olacağını ifade eder (2013, 59-60). Bu görüşlerde mitlerin, yaşam deneyimlerine dayalı, yaşamla ilgili modeller sunan, gerçeklikle ilişkiyi alegorik temsille yansıtan ve kimlikle ilgili yapılar kuran özelliklerine dikkat çekilmektedir.

Mitlerle ilgili 20. yüzyıl araştırmaları mitleri gerçeklikle ilişkili sembolik metinler olarak görme eğilimindeyken, Roland Barthes mitlerin sadece arkaik dönemle ilgili olmadığını ve çağdaş toplumların da mitleri olduğunu ifade eder. Çünkü “mite özgü olan, cümleler kurduğumuz her yerde, hikâye anlatığımız her yerde vardır: Mite özgü olan iç konuşmadan, karşılıklı konuşmaya gazete makalesinden, siyasi demece [...] her tür sözde bulunur” (Barthes 2013, 83). Barthes’ın miti söyleme yaklaşımın bu düşüncesi mit ve ideoloji arasındaki ilişkiyi çağırır. Çünkü söylemin kurulduğu her yerde ideolojik bir yapı vardır. Siyaset bilimi açısından da mitler ideolojiktir (Paul 2014, 28). Siyaset bilimci Herfried Münkler ulus mitlerini modern uluslaşma sürecinin en önemli parçası olarak görür (aktaran Paul 2014, 28). Henry Tudor’a göre ulus mitleri, eskatolojik ya da dinsel mitlerde olduğu gibi kendi alanları hakkında yani politika hakkında üretilen, aktardığı gerçeklik miktarına bakılmaksızın hakikat olduğuna inanılan, dramaya dayalı anlatılardır (1972, 17). Arkaik toplumların evrenin oluşumunu açıklayan kurucu mitleri gibi uluslaşma sürecindeki toplumlar da kendi kurucu, politik mitlerini kurarlar. Bunlar seküler mitlerdir. Diğer bir deyişle pozitivist ve rasyonel aklın egemen olduğu dünyada da ‘ulus’ inşası sürecinde mitler işlevsel olarak var olur. Benedict Anderson ulusu, “hayal edilmiş bir siyasal topluluk[tur]- kendisine hem egemenlik hem de sınırlılık içkin olacak şekilde hayal edilmiş bir cemaat[tir]” (1995, 20) diye tanımladığından, ulus tasarımının bir parçası olan ulus mitleriyle, antik dünyadaki kuruluş mitlerinin toplumsal, ideolojik işlevleri ve bir tasarımdan beslenmeleri anlamında benzerlikler taşıdığını söylemek mümkündür. Heike Paul, siyaset bilimi açısından Amerika Birleşik Devletleri’nin (bundan sonra Amerika olarak ifade edilecektir) uluslaşma sürecinde kültür ürünlerinde kurulan ulus mitlerini ideolojik, politik ve kültürel işlevleri açısından inceler (2014). Paul bu temel mitleri şu şekilde sıralar: Amerika kıtasının keşfi miti, Pokahontas miti, vadedilmiş topraklar miti, kurucu babalar miti, toplumsal bütünleşme/ırkların birliği miti (melting pot¹), kendi kendini var eden kişi (self-mademan) miti, Amerika’nın batısını keşfetme miti (makale boyunca bu mit Amerika’nın batısını keşfetmeyle birlikte ‘sınır ve göç miti’ olarak da ifade edilecektir) (2014, 11). Bu mitlerin hepsi farklı zamanlardaki toplumsal koşullara uyarlanabilir, geliştirilebilir ve temel anlamları bozulmadan yan anlamlarla çeşitlendirilebilir olması bakımından Amerikan ulus kimliğini, kültürünü ve Amerikan yurttaşlık bağını sürekli inşa eder. Amerikan yaşam biçimi (American way²) ve Amerikan rüyası kavramları bu mitlere bağlanmıştır. Bütün politik mitler gibi bu mitler de ideolojiktir.

•••

1 Kültürlerin eritme potası olarak da kullanılmaktadır.

2 Amerikan yaşam biçimi anlamına gelen İngilizce’deki yaygın kullanımudur.

Hem bir anlatı yapısı olarak hem de öykü kaynağı olarak film endüstrisi mitlerden faydalanmıştır. Mitlerdeki olay örgüsü yapısının incelenmesiyle senaryo kuramları oluşturulmuş, mitologların araştırmalarına dayalı pek çok film hikâyesi kurulmuştur. Campbell, *Yıldız Savaşları*'nda yönetmen George Lucas'ın "standart mitolojik figürler kullandığını" söyler (Campbell ve Moyer 2013, 190). Öte yandan Irving Singer, olgusal olarak sinemayı incelerken sinemayı çağdaş dünyanın mit kurucusu olarak kabul eder. Geleneksel toplumlarda mitlerin sahip olduğu işlevlerin modern toplumlarda sinemaya aktarıldığı düşüncesini Alfred Hitchcock, Ingmar Bergman, Jean Cocteau ve pek çok yönetmenin filmlerindeki mitik yapının felsefi katmanlarını inceleyerek açıklar (Singer, 2008). Mitlerin güncel yaşamla ilişkisi, yol gösterici modeller sunması (Campbell ve Moyer 2013, 32) ve "belirli bir sosyal düzeni desteklemek ve geçerli kılmak" (53) gibi işlevleri çağdaş dünyada sinemanın ideolojik ve kültürel işlevleri arasında yer almaktadır. Robert Kolker, filmleri izleyicilerin ahlaki ve duygusal tepkilerini oluşturmak için tasarlanmış "hatta bu dünyada nasıl davranmamız gerektiği sorunlarına etik çözümler öneren" anlatılar olarak değerlendirir (2011, 215). Bu çerçevede filmler hem çağdaş dünyanın mit kurucusu olarak hem de mitsel anlatıların aktarım aracı olarak işlev görmektedir. Sinemanın bu işlevi toplumsal kriz dönemlerinde egemen ideoloji açısından son derece önemli olmuştur.

1929 Büyük Bunalım sürecinde Amerika'nın kültür üreticileri, Amerikan ulus mitlerini *Amerikan yaşam tarzı* ve *riyası* altında yeniden kavramsallaştırmıştır. Aslında Amerika 1929 yılına kadar üretim ve refah düzeyi açısından iyi bir durumdadır (Galbraith 2009, 2). Ancak uluslararası ekonomik gelişmeler dışarıda bırakıldığında, Amerikan borsalarında Goldman Sachs gibi şirketlerin hisse senetleri 24 Ekim 1929'da 'Kara Perşembe' gününde bir anda büyük oranlarda düşünce Amerikan ekonomisinde büyük çöküş başlamıştır (Galbraith ty., 203-204). Bu toplumsal ve ekonomik atmosferi Galbraith, "borsaların çökmesi tüketici harcamalarını, yatırımları, bankaların ve şirketlerin para likiditesini kısıtı. Büyük Çöküntü'yü Büyük Bunalım izledi. Önce zenginlerin intiharı, sonra da yoksulların ölümü geldi. 1933 yılında Amerika'da tüm işçilerin dörtte biri işsizdi. Üretim üçte bir oranında azalmıştı. Dokuz bin banka iflas etti" (Galbraith ty., 206) şeklinde açıklamaktadır. Bu ekonomik toplumsal koşullarda Amerikan halkı arasında dayanışma düşerken, James Truslow Adams 1931'de *The Epic of America*'da Amerikan rüyasını kavramsallaştırmıştır ve geçmişin ulus mitlerini bu rüyanın altında güncelleştirmiştir (1931). *Harper's Magazine* 1937'de Amerikan tarzı yaşamı (American way) en iyi anlatan makaleyi seçmek için ödüllü yarışma düzenlemiştir (Wall 2008, 15). Hollywood

endüstrisinde de 1929-1940 arasında Büyük Bunalım'la başlayan kriz süresince (Hansen ve Magnussen 2018, 307) ulusal mitleri referans alan, bu mitlere doğrudan ya da dolaylı göndermeler yapan filmler çekilmiştir. Müzikaller sınıf atlama öyküleriyle Amerikan başarı mitini ve Amerika'nın vad edilen fırsatlar ülkesi olduğu mitini aktararak, Amerikan ideolojisiyle uyumlu görsel anlatılar kurmuşlardır. 42. *Sokak* (Lloyd Bacon, Darryl F. Zanuck, 1933) kriz döneminde yoksulluktan zenginliğe, sınıf atlamaya dayalı başarı mitinin en popüler müzikal filmidir. Amerikan mitlerine dayalı bu türün ilk örnekleri Büyük Bunalım döneminde üretilmiştir (Zitzelsberger 2019, 3). Yine bu dönemde Frank Capra'nın aile dramaları, Amerikan ulus mitlerindeki toplumsal ve ekonomik değerlere ters düşmeyen tema ve konuları kullanmıştır. *Bay Smith Washington'a Gidiyor* (1936), 1938 yılında çekilen *Para Beraber Gitmez* ve *Şahane Hayat* (1946) gibi filmlerinde vad edilmiş toprakları, Protestan çalışma etiğini, dayanışma vurgusunu öne çıkarmıştır. Capra'nın filmleri tüm aksaklıklarına rağmen Amerikalı olmaya ve Amerikan ideolojisine inanan değerleri yansıtmıştır (Scognamiglio 1994, 48). Bu filmlerde dönemin ekonomik koşullarının yol açtığı toplumsal çözümlere karşı, ulusal bağların güçlendirilmesi için kolektif tarihteki değerler hatırlatılmaktadır. Adı geçen filmler sinema salonlarına gelen izleyiciler için ekonomik krizin sıkıntularından kaçmak ve film süresince krizin varlığını hafifletmek şeklinde bir işleve sahip olmuşlardır. Ancak krizin etkilerine dolaylı da olsa odaklanan filmler de çekilmiştir. Roffman ve Purdy'nin de ifade ettiği gibi 'sokağa düşmüş kadın' ya da 'gangster' tiplerinin doğmasına neden olan tür filmlerinde toplumsal çözümler dolaylı olarak gösterilmiştir (2010, 83). Bununla birlikte Hansen ve Magnussen bu dönemde çekilen ekonomi temalı filmlerde büyük kapitalist işletmeler yerine küçük aile şirketlerinin olumlandığı mesajının yer aldığını belirtir (2018, 312-317) ki bu filmlerde de finansal kapitalizmin yol açtığı sorunlara dair dolaylı bir eleştirinin yer aldığını söylemek mümkündür. Bu çerçevede Hollywood'da 1929-1940 döneminde çekilen filmlerin genel ideolojik görünümü, ekonomik krize yol açan yapısal çelişkileri doğrudan ele almaktan kaçınmak, dolaylı ve alegorik hikâyelerle krizin etkilerine değinmek ve ulus kimliğinin kurucu mitlerini geri çağırarak şeklinde olmuştur.

Gazap Üzümleri filmi de kolektif hafızadaki kurucu mitleri geri çağırmıştır. Ancak *Gazap Üzümleri*'nde ulus mitleri; dönemin ekonomik, toplumsal gerçekleriyle bu mitler arasındaki çelişkili ilişkiyi görünürleştirmek için anlatı dünyasına taşınmıştır. Filmin teması, olay örgüsü ve evreni *vadedilmiş topraklar*, *sınır/göç*, *kendi kendini var eden kişi/başarı*, *ırkların birliği* mitlerinin dolaylı

ve eleştirel bir ifadesi olarak çözümlendiğinde, görünenin altındaki bir başka anlam dünyasına ulaşmak mümkündür.

Amaç ve Yöntem

Bu makalede Amerika’da büyük ekonomik kriz (Büyük Bunalım) döneminin ekonomik ve sosyal durumunu çiftçi bir Amerikan ailesi üzerinden anlatan *Gazap Üzümleri* filmi çözümlenecektir. Çözümlemenin amacı, filmin bütün gösterenlerinde açıkça yer alan sınıfsal çelişkilere dayalı eleştirel söyleminin ötesinde, doğrudan görülmeyen ancak filmin teması, olay örgüsü ve film gerçekliğindeki karakterlerin gösterenlerinde dolaylı olarak yer alan Amerikan ulus mitlerine dair eleştirel söylemini açığa çıkarmaktır. Böylece filmin eleştirel söyleminin çok katmanlı yapısı da ortaya çıkacak, ekonomik krizin nedenleri üzerine yalnızca ekonomik / sınıfsal değil kültürel bir eleştirel söyleme de sahip olduğu gösterilecektir. Filmin bu çok katmanlı anlam dünyası onun kültürel bir pratik olarak içinde bulunduğu toplumsal ve ekonomik koşulları anlamlandırma biçimlerini ortaya koyacaktır.

Film çözümlenirken amaca en uygun yöntemin Amerikan ulus mitle-
rinin temel kültür metinlerini ve dönemin tarihsel verilerini filmdeki tema,
konu, olay örgüsü ve karakterler açısından karşılaştırmalı olarak yorumla-
mak olduğuna karar verilmiştir. Bu yöntem sosyal bilimlerde çalışmaları içinde
Frakfurt Okulu üyelerinin araştırmalarında benimsenmiştir. Okulun birinci
kuşak temsilcilerinden Siegfried Kracauer’ın film çözümlemelerinde ve çağ-
daş kuşak temsilcilerinden Douglas Kellner’in film araştırmalarında filmler
sosyolojinin, tarihin, felsefenin ve kültürel metinlerin verileriyle yorumlanan
kültür araştırmaları içine dahil edilmiştir. Benzer bir yöntemle makalede de
birbirinden farklı kültürel ve tarihsel veriler filmin gösterenleri açısından
‘farklara’ odaklanılarak, betimlenip yorumlanmıştır. Filmin kendisinin de
dönemin kültür dünyasını ve ekonomik toplumsal koşullarını anlamlandır-
mak için ulusal mitlerdeki söylemleri kendine uygun anlatımla kullanarak,
mevcut olanı kültürel olarak yeniden yorumladığı düşünülmüştür. Ulusal
mitlerdeki ve filmin gösterenlerindeki farkları yorumlamaya en uygun düşen
kuramcıların görüşlerine ve kültürel metinlerin içeriklerine başvurulmuş-
tur. Karl Marx’ın emek ve sermaye ilişkisi hakkındaki fikirlerinden, Theodor
Adorno’nun *kültür endüstrisi* kuramından, Hannah Arendt’in Amerikan Dev-
rimi üzerine siyaset felsefesinden, Max Weber’in Protestanlık ve kapitalizm
ilişkisine odaklanan görüşlerinden yararlanılmıştır. Bununla birlikte Peter
Sloterdijk, Eric Hobsbawm, Benedict Anderson, Heike Paul gibi tarihçilerin
Amerikan ulusal tarihiyle ilgili fikirlerine ve Melvyn Stokes gibi sinema araş-
tırmacılarının filmle ilgili analizlerine başvurulmuştur.

Amerikan Ulus Mitlerinin Sorgulanması Olarak *Gazap Üzümleri*

Amerikan ulus bilinci, modern kültürün akılcılaştırdığı değerleri ve yasaları kullanarak, diğer uluslar gibi sembollerin üretilmesi sürecinden doğmuştur (Sacvan 2013,14). Kültür endüstrisi, yukarıda Paul'un sınıflandırdığı ulus mitlerini doğrudan ya da sembolik biçimde kültür ürünlerinin içine sıklıkla yerleştirir. Edebiyattan sinemaya, bu mitlerin sanatın ve kültür ürünlerinin teknikleriyle yeniden gündelik alana, popüler kültüre ve bu yolla kolektif hafızaya massedilmesinin örneklerini bulmak mümkündür.

Western film türünün klasik örnekleri *sınır miti* ya da *vadedilmiş topraklar mitinin* çeşitlemelerine dayanmaktadır. Andre Bazin, western film türünün Amerika'nın batısına yapılan tarihsel deneyimlerin mitselleşmesine doğrudan katkı sunduğunu ifade eder (Bazin'den aktaran Abisel ty., 70). Julie Levinson da sınıfsal hareketlilik, iş yaşamı, dayanışma ve toplumsal cinsiyet rolleri açısından Hollywood filmlerinde *Amerikan başarı mitinin* varlığına dikkat çekmiştir (2015). Diğer bir deyişle sinema kendi anlatı teknikleriyle, semboller, kodlar, alegoriler vb. imgelerle tarihin mitleştirilmesine katkı verir.

Hollywood, western türünün klasik örneklerinde olduğu gibi ulus mitlerini kolektif hafızayı canlı tutacak ve hafızayla gerçeklik arasında çelişkiye yol açmayacak bir biçimde kullanma eğilimindedir. Adorno'ya göre bu eğilim ideolojiktir ve filmlerin yanlış bilincin üretilmesine katkı sunmasıyla sonuçlanır. Filmler yanlış bilincin üretilmesine katkıda bulunurlar çünkü sınıflı toplumun yeniden üretilmesi için uyum yaratırlar ve sınıfsal çelişkilerin görülmesini engellerler. Adorno'ya göre "kültür endüstrisinin en karakteristik ürünü sayılan sesli film" gündelik yaşamın benzerini üretir (2013, 55). Bu benzerlik de bir işleve odaklanmaktadır. Benzerliğin işlevi ideolojiktir ve "üzerinde çatlaklar oluşmuş toplum yapısında küçümsenmeyecek bir tutkal unsuru oluşturmaktır" (Horkheimer 2005, 379). Kurama göre yaşamın benzerini üretmenin ne olduğunun cevabı, "kaçınılmaz olarak, insanları bütünü onları dönüştürdüğü biçimde yeniden üret[mesi]"dir (Adorno 2013, 56). Karl Marx ise toplumsal yapıdaki değişimlerin mümkün olabilmesi için çelişkilerin belirgin hale gelmesinin önemini "üç uğrak, üretici güç, toplumsal durum ve bilinç, birbirleriyle çelişkiye düşebilirler ve düşmek zorundadırlar" ifadesiyle açıklar (2003, 53). Bu çerçevede *Gazap Üzümleri*, Amerikan ideolojisine içkin uluslaşma mitlerini kriz döneminin mevcut toplumsal gerçekleriyle ilişkisi açısından yorumlayarak, kolektif bilince yön veren ulus mitleriyle gerçeklik arasındaki çelişkileri görünür hale getirmektedir. Büyük Bunalım yıllarının toplumsal koşullarına odaklanan filmde göç etmeye yol açan koşullar, göç

sürecinde yaşananlar ve Kaliforniya'ya varış, Amerikan rüyasındaki *göç/sınır*, *kendi kendini var eden kişi*, *vadedilmiş topraklar*, *toplumsal bütünleşme* ve *tarım mitlerini* ters yüz etmektedir. Bu açıdan film kültür endüstrisi kuramı açısından Hollywood içinde bir istisnadır.

John Steinbeck'in 1939 yılında yayınlanan romanından uyarlanan *Gazap Üzümleri*'nde, Oklahomalı Joad ailesinin Kaliforniya'ya göçü anlatılmaktadır. Aile kuşaklar boyunca kiracı olarak ettikleri topraklardan ayrılmak zorunda kalır. Hem 1935-40 yıllarında, bir iklim krizi olarak yaşanan toz fırtınalarının (dust bowl) arazileri verimsizleştirmesi hem de bankaların arazileri satın alması, kuşaklarca büyüdüğü topraklarda yaşamlarına devam etmelerine imkan vermez. Büyük bir umutla çıktıkları Kaliforniya'ya göçleri umutsuzluk, hayal kırıklığı, sefalet deneyimlerinin sınıfsal bilince dönüşümüyle son bulur. Swensen, romanın "Kaliforniya'ya yapılan refah arayışının, kayboluşun destanına dönüştüğüne tanıklık" (2015, 34) ettiğini ifade eder. Aslında *Gazap Üzümleri* romanı Steinbeck'in Kaliforniya üçlemesinin ikinci kitabıdır. Steinbeck bu birbirinden bağımsız üçlemenin ilk kitabı *Bitmeyen Kavga'yı* yazarken Kaliforniya'ya göç eden ve çoğunluğu Oklahomalılardan oluşan tarım işçileriyle görüşür, göçmen kamplarında uzun süre göçmenlerle aynı koşullarda yaşar. 1936 yılında *News* dergisi kendisine göçmenleri konu alan makale dizisi yazmasını teklif eder. Bu proje Steinbeck'e göçmenlerin kamplarına giderek onların göçlerinin nedenleri, sonuçları ve yaşamları hakkında bilgi alma fırsatı verir (Swensen 2015, 30). Steinbeck'in bu makale dizisi *San Francisco News'de* 1936 yılında *The Harvest Gypsies* (Hasat Çingeneleri) ismiyle ve Dorothea Lange'in fotoğraflarıyla birlikte yayımlanır (Swensen 2015,34). Filmin görüntü yönetmeni Gregg Toland'ın, Lange'in bu fotoğraflardaki belgeci yaklaşımını filmde de korumaya çalıştığını ifade etmek mümkündür.

Roman yayınlandıktan kısa bir süre sonra ve hala en çok satanlar listesinde ilk sıralardayken filmin yapımcısı Darryl F. Zanuck, kitabın film uyarlaması için haklarını yüz bin dolara satın alır (Whitfield 2008). Filmdeki diyalogların yüzde doksan beşi romandan alınır ve büyük oranda romanın dışına çıkmamıştır (Whitfield 2008). Ancak romanda 1930-1940 arasında Amerika'nın bazı bölgelerini kuraklaştıran toz fırtınaları (dust bowl) Kaliforniya'ya göçün önemli bir nedeni olarak aktarılırken, filmde ilk sahne dışında yer almamıştır. Bu ayrıntı filme önemli bir sınıfsal ve ideolojik perspektif kazandırmıştır. Çünkü toz fırtınalarını yoksullaşmanın temel nedeni olarak göstermek, yoksulluğu doğa ve iklim durumuna bağlı olarak açıklamak, yoksulluğa yol açan sınıflı toplumun yapısal çelişkilerini gizlemek anlamına gelecektir. Ancak filmin

dramatik yapısı göçün kendisine, mülksüz Amerikan ailelerinin yaşamına ve Amerikan ideolojisine içkin uluslaşma mitlerinin çözülmesine odaklanır.

Ulus mitleri toplumsal bütünleşmeyi sağlayan, ideolojik, kültürel, ekonomik ve toplumsal işleve sahip, politik mitlerdir. Bu mitler uluslaşma sürecinde yaşanan deneyimleri destansılaştırır. Cassirer'in mitlerle ilgili araştırmasında ifade ettiği gibi mitler, duyguların bütünlüklü birliğini ifade ettiği için (2005, 255) ulus bağıni tesis etmede ve yeniden üretmede mitlere ilişkin bu içkin öz bir hayli işlevseldir. Ulus teriminin, "doğmak" anlamındaki Latince nasci fiilinden geldiği ve "aynı coğrafi kökene sahip insanlar grubunu belirtmek için kullanıldığı" (Dieckhoff ve Chirstophe 2010, 11) düşünüldüğünde, uluslaşma sürecinde toplumsal ve siyasal olarak yaşananlar 'tekrar'lanan anlatılar olarak, mitlerin kendisi gibi akıl ve duygu arasında bir yerde konumlanan kökensel anlatılar olarak konumlandırılabilir. Eric Hobsbawm da 1884 yılına kadar ulus (nación) sözcüğünün ilk anlamının köken ya da soyla ilişkilendirildiğini (1995, 30) yazar. 17. yüzyılda İngiltere'den yapılan ilk göçlerle başlayan Amerika'nın toplumsal tarihi, İngiltere'ye karşı verilen bağımsızlık mücadelesi, devletleşme (1787), anayasanın kabul edilmesi (1789) gibi olaylarla federal bir devlet olarak resmi bir kimlik kazanmıştır. Yine Hobsbawm'un belirttiği gibi Amerikan halkını modern politik millet kriterleriyle bütünleştiren bağlar yoktur (1995, 36-37) ve bu halk ancak Amerikan devleti kurulduktan sonra bir biçimde millileştiğinden Amerikan ulus mitleri, siyasal sözleşmeler bağıyla biraraya gelen toplulukların, kolektif bir duygu birliği kurarak üst bir millî kimlik edinmesinde (Amerikalı olmak) teşvik edici olmuştur (36-100).

1893 yılında Frederick Jackson Turner, Chicago'da toplanan Amerikan Tarih Derneği (American Historical Association) üyelerine Amerikan kimliğinin, batıya göçün yol açtığı sınır (frontier) yaşamındaki deneyimlerden kaynaklandığı tezini sunmuştur (Turner 1920). Turner tezinde, Amerikan ulusunu ortaya çıkaran ve onları Avrupa toplumsal ve siyasal yapısından ayıran tüm gelişmelerin (kurumsal, siyasal, ekonomik) Batı'yı yaşam coğrafyası haline getirme sürecinden doğduğunu iddia eder (Turner 1920). Tarihsel bir deneyime dayanan göçün yol açtığı sınır yaşamı, Amerika'nın en önemli ulusal mitlerinden biri olarak (Prasad 1997, 130; Paul 2014,312) İngiltere'den Amerika'ya gelen ilk kolonilerin göçlerine dayandırılabilir. Bu nedenle Swensen'in de belirttiği gibi "göç amerikan ethosunun ve mitosunun en önemli olgusudur. Kaşif, öncü, sınıradamı kavramları Amerikalılıkla ilgilidir" (2015, 11). Tarihsel deneyime de dayanan bu göç miti, göç edilecek toprakların, göç edenlere *fırsatlar* sağlayacağı önermesini sunar. Bu durumu Peter Sloterdijk "coğrafi sansasyon

ve abartılı tanrısallığın yanı sıra, Amerika'yı psikosiyasi açıdan Yeni Çağ'ın asıl fenomeni yapan, Kolomb sonrası Avrupalı beyinlere, mekan, toprak ve fırsatlar bilincinin aşılmasına imkan sağlamış olmasıdır; bunun sonucunda da Amerikalılar diye bir millet ortaya çıkar zaten" (2008, 188-189) şeklinde açıklamaktadır. İngiliz krallığından ayrılarak Kuzey Amerika Kıtası'na gelen "New England Amerikalıların" (187) vardıkları topraklar "sahiplerini ve mimarlarını aramaktadır. Kaçırılmaması gereken bir fırsattır bu: Daha tapu kayıt defterinin tutulmadığı bir ortamda göçmen olarak var olmak – hayatlarına yeni bir sayfa açmak isteyenler (...) için tam bir cennet"tir (187). Amerika'ya *Mayflower* gemisiyle 1620'de ilk gelen hacılar (Pilgrimler³) için Kuzey Amerika bu dinsel topluluğa 'vadedilmiş topraklardır' (Paul 2014, 138). Püritenler ise 1630 yılında I. Charles tarafından kendilerine Kuzey Amerika'da yeni bir koloni kurma hakkı tanındığı için Boston'u inşa eden diğer göçmen topluluklardır (Paul 2014, 138). 1630- 40'lu yıllar daha sonra büyük göç olarak anılarak, Amerika'nın uluslaşma mitlerinin en önemlilerinden birine kaynak olmuştur (Paul 2014, 139).

Hem Pilgrimler hem de Püritenler için dinsel anlamı olan bu göç, seküler anlamda da ütopyaların gerçekliğe dönüştürüleceği bir coğrafyaya varmanın nedenidir (Paul 2014, 139). Göç eden kaşifin açtığı yolda yeni fırsatlar için çabalamak ve bu yeni topraklarda yeni bir ulus yaratmak hem dinsel hem de seküler anlamlara sahip olmuştur. Arendt'e göre, Amerikan siyasi tarihini diğer ulusların siyasi tarihinden de ayıran fark, Amerikan siyasetinin kendisinden ziyade rüyasından kaynaklanmaktadır: Amerikalı olmak, Amerika kıtasında "sütten ve baldan ırmakların aktığı vadedilmiş bir cennet rüyası" bulmaktır (Arendt 2017, 182). Orada "Jefferson'ın da dediği gibi zenginin yanında yoksulu da memnun eden o tatlı eşitlik" için imkan bulunmaktadır (Arendt 2017, 28). Amerika vadedilmiş topraklardır. Bu bağlamda göç, daha sonra bireycilikle yeni bir anlam kazanan ve Protestan çalışma etiğine psikolojik motivasyon sağlayan 'mutluluk arayışı' (pursuit of happiness) için bir araçtır. Ancak *Gazap Üzümleri*'nde hikâyenin dramatik seyrine neden olan göç, kolektif hafızadaki bu göç ve sınır mitini yapı bozumuna uğratmaktadır.

Filmdeki Joad ailesinin çiftliklerini terkederek bir başka şehre göç etmesini de bir mutluluk arayışı olarak yorumlamak mümkündür. Ancak aile, bu mutluluk arayışını bir tercih değil zorunluluk olarak deneyimleyecektir. Bu zorunluluk, filmde doğa koşullarından ziyade ekonomik toplumsal nedenlere dayanmaktadır. Amerika'da Kuzey-Güney İç Savaşı'ndan sonra top-

•••

3 Plymouth Kolonisindeki ilk yerleşimciler için kullanılan ifadedir.

raksız çiftçiler, toprak sahiplerinden kiraladıkları topraklarda tarım yapma sistemine (sharecropping) geçmiştir. 1930'lu yıllardaki toz fırtınaları toprağı verimsizleştirdiğinden, toprak sahipleri topraklarını bankalara satmıştır. Topraklarda endüstriyel tarıma geçişi sağlayan makinelere sahip olan bankalar daha az insan gücüne ihtiyaç duymuş (Swensen 2015, 12), 1929 Bunalımı da kiracıların topraklardan atılmasına neden olmuştur. Bu koşullarda 1936'da dört milyon çiftçinin ortalama haftalık geliri 1 doların altına düşmüştür (Swensen 2015, 12) ve bu rakam dönemin Tarım Bakanlığı'nın açıklamalarına göre dört kişilik bir ailenin günlük gıda masraflarının çok altındadır (14). Bu yoksulluk en çok Oklahomalı çiftçileri etkilediğinden "oki" (Oklahomalı yoksullar) kelimesi yoksulluğun sembolü haline gelmiştir (Swensen 2015, 13). Bu nedenle özellikle Oklahomalılar için göç bir zorunluluktur. 1929 Büyük Bunalımı'ndan sonraki yılda, bir milyondan fazla Amerikalı göç etmek durumunda kalmış, 1935-1938 arasında ise Kaliforniya'ya dört yüz bin civarında göçmen gelmiştir (Swensen 2015, 11-12). Kaliforniya'nın iklimi ve tarım arazilerinde her mevsim çeşitli ürünlerin yetiştirilebilmesi Kaliforniya'yı mülksüz ve işsiz Amerikalılar için bir fırsat coğrafyası haline getirir. Bu toplumsal ve ekonomik yapıyı yansıtan filmde de kiracı Joad ailesi, kuşaklar boyu büyüdüğüleri, ekimini yaptıkları, çocuklarını besledikleri ve yaşamlarını kurdukları topraklardan bankalar tarafından çıkarılır. Amerika'ya büyük bir inançla gelerek Amerika'yı kişisel hayallerinin gerçekleşeceği bir yer olarak gören ve mutluluk arayışındaki ataların (Wall 2008, 18) torunları topraksız, evsiz ve geleceksizlik içinde zorunlu olarak göç etmek durumunda bırakılmıştır.

Filmin ilk sekansında şartlı tahliye edilen Oklahomalı Tom Joad (Henry Fonda), ailesinin bulunduğu yere geldiğinde, tüm çiftliklerde yaşayan ailelerin başka yerlere göç etmek zorunda kaldığını öğrenir. Terkedilmiş bir kulübede gizlice yaşayan ve yaşadıklarından sonra akıl sağlığını yitirdiğini söyleyen komşusu, bütün ailelerin evlerinden atıldığını ve göçe zorlandıklarını Joad'a anlatır. Bu ailelerin göçü, kendi rızalarıyla çıktıkları bir mutluluk arayışı değil, topraklarından atılmaktan kaynaklanan zorunlu bir göçtür. Bir sonraki sekans Tom'un ailesiyle buluşması, Joad ailesinin Kaliforniya'ya doğru yola çıkması ve yolda başlarına gelen sahneleri içermektedir. Joad ailesinin Kaliforniya'ya göç etme kararını içeren sahnede ailenin, bir gazetede güneşli Kaliforniya'nın tarım işçilerini beklediği ilanını okuyarak Kaliforniya'ya gitme kararı aldığı görülür. Kaliforniya bir bakıma Joad ailesi gibi mülksüz Amerikalılara *vadedilmiş topraklardır*. Zaten göç mitini, *vadedilmiş topraklar* mi-tinden ayrı düşünmek imkânsızdır.

Jay Parini, Amerika kıtasındaki Plymouth kolonisinde yaşayan William Bradford'un 1651'de yayımlanan kitabını (*Of Plymouth Plantation*) *vadedilmiş topraklar* mitinin kurucu metinlerinden biri olarak yorumlar (2010, 3). Parini'ye göre Mayflower gemisiyle Amerika'ya ayak basan, dindar Bradford'un kıtadaki yerleşimden yaşamını aktaran bu tarihsel belgenin önemi 1800'lerin ikinci yarısında Amerika'nın doğusundan batısına göç etmek isteyen kişilere cesaret vermesidir (2010, 9). Çünkü Bradford metinde Tanrı'nın da rızasıyla kendini ideallerine adayan kişiler için yeni toprakların kolonicilere isteklerini vereceklerini ifade etmekteydi (aktaran Parini 2010, 9) ve onlar bu yolculuğa çıkabilen, Tanrı'nın korumasındaki seçilmiş kişilerdi (13). Denilebilir ki ilk koloni üyelerinin deneyimleri ve elde ettiği başarılar, batıya göç etmek isteyen ve mutluluk arayışındaki insanlara batıyı Tanrı tarafından vadedilmiş keşfe, ekilmeye ve ıslaha hazır topraklar olarak düşünmeleri için cesaret vermiştir. Göç etmeye zorlanan Joad ailesi için de gazetedeği ilan, mülksüz çiftçi ailesine bir bakıma Kaliforniya'yı vadetmektedir. Kaliforniya ailenin en yaşlısı için bir portakal, hamile kızlarının çocuğunu büyüteceği yer, ailenin ikinci kuşak ebeveynleri için ekilecek, çalışılacak toprak demektir. İlk sekanstaki göç, kolektif hafızada yer eden imgeye yeni bir anlam yüklemiştir. Çünkü bir yandan ilk göçün imgesini ve kazanımlarını hatırlatırken öte yandan bu imgeyle gerçeklik arasındaki uyuşmazlığı görünür hale getirmektedir: Joad ailesi, göçle kurulan bu vadedilmiş topraklarda, vadedilen toprağa ve refaha ulaşamamış, kiracı olarak yaşamak zorunda kalmış ve en sonunda iç göçe zorlanmıştır. Oysa ulus mitlerinden *kendi kendini var eden kişi* (self-made man) ve göç miti, bir toprak parçası sahibi olmaya dayanır. Birbirini tamamlayan ve besleyen bu mitler *Amerikan rüyasının* da özünü oluşturmaktadır. Lawrence R. Samuel, on yıllar boyunca kuşaktan kuşağa eğilip bükülse de *Amerikan rüyasının* hiç değişmeyen içerikleri arasında ev ya da toprak sahibi olma arzusunun yer aldığını ifade etmektedir - eve ya da toprağa malik olmak rüyanın bir temelidir (2012, 6). Belli ki Joad ailesinin ataları da rüyayı gerçeğe dönüştürememiş ve torunlarına yaşayacakları ve ekecekleri bir toprak parçası bırakamamıştır.

Ailenin inancı her şeye rağmen Kaliforniya'nın ekonomik ve toplumsal sorunlarını unutturacak bir yer olmasıdır. Aile için Kaliforniya imgesi, atalarının Amerika'ya ilk göçlerinde olduğu gibi, çalışarak bir toprak parçasına sahip olacakları, keşfe açık coğrafya olduğudur. Zaten *vadedilmiş topraklar* mitinin de içerdiği düşüncelerden biri budur. İlk göçler, yeryüzünde cennet kurma ütopyasını içermekteydi (Paul 2014,142) ve bu ütopya bir parça ekilecek toprak olmadan gerçekleşemezdi. Tüm olumsuzluklara rağmen Oklahomalı ailenin de tek umudu ve hayali emek gücüyle satın aldıkları bir toprak

parçasında hep birlikte çalışarak, dayanışma ve refah içinde yaşayabilmektir. Amerikan halkının kolektif hafızasına seslenen batıya göçteki kırsal idealizmin, geçimlik bir toprakla gelen, basit yaşama dayalı cennet bahçesi algısına dayandığı unutulmamalıdır (Paul 2014, 314).

Melvyn Stokes'a göre Joad ailesinin Kaliforniya'ya göçü, *sınır* mitinin Hollywood'daki türsel karşılığı olan Western ile ilişkilendirilebilir (2013, 177-195). Ancak Stokes'un *Gazap Üzümleri* ve western filmleri arasında kurduğu bu tematik ilişkiye rağmen *Gazap Üzümleri*, ideolojik konum açısından Western türünden farklıdır. Western türünün ideolojik konumlanışı, Amerikan ulus mitine ait olguları onaylamak, Amerikalı olmak ve olmamak (yerliler vb.) karşıtlığına dayanmaktadır. Bu türün anlatsal kodlarında tehdit, öteki olarak tanımlanan vahşi ya da 'kızılderili' diğer bir ifadeyle beyaz ve Hristiyan olmayandır. Oysa *Gazap Üzümleri*'nde tehdit sistemin kendisidir (Stokes 2013, 177-195). Henüz Kaliforniya'ya varmadan mola verdikleri ilk kamptaki bir diğer göçmen, ailedeki vad edilmiş topraklar imgesini paramparç aeder. Kaliforniya'dan dönmekte olan ve açlıktan ailesi ölen göçmen, Kaliforniya'ya giden Joad ailesine, iş bulmanın ancak en düşük ücretlerde çalışma kabul edilirse olduğunu söyler. Film ilerledikçe Joad ailesi bir yoksul kampıyla diğer yoksul kampı arasında bulunduğu birkaç işte göçmenin uyarısını deneyimler.

Joad ailesi hayallerini gerçekleştirmek için Kaliforniya'ya vardığında 'sistem' tüm ilişkileriyle ailenin karşısına çıkar. Kaliforniya'da iklim nedeniyle her mevsim tarımsal ürün yetiştirilebildiğinden bu bölgede her zaman tarım işçisine ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak iş gücünün fazla olması, çiftlik sahiplerinin tarım işçilerini en düşük ücretle çalıştırmasına yol açar. Kaliforniya'nın yerel halkı ve çiftlik sahipleri için, daima yedek işgücünün bulunması nedeniyle bu göçle gelen insanlar ucuz işgücü olarak görülür (Swensen 2015, 15). Filmde Joad ailesinin çiftliklerde çalışma deneyimlerini gösteren sahneler sermaye ve emek arasındaki ilişkiyi görünür hale getirir. Göçmenler sadece günlük yiyeceklerini karşılayabilecekleri bir ücretle çalıştıkları için sermayenin gücü arttıkça emekçinin sermayeye bağımlılığı artar. Emekçinin ürettiği artık değer, sermayeyi büyüttükçe sermayenin emekçiye baskısı çoğalır. Amerikan ulus mitlerinde yer alan ve *Amerikan rüyasının* da bileşeni olan ve sınıf atlama fırsatını özetleyen *kendi kendini vareden kişi miti*, bu teknelci kapitalizm koşullarında imkânsızdır.

1832 tarihli Henry Clay'in senato önündeki konuşmasında, bir çeşit otonom olma ve kendine yardımcı olmayı ifade eden kendi kendini var etme deyimi, ekonomik ve ideolojik bir işlev yüklenerek, Amerikan kültür ürünleri

aracılığıyla ulusal mitlerden birine dönüşmüştür. *Kendi kendini var eden kişi* mitinin ardında sosyal Darwinizm, rekabete dayalı başarı, çalışma etiği gibi liberal kapitalizmin çekirdek düşünceleri bulunur ve son tahlilde 'başarılı' olmak ya da olmamak, 'zengin' olmak ya da 'fakir' olmak kişinin sisteme tutunmak için yeterince çaba gösterip göstermediğiyle ilişkilendirilir. Aynı zamanda bu mit, Amerika'ya gelen ilk kolonilerin Protestan çalışma etiğiyle doğrudan ilişkilidir. Yukarıda adı geçen Amerika'ya gelen ilk göçmenlerden Bradford'un, kıtaya ayak basmasıyla başlayan deneyimlerinden oluşan metni, *vadedilmiş toprakların* 'çalışma'yla gerçekliğe dönüştüğünün aktarılmasıdır. Protestan ahlakı, çalışmayı bir ibadet biçimi haline getiren inancıyla ekonomik ilerleme için dinsel bir destek oluşturur. Bu Protestan ahlak, Max Weber'in de erken bir tarihte tespit ettiği gibi çağdaş kapitalizmin ruhuna yön veren yaşam tarzının doğmasına neden olmuştur (2013, 45). Weber'in bu yaşam ahlakı için örneğinin Amerikan siyasi tarihinin en önemli şahsiyetlerinden ve kurucu babalarından Benjamin Franklin olduğu unutulmamalıdır. Weber, yasa dışı olmadığı sürece Benjamin Franklin'in para kazanmayı vahyin bir dışı vurumu olarak yorumladığını ifade eder (Weber 2013, 48). Weber'e göre "vahiy kaynaklı insanın görevi üzerine bu kendine has fikir, kapitalist kültürün toplumsal ahlakının en karakteristik özelliği ve bir açıdan da en temel dayanağı" olmuştur (Weber 2013, 48). *Kendi kendini var etmek*, bir biçimde bir başarı hikâyesi yaratmaktır ve bu başarı hikâyesi çoğunlukla çaba ve çalışmayla ilişkilendirilir. Amerika'nın vadettiği fırsatlar çalışmayla gerçekliğe dönüştürülecektir. Paul, *kendi kendini var eden kişi* mitinin Amerikan kültürü tarafından icat edilen, dışavurumcu liberal bireyciliği temsil ettiğini söyler (2014,368). 19. yüzyılın önemli Amerikalı kanaat önderlerinden ve daha sonra aşkını bir felsefe benimseyen Ralph W.Emerson, Protestan göçmen bir ailede yetişmiştir. Emerson okurlarına şöyle seslenir: "insan zengin olmak için yaratılmıştır, ya da yetilerini kullanmasıyla, düşüncenin doğayla kurduğu birlik sayesinde kaçınılmaz olarak zenginleşir" (2016, 94). Emerson bir kanaat önderi olarak *Yaşamın İdaresi* kitabının zenginlikle ilgili bölümünde sıklıkla zenginlik ve çalışma arasında liberal ilişkiler kurmaktadır (2016, 82-113). Ancak sabahtan akşama kadar çalışmak sermayeye bağımlı bu ailenin kendi başarı öyküsünü gerçekleştirmesine imkân tanımamaktadır. Joad ailesi sabah şafakla başlayıp havanın karardığı ana kadar geçen çalışma sürecinin sonunda günlük gıda ihtiyaçlarını bile karşılayamaz. Dolayısıyla sınıfsal hareketliliğin mümkün olduğu önermesini de içeren çalışma etiğine bağlı, *kendi kendini var eden kişi* mitinin tam da sınıflı bir toplumda mümkün olmadığı mesajı verilir. Karl Marx'ın şu saptaması bu açıdan önemlidir:

üretim basit bir teknik süreç değil, verili toplumsal ön varsayımların, toplumsal ilişkilerin yeniden üretimidir. Toplumda sömürüyü malların bölüşümü vb. düzeyinde değil bizzat üretimin (emeğin) yapılış tarzında- emeğin, ön varsayım olan sermayeyi ve kendi sermayeye köleliğini yeniden üreten bir ücretli emek olmasında- teşhis etmek için bu ilkeyi kavramak gerekir (2008, 117).

Özel sermayeye dayalı üretim, sınıflı toplumun tüm çelişkilerini yapısal olarak yeniden üreteceğinden sınıf atlamanın bu üretim biçiminde aranması bir çelişki olarak varlığını korumaktadır. Joad ailesi, Kaliforniya’da bir çiftlikten diğer çifliğe kölece çalışmasına rağmen film süresince asla bir toprak parçası sahibi olamayacak, mülk edinemeyecek ve *kendi kendini var edemeyecek*, başarı rüyasını gerçekleştiremeyecektir. Çünkü, çalışarak zengin olma imkânının ilk şartından yoksundur. Bu şartı Emerson şöyle dile getirir: “her insanın kendini doyuruyor olması” (2016, 85). Diğer bir deyişle Emerson, çalışma yoluyla insanın kendi sosyal kaderinde değişim yaratabileceği fikrini yine sabit bir sermayeyle başlatacaktır. Oysa Joad ailesinin film boyunca karnılarını bile doğru düzgün doyurabilecek işleri olmayacaktır. Filmde sadece Joad ailesinin değil mülksüz diğer işçilerin de açlıklarını yansıtan sahnelere birden fazla yer verildiği görülmektedir.

*Gazap Üzümleri’*nde olay örgüsünün büyük bir kısmı göçmen ve yoksul kamplarında geçmektedir. Bu kamplar, toprak /ev sahibi olma arzusunun kolektif dışavurumu olan *göç/sınır* mitini sıklıkla paramparça eder. Çünkü bu kampların amacı, ev /toprak sahibi olamamış ve bu umutla başka coğrafyalara göç eden Amerikan yurttaşlarına barınma sağlamaktır. Özel kamplarda mülksüz göçmen işçiler her türlü insanlık dışı davranışa maruz kalırken, yerel çiftlik sahipleri için buralar ucuz iş gücü deposu olarak sürekli denetlenmektedir. Yerel güvenlik görevlileri bu kamplarda yaşayan göçmenleri çiftlik sahipleriyle birlikte insanlık dışı koşullarda çalışmaya zorlamaktadır. Filmde Joad ailesinin en insani koşullarda yaşadığı yer, Farm Security Administration’a (Çiftlik Güvenlik İdaresi, FSA) ait göçmen kampıdır. Filmde adı geçen bu kamuya ait kamplar 1935 yılında hükümet tarafından yapılmış, sonra Resettlement Administration’a (Yerleştirme İdaresi) son olarak da FSA’ya geçmiştir (FSA Migratory Labor Camp 1940). Öte yandan filmdeki özel kamplarla karşılaştırıldığında FSA’ya ait bu kamp kâr amacı gütmeyen kamu yatırımlarının yurttaşlar için önemini görünür hale getirmektedir. Kamuya ait göçmen kampları, *vadedilmiş topraklar* mitinin temel bileşeninin resmi bir biçimde yitişinin beyanı iken, diğer açıdan kapitalist ekonomide piyasanın kaderine terk edilen mülksüzleri koruyacak kurumsal yapının kamuda olduğunu göstermektedir. Bu çerçevede filmin tamamında özel sermayeye ait çiftlikler ve

göçmen kamplarına ait göstergeler olumsuz anlamlara sahip olmuştur. Öte yandan özel yoksul kamplarında ve çiftliklerde kamu güvenlik güçlerinin sahip olduğu araçları kullanarak sermayenin lehine mülksüzlere baskı uygulaması, hukukun ortadan kalktığı, yozlaşmış toplumsal ilişkileri göstermektedir. Bu noktada Jordan'ın *bireyci liberalizm* ile *sosyal fayda* arasında Protestan ahlakından kaynaklandığını düşündüğü Amerikan gündelik yaşamındaki sınıflararası dengenin (2003, 2) film dünyasında kaybolduğu izlenmektedir. Jordan'ın bu yorumu, Weber'in, Benjamin Franklin örneğinde de bir ahlaki değer olarak tanımlanmıştır. Amerika'nın kurucu babalarından biri olan Benjamin Franklin, her ne kadar bir deist olsa da Weber'e göre para kazanmanın yanında "belirli sofuluk eğilimleriyle diğerlerinden ayrılmaktadır" (2013, 65). Benjamin Franklin para kazanmayı ve çalışmayı dinsel bir pratik olarak görmekle birlikte ekonomik girişimlerini toplumsal faydayla dengeleyen bir kapitalist modeldir. Weber, Benjamin Franklin örneğinde, onun müteşebbis ruhunun toplumsal dayanışma ve ortak yarar ilkeleriyle dengelendiğinden bahsetmiştir. Alain Touraine de Weber ve onun kapitalizmin gelişimiyle ilgili kuramından bahsederken şuna dikkat çeker: protestanlık "kapitalizme yatkın bir ethosun yaratımına katkıda bulunmuşsa, aynı zamanda bir başka yönde (...) kapitalizmin ruhunun karşıtı olarak görülmesi gereken burjuva bireyciliği yönünde bir vicdan, sofuluk ve içtenlik ahlakının geliştirilmesine de güçlü biçimde katkıda bulunmuştur" (1995, 41). Ancak filmdeki toplumsal ilişkilerde bu denge yitirilmiş, Benjamin Franklin'in yurttaşlık modelinde altı çizilen ve dinî ahlakın bir gereği olarak telkin edilen sosyal dayanışma ortadan kalkmıştır. Bu noktada filmdeki rahibin (John Carradine) inanç olgusunu sorgulamaya başlaması ve filmin ilerleyen sahnelerinde sendika çalışmaları yaparken sendika karşıtları tarafından öldürülmesi göstereni önemlidir. Filmin ilk sahnesinde Tom'a kasabadaki yoksulluğu haber veren rahip, gördüğü tüm acılar karşısında yaşananların Tanrı'dan geldiğini düşünerek inancında şüpheye düşmeye başlamış ve kiliseden ayrılmıştır. Rahip, film ilerledikçe acının asıl kaynağının sistem olduğunu idrak eder ve göçmen kamplarında sendika çalışmalarına katılır. Ancak başta yerel devlet memurları olmak üzere diğer çiftlik sahipleri sendikal çalışmaları önlemek için her türlü hukuk dışı uygulamaya başvurur. Göçmen kamplarındaki sahnelerde gösterilen olaylar (yoğun sefalet, şiddet, hukuk dışılık, zorbalık, düşük ücrette çalıştırılma) gündelik yaşamda dönemin toplumsal ekonomik koşulları karşısında çözülmeye başlayan toplumsal ilişkilere dair bir yorum olarak okunabilir. Amerikan tarihinin ilk dönemlerinde kolonilerdeki insanları biraraya getiren ve karşılıklı güvenden doğan ulus bağı (Arendt 2017, 222-223) çözülmeye başlamıştır.

Ekonomik bunalımla birlikte toplumsal ilişkilerdeki çözülmenin ulus bağında krize yol açtığını söylemek mümkündür. Tam da 1930'larda *Amerikan Rüyasının* kavramsallaştırılması, bu çözülmenin giderilmesi için yeni mitle-re duyulan ihtiyacı göstermektedir. Kökleri 17. yüzyıla dayanan bu kavram, 1930'larda yeniden popülerleştirilmiş ve yeniden icat edilmiştir. Samuel, kavramın Bağımsızlık Bildirgesi'nde formüle edildiğini ifade etmektedir (2012, 3-4). 4 Temmuz 1776'da kolonilerin Büyük Britanya Krallığı'ndan siyasi olarak ayrıldığını ilan ettiği bu bildirmede, her insanın "özgürlük ve mutluluğa erişme hakkının" olduğu ifade edilmektedir (Amerikan Bağımsızlık Bildirgesi, 2020). Bildirmede geçen *mutluluğa erişme hakkı*, Amerikan liberalizmiyle uyumlulaştırılarak, bazen bağımsızlığı bazen bir mülkü bazen de bambaşka istekleri ifade eder ve sosyal travmanın en yüksek olduğu zamanlarda motivasyon taşıyıcı bir anlama bürünür. Özgürlük ve mutluluk doğuştan herkesin sahip olduğu bir hak olduğu ve anlamları herkes için bir biçimde farklı bir ihtiyacı giderecek genişlikte olduğu için "rüya hem radikal hem muhafazakâr, inançsal ve seküler" olabilir (Samuel 2012, 4). Bu rüyanın içinde girişimci ruh, baştan çıkarıcı refah, başarılı olma baskısı, hiçbir şeyin imkânsız olamayacağına dair umut da vardır (Samuel, 2012, 5).

Samuel'in yukarıda ifade ettiği gibi toplumsal travmaların en yoğun olarak hissedildiği 1931 yılında James Truslow Adams, *The Epic of America* kitabında rüyayı kavramsallaştırmıştır. Bu kitapta yazar, rüyanın başlangıcını ilk göçmen kolonilerindeki kişilerin daha iyi bir yaşam ve ekonomik refah için duydukları isteğe bağlar (Truslow Adams 1931, 31). Bu insanlar doğuştan sahip olduğu ekonomik sınıf ne olursa olsun çalışarak isteklerini gerçekleştirme umuduyla Amerika'ya gelmişlerdir. Rüya, ekonomik yükseliş ve kapasiteleri geliştirme öngörüsüdür (Samuel 2012, 13). Rüyanın gündelik yaşamdaki karşılığı *Amerikan yaşam tarzı* (American way of life / American way) yine bunalım dönemlerinde çözülen toplumsal ilişkileri birleştirmek için ideolojik bir tutkal olarak kullanılmıştır. 1930'ların ortasında bu kavramın kullanımında birden büyük bir artış yaşanmıştır. 1932'de olumlu ya da olumsuz olarak *New York Times* da yedi yüz yirmi beş defa kullanılan kavram, ilerleyen dönemde çeşitli dergilerde iki binden fazla kullanılmış ve hakkında kitaplar yazılmıştır (Wall 2008,15). *American way* kavramının kullanımının bu kadar çeşitlilik göstermesi yüzünden *Harper's Magazine*, Büyük Bunalım döneminde Amerikan gelenek, ideal ve kültürüne uygun biçimde bu kavrama açıklık getirmek isteyerek 1937'de bin dolarlık ödüllü bir makale yarışması düzenler ve makalenin konusunu *American way* olarak belirler (Wall 2008, 15). Wall'a göre *American way* kullanımının bu kadar çok artması Amerika'da yaşanan derin bir kimlik

ve aidiyet sorununun bir göstergesidir (2008, 17). İşte bu kimlik sorunu yüzünden 17. yüzyılda Amerika kıtasına ayak basan ilk kolonilerin deneyimlerine dayanan ulus mitleri çeşitlendirilerek ve zenginleştirilerek yeniden dolaşıma sokulur. Ancak *Gazap Üzümleri*'ndeki aile, film boyunca *Amerikan rüyasında* vadedilen yaşam biçimine de asla sahip olamamıştır. Joad ailesi sınıf atlamak bir yana kendi sınıfına ait temel üretim araçlarından (toprak) yoksundur ve filmin başında hayal ettikleri en ufak bir refah koşuluna sahip olamaz. Filmdeki mülksüz ailelerle ilgili hiç bir gösterenin içeriğinde gerçeğe dönüştürülmüş bir hayal bulunmamaktadır. Aksine film evreninde yer alan tüm aileler sefalet, açlık, kölece çalışma gibi gösterenlerle kurulmuştur.

Filmde göçmen kampları dışında toplumsal çözülmeye dair en önemli diğer gösterenler, mikro ırkçılığı anlatan sahnelerdir. Pek çok sahnede Joad ailesine Oklahomalı oldukları için yerel halk ırkçı şiddet gösterir. Göçmen kamplarının bir kısmında ve çalışmak için gittikleri çiftliklerin bazılarında Oklahomalı olduklarını gizlemek durumunda kalırlar. Oklahomalılara iş verilmeyeceği kamplarda dile getirilir. Bu kötü deneyimler nedeniyle aile araçlarının plakasını çamurla kapatarak yola devam eder. Çiftlik sahipleri ve yerel halk tarafından ucuz iş gücü olarak sömürülen ailenin, bölgesel ırkçılığa maruz kaldıklarının gösterildiği sahneler toplumsal ekonomik sistemin Amerikan ulus mitlerinden biriyle daha uyumsuzluğunu ifşa etmektedir. Oysa 18. yüzyıldan bu yana Amerika'nın metal paralarına işlediği *E Pluribus Unum* yani Çokluktan Birliğe sloganı, Amerika'nın tüm ırktan ve kültürden ortak bir ideal, umut, rüya etrafında birleşen insanlardan kurulduğu söylencesinin ifadesidir (Paul 2014, 257). Bu ifade Paul'a göre *melting pot* mitinin standartlaştırılmasıdır ve Amerikan ulus mitlerinin içinde ırkların birliği (*melting pot*) diğerlerine göre en fazla birlik ve ortaklık idealini temsil eder (2014, 257). Irkların birliği tek bir ırkın egemenliğini değil, çok kültürlü ve çok kimlikli bir yapıdan doğan üst kimlik ve ideal altında bütünleşme fikrini ifade etmektedir. Amerika'yı ırkların birliği ya da ırkların kaynaşma potası olarak tayin etme eğilimi ya da bu ulus miti iki önemli kültür ürünüde yaratılmıştır. Bunlardan ilki Fransız doğumlu bir Amerikalı Hector St. John de Crevecoeur'ın 1782 yılında yayınlanan *Amerikalı Bir Çiftçiden Mektuplar* (Letters from an American Farmer) eseridir. Yazar, bu mektupların üçüncüsü olan *Amerikalılık nedir?* bölümünde İngiliz, İskoç, İrlandalı, Fransız, Hollandalı, Alman ve İsveçlilerin karışımından Amerikalılar denen o ırkın doğduğunu anlatır (Crevecoeur, 2003). Bir diğer metin 1903'de Çarlık Rusya'sında yaşanan Yahudi karşıtı bir ayaklanmada ailesi öldürülen bir adamın Amerika'ya göçünü anlatan 1908 tarihli *Eritme Potası* (The Melting Pot) adlı tiyatro oyununda kullanılmıştır

(Zangwill, 2007). Tiyatro oyununda, oyuncunun tüm kültürlerin ve ırkların birarada kaynaşma rüyasını ifade ettiği cümle, Amerika'nın toplumsal yaşamıyla ilişkilendirilmiştir. Çünkü ilk kolonilerin 17. yüzyılda kıtaya gelmesinden sonraki yüzyıllarda Amerika limanları Alman, İngiliz, İtalyan, Çinli ve İrlandalı kişilerle dolup taşmıştır ve 1882 yılına kadar Amerika, göçmenlere sınırlarını açmayı bir devlet politikası olarak uygulamıştır (Melting Pot America, 2006). Ancak filmde, hem mikro milliyetçilikle hem de yozlaşmış insan ilişkileriyle ilgili kurulan sahnelerde tam da *Amerikan rüyasında* liberal bir biçimde telkin edilen *mutluluğu arama* düşüncesinin çelişkili doğasının sonuçları aktarılmaktadır. Zira Arendt, Amerika'nın kuruluş aşamasındaki *Bağımsızlık Bildirgesi*'nde yer alan 'mutluluk arayışının' belirsiz doğasına dikkat çeker (Arendt 2017, 166) ve bu belirsizlik "korkunç bir imtiyaz hakkı"na (Jones'dan aktaran Arendt 2017,166) yol açarak bireyin yurttaşın önünde konumlandırılmasına (183) neden olur. Böylece mutluluk, kamusal alanda özgürlük, temsilde eşitlik gibi Amerikan devletinin kurucu politikalarına yön veren değerlerde ya da ırkların kardeşçe birarada olduğu toplumsal ilişkilerde aranmaz. Bunun yerine kişilerarası rekabete dayalı, liberal kapitalist bir mutluluk arayışı geçer. Bu anlayışın egemen olduğu toplumsal ilişkilerde yozlaşmanın yaşanması doğal bir sonuçtur. Filmde yerel çiftlik sahipleri de, çiftlik sahiplerinden rüşvet alan devlet memurları da bireysel mutluluk arayışının peşindedir. Mutluluk arayışı, liberalleştirilerek para kazanma arzusuna dönüştüğü için kişilerarası dayanışma ortadan kalkmıştır.

Gazap Üzümleri'nde yerinden edilmeye çalışılan bir başka ulus söylencesi *tarım miti*dir (agrarian myth). *Tarım* miti diğer mitlerle iç içe geçen, *göç/sınır* ve *vadedilmiş topraklar* mitiyle anlamsal bir akrabalık içinde düşünülmesi gereken bir mittir. Çünkü Amerika kıtasının kuzeyindeki toprakların işlenmesi ve tarımın büyümesiyle birlikte öngörülen toplumsal ve siyasal ilerleme hayali, *vadedilmiş topraklara* göç etmeden mümkün olamayacaktır. Göçle gelen ve bir ulusun kaderine yön veren Amerikan çiftçisi, Thomas Jefferson'un politik tahayyülünde demokrasinin özünü oluşturan, kendi kendine yetebilen aile çiftliklerini (Renck 2002, 6) kuracaktır. Bu mitin en önemli aktörü elbette çiftçidir. Richard Hofstadter, *The Myth Of The Happy Yeoman* makalesinde öncelikle bu mitin "kahramanı, kendi küçük toprağına sahip çiftçidir. Temel anlayışı, ideal insan ve ideal vatandaş olduğu fikriydi [...] Küçük bir çiftliğe sahip olan ve onu ailesinin yardımıyla işleten bu çiftçi, basit, dürüst, bağımsız, sağlıklı, mutlu insanın cisimleşmiş haliydi" (1956) demektedir. Yukarıda adı geçen Hector St. John de Crevecoeur'ın 1782 yılında yayınlanan *Amerikalı Bir Çiftçiden Mektuplar* kitabı bu mitin oluşmasına oldukça katkı sağlamıştır.

Bu çiftçinin basit yaşamı, doğaya ve yaptığı işe saygısı toprağa duyulan saygıyla birleşerek politik retorikte ulusal bir değer haline getirildi. Renck'e göre bu kültürel söylem daima Amerika başkanları tarafından politik retorikte de işlevsel olmuş ve kullanılmıştır (2002, 2). Özellikle fizyokrat düşünceden gelen Amerika'nın *kurucu babalarından* Thomas Jefferson, toprakta çalışan insanın Tanrı tarafından seçilmiş bir kişi olduğunu ifade ediyor, tekelleşmiş ve ileri teknolojiyle geliştirilmiş kapitalist tarım modeline mesafeli yaklaşıyordu (Renck 2002, 4). Ancak film süresince Jefferson'un idealindeki kendi kendine yeten, bağımsız çiftçiler yerine diğer çiftçileri topraksızlaştıran, onları kendileri için işçileştiren ve kendilerine bağımlı hale getiren tekelci kapitalist toprak sahipleri ve onlar için çalışmak zorunda kalan mülksüz çiftçiler gösterilmiştir. Öte yandan filmde çiftçileri başkaları için emeklerini satmaya zorlayan nedenlerin arasında tarımın endüstrileşmesi gösterilmektedir. Tarımda endüstrileşme makineleşmeyle ilişkilidir. Filmdeki çiftçiler her bir traktör için on ya da on beş ailenin topraklarından kovulduğu bilgisini birbirleriyle paylaşmaktadır. Oysa Jefferson'un ideal çiftçilik anlayışında, endüstriyel tarım yerine *kendine yetebilen* ve bir çeşit hane içi üretim modeli bulunmaktadır (Renck 2002, 4). Bu koşullar altında başkalarınca sömürülen, torpraksız ve aç bir halde Jefferson'un ideal olarak övdüğü iyi ahlaklı çiftçi olabilmek oldukça zordur. Filmin en önemli karakterlerinden Tom'un annesi (Jane Darwell) oğluna "bir zamanlar bütündük, aileydik ve temizdik. Temiz kalmamıza izin vermiyorlar. Baba artık aile reisi değil. Hep birlikte dağılıyoruz. İnanılacak hiç bir şey kalmadı. Çocuklar hayvanlar gibi büyüyor" demektedir. Amerikan çiftçisi, yani *Tanrı'nın seçilmiş kulları olan çiftçiler*, endüstrileşen, kapitalistleşen tarım tarafından emilmiş, annenin ifade ettiği gibi dağılıp gitmiştir. Anne karakterinin *dağılma*yla ilgili söyledikleri, filmin gösterilenleri dikkate alındığında yalnızca aileyi değil bütün bir toplumdaki dağılmayı ima etmektedir. Çözülme Amerika'yı kuran çiftçi aileden başlayarak tüm toplumsal ilişkilere yayılmıştır.

Filmin son sekansı Tom'un, rahibin ölümünden sonra sendikal çalışmalara katılması, sendika karşıtlarından kaçması ve zorunlu olarak ailesini terketmesini içeren sahnelerden oluşmaktadır. Filmin ilk sahnesi Tom'un ailesinin yanına gelmesiyle başlamış son sahnesi Tom'un ailesini zorunlu olarak terketmesiyle bitmiştir. Böylesi bir dramatik yapı, göçe zorlanan, topraksız Amerikan çiftçisinin *vadedilen topraklarda* refahı bulamayışı ve şüpheli geleceğine vurgu yapmaktadır. Makalede incelenen gösterenlerin karşılığı olan ulus mitleri ve gösterenlerin içeriği aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 1.			
Filmdeki Gösterenler		Ulus Mitleri Açısından Gösterilenler	Ulus Mitleri Açısından Gösterenlerin İçeriği
Temadaki gösterenler	Zorunlu Göç	Vadedilmiş topraklar miti, sınır/göç miti, kendi kendini var etme miti.	Büyük Bunalım döneminde, yapısal nedenlerle ulus mitlerindeki vaatlerin gerçekleştirilemeyeceği.
Olay Örgüsündeki gösterenler	Joad ailesi topraklarından atılır, Kaliforniya'ya göç eder, yol boyunca göçmen kamplarında kalırlar, Kaliforniya'da mikro ırkçılıkla karşılaşır, çok düşük ücretle çalıştırılırlar, göçmen ve yoksul kamplarında yaşarlar, Rahip sendika çalışmalarında öldürülür, Tom sendika çalışmalarına katılır, yerel güvenlik Tom'u arar, Tom kaçır, Joad ailesi yeniden göç eder.	Vadedilmiş topraklar miti, sınır/göç miti, kendi kendini var etme miti/başarı miti, Protestan çalışma etiği, ırkların birliği miti, tarım miti, kurucu babalar miti.	Topraksız Amerikan çiftçisi, ev ve geçimlik toprak yokluğu, zorunlu göçün yol açtığı ucuz iş gücü, tekeli toprak kapitalizminin yol açtığı sınıflararası geçişin imkansızlığı, topraksız çiftçinin temel yaşam koşullarına sahip olamayışı, toplumsal dayanışmanın kayboluşu, geleceğe dair güven yitimi
Karakterlerdeki gösterenler	Tom Joad, Joad ailesi, rahip, Kaliforniya halkı, yoksul göçmenler, büyük çiftlik sahipleri, yerel güvenlik, bankacılar.	Tarım miti, ırkların bütünlüğü miti, Protestan ahlakı, kurucu babalar miti.	Çiftçinin topraksızlaşarak işçileşmesi, dinsel şüphencilik, ulusal dayanışmanın kayboluşu
Diğer gösterenler	Yoksulluk, yoksul ve göçmen kampları, hukuksuz çalıştırma, sendika çalışmaları, yoksul ve göçmen kampları, makineli tarım, bankalar, Büyük Bunalım.	Vadedilmiş topraklar miti, sınır/göç miti, kendi kendini var etme miti/başarı miti, Protestan çalışma etiği, ırkların birliği miti, tarım miti, kurucu babalar miti.	Amerikan rüyasının iflasi, evsizlik, devlet kurumlarında hukuksuzluk, finansal kapitalizmin tekelleşmesi, emek hakkının kayboluşu, mülküsüz çiftçinin yoksulluk çemberinden çıkamaması, toplumsal ve ahlaki modellerin gündelik yaşamda kayboluşu

Sonuç

Gazap Üzümleri üretim araçlarına sahip sermaye ile mülksüzleştirilen Amerikan çiftçi sınıfı arasındaki çelişkileri hikâye etmesi açısından Hollywood endüstrisinde istisnai politik filmlerden biridir. Olay örgüsü, karakterler, karakterlerin davranışları, karakterlerin davranışlarının ardındaki niyetler (amaçları, umutları, korkuları, istekleri) ve filmdeki diyaloglar filmin gösterenleri olarak açık biçimde film evreni içindeki sınıfsal çelişkilere odaklanmaktadır. Filmin son sahnelerinde, Tom ve annesinin diyaloglarında filmin bu sınıfsal çelişkilere odaklanan eleştirel yaklaşımı yinelenir. Tom mülksüzleştirilen halkın yanında yer alacağını söylerken, karşı açı çekimle ufka doğru bakar ve sinematografik şekilde Tom'un idealizmine vurgu yapılır. Annesinin, hemen sonraki sahnede bir başka çiftliğe çalışmak için giderken, çalışan sınıfın sonsuza dek varolacağıyla ilgili sözleri sermaye ve emek arasındaki ilişkiye dair Tom'un sözlerini pekiştirici bir işleve sahiptir. Ancak filmin gösterenleri Amerika'nın uluslaşma sürecindeki mitleriyle karşılaştırmalı olarak incelendiğinde filmin başka bir eleştirel söylemine daha ulaşılmıştır.

Amerika da diğer ülkelerin uluslaşma süreçlerine benzer biçimde ulusal bütünlüğünü ve kimliğini yalnızca askeri ve siyasi uygulamalarla kuramıştır. 17. yüzyılda Britanya Krallığı'ndan göç eden Hacıların (Pilgrims) ve Püritenlerin deneyimleri, Amerikan ulus kimliğinin kurulmasında toplumsal ve kültürel olarak yol gösterici olmuştur. Kültür ürünlerinde ve toplumsal tarih anlatılarında bu deneyimlerden faydalanılmış, ulus birliğini inşa eden ulusal mitler ortaya çıkmıştır. Benedict Anderson'un ifade ettiği bir tasarım olarak ulus, bu anlatılarla koparılamaz varoluşsal bağa sahiptir. Mayflower gemisiyle kıtaya ayak basan Plymouth kolonisinden göçmen Bradford'un anıları, Hector St. John de Crevecoeur'ın *Amerikalı Bir Çiftçiden Mektuplar'ı*, Benjamin Franklin'in *toplumsal kimliği* ya da James Truslow Adams'ın *The Epic of America*'sı Amerikalılık kimliği ve Amerikan ulusçuluğunda askeri ve siyasi teşebbüsler kadar önemlidir. Bu metinler, Amerikan ulus kimliğinin mitlerini oluşturmaktadır. Bu makalede Amerikan ulus kimliğini kuran *vadedilmiş topraklar, göç/sınır, kendi kendini var etme, ırkların/kültürlerin birliği, başarı ve tarımsal refah* mitleri *Gazap Üzümleri*'ndeki konu, olay örgüsü ve karakterler çerçevesinde incelenmiştir. Filmin olay örgüsündeki dramatik gelişmeye yol açan Kaliforniya'ya zorunlu göç, göçün Joad ailesi için taşıdığı anlam, ailenin göç sürecindeki deneyimleri ve ilişkilendikleri toplumsal çevre, Amerikan ulus mitleri açısından ekonomik, toplumsal ve kültürel gösterenler olarak yorumlanmıştır. Filmin ana hikâyesini oluşturan çiftçi ailenin Kaliforniya'ya

çalışmak ve toprak sahibi olmak arzusuyla göç etmesi, *vaat edilmiş topraklar, göç, tarım, kendi kendini var etme* ve *başarı* mitlerinin temel önermeleriyle karşılaştırılarak incelenmiştir. Göç sürecinde yaşananlar, Kaliforniya'daki iş arama ve çalışma deneyimleri de yine *kendi kendini var etme*, Protestan çalışma ahlakı ve *başarı* miti ve *ırkların/kültürlerin birliği* mitlerinin temel önermeleriyle incelenmiştir. Öte yandan filmin referans aldığı Büyük Bunalım dönemindeki toplumsal tarihle ilgili bilgiler de filmin olay örgüsündeki gösterenlerle ilişkisi açısından incelenmiştir. Bunun sonucunda Büyük Bunalım döneminde ulus mitlerindeki temel toplumsal ve ekonomik önermelerin, mülksüz çiftçi aileler için gerçekleşemediği görülmüştür. Sınıflı toplumun yapısal özellikleri Amerika'ya gelen ilk göçmen topluluklarının deneyimlerinden elde edilen ekonomik ve toplumsal kazanımları aşındırmıştır. Ailede ve toplumda görülen çözümleri toplumsal psikolojide sağaltmak amacıyla bu dönemde *Amerikan rüyası* ve *yaşam biçimi* kavramsallaştırılmış, kurucu ulus mitleri yeniden kültür ürünlerinde kullanılmıştır. Ancak dönemin toplumsal ve ekonomik koşullarını karakterize eden Oklahomalı Joad ailesi, ekonomik ve toplumsal olarak bu mitlerin hiçbir vadinin gerçekleştirilemeyeceğini göstermiştir. *Gazap Üzümleri* yüzeyde görülen sınıfsal çelişkilerin ötesinde ulus mitleriyle gerçeklik arasındaki çelişiklere odaklanması açısından Hollywood'da istisnai bir filmidir.

Kaynakça

- Abisel, Nilgün. Tarih Yok. *Popüler Sinemada Türler*. İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Adorno, Theodor W. 2013. *Kültür Endüstrisi ve Kültür Yönetimi*. Çeviren Nihat Ülner, Mustafa Tüzel ve Elçin Gen. İstanbul: İletişim Yay.
- Anderson, Benedict. 1995. *Hayali Cemaatler Milliyetçiliğin Kökenleri ve Yayılması*. Çeviren İskender Savaşır. İstanbul: Metis.
- Arendt, Hannah. 2017. *Devrim Üzerine*. Çeviren Onur Eylül Kara. İstanbul: İletişim.
- Barthes, Roland. 2013. *Dilin Çalışma Sesi*. Çeviren Ayşe Ece, Necmettin Kamil Sevil ve Elif Gökteke. İstanbul: Yapı Kredi Yay.
- Campbell, Joseph ve Bill Moyer. 2013. *Mitolojinin Gücü*. Çeviren Zeynep Yaman. İstanbul: MediaCat Yay.
- Cassirer, Ernest. 2005. *Devlet Efsanesi*. Çeviren Necla Arat. İstanbul: Say Yay.
- Crevecoeur, Hector John. 2003. "Letters From an American Farmer". [gutenberg.org. http://www.gutenberg.org/cache/epub/4666/pg4666-images.html](http://www.gutenberg.org/cache/epub/4666/pg4666-images.html). Erişim Tarihi 20 Ağustos 2020.
- Dieckhoff, Alain ve Jaffrelot Christophe. 2010. *Milliyetçiliği Yeniden Düşünmek*. Çeviren Devrim Çetinkasap. İstanbul: İletişim.
- Eliade, Mircea. 2001. *Mitlerin Özellikleri*. Çeviren Sema Rifat. İstanbul: Om Yay.
- Emerson, Waldo Ralph. 2016. *Yaşamın İdaresi*. Çeviren Aytek Sever. İstanbul: Doğu Batı Yay.
- Library of Congress. 1940. "FSA Migratory Labor Camp". <https://www.loc.gov/collections/fsa-owi-black-and-white-negatives/articles-and-essays/documenting-america/fsa-migratory-labor-camp/>. Erişim tarihi 26 Ağustos 2020.
- Galbraith, J.K. Tarih yok. *Kuşku Çağı*. Çeviren Reşit Aşçıoğlu. İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.
- Hansen, Per H. ve Anne Magnussen. 2018. "Making Sense of Business and Community in Hollywood Films, 1928–2016." *Business History Review* 92 (2): 307-337. DOI:<https://doi.org/10.1017/S000768051800003X>
- Hobsbawm, Eric J. 1995. *Milletler ve Milliyetçilik Program, Mit, Gerçeklik*. Çeviren Osman Akinhay. İstanbul: Ayrıntı Yay.
- Hofstadter, Richard. 1956. "The Myth Of The Happy Yeoman". *American Heritage* 7 (3). Erişim Tarihi 10 Ağustos 2020. <https://www.americanheritage.com/myth-happy-yeoman>.

- Horkheimer, Max. 2005. *Geleneksel ve Eleştirel Kuram*. Çeviren Mustafa Tüzel. İstanbul: YKY.
- Kolker, Robert. 2011. *Film, Biçim, Kültür*. Çeviren Fırat Ertınaz, Ali Güney ve Zeynep Özen. Ankara: De Ki Yay.
- Levinson, Julie. 2015. *The American Success Myth on Film*. New York: Palgrave Macmillan.
- Marx, Karl. 2003. *Felsefe Yazıları*. Çeviren Ahmet Fethi. İstanbul: Hill.
- Marx, Karl. 2008. *Grundrisse: Ekonomi Politikin Eleştirisi İçin Ön Çalışma*. Çeviren Sevan Nişanyan. İstanbul: İletişim.
- Melting Pot America. 2006. BBC NEWS. Erişim Tarihi 5 Ağustos 2020. <http://news.bbc.co.uk/2/hi/americas/4931534.stm>.
- Parini, Jay. 2010. *Promised Land: Thirteen Books That Changed America*. New York: Anchor Books.
- Paul, Heike. 2014. *The Myths That Made America an Introduction to American Studies Volume I*. Bielefeld: Transcript.
- Prasad, Pushkala. 1997. "The Protestant Ethic and the Myths of the Frontier: Cultural Imprints, Organizational Structuring and Workplace Diversity". *Managing the Organizational Melting Pot: Dilemmas of Workplace Diversity* içinde, editörler Pushkala Prasad, Albert Mills, Michael Elmes ve Anshuman Prasad, 129-148. California: Sage Publication, 1997.
- Renck, Ashley Wood. 2002. "The Agrarian Myth; How Has it Affected Agricultural Policy?". *Western Agricultural Economics Association Annual Meeting*. California: Western Agricultural Economics Association. Erişim Tarihi 2 Ağustos 2020. <https://core.ac.uk/download/pdf/7037512.pdf>.
- Roffman, Peter ve Jim, Purdy. 2010. "The Depression Human Toll." *Hollywood's America Twentieth Century America Through Films* içinde, editörler Steven Mintz ve Randy Roberts, 82-91. West Sussex: Wiley-Blackwell.
- Sacvan, Bercovitch. 2013. *The Rites of Assent: Transformations in the Symbolic Construction of America*. New York: Routledge.
- Samuel, Lawrence R. 2012. *The American Dream: A Cultural History*. New York: Syracuse University Press.
- Scognamillo, Giovanni. 1994. *Amerikan Sineması*. İstanbul: Ağaç yay.
- Singer, Irving. 2008. *Cinematic Mythmaking*. Cambridge: The MIT Press.
- Sloterdijk, Peter. 2008. *Kapitalist Dünyanın İç Evreninde*. Çeviren İlnur Aka. İstanbul: Kırmızı Yay.

- Stokes, Melvyn. 2013. *American History through Hollywood Film From the Revolution to the 1960s*. U.K, London: Bloomsbury.
- Strauss, Claude Levi. 2013. *Mit ve Anlam*. Çeviren Gökhan Yavuz Demir. İstanbul: İthaki.
- Swensen, James R. 2015. *Picturing Migrants: The Grapes of Wrath and New Deal Documentaring Photography*. Canada: University of Oklahoma Press.
- Truslow Adams, James. 1931. *The Epic of America*. Boston: Little, Brown and Company.
- Tudor, Henry. 1972. *Political Myth*. London: Pall Mall Press Macmillan Education.
- Turner, Frederic Jakson. 2020. "The Frontier In American History". *American Studies at The University Virginia*. Erişim Tarihi 15 Temmuz 2020.
<http://xroads.virginia.edu/~Hyper/TURNER/home.html>.
- Wall, Wendy L. 2008. *Inventing the "American Way": The Politics of Consensus from the New Deal to the Civil Rights Movement*. New York: Oxford University Press.
- Weber, Max. 2013. *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu*. Çeviren Gökhan Rızaoğlu. İstanbul: Oda.
- Whitfield, J. Stephen. 2004. "The American Century of Henry R. Luce". *Revue LISA/LISA e-journal [Online], Media, culture, history, World War II, Online The American Century of Henry R.Luce*. Erişim Tarihi 10 Eylül 2020.
<http://journals.openedition.org/lisa/917>.
- Whitfield, Stephen J. 2008. "Projecting Politics: The Grapes of Wrath." *Open Edition Journals*. <https://journals.openedition.org/lisa/813>. Erişim Tarihi 30 Temmuz 2020.
- Vikikaynak. 2020. "Amerikan Bağımsızlık Bildirgesi." https://tr.wikisource.org/wiki/Amerikan_Ba%C4%9F%C4%B1ms%C4%B1z%C4%B1k_Bildirgesi. Erişim tarihi 12 Eylül 2020.
- Zangwill, Israel. 2007. *The Melting Pot. The Project Gutenberg EBook of The Melting-Pot*. Erişim Tarihi 10 Temmuz 2020.
<https://www.gutenberg.org/cache/epub/23893/pg23893-images.html>.
- Zitzelsberger, Florian. 2019. "The American Film Musical and the Place(less)ness of Entertainment: Cabaret's International Sensation." *Humanities* 8 (2): 99. DOI: 10.3390/h8020099.

Filmler

Daryl F. Zanuck (Yapımcı) ve John Ford (Yönetmen). (1940). *Gazap Üzümleri* [Sinema Filmi]. A.B.D: Twentieth Century Fox.

Frank Capra (Yönetmen). (1938). *Para Beraber Gitmez* [Sinema Filmi]. A.B.D: Columbia Pictures.

Frank Capra (Yönetmen). (1939). *Bay Smith Washington'a Gidiyor* [Sinema Filmi]. A.B.D: Columbia Pictures.

Frank Capra (Yönetmen). (1946). *Şahane Hayat* [Sinema Filmi]. A.B.D.: LibertyFilms.

Llyod Bacon (Yönetmen). (1933). 42. *Sokak* [Sinema Filmi]. A.B.D: Warner Bros.

Enformasyon Toplumu Teorilerinin Üç Çelişkisi Teknoloji, Enformasyon ve Akıl Fetişizmi

Emre Canpolat

Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi

<https://orcid.org/0000-0001-9539-5217>

canemrepolat@gmail.com

Öz

Bu çalışma, özellikle 1980'li yıllardan itibaren düşünsel alanda etkisini arttıran ve enformasyon teknolojilerinin artan önemini odak noktasına alan teorilerdeki fetişizm sorununu incelemektedir. Enformasyon toplumuyla simgeleşen bu teoriler, yalnızca düşünsel dünyada etkili olmamış, 1980'li yıllardan itibaren uygulamaya konan ve küresel ölçekte neo-liberal politikalar olarak da bilinen politikalar zincirine de kaynaklık etmiştir. Enformasyon toplumu teorileri, genel olarak, teknolojiyi toplumsal bağlamından kopuk ve topluma dışsal bir şey statüsünde değerlendirmiştir; emek-değer teorisine karşı, insan emeğine dışsal bir bilgi-değer teorisini ileri sürmüştür ve bu yolla, aklın bölünmesini derinleştirerek akıllı teknokrasinin kullanımıyla sınırlandırmıştır. Tüm bunlar, fikrî düzeyde, teknolojinin, enformasyonun ve aklın birer fetiş unsura dönüştürülmesinin ifadeleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Enformasyon toplumu, fetişizm, teknoloji, enformasyon, akıl.

•••••

Makale geliş tarihi: 20.06.2020 ■ Makale kabul tarihi: 12.04.2021

<http://ilefdergisi.ankara.edu.tr>

ilef dergisi ■ © 2021 ■ 8(2) ■ güz/autumn: 353-379

Araştırma Makalesi DOI: 10.24955/ilef.1023089

Three Contradictions of Theories of Information Society

Fetishism of Technology, Information, and Intellect

Emre Canpolat

Hacettepe University Faculty of Communication

<https://orcid.org/0000-0001-9539-5217>

canemrepolat@gmail.com

Abstract

This study examines the problem of fetishism in theories that increase their influence in the intellectual field and focus on the increasing importance of information technologies, especially since the 1980s. These theories, symbolized by the concept of information society, which have not only been influential in the intellectual world but have also been the source of a chain of policies that have been implemented since the 1980s, also known as neo-liberal policies on a global scale. Theories of information society, generally, have evaluated technology as an external thing to society and as if a force which is disconnected from the social context; against the labor-value theory, proposed a knowledge-value theory which is external human labor and finally narrowed down general intellect to the use of technocracy. All this emerges at the intellectual level as expressions of transforming technology, information, and intellect into objects of fetishism.

Keywords: Information society, fetishism, technology, information, intellect.

• • • • •

Received: 20.06.2020 ■ Accepted: 12.04.2021

<http://ilefdergisi.ankara.edu.tr>

ilef dergisi ■ © 2021 ■ 8(2) ■ güz/autumn: 353-379

Research Article DOI: 10.24955/ilef.1023089

1960'lı yıllardan itibaren ortaya çıkan ve odağına yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerini alan bir dizi yaklaşım, ilerleyen yıllarda küresel ölçekte uygulamaya konulan çeşitli politik ve ideolojik yönelimlere kaynaklık ettiler. Marshall Berman'ın (2012, 42) andığı şekliyle, bu fütürist tahayyüllerin üzerinde anlaştıkları yegâne tespit, yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin (bilginin işlenmesi ve transferi, bilgisayarlar ya da genel olarak teknoloji olarak da karşımıza çıkar) klasik sanayi toplumuna özgü (ya da insanlığın) çelişki ve sorunlarını ortadan kaldırdığı ya da giderek önemsizleştirdiğidir (Mosco 2004, 32-35; Terranova 2006, 286-287; Postman 2016, 105-118). Böylelikle çok daha sıra dışı ve kimilerine göre daha eşitlikçi bir toplumsal düzenin kapılarının aralanması mümkün olmaktadır. En nihayetinde, 1980'li yıllardan itibaren hegemonik nitelikler kazanan bu tahayyüllerin, "çığır açan teknolojik bir devrim" müjdesini ve buna eşlik eden politik dönüşümleri içeren ideolojik bir blok oluşturduğu söylenebilir (Dyer-Witheford, 2004, Dusek 2006, 48-51; Törenli 2003).

Elinizdeki çalışma, enformasyon toplumunu, tüm bu tahayyüllerin ortak noktasına daha yakın bir vurgu noktasını imlemesi (enformasyonun kendisini ve bu kavram etrafında yeniden örgütlenen toplumu) açısından öne çıkarmaktadır (van Dijk 2006, 19-20). Bu teorilerin öne sürdüğü kavramlar

setini ve toplumu anlamlandırma tarzını “enformasyon ve iletişim teknolojileri paradigması” olarak da anabiliriz (Törenli, 2003). Zira bütün bu toplum tasavvurlarında, ister bilginin/verinin işlenmesi ve transferi (enformasyon haline gelmesi), ister bilgisayar veya genel olarak teknoloji olguları ya da enformasyona yönelik talep ön plana çıkartılıyor olsa da, her durumda enformasyonun merkezde yer aldığını söylemek mümkündür (Mosco 2004, 32-35, Garfield, 1979). Enformasyonun (veri transferinin) bilgisayarların ana unsurlarından biri olması ve enformasyonun tarihsel süreç içinde giderek insana dışsallaşması anlamında “nesne(l)leşmesi” –makinelere ürettiği ve işlediği bir şey haline gelmesi- (Masuda, 1990, 27) sözü edilen dönüşümün esas ögesi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Hobsbawn’ın (2012, 345-350) “altın yıllar” olarak andığı İkinci Dünya Savaşı’ndan 1970’li yılların ortasına kadar olan dönemde, özellikle gelişmiş kapitalist ülkelerde önemli bir refah dönemi yaşanmıştır. Her ne kadar sözü edilen bu dönemde, iki büyük dünya savaşının anıları hâlâ taze ve soğuk savaşın nükleer gerilimleri teknolojik gelişime dair korkuları besliyor olsa da erişilen toplumsal refahın teknolojiye ve geleceğe dair genel bir iyimserliğin yayılmasına yardımcı olduğu söylenebilir ve tabii, bu teknolojik iyimserliğin çok daha derinlerde yer alan modernist ve pozitivist kökleri olduğu da unutulmamalıdır (Marx 1998, 237-257). Bu kök, on dokuzuncu yüzyılın başından beridir süren endüstriyel üretim ve bilimsel yöntemler arasındaki evliliğin bir getirisi olarak düşünülmelidir. Üretimin rasyonelleşmesi, yönetim ve idare mekanizmalarının geliştirilmesi, yolların ve makinelere yapılması, talebin yaratılması, “boş zaman”ın düzenlenmesi ve tüketim yoluyla bireylerin yaşamlarındaki rahatlığın arttırılması gibi konular bilimin genel ilerleyişinden bağımsız gelişen konular arasında değildir (Habermas 2010, 172-173, 2016). Bilim ve sermaye arasındaki bu yakınlaşmanın sonuçları, teknolojiye yönelik iyimserliği beslemiştir ve sözünü ettiğimiz refah döneminin gelişim trendi, fütürist tahayyüllerin bağrında serpildiği toplumsal koşullara doğrudan işaret etmektedir. Ortaya atılan bu teorilere eşlik eden iyimserlik, gelişen teknolojinin sorunlarımızı çözeceğine yönelik bu genel inançtan da beslenmiştir (Aronowitz 2005).

Enformasyon Toplumunun Çelişkilerini ve Mitlerini Bulmak

Elinizdeki çalışma, enformasyon toplumu teorilerinin dünyayı anlamlandırma tarzını ve temel dayanak noktalarını değerlendirmeyi amaçlarken, “bütünden parçaya, sonra yeniden bütüne” ilerleyen bir inceleme yolunu takip etmektedir (Ollman 2006, 13). Bununla, herhangi bir tarihsel kesit içinde, in-

celeme nesnesi açısından bütününe ne olduğunun tespit edilmesi, bu bütünü oluşturan parçaların ayrı ayrı incelenmesi ve bu inceleme tamamlandıktan sonra bütününe yeniden ele alınması vurgulanmaktadır. Diğer bir deyişle, metodolojik olarak hem *tümevarım* hem de *tümdengelim* yollarının bu şekilde kullanılması, tarihsel bir bilinç durumunun (bu örnekte enformasyon toplumu teorilerinin) toplumsal düzeyde barındırdığı ilişkiselliğinin ve bu yolla niteliklerinin ve sorunlarının tespit edilebilmesi açısından elzemdir.

Dolayısıyla, bu çalışma, enformasyon toplumuyla simgeleşen tahayyül-leri, bir araştırma tekniği olarak *içerik çözümlemesine* (Geray 2006, 147-160) tabi tutarak, ortaya atılan teorilerin dayanak noktalarını sorgulayıp yaşadığımız dünyayla karşılaştırmayı hedeflemektedir. Esas olarak, içerik çözümlemesi tekniğinin iki temel yönünü benimseyen (*resmetme ve gerçek dünyayla karşılaştırma*) bu araştırma izleği (s. 149) aracılığıyla, söz konusu teorilerin eleştirel bir değerlendirilmesinin yapılması amaçlanmıştır.

İncelemenin kısaca özetlenen bu yolu, günümüzdeki hâkim politikaları değerlendirmek açısından düşünüldüğünde görüldüğünden çok daha önemlidir. Zira, dünyayı anlamlandırma tarzları ile belirli bir zamanın nesnel koşulları arasındaki yakın ilişki, en çok, o belirli nesnel koşullar ortadan kalktığı anda anlamlandırma tarzlarında görülen dönüşümünde görünür olur. Söz gelimi, antik Yunan toplumunun *yaşam tarzı* (kendi yaşamlarını somut olarak üretme tarzları), bu coğrafyada ortaya çıkan felsefi ve sanatsal birikim ve özellikle bu toplumun yarattığı inanç sistemiyle (kabaca ifade etmek gerekirse, bilinç durumlarıyla) son derece yakın bir ilişki içinde olduğu için, o belirli *yaşam tarzı* dönüşüm geçirip ortadan kalktığı anda, antik Yunan toplumundaki sanat, felsefe ve mitlerin de dönüşüm geçirip ortadan kalktığı görülür (Marx 2013a, 45-46). Antik mitlerin, bugün, popüler kültürün basit tüketim öğelerine dönüşmeleri dışında herhangi bir anlamının kalmamasının ardındaki yegâne etken, o mitleri anlamlı kılan *yaşam tarzının* (Antik Yunan toplumundaki yaşam tarzının) günümüz için geçerli olmamasıdır.

Mitler, her ne kadar, tarihsel bir kavram olarak gerçekliği olmayan, doğüstü hikâyelere dayanan anlatıları içerse de bu çalışma için önemli olan yanı, bu anlatıların, insanların yaşadıkları toplumsal gerçekleri anlamlandırma sürecinde sahip oldukları etkin rollerdir (Mosco 2004, 22-31). Antik mitler geçmişte kalmış olsa da günümüzdeki insanın dünyayı anlamlandırma tarzını şekillendiren güncel mitlerin varlığından da bahsedebiliriz. Roland Barthes'ın da (1990, 161) vurguladığı gibi, yaşadığımız çağın mitleri, herhangi bir sözden farklı olarak, birtakım anlamların gösterilmesini, bildirilmesini,

anlatılmasını ve benimsetilmesini ifade eder. Bu anlamda, herhangi bir şeyin, belirli tarihsel koşullar içinde mitik anlamlar kazanması, “kapalı, dilsiz bir varoluştan topluma uymaya hazır, sözlü bir duruma geçmesi” anlamına gelir (s. 155). Kısacası, insanlar, antik çağlarda da günümüzde de farklı şekillerde de olsa, toplumsal alt anlamlar ve kabullerin ifadesi olan çeşitli mitler yaratırlar ve mitler aracılığıyla yaşadıkları toplumu anlamlandırırılar. Elinizdeki çalışmanın diğer bir amacı, enformasyon toplumuyla simgeleşen tahayyüllerin dünyayı görüş tarzlarının dayanak noktalarını eleştirel bir perspektifle ele alıp, barındırdıkları fetişist sorunları ortaya koyarken, diğer yandan da bu anlamlandırma tarzlarına eşlik eden çağdaş mitleri (o fetişist sorunların nasıl ifade edildiğini) de göz önüne sermektir.

Mosco (2004), dijital teknolojileri merkeze alan ve “tarihin, coğrafyanın ve politikanın sonu”nun ilan edilmesiyle sonuçlanan güncel söylemleri, çağdaş dünyanın yeni mitleri olarak anmaktadır. Bu mitlerin dayandığı temel zemin, bilgisayarlı iletişimin ortaya çıkmasıyla gerçekleşen “enformasyon devrimi”dir (s. 18). Başka bir deyişle, enformasyon toplumu tahayyülü kümesinde ele aldığımız yaklaşımlar, çeşitli biçimlerde bu çağdaş mitleri içerirler. Bu mitler, teknoloji (bilgisayar ve enformasyon) etrafında inşa edilirler ve çeşitli ön kabulleri taşırlar, bildirirler ve benimsetirler.

O halde, elinizdeki çalışmayla doğrudan bağlantılı olan ve araştırma sorularından ilkinin oluşturan şu soruyu sorabiliriz: Mit, tarihsel bir kavram olarak, insanların hayal alanında ve hayal aracılığıyla kurmaya çalıştığı egemenliğin bir ifadesiyse şayet (Marx 2013a, 45-46) günümüzde enformasyon toplumu gibi anlatılara eşlik eden popüler mitler hangi temel yanılığları barındırmaktadır?

Diğer yandan, araştırmanın cevap aradığı diğer bir soru ise şudur: (ii) Enformasyon teknolojileri etrafında inşa edilen ve çağdaş mitler aracılığıyla gerekçelendirilen egemenliğin niteliği ve günümüz toplumlarına sundukları nelerdir?

Daha önce de vurgulandığı gibi, enformasyon toplumu ve türevleri, 1980’li yıllarda itibaren hegemonik nitelikler kazanan kamusal politikaların ideolojik vagonunu teşkil eden ve o politikaları gerekçelendiren teoriler olarak işlev görmüşlerdir. Dolayısıyla, üzerinden 40 yıldan fazla bir süre geçmişken, enformasyon toplumu teorilerinin tasvir ettiği dünyanın neresinde olduğumuzun da muhakemesini yapabilecek (resmedecek ve çözümleyecek) bir durumdayız.

Enformasyon Toplumunda Fetişizmin Üç Hali

“Altın yıllar” da, henüz 1962’de Fritz Machlup (1967), sektörel değişimlere, işgücünün sektörel dağılımına ve ulusal gelirin sektörel karşılığına ayrıntılı bir şekilde bakarak ABD ekonomisinin esas olarak enformasyon üretimine dayandığı tespitini yapmıştır. Marc Uri Porat ise 1967’de bu tespiti geliştirerek ABD’deki toplam gelirlerin yüzde 46,2’sinin enformasyon sektöründen kaynaklandığını ileri sürmüştür (Porat 1977; Beniger 1986, 22). 1970’li yıllarda, Daniel Bell sözü edilen değişim anlatısının popülerleştirilmesine büyük katkılar sunmuş ve gelişmiş kapitalist ülkelerde bilginin değişen karakterinin en merkezi toplumsal öge olduğunu iddia etmiştir (Bell 1973, 20; Kumar 2004, 22). Bu anlatı içerisinde, Bell, tıpkı Machlup’un yaptığı gibi işgücünün değişen sektörel dağılımına bakarak, ABD’nin artık endüstriyel bir toplum olmadığını ilan etmiştir (1973, 123-154). Alvin Toffler’la simgeleşmiş “üçüncü dalga kuramcıları” ise insanlık tarihini üç temel teknolojik devrimin (ilk dalga tarım devrimi, ikincisi sanayi devrimi ve üçüncüsü İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra ortaya çıkan enformasyon ve iletişim devrimi) şekillendirdiğine dönük tarihsel bir anlatıma girişmişlerdir (Toffler ve Toffler 1996, 19-23; Preston 2001, 29).

Benzer iddialar benzer düşünürler ele alınarak daha da çoğaltılabilir ve ortaya atılan temaların pek çoğu farklı farklı teorisyenler arasında oldukça geçişken olduğunu da belirtmek gerekir. Tüm bu değişim anlatıları teknolojik, ekonomik, mesleki, mekânsal ve kültürel olmak üzere 5 temel boyutta toplanabilir (Webster 2002, 9-21): (i) Enformasyonun işlenmesi ve transferine dayanan yeni teknolojiler doğmakta olan yeni toplumun tartışmasız olarak en birincil göstergeleridir. (ii) Enformasyonun ekonomik faaliyetlerdeki artan payı ise yeni bir kamusal düzenin doğuşuna gösterilen en önemli kanıtlardandır. (iii) Mesleki olarak, emek gücünün diğer sektörlerle kıyasla enformasyon sektöründe yoğunlaşması da bu kritik dönüşüme işaret eder. Bu düşünürler, tarihte ilk defa ABD’de beyaz yakalı işçilerin ve hizmet sektörü çalışanlarının mavi yakalı işçileri sayı olarak geride bırakmasını enformasyon toplumunun doğuşuna kanıt olarak göstermişlerdir (Preston 2001, 29). (iv) Mekânın dönüşümü ve siberuzamın (cyberspace) ortaya çıkışı bir diğer önde gelen konudur. Hızın artışı ve “zaman ve mekân sıkışması” dünyamızı hiç olmadığı kadar küçültmüş, iletişim “ışık hızı”yla kıyaslanmaya başlanmıştır ve bu da çağ açıcı bir dönüşüm olarak görülmüştür. (v) Kültürel alanda ise özellikle gündelik hayatta kullanılan iletişim araçlarının dönüşümü, enformasyona erişimin büyük ölçüde artması ve kullanıcının öne çıkışı gibi temalar sayılabilir.

Bu düşünürlerin diğer bir ortak noktası ise bütün bu dönüşümleri ve toplumsal sonuçlarını “karşı konulmaz” olarak görmeleridir: “Bu devrimin kuramcılarına göre bilgisayarlarda, telekomünikasyonda ve biyoteknolojilerde berraklaşan tekbilimsel bilgi, kısa vadede travmatik sonuçlar yaratsa da uygarlığın önünde ütopyik ufuklar açan sürekli ve karşı konulmaz bir dönüşümü başlatmıştır” (Dyer-Witheford 2004, 24).

Enformasyon toplumu pek çok açıdan sanayi toplumunun vardığı yeni bir aşama ve onun doğrudan bir sonucu olarak karşımıza çıkar. Bu açıdan bakıldığında, James Beniger’in *The Control Revolution* (1986) başlıklı eseri oldukça kapsamlı bir tarihsel analiz sunmaktadır. Beniger’e göre, sanayi devrimiyle beraber, metallerin üretimi, dağıtımı ve tüketimi aşamalarında ve genel olarak yönetim mekanizmalarında ortaya çıkan *kontrol krizi* ve krizi aşmak amacıyla bu aşamaların yeniden ve yeniden düzenlenmesi (özgün bir diğer kavramsallaştırma *kontrol devrimi*), enformasyon toplumunun ortaya çıkışındaki en önemli etkenlerden biridir. Üretimin, dağıtımın ve tüketimin sermaye birikimi açısından daha verimli bir şekilde gerçekleştirilmesi, enformasyona olan talebi merkezi bir öge konumuna yükseltmiştir. Bu eğilim ve ihtiyaç, sanayi üretiminin günümüzle kıyaslandığında çok kısıtlı olduğu sanayi devriminin en erken zamanlarından itibaren ortaya çıkmıştır (Wilson 1970). Daha önce de vurgulandığı gibi, enformasyon üreten, enformasyon odaklı çalışan teknolojiler ve bu yapı etrafında gelişen yeni bir üretim-dağıtım-tüketim mekanizması, bu açıdan en ayırt edici gelişmedir.

Yukarıda kısaca değinilen fütürist anlatılarda yeni teknolojiler (daha somut bir biçimde bilgisayarlar) ve *değer* olarak enformasyonun/bilginin kendisi yeni çağın kapılarını aralayan iki temel öge olarak öne sürülmüştür (Machlup 1967, 3-8, 145; Bell 1973, 20-40, 75-80, 115-118, 125-129, 788-194; Toffler 1970, 20-31; Brzezinski 1970, 9-14, 18, 197-204, Toffler ve Toffler 1996, 35-40, 42, 54-62, 71). Bu çerçevede, enformasyon toplumu teorilerinde, toplumsal dönüşümü teknolojik bir değişkene ve bununla bağlantılı bir değere bağlama çabası açıkça öne çıkmaktadır. Kısaca özetlenen bu bakış *fetişizmin* birkaç türünü barındırır. Toplum bilimlerinde fetişizm, genel olarak, bir olgu ya da ilişkinin toplumun kendisinden ve onu ortaya çıkaran koşullardan soyutlanarak ele alınmasını ve bireylere dışsal bir şey statüsüne indirgenmesini (ya da çıkartılmasını) tanımlar (Ollman 2008, Dant 1996). Fetişizm, bir yandan, toplumsal gerçekliğin bölünen her bir parçasının diğer parçalarla ilişkisinin yokmuşçasına ele alınmasını, diğer bir deyişle, toplumsal bütünlükten yalıtılmasıyla ortaya çıkan bir sorun olarak karşımıza çıkarken (Ollman 2008, 49-50),

öte yandan, bu yalıtılmışlığın mistik, tözsel ve “duyularla kavranamayan bir şey” olarak insanları kontrol eden bir şeye dönüşmesini de ifade eder (Marx 2011, 83). Lukács’ın şeyleşme olarak formüle ettiği bu süreç, insanların kendi ilişkilerinden bağımsız gibi görünen toplumsal ilişkilerin denetimine girmesi anlamına da gelir (Lukács 2014, 211; Bewes 2008, 23-24).

Bu nedenle, bu çalışmada, enformasyon toplumuyla simgeleşen anlatılar incelenirken genel olarak *teknoloji*, değer olarak *enformasyon* ve bütün bunlara yön veren *akıl* kategorilerinin, bütünü oluşturan parçalar olarak incelendiğini de vurgulamak gerekir. Toplumu dönüştüren esas güç enformasyonun kendisi ve enformasyon teknolojileri olunca, bütün bunların yönlendiriciliği altında ileri sürülen politikaların akıllı (diğer bir deyişle teknokrasinin akıllı) ve toplumsal mahiyeti doğrudan bu incelemenin unsurları haline dönüşür.

İnsana Karşı Teknoloji Fetişizmi

Teknolojinin ne olduğuna ve nasıl geliştiğine dair oldukça geniş bir literatürün olduğu bilinmektedir. Val Dusek (2006, 31-36), teknolojiye yönelik kapsamlı açıklamalar getiren yaklaşımları, teknolojiyi *donanım*, *kurallar* ve *sistem* olarak ele alanlar olarak üç ayrı başlıkta değerlendirir. George Basalla (2013) ise teknolojinin nasıl ortaya çıkıp geliştiğini ayrıntılı biçimde incelediği eserinde, teknolojinin toplumsal kaynaklarının insan etkinliğinin çeşitliliğiyle eş tutar ve beklenileceği gibi, teknolojinin tek bir toplumsal kaynağı olabileceğini söylemekten kaçınır. Tony Simith (2010) kendi içinde pek çok varyasyonu olan bu yaklaşımlardan kapitalizm ve teknoloji arasındaki ilişkiye odaklananları standart ve eleştirel yaklaşımlar olarak iki ayrı kampa ayırarak ele alır. İşaya Üşür ise (2001, 10) teknoloji üzerine düşünmenin felsefi bir yanı olduğunu söyler ki (bu nedenle yaklaşımlar oldukça farklı şekillerde karşımıza çıkar) bu da bir yandan teknoloji konusunun temas ettiği fikirsiz zenginliğe diğer yandan konunun eriştiği soyutlama düzeyine işaret eder.¹

Teknoloji, en kısa haliyle, onu inceleyen yaklaşımların işaret ettiği girift toplumsal zemine uygun ve çağımızda sermaye birikim süreciyle olan evliliğine koşut olarak, “verili bir anda fiili bir emek süreci tarafından takınılmış somut form” ve “belirli kullanım değerlerinin gözlemlenebilir üretim süreci” olarak tanımlanabilir (Harvey 2012, 164). Bu tanım, teknolojiyi üretim sürecinin somut bir ögesi ve sürecin kendisi olarak ele alarak, hem Dusek’in üç

•••

1 Üşür, aynı çalışmasında, teknolojinin (i) epistemolojik, (ii) insanın doğasına ilişkin bir problem olarak ve (iii) düşüncenin ve eylemin nitelikleri olarak üç ana kategoride incelendiğini belirtir.

başlıkta ele aldığı yaklaşımların (2006, 31-36) öne çıkardığı yönleri içerir hem de Smith'in (2010) andığı eleştirel yaklaşımlara işaret eder. Genel olarak, teknolojiyi bu şekilde tanımlamak, teknolojinin emek sürecinin ne basit bir aracı olduğunu ne de tüm üretim ilişkilerinin toplam bir ifadesi olarak, belirleyici ve bağımsız bir toplumsal güç olduğunu ima eder. Teknoloji, “doğrudan kullanılan alet ve makineler, üretim sürecinin fiziki dizaynı, teknik iş bölümü, (hem nicelikler hem nitelikler olarak) emek güçlerinin fiili kullanımı, işbirliğinin merhaleleri, emir komuta zincirleri ve yetki hiyerarşileri ile kullanılan belirli işbirliği ve kontrol metotları”nı içerir (Harvey 2012, 164). Teknoloji, üretim sürecini düzenleyen iş bölümü ve yönetiminin parçası olduğu ölçüde en yüksek düzeyine ulaşır. Dolayısıyla, teknoloji kümesi içine çeşitli donanımları, kuralları ve yönetim sistemlerini dahil etmemiz elzemdir. Daha da önemlisi, bütün bunlar, teknolojinin, toplumsal düzeyde ele alınması gereken en geniş üretim süreci içinde ortaya çıkıp şekillendiğini de vurgular ki bu da bize enformasyon toplumu teorisyenlerini ele alırken göz önünde bulundurmamız gereken önemli bir hususu hatırlatır.

Bu nedenle, teknoloji ne bir neden ne otonom bir güç ne de kendi başına belirleyici bir şeydir (Bimber 1990, 345). Teknolojinin her şeyi ya da birçok şeyi belirleyen bir unsur düzeyine indirgenmesi, *teknolojik belirlenimcilik* sorununun tüm ideolojik yükleriyle ortaya çıkması anlamına gelir. Teknolojik belirlenimcilik, bir sorun olarak, herhangi bir teknolojiyi toplumsal ilişkiler alanından bağımsız olduğu varsayılan bir şey olarak görüldüğü anda başlar (Williams 1989, 125; Preston 2001, 36; Üşür 2001, 22-23). Ancak yine de gerçek anlamına, bugünden geriye doğru bakıldığında teknolojik gelişimin merkeze alındığı ve insanlığın kaçınılmaz bir şekilde teknolojinin belirlediği yönde ilerlediğini iddia eden tarihsel bir öyküde kavuşur (Bimber 1990, 341). Fütürist tahayyüllerin “karşı konulmaz”lığı ve kurdukları retrospektif öykü hatırlanır, tam da bu eğilimin enformasyon toplumu teorilerinde nasıl merkezi bir öneme sahip olduğu da açıklığa kavuşmuş olur. Oysaki teknolojinin kendisi var olan toplumsal ilişkilerin dışında anlamlı bir bütünlük oluşturmaz, tarihi ilerletmez ya da belirlemez. Teknoloji, değişimin ya da gelişimin bir kaynağı da değildir, kendi başına üretici, yenilikçi ya da başka bir güç olmadığı gibi. “Teknolojiyi üretici güçlerle aynı görmek, değer maddi formu olan parayı değerle (...) aynı görmeye benzer” (Harvey 2012, 165). Para, iktisadi anlamda nasıl değer kendisi ya da kaynağı değilse, teknoloji de toplumsal değişimin kendisi ya da kaynağı değildir. Şurası açıktır ki, teknoloji, üretim sürecinden ya da en geniş toplumsal değişim koşullarından yalıtılamaz. Teknolojinin üzerinde yükseldiği en geniş toplumsal zemin, genel olarak üreticilerin ortak üretim faaliyetleridir (Sayer 2012, 52).

Ancak, kapitalist üretim tarzının teknolojiyle kurduğu yakın ilişki ve bu ilişkinin ortaya çıkardığı birikimin hacmi, geç kapitalizm koşullarında teknolojinin üretici güçlerin bir bileşeni olarak görülmesinden ziyade, bütün bir üretim tarzının *teknoloji olarak* görülmesine ve bu yolla ölümsüzleştirilmesine neden olur (Marcuse 1975; Habermas 2016). Teknoloji, bu görünümü, durmadan üreten ve o üretim döngüsü içinde hem gelişen hem de o üretim tarzını geliştiren niteliklere haiz olmasından ve bunu yaparken tüm toplumsal ilişkileri kendi diline tercüme edebilmesi yoluyla kazanır. Teknoloji, kapitalist üretim tarzının yerleştiği toplumlarda, Marcuse'nin (1975) ünlü kavramsallaştırmasıyla, *bütünlük* (totalite) halini almıştır ve bu diğer yanıyla siyasal bir oluşu da (modern toplumlarda hemen her şeyin teknoloji olarak görünen üretim tarzına göre düzenlenmesi) tanımlar.

Peki teknoloji bu görünümü nasıl kazanır? Teknolojinin üretici bir güç olarak ortaya çıkışının ya da toplumu dönüştüren bir güç haline gelişinin bir koşulu, insanın türsel yetenekleriyle ya da Harvey'in deyişiyle "temelde yatan üretici güçler"le olan birliğine dayanır (2012, 164-165). Üretici güçler, toplumsal üretimin parçası olan bütün unsurları, yani emek gücünü, iş bölümünü, kastları, sınıfları, parayı, makineyi, nüfusu ve devlet gibi "üst yapı kurumları" da dâhil olmak üzere "insanoğlunun ta kendisi"ni ifade etmektedir (Sayer 2002, 54). Teknoloji, üretim tarzı içinde kazandığı türdeşleştirici niteliklere rağmen, en nihayetinde "temelde yatan üretici güçler ve ilişkilerinin ifade edildikleri emek sürecinin maddi formu" (Harvey 2012, 164-165) olduğu için, bütün bu taşıdığı nitelikleri, insanların üretici yetileriyle buluşmasıyla kazanır ve gerçekten de toplumsal yaşamda görülen köklü değişimlerin formuna o zaman bürünür.

Teknoloji fetişizmi, teorik olarak, bu ilişkiyi ele alma konusunda ortaya çıkan yanılsamaların ifadesidir. Teknoloji, tarihsel bilinç durumlarının bir parçası olarak, toplumdan özerk ve insan yetilerinden bağımsız gibi görünen nitelikler kazanır: "...belirli koşullar altında insan emeğinin üretken yetileri, yalnız ve yalnız bu niteliği edinmelerini sağlayan toplumsal ilişkilerden bağımsız olarak, bu yetilerin nesnelleştirdiği maddi eşyanın içkin niteliği olarak görünmeye başlar" (Sayer 2012, 52). Teknolojinin insandan bağımsız gibi görünmesinin sırrı üretim ilişkilerinin niteliğinde saklıdır. Genelde teknoloji fetişizmi, özelde enformasyon teknolojileri fetişizmi, eşit olmayan üretim ilişkilerinin teorik ifadesine karşılık gelir. Sıradaki başlıkta, teknolojinin neden ve nasıl bu gibi anlamlar kazandığı sorusu cevaplanmaya çalışılacak ve değer teorisinde buna kaynaklık eden dönüşüm ele alınacaktır.

Yeni Bir Değer Teorisi ve Enformasyon Fetişizmi

Genel olarak teknolojinin, özelde ise enformasyon teknolojilerinin insana dışsal ve insandan bağımsız olduğuna yönelik bu kabul, *enformasyonun* dışsallığını kaçınılmaz bir şekilde beraberinde getirir. Kapitalist üretim tarzının bilgiyle olan ilişkisi bilgiyi de fetiş bir şeye dönüştürür ve üreticilerin karşısına diker. Fütürist tahayyüllerin müjdelediği değişim, yeni teknolojilerin doğuşuna dayandırıldığı kadar yeni bir değer teorisine de dayandırılmıştır. Bu nedenle, emeğin niteliği ve geçirdiği dönüşüm sözü edilen literatürdeki en önemli inceleme başlıklarından biridir (Zuboff 2005, 128-129). Yeni enformasyon teknolojilerinin tüm toplumu dönüştürme gücü, enformasyonun emeğin yerini aldığı iddiası üzerinden temellendirilir: “Sanayi toplumunun merkezi değişkenleri olan emek ve sermayenin yerini, temel değişkenler olarak enformasyon ve bilgi alır. “Şimdi ‘değerin kaynağı emek değil, bilgidir’” (Bell’den aktaran Kumar 2004, 25). Daha önce de vurgulandığı gibi, bilginin/enformasyonun kendisi söz konusu teorilerin en merkezi ögesi konumundadır. Buna göre, sanayi imalatı gözden düşerken, dolaşım halindeki enformasyon, değer en önemli yaratıcı unsuru haline dönüşmüştür. Böylece değer yaratmanın emek yoğun yapısının sarsıldığı ileri sürülmüş, merkezinde bilgisayarların olduğu ve enformasyona dayalı yeni üretim biçimlerinin çığır açıcı yönü bu dönüşüme dayandırılmıştır (Aronowitz 2005, 137; Fuchs 2013). Bu tespit, teknolojinin kendi başına üretici bir güç gibi görünmesinin ardındaki nedene ve ilişkilere de işaret eder.

Emek-değerin dışlanması, enformasyon teknolojilerinin çalışma prensibinin insandan bağımsız olduğu varsayılan karakterine dayandırılmasıyla mümkün olmuştur. Enformasyon teknolojilerinin, kas gücüyle çalışan aletlerden ve enerjisini insan dışı kaynaklardan alan ama yine de insan kontrolüne ihtiyaç duyan makinelerden farklı olarak, insanın anlık kontrolüne ihtiyaç duymamaları ve kendi kendini düzenleyebilmeleri nedeniyle farklı oldukları kabul edilir (Mitcham 2010, 485). Enformasyona dayalı üretimde, ilk birim için (örneğin bir yazılım için) gerekli olan emek-zaman sonraki kopyalar için sıfır ya da sıfıra yakındır (Jeon 2015, 267). Yazılım bir kere üretildiğinde, telif haklarını göz ardı edersek, sınırsız sayıda çoğaltılabilir. Ama bu durum hiçbir yazılıma insan emeğinden bağımsız bir karakter kazandırmaz.

Sorun, en başta, *bilgi üreten emek ve meta üreten emek* ayrımını koyarken başlar (2015, 264) –ki böyle bir ayrım ontolojik olarak yanlıştır zira bilginin kendisi de meta olabilir- ve kapitalist üretim tarzının bilimsel ve teknik bilgiyle olan sıcak ilişkisiyle boyutlanır. Her şeyden önce, herhangi bir şey üre-

ten insan, üreteceği şeyi kafasında tasarlar ve üretmeye öyle başlar. İnsan ilk maddi üretimi yaparken, onu daha öncesinde zihninde de tasarladığı için, aslında ilk simgesel üretimi de gerçekleştirmiştir (Şenel 2014, 103). Üretici kafasında kurduğu imgelemi pratiğe döktükten sonra, zihnindeki tasarı sonuca göre şekillenir, yeni bilgilere ulaşır, yeni yol ve yöntemler geliştirir. Bilgi ve materyal nesne arasındaki bu ilişki, teori ve pratik arasındaki diyalektik ilişkidir. Dolayısıyla, teori ve pratik birbirine dışsal iki ayrı şey değildir. Bilmek yapmaya, yapmak bilmeye içkindir. Ancak sadece bu tespitle yetinmek, kapitalist üretim tarzının, tarihsel olarak, bilgi ve emek ilişkisine getirdiği yeni boyutları gözden kaçırmak anlamına geleceğinden, tarih dışı bir açıklamayla yetinmek anlamına gelir (Jeon 2015, 269). Bu nedenle, tarihsel olarak üretim sürecinin nasıl dönüştüğünü ve kapitalizmin bilgi ve emek ilişkisine getirdiği yeni boyutları göz önünde bulundurmak gerekir.

Üretimin ilksel biçimlerinde “doğal sistemde kafa ile el nasıl bir bütün oluşturuyorsa, emek süreci de kafa emeği ile el emeğini birleştirir. Daha sonra bunlar birbirlerinden ayrılır, bu ayrılma bunlar arasında düşmanca bir karşıtlığın doğacağı noktaya kadar devam eder” (Marx 2011, 485). Bu ayrım, yani bilgi üreten emek ile meta üreten emek arasındaki ayrışma (bu şekilde ifade edilen ayrışma) kapitalist üretim tarzında en yüksek aşamasına ulaşır: “Bu süreç, işçiyi parça-işçi şeklinde güdükleştiren manifaktürde gelişir, bilimi bağımsız bir üretici güç olarak emekten ayıran ve sermayenin hizmetine sokan büyük sanayide tamamlanır” (Marx 2011, 349). Bu aşama, işçinin üretim sürecinin tamamında yapılan iş üzerinde hiçbir kontrolü ve bilgisinin olmadığı, kapitalist üretim ilişkileri içinde işçinin emek etkinliğine yabancılaştığı aşamadır, aynı zamanda. Kapitalist üretim tarzı, genel olarak, üretimi yapanlar ile üretimi yönetenleri birbirinden ayırır.

Bilgi üreten emek ve meta üreten emek arasındaki bu ayrışma (bunu kol ve zihin emeği arasındaki somut ayrışmanın bir ifadesi olarak da görebiliriz), kapitalist üretim tarzının bir sonucu olarak ortaya çıktığı için, zihinlerde ortaya çıkmış bir yanılısma olarak değerlendirilemez. “İş bölümü, ancak maddi ve zihinsel emek arasında bir bölünme meydana geldiği andan itibaren gerçek anlamda iş bölümü halini alır” (Marx ve Engels 2013, 38). Şurası önemlidir ki kapitalist üretim tarzında, artan teknolojik gelişme ve bilgi birikimi, sermayenin bir bileşeni olduğu ölçüde gerçek üretici gücünü yitirdiği düşünülen emeğin aleyhine kullanılır. Teknoloji ve bilgi, sermayenin mantığını sürdürmenin araçları olarak kullanıldığı müddetçe, zihin emeği ve kol emeği arasındaki ayrım boyutlanır.

Bu ayrılma ve yabancılaşma nedeniyle, meta üreten emek son derece vasıfsızlaşmış, ilkel ya da basit bir faaliyet biçimi gibi görünür. Oysa genel olarak bilimsel üretim ve buluş, sermayenin, teknolojinin ya da başka bir “şey”in değil, o ya da bu ölçüde tüm insanlığın bilgi birikiminin ve emek etkinliğinin ürünüdür. Marx’ın “bireylerin dolaysız elbirliği” dediği *ortak emek* ve “her tür bilimsel emek, her tür keşif, her tür buluş” olarak tanımladığı *evrensel emek* arasında yaptığı ayırım, emeğin bu niteliğine ve onun bilgi ve buluşlarla olan ilişkisine ışık tutar (Marx 2015, 113). Evrensel emek “kısmen canlı emekle el birliğine, kısmen geçmiş emeklerin kullanımına bağlıdır” (2015, 113). Dolayısıyla, emek ve bilgi arasındaki diyalektik ilişki, kapitalizm koşullarında da varlığını sürdürür. Ama artık ilk bakışta görünmeyen bir şeye dönüşür, oldukça dolaylıdır ve sermaye lehine ortadan kalkmış gibi ifade edilir. Bir yanda, basit, vasıfsız emek varken, diğer yanda da bilimsel buluşlara imza atan, bilgi üreten çalışma biçimleri (emek olarak adlandırılmaz artık) varmış gibi görünür. Böyle bir ayırma başvurmak, emeğin kendi ortak ve evrensel karakterine yabancı bir tarzda bölünmesinin ifadesidir.

Emeğin bu şekilde dışlanması ve yerine emeğin bir ürünü olarak görünmeyen bilginin ve emeğin maddi formundan başka bir şey olmayan teknolojinin konulmasının örneklerine, akıllı telefonlara yüklenen fetişist anlamların popüler tezahürlerinde rastlamak mümkün. Akıllı telefonların ve *Apple*’ın yüksek teknolojisine dair kitle iletişim araçlarında çoğunlukla övgüyle ama son satış fiyatının yüksekliğine bakarak zaman zaman yergiyle paylaşılan aşağıdaki görsel, bahsedilen yanılısamanın en belirgin örneklerinden biridir.

Bu görsel, *Apple*’ın en ünlü tedarikçisi olan *Foxconn*’un ürettiği ekran da dâhil olmak üzere, *iPhone*’un tüm bileşenlerinin ve kullanılan emeğin şirkete maliyetlerini ve perakende satış fiyatını göstermektedir. Bu tabloya göre, emek, *iPhone 6* ve *6 Plus*’ın üretim sürecinde maliyeti en düşük ve dolayısıyla en önemsiz girdidir. *iPhone 6*, yaklaşık 200 dolara mal olurken emeğin bundaki payı yalnızca 4 dolardır. *iPhone 6 Plus* ise yaklaşık 215 dolara mal olurken gerekli olan emeğin payı yaklaşık 5 dolardır. Bu sınırlı açıklama için pek çok soru sorulabilir ama konumuz açısından en önemli nokta, emek derken tam olarak neyin kastedildiği sorusunda ortaya çıkıyor: Emek, farklı tedarikçilerden sağlanan parçalar *Apple* tarafından satın alındıktan sonra, montajda gerekli olan emek midir? Yoksa bununla beraber, küresel ölçekte farklı tedarikçilerin sağladığı ve *Apple* tarafından satın alınan her bir parça için daha önce gerekli olan tüm üretim ve dağıtım aşamalarında emeğe ödenen ücretlerin, o parçalar ve hizmetlerin fiyatında gömülü bir şekilde *Apple*’a maliyet olarak yansıyan emek midir?



Görsel 1: Bu bakışa göre, *iPhone 6* ve *6 Plus*'ın üretilmesinden harcanan emeğin Apple'a olan maliyeti, bu aletleri meydana getiren parçalarla kıyaslandığında oldukça önemsizdir.²

Bu görselde, emek derken neyin kastedildiği kesin olarak anlaşılmasa da (muhtemelen yalnızca ilki kastediliyor), her hâlükârda emeğe dair bir dizi yanlış kesin olarak anlaşılmaktadır: (i) Emek gücünün değerini ve üretimdeki payını ücretler üzerinden ölçmek; metalara gömülü emeği görememek, mübadele eşdeğerliğini sağlayan “soyut emek” kategorisine yabancı olmak, (ii) emeği, esas olarak, fiziksel güce ya da olsa olsa ulaştırmaya ve bu aşamadaki hizmetlere dayalı önemsiz bir faaliyet olarak görmek; (iii) akıllı telefonların kullanımı için gerekli olan tüm yazılım ve hizmet üretimini de kapsayan enformasyonel üretimi (diğer bir deyişle bilgi üretimini) emek faaliyeti olarak görmemek. Örneğin, görselde paylaşılan maliyet kalemlerinde herhangi bir yazılım kategorisi göremiyoruz.

Yanılgıları kısaca yanıtlamak gerekirse; (i) genel olarak, emek gücünün değeri ve işçinin aldığı ücret arasında bir eşdeğerlik kurulabilmesinin yolu yoktur ve emeğe ödenen ücret emeğin gerçek değeri ilan edilemez (Marx 2019, 44-62). “...kapitalist, parayı büyütme için emek gücü gibi bir metayı

•••

2 “Foxconn in talks for China display plant” <https://www.wsj.com/articles/foxconn-in-talks-for-china-plant-investment-1414051635> (Erişim tarihi: 12.04.2017).

satın alabilmektedir; fakat satın aldığı meta öyle bir metadır ki kendi maliyetinden daha büyük değerler üretebilmektedir” (Fine 2015, 183). Bu nitelik diğer hiçbir metada olmayan, yalnızca emek gücünde olan bir niteliktir. Emek gücüne ödenen ücret, sermayenin değerlenmesini öngören bir süreç için ödenir ve her halükârda, sonradan elde edilen değer, emek gücüne biçilen değerden yüksek olmalıdır. Aksi halde sermaye birikimi gerçekleşemez. Kaldı ki, kapitalist üretim ilişkileri içinde mübadelenin gerçekleşme koşulu emeğin soyutlanmasına dayandığı için, ücretin emeğin eş değeri olabilmesi ancak zihinlerde mümkün olabilir. Emeğe ödenen ücretin büyüklüğü ve değerlendirme sürecindeki oranı ise sınıf mücadelesinin seyrine göre belirlenir (Marx, 2019). (ii) Emek, yukarıda anlatılan nedenlerden dolayı, arkaik bir şey olmaktan ziyade hem meta hem bilgi üretim sürecine içkindir. (iii) Yine bu nedenledir ki hem donanım hem yazılım hem de diğer hizmetler için harcanan şey, üreticilerin emek-zamanından ve teknolojik araçlarda somutlaşmış emek gücünden başka bir şey değildir.

Emek kategorisinin bu şekilde gözden düşürülmesi, yalnızca bilimsel ya da kuramsal bir sorun değildir. *Apple*'ın ünlü tedarikçisi *Foxconn*'un fabrikalarındaki işçilerin kölelik koşullarına dayanamayıp intihar etmeleri maddelerin diğer bir yüzüne işaret etmektedir. 2010 yılı boyunca *Foxconn*'un Shenzen'deki kampüsünde yaşları 17'yle 28 arasında değişen 18 göçmen işçi intihara kalkışmış, 14'ü hayatını kaybetmiş, 4'ü de yaralı kurtulmuştur.³ Bu intihar zincirleri, enformasyonel üretimin göz bebeği ileri teknoloji ürünü akıllı cihazların, hangi koşullarda üretildiğini gözler önüne sermekle kalmamış, futuristic tahayyüllerin ve fetişist yanlıgıların gerçeklerle sınıandığında neden anlamsızlaştığını da kanıtlamıştır. Enformasyon sektöründeki ucuz emek gücü sömürsünün vardığı boyut işçiler için o kadar dayanılmaz bir hâl almıştır ki, işçiler fabrikalarda seri bir biçimde intihara kalkışmaktadırlar. Soruna daha yakından baktığımızda ise karşımıza çıkan resim şudur: Sadece *Apple* için değil, pek çok firma için dizüstü, masaüstü, tablet bilgisayarlar, akıllı telefonlar, MP3 çalarlar, kameralar, televizyonlar, oyun konsolları, *Kindle* gibi önde gelen şirketlere e-kitap okuyucuları ve parçalarını üreten, her birinde 20 bin ila 400 bin çalışanın işbaşı yaptığı onlarca üretim kampüsüne sahip *Foxconn*'da, 2011 yılı itibariyle, haftalık 40 saat çalışan bir işçinin aylık ücreti 950 yuandır (147 Amerikan doları) (Ngai ve Chan 2012, 399).

•••

3 “Foxconn Suicides”, https://en.wikipedia.org/wiki/Foxconn_suicides (Erişim Tarihi, 20.09.2017).

Bütün dijital cihazların ve özellikle akıllı telefonların üretimi için çok önemli olan koltan gibi değerli madenlerin Afrika ve Latin Amerika ülkelerindeki üretiminin önemli ölçüde zorla çalıştırma ve çocuk emeğine dayanması ise enformasyonel üretimdeki emek sömürüsünün nerelere vardığı hakkında daha bütünlüklü bir fikir verir (Dyer-Witthford 2019, 136-139). Üçüncü dünya ülkelerindeki bu ucuz ve neredeyse “köle” emeğinin, yalnızca madenlerde ve fabrikalarda karşımıza çıktığını söylemek de hata olur. Özellikle, küresel şirketlerin çağrı merkezlerinin genellikle Uzakdoğu ülkelerinde yaşayan çalışanlarının çalışma koşulları da bu resme eklenebilecek diğer parçalardandır (s. 142-144).

Şurası açıktır ki, *enformasyonelizmin*⁴ tılsımlı gücü, milyonlarca işçinin barınma ve beslenme gibi temel ihtiyaçlarını dahi karşılamaya yetmeyen bu ücretlerin üzerinde yükselmektedir. Kol emeğinin teorik olarak da ücretler açısından da gözden düşmesi, üretim tarzının kol ve zihin emeği arasındaki ayrımı küresel ölçekte de derinleştirdiğinin bir göstergesidir. Bütün bu göstergelere bakarak şunu rahatlıkla söyleyebiliriz ki “vasıfsız” emeğe ödenen ücretlerin düşük olması, ilk olarak, emeğin gerçekten de değersiz oluşunu değil, ortaya çıkardığı değere nazaran ne kadar az pay aldığını gösterir ve yazılım üretimi yapan bilgiye dayalı emek ise emek kategorisi içinde değerlendirilmez. Genel olarak teknolojinin, özeldir ise enformasyonun başlı başına üretici bir güç olarak ilan edilmesi ise bu koşullarda mümkün olur. Emek kategorisininin, gerçekte değil ama zihinlerde yok olduğu koşullarda, esas üretici gücün teknoloji ve enformasyon olarak görünmesi olağanlaşır.

Akıldışı Akıl Fetişizmi

En nihayetinde, insanın üretici yetilerinin insana karşıt dışsallığı, *insan aklının dışsallığını* doğurur. Üretici güçlerin tarih boyunca gelişimi insanın toplumsal aklının gelişmesi anlamına gelirken, bu süreç teknolojinin ve bilginin gelişimine içkindir. Marx, *Grundrisse*'de (2013b, 166), makineler ve bilgi üzerine yazdığı fragmanlarda, teknolojilerde somutlaşan bu üretici etkinliği “genel toplumsal bilgi” ve “genel akıl” olarak anmıştır. Genel toplumsal bilgi ve genel akıl, kapitalist üretim ilişkilerinde sermayenin hizmetine sunulmuş teknolojik araçlarda ve bilgide somutlaşırken, “yüksek teknoloji kapitalizmindeki sınıf mücadelesi genel akla egemen olma mücadelesi” halini alır (Dyer-Witthford 2004, 325).

•••

4 Castells kapitalist üretim tarzı ve yeni teknolojiler arasındaki yakınlaşma sonucunda ortaya çıkan ve kapitalizmin gelişiminde yeni bir aşamayı ifade eden enformasyona dayalı üretim biçimini *enformasyonelizm* olarak anmaktadır (2008, 23).

Sırasıyla aktarılan bu iki tespit, kapitalist üretim tarzında, aklın, enformasyonun insana dışsallığına koşut olarak neden “genel” olmaktan çıktığını da özetler. “Genel akıl” kolektif niteliğini kaybederek insan dışı ve üreticilere karşı nitelikler kazanır. Aklın bu şekilde başkalaşımı, teknoloji ve bilgi fetişizmlerinin doğrudan bir getirisi olmakla beraber, aklın da sınıflar arasında bölünmesinden kaynaklanır. “Günümüzün teknik akılsallığı egemenliğin akılsallığıdır; kendine yabancılaşmış toplumun zorlayıcı karakteridir” (Adorno 2009, 49).

Aklın bu şekilde bölünmesi iş bölümünün kapitalist tarzından türer ve bilimsel ve teknolojik gücü, ayrıcalıklı bir kesimin tekeliyle sınırlar. Aklın “genel akıl” olarak bu niteliğini kaybetmesi üretim tarzının genel bir sonucudur: “Bütün kapitalist çalışma örgütü, aslında kolektif işçinin ‘başını’, kollar, ayaklar, sindirim, boşaltım ve üreme organlarından ayırmaya dayanır” (Dyer-Witheford 2004, 342). İş bölümünün kapitalist tarzının bir sonucu olan sınıfsal ve emek içi ayrımlar, insanlığın kendi kolektif aklından ayrılması anlamına gelir. Aklın bu şekilde bölünmesi, öte yandan, Claude-Henri de Saint Simon, Prosper Enfantini ve August Comte’un ilk tohumlarını attığı, üreticilerin yerine düşünen, onları yöneten ve genel olarak topluma yön veren bir “teknokratlar sınıfı”nın ortaya çıkmasıyla somutlanır (Postman 2016, 141; Bell 1973, 76-80).

İnsanın kendi aklını yitirışı, Marcuse’nin “akıl dışılığın akılsallığı” olarak kavramsallaştırdığı insanlık durumunu, meta fetişizmini, sınıfların görünüşte eşitleştirilmesini, görünüşte özgürlüğü, bilimde deneyciliği ve davranışçılığı dayatır: “Bu uygarlık üretiyor, bu uygarlık konforu artırmaya ve yaymaya yeteneklidir, gereğinden fazla olanı ihtiyaç haline getirmeye, yıkımı yapıcı kılmaya yeteneklidir; bu uygarlık ‘dünya-nesne’yi insan aklının ve bedeninin bir boyutu haline getirdiği ölçüde, yabancılaşma kavramı sorun hale geliyor” (Marcuse 1975, 24).

Açıkça teknolojik bir temele dayanmasa ve hatta buna itiraz etse de bu yaklaşımın en iyi bilinen örneklerinden biri Francis Fukuyama’nın “tarihin sonu” tezidir (1989; Üşür 2001, 21-22). Fukuyama, oldukça coşkulu bir şekilde, teknolojinin rolüne vurgu yapan diğer analistleri maddeci eğilimleri içlerinde taşımakla eleştirerek, insanın ekonomik faaliyetinin onun bilincinden kaynaklandığı türünden radikal idealist diyebileceğimiz bir tutumla piyasaların zaferini ilan etmiştir. SSCB’de ve Çin Halk Cumhuriyeti’nde sosyalizminin çözüldüğünü ise buna en büyük kanıt olarak göstermiştir. Piyasa liberalizmi ideali dünyanın her köşesine öyle ya da böyle hâkim olduğunda, liberalizm

öncesi tüm çelişkiler (kapitalist toplumdaki emek-sermaye çelişkisi de dâhil tüm çelişkileri bu şekilde anmaktadır) çözülecektir. Sınıfsal çelişkiler, Batıda, hâlihazırda çözülmüştür bile. Fukuyama'nın, daha önce anılan fütüristlerin hareket noktasını paylaşamayıp eleştirse ve teknokrazi kavrayışı ciddi anlamda farklılıklar içerse bile (Postman 2016, 82) vardığı yer hiç de farklı değildir.

1960'lı yıllarda ortaya çıkmış ve 1980'li yıllardan günümüze dek sürmüş olan bu hegemonya, ekonomilerin işleyişini sınırlayan ve belirleyen kamusal politikaları, tüketimin ve iletişim biçimlerini, aidiyet biçimlerini, kısacası dünyanın çehresini değiştirmiştir. Ama bu değişim, fütürist düşünürlerin müjdelediği yönde gerçekleşmekten çok uzaktır. Özellikle "gelişmekte olan ülkeler" ya da "üçüncü dünya" açısından bu süreç "tanıklık edilen ya da seyredilen bir süreç" olarak deneyimlenmiştir (Törenli 2003, 192; Fuchs 2013). Zira Brzezinski üçüncü dünyayı "teknokratik çağ"ın kurbanı olarak ilan etmekten çekinmemiştir (1970, 35-36).

Tüm bu şatafatlı teoriler ortaya atılırken *akıl bölünmesi* küreselleşmiştir, bir yanda kararlar alanlar ve diğer yanda bu kararların sonuçlarına katılanlar olarak:

Uluslararası uzmanların teknokrat elitiyle bağımlı halklar arasında tam anlamıyla bir kopukluk yaşanıyor. Biri işsizlik oranını değerlendiriyor, diğeri eğer hâlâ kalmadıysa işsiz kalmanın tehdidi altında. Birinin aklı fikri büyüme oranında, diğeri yarın ne yiyeceğini bilmiyor. Bu noktadan itibaren iki dünya görüşü arasında artan bir zıtlık oluşuyor. Biri finansal piyasaları serbestleştirmek, kamu açığını düşürmek, enflasyona hâkim olmak, gümrük bariyerini kaldırmak, korumacılığa son vermek, kamu hizmetlerini azaltmak gerekliliğine kafasını takmış. Diğeriyse fakirlik, sağlık, eğitim, aile, güvenlik, günlük tüketim, uygun yaşam koşullarına erişmek için yeteri kadar üretim yapmakla meşgul (de Gaulejac 2013, 51).

Sonuç olarak, fütürist tahayyüllerin, tarihin sonunu ilan edenlerin, çokuluslu şirketlerin ve teknokratların, mimarı oldukları kamusal politikaların öngördüğü hiçbir teknolojik iyimserlik gerçekleşmemiştir. Ne çift yönlü iletişim olanakları devletleri ya da hükümetleri demokratikleştirmiştir ne eğitim ne de bilgiye erişim genele yayılmıştır ne de ekonomik eşitsizlikler ortadan kalkmış ya da bu yönde bir gidişatın kapıları aralanmıştır (Foster ve McChasney 2011, 58).

Öte yandan, bu dönüşümdeki "akıl", "akıllı teknolojiler" de pratik ve hızlı çözümleri bildirdiği kadar, şık bir görünümü de ifade eden *smart* kelimesiyle

de karşımıza çıkmaktadır.⁵ Bu sembolik karşılık hem kelimenin anlamındaki değişiklikte hem de akıllı teknolojilere (iletişim ve enformasyon teknolojilerine) dönük iyimser önkabulleri beslemiş ve yaygınlaştırmıştır. Önceleri, yalnızca insanlar *smart* olabilirken, artık teknolojiler de *smart* olabilir ve kelime, yeni enformasyon ve iletişim teknolojileriyle beraber teknokrat bir havaya bürünüp, “programcının tasarısına hataya mahal vermeden itaatkâr olan”, “düşük maliyetli” ve “kullanıcı dostu” gibi alt anlamlar kazanmıştır (Rose, 2001: 356). Bununla birlikte, işin “akla uygun”, verimliliği baz alan ve yeni durumlara adapte olarak öğrenmeyi öne çıkaran bir biçimde düzenlenmesini karşıladığı ve insan ile teknoloji arasında, teknolojinin öne çıkartılmasıyla, bu minvalde kurulacak bir uyumu da ifade ettiği söylenebilir (Marinova vd. 2017, 29-30).

Akıllı olmak, bu açıdan, gerçek anlamda insanın dışında, kendi kendini idare edebilen bir akla göndermede bulunmaktadır. Bu nedenle, akıllı teknolojilerin (akıllı telefonlar, akıllı şehirler, akıllı arabalar, akıllı saatler vb.) ortak noktası, toplumun “akıl dışı akılsallığa” göre gittikçe daha da yoğunlaşan bir biçimde dizayn edilmesini de içermektedir. Akıllı teknolojiler bizim için “düşünür” ve hayatımızı kolaylaştırır. İnsanların yapması gereken kendi gündelik faaliyetlerini bu akıllı teknolojilerdeki “akla” emanet etmektir. Kelimenin bu açıdan taşıdığı teknokrat anlam, yönetici sınıfların yeni egemenlik biçimlerini de ifade eden nitelikler kazanmıştır (Rose 2001, 359). Bu akıl, “özgürlük”, “sınır tanımamak”, “dünyayı yakalamak” ve “çağın gerisinde kalmamak” gibi, dönemsel politikalara destek çıkan popüler ve ideolojik söylemleri yaygınlaştırmıştır. Özellikle yirminci yüzyılın kolektif hafızalarda bıraktığı teknolojiye karşı olan kötümser bakışı da, kültürel olarak, sermayenin atılımları doğrultusunda dönüştürmüştür. Sermayenin hizmetine sunulan ve savaş teknolojilerinde de oldukça önemli roller üstlenen bu “akıl”, böylece çok daha “insani” bir forma bürünmüştür. Akıllı teknolojilerin insanla barışık “doğası”nın ve dijitalleşmenin kişiselleştirmeye uygun yapısının, mekanik teknolojilerin “soğuk”luğunun yerine geçtiği söylenebilir. Akıllı teknolojilerde karşımıza çıkan ve ilk bakışta fark edilmeyen bu ideolojik yükler ve o yüklerin ardındaki “akıl” bunların hepsini ima etmektedir.

Şu da önemle belirtilmelidir ki “tarih öncesi” bir çağda yaşamıyoruz. Ortaya çıkan yanılısamarlar, “doğa üstü” görünseler de aslında oldukça dünyevi.

•••

5 Bilindiği gibi, İngilizcedeki *smart* kelimesi Türkçede *akıllı* olarak yer etmiştir. Fakat Türkçedeki *akıllının* İngilizcedeki *smart*'ın tüm anlamlarını karşılamadığı açık. Odak noktamız *smart*'taki akıl olunca, bu çeviri farkının şimdilik önemsizliğini söyleyebiliriz.

Bu dünyaya ait bu “akıldışı akılsallık”, sınırları oldukça belli, özenle ölçülmüş biçilmiş bir yerden insanlara seslenmektedir. Metalaşmış ve tüm anlamını o metalarda kazanan bir dünyanın, kesinliklere dayanan ve bunu her yerde öne çıkaran bir “akıl” da var. *Hesaplanabilirlik* ve öngörülebilirlik, akılcılaştırmanın metalaşma düzeyinde ele alınabilecek en önemli iki eğilimidir (Ritzer 2016, 136-143). Bu “akıl”, günümüzdeki tüketim kültürünün tüm zaman ve mekânda insanlara sunduğu garantide ortaya çıkar. Dünyanın neresine gidersek gidelim, aynı mantık dizgesi içinde düzenlenmiş metalara, akıllı teknolojilere, uygulamalara, *fast food* restoranlarına ulaşabilmek artık mümkün.

Bu sistem, insan aklının yerine insan dışı bir akılı ikame ederken sözü edilen bu süreç iki şekilde gerçekleşir (s. 144-155): (i) Artan işlem kapasitesini sürdürebilmek için insan kapasitesini aşan teknolojik bir kapasiteye ihtiyaç duyulur. Alışveriş de iş yaşamı da güvenlik de tam otomatik bir hâl alır. Herkes, aynı sisteme dokunarak alışveriş yapar, çalışır ya da güvenliğini sağlar. Sorunsuz bir şekilde işleyen yapı, *smart* kelimesinin “insanla barışık” ve işlevsel anlamlarını karşılar. (ii) Fakat bütün bunlar olurken, eğer işlemlerde bir sorunla karşılaşıyorsa, sorun çıkaran taraf insan olur.

Akıllı teknolojilerdeki *akıl dışsallığı*, insan aklının bu şekilde ötelenmesinde karşımıza çıkar. Şu veciz söze eşlik eden karamsarlık ise belki de aklın bu şekilde insanlardan cihazlara aktarılmasının bu kadar mahirce kotarılmasından kaynaklanır: “On dokuzuncu yüzyıl kapitalizmi milyonlarca işçinin hayatını tüketti; yirminci yüzyıl kapitalizmi, uygar insanın aklını yok ederek sonlanabilir” (Normal Mailer’den aktaran Baran ve Sweezy 2014, 65). Günümüzdeki insanın aklını tümüyle kaybedip kaybetmediği tartışmaya açık olsa da akıllı teknolojilerde karşımıza çıkan “akıl” genel akıl (ortak akıl) olmadığı artık kesinleşmiştir. Teknolojilerin giderek daha çok akıllı olduğu günümüz dünyasında, karar alanların başka kimsenin aklına ihtiyaç duymaması ve o kararlara ayak uyduranlardan sadece akıllı teknolojilere ayak uydurmalarının beklenmesi ise giderek “akılcılaştıran” dünyanın bir ironisidir.

Sonuç

Genel olarak, enformasyon toplumu teorileri, enformasyon teknolojilerini toplumsal bağlamından yalıtık, başlı başına üretici bir güç ve toplumu dönüştüren bağımsız, yegâne etken olarak ele alırken, *teknoloji fetişizminin* kökleri derinlerde yatan bir örneğini sunmuş olurlar. Sözü edilen yaklaşımların tarif ettiği toplumsal dönüşümlere ve teknoloji olgusuna bakıldığında, diğer tüm toplumsal süreç ve unsurların teknolojiye bir nedenle ortaya çıkmış dö-

nüşümleri takip ettiğine ya da etmesi gerektiğine yönelik bir ön kabulün benimsendiği görülür. Enformasyon teknolojilerinin başlı başına üretici bir güç olarak ortaya çıkmasının koşulu ise enformasyonun/bilginin kendisinin üretici bir güce dönüşmesinde saklıdır. Bilgi değer teorisi olarak da ifade edilen bu bakışa göre, emek gücü, genel olarak vasıfsız bir faaliyet olarak kol ya da kas gücüyle eşitlenir ve enformasyonun/bilginin kendisi de üretici etkinliğin esas kaynağı olarak ilan edilir. Bu koşullarda, bilgi üretimi, emek etkinliğinin bir biçimi veya ona içkin bir süreç olarak görülmez. Böylece, enformasyonun kendisi insandan bağımsız bir şey ve fetiş bir öge olarak öne çıkartılır ve *enformasyon fetişizmi* burada görünür olur.

Emeğin, ontolojik olarak bu şekilde bölünmesi ve kol ile zihin emeğinin birbirine karşıt şeyler olarak tayin edilmesi ise aklın bölünmesi anlamına gelir. Kapitalist üretim tarzında iş bölümünün kazandığı bu nitelikler, genel olarak, karar alanlar ve o kararlara tabi olanlar arasında ortaya çıkan bir bölünmeye de tekabül eder. Ancak her şey genel politikanın o kararları alanların işaret ettiği doğrultuda dönüşüm geçirmesiyle sınırlı kalmaz, bahsedilen “akıl”, diğer yandan, akıllı teknolojilerdeki “akıl” olarak da karşımıza çıkar. Akıllı teknolojilerin, hataya mahal vermeyen ve insan kontrolünden bağımsız işleyen yapısı göz önünde bulundurulduğunda, teknolojinin insan hayatını kolaylaştıran rolü giderek öne çıkar, teknolojik iyimserlik buradan beslenir ve bunun sonucunda teknolojinin “gerektirdiği” yolu izlemek amacıyla ortaya atılan politikalar meşruluk kazanır. Eğer ortada bir sorun varsa, bunun sorumlusu teknolojiye ayak uyduramayan insanlardadır. “Akıl dışı” *akıl fetişizmi* bu koşullarda görünür olur.

Enformasyon toplumu teorileri, genel olarak, teknoloji, bilgi ve akıl fetişizmine dayanarak, yanlış görünüşleri merkezileştirir ve yeni mitler yaratır. Bu fütürist anlatıların dünyayı görüş tarzı, teknolojiyi toplumsal bağlamından kopararak başlı başına belirleyici bir şey statüsüne indirger, enformasyon üretimini emek sürecine içkin bir faaliyet olarak görmez ve aklın bölünmesini derinleştirerek gerçek üreticileri “akıl”dan mahrum bırakır. Sonuçta, insanların üretici etkinliğinin ürünlerinden başka bir şey olmayan teknoloji, enformasyon ve akıl, teknolojinin ve enformasyonun kendisine, sermayeye ve bazı yetenekli kişilere mal edilerek tözselleştirilir. İnsan teknoloji karşısında, emek bilgi karşısında, genel akıl teknik akılsallık karşısında mağlup edilerek, gerçek üreticilerin ürünleri ve yetileri ellerinden alınır. Enformasyon toplumu teorilerinin ortaya attığı dönüşümlerin ne zaman öngörü ne zaman şu anda gerçekleşmek olduğu bile belirsizdir. Ama inanç sağlamdır: Enformas-

yonun değer üreten bir unsur olarak öne çıkması klasik sanayi toplumuna ya da kapitalist üretim tarzına özgü çelişkileri ortadan kaldıracaktır. Hâlbuki emek “ortadan kaybolmuşken”, sermaye yoluna çok daha güçlenerek devam etmektedir. Sınıflar arasında bölünmüş akıl ve o aklın ideali bu çelişkiyi çözer, fakat bir farkla, gerçekte değil, zihinlerde. Bütün bunlar olurken, şirketler daha da büyümekte, emek gücü daha da ucuz bir metaya dönüşmekte ve küresel ölçekte yoksulluk ve gelir dağılımındaki uçurum daha da artmaktadır. Her ne kadar etraflıca ilan edilmemiş olsa da yeni bir değer teorisine dayanan ve yaşadığımız çağın mitlerini oluşturan bu fetişizm türleri, emeği görmezden geldiği yerde, aslında emek etkinliğinin dolaysız ürünlerini olan teknolojiyi, enformasyonu ve akli görmektedir. Ancak onları toplumsal üretim sürecinden yalıtarak, teknolojiyi, enformasyonu ve akli şeyleştirerek ve hepsini birer fetiş ögeye indirgeyerek ele alır ve küresel çapta benimsenen politikalara yön verir. Tarihin, politikanın ve coğrafyanın sonu da bu koşullarda ilan edilir.

Kaynakça

- Adorno, Theodor W. 2009. *Kültür Endüstrisi*. (Çev. Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, Elçin Gen). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Aronowitz, Stanley. 2005. *Technology and the Future of Work. Reading Digital Culture*. (Ed. David Trend). Oxford: Blackwell Publishing.
- Baran, Paul A. ve Sweezy, Paul. M. 2014. "Tekelci Kapitalist Toplumun Niteliği: Kültür ve İletişim." *Monthly Review Türkçe*, (Çev. Barış Baysal, Salim Özen), (16), 39-66.
- Barthes, Roland. 1990. *Çağdaş Söylenler*. (Çev. Tahsin Yücel). İstanbul: Hürriyet Vakfı Yayınları.
- Basalla, George. 2013. *Teknolojinin Evrimi*. (Çev. Cem Soydemir). Ankara: Doğu-Batı Yayınları.
- Başaran, Funda. 2010. *İletişim ve Teknolojileri ve Toplumsal Gelişme*. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Bell, Daniel. 1973. *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. New York: Basic Books.
- Beniger, James R. 1986. *The Control Revolution: Technological and Economic Origins of the Information Society*. London: Harvard University Press.
- Berman, Marshal. 2012. *Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor*. (Çev. Ümit Altuğ, Bülent Peker). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bewes, Timothy. 2008. *Şeyleşme*. (Çev. Deniz Soysal.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Bimber, Bruce. 1990. "Karl Marx and the Three Faces of Technological Determinism." *Social Studies of Science*. 20(2), 333-351.
- Brzezinski, Zbigniew. 1970. *Between Two Ages: America's Role in the Technetrotic Era*. New York: The Viking Press.
- Castells, Manuel. 2008. *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum Kültür. Ağ Toplumunun Yükselişi* (Cilt I). (Çev. Ebru Kılıç.). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Dant, Tim. 1996. "Fetishism and the Social Value of Objects." *The Sociological Review*, 44(3), 495-516.
- van Dijk, Jan. 2006. *The Network Society*. London: Sage Publications.
- Dusek, Val. 2006. *Philosophy of Technology*. Malden: Blackwell Publishing.
- Dyer-Witford, Nick. 2004. *Siber-Marx: Yüksek Teknoloji Çağında Sınıf Mücadelesi*. İstanbul: Aykırı Yayınları.

- Dyer-Witheford, Nick. 2019. *Siber Proletarya: Dijital Girdapta Küresel Emek*. İstanbul: Z Yayınları.
- Fine, Ben. 2015. Sömürü ve Artık Değer. *Marksist İktisat Klavuzu*. (Ed. Ben Fine, ve Alfredo Saad-Filho). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Fuchs, Christian. 2013. "Capitalism or information society? The fundamental question of the present structure of society." *European Journal of Social Theory*, 16(4), 413–434.
- Fukuyama, Francis. 1989. "The End of History?" *The National Interest*, (16), 3-18.
- Foster, John. B. ve McChasney, Robert. 2011. "İnternetin Kapitalizmle Uğursuz Evliliği." (Çev. Kıvanç Nazım, Onur Gayretli.) *Monthly Review Türkçe*, (28), 57-89.
- de Gaulejac, Vincent. 2013. *İşletme Hastalığına Tutulmuş Toplum*. (Çev. Özge Erbek.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Garfield, Eugene. 1979. "2001: An information society?" *Journal of Information Science*, 1(4), 209–215.
- Geray, Haluk. 2003. İletişim ve Teknoloji *Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Geray, Haluk. 2006. *Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş*. Ankara: Siyasal Yayınları.
- Habermas, Jürgen. 2010. Technical Progress and the Social Life-World. *Technology and Values*. (Ed. Craig Hanks). Oxford: Blackwell Publishing.
- Habermas, Jürgen. 2019. "İdeoloji" Olarak Teknik ve Bilim. (Çev. Mustafa Tüzel.) İstanbul: Yapı ve Kredi Yayınları.
- Harvey, David. 2012. *Sermayenin Sınırları*. (Çev. Esin Soğancılar). İstanbul: Sel Yayınları.
- Hobsbawn, Eric. 2012. *Kısa 20. Yüzyıl 1914-1991 Aşırılıklar Çağı*. (Çev. Yavuz Alogan). İstanbul: Everest Yayınları.
- Jeon, Heesang. 2015. "Bilgi Ekonomisi." *Marksist İktisat Klavuzu*. (Ed. Ben Fine ve Alfredo Saad-Filho). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Kumar, Krishan. 2004. *Sanayi Sonrası Toplumdan Post Modern Topluma*. (Çev. Mehmet Küçük). Ankara: Dost Yayınları.
- Lukács, György. 2014. *Tarih ve Sınıf Bilinci*. (Çev. Yılmaz Öner). İstanbul: Belge Yayınları.
- Machlup, Fritz. 1967. *The Production and Distribution of Knowledge in the United States*. New Jersey: Princeton Publications.

- Marcuse, Herbert. 1975. *Tek Boyutlu İnsan*. (Çev. Afşar Timuçin ve Teoman Tunçdoğan). İstanbul: May Yayınları.
- Marinova, Detelina, Ko de Ruyter, Ming-Hui Huang, Matthew L. Meuter, Goutam Challagalla. 2017. Getting Smart: Learning From Technology-Empowered Frontline Interactions. *Journal of Service Research*, 20(1), 29–42.
- Marx, Karl. 2011. *Kapital* (Cilt I). (Çev., Mehmet Selik ve Nail Satlıgan). İstanbul: Yordam Kitap.
- Marx, Karl. 2013a. *Grundrisse* (Cilt I). (Çev. Arif Gelen). Ankara: Sol Yayınları.
- Marx, Karl. 2013b. *Grundrisse* (Cilt II). (Çev. Arif Gelen). Ankara: Sol Yayınları.
- Marx, Karl. 2015. *Kapital* (Cilt III). (Çev. Mehmet Selik ve Erkin Özalp). İstanbul: Yordam Kitap.
- Marx, Karl. 2019. Ücret, Fiyat ve Kar. (Çev. Erkin Özalp). İstanbul: Yordam Kitap.
- Marx, Leo. 1998. "The Idea of 'Technology' and Postmodern Pessimism." *Does Technology Drive History? The Dilemma of Technological Determinism*. (Ed. Merritt Roe Smith, Leo Marx) Cambridge: The Massachusetts Institute of Technology Press.
- Masuda, Joneji. 1990. *Managing In the Information Society. Releasing Synergy Japanese Style*. Cambridge: Blackwell Publishing.
- Mitcham, Carl. 2010. Philosophy of Information Technology. *Technology and Values*. (Ed. Craig Hanks) Oxford: Blackwell Publishing.
- Mosco, Vincent. 2004. *The Digital Sublime. Myth, Power and Cyberspace*. Cambridge: The Massachusetts Institute of Technology Press.
- Ngai, Pun ve Jenny Chan. 2012. "Global Capital, the State, and Chinese Workers: The Foxconn Experience." *Modern China*, 38(4), 383–410.
- Ollman, Bertell. 2006. *Diyalektiğin Dansı*. (Çev. Cenk Saraçoğlu). İstanbul: Yordam Kitap.
- Preston, Pascal. 2001. *Reshaping Communications: Technology, Information and Social Change*. London: Sage Publications.
- Porat, Marc U. 1977. *The Information Economy: Definitions and Measurement*. Office and Telecommunications. Washington: US Department of Commerce.
- Postman, Neil. 2016. *Teknopoli: Kültürün Teknolojiye Teslim Oluşu*. İstanbul: Sentez Yayınları.
- Ritzer, George. 2016. *Büyüüsü Bozulmuş Dünyayı Büyüülemek. Tüketim Katedrallerinde Süreklilik ve Değişim*. (Çev. Funda Payzın). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Rose, Andrew. 2001. "The New Smartness." *Reading Digital Culture*. (Ed. David Trend). Oxford: Blackwell Publishing.
- Sayer, Derek. 2012. *Soyutlamanın Şiddeti*. (Çev. Gül Çağalı Güven). İstanbul: Habitus Yayınları.
- Smith, Tony. 2010. Technological Change in Capitalism: Some Marxian Themes. *Cambridge Journal of Economics*, 34(1), 203-212.
- Şenel, Alaaddin. 2014. *İnsanlık tarihi: Kemirgenlerden Sömürgenlere*. Ankara: İmge Yayınları.
- Terranova, Tiziana. 2006. "The Concept of Information." *Theory, Culture & Society*, 23(2-3), 286-288.
- Toffler, Alvin ve Heidi Toffler. 1996. *Yeni Bir Uygarlık Yaratmak: Üçüncü Dalganın Politikası*. (Çev. Zülfü Dicleli). İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Toffler, Alvin. 1970. *Future Shock*. London: The Bodley Head Publications.
- Törenli, Nurcan. 2003. "EİT Dolayımında Kapitalist Üretim İlişkilerinin Yeniden Yapılandırılması: Enformasyon Toplumu ve Düşündürdükleri." *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 58(2), 191-219.
- Törenli, Nurcan. 2004. *Enformasyon Toplumu ve Küreselleşme Sürecinde Türkiye*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Üşür, İşaya. 2014. "Teknoloji Felsefesi Üzerine ya da Tarihin Tanrısı Teknoloji Midir?" *Mülkiye Dergisi*, 25 (230), 7-26.
- Webster, Frank. 2002. *Theories of Information Society*. London: Routledge Publications.
- Williams, Raymond. 1989. *İkibin'e Doğru*. (Çev. Esen Tarım). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Wilson, Charles. 1970. "Technology and Industrial Organization". *A History of Technology*. (Cilt V). (Ed. Charles Singer, E. J. Holmyard, A.R. Hall ve Trevor I. Williams). Oxford: Oxford University Press.
- Zuboff, Shoshana. 2005. Dilemmas of Transformation in the Age of smart Machine. *Reading Digital Culture*. (Ed. David Trend). Oxford: Blackwell Publishing.

Türkiye'deki Gazetelerin İnternet Sitelerinde Çilem Doğan Davası

Devrim Deniz Erol

Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi

<https://orcid.org/0000-0003-4111-0209>

devrimde@anadolu.edu.tr

Öz

Çilem Doğan davası 2015 yılında başlamış gerek medyada gerekse toplumsal alanda ilgi görmüş ve tartışılmıştır. Bu çalışma Doğan davasının hukuki ve toplumsal bağlamı çerçevesinde haber medyasındaki temsiline odaklanmaktadır. Bu amaçla gazetelerin internet sitelerindeki haber ve fotoğraflar eleştirel söylem analizi tekniğiyle analiz edilmiştir. Çalışmada, yaygın medya içinde yer alan *Hürriyet*, liberal; AKP (Adalet ve Kalkınma Partisi) hükümetine yakın olan *Yeni Akit*, muhafazakâr ve İslamcı; muhalif basın içinde yer alan *Birgün* ise radikal solu temsilen seçilmiştir. Araştırmanın sonuçları, incelenen gazetelerin internet sitelerinin dava sürecini ideolojik çizgileri ve yayın politikalarıyla bağlantılı olarak inşa ettiklerini göstermektedir. *Birgün*, dava sürecini ve Çilem Doğan'ı meşru müdafaa hakkı üzerinden temsil etmiş ve haberlerinde davanın sosyo-kültürel, tarihsel ve hukuksal bağlamına yer vermiştir. *Hürriyet*'te bu bağlam, magazin ve dramatize edici unsurlarla gölgelenmiş ve Doğan, daha çok bir "kurban" olarak temsil edilmiştir. *Yeni Akit*, davanın sosyo-kültürel ve tarihsel bağlamına yer vermemiş, şiddeti kişiselleştirmiş ve Doğan'ı kocasını öldüren "suçlu" bir kadın olarak temsil etmiştir.

Anahtar kelimeler: Çilem Doğan, meşru müdafaa, haber, haber fotoğrafı, eleştirel söylem analizi.

• • • • •

Makale geliş tarihi: 14.09.2020 ■ Makale kabul tarihi: 29.03.2021

<http://ilefdergisi.ankara.edu.tr>

ilef dergisi ■ © 2021 ■ 8(2) ■ güz/autumn: 381-411

Araştırma Makalesi ■ DOI: 10.24955/ilef.1023512

The Çilem Doğan Case in the Websites of Dailies in Turkey

Devrim Deniz Erol

Anadolu University, Faculty of Communication Sciences

<https://orcid.org/0000-0003-4111-0209>

devrimde@anadolu.edu.tr

Abstract

The Çilem Doğan Case started in 2015. It has drawn both media and public attention and sparked discussion. This study investigates the media representation of the Çilem Doğan case within its legal and social context. News and news photographs of the Doğan case, published on the websites of the liberal daily *Hürriyet*, radical left-wing daily *Birgün* and conservative and Islamist daily *Yeni Akit*, were analysed drawing on critical discourse analysis. The results indicate that the websites of these dailies construct the lawsuit process in line with ideological views and editorial lines. Accordingly, the daily *Birgün* represented the lawsuit process and Çilem Doğan by focusing on the right to self-defence and covered the socio-cultural, historical and legal context in the news. In *Hürriyet*, the context of the news was overshadowed by tabloid and dramatic elements, and Çilem Doğan was represented more like a “victim”. *Yeni Akit* did not cover the socio-cultural and historical context of the case in the news, personalised the violence, and represented Çilem Doğan as a “guilty” woman who killed her husband.

Keywords: Çilem Doğan, self-defence, news, news photographs, critical discourse analysis.

• • • • •

Received: 14.09.2020 ■ Accepted: 29.03.2021

<http://ilefdergisi.ankara.edu.tr>

ilef dergisi ■ © 2021 ■ 8(2) ■ güz/autumn: 381-411

Research Article ■ DOI: 10.24955/ilef.1023512

Şiddet, toplumdaki güç eşitsizliğinin bir sonucu, hâkim grupların güç gösterilerinin bir parçasıdır (Öztürk 2007/2008, 117-118). Ancak toplumsal alanda güçsüz olanın egemen olana şiddeti de mümkündür. Eşinden uzun süre şiddet gören kadının, eşine uyguladığı şiddet olarak değerlendirildiğinde Çilem Doğan'ın şiddeti ikinci türdekine bir örnektir.

Ataerkil bir toplum olan Türkiye'de "her yaş, meslek ve statüden erkek hemen her yaş, meslek ve statüden kadına fiziksel, psikolojik, cinsel ve ekonomik şiddet uygulamaktadır" (İHD 2011, 2). Kadına yönelik şiddetin sistematik olduğu Türkiye'de, kadınlar özellikle tanıdıkları erkekler tarafından şiddet görmekte; yoğun olarak aile içi şiddete maruz kalmakta ve aldıkları koruma kararları veya gerekli kurumlara ilettikleri şikâyetlere rağmen şiddete uğramaktadır (Tahaoğlu 2016a). Çilem Doğan da eşini öldürmeden önce, bu kadınlardan biridir.

Dava süresince meşru müdafaa, meşru savunma ve öz savunma kavramları toplumsal alanda daha fazla kullanılır olmuştur.¹ Doğan davasının

•••

1 Bu kavramlar birbiri yerine kullanılabilir. Çalışmada, yaygın kullanımından da hareketle "meşru müdafaa" kavramı tercih edilmiştir.

gazetelerde nasıl temsil edildiğinin analizi; davanın medyanın gündemine yerleşmesi ve toplumsal alandaki etkileri ve ortaya çıkardığı tartışmalar nedeniyle önemlidir. Yurtdışında ve Türkiye’de kadın ve şiddet konusunda yapılan araştırmaların kadına yönelik şiddet konusu üzerine yoğunlaştıkları görülmektedir (örn. Altun ve Bek 2013; Braber 2014; Breen vd. 2017; Dağtaş 2015; Gürses 2017; Jiwani ve Young 2006; Özer ve Üçer 2010). Türkiye’deki literatürde kadının uyguladığı şiddetin haberlerdeki temsiline odaklanan az sayıda çalışma vardır (örn. Akınerdem 2016; Erol 2013; Kural 2019). Bu çalışma şiddetin öznesi olan kadının haberde temsiline odaklanarak Türkiye’deki literatüre katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Çalışmanın konusu Türkiye’de şiddete maruz kalan kadının meşru müdafasını gündeme getiren Çilem Doğan davasıdır. Çalışmanın problemi, gazetelerin internet sitelerinin davayı nasıl inşa ettikleri ve özellikle de hukuksal süreçte meşru müdafaa olgusunu nasıl ele aldıklarıdır. Çalışmada *Yeni Akit*, *Birgün* ve *Hürriyet* gazetelerinin internet sitelerindeki haber ve haber fotoğrafları, eleştirel söylem analizi kullanılarak çözümlenmiştir. Bulgular, gazetelerin internet sitelerinin büyük oranda ideolojik çizgileri ve toplumsal cinsiyete yaklaşımlarını içeren yayın politikalarına bağlı olarak dava sürecini ele aldıklarını göstermektedir. Bu durum ve diğer bulgular çalışmanın sonuç bölümünde tartışılmıştır.

Haberde Temsil: Kadının Uyguladığı Şiddet

Eleştirel haber çalışmalarında haber, gazeteciliğin gündelik pratikleri ve profesyonel etik kodları (tarafsızlık, nesnellik vb.) içinde inşa edilen bir söylem olarak ele alınmaktadır. Bundan hareketle haber, liberal paradigmanın “ayna” benzetmesinin aksine, gerçeği tarafsız bir biçimde yansıtmaktan çok onu inşa ederek var olan eşitsiz güç ilişkilerini egemenlerin lehine yeniden üretir (İnal 1996, 2010). Şiddet olaylarının temsili özelinde ise şiddetin sosyo-kültürel ve politik nedenlerine ilişkin bağlam çoğu kez haber metinlerinden koparılır; söz konusu neden-sonuç ilişkilerinden, şiddet kişisel bir soruna indirgenir, kişilerin başına gelen talihsiz bir olay olarak dramatize edilerek sansasyonel şekilde sunulur. Şiddet, kabul gören haber değerleri açısından “olumsuzluk” niteliği taşır. Hangi şiddetin meşru hangisinin gayri meşru olduğu ise -toplumdaki iktidar ilişkileriyle bağlantılı olarak- haber söyleminde inşa edilir (İnal 2008, 73-74).

Kadın ve şiddet ilişkisinin bir yönünü kadına yönelik şiddet oluştururken diğer yönünü kadının şiddeti oluşturmaktadır. Literatürde (örn. Akıner-

dem 2016; Barnett 2006; Berrington ve Honkatukia 2002; Easteal vd. 2015; Erol 2013; Kural 2019; Morrisey 2013; Noh vd. 2010) kadının uyguladığı şiddetin haberdeki temsili üzerinde daha az durulmuştur. Kadınların şiddetinin haberdeki temsiliinde -kadına yönelik şiddet haberlerinde de olduğu gibi- var olan toplumsal cinsiyet ilişkilerinin yeniden üretildiği söylenebilir.

Toplumsal cinsiyet kavramı, kadınlık ve erkeklik durumlarının, biyolojik temellerden çok sosyo-kültürel ve tarihsel olarak inşa edildiğini vurgular (Alankuş 2007, 28-29). Toplumsal cinsiyet, biyolojik cinsiyete yüklenen kadınlık ve erkeklığe dair kalıp yargılara dayalı olarak kurulur. Kadınlık durumuna pasif, erkeklik durumuna ise aktif rol ve davranış kalıpları yüklenir (Molinier ve Welzer-Lang 2009, 236). Kadınlık aynı zamanda “makbul” veya “makbul olmayan” kadınlık durumları olarak kurulur. Bu durum haber söyleminde yeniden üretilir (Aknerdem 2016, 9).

Kadın ve erkek suçluluğu arasında büyük farklar bulunmaktadır. Dünyada ve Türkiye’de kadın suçluluğu oranları düşüktür (İlbar 2007, 12). Bu durumla ve kadınlığa yüklenen toplumsal rollerle de ilişkili olarak, kadınların şiddet eylemlerinde bulunması toplum tarafından sıra dışı olarak görülmektedir (Berrington ve Honkatukia 2002). Bundan yola çıkılarak yaygın haber değerleri açısından “sıra dışılık” niteliği taşıdığı için bu olayların haberleştirildiği de söylenebilir.

Kadınların şiddeti, kabul gören toplumsal cinsiyet rolleriyle çelişir. Dolayısıyla “bu defa da kadın erkeği öldürdü” gibi başlıklarla aktarılan haberler², toplumsal cinsiyet rollerinden sapmayı; erkeğin güç, şiddet kullanma hakkı gibi “erkeksi” niteliklerinin (Molinier ve Welzer-Lang 2009, 236) kadınlar tarafından kullanılma olasılığını okuyucuya hatırlatır. Konuyla ilişkili olarak Berrington ve Honkatukia (2002, 50) şiddet uygulayan kadınların “istisnai”, “doğal olmayan/tuhaf” ve “çifte sapkın” olarak görüldüklerini vurgulamaktadır. Bu kadınlar sadece “kanunlara karşı gelmemiş”, aynı zamanda toplumdaki kadınlık rollerine ilişkin beklenti ve kurallara da aykırı davranmışlardır.

Kadınların uyguladığı şiddetin haberdeki temsiline yönelik yurt dışı literatüründeki çalışmalar, bu kadınların özellikle “kötü” [*bad*], “akıl hastası” [*mad*] veya “kurban” [*victim, sad*] olarak temsil edildiklerini göstermektedir (Easteal vd. 2015, 30-33). İlgili haberlerdeki temsiller, “ana akım hukuk siste-

•••

2 Türkiye medyasında bu tarz örneklerle sıklıkla karşılaşmaktadır. Bkz. Doğan Haber Ajansı. 2017. “Bu defa da kadın öldürdü.” Son erişim tarihi: 15.07.2017.
http://arsiv.dha.com.tr/bu-defa-kadin-oldurdu_1253037.html.

minin” kadın suçlulara yönelik mevcut toplumsal cinsiyet ilişkileriyle bağlantılı olan tanımlamaları üzerinden kurulmaktadır. Ceza hukuku söylemi ve toplumsal cinsiyet ilişkilerine dair kabuller birbiriyle örtüşmekte ve bu temsilleri oluşturmaktadır (Berrington ve Honkatukia 2002; Morrissey 2003; Weare 2013). Buna göre “kötü” hukukta bilinçli olarak veya planlı /kasten suç işleme fiiliyle ilişkilidir. “Akıl hastası”, hukukta cezai sorumluluğu veya cezai işlemi ortadan kaldıracak psikolojik mazerete sahip olma durumunu tanımlamaktadır. “Kurban” ise kadınların çoğunlukla toplumsal veya kişisel geçmiş yaşantıları nedeniyle, “üzücü” olaylar sonucunda suç işlediği durumlar için kullanılmaktadır (Berrington ve Honkatukia 2002; Weare 2013, 2017). Konuyla ilgili olan çalışmalardan örnekler vermek mümkündür.³

Berrington ve Honkatukia (2002) İngiltere ve Finlandiya’da gerçekleşen iki olaydan yola çıkarak, tabloid ve ana akım gazetelerde, “öldüren kadın imajının” nasıl inşa edildiğine odaklanmıştır. Araştırma, özellikle toplumsal cinsiyet ilişkileri ve “cinsiyetlendirilmiş şiddet” gibi olguların inşasında haber temsiline nasıl rol oynadığını ele almıştır. Eşiyle birlikte birçok kadın-çocuğun şiddete uğramasından sorumlu olan Rose West, basında “kötü” olarak temsil edilmiştir. Yazarlar, erkeğin yerine kadının şiddetine odaklanıldığını ve kadınlık rollerinden sapma durumunun öne çıkarıldığını vurgulamaktadırlar. İkinci örnekteki Sillanpaa olayında ise kadın, “psikolojik rahatsızlığının kurbanı” olarak temsil edilmiştir. “Akıl hastası” ve “kurban” temsilleri neden-sonuç ilişkisi oluşturacak şekilde haberlerde yer almıştır (Berrington ve Honkatukia 2002, 61-70).

Kadınların şiddetinin haberlerde temsiline ilişkin diğer bir çalışma Barnett’ın (2006) Amerika Birleşik Devletleri (ABD) basınında çocuklarını öldüren kadınlarla ilgili haberlere yaptığı anlatı analizidir. Çalışmaya göre haber anlatıları doğru-yanlış, çocukluk masumiyeti ve kadınlık rollerinin ihlaliyle ilişkili olan toplumdaki kökleşmiş değerlere dayandırılarak kurulmaktadır. Çocuklarını öldüren kadınlar çoğunlukla “deli” olarak temsil edilmektedir (Barnett 2006, 417-424)

Türkiye’de yapılan çalışmalardan Erol’un (2013) çalışması haberlerde kadınların şiddetinin nedeni olarak akılcı olmayan gerekçelerin, ruhsal bozuklukların veya “tuhafıklar”ın sunulduğuna işaret etmiştir. Hrant Dink

•••

3 Burada yer verilen örnek çalışmalar, eleştirel söylem çözümlemelerinden farklı yöntemleri de içermektedir. Literatürde kadının uyguladığı şiddete ilişkin eleştirel söylem analiziyle yapılan çalışmalar az olduğundan, farklı analiz yöntemi kullanan çalışmalardan da yararlanmıştır.

Vakfı'nın raporu (Akınerdem 2016, 8-20) ise haberlerde şiddet uygulayan kadınların, toplumsal cinsiyet rollerinden sapmış "canavarlar" veya "caniler" olarak temsil edildiğini göstermektedir.

Uzun süre şiddete maruz kalmış kadınların kendilerine şiddet uygulayan erkeklere şiddetle karşılık vermelerini konu alan çalışmalar, yukarıdaki çalışmalara benzer şekilde, söz konusu kadınların "kötü", -çoğunlukla uğradıkları şiddetin sonucu olarak- "akıl hastası" veya "kurban" olarak temsil edildiğine işaret etmektedir.

Lin (2012'ten akt. Easteal vd. 2015, 33), ABD'de 2006 yılında eşini vurarak öldüren Mary Winkler hakkında yayınlanan haberlere ilişkin çözümlemesinde, Winkler'in uzun süreli şiddet görmesi nedeniyle haberlerde ağırlıkla "kurban" olarak sunulduğunu belirtmiştir. Noh, Lee ve Feltey (2010) ise 1978-2002 yılları arasında ABD ve Kanada'nın yaygın gazetelerinde yayınlanmış ve uzun süre şiddet gören kadınların erkekleri öldürmesi konulu haberleri incelemiştir. Çalışma haberlerde kadınların daha çok "akıl hastası" veya "kötü" olarak temsil edildiğini ve nadiren akılcı şekilde hareket eden ve meşru müdafada bulunan "makul" bireyler olarak sunulduğunu ortaya koymuştur. Araştırmacılara göre haberlerde öne çıkan "tıbbi" açıklamalar, kadınların uğradıkları şiddetin sosyo-kültürel bağlamını göz ardı ederek durumu bireysel travmaya indirgemektedir. Haberlerde kadınlar, "örselenmiş kadın sendromu"⁴ ve "travma sonrası stres bozukluğu" gibi psikolojik açıklamalara dayanarak akıldışı hareket eden kişiler veya "akıl hastaları" olarak temsil edilmiştir. Haberler daha çok "tıbbi" söylemlerle çerçevelenmiştir (Noh vd. 2010, 120).

Aynı zamanda haberler, ceza sistemiyle bağlantılı olarak "öldürdüyse suçludur, suçun sorumlusudur" türünde "geleneksel" söylemlere uygun bir biçimde de çerçevelenmiştir. Bu durum kadınların "akılcı, manipülatif, soğukkanlı katiller" olarak haberlerde temsil edilmesini beraberinde getirmiştir. Çalışma, feminist ve alternatif kaynaklardan gelen açıklamalara çok az yer verildiğini ve "meşru müdafaa" konusunda "saldırı sırasında savunma" gibi

•••

4 Örselenmiş kadın sendromu; eşleri ve sevgilileri gibi birlikte oldukları bireylerden devamlı şiddet gören kadınların psikolojik durumlarını nitelemekte; ceza hukukundaysa devamlı şiddet gören kadının, eş zamanlı olarak değil, failin eylemi bittikten bir süre sonra onu öldürmesi durumuna işaret etmektedir. Küçüktaşdemir (2015, 547) içtihat hukuku ülkelerinin mahkemelerinin örselenmiş kadın sendromunu, erkeğin uyguladığı "örseleyici ve hayati risk içeren şiddet dolayısıyla", "ceza sorumluluğunu kaldıran veya azaltan bir neden" olarak kabul ettiklerini belirtmektedir.

“geleneksel” kabullere ilişkin açıklamaların ön plana çıktığını göstermektedir (Noh vd. 2010, 110-126).

Morrisey (2013) de İngiltere, ABD, Kanada ve Avustralya’daki örnek olayları ele alan çalışmasında kadınların öldürme eylemini gerçekleştirdikleri durumlarda, şiddet gördükleri erkeklerin kurbanları, psikolojik rahatsızlıklardan mustarip hastalar veya “canavarlar” olarak temsil edildiklerine işaret etmektedir. Özellikle birlikte olduğu erkeklerden sistematik olarak şiddet gören kadınlar, bu erkekleri öldürmeleri durumlarında meşru müdafaada bulunan aktif özneler olarak değil, erkeklerin “kurbanları” olarak temsil edilmektedir. Örselenmiş kadın sendromu açısından bu durumu eleştiren Morrisey, kadınların özellikle feminist teorideki gibi aktif ve akılcı biçimde meşru müdafaada bulunan özneler olarak ele alınması gerektiğini vurgulamaktadır (2013, 76).

Kural (2019) 2015-2018 yılları arasında en çok tıklanan 10 haber sitesinde Çilem Doğan’a ilişkin haberleri konu alan çalışmasında 4 tema üzerinden haberi incelemiştir: “mağdurlaştırılan, çaresiz kadın temsili”, “anne temsili”, “katil kadın temsili” ve “kahramanlaştırılan kadın temsili”. Aynı zamanda farklı ideolojik görüşe sahip olduğu düşünülen haber sitelerinin kadınlık ve suç noktasında ortak temsil kurduğunu belirtmektedir (Kural 2019, 95).⁵

Çilem Doğan Davası

Dava 2015 yılında başlamıştır. Doğan veya o zaman kullandığı soyadı ile Karabulut, 8 Temmuz tarihinde eşini silahla vurarak öldürmüştür. Doğan, evliliğinin ilk aylarından itibaren eşinden fiziksel ve psikolojik şiddet görmüş, durumu emniyet yetkililerine bildirmiş, şiddet adli kurumlarca belgelenmiş ve bunlara dayanarak birçok kez koruma kararı çıkarılmıştır. Eşi tarafından fuhuş yaptırmaya zorlandığına yönelik şikâyetleri bulunmaktadır. Doğan, şikâyetlerinden bazılarını eşinin tehditleri sonrasında geri aldığını belirtmiştir. Hasan Karabulut’un gasp, cinsel saldırı ve çete kurmak gibi suçlardan sabıkası vardır. Doğan, olaydan bir gün önce emniyet yetkililerine başvurarak kocasını çek-senet çetesi kurmak suçundan ihbar ettiğini ve koruma istediğini ancak sonuca ulaşamadığını belirtmektedir. Doğan’ın ifadesine göre 8 Temmuz 2015 günü, Karabulut kendisine şiddet uygulamıştır ve onu ertesi gün Antalya’ya götürceğini ve iki kadınla beraber fuhuş yaptıracığını söylemiş...

5 Bu çalışmanın Kural’ın (2019) çalışmasından farkı, gazetelerin ideolojileri ve yayın politikalarını ayrıntılı olarak göz önünde bulundurularak, özellikle meşru müdafa olgusu üzerinden Doğan davasını incelemesidir.

tır. Doğan mahkemedeki savunmasında, eşinin saldırısı esnasında ne yaptığı farkında olmadığını, bir an kocasının silahını aldığını ve ateşlediğini ve arkalarından geleceğinden korkarak çocuğunu da alarak kaçtığını söylemiştir. Doğan, eşinin ölü bulunmasından sonra teslim olmuştur.⁶

Doğan, 26 Şubat 2016 tarihinde Adana 10. Ağır Ceza Mahkemesinde yargılanmaya başlanmıştır. 8 Nisan'da görülen ikinci duruşmada, Doğan'la ilgili 6 davada eşinden tehdit ve şiddet gördüğüne, Doğan'ın 9 kez koruma kararı çıkardığına ve eşinin tüm kararları ihlal ettiğine ilişkin belgeler mahkemeye sunulmuştur. Bunlara dayanarak savunma avukatlarından Fatoş Hacivelioglu, olayın Türk Ceza Kanunu'nun (TCK) meşru müdafaaya ilişkin olan 25/1. ve 27/2. Maddeleri üzerinden değerlendirilmesi gerektiğini belirtmiş ancak talep reddedilmiştir. Avukatlar, meşru müdafaaya üzerinde dururken mahkemeye Ersan Şen'in "feminist meşru müdafa"⁷ başlıklı yazısındaki hukuki tartışmaları aktarmışlar ve "örselenmiş kadın sendromu" üzerinde durarak, "olay günü hiçbir şey olmasaydı dahi, o güne kadar yaşadığı şiddet nedeniyle gerçekleşen eylemin meşru müdafa kapsamında değerlendirilmesi gerektiğini" savunmuşlardır (Tahaoğlu 2016b).

6 Mayıs 2016 tarihindeki duruşmada, savunma avukatları Doğan için aynı nedenlere ve "olay anında da şiddetin sürdüğü ve Çilem Doğan'ın ölüm korkusu ile hareket ettiği" gerekçelerine dayanarak, meşru müdafaadan be-
raat talep etmişlerdir. Savcılık makamı ise Doğan'a ağır haksız tahrik altında, kasten öldürme suçundan hapis cezası verilmesini istemiştir (Evrensel 2016). 8 Haziran 2016 tarihinde gerçekleşen devam duruşmasında Doğan, "eşini kasten öldürme" suçundan ağırlaştırılmış müebbet hapis cezasına çarptırılmış ve meşru müdafaaya savunması ikiye karşı bir oyla reddedilmiştir. Doğan'a haksız tahrik indirimi ve iyi hal indirimleriyle beraber 15 yıl hapis cezası verilmiştir. Bununla birlikte, mahkeme başkanı Ogün Maden TCK'nın 27/2. maddesine

6 Dava öncesine ilişkin arkaplan bilgisi Hacivelikızı ve Yıldız'ın (2016) Çilem Doğan söyleşisinden ve çalışma kapsamında yer alan gazetelerin internet sitelerindeki haberlerinden derlenerek oluşturulmuştur.

7 Şen (2016) "Feminist meşru müdafaaya" yazısında Doğan davasına yönelik olarak, "erkek egemen toplum anlayışından dolayı erkeğin sistematik veya sürekli cebir ve şiddetine, karşı koyulması güç veya imkansız baskısına, taciz ve/veya tehdidine maruz kalan ve fiziki olarak da erkeğe karşı güçsüz olan kadının, gerçekleşen veya tekrarı muhakkak olan, süreklilik taşıyan, kadına ait bir veya birkaç hakka yönelmiş haksız saldırıya karşı koymasının hukuka uygunluk sebebi veya cezasızlık hali sayılması düşünülmelidir", davayı sadece "haksız tahrik kapsamında inceleyip deyim yerinde ise kestirip atmak, adalete ve vicdana uygun düşmez" demiştir.

dayanarak, olayın meşru müdafaa olduğu ve beraat gerektirdiği yönünde şerh koymuştur (Kural 2016). Temyiz edilen karar, Yargıtay'a taşınmıştır. 20 Haziran 2016'da sanığın kefaletle serbest bırakılarak tutuksuz yargılanmasına karar verilmiştir (Tahaoğlu 2016c). 13 Temmuz 2016 tarihinde, Adana 10. Ağır Ceza Mahkemesinde, 8 Haziran 2016 tarihinde verilen 15 yıl hapis cezasının gerekçesi açıklanmıştır. Gerekçede meşru müdafaa hükümlerinin uygulanmaması, olay günü saldırının olduğunun ispatlanamamasından dolayı meşru savunmanın şartlarından olan saldırıya ilişkin koşulların oluşmamasına ve saldırıyla savunma arasında oran bulunmamasına dayandırılmıştır (Göktaş 2016).

Doğan'a uygulanan iyi hal indirimi ve haksız tahrik kararları, Türkiye'deki mahkemelerin özellikle kadına şiddet eyleminde bulunan erkeklere uyguladıkları ceza indirimleri olarak bilinmektedir. Doğan'a "erkeklilikle oynadı" ve "telefonu açmadı" gibi nedenlerle kadınlara şiddet uygulayıp mahkemede takım elbise giyen ve pişman olduklarını belirten erkeklerle aynı indirimler uygulanmıştır.

Yöntem ve Araştırma Tasarımı

Çalışma meşru müdafaa bağlamında kadının uyguladığı şiddete ilişkin davanın temsiline; Çilem Doğan davasının gazetelerde nasıl inşa edildiğine odaklanmıştır. Çalışma eleştirel söylem analizi tekniğiyle yapılmıştır.

Söylem hem var olan güç/iktidar ilişkilerinin yeniden üretildiği hem de içinde güç/iktidar mücadelesinin verildiği alandır. Eleştirel söylem çalışmaları, var olan güç/iktidar ilişkilerinin eleştirisinden yola çıkar ve bu ilişkilerin söylem içinde nasıl inşa edildiğini inceler. Bu tekniği kullanan çalışmalar "kim" ve "nasıl söylüyor" sorularına odaklanmaktadır. Söylemi belirleyen önemli faktörler arasında metinlerin üretildiği somut tarihsel koşullar, üretim anı ve kar amacıyla hareket eden medyanın ekonomi-politiği yer almaktadır (İnal 1996, 95-96).

Çalışma, eleştirel söylem kuramcıları olan van Dijk ve Fairclough'un⁸ çalışmalarını takip ederek haber metinlerinde hangi konuların ön plana çıkarıldığını, haberdeki bağlam ve artalan bilgilerini, sözcük seçimlerini ve cümle

•••

8 van Dijk (1988a) haber söylemini incelerken makro ve mikro yapıların ayırımına dikkat çekmektedir. Makro yapı, tematik ve şematik yapıları içerir. Tematik yapı unsurları başlıklar, haber girişleri, fotoğraflar; şematik yapı unsurları da ana olayın sunumu, artalan ve bağlam bilgisidir. Mikro yapıyı ise cümle yapıları, sözcük seçimleri ve retorik (ikna yolları) oluşturmaktadır. Çalışma, van Dijk modelini birebir temel almamakla beraber, van Dijk (1988a, 1988b) ve Fairclough'un (1995, 2001, 2003) çalışmalarından hareketle oluşturulmuştur.

yapılarını (etken-edilgen) incelemektedir. Analizde özellikle haber başlıkları, haber girişleri ve spotlar değerlendirilmeye alınmıştır. Bunun nedeni, haberin ana konusunun haber başlıkları ve haber girişinde ifade edilmesidir. Bunlar haber metnini özetleyerek makro yapıyı açığa vurmaktadır (van Dijk 1988a, 40-53). Haber öyküsü oluşturulurken kimlerin sözüne nasıl başvurulduğu (dolaylı ve dolaysız alıntılar) ve haber fotoğraflarının çözümlenmesi de analiz kapsamındadır.

van Dijk'ın (1988a) söylem analizinde haber fotoğrafları analiz öğeleri arasında yer almaktadır. Fairclough (2001, 231) da söylemin dilin yanı sıra görsel imgeler ve beden dili gibi diğer gösterge biçimlerini içerdiğini vurgulamaktadır. Haber fotoğraflarının analizi açısından ise Barthes'ın (1993) düz anlam ve yan anlam kavramlaştırması önem taşır. Bu çalışmada da fotoğraf çözümlenmesi aşamasında Barthes'ın göstergebilim çözümlenmesinden ve söz konusu kavramlarından yararlanılmıştır. Özetle eleştirel söylem çözümlenmesi ve göstergebilimin belirli kavramları birlikte kullanılmış; böylece haber fotoğraflarını da haber metni kadar ön planda tutan ve söylem içinde değerlendiren, haber fotoğrafları açısından daha ayrıntılı, açıklayıcı ve yoruma dayalı bir çözümlenme amaçlanmıştır.

Fotoğrafların diğer temsil sistemlerinden farkı, göndermeleriyle olan benzerliklerinden kaynaklanmaktadır. Bu benzerlik ise aynılık yanılması yaratmaktadır. Barthes (1993), bu "nesnellik" özelliğinin mitsel boyutuna dikkat çeker. Ona göre fotoğrafta iki yönlü bir mesaj bulunmaktadır. Bunların ilki kodsuz, nesnesiyle benzerliğe dayanan ve düz anlama ilişkin mesajken, ikincisi bir kod içeren (kodlanmış), tarihsel ve kültürel olan, içinde ideolojinin konumlandığı ve yan anlamı veren mesajdır (1993, 198-206). Bu kavramsal çerçeveden hareketle, haber fotoğraflarının analizinde, olaya ilişkin hangi fotoğrafların seçildiği, çekim ölçütleri⁹, çerçeveleme gibi teknik süreçler ve haber fotoğrafı-haber metni ilişkisine odaklanılmıştır. Çalışmada, nitel verileri desteklemek amacıyla kısmen sayısal verilere de başvurulmuştur.

•••

9 Çalışmada fotoğraf alanında kullanılan çekim ölçeklerinin anlama etkisi değerlendirilmiştir. Fotoğrafta çekim ölçekleri odak uzaklığına göre belirlenmektedir. Konuya uzaklık azaldıkça, fotoğrafta yer alanların düşünce ve duygularının ön plana çıkarıldığı, dramatik unsurların arttığı ve görüntüdeki kişilerin okuyucuya yaklaştırıldığı varsayılmaktadır (van Leeuwen 2017, 92-118). Bundan yola çıkarak çalışmada haber fotoğrafları analiz edilirken bu ölçekler; "kişilerin mekanla birlikte görüntülendiği genel çekim"; "kişilerin mekândan daha fazla yer kapladığı ve kişilere veya kişilerin ilişkilerine odaklanan orta çekim" ve "kişiyi veya kişinin yüzünü ortaya çıkaran yakın çekim" biçiminde tanımlanarak değerlendirilmiştir.

Çalışma, *Hürriyet*, *Birgün* ve *Yeni Akit* gazetelerinin internet sitelerinde yayınlanmış haberler ve haberlere ait fotoğraflarla sınırlandırılmıştır. Söz konusu gazeteler farklı ideolojik yönelimlere ve yayın politikalarına sahip oldukları için seçilmiştir. Yaygın medya içinde yer alan ve Doğan davası sürecinde Doğan grubunun yayını olan *Hürriyet*, liberal; AKP (Adalet ve Kalkınma Partisi) hükümetine yakın olan *Yeni Akit* gazetesi, İslamcı ve muhafazakâr ve muhalif basın içinde yer alan *Birgün* radikal soldur. Farklı ideolojik yönelimlere ve yayın politikalarına sahip olan yayınların seçilmesinin nedeni karşılaştırma yapmaktır.

Bu seçim ölçütleriyle de bağlantılı olan diğer nedenler şu şekilde açıklanabilir: *Hürriyet*'in sahibi olan Doğan Grubu, *Media Ownership Monitor Türkiye* (Sınır Tanımayan Gazeteciler 2016) verilerine göre, sekiz sermaye grubu içinde en yüksek izleyici oranına sahiptir. Aynı rapora göre *Hürriyet* araştırmaya konu olan dönemde -çoğunluğu oluşturan ve iktidara yakın olan diğer gazetelerden farklı olarak- kendisini iktidara belirli bir mesafede konumlandırmıştır (Akgül 2016; Sınır Tanımayan Gazeteciler 2016).¹⁰ Aynı zamanda *Hürriyet*, özellikle liberal hak ve özgürlükler bağlamında, Türkiye'de kadına yönelik şiddete duyarlı bir yayın politikasına sahip olduğu izlenimini verdiği için de seçilmiştir. Doğan Grubunun "Yazılı Basın Yayın İlkeleri"nin 7. maddesinde bünyesindeki yayınların bu konuda "taraf" olduğu belirtilmektedir (Doğan Holding 2017b). Grup, on üç yıldır "Aile İçi Şiddete Son!" kampanyasını yürütmektedir (Doğan Holding 2017a).

Radikal sol basın içinde yer alan ve sahiplik yapısında kurucu yazarların yer aldığı *Birgün*'ün seçilme nedenlerinden biri de *Hürriyet*'e benzer şekilde kadın sorunlarına duyarlılığıdır. Gazete henüz yayın hayatına başlamadan önce, kurucu yazarlarından Tılıç (2003) *Birgün*'ün Türkiye'deki toplumsal muhalefet ve "sivil toplumun sesi olmayı amaçlayan" bir yayın olacağını belirtmiştir. Aynı zamanda, gazetenin kadın sorunlarına duyarlı olacağını ve her türlü cinsiyet ayrımcılığını reddedeceğini vurgulamıştır.

"Hakk'a hizmet halka hizmettir" sözleriyle hareket ettiğini belirten ve kendini "İnananların yüz akı" olarak tanımlayan (*Yeni Akit* 2016) İslamcı ve muhafazakâr *Yeni Akit* ise cinsiyetçi ve ayrımcı temsilleriyle gündeme gelmiş-

•••

10 Dava sürecinde liberal ve yaygın gazetelerden olan *Hürriyet*, hükümetle belirli bir mesafeyi korumaktaydı. Bununla birlikte özellikle hükümet politikalarıyla bağlantılı olarak medya sahiplik yapısındaki el değiştirme sonucu Türkiye'de yaygın medyanın muhafazakârlaşması veya başka bir deyişle "muhafazakâr ana akım bloğu" ortaya çıktı (Aydın 2015).

tır. Gazete dava süresince, Hrant Dink Vakfı'nın medyada kadın, lgbti+, etni-site, din ve ideoloji gibi birçok alanda ayrımcılığı ortaya koyan nefret söylemi raporlarında çoğunlukla ilk sırada yer almaktadır.¹¹

Analiz edilecek verileri toplamak için söz konusu gazetelerin internet sitelerinde "Çilem Doğan" ve "Çilem Karabulut" anahtar kelimeleriyle bir tarama gerçekleştirilmiştir. Çalışma, taramadan elde edilen toplam 56 haber üzerinden gerçekleştirilmiş; bu haberlerin 21'i *Birgün*'de, 21'i *Hürriyet*'te ve 14'ü ise *Yeni Akit*'te yayınlanmıştır.¹² Analiz edilen veriler dava süreciyle ve Çilem Doğan'la doğrudan ilişkili olan tüm haberleri ve bunlara ait fotoğrafları içermektedir. Araştırma davanın Yargıtay aşamasına kadar olan sürecini kapsamaktadır. İncelenen haberler 09 Temmuz 2015 ve 14 Temmuz 2016 tarihleri arasında yayımlanmıştır.

Bulgular ve Yorumu

Bu bölümde çalışmaya ait bulgular yer almaktadır. Sırasıyla haberlerde öne çıkan konular, haberlerde konuşan özneler, sözcük seçimleri ve cümle yapıları, artalan ve bağlam bilgisi ve haber fotoğraflarında anlamın inşası ele alınacaktır.

Haberlerde Öne Çıkan Konular

Sitelerin dava sürecindeki haber söylemlerinde belirli konuların öne çıkarıldığı belirli konularınsa dışarıda bırakıldığı görülmektedir. *Birgün* ve *Hürriyet*, Çilem Doğan'a ve davaya destek olarak nitelendirilebilecek, çeşitli kadın hakları örgütlerinin eylem ve basın açıklamalarına ve tahliye sonrası kutlamalara yer vermiştir. İki gazetenin internet sitesi Doğan'a destek olan kadınların sözlerine yer vermiştir. Bu kadınlar şiddet gören kadının meşru müdafaası, kadına yönelik şiddetin son bulması ve Doğan'ın beraat talebini dile getirmektedir. *Birgün* başta olmak üzere iki site de dava sürecinde Doğan'a kadınların desteğini vurgulamıştır. Bununla birlikte, olayın toplumsal etkilerinden hareketle, davanın Türkiye'deki tüm kadınları ilgilendiren bir boyut taşıdığını haberlerinde işlemişlerdir. *Yeni Akit*'te ise bu konular tamamen dışarıda bırakılmıştır. Bu farklılıklar gazetelerin cinsiyet kimlik ve rollerine bakış açılarını da içeren yayın politikalarıyla ilişkili görülmektedir.

•••

11 *Yeni Akit* dava sürecinde şu raporlarda birinci sırada yer almaktadır: Eylül ve Aralık 2015 ve Mayıs ve Ağustos 2016 arasındaki dönemlere odaklanan Medyada Nefret Söylemi İzleme Raporları.

12 *Hürriyet*'in sadece "Gündem" başlığı altında yer alan haberleri çözümlemeye tabi tutulmuştur.

Hürriyet'in, davaya ilişkin kararlar dışında en fazla öne çıkardığı konu Çilem Doğan'ın tişörtlerinin üzerinde yazanlardır. *Hürriyet* bu konuda 6 haber yayınlamıştır. Doğan'ın tişörtünde yazılanların rastlantı olduğuna dair açıklamalarından sonra da bu yayınlara devam etmiştir. 6 haberden 5'i Adli Tıp'a götürülürken giydiği tişörtü, 1'i ise tahliye olduktan sonra giydiği tişörtü konu edinmiştir. "Penyesindeki son mesaj" (*Hürriyet*, 24.06.2016) başlığıyla yayınlanmış olan haber tişörtte yer alanın "bu defa umut dolu bir mesaj olduğu"nu söylemektedir. Ayrıca metnin Türkçe çevirisini vermektedir. *Hürriyet*, diğer sitelerden farklı olarak, Doğan'ın dövmesini de gündeme getirmiştir. Hasan Karabulut'ta da aynı dövmenin bulunduğunu belirterek bunun olası nedenlerini haberde irdelenmiştir. Dolayısıyla, *Hürriyet* okuyucunun dikkatini çekmek amacıyla dava sürecinin haberleştirilmesinde ikincil unsurları¹³ ön plana çıkarmış ve böylece haberleri magazinleşmiştir. Bu durum gazetenin ticari kaygıları ile ilişkilidir.

Yeni Akit'in en fazla üzerinde durduğu konu, HDP Eş Başkanı Figen Yüksekdağ'ın Çilem Doğan'ı tahliye sonrası ziyaretidir. Dava süresince yayınlanan 14 haberden 5'i bu konuya ayrılmıştır. Bunun yanında, haberlerde ziyaret sonrası Doğan ve avukatı tarafından gerçekleştirilen açıklamalara yer verilmiştir. Bunlardan biri, "Kocasını öldüren kadınla Figen Yüksekdağ'ın sıcak yaklaşması" (*Yeni Akit*, 22.06.2016) başlığıyla yayınlanmıştır. Bu haberin ara başlığında Doğan'ın "Allah sizi başımızdan eksik etmesin" cümlesi, metinde ise Yüksekdağ'ın "Bundan sonra hep birlikte mücadele edeceğiz" cümlesi yer almıştır. Haber metninde, "Doğan, cezaevi çıkışında 'Bundan sonra bir kadının bile kirpiği yere düşmeyecek. Hep beraber öz savunma'¹⁴ yapacağız' demiş, HDP'den de Çilem Doğan'a destek gelmişti" cümleleri yer almakta; haber Çilem Doğan'la HDP'nin ilişkisi üzerinde durmaktadır. Böylece gazete "kocasını öldüren kadın" olarak suçlulaştırdığı Doğan'ı ikinci kez, Türkiye'deki iktidar ilişkileri açısından muhalefette bulunan HDP ile birlikte hareket ettiği gerekçesiyle suçlulaştırmaktadır. *Yeni Akit*'in Doğan ve HDP ilişkisini yayın politikası ve ideolojik çizgisi nedeniyle kurduğu söylenebilir. *Yeni Akit*, İslamcı muhafazakâr sağ görüşü benimseyen ve bu görüşle ilişki-

•••

13 Asıl habere konu olan olayda ikincil unsurları öne çıkarmak ve böylelikle "içeriğin hafifletilerek sunulması" durumu literatürde haberin magazinleşmesi olarak kavramsallaştırılmaktadır. Bkz: Ergül, Hakan. 2000. *Televizyonda Haberin Magazinleşmesi*. İstanbul: İletişim Yayınları.

14 Öz savunma kavramı, kadın hareketinin yanı sıra HDP'nin bazı açıklamalarında da başvurduğu bir kavramdır. Bu açıdan haber söylemi ikisini birleştirmekte ve anlamsal bir bulanıklık yaratarak Doğan'la HDP'nin ilişkisini imlemektedir.

li olarak da iktidar partisi olan AKP'ye yakın olan bir yayındır. Söz konusu ziyaret *Birgün*'de haber olmamış, *Hürriyet*'te ise sadece Doğan ve avukatının ziyaret sonrası yaptıkları "HDP ile ilişkimiz yok" açıklamasıyla tek bir habere konu olmuştur. Bundan yola çıkarak *Birgün*'ün ziyareti haber vermeye değer görmediği ya da dava süresince ön plana çıkarmak istemediği ve *Hürriyet*'in de daha çok "ilişkisizliğe" vurgu yaptığı söylenebilir.

Haberlerde Konuşan Kim

Haberlerde kimin ya da kimlerin sesinin duyulduğu söylemin kuruluşu açısından önemlidir. Haberciler haber yapım sürecinde toplumda egemen kişi ve kuruluşların durum tanımlamalarını kullanmakta ve haber söylemi bu tanımlamalarla kapanmaktadır. Söylemdeki kapanma haber kaynaklarının durum tanımlarının doğrudan veya dolaylı olarak aktarımıyla, haberde kullanılan sözcük seçimleriyle ve cümle yapılarıyla sağlanmaktadır (İnal 1996, 102).

Üç internet sitesinde ortak olarak açıklamalarına başvuru olan kişi ve kurumlar şunlardır: Çilem Doğan, Doğan'ın avukatı İsa Ayanoglu, 10. Ağır Ceza Mahkemesi Başkanı Ogün Maden, Çilem Doğan'ın aile üyeleri, Hasan Karabulut'un aile üyeleri, Hasan Karabulut'un avukatları, 10. Ağır Ceza Mahkemesi Savcılık Makamı ve Savcı Ahmet Çam, 1. Ağır Ceza Mahkemesi Başkanı ve Savcılık Makamı ve HDP Eş Başkanı Figen Yüksekdağ.

Hürriyet ve *Birgün*, Çilem Doğan'ı savunan avukatların açıklamalarına ve davaya destek veren kadın hakları örgütlerinin ve kadınların açıklamalarına yer vermiştir. Bu açıklamaların tümü davayı kadına yönelik şiddetin sonucu olarak ve meşru müdafaa kapsamında değerlendirmektedir. *Yeni Akit*'teki haberlerde bu açıklamalar bulunmamaktadır. Dolayısıyla söylem, daha çok mahkeme kararları ve savcılık makamının açıklamalarıyla kapanmıştır. Çilem Doğan'ın açıklamalarını en fazla öne çıkaran *Birgün* olmuştur. Doğan'ın mahkeme ifadelerinden 8 Mart Kadınlar Günü mesajına kadar yer veren sitede toplam 7 haberin başlığına Doğan'ın sözleri çıkarılmıştır.

Haber söyleminde kimlerin sözünün öne çıkarıldığı kadar bu sözlerin gazeteler tarafından nasıl kullanıldığı da anlamsal kuruluşta ve söylemin kapanmasında belirleyicidir. Fairclough (1992) bu konuda özellikle gazetenin sesinin haber kaynaklarının sesiyle birbirine karıştığı, alıntı işareti kullanılmadan yapılan tanımlamalara dikkat çekmektedir. Sitelerin haberlerinde söz konusu açıklamalar hem dolaylı hem de dolaysız alıntılar şeklinde kullanılmıştır. Alıntılarının özellikle tırnaklı ifadelerle yapılması konusunda ise dikkat çeken bazı bulgular bulunmaktadır. *Birgün*, 14.07.2016 tarihli haberini "Yar-

gı meşru müdafaayı ‘inandırıcı’ bulmadı!” başlığıyla yayınlamıştır. Burada tırnak işareti mahkemenin açıklamasına dikkat çekerek -ifade aynı zamanda mahkeme kararında da yer almaktadır- habercinin dilinden uzaklaştırmak ve (cümle sonundaki ünlemle birleştiğinde) “inandırıcı bulunmama” durumunu eleştirmek amacıyla kullanılmıştır. Aynı kullanım haberin spotunda da yer almıştır. Sitenin, Adana Cumhuriyet Savcısı Ahmet Çam’ın açıklamalarını içeren benzer bir kullanımı da aşağıda verilmektedir [Savcı: ‘Estetik’ yaptırıyımış (Birgün 07.05.2016)]:

Savcı: ‘Estetik’ yaptırıyımış (Başlık)
 Koruma tedbirlerine başvurmadı! (Ara başlık)
 Fuhuştan adli sicil kaydı yokmuş! (Ara başlık)
 “Yara izi olmadığı” için şiddet yok gerekçesi (Ara başlık)

Yukarıda, savcının açıklamalarından yola çıkılarak gerek tırnaklı gerekse tırnaksız ifadelerle kurulan söylem de benzer biçimde ünlem işaretleri ve metnin bağlamı değerlendirildiğinde eleştiri niteliği taşımaktadır. Bu durum Hürriyet’in aynı olaya ilişkin, aynı haber başlığı ve ara başlıklarıyla verilen bir haberinde de görülmektedir [“Savcı: ‘Estetik’ yaptırıyımış”(Hürriyet, 07.05.2016)]. Ancak Hürriyet, Birgün’den farklı olarak, gerekçeli kararın açıklanmasına ilişkin haberinde “Çilem’e neden 15 yıllık verdik” (Hürriyet, 13.07.2016) başlığını ve “İşte o gerekçeler” (Hürriyet, 13.07.2016) ara başlığını tırnaksız olarak kullanmıştır. Böylece mahkemenin dili habercinin ve haberin diline dönüşmüştür. Hürriyet mahkemenin dilini eleştirmeden kabul ederek ilgili kararını onaylamıştır.

Sözcük Seçimleri ve Cümle Yapıları

Haberlerde habercilerin kaynak açıklamalarına dayanmadan yaptıkları sözcük seçimleri ve tanımlamalar, kişi veya durumlara nasıl yaklaştıklarını göstermektedir. Dava süresince gazetelerin internet sitelerinin Çilem Doğan ve Hasan Karabulut için kullandıkları sözcükler dikkat çekicidir. Üç yayının Çilem Doğan, Çilem Karabulut ve Hasan Karabulut isimlerinin kullanımında ortaklaştığı görülmektedir. Yayınlar Çilem Doğan ve Hasan Karabulut’u tanımlamak için seçilen sözcükler açısından birbirinden farklıdır.

Yeni Akit’in Çilem Doğan’ı tanımlamak için seçtiği sözcükler “kocasını öldüren kadın”, “genç kadın” ve “bir çocuk annesi”dir. Hasan Karabulut içinse “maktul”, “Doğan’ın eşi/kocası/bir çocuğunun babası” ve “şiddet uygulayan ve fuhuşa zorlayan eşi” tanımlamaları kullanılmıştır. *Yeni Akit*, Çilem Doğan için “kocasını öldüren” tanımlamasını haber başlıklarında, ha-

ber girişi ve metinlerinde ön plana çıkarmış ve “evli bir kadının kocasını öldürme eylemine” vurgu yapmıştır. Böylece Doğan'ın suçluluğunu vurgulamıştır. Doğan davası hakkında toplam 14 haber yayınlayan *Yeni Akit*, sayısal açıdan da önemli görülebilecek bir biçimde, 6 haberin başlığında bu tanımlamayı kullanmıştır.

Birgün Çilem Doğan için şu sözcükleri seçmiştir: “meşru müdafaanın sembolü”, “kendini savunan/yaşam hakkını savunan Doğan” ve -kadınlar için- “öz savunma hakkının simgesi”. Karabulut'u “şiddet uygulayan/sistematik şiddet uygulayan/fuhuşa yönlendiren koca”, “Doğan'ı öldürmek isteyen eşi”, “Doğan'ın bir çocuğunun babası” ve “maktul” olarak tanımlamıştır. *Birgün* için Doğan, Türkiye'de erkek şiddeti karşısında “ölmek için öldüren kadınlar”dan biridir [“Kızıma anlatacağım şeyler biriktirdim” (*Birgün*, 22.06.2016)]. Sözcük seçimleri *Birgün*'ün haberlerinde Doğan'ın sistematik şiddet gördüğü eşine karşı meşru müdafaada bulunduğu anlamını kurduğunu göstermektedir. Bu durum kadın sorunlarına yönelik duyarlılığı da içeren gazetenin yayın politikasıyla örtüşmektedir.

Birgün, “Yargı meşru müdafaayı ‘inandırıcı’ bulmadı” (14.07.2016) başlığıyla yayınladığı haberde, gerekçeli kararı açıklayan mahkeme için “yargı” sözcüğünü kullanmıştır. Gazete mahkemeyi yargı sistemine genelleyen bu tanımla, mahkeme kararları nedeniyle, tüm yargı sistemine eleştiri getirmektedir.

Hürriyet, Doğan'ı “katil zanlısı”, “genç kadın”, “eşini vurarak öldüren Çilem” ve “bir çocuk annesi”, Karabulut'u ise “Doğan'ın bir çocuğunun babası” ve “Doğan'a sürekli şiddet uygulayan eşi” olarak tanımlamıştır. *Hürriyet* Doğan'ın meşru müdafaasıyla ilgili tanımlamaları, çoğunlukla kadın aktivistlerin veya avukatların turnak içinde verilen açıklamalarıyla aktarmıştır. Böylece açıklamalar gazetenin diline dönüşmeden aktarılmıştır. *Hürriyet*'in haber dilinde Doğan, genç bir annedir. Benzer bir tanımlama olan “kocasını öldüren genç anne”, *Yeni Akit*'te yer almaktadır. İki yayın da “genç kadın” ve “anne” tanımlarıyla medyada kadınlar için kullanılan genel geçer cinsiyetçi tanımlamaları kullanmışlar ve bu söyleme katkıda bulunmuşlardır. Gençlik, güzellik ve annelik gibi tanımlamalar haberlerde kadınlar için kullanılan ve var olan toplumsal cinsiyet rollerine dayanan cinsiyetçi tanımlamalardır.

Hürriyet, Doğan'ın durumunu tanımlamak için “çile” sözcüğünü kullanmıştır. *Hürriyet*'in haber başlığındaki “Çile'si bitmedi” (08.06.2016) tanımlamasında, Doğan'ın isminde yapılan küçük bir oynamayla, Doğan'ın

hayatındaki çilelere (evlenmiş, şiddet görmüş, eşini öldürmüş, şimdi de yargılanmaktadır), yani “kadersizliğe” vurgu yapılmıştır. Böylece Doğan’ın yaşadıkları sosyo-ekonomik ve kültürel yapıdan kaynaklanan olgular olarak ele alınmamıştır. Yaşananlar bireyin başına gelen talihsiz olaylara indirgenmiştir. Bu seçimin, ticari kaygılarla da ilişkili olarak, dramatikleştirmeye ve okuyucuların duygularını harekete geçirmeye yönelik olduğu söylenebilir.

Gazetelerin internet sitelerindeki haberlerin cümle yapılarında ortaklıklar vardır. Haberlerde mahkeme kararları veya güvenlik güçlerinin uygulamaları için edilgen cümle yapılarının kullanıldığı ve karar ve uygulamalarda çoğunlukla özneler yerine eylemin ön plana çıkarıldığı görülmektedir. Doğan, “tahliye edilmiştir” veya “hapis cezasına çarptırılmıştır”. Daha çok *Birgün*’ün ancak *Hürriyet*’in de bu kurum veya makamları eleştirdiklerinde, kurumu öne çıkaran etken cümle yapıları kullandıkları görülmektedir.

Üç gazetenin internet sitelerinde yayınlanan tüm haberlerde Doğan için etkin cümle yapıları kullanılmıştır. Böylelikle Doğan haberlerde fail ve özne olarak yer almıştır. Özellikle *Birgün* ve *Hürriyet*’te yer alan kadın dayanışmasına ilişkin haberlerde de kadın hakları örgütleri ve aktivistler etkin cümle yapılarıyla aktarılmışlar ve yaptıkları eylemin öznesi olarak temsil edilmişlerdir.

Artalan ve Bağlam Bilgisi

Haberlerde artalan ve bağlam bilgisi olayların neden-sonuç ilişkilerini, tarihsel, sosyo-kültürel, ekonomik veya politik bağlantılarını göstermektedir. *Birgün* ve *Hürriyet* haberlerinde, artalan ve bağlam bilgisine yer vermiştir. Yeni Akit ise haberlerinde çoğunlukla bunlara yer vermemiştir. *Birgün* ve *Hürriyet*, haberlerinde olayın öncesinde Karabulut’un uyguladığı sistematik şiddet sürecini ve bunun karşısında Doğan’ın adli makamlara başvurarak koruma kararları aldırmasını, Doğan’ın ve avukatlarının açıklamaları aracılığıyla temsil etmiştir. Böylece Doğan’ın Karabulut’u öldürmesinin neden ve sonuçları hem mantıksal olarak hem bağlaç kullanımıyla kurulmuştur. İki sitede de dava meşru müdafaa tartışmaları bağlamında ve davayı destekleyen kadın hakları örgütlerinin ve kadınların açıklamalarına yer verilerek haberleştirilmiştir. Özellikle *Birgün*’de dava süreci, Türkiye’de kadına şiddetin sistematik hale gelişini içerecek şekilde, adalet sisteminde kadınların meşru müdafaa hakkı ve bu alandaki kadın dayanışması bağlamında temsil edilmiştir. *Birgün* ve *Hürriyet*’in haberlerinden örnekler vermek mümkündür:

Haber başlığı: “Çilem Doğan: Defalarca şikâyet ettim korumadılar” (*Birgün*, 26.02.2016)

Haber girişi: “Kendisine şiddet uygulayan ve fuhuşa sürükleyen kocasını öldürdüğü için cezaevinde olan Çilem...kadınlar Çilem Doğan kocasını öldürmeseydi kendisinin öldürüleceğini belirterek meşru müdafaa hükümlerinin uygulanması gerektiğini söyledi [“Çilem Doğan: Defalarca şikâyet ettim korumadılar” (*Birgün*, 26.02.2016),

Haber metni: “Kadınlar kendisine şiddet uygulayan ve fuhuşa zorlayan eşi Hasan Karabulut’u öldürdüğü için 15 yıl hapis cezası alan...Çilem Doğan’ın tahliyesini kutladılar” [“Çilem Doğan’ın tahliyesini kutladılar”(*Hürriyet*, 21.06.2016)],

Haber Fotoğraflarında Anlam İnşası

“Gerçeklik” iddiası taşıyan haber fotoğrafları, söylemin inşasında önemli bir yere sahiptir. Haber fotoğrafları, “üzerinde çalışılan, seçilen, düzenlenen, inşa edilen, profesyonellerce değerlendirilen, estetik veya ideolojik özellikler taşıyan nesnelere” oldukları için yan anlam taşımaktadır. Metinsel öğeler de haber fotoğraflarının anlamına etki etmektedir (Barthes 1993, 194):

Yayınlanan tüm fotoğrafların öznesi Çilem Doğan’dır. Doğan’ın fotoğrafları, genellikle orta çekim ölçeğinde çekilmiştir. Doğan’ın sıklıkla kullanılan ve ön plana çıkan fotoğrafları, Adli Tıp’a girerken iki güvenlik görevlisinin ortasında, elleri kelepçeli olarak yer aldığı duruma ilişkindir. Aynı süreçte birden çok poz çeken Doğan’ın bu fotoğrafları, anlamlandırma açısından önem taşımaktadır.

Aynı olaya ilişkin fotoğrafların bir kısmında Doğan, beden dili açısından omurgası ve başı dik, gergin; bakışları sert, yukarı veya uzağa bakar haldedir. Görevlilerin koyu renkli resmi giysilerinin arasında Doğan’ın açık renkli tişörtüyle bulunması daha fazla ön plana çıkmasını sağlamıştır. Doğan fotoğraflarında, yapmış olduğu eylemin haklılığından emin görünmektedir. Diğer kadınların duruşu ise tam tersi bir anlamı ortaya çıkarmaktadır. İki koluna girmiş kadın güvenlik görevlilerinin bakışları ve yüzleri aşağıya doğrudur. Bu da orada bu şekilde yer almaktan dolayı üzgün oldukları izlenimini yaratmaktadır. Fotoğraflarda tutsak-özgür, sivil-resmi, siyah-beyaz ve haklılık-haksızlık gibi karşıtlıkların yer aldığı söylenebilir (Fotoğraf 1). Bu fotoğraflar özellikle *Birgün* tarafından öne çıkarılmıştır ve anlamlandırma açısından *Birgün*’ün dava sürecindeki haber söylemiyle örtüşmektedir: Doğan meşru müdafaada bulunmuştur ve haklıdır.



Fotograf 1

Kaynak: *Birgün*, 07.10.2015

"Hep mi kadınlar ölecek?"



Fotograf 2

Kaynak: *Birgün*, 13.06.2016

"Figen Yüksekdağ'dan Çilem Doğan'a mektup"

Aynı duruma ilişkin diğer fotoğraf sadece *Birgün*'de yayınlanmıştır (Fotoğraf 2). Doğan'a karşı sempati yaratan fotoğrafta Doğan ve kadın görevliler yan yana oturmaktadır. Doğan samimi şekilde karenin sağında yer alan görevliye gülümseyerek bir şeyler anlatmaktadır. İki görevli ilgiyle Doğan'ı dinlemektedir. Kareyi diklemesine bölen flu iki çizgiyle Doğan görevlilerden ayrılmıştır. Çizgiler, Doğan'ın elindeki kelepçelerden hareketle demir parmaklıkları çağrıştırmaktadır. Bu açıdan demir parmaklık, metonimiye¹⁵ bir örnektir. Bu, yan anlam düzeyinde, Doğan'ın özgürlüğünden ve diğer kadınlardan ayrılmasını ve Doğan'ın tutsaklığını temsil etmektedir. Bunun yanı sıra *Birgün*'de Doğan'ın kadınlar içinde görüldüğü veya ailesiyle kucaklaşmasını gösteren tahliye sürecine ilişkin fotoğraflara ve davaya destek veren kadın eylemlerinin fotoğraflarına yer verilmiştir. Böylece sitenin haberlerinde ele aldığı kadın dayanışması olgusu fotoğrafların yan anlam düzeyinde de vurgulanmıştır.

Adli Tıp'a götürülüşte çekilen diğer fotoğraf *Hürriyet* ve *Yeni Akit* tarafından kullanılmıştır. Fotoğrafta Doğan, iki görevlinin ortasında yüzünde sinirli bir ifadeyle ve iki elinin başparmaklarını "tamamdır işareti" yaparken görülmektedir.¹⁶ Doğan fotoğrafta olumsuz temsil edilmektedir. Çerçeveleme nedeniyle öldürme eylemine ilişkin "işlemi tamamladım" mesajı veriyor görün-

•••

15 Düz değişmece olarak da adlandırılan metonimi genel olarak bir durum ya da nesnenin bir parçası ya da özelliğiyle anlatımdır. "Böylece parça, bütünü temsil eder" (Fiske 1996, 127).

16 Doğan, bu fotoğraf üzerine yaptığı açıklamada, babasının ona seslendiğini ve onun endişelerini gidermek, "iyi olduğunu" ve "yaşadığını" göstermek amacıyla babasına bu işareti yaptığını belirtmektedir (Hacıvelikızı ve Yıldız 2016, 118). Ancak çerçeveleme nedeniyle kime bu işareti yaptığı fotoğrafta yer almamakta, anlam sadece çerçevedekiler üzerinden kurulabilmektedir.



Fotoğraf 3

Kaynak: *Hürriyet*, 26.02.2016
"Azraili bekler gibiydim"



Fotoğraf 4

Kaynak: *Hürriyet*, 08.06.2016
"Çile'si bitmedi"

mektedir (Fotoğraf 3). *Yeni Akit*, bu fotoğrafın haber başlıklarında "kocasını öldüren kadın" tanımlamasını kullanmış ve böylece Doğan'ın "suçluluğunu" desteklemiştir.

Hürriyet'te, bu fotoğrafların haber metinleriyle ilişkisi bu türden bir anlamı ortaya çıkarmamaktadır. Gazetenin sitesinde haber metinleriyle çelişen bir fotoğraf kullanımı söz konusudur. Sitenin, fotoğrafı dikkat çekicilik ve hareket gibi unsurları içermesi ve öfke gibi duyguları çağrıştırmamasından dolayı, okuyucunun dikkatini çekmek amacıyla kullanmış olması muhtemeldir.

Adli Tıp fotoğraflarının tümünde Doğan'ın tişörtündeki İngilizce metin okunabilmektedir. Görüntüye karışan yazılı bir gösteren olan bu metin, fotoğraflardaki Doğan'ın kararlı duruşu, uzağa bakışının getirdiği geçmiş-gelecek-şimdi izlenimi ve Doğan'ın davasıyla denk düştüğü için *Hürriyet*'in haberlerine konu olmuştur. Üzerinde "Sevgili geçmiş, verdiğin tüm dersler için teşekkürler. Sevgili gelecek, ben hazırım." yazan tişörtün fotoğrafları, sitede dramatiklik ve ilgi çekicilik unsurlarını yaratmak amacıyla kullanılmıştır.

Bunun yanı sıra *Hürriyet*, diğer sitelerden farklı olarak, Doğan'ın kızıyla olan yakın çekim fotoğraflara ve Doğan'ın Karabulut'la çekilmiş yakın çekim fotoğraflarına yer vermiştir. İki örnek de okuyucuların duygularını harekete geçirmeye ve durumu dramatikleştirmeye yöneliktir. İlk örnekte, tahliyesi sonrası Doğan ve kızına odaklanan fotoğraflar tutsaklık sonrası özgürlük, özlem, mutluluk ve annelik gibi gösterilenler içeren bir anlam ortaya çıkarmaktadır ["Tahliye edilen Çilem, ilk gece uyumadı" (*Hürriyet*, 21.06.2016)]. İkincisi ise yaşanan olumsuz olaylar öncesinde çiftin mutlu zamanlarına ait kaybedilmiş bir "an"ı hatırlatmaktadır (Fotoğraf 4). Eski fotoğrafında Karabulut'la yakın olan ve gülümseyen Doğan, haberin başlığında geçen "Çile'si bitmedi" tanımlamasıyla yaşamda mutluluğu bulamamış/buldu-

ğunu sandığı anda kaybetmiş, hayalleri yıkılmış ve “kadersiz” bir karaktere dönüşmüştür. Diğer taraftan *Hürriyet*, Doğan’ın ailesiyle kucaklaşmasını yansıtan tahliye sürecine ilişkin fotoğraflara ve davaya destek veren kadın eylemlerinin fotoğraflarına da yer vermiştir. Bu açıdan davayla ilişkili olayları bütüncül bir şekilde temsil etmeye çalıştığı da söylenebilir.



Fotoğraf 5

Kaynak: *Yeni Akit*, 22.06.2016

“Kocasını öldüren kadın ile Yüksekdağ’ın sıcak yaklaşması”



Fotoğraf 6

Kaynak: *Yeni Akit*, 23.06.2016

“Çilem Doğan’dan Figen Yüksekdağ’a sert tepki”

Yeni Akit’te en fazla öne çıkarılan fotoğraflar Figen Yüksekdağ’la Doğan’ın görüşmesi sırasında çekilen fotoğraflardır. 5 haberde bu konuyu işleyen site, fotoğrafları 6 kez kullanmıştır. Doğan ve Yüksekdağ’ı birbirlerine bakıp gülümserken ve elleriyle arkadan birbirlerinin beline dokunup destek olurken gösteren fotoğraf, orta çekim olarak verilmiştir. Böylece ortamda fazla kişi yokmuş ve iki kadın birbirlerine destek oluyormuş duygusu yaratılmıştır. Başlıkta yer alan “sıcak yaklaşma” ve haber metninde yer alan “birlikte mücadeleye devam etme” tanımlamaları da bu fotoğrafla desteklenmiştir (Fotoğraf 5). Doğan ve avukatının partiyle hiçbir şekilde bağlantıları olmadığına ilişkin yaptıkları açıklama sonrasında ise aynı ortamın genel plan çekimleri kullanılmıştır (Fotoğraf 6). Bu sefer karede Doğan ve Yüksekdağ’ın yanında iki kadın daha yer almaktadır. Doğan ve Yüksekdağ’ın birbirlerine olan mesafeleri daha fazladır. Yüksekdağ’ın beden duruşu kenara çekilme izlenimi vermektedir. Başlıkta kullanılan Doğan’dan Yüksekdağ’a “sert tepki” tanımlamasıyla ortaya çıkan yan anlam, Doğan’ın kendisine yaklaşmak isteyen Yüksekdağ’ı uzaklaştırdığıdır.

Bir önceki “samimi” fotoğraf, Doğan’a ilişkin gerekçeli kararın açıklandığı haberin fotoğrafı olarak tekrar kullanılmıştır [“Çilem Karabulut’un savunması inandırıcı bulunmadı” (*Yeni Akit* 13.07.2016)]. Başlıkta yer alan Doğan’ın “savunması inandırıcı bulunmadı” tanımlamasıyla site, Doğan’ı her iki olaydan da mahkûm etmiştir: Doğan hem kocasını öldürmüş hem de Yüksekdağ’la yaklaşmıştır.

Sonuç

Birgün, *Hürriyet* ve *Yeni Akit*'in internet sitelerinde Doğan davasının temsilini inceleyen araştırmanın bulguları, bu sitelerin bazı noktalarda benzeşmekle birlikte birbirlerinden farklı bir dava süreci inşa ettiklerini göstermektedir. Farklılıklar gazetelerin ideolojik çizgileri ve bununla ilişkili olan yayın politikalarından kaynaklanmaktadır. *Hürriyet* ve *Birgün*, Çilem Doğan'ı ve dava sürecini Türkiye'de kadına yönelik şiddet, kadın dayanışması ve meşru müdafaa hakkı açısından tartışmaya açmıştır.

Birgün, meşru müdafaa olgusunu Türkiye'nin içinde bulunduğu adalet sistemi içinde değerlendirmiş ve adalet sistemini eleştirmiştir. Bunun yanı sıra Türkiye'de kadına yönelik sistematik şiddet ve bu şiddete karşı -saldırı sırasında olsun veya olmasın- meşru müdafaa hakkını ortaya koyan haberler yayınlamıştır. Bu açıdan *Birgün*'ün temsili Noh, Lee ve Feltey'in (2010, 110-118) çalışmasında yer alan "feminist söylem" kategorisiyle benzerlik göstermektedir. Doğan, *Birgün*'de meşru müdafaa bulunan bir özne olarak temsil edilmiştir. *Birgün*'ün haberlerinde Doğan sosyo-kültürel ve politik alanın dışında tek başına bir varlık değil; Türkiye'de benzer sorunlar yaşayan kadınlardan biridir. Gazete çözüm arayan kadınların dayanışmasını vurgulamıştır. Bu açıdan *Birgün*'ün haberciliği, "kadın odaklı habercilik anlayışını"¹⁷ da yansıtmaktadır. Bu da gerek muhalif kimliği gerekse kadın sorunlarına duyarlılığı içeren yayın politikasıyla örtüşmektedir.

Hürriyet'te davanın yukarıda ele alınan bağlamı, çoğu kez magazinleştirilmiş ve dramatize edici unsurlarla gölgelenmiştir. *Hürriyet* Doğan'ın tişörtleri, dövmesi veya "çile"siyle okuyucunun dikkatini çekmeye çalışmış ve okuyucuda duygu uyandıran unsurları öne çıkarmıştır. *Hürriyet*'te Doğan davası, şiddet gören kadının erkeği öldürmesiyle hapiste biten bir melodram olarak öyküleştirilmiş ve Doğan'ın "kadersizliği" vurgulanmıştır. Özetle kadın, şiddetin faili olduğu durumda da bir "kurban", "kader kurbanı"dır.

Hürriyet'te Doğan'ın meşru müdafaasını tartışmaya açan haber dili gerekçeli kararın açıklanmasına kadar sürmüştür. Son kertede haber söylemi mahkemenin ve savcılığın Doğan'ı mahkûm eden diliyle ve gerekçeli kararı

•••

17 Kadın odaklı habercilik; kadın hakları konusunda bilgilendirici, kadınları güçlendiren, hak ihlallerini takip eden, gündelik gazetecilik pratikleri içinde hak ihlallerinde bulunmayan bir habercilik olarak tanımlanmaktadır. Alankuş (2007, 26) bu açıdan kadın odaklı haberciliğin, "haberinin kadın lehine siyasalara ve dönüşümlere öncülük edebilecek nitelikte kurulduğu, çözüme odaklı bir habercilik" olduğunu vurgulamaktadır.

destekleyen, Doğan'ın "öfkeli" bir fotoğrafıyla kapanmıştır. Dramatize etme ve magazinleştirme ticari ve sansasyonel yayıncılığın bir sonucudur. Bu unsurlar kadının şiddetini konu alan birçok haber çalışmasında (Barnett 2006; Berrington ve Honkatukia 2002; Erol 2013; Noh vd. 2010) yer almaktadır. *Hürriyet*, Türkiye'de 1980 sonrası neoliberal politikalarla şekillenen ve medyada yatay-dikey yoğunlaşmanın aktörlerinden biri olan Doğan Grubuna aittir (Sönmez 2003). Dolayısıyla *Hürriyet*'in, söz konusu davayı ilgi çekici ve "iyi satan" bir öykü haline getirerek özellikle internet trafiğini ve reklam gelirlerini artırma kaygısıyla hareket ettiği söylenebilir. *Hürriyet*'in ticari kaygısının yanında liberal paradigmanın haber değerlerinin ve gazetecilerin rutin haber yazma pratiklerinin habere etkisinden bahsetmek de mümkündür.

Yeni Akit davaya ilişkin haberlerinde artalan ve bağlam bilgileri geçiştirmiştir. Haberler Doğan'ın öldürme eylemine odaklanmış; olayın sosyo-kültürel bağlamını dışarıda bırakmış ve suçu/şiddeti kişiselleştirmiştir. *Yeni Akit*'teki haberlerde davayı destekleyen kadın hakları örgütleri yer almamaktadır. Özetle, *Yeni Akit*'in inşa ettiği "gerçeklikte" ne kadına yönelik sistematik şiddet ne de ona karşı mücadele eden kadınlar vardır. Böylece Türkiye'deki kadına yönelik şiddet olgusu yok sayılmıştır. Çilem Doğan, kocasını öldüren bir suçludur. Bu temsil, literatürde belirtilen "kötü" ve cezayı hak eden kadın temsiliyle (Barnett 2006; Berrington ve Honkatukia 2002; Morrissey 2003; Noh vd. 2010; Weare 2013) örtüşmektedir.

Yeni Akit'in Doğan davasını ele alış biçiminin hem yayın politikasıyla hem dönemin AKP hükümetinin kadının korunması yerine ailenin korunmasını merkeze alan politikalarıyla örtüştüğü söylenebilir. Bu muhafazakâr politikalar, kadını aile içinde iyi bir eş veya anne olarak, geleneksel kadınlık rolleri içinde konumlandırmaktadır. AKP hükümeti 2011 yılında Kadın ve Aileden Sorumlu Devlet Bakanlığı'nun adından kadın kelimesini kaldırarak bakanlığın adını Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı olarak değiştirmiştir. Aileyi güçlendirmeye yönelik; çocuk sayısı, evlilik yaşının düşürülmesi ve kürtaj gibi konularla ilgili hükümet yetkililerinden gelen açıklamalar da muhafazakâr politikalara örnek olarak verilebilir (Erol 2013, 208-209).

Sadece *Yeni Akit*'te HDP Eş Başkanının kocasını öldürmekle yargılanan Doğan'ı ziyaret etmesi ön plana çıkarılmıştır. Böylece haber ve fotoğraflarda Doğan, HDP ile yakın ilişkilerde olan ve bu partinin desteklediği bir kadın olarak temsil edilmiştir. *Yeni Akit*, olay sonrasında Doğan ve avukatının yapmış olduğu "ilişkimiz yoktur" açıklamasını yayınlasa da, gerekçeli kararın açıklanmasına ilişkin haberinde önceden yapılmış bu görüşmenin "samimi"

bir arşiv fotoğrafını yayınlamıştır. Dolayısıyla *Yeni Akit*'in ideolojik çizgisinin davanın haberleştirilmesinde rol oynadığı ve sağ-sol, ulusal kimlik-etnik kimlik gibi ayrımların, milliyetçilik ve muhafazakârlık üzerinden haber söylemini biçimlendirdiği söylenebilir. Bu açıdan *Yeni Akit*'in Türkiye'deki kadın sorunu ve mücadelesini ayrı bir politik unsur olarak ele almadığını ve bu olguları kendisinin de içinde yer aldığı mevcut ideolojik çatışmalar ekseninde tanımladığını söylemek mümkündür.

Kaynakça

- Akgül, Elif. 2016. "Türkiye'de medya kimin elinde?." *Bianet*, 3 Mayıs 2009. Son erişim tarihi 8 Temmuz 2016.
<http://bianet.org/bianet/ifade-ozgurlugu/180051-turkiye-de-medya-kimin-elinde#>.
- Akınerdem, Feyza. 2016. *Türkiye Medyasında Kadınların Temsili: Gazete ve İnternet Haberciliği*. Hrant Dink Vakfı, İstanbul: Hrant Dink Vakfı Yayınları. Son erişim tarihi 2 Temmuz 2017.
<https://hrantdink.org/attachments/article/458/Turkiye-Medyasinda-Kadinlarin-Temsili.pdf>.
- Alankuş, Sevda. 2007. "Önsöz: Neden Kadın Odaklı Habercilik?." *Habercinin El Kitabı: Kadın Odaklı Habercilik* içinde, editör Sevda Alankuş, 25-66. İstanbul: IPS.
- Altun, Abdülrezak ve Mine Gencil Bek. 2013. "Haberlerde Aile İçi Şiddetin Temsili." *Kadın Araştırmaları Dergisi*, 13 (2). 1-34.
- Aydın, Uraz. 2015. "Lanetli süreklilik: Neoliberal Militarizmden Otoriter Muhafazakarlığa Türk Medyasının Otuz Yılı." *Neoliberal Muhafazakâr Medya* içinde, editör Uraz Aydın, 31-66. İstanbul: Ayrıntı.
- Barnett, Barbara. 2006. "Medea in the Media: Narrative and Myth in Newspaper Coverage of Women Who Kill Their Children." *Journalism*, 7(4): 411-432.
<https://doi.org/10.1177/1464884906068360>.
- Barthes, Roland. 1993. "The Photographic Message." *A Barthes Reader* içinde, editör Susan Sontag, 194-210. New York: Vintage.
- Berrington, Eileen and Päivi Honkatukia. 2002. "An Evil Monster and a Poor Thing: Female Violence in the Media." *Journal of Scandinavian Studies in Criminology and Crime Prevention*, 3 (1): 50-72.
- Braber, Natalie. 2014. "Representation of Domestic Violence in Two British Newspapers, The Guardian and The Sun, 2009-2011." *ELR Journal* 1: 86-104.
- Breen, Michelle Dunne, Patricia Eastal, Kate Holland, Georgina Sutherland and Cathy Vaughan. 2017. "Exploring Australian Journalism Discursive Practices in Reporting Rape: The Pitiful Predator and the Silent Victim." *Discourse & Communication*: 11 (3), 241-258.
- Dağtaş, Erdal. 2015. *Kamusal Alan ve Medya: Münevver Karabulut Cinayetinin Basındaki Yansımaları*. Ankara: Ütopya.
- Doğan Holding, 2017a. "Aile İçi Şiddete Son!" Son erişim tarihi 2 Temmuz 2017.
<http://www.doganholding.com.tr/kurumsal-sorumluluk/hakli-kadinplatformu.aspx>.

- Doğan Holding, 2017b. "Doğan Yayın İlkeleri." Son erişim tarihi 2 Temmuz 2017.
http://www.doganholding.com.tr/files/pdf/yayin_ilkeleri_yazili_basin.pdf.
- Easteal, Patricia, Lorana Bartels, Noni Nelson and Kate Holland. 2015. "How Are Women Who Kill Portrayed in Newspaper Media? Connections with Social Values and The Legal System." *Women's Studies International Forum*, 51: 31-41.
- Ergül, Hakan. 2000. *Televizyonda Haberin Magazinelleşmesi*. İstanbul: İletişim.
- Erol, Devrim Deniz. 2013. "Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Türkiye Yazılı Basınında Şiddet Haberleri ve Haber Fotoğrafları." *Selçuk İletişim*, 8 (1): 192-211.
- Evrensel. 2016. "Savcı Meşru Müdafaa Değil Tahrik Dedi." 6 Mayıs 2016. Son erişim tarihi 6 Haziran 2016.
<https://www.evrensel.net/haber/279351/cilem-dogan-mesru-mudafaa-hakkini-kullandi>.
- Fairclough, Norman. 1992. *Discourse and Social Change*. UK: Polity Press.
- _____. 1995. *Critical Discourse Analysis*. London: Longman.
- _____. 2001. "The Dialectics of Discourse." *Textus*, 14 (2): 231-242.
- _____. 2003. *Analysing Discourse, Textual Analysis for Social Research*. London: Routledge.
- Fiske, John. 1996. *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Çeviren Süleyman İrvan. Ankara: Ark.
- Göktaş, Kemal. 2016. "Çilem Doğan Davasında Gereçeli Karar Açıklandı." *Birgün*, 13 Haziran 2016. Son erişim tarihi 13 Ekim 2016.
<http://www.birgun.net/haber-detay/cilem-dogan-davasinda-gereceli-karar-aciklandi-119809.html>.
- Gürses, Fatma. 2017. "Kadın Cinayetlerinin Haber Söylemi: Münevver Karabulut ve Özgecan Aslan Haberleri Üzerine Eleştirel Bir Değerlendirme." *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 72(3): 541-568.
- Hacıvelikızı, Fatoş ve Songül Yıldız. 2016. "Sonunda Bana Kendini Öldürttü." *Kirpiğiniz Yere Düşmesin: Kadınlar Hayatların Sahip Çıkıyor* içinde, editör Feminist Kolektif, 14-133. İstanbul: Güldünya Yayınları.
- Sınır Tanımayan Gazeteciler 2016. *Media Ownership Monitor Türkiye Raporu*. Son erişim tarihi 3 Haziran 2017.
<https://turkey.mom-rsf.org/tr/medya/detail/outlet/huerriyet/>.
- İlbars, Zafer. 2007. "Suç Antropolojisi: Kadın ve Suç." *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Antropoloji Dergisi*, 22: 1-13.
- İnal, Ayşe. 1996. *Haberi Okumak*. İstanbul: Temuçin.

- _____. 2008. "Medyanın Etkisi Sorunsalına Başka Bir Bakış." *Habercinin El Kitabı: Medya ve Toplum içinde*, editör Sevda Alankuş, 65-80. İstanbul: IPS.
- _____. 2010. "Haber Medyası ve Seçim Kampanyaları." *Televizyon Haberciliğinde Etik içinde*, editörler Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel, 251-267. Ankara: Fersa.
- İHD [İnsan Hakları Derneği]. 2011. *Kadına Yönelik Şiddet Raporu*. İstanbul Şubesi
- Jiwani, Yasmin ve Mary Lynn Young. 2006. "Missing and Murdered Women: Reproducing Marginality in News Discourse" *Canadian Journal Of Communication*, 31(4): 895-917.
- Kural, Beyza. 2016. "Çilem Doğan'a 15 Yıl Hapis." *Bianet*, 8 Haziran 2016. Son erişim tarihi 20 Ekim 2016.
<http://bianet.org/kadin/kadin/175630-cilem-dogan-a-15-yil-hapis>.
- Kural, Tuğba. 2019. "Haber sitelerinde kadın suçluluğunun temsili: Çilem Doğan örneği." Yüksek Lisans Tezi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi.
- Küçüktaşdemir, Özgür. 2015. "Ceza Hukukunda Örselenmiş Kadın Sendromu." *Başkent Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 1(1): 547-585.
- Molinier, Pascale ve Daniel Welzer-Lang. 2009. "Kadınlık, Erkeklik, Erkeksilik." Çeviren Gülnur Acar-Savran. *Eleştirel Feminizm Sözlüğü içinde*, 236-243. İstanbul: Kanat.
- Morrissey, Belinda. 2003. "Versions of the Self: Narrating the Subjectivities of Women Who Kill." *When Women Kill: Questions of Agency and Subjectivity içinde*, editör Belinda Morrissey, 30-67. London: Routledge.
- Noh, Marianne S., Matthew T. Lee ve Kathryn M. Feltey. 2010. "Mad, Bad, or Reasonable? Newspaper Portrayals of The Battered Woman Who Kills." *Gender Issues*, 27: 110-130.
- Özer, Ömer ve Neda Saraçer Üçer. 2010. "Güldünya Tören Örneğinde Töre Cinayetlerinin Hürriyet ve Sabah Gazetelerindeki İdeolojik Sunumu." *Medyada Şiddet Kültürü içinde*, editör Ömer Özer, 187-228. Konya:Literatürk.
- Öztürk, Armağan. 2007/2008. "Bir Haklı Savaş Tartışması: Şiddet Meşru Olabilir Mi?." *Doğu Batı Dergisi*, 43: 115-129.
- Sönmez, Mustafa. 2003. *Filler ve Çimenler: Medya ve Finans Sektöründe Doğan/Anti-Doğan Savaşı*. İstanbul: İletişim.
- Şen, Ersan. 2016. "Feminist Meşru Müdafaa." *haber7*, 29 Şubat 2016. Son erişim tarihi 15 Ekim 2016.
<http://www.haber7.com/yazarlar/prof-dr-ersan-sen/1819008-feminist-mesru-mudafaa>.

- Tahaoğlu, Çiçek. 2016a. "Erkekler 2015'te En Az 284 Kadın Öldürdü." *Bianet*, 15 Şubat 2016. Son erişim tarihi 1 Temmuz 2016.
<http://bianet.org/bianet/kadin/171693-erkekler-2015-te-en-az-284-kadin-oldurdu>.
- _____. 2016b. "Çilem Doğan'a Yine Tahliye Yok." *Bianet*, 8 Nisan 2016. Son erişim tarihi 8 Nisan 2016.
<http://bianet.org/bianet/kadin/173769-cilem-dogan-a-yine-tahliye-yok>.
- _____. 2016c. "Çilem Doğan Tahliye Oluyor." *Bianet*, 20 Haziran 2016. Son erişim tarihi 20 Ekim 2016.
<http://bianet.org/kadin/kadin/176046-cilem-dogan-tahliye-oluyor>.
- Tılıç, Doğan. 2016. "Birgün: Neden ve Nasıl Bir Günlük Gazete." *Bianet*, 22 Kasım 2003. Son erişim tarihi 10 Ekim 2016.
<http://bianet.org/bianet/medya/26785-birgun-neden-ve-nasil-bir-gunluk-gazete>.
- van Dijk, Teun A. 1988a. *News As Discourse*. New Jersey: Lawrence Earlbaum Associates Publication.
- _____. 1988b. *News Analysis*. New Jersey: Lawrence Earlbaum Associates Publication.
- van Leeuwen, Theo. 2007. "Semiotics and Iconography." *Handbook of Visual Analysis* içinde, editörler Theo van Leeuwen ve Carey Jewitt, 92-118. London: Sage Publications.
- Weare, Siobhan. 2013. "The Mad, The Bad, The Victim: Gendered Constructions of Women Who Kill within the Criminal Justice System." *Laws*, 2: 337-361.
- _____. 2017. "Bad, Mad or Sad? Legal Language, Narratives, and Identity Constructions of Women Who Kill Their Children in England and Wales." *International Journal for the Semiotics of Law*, 30 (2): 201-222.

Haberler

- Birgün.* 2015. "Hep mi kadınlar ölecek" diye soran Çilem Doğan'dan mektup var." 07 Ekim 2015. Son erişim tarihi 01 Eylül 2016.
<http://www.birgun.net/haber-detay/hep-mi-kadinlar-olecek-diye-soran-cilem-dogan-dan-mektup-var-91594.html>.
- Birgün.* 2016. "Figen Yüksekdağ'dan Çilem Doğan'a mektup." 13 Haziran 2016. Son erişim tarihi 1 Eylül 2016.
<http://www.birgun.net/haber-detay/figen-yuksekdag-dan-cilem-dogan-a-mektup-115883.html>.
- Birgün.* 2016. "Kızıma anlatacağım şeyler biriktirdim." 22 Haziran 2016. Son erişim tarihi 1 Eylül 2016.
<http://www.birgun.net/haber-detay/kizima-anlatacagim-seyler-biriktirdim-117161.html>.
- Birgün.* 2016. "Çilem Doğan Davasında Gerekeçeli Karar Açıldı." 13 Temmuz 2016. Son erişim tarihi 1 Eylül 2016.
<http://www.birgun.net/haber-detay/cilem-dogan-davasinda-gerekceli-karar-aciklandi-119809.html>.
- Birgün.* 2016. "Yargı meşru müdafayı 'inandırıcı' bulmadı." 14 Temmuz 2016. Son erişim tarihi 1 Eylül 2016.
<http://www.birgun.net/haber-detay/yargi-mesru-mudafayi-inandirici-bulmadi-119837.html>.
- Birgün.* 2016. "Savcı: 'Estetik' yaptırsaymış." 7 Mayıs 2016. Son erişim tarihi 1 Eylül 2016.
<http://www.birgun.net/haber-detay/savci-estetik-yaptirsaymis-111531.html>.
- Hürriyet.* 2016. "Savcı: 'Estetik' yaptırsaymış." 7 Mayıs 2016. Son erişim tarihi 1 Eylül 2016.
<http://www.hurriyet.com.tr/savci-estetik-yaptirsaymis-40100605>.
- Hürriyet.* 2016. "Azraili bekler gibiydim." 26 Mayıs 2016. Son erişim tarihi 1 Eylül 2016.
<http://www.hurriyet.com.tr/azraili-bekler-gibiydim-40060915>.
- Hürriyet.* 2016. "Çile'si bitmedi." 08 Haziran 2016. Son erişim tarihi 1 Eylül 2016.
<http://www.hurriyet.com.tr/cilesi-bitmedi-40115166>.
- Hürriyet.* 2016. "Çilem Doğan'ın tahliyesini kutladılar." 21 Haziran 2016. Son erişim tarihi 1 Eylül 2016.
<http://www.hurriyet.com.tr/cilem-doganin-tahliyesini-kutladilar-40120544>.

- Hürriyet*, 2016. "Tahliye edilen Çilem, ilk gece uyumadı, kızıyla hasret giderdi." 21 Haziran 2016. Son erişim tarihi 1 Eylül 2016.
<http://www.hurriyet.com.tr/tahliye-edilen-cilem-ilk-gece-uyumadi-kiziyla-hasret-giderdi-40120230>.
- Hürriyet*. 2016. "Çilem'e neden 15 yıl verdik." 13 Temmuz 2016. Son erişim tarihi 1 Eylül 2016.
<http://www.hurriyet.com.tr/cileme-neden-15-yil-verdik-40144458>.
- Yeni Akit*. 2016. "Figen Yüksekdağ, Çilem Doğan'ı ziyaret etti." 22 Haziran 2016. Son erişim tarihi 1 Eylül 2016.
<http://www.yeniakit.com.tr/haber/figen-yuksekdag-cilem-dogani-ziyaret-etti-187617.html>.
- Yeni Akit*. 2016. "Kocasını öldüren kadın ile Yüksekdağ'ın sıcak yakınlaşması." 22 Haziran 2016. Son erişim tarihi 1 Eylül 2016.
<https://www.yeniakit.com.tr/haber/kocasini-olduren-kadin-ile-yuksekdagin-sicak-yakinlasmasi-187459.html>.
- Yeni Akit*. 2016. "Çilem Doğan'dan Figen Yüksekdağ'a sert tepki!" 23 Haziran 2016. Son erişim tarihi 01 Eylül 2016.
<http://www.yeniakit.com.tr/haber/cilem-dogandan-figen-yuksekdaga-sert-tepki-187987.html>.
- Yeni Akit*. 2016. "Çilem Karabulut'un savunması inandırıcı bulunmadı." 13 Temmuz 2016. Son erişim tarihi 1 Eylül 2016.
<http://www.yeniakit.com.tr/haber/cilem-karabulutun-savunmasi-inandirici-bulunmadi-193696.html>.
- Yeni Akit*. 2016. "Hakkımızda." Son erişim tarihi 10 Ekim 2016.
<https://www.yeniakit.com.tr/kurumsal/hakkimizda>.

Avrupa Komisyonu İlerleme Raporlarında Türkiye'nin İfade ve Basın Özgürlüğü

Ezgi Çakır

Beykent Üniversitesi İletişim Fakültesi

<https://orcid.org/0000-0002-6910-3417>

ezgicakir@beykent.edu.tr

Öz

İfade ve basın özgürlüğünün baskıcı yönetimlere karşı toplumdaki ahlaki çöküşün önlenmesinde bir güvence olarak savunulması gerekmektedir. Gerçeğin bastırılması ve fikir çeşitliliğinin aşamalı olarak daraltılması toplum için son derece tehlikeli ve zararlıdır. Bu çalışma, Avrupa Birliği Türkiye raporlarının ifade ve medya özgürlükleri açısından incelenmesine odaklanmaktadır. İlerleme Raporları bağlamında Türkiye'nin 2000-2019 yılları arasında ifade ve basın özgürlüğündeki değişim içerik analizi tekniğiyle incelenecektir. Çalışma Avrupa Komisyonunun, Türkiye'den fikir ve medya özgürlüğünün korunmasına ilişkin birtakım somut adımların atılmasını beklediğini ve Türkiye'nin ifade ve medya özgürlüklerinin önündeki engellerin kaldırılması ve özgürlükler alanının genişletilmesi yönünde birtakım yasal düzenlemeler yaptığını göstermektedir. Ancak tavsiyelere rağmen Türkiye'nin ifade ve basın özgürlükleri alanında olumlu bir yönde gelişme sağlayamamıştır.

Anahtar Kelimeler: Basın özgürlüğü, ifade özgürlüğü, Avrupa Birliği, ilerleme raporları, medya politikaları

• • • • •

Makale geliş tarihi: 25.08.2020 • Makale kabul tarihi: 17.03.2021

<http://ilefdergisi.ankara.edu.tr>

ilef dergisi • © 2021 • 8(2) • güz/autumn: 413-449

Araştırma Makalesi DOI: 10.24955/ilef.1023137

Freedom of Expression and Freedom of Press in Turkey

A Review of the European Commission Progress Reports

Ezgi akır

Beykent University Faculty of Communication

<https://orcid.org/0000-0002-6910-3417>

ezgicakir@beykent.edu.tr

Abstract

Freedom of expression and press should be defended as a guarantee for the prevention of moral collapse in society against oppressive governments. The suppression of truth and the gradual narrowing of the diversity of ideas are extremely dangerous and harmful to society. This study focuses on the investigation of the EU reports on Turkey in terms of the freedom of expression and media. Changes in freedom of expression and press in Turkey between 2000 and 2019 in the context of progress reports will be examined through content analysis. It shows that the European Commission expects Turkey to take concrete steps to protect freedom of opinion and media and that Turkey made some legal arrangements to remove barriers to freedom of expression and media and expand these freedoms. However, Turkey could not make progress in freedom of expression and press despite recommendations.

Keywords: Freedom of the press, freedom of expression, European Union, progress reports, media policies

•••••

Received: 25.08.2020 ■ Accepted: 17.03.2021

<http://ilefdergisi.ankara.edu.tr>

ilef dergisi ■ © 2021 ■ 8(2) ■ güz/autumn: 413-449

Research Article DOI: 10.24955/ilef.1023137

Avrupa Birliği (AB) politikalarının tasarlayıcısı ve koordinatörü olan Avrupa Komisyonu, Birliğe aday ölkelerin performanslarını, Birliğin iktisadi ve siyasi kriterleri başta olmak üzere ölkelerin üstlenmiş oldukları birtakım yükümlölüklerini mercak altına almaktadır. Belirli bir dönem kapsamında her konu hakkında mevcut durumlar ortaya konulduktan sonra Avrupa Birliği'nin standartlarına kıyasla eksiklik olarak görölen hususların giderilmesi için öneri niteliğindeki strateji tekliflerine yer verilmektedir. Avrupa Birliği'ne üyelik için Aralık 1999 yılında ölkemize "aday öлке" statüsünün tanınmasının ardından Avrupa Komisyonu tarafından Türkiye için ilerleme raporları hazırlanmaya başlamıştır. Türkiye için ilki 1998 yılında sunulan ilerleme raporları, şimdiye dek 22 kez hazırlanmıştır.

Avrupa Birliği, Türkiye'yi Birlik üyeliğine hazırlayabilmek için diğer aday ölkelerde olduğu gibi bir katılım öncesi stratejisi uygulamaya başlamıştır. Birbirine bağlı bazı unsurları içeren katılım stratejisi; "Katılım Ortaklığı Belgesi, İlerleme Raporları, Tek Finansal Çerçeve Kapsamında Yıllık Yardım, Avrupa Topluluğu Programlarına ve Kuruluşlarına Katılım" gibi birkaç ögeyi içermektedir. Avrupa Komisyonu tarafından aday ölkeler için her yıl düzenli olarak hazırlanan İlerleme Raporu, Birliğe katılım öncesi stratejinin en önemli unsurlarından birini oluşturmaktadır. Bu raporlarda, başvuru yapan

ülkelerin Birliğe üye olma yolunda kaydettiği gelişmeler değerlendirilir ve ardından aday ülkelere birtakım önerilerde bulunulur. Böylece istenilen gelişmenin AB kontrolünde ilerlemesi sağlanacak ve adaylık statüsündeki tüm ülkelere aynı nesnel kriterlerin uygulanması mümkün olacaktır. Konsey kararları için birincil dayanak noktasını oluşturan bu raporlarda, *nasıl* ve *neden* soruları ikincil bir öneme sahip olmakta, aday olan ülkelerin söz konusu yükümlülüklerini *hangi hızda* ve *ne ölçüde* yerine getirdikleri asıl odak noktasını oluşturmaktadır.

Aday ülke statüsünü kazanmasının ardından Türkiye'ye değişim ve gelişim yolunda çeşitli yol haritaları sunulmuştur. Türkiye'yi her alanda Avrupa Birliği'ne yaklaştırmak için üyeliğe yönelik bir strateji oluşturmak amacıyla İlerleme Raporları hazırlanmıştır. Ülkemiz için ilk olarak Kasım 1998 yılında hazırlanan İlerleme Raporu'nun yayımı, 2016 yılına kadar kesintisiz bir şekilde sürdürülmüştür. Avrupa Komisyonu yetkilileri, 2017 yılında yeni bir rapor yayınlamama kararı alıp, Türkiye'nin süreci canlandırabilmesi için Nisan 2018'e kadar zamanı olduğunu belirtmiştir. Kopenhag kriterleri ve topluluk müktesebatını üstlenme bakımından Türkiye'ye ilişkin ekonomik, siyasi ve sosyal değerlendirmeleri içeren İlerleme Raporları, 2015 yılından itibaren Ülke Raporu adı altında yayınlanmaya devam etmiştir. Son olarak Ekim 2020'de yayınlanan komisyon raporunda Türkiye'nin Avrupa Birliği için hâlâ kilit bir ortak olmaya devam ettiği belirtilmiştir.

Bu çalışmanın amacı, Avrupa Birliği'nde aday ülke statüsünde olan Türkiye'nin ifade ve basın özgürlüğü yükümlülüklerini hangi hızda ve ne ölçüde yerine getirdiğini ortaya koymak olacaktır. İfade ve basın özgürlüğü kriterleri açısından Türkiye'nin değerlendirilebilmesi için öncelikle bu kavramların uluslararası belgelerde ne anlama geldiğine, olası bir ihlal edilme durumlarında sözleşmelerde ve ulusal mevzuatta nasıl korunduğuna ve özgürlüklerin kısıtlanmasında yasal sınırların ne olduğuna dair tartışmalara yer verilecektir. Ardından Avrupa Birliği'nin ifade özgürlükleri bakımından medya politikalarına değinilecektir. Bulgular, Avrupa Komisyonu tarafından Türkiye için 2000 ile 2019 yılları arasında hazırlanan ilerleme raporlarından elde edilecektir. Ülke raporlarının incelenmesi nicel ve nitel bir sistem oluşturan içerik analizi tekniğiyle yapılacaktır. Bu kapsamda düşünce özgürlüğünün doğal bir uzantısı olan ifade özgürlüğü ve basın özgürlüğü kavramları birbirlerinden ayrı düşünülmedikleri için bir arada değerlendirilecektir. Çalışma sonucunda elde edilen tabloyla, Avrupa Birliği'nin toplumsal hayatta ifade ve basın özgürlüklerinin kendilerine yaşam alanı bulabilmesi için Türkiye'den

beklentilerini hangi alanlarda yoğunlaştırdığı yansıtılacak ve bu safhaya Türkiye'nin ifade ve basın özgürlüklerindeki karnesi aktarılmaya çalışılacaktır.

Düşünce, İfade ve Basın Özgürlüğü

İfade özgürlüğüne yönelik argümanlar, liberal siyasal görüşle ilişkilendirilmiştir. Düşünce özgürlüğünün önemli savunucularından biri olan John Locke, *Hoşgörü Üstüne Bir Mektup* isimli eserinde din özgürlüğünün temellendirilmesinde doktriner olarak özgürlüğü savunup mutlakiyete karşı çıkmıştır. Locke, klasik liberal bir argümanla düşünce özgürlüğünü temellendirmede dini toleransı savunarak, bireylere dini empoze etmenin imkânsızlığından söz etmiştir (Bradney 2003, 149). Bu argüman, düşünce özgürlüğü için de geçerlidir. Devletin, bireylere bir dinin benimsenmesi ya da reddedilmesi için yaptığı baskıların boşuna olması gibi bireylerin düşüncelerini baskı uygulayarak değiştirmeye çalışma çabaları da sonuçsuz kalacaktır. Bu nedenle devlet, bireylerin doğuştan sahip olduğu ifade özgürlüğünü hukuken tanımalı ve korumaya almalıdır (Yayla 2008, 162).

Düşünce özgürlüğünün ilk sistematik savunucusu, John Stuart Mill'in *Hürriyet Üstüne* isimli eseri olmuştur. Mill, düşünce özgürlüğünün faydacı temelleriyle ahlaki savunmayı birleştirmiştir (Barry 2003, 21). Mill'e göre, "Toplumun hem kurucu gücü hem de değişim dinamiği insan zihnidir. Zihnin ürünü olan düşünce ve bunun özgürce ifadesi ve tartışılması, toplumun ve tarihsel değişimin motor gücünü oluşturmaktadır" (2009, 24). Yalnız bir kişi dahi aynı düşünen bütün insanlardan farklı olsa da, nasıl ki bu kişinin tüm insanları susturmaya hakkı yoksa, benzer şekilde bütün insanların da bu kişiyi susturmaya hakları yoktur. Dolayısıyla düşünce ve ifade özgürlüğü insani ve ahlaki bir değer olarak savunulmalıdır (Mill 2009, 66). Ancak düşünce özgürlüğü ortamının sağlanmasıyla toplumda yeni ve farklı fikirler doğabilmektedir. Ulusların demokratik düzeye erişebilmesi ve özgürlük alanlarının genişletilebilmesi açısından kilit konumda olan düşünce özgürlüğü, yanlış bilinçlerin sınınanarak ortadan kaldırılmasına yardımcı olabilmektedir.

Yazının keşfinden önce düşüncenin açığa vurulmasının yolu "söz" ile olmuştur. Yazının bulunuşu itibarıyla el aracılığıyla yazılmış kitaplar, mektuplar, haber mektupları ve ardından matbaanın keşfiyle birlikte mevkuteler yoluyla, daha sonraları ise kitle iletişim araçlarıyla düşüncelerin aktarımı gerçekleştirilmiştir (Danışman 1982, 2). Basın, belirli düşünsel ortamın yaratılmasında etkili bir araç olarak hem kamuoyunun oluşturucusu hem de oluşan

kamuoyunun ifadesi olarak birbirini tamamlayan ve izleyen bir dizi işlevi üstlenmiştir. Belirtilen çerçevede basın özgürlüğü ayrı bir hürriyet gibi geçmekteyse de, özünde bu hürriyeti düşünce özgürlüğünün içinde düşünmek daha gerçekçi olacaktır. Düşüncenin basın yoluyla açıklanması etkin bir yol olduğuna göre, demokratik sistemlerde basın özgürlüğü düzenlemesinin de en azından genel düşünceyi açıklama özgürlüğüyle aynı değer ve genişlikte düzenlenmesini zorunlu kılmaktadır (Akarcalı 1989, 265). Basılı yayınların düşüncenin açıklanmasında, yayılmasında sağladığı genişlik ve güç, genel nitelikteki düşünceyi açıklama ve yayma özgürlüğünün yanı sıra basın özgürlüğü kavramının da doğmasına yol açmıştır (Gölcüklü 1970, 292).

Fikirlerin bu araçlarla açıklanması, düşünce özgürlüğünün doğal bir uzantısı olarak basın özgürlüğünün sağlanması yönünde etkili adımların da atılmasını zorunlu kılmıştır. Düşüncelerin açığa vurulması zamanla yöneticilerde rahatsızlık yaratmıştır. Yönetimde siyasi ve ekonomik alanlarda yaşanan birtakım zorluklar nedeniyle “özgür basın” anlayışına büyük darbeler vurulmuştur ve süreç içerisinde bazı ifadelerin yasaklanması kaçınılmaz olmuştur (Akarcalı 1989, 265). Oysa demokratik rejimlerde bireyler, yasama ve yürütme erkinde olup bitenleri “bilme” hakkına sahiplerdir. Ancak 18. ve 19. yüzyıllarda devlete karşı sürdürülen söz konusu mücadelenin başlıca amacı; *basına yönelik özgürlüklerin verilmesini* sağlamak olmuştur. Devletin keyfilğine karşı koymak, bireylerin düşüncelerini dile getirme hakkını yönetime kabul ettirmek ve fikirleri için mücadele eden başlıca kişiler; yazarlar, filozoflar ve gazeteciler olmuşlardır. Buradaki asıl mesele, devlete karşı kazanılması gereken ve onu eleştirmeye olanak verebilecek bir özgürlüğü elde etmektir (Danışman 1982, 2). Basın özgürlüğünün bu büyük mücadele dönemi liberalizmin yükselişiyle aynı zamana denk düşmektedir. Yönetimde parlamenter rejimlerin kurulması, demokrasi, insan hakları ve hukuk devleti gibi kavramların toplumsal yaşama girmesiyle birlikte bu hakların savunucu tarafında olan basının hürriyet mücadelesi de aynı hat üzerinde kurulmuştur (Sayılğan 1992, 267). Bir tarafta basının desteklediği ve giderek güçlenen liberalizm, diğer tarafta gerileyen otoriter devletin varlığını korumaya çalışan iktidarı bulunmaktadır. Kısaca basın özgürlüğü sorunu 19. yüzyıl sonuna dek siyasal iktidara karşı kazanılması gereken bir mücadele olarak sürdürülmüştür (Danışman 1982, 2).

Basın özgürlüğü, haber, fikir ve düşüncelerin basılmış eser yoluyla serbest olarak açıklama ve yayma özgürlüğüdür. İfade özgürlüğünü tamamlayan ve onun kullanılmasını sağlayan bir özgürlük olarak basın özgürlüğü, uluslara-

rası belgelerde ve demokratik anayasalarda güvence altına alınmıştır (Akkurt 2014, 3). Tüm özgürlüklerin doğal bir uzantısı olan basın özgürlüğünden söz edebilmemiz için, “hiçbir kısıtlamayla karşılaşmadan yayın organları kurma, basma ve dağıtma hakkının olması, haber alma, yayma ve yorumlamada özgürlük hakkının olması, ayrıca basınla ilgili hukuki metinlerin açık ve net olması, yoruma açık olmaması” şartlarının sağlanması gerekmektedir (Sayılğan 1992, 268). İnsan haklarının özünde yer alan bu özgürlüklerin tasarlanma biçimi her sosyal düzenin temelinde olması gereken unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla devletler, düşünce ve basın özgürlüğünün sağlanması yönünden birtakım hürriyetleri somut duruma getirmekle yükümlüdürler. Verilen uzun mücadeleler sonunda bireylerin doğuştan sahip olduğu doğal haklar ve basın hürriyeti, birçok uluslararası belgelerde güvence altına alınmıştır.¹ Ancak kazanılan bu haklar, tıpkı diğer temel hak ve özgürlüklerde olduğu üzere *mutlak ve sınırsız* değildir. Ülkeler, uluslararası anlaşmalarda yer alan bu hak ve özgürlüklerin kendi anayasalarında hangi usul ve esaslara göre sınırlandırabileceğine ilişkin birtakım düzenlemelere yer vermişlerdir.

Basın Yoluyla Düşünceyi Açıklama Özgürlüğünün Yasal Sınırları

Her ne kadar mutlak özgürlük anlayışı felsefi bakımdan ileri sürülse de, bu görüş günümüz toplumlarının uygulama alanlarında geçerliliğini koruyamamaktadır. Devletler, uluslararası belgelerin meşru sınırları içerisinde, sözleşme ilkelerine uygun biçimde birtakım kısıtlamaları hayata geçirebilmektedir. Türkiye'nin taraf olduğu sözleşmelerden biri olan Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi² (AİHS) bu özgürlüklerin düzenlenip, korunduğu en önemli uluslararası belgelerden biridir. Sözleşmeye bağlı devletler, ulusal hukuklarında AİHS'e yönelik hak ihlallerinin denetlendiği Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi (AİHM) hükümlerine göre tanzim etmekte ve yorumlamaktadırlar.

Türkiye'nin de tarafı olduğu iki sözleşmeden biri olan AİHS'in 10. maddesinin ilk fıkrası düşünce ve basın özgürlüklerinin tanımlarken; ikinci maddesiyle bu özgürlüklerin sınırlarının belirlendiği görülmektedir. Buna göre,

-
- 1 Bkz. Virginia Haklar Bildirisi, İnsan ve Vatandaş Hakları Bildirisi, İnsan Hakları Evrensel Beyanamesi, Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi, Uluslararası Medeni ve Siyasi Haklar Sözleşmesi.
 - 2 Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesinin 10. maddesinde düzenlenen ifade özgürlüğü tanımının, 10 Aralık 1948 tarihinde kabul edilen İnsan Hakları Evrensel Beyanamesinin 19. maddesinin ışığında elde edildiğini söyleyebiliriz. Benzer bir etki de 16 Aralık 1966 tarihli Uluslararası Medeni ve Siyasi Haklar Sözleşmesinin 19. maddesinde görülmektedir.

https://www.echr.coe.int/documents/convention_tur.pdf

kişilere veya devletlere birtakım görev ve sorumluluklar yükleyen hürriyetlerin kullanılmasında; ulusal güvenlik, toprak bütünlüğü ve kamu güvenliğinin korunması, kamusal düzenin sağlanarak suç işlenmesinin önlenmesi, sağlık, ahlak, başkalarının şöhret ve haklarının korunarak gizli bilgilerin yayılmasının önlenmesi gibi başlıca maddeler yer almaktadır.³

Macovei'e göre, söz konusu bir hakkın içeriği üzerindeki birtakım kısıtlamalar o hakkın yok edilmesine neden olabilmektedir. Bu nedenle, düşünce hürriyetinin üzerinde yapılan her türlü kısıtlama, sınırlandırma, şartlandırma ya da herhangi müdahale biçimi bahsi geçen özgürlüğün yalnızca belirli bir kullanımı üzerinde uygulanabilir (Macovei 2005, 23). Bu açıdan bakıldığında AİHS'in *Hakları Kötüye Kullanma Yasağı* adı altında düzenlediği, "Sözleşme-deki hiçbir hüküm, bir devlete, topluluğa veya kişiye, tanınan hak ve özgürlüklerin yok edilmesi veya bunların öngörülmesi olandan daha geniş ölçüde sınırlandırılmalarını amaçlayan bir etkinliğe girişme veya eylemde bulunma hakkı verdiği biçiminde yorumlanamaz." şeklindeki 17. maddesi düşünce özgürlüğü hakkının özüne dokunulmaması gerektiğine dair bir uyarı niteliğindedir.⁴

1966 yılında Birleşmiş Milletler tarafından ilan edilen ve Türkiye'nin de taraf olduğu *Uluslararası Medeni ve Siyasi Haklar Sözleşmesi*'nin 19. maddesine göre, "ülkesel sınırlara bağlı olmaksızın her çeşit bilgiyi ve fikri sözlü, yazılı, basılı, sanat eserleri biçimde veya kendi seçeceği herhangi bir başka biçimde araştırma, edinme ve iletme özgürlüğünü" de kapsayacak bir biçimde herkes düşüncelerini açıklama hakkına sahiptir. Bu hakkın kullanımı kişilerin ve devletlerin üstlenmesi gereken bazı özel görev ve sorumlulukları da beraberinde getirmektedir. Buna göre, ulusal güvenlik, kamu düzeni ve sağlığı, genel ahlakın korunması gibi ancak kanunda öngörülmesi koşullara bağlı olarak bazı kısıtlamalar konulabilmektedir.⁵

Ülkemizde basın hürriyetini sınırlayan kararlar mevzuatta oldukça dağınık haldedirler (Horozgil 2012, 150). Fakat 1982 Anayasasının 13. maddesinde "temel hak ve hürriyetlerin sınırlandırılması" adı altında yapılan sınırlamaların "Anayasanın sözüne ve ruhuna, demokratik toplum düzeninin ve laik Cumhuriyetin gereklerine ve ölçülülük ilkesine aykırı olmayacak bir şekilde;

3 AİHS, <https://www.danistay.gov.tr/upload/avrupainsanhaklarisozlesmesi.pdf>

4 AİHS, <https://www.danistay.gov.tr/upload/avrupainsanhaklarisozlesmesi.pdf>

5 Uluslararası Medeni ve Siyasi Haklar Sözleşmesi, 1966, <https://www.ohchr.org/en/professionalinterest/pages/ccpr.aspx>

temel hak ve hürriyetlerin özlerine dokunulmaksızın ancak ilgili maddelerde belirtilen sebeplere bağlı olarak kanunla” kısıtlanabilmesi açıkça belirtilmiştir. Basın özgürlüğü, Anayasanın 28. maddesinde “basın hürriyeti” adı altında korumaya alınmıştır. “Düşünce ve kanaat hürriyeti (m. 25)”, “düşünceyi açıklama ve yayma hürriyeti (m. 26)”, “bilim ve sanat hürriyetinden (m. 27)” ayrı bir şekilde düzenlenen 28. maddenin devamında basın hürriyetinin kısıtlanmasında Anayasanın 26. ve 27. maddeleri hükümlerinin uygulandığını belirtilmiştir. Bu sınırlamalar 26. maddenin ikinci fıkrasında belirtilen milli güvenlik, kamu düzeni, Cumhuriyetin temel niteliklerinin korunması, suçların önlenmesi ve suçluların cezalandırılması, devlet sırrı, özel ve aile hayatının korunması gibi başlıca amaçlar doğrultusunda birtakım değerleri korumaya yöneliktir.⁶ 1982 Anayasasında olduğu gibi 5187 sayılı Basın Kanunu’nda ulusal güvenlik ve genel ahlak kısıtlamaları meşru bir amaca dayandırıldığı takdirde basın özgürlüğünü sınırlandırabilecek nedenler olarak düzenlenmiştir. Ancak demokratik toplumların amaçlarına uygun bir şekilde, başta milli güvenlik, kamu düzeni ve toprak bütünlüğünün korunması olmak üzere devlet sırrı, suç işlenmesinin önlenmesi, toplum sağlığı ve ahlakının ve başkalarının haklarının korunması, yargı gücünün otorite ve tarafsızlığının sağlanması amaçları doğrultusunda sınırlandırılabilir.⁷

İfade, düşünce ve basın özgürlüklerinin sadece 1982 Anayasasında değil, anayasal sürecin her döneminde yer aldığını söyleyebiliriz. Ulusal hukuka bakıldığında, bu özgürlükleri tanımlayan, sınırlarını çizen ve faaliyetlerini düzenleyen birçok yasanın bulunduğu görülmektedir. Ancak çalışmanın ana problemini oluşturan alanın sınırları aşılabacağından dolayı bu maddelerin tümünün sayılması ve incelenmesi mümkün görülmemektedir. Türkiye’nin Avrupa Birliği’ne uyum sürecinde ifade ve basın özgürlüğüne dair yapılan düzenlemelere çalışmanın inceleme kısmında ayrıca yer verilecektir. Uluslararası sözleşmelerle iç hukuk karşılaştırıldığında düşünce, ifade ve basın özgürlüklerinin evrensel tanımının ve bu hakların kısıtlanmasına yönelik çizilen hukuksal sınırların büyük ölçüde birbirleriyle uyumlu olduğu görülmektedir. Fakat teoride uygun olan durumun uygulamaya geçildiğinde farklı sonuçlar verdiğini söylemek mümkündür.

Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi’nin yıllık 2019 raporuna göre, AIHM’de bekleyen davaların %15,57’sini Türkiye’den gelen başvurular oluşturmakta-

•••

6 Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2709.pdf>

7 5187 sayılı Basın Kanunu, <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5187.pdf>

dır. Türkiye, son bir yılda 97 davada belirtilen maddelerden en az bir tanesini ihlal ettiği gerekçesiyle mahkûm edilmiştir. Son olarak, AİHM, Türkiye'nin AİHS'nin ifade ve düşünce özgürlüğüne ilişkin 10.maddesini 35 davada ihlal ettiğine hükmetmiştir (European Court of Human Rights 2020, 135).

Küresel düzeyde ifade özgürlüğü ise son on yılın en düşük seviyesinde görülmektedir. Dünya nüfusunun yarısından fazlası (3.9 milyar kişi) bu krizi yaşayan ülkelerde yaşamaktadır. Küresel bir sağlık krizi (Covid19) karşısında ifade özgürlüğü ve bilgi krizi 2019 yılında %50 seviyelerine kadar düşmüştür. İfade özgürlüğüne yönelik geleneksel tehditler hükümetlerce uygulanmaya devam etmiştir. Gazetecilerin güvenliği, cinayet, saldırı ve taciz vakalarında adalet eksikliği evrensel boyutta devam etmektedir. Verilere göre 2009 yılından günümüze 971 gazeteci öldürülmüştür. Yalnızca 2019 yılında dünya çapında 57 gazeteci öldürülmüştür ve bu suçların %90'ını cezasız kalmıştır. 2019 yılının sonunda %98'i yerel gazeteci olmak üzere en az 250 gazeteci tutukludur ve böylece gazetecilere yönelik susturma çabaları artarak devam etmektedir (The Global Expression Report 2020 4, 10). Avrupa Konseyi'nin raporuna göre, 91'i Türkiye'de olmak üzere Avrupa'da 105 gazeteci parmaklıkların arkasındadır (Hands Off Press Freedom 2020, 49).

Küresel İfade Özgürlüğü Raporu'na göre Türkiye, son on yılda ifade özgürlüğü ve demokrasi konusunda en çarpıcı çöküşlerinden birini yaşamıştır. 1 Nisan 2019 ile 1 Nisan 2020 arasında 103 gazeteci gözaltına alınmış ve 28 gazeteci tutuklanmıştır. Hala pek çok davanın devam ettiği görülmektedir. Bu davalar ise uzun gözaltı ve tutukluluk süreleriyle birlikte rutin süreç ihlalleriyle doludur. Ayrıca Türk medyasının tahminen %90'ını hükümet destekçisi gruplar tarafından yönetilmektedir. Medya düzenlemelerine yapılan müdahaleler 2018 yılında TRT ve yayın düzenleyici Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun (RTÜK) devlet kontrolünün altına girmesiyle birlikte artmıştır (2020, 96-97). 2020 verilerine göre Türkiye, Sınır Tanımayan Gazeteciler tarafından hazırlanan Dünya Basın Özgürlüğü Endeksi'nde 180 ülke arasında 154. sırada yer almaktadır.⁸

Avrupa Birliği'nin Medya Politikaları

Avrupa Birliği'nin medya politikalarının “medya sektöründeki çoğulculuğun sağlanması, ulusal kimliklerin korunmasında kültürel çeşitlilik yaratılması ve bireylerin tercihlerinin ön planda tutulması” gibi üç değere dayandığını

•••

8 Reporters Without Borders, 2020 <https://rsf.org/en/ranking/2020,#>

söyleyebiliriz. Birliğin, başta insan hakları ve özgürlükleri ışığında iletişim özgürlüğü ortamını oluşturma çabalarının medya politikalarının özünü oluşturduğunu ifade edebiliriz.

Avrupa Birliği, uluslararası insan hakları yükümlülüklerine uygun olarak AB anlaşmasının ve AB temel haklar sözleşmelerinin ilgili hükümleri rehberliğinde, birlik sınırları içerisinde düşünce özgürlüğüne saygı duymayı, korumayı ve buna teşvik etmeyi taahhüt etmektedir. Bu doğrultuda her devletin, düşünce ve ifade özgürlüğü hakkına saygı göstermek ve bu hakkın iç hukuklarında yürürlüğe girmesini sağlama yükümlülüğü vardır. Fikir ve ifade özgürlüğünü kısıtlayan herhangi bir mevzuat, herhangi bir siyasi ticari veya diğer haksız etkiden bağımsız olarak, keyfi ve ayrımcı olmayan şekilde ve suiistimal olasılığı dâhil olmak üzere kötüye kullanıma karşı yeterli güvencelerle uygulanmalıdır (Council of the European Union 2014, 3-6).

Basın özgürlüğünün toplumun demokratik işleyişi açısından son derece önemli olması, onu temel bir anayasal değer haline getirerek kamu yetkilileri tarafından basın özgürlüğüne herhangi bir kısıtlama getirilmeden önce ciddi denetim ve değerlendirme süreçlerine başvurulmasını gerektirmektedir. Basın özgürlüğünün demokrasinin garantörü olarak işlevi, yalnızca siyasi meselelerle ilgilenen yayınların kamusal tartışmaya ve dolayısıyla demokrasiye katkıda bulunan hak tarafından korunduğu anlamına gelmemektedir. Demokratik toplumda kamuyu ilgilendiren konular üzerine yapılan bir tartışma, vatandaşların özgürce seçebilecekleri farklı rekabet halindeki siyasi seçenekleri temsil eden farklı fikirlerin varlığını varsayar. Bu nedenle basın özgürlüğü; *ideolojik, kültürel, sosyal ve politik çoğulculukla* karakterize edilmelidir. Medya ortamı ne kadar çoğulcu olursa ve iletişimde ne kadar farklı bakış açıları sağlanırsa medyanın siyasi süreç üzerindeki meşrulaştırma etkisi o kadar büyük olacaktır. Bu bağlamda medya çoğulculuğu, medyanın özel denetimden bağımsızlığı olarak anlaşılır ve böylece az sayıda medya şirketinin mülkiyeti altında medya yoğunlaşmasının önüne geçilirken; basın özgürlüğü, devlet tekelinin olmaması veya devlet müdahalesinin sınırlılığıyla ilgili olmaktadır (Poptcheva 2015, 2).

Bilgi özgürlüğünün koşulu olarak medya çoğulculuğu, geniş siyasi ve kültürel ağda maksimum sesin dile getirilmesini, görüşlerin eşit temsili ve programların çeşitliliğini kapsamaktadır. Bilgi kaynakları, editöryal ve yönetim politikaları, sahiplik yapıları ve yaşayabilirlik, dışsallık ve kârlar gibi ekonomik indekslerden hem etkilenmekte hem de üzerlerinde etki yapmaktadır. Bu nedenle medya çoğulculuğu, bilgi özgürlüğü prensibinin tarafsız

yönetimi olarak tanımlanabilir. Entegre olmuş medya çoğulculuğu yapısal baskıları ve aracılık faktörlerini ve onların etkileşimlerinden kaynaklı dengesizlikleri düzeltmeyi amaçlamaktadır. Yönetimdeki çoğulculuğa bağlı olarak bilgi özgürlüğü, kamu çıkarlarının korunması veya tek taraflı çıkarların desteklenmesiyle sonuçlanabilir. Bu opsiyonlar, yapısal ve kurumsal baskılara veya politik çatışmalara, politika üretim sürecindeki etkilere bağlı olacaktır (Kaitatzi-Whitlock 1996, 485).

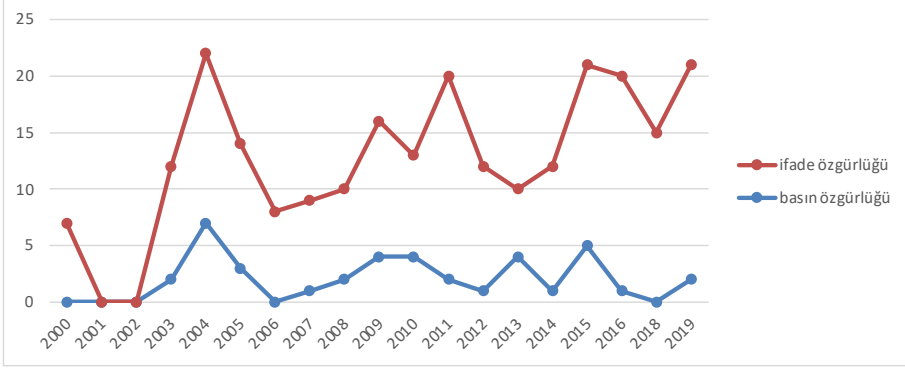
Basın özgürlüğü sadece basılı yayınları değil aynı zamanda televizyon gibi görsel-ışitsel iletişim araçlarının ürünlerini ve yayınlarını da korumaktadır. Burada tartışılması gereken soru, çevrim içi içeriğin basın özgürlüğü kapsamında korumaya sahip olup olmadığıdır. Her ne kadar geleneksel medyanın çevrim içi baskıları, internet gazeteciliğinin yayınları, blogların ve profesyonel olmayan gazetecilik faaliyetleri için bir koruma politikası oluşturulmasa da bu platformlar kamuoyunun oluşumuna katkıda bulunmaktadır. Bu tür faaliyetler her durumda ifade ve haber alma özgürlüğüyle korunmalıdır ve bazıları iletişim özgürlüğü anlamında geniş bir anlayışa işaret etmektedir (Poptcheva 2015, 4).

Çalışmanın Yöntemi

Çalışmada yöntem olarak, nicel ve nitel bir sistem oluşturan içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Çalışma 2000-2019 yılları arasındaki 19 seneyle sınırlandırılmıştır. Bulgular, Avrupa Komisyonu tarafından Türkiye için yazılmış ilerleme raporlarından elde edilmiştir. İfade ve basın özgürlüğü kavramları birlikte değerlendirilerek bu özgürlüklerin Türkiye'deki değerlendirilmesi yapılmıştır. Avrupa Komisyonu Raporlarında, okuyuculara gösterilen mutlak içeriğin yanı sıra arka planın da incelenmesi adına niteliksel içerik analizi yapılmıştır. Bu bağlamda daha çok nitel ve karma araştırma yöntemlerinin veri analizlerinin elde edilmesinde kullanılan MAXQDA programından yararlanılmıştır. Birçok farklı metin formatını veriye dönüştüren bu programa İlerleme Raporları tek tek yüklenerek kod sistemi bölümü oluşturulmuştur. Örneğin; "ifade özgürlüğü, basın özgürlüğü, medya özgürlüğü vb." birçok tema kodlamayla oluşturularak veri setleri içinde aranmıştır. Yaptığımız kodlamaların çıktıları, çalışacağımız verilerin tamamını kelime, cümle ya da paragraflar halinde sunmuştur. Veri analizi sonucunda raporlardaki yorumlamaların yanı sıra elde edilen veriler sayısal bir şekilde grafiklere aktarılmıştır. Komisyon Raporlarından toplanan ham veriler öncelikle küçük parçalara ayrılmıştır. Ardından birbirleriyle ilişkili parçaların bir araya toplanmasıyla birlikte belirlenmiş olan gruplar ve temalar ayrı başlıklar altında birleştirilerek yeniden yorumlanmıştır.

İfade ve Basın Özgürlüğüne Yönelik Yapılan Sınırlandırmalar

Şekil 1. İfade ve basın özgürlüğü kavramlarının kullanım sıklığı

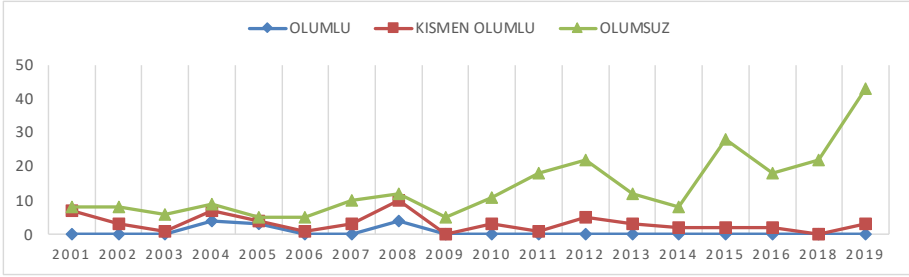


Şekil 1.'de Türkiye'ye yönelik ülke raporlarında "ifade özgürlüğü" ve "basın özgürlüğü" kavramlarının yıllara göre kullanım sıklığı verilmiştir. Sunulan değerlendirmelerde ifade özgürlüğü kavramının, basın özgürlüğü kavramına göre daha fazla ön plana çıktığı ve özgürlükler konusunun en fazla 2004 yılında dile getirildiği gözlemlenmiştir. 2000, 2001, 2002, 2006 ve 2018 yıllarında sunulan rapor metinlerinde basın özgürlüğü kavramına değinilmediği; öte yandan 2004, 2015 ve 2019 yıllarında ifade özgürlüğüne daha fazla vurgu yapıldığı görülmektedir. Türkiye, 1999'da Helsinki Zirvesinde "aday ülke" statüsünü elde ettikten sonra Kopenhag siyasi kriterlerinin sağlanabilmesi için düşünce özgürlüğünün önündeki engellerin kaldırılması ve özgürlükler alanının genişletilmesi yönünde birtakım çalışmalar yapmıştır. Yol haritası olarak nitelendirilebilecek Katılım Ortaklığı Belgesi ve buna koşut hazırlanan Ulusal Program ilan edildikten sonra 2001 yılında üyelik kriterlerinin sağlanabilmesi için anayasanın düşünce özgürlüğünün kapsamını da düzenleyen bazı maddelerinde değişikliklere gidilmiştir ve bir dizi uyum yasası çıkarılmıştır.⁹

...

9 Dışişleri Bakanlığı Avrupa Birliği Başkanlığı, Avrupa Birliği Müktesebatının Üstlenilmesine İlişkin Türkiye Ulusal Programı: https://www.ab.gov.tr/ulusal-program_194.html .

Şekil.2. AB İlerleme Raporlarının Yıllara Göre Değişim Süreci



Türkiye’deki ifade ve basın özgürlüğü gelişim süreçlerini tek bir tabloda görebilmek için, “ilerleme kayıt edilmiştir”, “güçlendirilmiştir”, “iyileştirilmiştir” değerleri “olumlu” değişkeni adı altında ele alınmıştır. “Yeniden yapılandırılmalıdır”, “güçlendirilmelidir”, “çaba gereklidir”, “reform yapılmalıdır”, “revize edilmelidir”, değerleri “kısmen olumlu” değişkeni adı altında toplanmıştır. Son olarak “endişe vericidir”, “kısıtlanmaktadır”, “gerileme”, “uyumlu değil”, “kapasite yetersiz”, “sansür- oto sansür” değerleri “olumsuz” değişkeni adı altında tabloya dökülmüştür. Türkiye, tarafı olduğu uluslararası anlaşmalardan doğan yükümlülükler doğrultusunda ulusal hukukunda bazı değişikliklere gitmiştir. 2001¹⁰ ve 2004¹¹ yıllarında, “Türkiye Cumhuriyeti Anayasasının Bazı Maddelerinin Değiştirilmesi Hakkında Kanun” adı altında anayasal hak ve özgürlüklerin genişletilmesi sağlanmıştır. Bu amaçlar doğrultusunda 2001-2004 yılları arasında düşünce ve basın özgürlüklerini de doğrudan ilgilendiren sekiz adet “uyum paketi” yasalarla güvence altına alınmıştır. Süreç içerisinde Ulusal Program adı altında yerine getirilmesi gereken yükümlülüklerin yasalastırılması devam etmiştir. Fakat uyum sürecinde ifade ve basın özgürlüğüne dair birtakım yasal düzenlemeler hayata geçirilmiş olsa da bu durumun ülke raporlarına yansımadağı görülmektedir. İfade ve basın özgürlüğünün önündeki engeller, kanun maddeleri ve yaşanan birtakım olaylarla birlikte örneklendirilerek sunulmaya çalışılmıştır.

•••

10 3/10/2001 tarihli ve 4709 sayılı Türkiye Cumhuriyeti Anayasasının Bazı Maddelerinin Değiştirilmesi Hakkında Kanun:

<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2001/10/20011017m1.htm> .

11 7/5/2004 tarihli 5170 sayılı Türkiye Cumhuriyeti Anayasasının Bazı Maddelerinin Değiştirilmesi Hakkında Kanun: <https://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5170.html> . AİHS, dikkate alınarak bu kanunla “ölüm cezalarının infazına” ilişkin kararlar madde metninde kaldırılmıştır. Ayrıca “Basımevi ve eklentileri ile basın araçları, suç aleti olduğu gerekçesiyle zapt ve müsadere edilemez veya işletilmekten alıkonulamaz” maddesiyle basın işletmeleri güvence altına alınmıştır.

Tablo 1. AB 2000 yılı ilerleme raporu

2000	İfade ve Basın Özgürlüğünde	Oran (%)
Geri Adım	1	%33,3
Endişe Verici	1	%33,3
Helsinki ruhuna uygun değil	1	%33,3
Toplam		%100

2000 yılında, ifade özgürlüğü açısından toplumda bir gerileme yaşandığı ve bu durumun Helsinki kararlarının ruhuna uygun olmadığı dile getirilmiştir. Cezaevinde bulunan yaklaşık 40 gazetecinin endişe yarattığı ifade edilmiştir. Özel televizyonların ve radyo frekanslarının düzenlenmesi için hayata geçirilen RTÜK'ün dijital yayıncılık lisanslarına karşı çıktığı ve amacından saparak radyo istasyonlarının yayınlarını durdurmaya devam ettiği belirtilmiştir. Gerek bölgesel gerekse yerel televizyon ve radyo kanallarının sayılarına atıfta bulunularak bunların yalnızca kablolu oluşlarına dikkat çekilmiştir. Dijital yayıncılığa geçiş aşamasının tüm raporlarda eleştirildiği üzere o dönemde de durağan olduğu ifade edilmiştir. Bunlara ek olarak, daha önce imzalanan protokollerde radyo ve televizyon işletmelerindeki yabancı sermayenin %25 sınırında olması gerekirken belirlenen sınırın %20 olması raporda eleştirilmektedir.

Tablo 2. AB 2001 yılı ilerleme raporu

2001	İfade ve Basın Özgürlüğünde	Oran (%)
Mevzuatta Reform	4	%50
Güçlendirilmeli	2	%25
Cesaret verici	1	%12,5
RTÜK uygulaması endişe verici	1	%12,5
Toplam		%100

2001 raporunda %50 gibi bir oranla mevzuatlardaki reformlardan söz edilmiştir. "Kanunla yasaklanan dillerde yayın yapılamaz" hükmü (Madde 28) kaldırılmıştır. Bu kanun, basın özgürlüğü alanına yeni değişiklikler getirmiştir. Düzenlenen kanun maddelerinin tam ve etkin bir şekilde işlerliğini

kazanabilmesi için mevzuattaki reformların güçlendirilerek devamlılık arz etmesi gerekliliği önemle belirtilmiştir. Bir önceki ilerleme raporunda belirtildiği üzere RTÜK'ün radyo ve kanalları süreli ya da süresiz kapatmaya devam etmesi kaygı oluşturmaya devam etmiştir. Türkiye'nin özgürlükler alanında AB müktesebatına uyumu "sınırlı" görülmektedir. Özellikle, ifade özgürlüğü açısından radyo ve televizyon alanına yönelik önerilen yeni kanun maddelerinin uluslararası medya düzenlemelerindeki standartlardan oldukça uzakta olduğu değerlendirilmektedir. RTÜK yasasının, Avrupa Birliği'nin tavsiyeleri çerçevesinde yeniden düzenlenerek hazırlanması gerekliliği öngörülmektedir.

Tablo 3. AB 2002 yılı ilerleme raporu

2002	İfade ve Basın Özgürlüğünde	Oran (%)
Mevzuatta Reform	3	%37,5
Anayasal ilkelere uyumsuzluk	1	%12,5
Kısıtlamalar	3	%37,5
Sansür	1	%12,5
Toplam		%100

2002 yılında %37,5'luk bir oranla reformlardan ve kısıtlamalardan söz edilmiştir. Sansür konusuna ilk defa değinilerek demokrasinin sağlamlaştırılması ve insan haklarının korunmasıyla Türk vatandaşlarının AB üyeleri arasında eşit statüye taşındığı ifade edilmiştir. Buna karşın siyasal kriterlerin tam karşılanmadığının altı çizilerek kabul edilen reformların, temel hak ve ifade özgürlüklerinden yararlanmaya ilişkin önemli kısıtlamaları da beraberinde getirdiği belirtilmiştir. İfade özgürlüğü kapsamında birçok gazeteci, yazar ve yayıncıya karşı davaların açıldığı, verilen para cezalarının miktarlarının basın ve düşünceyi yayma özgürlüğü gibi anayasal ilkelerle çeliştiği belirtilmiştir. Hâlihazırda basın özgürlüğü alanındaki kısıtlamaların devam ettirildiği ve teşkilatlanmış bir basın birliğinin olmamasının ülkedeki medya bağımsızlığını zayıflattığı öne sürülmüştür.

Tablo 4. AB 2003 yılı ilerleme raporu

2003	İfade ve Basın Özgürlüğünde	Oran (%)
Endişe verici	1	%16,6
Sansür	1	%16,6
Kısıtlamalar	2	%33,3
Sınırlı ilerleme	1	%16,6
Mevzuat Revize	1	%16,6
Toplam		%100

2003 yılı ilerleme raporu, kendinden önceki raporlarla benzer içerikler taşımaktadır. Mevzuatta gerçekleştirilen iyileştirmelere karşın basın özgürlüğüne yönelik endişeler devam etmektedir. Bireylerin ifade özgürlüğünü kısıtlamayı amaçlayan ağır para cezalarının yanında basımevlerinin de kapatılmasında artış yaşandığı belirtilmiştir. Diğer raporlardan farklı olarak 2003 yılında internet içeriğini denetleyen sıkı bir sansür uygulamasının varlığı tespit edilmiştir. Öte yandan “Kanunla yasaklanan dillerde yayın yapılamaz” hükmünün (Madde 28) kaldırılmasının henüz somut sonuçları doğurmadığı belirtilmiştir. Türkiye’de basın ve ifade özgürlüğünün varlığından söz edilebilmesi için kapsamlı bir şekilde mevzuatın yeniden revize edilmesi gerektiği kararına varılmıştır.

Tablo 5. AB 2004 yılı ilerleme raporu

2004	İfade ve Basın Özgürlüğünde	Oran (%)
İyileştirilmiştir	2	%20
Güçlendirilmiştir	2	%20
Dava sayısında azalma	1	%10
Sınırlı ilerleme	2	%20
Daha fazla çaba	1	%10
Hapis ve para cezaları endişe verici	2	%20
Toplam		%100

2004 yılında yapılan anayasal değişikliklerle birlikte basın özgürlüğü gözle görülür bir biçimde güvence altına alınmıştır. 2001-2004 yılları arasında ilk yedisi doğrudan basın ve ifade özgürlüğünü içeren uyum paketlerinin yasalaştırılmasının, Avrupa Komisyonu'nun raporlarına olumlu bir şekilde yansdığı açıkça görülmektedir. Yapılan düzenlemeler ve alınan tedbirler %20'lik bir oranla iyileştirmelerden ve güçlendirmelerden söz edilmesini sağlamıştır. Uyum paketlerinin dışında 2004 yılında, 5187 sayılı Basın Kanunu yasalaştırılmıştır. Kabul edilen yeni yasalarla birlikte yayınların süresiz olarak kapatılması, dağıtımlarının durdurulması ya da basın aletlerine süresiz el konulması gibi ifade özgürlüğüne yönelik kısıtlayıcı yaptırımların önüne geçilmiştir. Yaşanan değişiklikler ifade özgürlüğüne ilişkin açılan davaların sayısını azaltmıştır. Bu raporda, Türkiye'de ifade özgürlüğü alanında önemli oranda iyileştirmelerin yaşandığı ancak gazetecilere yönelik kovuşturmaların sürdüğü vurgulanmıştır. Yaptırımların azaltılmasına karşın para cezalarının (özellikle yerel medya üzerinde) ağır yük oluşturduğu belirtilmiştir. Bu durumun yerel medyada yaygın olan "oto sansürün" devam etmesine neden olabileceğine yönelik endişeler dile getirilmiştir. Raporun dikkat çektiği bir nokta, "gazetecilere karşı açılan davaların çoğunun Basın Yasasına dayanarak açılmaması" olmuştur (AB 2004, 32). Öte yandan Türkçe dilinin dışında -Boşnakça, Arapça, Çerkezce ve Kürtçe- radyo ve televizyon yayınlarının başlatılması takdir edilmiştir. Yine de basın özgürlüğü konusundaki sorunların çözüme kavuşturulabilmesi için daha fazla çabaya gerekli olduğunun altı çizilmiştir.

Tablo 6. AB 2005 yılı ilerleme raporu

2005	İfade ve Basın Özgürlüğünde	Oran (%)
Olumlu ilerleme	3	%60
Oto sansür	1	%20
Mevzuat korunmalıdır	1	%20
Toplam		%100

İfade ve basın özgürlüğüne yönelik 2004 yılında yapılan anayasal değişikliklerin olumlu etkisinin 2005 yılına da yansdığı görülmektedir. Yeni Ceza Kanunu ve Basın Kanunlarının kabulüyle gazetecilerin serbest bırakılması gibi birtakım olumlu ilerlemeler kaydedilmiştir. Buna karşın, basın özgürlüğüne zarar veren oto sansür havasının kırılmadığı dile getirilmiştir. Bu raporda, en büyük eleştiri RTÜK'e getirilmiştir. "On yıl önce düzenleyici bir ku-

rumun oluşturulmasına rağmen (RTÜK) Türkiye’de halen istikrarlı, şeffaf ve etkili bir düzenleyici çerçeve bulunmamaktadır” (AB 2005, 89). Medya alanında yayınlanan son raporlardan bu yana bazı ilerlemelerin kaydedildiği fakat istikrarın sağlanması için uygulama ve yönetmeliklerin mevzuatlarla koruma altına alınması gerektiği belirtilmiştir.

Tablo 7. AB 2006 yılı ilerleme raporu

2006	İfade ve Basın Özgürlüğünde	Oran (%)
Kısıtlamalar	2	%50
Güvence altında değildir	1	%25
Uyum Sınırlıdır	1	%25
Toplam		%100

Avrupa Komisyonu, 2006 yılında ulusal mevzuat bağlamında sağlanan ilerlemelere ve yeni Türk Ceza Kanunu’nun (TCK) yürürlüğe girmesine rağmen ifade özgürlüğünün hali hazırda mevcut yasal çerçevede güvence altına alınmadığını iddia etmiştir. Örneğin, iftiranın hapis cezası gerektiren bir suç olmaya başlaması kaygı verici olarak görülmüştür. Terörizmdeki tırmanışa yanıt olarak 2006 yılında Meclis tarafından kabul edilen yeni Terörle Mücadele Kanununun terör eylemi olarak cezalandırılan suçların kapsamını genişlettiği öne sürülmüştür. Bu suç tanımlarının Avrupa Konseyi Terörizmin Önlenmesi Sözleşmesine uymadığı, öte yandan süreli yayınların durdurulması ve sorumlu yazı işleri müdürlerine ve medya sahiplerine terörizm propagandasının yapılmasında ve övülmesinde sorumluluk getiren hükümleri içermesinden dolayı ifade ve medya özgürlüğüne ilişkin yasal kısıtlamalara neden olduğu belirtilmiştir. Olumlu bir ilerleme olarak, Türkiye’nin, elektronik iletişim ve bilgi teknolojileri alanında daha ileri derece uyum sağlamak için iyi bir temel hazırladığı, ancak medya ve görsel-ışitsel politika alanında uyumun çok sınırlı alanda kaldığı ifade edilmiştir.

Tablo 8. AB 2007 yılı ilerleme raporu

2007	İfade ve Basın Özgürlüğünde	Oran (%)
Endişe verici	3	%30
Mevzuat yeniden yapılandırılmalı	1	%10
AB uyumlu hale getirilmeli	2	%20
Sınırlanmıştır	1	%10
Oto sansür	2	%20
İlerleme kaydedilmemiştir	1	%10
Toplam		%100

Bu raporda, hakkında kovuşturma açılan kişilerin sayısının 2006 yılında 2005'e kıyasla neredeyse iki katına yükseldiği, bu sayının 2007 yılında daha da arttığı belirtilmiştir. Ceza Kanununun belirli hükümleri uyarınca, şiddet içermeyen görüşlerin ifadesinin kovuşturmaya ve cezalandırmaya tabi olması endişe kaynağı olarak görülmüştür. Bu kapsamda kullanılan ve ifade özgürlüğünü sınırlandırabilen diğer yasal hükümlerin ve 301. maddenin AB standartlarıyla uyumlu hale getirilmesi gerekliliğinin altı çizilmiştir. Aynı yıl Terörle Mücadele Kanunu'nun ifade özgürlüğü üzerindeki potansiyel etkisinin kaygı verici olduğu yinelenmiştir. İnsan hakları savunucularına, gazetecilere ve akademisyenlere karşı adli işlemlerin ve tehditlerin, akademik çevreler de dâhil olmak üzere ülke genelinde kendi kendini sansür etme eğilimine neden olan bir atmosferin doğmasına yol açtığı belirtilmiştir. Askeri konularda basın özgürlüğünün Genelkurmayın iç yönergesiyle sınırlandırıldığı ve söz konusu yönergeyle orduya karşı en eleştirel gazetecilerin askeri davet ve brifinglerinden men edildiği belirtilmiştir. Gazetecilere karşı gerçekleştirilen bu tür hareketlerin ve şiddet içermeyen görüşlerin ifade edilmesine yönelik verilen cezaların ifade özgürlüğünü Avrupa standartlarıyla uyumlu ve bütünüyle güvence altına almadığı belirtilmiştir. Raporun sonunda, ifade özgürlüğünü kısıtlayan kanun maddelerinin, AİHS ve AİHM içtihat hukukuyla uyumlu hale getirilmesi önerilmiştir. İşitsel ve görsel medya politikası alanında müktesebata uyuma ilişkin herhangi bir ilerlemenin kaydedilmediği belirtilmiştir.

Tablo 9. AB 2008 yılı ilerleme raporu

2008	İfade ve Basın Özgürlüğünde	Oran (%)
Endişe kaynağı olmaya devam	1	%8,3
Güçlendirilmiştir	1	%8,3
Yasal reform gereklidir	2	%16,6
İlerleme kaydedilmiş	3	%25
Çabalar güçlendirilmelidir	2	%16,6
Uyum sınırlıdır	2	%16,6
İnternete erişim	1	%8,3
Toplam		%100

2008 yılı raporunda, internet sitelerinde sıklıkla uygulanan yasakların kapsamına ve orantısız süresine ayrıntıyla değinilmiştir. Bazı gazetecilerin ve medya kurumlarının askeri resepsiyonlara ve brifinglere erişimlerinin engellendiği ve 301. maddede yapılan değişikliklerle Katılım Ortaklığı'nun bir önceliği olan ifade özgürlüğünü güçlendirecek tedbirlerin alınması çalışmalarında belirli bir ilerlemenin kaydedilmediği açıklanmıştır. İfade özgürlüğü üzerindeki yasal kısıtlamaların endişelere neden olmasından ötürü hukukta ve uygulamada, AİHM içtihadına ve AİHS'ne uygun olarak ifade özgürlüğüne tam saygı gösterilmesinin sağlanması maksadıyla atılan adımların güçlendirilmesi ve sağlamlaştırılması istenmiştir. Görsel-işitsel medya politikası alanında ve basın özgürlüğü ve medyada çoğulculuk da dâhil olmak üzere ifade özgürlüğü bağlamında Türkiye'nin sorumluluklarının güçlendirilmesinde ilerlemeler kaydettiği olumlu gelişmeler olarak yerini almıştır. AB kurallarıyla uyum içinde olan temel elektronik ve iletişim yasınının kabulü son derece önem taşımaktadır ve bu alana uyum konusundaki çabaların kısmen sınırlı olduğunun altı çizilmiştir.

Tablo 10. AB 2009 yılı ilerleme raporu

2009	İfade ve Basın Özgürlüğünde	Oran (%)
Etkilenmektedir	3	%60
Güvence yoktur	1	%20
İnternete Erişim Yasası Endişe Verici	1	%20
Toplam		%100

2009 yılında ulusal medya gruplarından biri olan Doğan Medya Holding grubuna karşı iki adet vergilendirme prosedürü başlatılmıştır.¹² Bu prosedürler Komisyon raporlarına *cezalandırma* olarak eleştirel bir şekilde konu edilmiştir. Gelir İdaresi Başkanlığı'nca uygulanan yüklü para cezalarının, potansiyel olarak Doğan Medya Grubu'nun ekonomik açıdan gücünü zayıflatmaya neden olacağı ve dolayısıyla basın özgürlüğü alanının birinci dereceden etkilenebileceği ileri sürülmüştür. TCK'nın 301. maddesinin medyada çoğulculuk, basın ve ifade özgürlüklerini kısıtlamak amacıyla sistematik olarak kullanıldığı iddia edilmiştir. Raporun devamında, "Türk hukukunda, AİHS ve AİHM içtihatları doğrultusunda ifade özgürlüğüne ilişkin yeterli güvenceler bulunmamaktadır" ifadesi yer almaktadır (AB 2009, 71). Yasalardaki belirsizliklerin ve basın üzerindeki dolaylı siyasi baskıların, uygulamada basın özgürlüğünü etkilediği belirtilerek, bazı medya kuruluşlarının gazetecilerine karşı akreditasyon konusunda ayrımcılık yapılması, siyasi liderlerin Doğan Medya'nın sahip olduğu gazeteleri ve televizyon kanallarını boykot etmesi, bunların yanında internet sitelerinin sıkça yasaklanması endişe kaynağı olarak raporda dile getirilmiştir. 2008 yılındaki "ilerleme kayıt edilmiştir" ifadelerine karşın 2009 yılındaki raporda daha çok "ifade ve basın özgürlüğü etkilenmektedir", "güvence oluşturmamaktadır", "endişe verici olmaktadır" değerlendirmeleri yeniden gündeme gelmeye başlamıştır.

•••

12 Cezanın temeli Maliye Bakanlığı'nın Doğan Grubu bünyesinde yapmış olduğu 2005, 2006 ve 2007 yıllarına ait denetlemelere dayanmaktadır. Ayrıca Doğan Yayın Holding'e 2006 yılında Alman Axel Springer AG'ye yüzde 25'lik yasal ortak olma sınırını aştığı ve vergi kaçırıldığı gerekçeleriyle 826 milyon lira ceza kesilmiştir. The Wall Street Journal Türkiye'ye konuşan Doğan Grubu yönetiminden yakın bir kaynak durumu şu şekilde değerlendirmiştir: "Maalesef ülkemizde gri alanlarda yapılan vergi incelemeleri birer siyasi baskı aracına dönüşüü."
<https://www.wsj.com/articles/SB10001424052970203679204580107571667337624?tesla=y>.

Tablo 11. AB 2010 yılı ilerleme raporu

2010	İfade ve Basın Özgürlüğünde	Oran (%)
Endişe Kaynağı	3	%27,2
Uygulama zayıf	2	%18,2
Güvence altında değil	1	%9
İnternete Erişim Yasağı Endişe verici	1	%9
Oto sansür	1	%9
Sınırlı İlerleme	2	%18,2
Yeniden Yapılandırılmalı	1	%9
Toplam		%100

2010 raporunda basın özgürlüğüne yönelik davaların ve Doğan Medya Grubuna kesilen vergi cezasına ilişkin ilgili davanın sürmekte olduğu, bu bağlamda da medya kuruluşlarının haber yaparken kendi kendilerini sınırlandırdığı ifade edilmiştir. Gazeteciler hakkında açılan davaların sayıca fazla olmasının medya üzerindeki “gereksiz” baskıyı arttırarak basın özgürlüğünü uygulamada zayıflattığı öne sürülmüştür. Basın özgürlüğü ve medyada çoğulculuk da dâhil olmak üzere ifade özgürlüğü konusunda %18’lik bir oranla “sınırlı ilerleme” yaşandığı belirtilmiştir. İstenmeyen içeriğin filtrelenmesi yerine tüm internet sitesinin bloke edilmesi, *YouTube* platformunun Mayıs 2008’den itibaren sıklıkla yasaklanması, Facebook ve Google ve diğer sitelere karşı devam eden davaların bulunması Komisyon raporlarında endişe kaynağı olarak yer almıştır. Bu eleştiriler doğrultusunda AB müktesebatına uyum açısından ifade ve basın özgürlüğü alanında bir gelişmenin yaşanmadığı kaydedilmiştir. Bu durum “Kanun ve yönetmelikler henüz AB müktesebatıyla tam uyumlu değildir” şeklinde ifade bulmuştur (AB 2010, 57). Bilgi toplumu hizmetleri ve görsel-işitsel politikalar konusunda çok sınırlı ilerleme sağlandığı ancak Türkiye’nin Avrupa Birliği mevzuatına uyumunun henüz erken bir aşamada olduğu ifade edilmiştir.

Tablo 12. AB 2011 yılı ilerleme raporu

2011	İfade ve Basın Özgürlüğünde	Oran (%)
Endişe Verici	10	%55
Kapasite yetersiz	1	%5,5
Reform Süreci Engelli	1	%5,5
Kısıtlanmış	1	%5,5
Oto sansür	1	%5,5
Uygulamada uyumsuzluk	2	%11,1
Yeniden Yapılandırılmalı	1	%5,5
İnternete Erişim Yasağı Endişe verici	1	%5,5
Toplam		%100

2011 yılında, Avrupa Birliği'ne uyum bağlamında, Birliğin görsel-ışitsel medya hizmetlerine mutabakat sağlama açısından 6112 Sayılı "Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun" kabul edilmiştir.¹³ Ancak bu yasa, RTÜK'ün yapısına ve idari yaptırımlarına çözüm getirememiştir. Basın ve ifade özgürlüğüne yönelik kaygı ve eleştiriler bir önceki yıllara oranla en fazla bu raporda dile getirilmiştir. Ceza yargılamalarının ve tutukluluk sürelerinin uzun olması ve sonuçlanmamış davalarda sanıkların aleyhine kullanılan delillere erişim, yayımlanmamış kitaba el konulması ve çok sayıda gazetecinin tutuklu olması gibi meseleler ifade özgürlüğü hakkının önündeki engeller olarak görülmüştür.

İfade özgürlüğü ihlallerinin nedeni, "mevcut yasal hükümlerin mahkemeler ve savcılar tarafından yorumlanmasında ve uygulanmasındaki orantısızlık" olarak belirtilmiştir (AB 2011, 25). Öte yandan, üst düzey devlet görevlileriyle ordu tarafından basına sıklıkla dava açılmasının, Türkiye'deki ifade özgürlüğü üzerinde olumsuz etki yarattığı, bu durumun da medyada geniş bir *oto sansüre* zemin hazırladığı iddia edilmiştir. Doğan Medya'ya 2009 yılında kesilen vergi cezasıyla ilgili eleştiriler devam etmiştir. Genel olarak, medyaya çok sayıda ve yüksek miktarda para cezalarının verildiği, bununla

•••

13 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun:

<https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=6112&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5>

birlikte gazeteciler, yazarlar, akademisyenler ve insan hakları savunucuları hakkında açılan dava ve soruşturmaların ve medya üzerindeki “gereksiz baskıların”, ifade özgürlüğünü ve basın özgürlüğünü uygulamada olumsuz etkilediği ifade edilmiştir. İnternet sitelerinin sıklıkla yasaklanmasının kaygıya sebep olduğu, Türkiye’deki yasal ve yargısal uygulamaların diğer bir deyişle “mevzuat, cezai usuller ve siyasi tepkilerin”, bilgi ve fikirlerin serbestçe paylaşılmasının önündeki engeller olarak görüldüğü açıklanmıştır.

Tablo 13. AB 2012 yılı ilerleme raporu

2012	İfade ve Basın Özgürlüğünde	Oran (%)
Endişe Verici	5	%22,7
Kısıtlanmaktadır	4	%18,2
Uygulamada uyumsuzluk	2	%9,1
Yeniden yapılandırılmalı	5	%22,7
Oto sansür	2	%9,1
Uygulamada uyumsuzluk	1	%4,5
İnternete Erişim Yasağı Endişe verici	3	%13,6
Toplam		%100

2012 yılında yargı faaliyetlerinin hızlandırılmasına yönelik düzenlemelere devam niteliğini oluşturan Üçüncü Yargı Paketi kabul edilerek¹⁴ ifade ve basın özgürlüğüne yönelik kısıtlamaların da önüne geçilmesi amaçlanmıştır. Ancak bu düzenlemenin özgürlüklerin sağlanmasına yönelik belirgin ilerlemeler açısından yeterli olmadığı, AIHM’e, Türkiye’de ifade özgürlüğünün ihlal edildiğine dair çok sayıda başvurunun yapıldığı belirlenmiştir. Etnik grup meselesi hakkında yazan ve çalışan yazarlara, akademisyenlere, gazetecilere, bilim adamlarına ve araştırmacılara karşı çok sayıda davanın açıldığı, bazı sol görüşlü gazetecilerin, terörizm propagandası yapmaktan tutuklandığı ve diğerlerinin de cezaevinde olduğu belirtilmiştir. Youtube video paylaşım sitesi ve diğer internet siteleri aleyhine açılan davaların devam etmesinden dolayı, ifade özgürlüğünü sınırlayan ve vatandaşların bilgi edinme

•••

14 6352 sayılı Yargı Hizmetlerinin Etkinleştirilmesi Amacıyla Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması ve Basın Yayın Yoluyla İşlenen Suçlara İlişkin Dava ve Cezaların Ertelenmesi Hakkında Kanun: <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6352.pdf>.

hakkını kısıtlayan “İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun”un revize edilmesi gerektiği açıklanmıştır. Gazetecilerin, basın çalışanlarının ve dağıtıcıların hapsedilmesindeki ve ifade özgürlüğü ihlalindeki artışın ciddi kaygılara sebep olduğunu ve basın özgürlüğünün uygulamada kısıtlanarak oto sansürün medyada oldukça yaygınlaştığı saptanmıştır. İnternet sitelerinin sıklıkla yasaklanması ciddi bir endişe kaynağı olarak görülmüş ve internet kanununun yeniden revize edilmesi gerektiği belirtilmiştir.

Tablo 14. AB 2013 yılı ilerleme raporu

2013	İfade ve Basın Özgürlüğünde	Oran (%)
Engellenmiştir	2	%16,6
Kısıtlanmaktadır	2	%16,6
Uygulamada uyumsuzluk	1	%8,3
Yeniden yapılandırılmalı	2	%16,6
Oto sansür	2	%16,6
Uyum için Çaba gereklidir	1	%8,3
RTÜK Bağımsızlığı Endişe verici	2	%16,6
Toplam		%100

2013 yılında, Dördüncü Yargı Reformu Paketi’nin ifade özgürlüğüne ilişkin yasal çerçeveyi geliştirdiği söylenebilir.¹⁵ 6459 sayılı yasayla, temel insan haklarına yönelik iyileştirmeler yapılmış, bu konuda yaşanan aksamaların ulusal hukukta çözüme bağlanması amaçlanmıştır. Türkiye’nin, AİHM karşı-sındaki davalarda görünümünün iyileştirilmesi için yargı reformu kapsamında ifade ve basın özgürlüğü alanlarında önemli düzenlemelere geçilmiştir. Buna rağmen kamu görevlilerinin basın üzerindeki baskısının devam etmesi, yaygın oto sansür, muhalif gazetecilerin işten çıkarılmaları, internet sitelerinin sıklıkla yasaklanması ve ifade ve basın özgürlüğünün uygulamada görsel-işitsel alandaki düzenleyici makam tarafından ve yargının yaklaşımı nedeniyle engellenmesi dâhil olmak üzere birtakım sorunların devam ettiği belirtilmiştir.

•••

15 6459 sayılı “İnsan Hakları ve İfade Özgürlüğü Bağlamında Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun”:

<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/04/20130430-1.htm> .

RTÜK'ün ulusal ve ahlaki değerlerin ve ailenin korunması ilkelerinin ihlaline ilişkin olarak yürütülen yaptırımlarının kaygı uyandırdığı ve Haziran 2013'te Gezi Parkı protestoları olarak adlandırılan olayların canlı yayında gösterilmesinde çok sayıda televizyon kanalına “şiddete tahrik” suçundan para cezası verilmesinin kurumun bağımsızlığını zayıflattığının altı çizilmiştir. TCK'nın “halkı kin ve düşmanlığa tahrik ve aşağılama” başlıklı 216. maddesinin yargı mensupları tarafından kısıtlayıcı şekilde yorumlanmasının eleştiri yapan kişilerin mahkûm edilmesine yol açtığını; böylece piyanist Fazıl Say'ın *Twitter* üzerinden dinî değerlere hakaret ettiği gerekçesiyle ertelenen 10 aylık hapis cezasına çarptırıldığı açıklanmıştır. Gezi Parkı protestolarına ilişkin *Twitter* üzerinden paylaştıkları mesajlar nedeniyle bazı vatandaşların daha sonra serbest bırakılmış olmakla birlikte gözaltına alındığı, 32.000'den fazla internet sitesine erişimin sağlanamadığı, sitelerin orantısız kapsam ve süreyle yasaklanmasının devam ettiği ve bu durumun ifade ve basın özgürlüğünü uygulama alanında kısıtlamaları getirdiği belirtilmiştir.

Tablo 15. AB 2014 yılı ilerleme raporu

2014	İfade ve Basın Özgürlüğünde	Oran (%)
Kısıtlanmaktadır	2	%25
Yeniden yapılandırılmalı	2	%25
Oto sansür	3	%37,5
RTÜK Bağımsızlığı Endişe verici	1	%12,5
Toplam		%100

2014 yılında, 50.000'den fazla internet sitesine erişim sağlanamadığı ve bu sitelerden sadece 6.000 tanesinin mahkeme kararıyla engellendiği belirlenmiştir. *Youtube* ile *Twitter*'a yönelik tamamen yasaklama kararları ve Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı'na (TİB) verilen “aşırı” yetkiler, ifade özgürlüğünü kısıtlama potansiyeline sahip güç olarak nitelendirilmiştir. Muhalif gazetecilere karşı açılan davaların ve medya sahipliği mülkiyet yapısının gazetecilerin işten çıkarılmasına neden olduğunu, bu durumun ve akredite gazeteci statüsü sağlayan basın kartının hükümet tarafından verilmesi ile bu kartın alınmasıyla ilgili aşırı sıkı koşulların oto sansüre yol açtığının önemle üzerinde durulmuştur. Raporla dikkat çeken bir diğer unsur cezaevlerindeki gazetecilerin sayısı olmuştur. Türkiye'nin, diğer ülkeleri geride bırakarak cezaevindeki gazeteci sayısı en fazla olan ülkelerin arasında yer aldığı vur-

gulanmıştır. Ayrıca, RTÜK'ün bağımsızlığı ve mevcut siyasi yapısı problemlili bulunmuş ve endişe kaynağı olarak değerlendirilmiştir.

Tablo 16. AB 2015 yılı ilerleme raporu

2015	İfade ve Basın Özgürlüğünde	Oran (%)
Endişe Verici	5	%17,8
Kısıtlanmaktadır	6	%21,4
Baskıda Artış	5	%17,8
Ciddi Gerileme	2	%7,1
İnternete Erişim Yasağı	2	%7,1
Yeniden yapılandırılmalı	2	%7,1
Oto sansür	3	%10,7
AB Uyumlu Değildir	2	%7,1
RTÜK Bağımsızlığı Endişe verici	1	%3,6
Toplam		%100

Tabloda basın ve ifade özgürlüğünün %18'lik bir oranla kaygı verici bir halde olduğu, %21'lik bir oranla ise kısıtlandığına dair değerlendirmeler görülmektedir. Tıpkı önceki yıllarda olduğu gibi basın özgürlüğüne yönelik yapılan baskıların artarak devam ettiği ifade edilmiştir. Birkaç yıllık ilerlemenin ardından, son iki yılda ciddi bir gerilemenin yaşandığı ve bazı hassas ihtilafli konular serbest bir ortamda tartışılabilirken, gazeteciler, yazarlar veya sosyal medya kullanıcıları aleyhine devam eden ve yeni açılan ceza davalarının ciddi bir endişe kaynağı olduğu bu raporda sıklıkla yinelenmiştir. İnternet kanununda, Avrupa standartlarından önemli ölçüde geriye gidiş niteliği taşıyan değişikliklerin, hükümetin aşırı geniş kapsamlı gerekçelerle ve mahkeme izni olmaksızın içeriğe erişimi engelleme yetkisini arttırdığı belirtilmiştir. Raporda %11'lik bir oranla oto sansüre değinilmiş, %7'lik bir oranla ise Türkiye'nin uyguladığı politikaların AB'ye henüz uyumlu olmadığı belirtilmiştir. Yerli ve uluslararası gazeteci derneklerinin yapmış olduğu araştırmalarda, Türkiye'nin ifade özgürlüğü ve özgür basın konusunda bir gerileme yaşadığına, raporda ayrıca değinilmiştir.

Tablo 17. AB 2016 yılı Türkiye raporu

2016	İfade ve Basın Özgürlüğünde	Oran (%)
Güvence altında değildir	1	%5,5
Kısıtlanmaktadır	2	%11,1
Baskı Endişe Kaynağı	4	%22,2
Ciddi Gerileme	2	%11,1
İnternete Erişim Yasağı	1	%5,5
Oto sansür	1	%5,5
AB Uyumlu Değildir	4	%22,2
RTÜK Bağımsızlığı Endişe verici	2	%11,1
Toplam		%100

2016 yılında Türkiye'nin ifade, basın ve internet özgürlüğü alanındaki hazırlıkları henüz "erken aşamada" olarak görülmüştür. Önceki yıl, ifade özgürlüğü alanında ciddi bir gerilemenin yaşanmasının, başta ulusal güvenlik ve terörle mücadeleye ilişkin hükümler olmak üzere mevzuatın "seçerek ve keyfi" olarak uygulanmasının ifade özgürlüğü üzerinde birtakım olumsuz etkiler yarattığı belirtilmiştir. Gazeteciler, yazarlar veya sosyal medya kullanıcıları aleyhinde yeni açılan veya devam etmekte olan davaların olması, akreditasyonların geri çekilmesi ve Temmuz ayındaki darbe girişiminin ardından çok sayıda gazetecinin tutuklanması ve birçok basın kuruluşunun kapatılması, 2016 yılı raporunda ciddi endişe kaynağı olarak nitelendirilmiştir.

Önceki yılki tavsiyeler dikkate alınmamış olduğundan söz konusu tavsiyelerin hâlâ geçerli olduğu, mevzuat ve uygulamaların AİHM içtihadıyla uyumlu olmadığı raporda yinelenmiştir. Gazeteciler, yazarların ve sosyal medya kullanıcılarının aleyhinde davalar açılması, çok sayıda medya kuruluşunun akreditasyonlarına son verilmesi veya kapatılması ve bu kuruluşlara kayyum atanması gibi gelişmelerin yaşanması %22'lik bir oranla endişe kaynağı olarak belirtilmiştir. Ekim sonunda 46 televizyon kanalı ve radyo istasyonu, 5 haber ajansı, 55 gazete ve 18 dergi kapatılmış, 90 civarında gazeteci hakkında yakalama emri çıkarılmış, 20'den fazla haber sitesine erişim engellenmiş ve 29 basımevinin ruhsatı iptal edilmiştir. Bu gelişmeler dolayısıyla ifade ve basın özgürlüğü haklarının engellendiği belirlenmiştir.

Tablo 18. AB 2018 yılı Türkiye raporu

2018	İfade ve Basın Özgürlüğünde	Oran (%)
Ciddi Endişe Kaynağıdır	3	%12
İhlalleri	2	%8
Kısıtlıdır	2	%8
Baskı Kaygı Vericidir	5	%20
Ciddi Gerileme	1	%4
AB Uyumlu Değildir	2	%8
Oto sansür	3	%12
Tutuklu Gazeteci Sayısı Endişe Ver.	1	%4
RTÜK ve TRT Tarafsızlığı Endişe verici	3	%12
İnternete Erişim Yasası	2	%8
Medya Sahiplik Yapısı	1	%4
Toplam		%100

2017 yılında ülke raporu yayınlamayan Avrupa Komisyonu, 2018’de yayınlamış olduğu raporunda Türkiye’de hazırlıkların henüz “başlangıç aşamasında” olduğunu ve ifade özgürlüğü alanında ciddi gerilemelerin meydana geldiğini ifade etmiştir. Özgürlüklerin ciddi baskılarla karşı karşıya kalması ve mevzuat ve uygulamaların AİHM içtihadıyla uyumlu olmaması nedeniyle Türkiye’nin bu alandaki uyumunda henüz “erken aşamada” olduğuna yer verilmiştir. Gazetecilerin, insan hakları savunucularının, yazarların ve sosyal medya kullanıcılarının aleyhindeki davalar, basın kartlarının geri alınması, çok sayıda medya kuruluşunun kapatılması veya bu kuruluşlara kayyum atanması gibi birtakım olayların Türkiye’nin not hanesine olumsuz yansıdığı görülmektedir. Basın kuruluşları üzerindeki baskılar, tutuklamalar (Mart 2018 itibariyle 150’nin üzerindedir), gözaltılar, kovuşturmalar ve basın personelinin ihracının yanı sıra artan sansür ve oto sansürle birlikte devam etmiştir.

Medya sahipliğinde şeffaflığın bulunmaması, RTÜK’e internet ortamında yapılan yayınlara yasak getirme yetkisinin verilmesi ve TRT Genel Müdürü’nün hükümet tarafından değiştirilmesiyle kamu yayıncılığında editöryal bağımsızlığın zedeleneceğine dair öngörüler belirtilmiştir. Doğan

Holding'in Demirören Holding'e satışının ardından basın piyasasındaki yoğunlaşmanın hızı, basın kuruluşlarının devralınması ve basın gruplarını kontrol edecek kayyum atamalarından sonra yaşanan yüzlerce iş kaybıyla birlikte ekonominin olumsuz etkileneceği ileri sürülmüştür. Kamu yayın kuruluşlarının bağımsız ve sürdürülebilir biçimde finansmanı güvence altına alınmadığı için, "Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun"un tekelleşmenin önüne geçemeyeceği gibi adil rekabet ortamını da temin edemeyeceği ifade edilmiştir.

Tablo 19. AB 2019 yılı Türkiye raporu

2019	İfade ve Basın Özgürlüğünde	Oran (%)
Güvence altında değildir	4	%17
Sansür -Oto sansür	6	%25
Tutuklu Gazeteciler	5	%21
AB Uyumlu Değildir	3	%12
RTÜK'ün Yanlı çizgisi	6	%25
Toplam		%100

Türkiye'de 2016 referandumuyla kabul edilen yeni hükümet sisteminin, yetkiyi yürütme erkinde toplayarak, TBMM'nin yasama ve denetim işlevlerini kayda değer düzeyde kısıtlayacağı; özellikle basın ve ifade özgürlüğü, toplanma ve örgütlenme özgürlüğü, insan hakları savunucularının korunması ve mülkiyet haklarını da içerecek şekilde insan haklarının tüm alanlarında gerilemelerin yaşanacağı iddia edilmiştir. İfade özgürlüğü alanına ciddi kısıtlamalar getiren olağanüstü halin kaldırılmasına rağmen başta gazeteciler olmak üzere sivil toplum aktivistlerine, insan hakları savunucularına ve akademisyenlere karşı mevzuatta değişikliklerin yapılmadığı belirtilmiştir.

Medya sahipliği konusunda şeffaflığın bulunmamasının, editoryal yorumların bağımsızlığı konusunda şüphe yarattığı vurgulanmıştır. Bazı basın kuruluşlarının, uluslararası bağışçıların maddi yardımlarını kabul etmelerinin, bu kuruluşlar hakkında başlatılan karalama kampanyalarına temel oluşturmasının ciddi endişeler yarattığı ifade edilmiştir.

Başbakanlık Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün KHK ile kapatılmasıyla birlikte basın kartı verme yetkisinin Cumhurbaşkanlığına

birakılması; Aralık 2018 yılında yayınlanan Basın Kartı Yönetmeliği akrediyasyon kriterlerinin değiştirilmesi nedeniyle yeni basın kartı alımlarının zorlaştırılacağına ve kartların iptal edilmesinin (Aralık 2018’de 1954 gazetecinin basın kartının iptali) kolaylaştırılacağına yönelik öngörüler belirtilmiştir.

Şubat 2019 itibarıyla cezaevlerinde bulunan gazeteci sayısının yaklaşık 160 olduğundan ve basın kuruluşları üzerindeki baskının, tutuklamaların, gözaltıların, kovuşturmaların ve basın personellerinin ihracının devam ettiğine, dolayısıyla bu durumun basın çalışanları üzerinde oto sansür etkisi yarattığına ilişkin kaygılara yer verilmiştir. Doğan Holding’in, Demirören Holding’e satılmasıyla basın piyasasındaki yoğunlaşmanın hızla arttığı, medya sahipliğinde şeffaflığın bulunmadığı, kamu yayın kuruluşlarının bağımsız ve sürdürülebilir biçimde finansmanı güvence altına almadığı, devlet sponsorluğundaki ilanların adil ve şeffaf dağıtılmadığı, Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun’un tekelleşmeyi önlemediği gibi adil rekabeti de temin edemediği vurguları yapılmış, tüm bunların özgürlükleri zedeleyeceğine dair öngöründe bulunulmuştur. Gerek yasal çerçevede gerekse mevzuatın uygulanmasında medyada ve internette ifade özgürlüğünü güvence altına alan hiçbir gelişme yaşanmadığı görülmektedir (AB 2019, 38). Türkiye, Avrupa standartlarıyla uyum alanında “erken aşamada” olarak görülmüştür.

Avrupa Komisyonu tarafından Ekim 2020’de, AB genişleme politikasına ilişkin son bilgilendirilme yapılmıştır. Başlangıçtan bu yana Türkçe olarak bakanlığın internet sayfasına yüklenen rapor ilk kez İngilizce olarak yayınlanmıştır. Bu durum, “Türkçe çevirisi ve yayımı yapılmayarak erişimi engellenmiştir” yorumlarıyla Meclis’e taşınmıştır. Ardından rapor, Türkçe olarak Dışişleri Bakanlığı AB Başkanlığı internet sayfasında yayınlanmıştır. Çalışma kapsamının dışında tutulan rapor genel olarak değerlendirildiğinde, “gerileme, kötüleşme” kelimelerinin 26 kez geçtiği görülmektedir. 2020 raporunda, Türkiye’nin AB’nin önemli ortaklarından biri olmaya devam ettiği fakat özellikle “reformlar, demokrasi, temel haklar, hukukun üstünlüğü, yargı bağımsızlığı, ifade ve basın özgürlüğü” konularında ilerlemenin kaydedilemediği aksine pek çok alanda gerilemenin bulunduğunu ifade edilmiştir.

2019 yılı boyunca RTÜK, 12 televizyon kanalına, bir radyo kanalına ve yaptığı haber, film ve programlardan dolayı 23 yayına 57 kez para cezası kesmiş ve 24 tane programı da askıya almıştır. Yalnızca Ocak ve Mayıs 2020 tarihleri arasında RTÜK, televizyon ve radyo kanalına yaptırım uygulayarak 39 kez yayın durdurma ve 28 kez para cezası vermiştir (AB 2020, 83). Rapora

ilişkin bir diğer önemli detay, TBMM'nin RTÜK'te bulunan üç koltuk için seçim düzenlemesi ve RTÜK'e neredeyse iki yıldan sonra ilk defa muhalefet temsilcilerinin atanması bilgisinin raporda yer almasıdır. Ancak Eylül 2019'da RTÜK, başkanın önerisi üzerine muhalefetin aday gösterdiği üyelerden birini görevden almıştır. Rapora göre, muhalefet temsilcisinin görevden alınmasının asıl nedenleri arasında RTÜK'te şeffaflık eksikliği ve bu temsilcinin bazı kararlara ilişkin eleştirileri ve RTÜK bünyesinde görev alan kişilerin görevlerini suiistimal ettiklerini ifşa etmesi yer almaktadır (AB 2020, 83). Yine rapora göre, medya kuruluşlarının hükümetle güçlü bağları olan bazı grupların veya kamu ihale sözleşmelerine bağlı kuruluşların elinde yoğunlaşması, halka tarafsız, çoğulcu ve bağımsız haber sağlama konusunda zorluklar yaratmaktadır. Bu durumun özgür ve tarafsız medyaya yönelik bir tehdit oluşturacağı belirtilmekte, geçen yılın tavsiyeleri dikkate alınmadığından bu tavsiyelerin hâlâ geçerli olduğu vurgulanmaktadır.

Sonuç

Genel olarak ifade ve basın özgürlüklerine odaklanan bu çalışma, özelde Avrupa Birliği'ne uyum sürecinde Avrupa Komisyonu tarafından yayınlanan İlerleme Raporlarının, medya özgürlükleri açısından incelenmesine odaklanmaktadır. Avrupa Komisyonu'nun aday statüsündeki ülkeler için her yıl düzenli olarak hazırlamış olduğu İlerleme Raporları, birliğe katılma yolundaki en önemli unsurlardan biri olarak görülmektedir. Başta aday ülkelerin üye olma yolunda kaydettiği gelişmeler olumlu veya olumsuz olarak değerlendirilerek, ülkelere birtakım önerilerde bulunmaktadır. Ülkelerin ekonomik, siyasal ve sosyal değerlendirmelerini içeren bu raporların önemi göz ardı edilmemelidir.

Bu çalışmanın amacı kapsamında, ifade ve basın özgürlüğü kriterleri bağlamında Türkiye'nin özgürlüklerdeki konumunun değerlendirilebilmesi için öncelikle uluslararası belgelerle, ulusal mevzuatın birbirleriyle uyumuna bakılmıştır. İfade, düşünce ve basın özgürlüklerinin sadece 1982 Anayasasında değil, anayasal sürecin her döneminde yer aldığı görülmüştür. Ulusal hukuka bakıldığında bu özgürlükleri tanımlayan, sınırlarını çizen ve faaliyetlerini düzenleyen birçok yasanın bulunduğu belirlenmiştir. Uluslararası sözleşmelerle, iç hukuk karşılaştırıldığında düşünce, ifade ve basın özgürlüklerinin evrensel tanımının ve bu hakların kısıtlanmasına yönelik çizilen hukuksal sınırların büyük ölçüde birbirleriyle uyumlu olduğu görülmüştür. Fakat teoricte uyumlu gözükse de bu durum, uygulamaya geçildiğinde farklı sonuçların ortaya çıktığını göstermektedir. Yeni düzenlemelerin Türkiye'nin Birliğe ka-

tılım sürecinde toplumsal yaşama ve demokratikleşme sürecine önemli katkılar sağladığı söylenebilse de, ifade ve basın özgürlüğü adı altında henüz “olumlu” gelişmelerin kayıt edilmediği açıkça görülebilmektedir.

Avrupa Komisyonu tarafından Türkiye için hazırlanan ilerleme raporlarından elde edilen bulgular genel olarak değerlendirildiğinde, Türkiye’de ifade ve basın özgürlüğünün yıllar içinde olumsuz yöne gerilediği görülmektedir. 2000 yılından 2019 yılına kadar olan tüm raporlarda sıklıkla ifade ve basın özgürlüğüne yönelik endişelerin dile getirildiği belirlenmiştir. İlerleme raporlarında göze çarpan bir diğer husus Türkiye’nin müktesebat ile uyum ilişkisi olmuştur. 2001 yılında Türkiye’nin ifade ve basın özgürlüğü alanındaki uyumunun sınırlı olduğu ifade edilmiştir. 2004 yılında yeni basın yasasının ve anayasal değişikliklerin ülkedeki basın özgürlüğü ortamını artırdığı dile getirilmiştir. Bu uyum içindeki ortam 2005 yılına kadar devam etmiş olup, medya alanında son rapordan bu yana bazı ilerlemelerin kaydedildiği belirtilmiştir. Bu ilerlemelerin mevzuatlarla korunarak devamlılığının sağlanması gerekliliğini ifade eden komisyon, 2006 yılı raporunda Türkiye’nin medya ve görsel-işitsel politika alanındaki uyumunu yeniden sınırlı olarak görmüştür. 2007 yılında uyuma ilişkin hiçbir ilerlemenin kaydedilmediği, 2008 yılında AB çerçevesine uyumun sınırlı kaldığı belirtilmiştir.

2010 yılına gelindiğinde kanun ve yönetmeliklerin henüz AB müktesebatıyla tam uyumlu olmadığı, Türkiye’nin uyum açısından gelişme kaydedemediği belirlenmiştir. Bu durum 2015 yılına kadar devam etmiş, son iki yılda ciddi gerilemelerin yaşandığının altı çizilmiştir. 2016 yılında ifade özgürlüğü alanında gözlenen ciddi gerilemenin devam ettiği belirtilerek, Türkiye’nin ifade, basın ve internet özgürlüğü alanındaki hazırlıklarının henüz erken aşamada olduğu açıklanmıştır. Bu durumun kaygı yarattığı ve söz konusu tavsiyelerin hala geçerli olduğu belirtilerek Türkiye’deki mevzuat ve uygulamaların AİHM içtihadıyla uyumlu olmadığı belirlenmiştir. Türkiye söz konusu olan öneri ve yükümlülüklerini yerine getiremediğinden dolayı AB, Türkiye’ye 2017 yılında ülke raporu yayınlamayacağını bildirmiştir. AB’den Türkiye’ye tanınan bir yıllık sürenin sorununda Nisan 2018’de ilerleme raporu yeniden yayınlanmıştır. Avrupa Komisyonu tarafından Ekim 2020’de, AB genişleme politikasına ilişkin son bilgilendirilme yapılmıştır. Çalışma kapsamının dışında tutulan raporda, Türkiye’nin AB’nin önemli ortaklarından biri olmaya devam ettiği fakat özellikle reformlar, demokrasi, temel haklar, hukukun üstünlüğü, yargı bağımsızlığı, ifade ve basın özgürlüğü konularında ilerlemenin kaydedilemediği, aksine pek çok alanda gerilemenin bulunduğunu ifade edilmiştir.

Avrupa Birliği'ne üye olmak isteyen ülkelerin yerine getirmesi gereken demokrasinin mevcudiyeti, hukukun üstünlüğü, kuvvetler ayrılığı, insan haklarının ve azınlıklarının korunması ve bunları yerine getirilmesinin garanti eden kurumların istikrarlı oluşu gibi birtakım siyasi kriterler bulunmaktadır. Bunun yanı sıra Avrupa Birliği'nin görsel-ışitsel medya mevzuatı, medya sektöründeki çoğulculuğun sağlanması, ulusal kimliklerin korunmasında kültürel çeşitliliğin yaratılması ve bireylerin tercihlerinin ön planda tutulması gibi temelde üç değere dayanan politikalardan oluştuğunu söyleyebiliriz. AB Görsel- İşıtsel Medya Hizmetleri Yönergesi hükümleri esas alınarak, bu amaçla hazırlanan ve 2011 yılında kabul edilen 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun tasarısının işleyen sistemdeki motivasyonu yükseltmede zayıf kaldığı görülmektedir. Ayrıca TRT ve RTÜK'ün bağımsızlığı, bu raporlarda daima eleştiri konusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Öncelikle bu kurumların, çoğulculuğu gözetilen bir düzen içerisinde siyasi üyelerin baskılarından uzak, gerek gazetecilerle gerekse okuyucu /izleyici temsilcileriyle şeffaflık içerisinde ve daha özerk bir biçimde varlıklarını korumaları gerektiği vurgulanmaktadır. Bir diğer eleştiri konusu, düşünce ve kanaatleri açıklama veya yayma hürriyetinin kendini tam anlamıyla gerçekleştirecek ortamı bulamaması olmuştur. Sınır Tanımayan Gazeteciler tarafından hazırlanan Dünya Basın Özgürlüğü Endeksi'nde Türkiye'nin 180 ülke arasında 154. sırada bulunması dikkate alınması gereken bir nokta olarak karşımıza çıkmaktadır.

Çalışmanın sonunda elde edilen bulgulara göre, adaylık statüsünde olan Türkiye'nin söz konusu olan ifade ve basın özgürlüğü yükümlülüklerini pratikte yerine getirme konusunda başarı gösteremediği belirlenmiştir. Türkiye'nin taraf olduğu uluslararası sözleşmelerde ve ulusal mevzuatta düşünce, ifade ve basın özgürlüklerinin sınırları yasal güvencelerle açıkça belirgin olduğu halde Türkiye bağlamında farklı beklentilere yanıt verildiği belirlenmiştir. Gerek Türkiye'nin içinde bulunduğu siyasi atmosfer gerekse medyanın ekonomi politik yapısı nedeniyle ilerleme raporlarında medya ciddi şekilde eleştirilmiştir. Fikir ve basın özgürlüğünün etkinliğini sağlayamadığımız sürece yeni bir başlangıç yapmamız mümkün gözükmemektedir. İfade özgürlüğü ve basın özgürlüğü değerlerinin iyileştirilmesi, anayasal çerçeveye uygun olarak medya ve iletişim alanında hayata geçirilmesi elde edilecek çıktılarının olumlu yönde değişmesine yol açacaktır. Dolayısıyla bu özgürlüklerin uygulanmaya konulmasında gerekli olan özdenetimin kurumlarca yapılması önceliklerimiz arasında yer almalıdır.

Kaynakça

- Akarcalı, Sezer. 1989. "Basının Görevleri ve Basın Özgürlüğü." *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi* 44(1): 265-288.
- Akkurt, Ali. 2014. *Basın Özgürlüğüünün Kapsamı ve Sınırları*. Ankara: Adalet Yayınevi.
- Article 19. 2020. *The Global Expression Report 2019/2020*. Son erişim tarihi 26 Aralık 2020.
<https://www.article19.org/wp-content/uploads/2020/10/GxR2019-20report.pdf>.
- Barry, Norman P. 2005. "Hukuki ve Siyasi Açından İfade Hürriyeti." *Teorik Ve Pratik Boyutlarıyla İfade Hürriyeti* içinde, editör Bekir Berat Özipek, 149-170. İstanbul: Liberal Düşünce Topluluğu.
- Bradney, Anthony. 2005. "Bir Liberal Demokraside Dinlere Neden Değer Verilmelidir?" *Teorik Ve Pratik Boyutlarıyla İfade Hürriyeti* içinde, editör Bekir Berat Özipek, 149-170. İstanbul: Liberal Düşünce Topluluğu.
- Council of Europe. 2020. *Annual Report 2019 of the European Court of Human Rights*. Son erişim tarihi 26 Aralık 2020.
https://echr.coe.int/Documents/Annual_report_2019_ENG.pdf.
- Council of the European Union. 2014. *EU Guidelines on Freedom of Expression Online and Offline*. Son erişim tarihi 26 Aralık 2020.
https://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/EN/foraff/142549.pdf.
- Danışman, Ahmet. 1982. *Basın özgürlüğüünün sağlanması önlemleri: Devletin basın karşısındaki aktif tutumu*. AÜ SBF Basın ve Yayın Yüksek Okulu Basımevi.
- Dışişleri Bakanlığı Avrupa Birliği Başkanlığı. *Avrupa Birliği Bakanlığı İlerleme Raporları*. Son erişim tarihi 17 Şubat 2021.
<https://www.ab.gov.tr/46224.html>.
- Gölcüklü, Feyyaz. 1970. *Haberleşme Hukuku*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Horozgil, Denizhan. 2012. "İfade ve Basın Özgürlüğü Çerçevesinde Soruşturma Evresinde Yayın Yasakları Üzerine Bazı Tespit Ve Değerlendirmeler." *Hacettepe Hukuk Fakültesi Dergisi* 2 (2): 146-164.
- Kaitatzi-Whitlock, Sophia 1996. "Pluralism and media concentration in Europe: media policy as industrial policy." *European journal of communication*, 11(4): 453-483.
- Macovei, Monica. 2005. *İfade Özgürlüğü*. Strasbourg: Avrupa Konseyi Yayınları.

- Mill, John Stuart. 2009. *Hürriyet Üstüne*. Çeviren: M. Osman Dostel. Sadeleştiren: Ömer Çaha. Ankara: Liberte Yayınları.
- Poptcheva, Maria. 2015. *Press freedom in the EU Legal framework and challenges*. EPRS | European Parliamentary Research Service, Briefing April.
- Reporters Without Borders. 2020. *2020 World Press Freedom Index*. Son erişim tarihi 26 Aralık 2020.
<https://rsf.org/en/ranking/2020,#>.
- Safety of Journalists Platform. 2020. *Hands Off Press Freedom: Attacks on media in Europe must not become a new normal*. Son erişim tarihi 26 Aralık 2020.
<https://rm.coe.int/annual-report-en-final-23-april-2020/16809e39dd>.
- Sayılğan, Şevket. 1992. "Türkiye'de Basın Özgürlüğü Ve Cumhuriyet Dönemi Anayasalarının Basın Özgürlüğüne Yaklaşımları." *Marmara İletişim Dergisi* 1: 267-292.
- Yayla, Atilla. 2008. "İfade Özgürlüğü Nedir ve Niçin Gereklidir?." *Liberal Düşünce Dergisi* 50: 159-176.

Bu Sayıdaki Yazarlar

Çağrı Kaderoğlu Bulut

cagrikaderoglu@gmail.com

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü'nden 2004 yılında mezun oldu. Yüksek lisans eğitimini Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı'nda 2011 yılında, doktora eğitimini ise aynı bölümde 2017 yılında tamamladı. Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü'nde araştırma görevlisi olarak çalışmaktadır. İletişimin ekonomi politiği, emek süreçleri, toplumsal sınıflar ve yöntembilim alanlarında çalışmalarını yürütmekte; çeşitli emek örgütlerinde araştırma ve eğitmenlik faaliyetlerini sürdürmektedir. Yayınlanmış makalelerinin yanı sıra kitap çalışmaları da bulunmaktadır.

ORCID: 0000-0002-4701-9759

<http://ilefdergisi.ankara.edu.tr>

Devrim Deniz Erol

devrimde@anadolu.edu.tr

1977 yılında Ankara’da doğdu. Lisans, yüksek lisans ve doktorasını Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Basın ve Yayın Bölümü’nde tamamladı. Yüksek lisansını “Tekelleşen Türk medyasında yazılı basın ekleriyle sunulan yaşam tarzları” başlıklı teziyle, doktorasını ise “Türkiye Yazılı Basınında Yugoslavya Savaşları ve Savaş Foto Muhabirliği” başlıklı teziyle tamamladı. Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Basın ve Yayın Bölümü’nde öğretim üyesi olarak çalışmalarını sürdürmektedir. Eleştirel kültürel çalışmalar, toplumsal cinsiyet çalışmaları, fotoğraf ve fotoğrafçılık alanlarında çalışmaktadır. Bu alanlarda bildiri ve yayınlanmış makaleleri vardır.

ORCID: 0000 0003 4111 0209

Deniz Özay

deniz.yilmaz@kocaeli.edu.tr

2014 yılında Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü’nde lisans eğitimini tamamladı. Yüksek lisans eğitimini 2019 yılında Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Programı’nda ‘Geleneğin İcadı Bağlamında Ramazan Sohbet Programlarının Kültürel Belleğin İnşasındaki Rolü ve Araçsallaştırılması’ başlıklı teziyle tamamladı. Aynı programda doktora çalışmasını yürütmektedir. 2019 yılından itibaren Kocaeli Üniversitesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü’nde araştırma görevlisi olarak çalışmaktadır.

ORCID: 0000-0002-3727-9151

Ebru Akçay

ebruakcay1@gmail.com

Samsun Ondokuz Mayıs Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü’nde çalışmaktadır. Lisansı Amerikan Kültürü ve Edebiyatı, yüksek lisan ve doktorası Halkla İlişkiler ve Tanıtım alanları üzerinedir. Temel araştırma alanları toplumsal cinsiyet, aktivist halkla ilişkiler, dijital kampanyalar ve dijital aktivizm üzerinedir. Çeşitli ulusal (TR Dizin) ve uluslararası indekslerde taranan dergilerde yayınları mevcuttur.

ORCID: 0000-0002-4792-9680

Elif Hacısalihoğlu

elifhasal@gmail.com

Marmara Üniversitesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü'nden 2005 yılında mezun oldu. Yüksek lisans eğitimini Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı'nda 2008 yılında, doktora eğitimini ise Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri programında 2015 yılında tamamladı. Doktora eğitimi esnasında çalışmalarının bir kısmını, TÜBİTAK Yurt Dışı Araştırma Bursu ile 2012-2013 yılları arasında Dublin City University'de gerçekleştirdi. "1945- 1960 Döneminde Türkiye'de Çalışma Yaşamının Orhan Kemal Romanlarında Temsili" başlıklı yüksek lisans teziyle 2009 yılında Türk Sosyal Bilimler Derneği, Genç Sosyal Bilimciler Mansiyon ödülünü aldı. "Türkiye'de İşçi Sınıfı Haritasında Güvencesizlik Deneyimleri" başlıklı doktora tezi, 2015 yılında Türk Sosyal Bilimler Derneği, Genç Sosyal Bilimciler Behice Boran Özel Ödülü'ne layık görüldü. Sosyal politika, toplumsal sınıflar, toplumsal cinsiyet ve emek, çalışma yaşamı ve sanat alanlarında çalışmalarını sürdürmektedir. İlgili konularda yayımlanmış makalelerinin yanı sıra "Sosyal Politika- İktisat Yazıları Prof. Dr. Seyhan Erdoğan'ya Armağan" kitabının editörlerindedir. Halen Trakya Üniversitesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü'nde öğretim üyesi olarak çalışmaktadır.

ORCID: 0000-0003-3003-663X

Emre Canpolat

canemrepolat@gmail.com

2007 yılında Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Basın ve Yayın Bölümü'nü bitirdi. Yüksek lisansını 2011'de Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı'nda yaptıktan sonra, doktora öğrenimini "İletişim, Yabancılaşma ve Meta Fetişizmi: Akıllı Telefonlar Üzerine Bir İnceleme" başlıklı teziyle Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı'nda 2017 yılında tamamladı. 2010 yılından beri Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema bölümünde araştırma görevlisi olarak çalışmaktadır. Ayrıca Moment Dergi editör yardımcılığı görevini de yürüten Canpolat'ın ilgi alanları arasında yeni medya, medyanın ekonomi politikası, küreselleşme ve medya sosyolojisi gibi çağdaş medyanın güncel sorunlarına eğilen eleştirel sosyal bilimin alt başlıkları bulunmaktadır.

ORCID: 0000 0001 9539 5217

Ezgi akır

ezgicakir@beykent.edu.tr

Beykent Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Bölümü'nde araştırma görevlisidir. Lisans eğitimini Kocaeli Üniversitesi Gazetecilik bölümünde, yüksek lisansını Marmara Üniversitesi'nde "Başkanlık Sistemi Tartışmalarının Türk Basınındaki Yansımaları" adlı teziyle tamamlamıştır. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde "Bir Propaganda Ortamı Olarak Sosyal Medya" başlıklı teziyle doktora devam etmektedir. Medya çalışmalarında aktör ağı kuramı, yapısöküm analizi, medya popülisti, postmodern drama öğelerinde film adaptasyonu ve gündem belirleme kuramı alanlarında bildiri ve yayınlanmış makaleleri bulunmaktadır.

ORCID: 0000-0002-6910-3417

İlgar Seyidov

ilgar.seyidov@atilim.edu.tr

Atılım Üniversitesi İşletme Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü'nde çalışmaktadır. Lisansı Gazetecilik, yüksek lisans ve doktora ise Halkla İlişkiler ve Tanıtım alanları üzerinedir. BM, AB ve çeşitli uluslararası fonlarla destekli sivil toplum projelerinde farklı görevlerde yer almıştır. 2019 yılından itibaren Atılım Üniversitesi'nde çalışmaktadır. Temel araştırma alanları dijital aktivizm, sivil diyalog, medya ve verileşme üzerinedir. Çeşitli ulusal (TR Dizin) ve uluslararası indekslerde (SSCI, ESCI) taranan dergilerde yayınları mevcuttur.

ORCID: 0000-0001-8420-1413

Özge Nilay Erbalaban Gürbüz

n.erbalaban@gmail.com

1981 Yılında İzmir'de doğdu. Ege Üniversitesi'nde lisans ve yüksek lisans öğretimini tamamladı. Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Film Tasarım Bölümü'nden doktora derecesini aldı. 2018 yılında doktora tezini *Sinemada Tembellik Hakkı* adlı çalışmayla kitaplaştırdı. Daha önce Ankara Üniversitesi İlef Dergisi, Sinecine Sinema Araştırmaları Dergisi, Sinefilozofi, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi dergilerinde sinema felsefesi, sinema kültür eleştirisi, sinema tarihi, toplumsal cinsiyet ve ekoloji araştırmaları konularında bilimsel araştırma makaleleri yayınlanmıştır.

ORCID: 0000-0003-4199-3507

Sedat Özel

sedatozel@kocaeli.edu.tr

Sedat Özel, 1998 yılında Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü'nden mezun oldu. 1994 yılından itibaren çeşitli basın ve yayın kuruluşlarında muhabir ve kameraman olarak çalıştı. 2002 yılında Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon Sinema Bölümü'nde araştırma görevlisi olarak çalışmaya başladı. 2005 yılında Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı'nda yüksek Lisansını, 2010 Yılında İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon Sinema Anabilim Dalı'nda doktora eğitimini tamamladı. Halen Kocaeli Üniversitesi Radyo Televizyon Sinema Bölümü'nde doçent olarak görev yapan Sedat Özel, yeni medya ve radyo-televizyon yayıncılığı üzerine araştırmalarına devam etmektedir.

ORCID: 0000-0002-8280-1930

Yazı Teslim Kuralları ve Yayın Süreci

1. Yayımlanmak üzere gönderilen yazılar öncelikle Editör tarafından amaç, konu, içerik ve yazım kuralları açısından incelenir. Bu yönleriyle uygun bulunanların yazar adları gizlenir ve Editör ve / veya Yayın Kurulu üyelerinin görüşü doğrultusunda, bilimsel bakımdan değerlendirilmek üzere, alanında eser ve çalışmalarıyla kabul görmüş iki hakeme gönderilir. Hiçbir şekilde hakemlere yazar adı gönderilmez, yazarlara hakem adı açıklanmaz.
2. Hakem raporları iki yıl süreyle saklanır. Hakem raporlarından biri olumlu, diğeri olumsuz olduğu takdirde, yazı üçüncü bir hakeme gönderilebilir veya Yayın Kurulu nihai kararını raporlar üzerinden verebilir. Yazarlar, hakemlerin ve Yayın Kurulu'nun eleştiri, öneri ve düzeltme taleplerini dikkate alırlar.
3. Dergiye gönderilecek yazılar, dipnotlar ve kaynakça dahil 8000 sözcüğü geçmemelidir.
4. Dergiye gönderilecek yazılara ortalama 150 sözcükten oluşan özet, 5 anahtar sözcük ve başlıklar Türkçe ve İngilizce olarak eklenmelidir.
5. Yazıya ek olarak yazarın kısa biyografisi ve iletişim bilgileri gönderilmelidir.

<http://ilefdergisi.ankara.edu.tr>

6. Gönderilen metinde yazarın kimliğini ifşa edecek ibarelerden kaçınılması gerekmektedir.
7. Yazı teklifleri yazarın adı, çalışmanın adı, çalışmanın tek cümlelik özetini içeren bir ileti ile gönderilmelidir.
8. Yazı teslimi ve dergiyle ilgili her türlü iletişim için editor@ilefdergisi.org adresi kullanılabilir.
9. *İLEF Dergisi'*nde yer alacak tüm yazıların metin içi referansları ve kaynakçaları Chicago Referans Formatı'na uygun olarak gösterilmelidir. Bunun için Kaynak Gösterme Formatı sayfamıza bakabilirsiniz.
10. Yazıda kullanılan başlıklar kısa ve net olmalıdır.
11. Yazılar doc ya da docx uzantılı dosyada Times New Roman yazı tipinde, 12 punto ve çift satır aralığıyla yazılmalıdır. Dipnotlar 9 punto ve tek satır aralığıyla yazılmalıdır.
12. Yazının ana başlığı ve ara başlıklar, kalın ve sözcüklerin ilk harfleri büyük olmalıdır.
13. 40 sözcüğü geçen alıntılar, paragraftan bir santim içerde, blok halinde, tek satır aralığında ve 11 punto ile yazılmalıdır.
14. Alıntı yapıldığı durumlarda kaynaklar, tablo ve figürlerin altına yazılmalıdır.
15. Yayına hazır eserler için yazardan onay alınır.
16. Her bir yazara derginin basılı kopyasından birer adet gönderilir.
17. Yukarıdaki kurallara uymayan yazılar, gerekli düzenlemeler yapıldıktan sonra değerlendirme sürecine kabul edilir.

Kaynak Gösterme Formatı*

Referans Kuralları

Metinler Chicago formatının author-date sistemine göre düzenlenmelidir. Metin içinde atıflar yazarın ya da yazarların soyadı, eserin yayın tarihi ve sayfa numarası şeklinde gösterilmelidir. Metine eklenecek notlar ise sayfa sonunda dipnot olarak verilmelidir. Çalışmanın sonunda atıf yapılan eserleri içeren kaynakça alfabetik sıraya göre oluşturulmalıdır.

Kitap

Tek yazar

Metin içinde
(Kışlalı 2011, 55)

Kaynakçada
Kışlalı, Ahmet Taner. 2011. *Siyaset Bilimi*. Ankara: İmge Kitabevi.

İki ya da daha fazla yazar

Metin içinde
(Horkheimer ve Adorno 2014, 125-27)

(Hall vd. 2005, 96)

Kaynakçada

Horkheimer, Max ve Theodor W. Adorno. 2014. *Aydınlanmanın Diyalektiği*. Çevirenler Nihat Ülner ve Elif Öztarhan Karadoğan. Ankara: Kabalıcı Yayınevi.

Hall, Stuart, Doothy Hobson, Andrew Lowe ve Paul Willis. 2005. *Culture Media Language*. New York: Routledge.

Kitap Bölümü

Metin içinde

(Atılğan 2015, 291-92)

(Hall 1993, 80)

Kaynakçada

Atılğan, Gökhan. 2015. "İdeoloji." *Siyaset Bilimi* içinde, editörler Gökhan Atılğan ve E. Atilla Aytekin, 285-98. İstanbul: Yordam Kitap.

Hall, Stuart. 1993. "İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulanın Geri Dönüşü." Çeviren Mehmet Küçük. *Medya İktidar İdeoloji* içinde, editör Mehmet Küçük, 77-127. Ankara: Ark Yayınevi.

E-kitap, Çevrimiçi Kaynaklar

Çevrimiçi olarak referans gösterilen kitaplar için, referans URL veya veri tabanının adını ekleyiniz. Diğer e-kitap türleri için formatı adlandırınız. Sayfa numaraları yoksa metinde bir bölüm başlığı ya da bölüm gösterilebilir.

Metin içinde

(Mutlu 2008, 123-28)

(Kurland and Lerner 1987, bölüm 10, belge 19)

Kaynakçada

Mutlu, Erol. 2008. İletişim Sözlüğü. Ankara: Ayraç. Kindle.

Kurland, Philip B. ve Ralph Lerner, ed. 1987. *The Founders' Constitution*. Chicago: University of Chicago Press. <http://press-pubs.uchicago.edu/founders/>.

Dergi Makalesi

Metin içinde

(Karagöz-Kızılca 2016, 81)

Kaynakçada

Karagöz-Kızılca, Gül. 2016. "Osmanlı/Türk Basın Tarihi Yazımı Üzerine Eleştirel Bir Değerlendirme." *İlef Dergisi* 3 (1): 71-90.

Online dergi

Varsa DOI (Digital Object Identifier) numarasını belirtiniz. DOI numarası yoksa URL adresine yer veriniz.

Metin içinde

(Işık ve Eşitti 2016, 656-57)

Kaynakçada

Işık, Mehmet ve Şakir Eşitti. 2016. "I. Dünya Savaşı Propaganda Afişlerinde Kadın Temsillerinin Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Göstergibilimsel İncelenmesi." *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi* 70, no. 3 (Güz): 655-82. https://doi.org/10.1501/SBFder_0000002366.

Işık, Mehmet ve Şakir Eşitti. 2016. "I. Dünya Savaşı Propaganda Afişlerinde Kadın Temsillerinin Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Göstergibilimsel İncelenmesi." *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi* 70, no. 3 (Güz): 655-82. <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/ausbf/article/view/5000149467>.

Gazete ya da Popüler Dergide Makale

Metin içinde

(Çevikgöz 2016)

(Dündar 2016, 11)

Kaynakçada

Çevikgöz, Ünal. 2016. "Kent ve Göç." *Radikal*, 8 Şubat 2016. <http://www.radikal.com.tr/yazarlar/unal-cevikoz/kentler-ve-goc-1506875/>.

Dündar, Can. 2016. "Sevgili Cumhuriyet Okuru Bugün 8 Şubat Pazartesi." *Cumhuriyet*, 8 Şubat 2016.

Yayımlanmamış Tez

Metin içinde

(Akçay 2015, 99-100)

Kaynakçada

Akçay, Ebru. 2015. "Edebi Edebiyata Karşı Edepli Edebiyat: Hidayet Romanlarında Propaganda Unsurlarının İncelenmesi." Yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi.

Web sitesi

Yayımlanma veya gözden geçirme tarihi listelenmeyen bir kaynak için yıl yerine t.y. ("tarih yok") kullanılmalıdır. Bununla birlikte erişim ya da son değişim tarihi eklenmelidir.

Metin içinde

(Google 2019)

(Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi, t.y.)

Kaynakçada

Google. 2019. "Gizlilik Politikası." Gizlilik ve Şartlar. Son değişim tarihi 22 Ocak 2019. <https://www.google.com/policies/privacy/>.

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi. t.y. "Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakkında." Erişim tarihi 1 Nisan 2019. <http://ilef.ankara.edu.tr/fakulte-hakkinda/>.

Daha fazla ayrıntı ve İngilizce makaleler için bkz:

For more detailed and English article usage, refer to The Chicago Manual of Style Author-Date,

https://www.chicagomanualofstyle.org/tools_citationguide/citation-guide-2.html

Paper Submission Rules and Publication Process

1. The submitted manuscript is assessed by the journal editor for an initial decision. If the manuscript is regarded as suitable for the journal, then it is sent to two peer-reviewers competent in the relevant field of study, providing the anonymity of the author.
2. Peer-reviews are archived for two years. If only one of the peer-reviews are positive, the manuscript can be sent to a third peer-reviewer, or a final decision can be made by the editorial board regarding the peer-reviews.
3. The manuscript should be no more than 8000 words including the citations and the bibliography.
4. An abstract consisting of at most 150 words and 5 keywords in English and Turkish should also be provided with the manuscript.
5. A short biography and the contact information of the author should also be submitted.
6. Any indication that could expose the identity of the author should be avoided.
7. Submissions should be attached to a mail including the name of the author, the name of the article and a one-sentence summary of the manuscript.

<http://ilefdergisi.ankara.edu.tr>

8. For further communication please contact editor@ilefdergisi.org.
9. All citations should be made using Chicago-Style 16th Edition: <http://www.chicagomanualofstyle.org/home.html>.
10. The titles and section-headings in the manuscript should be brief and clear.
11. The manuscript should be typed in Times New Roman, 12 pt with double-spacing. The endnotes should be in Times New Roman, 9 pt with single-spacing. The manuscript should be sent in .doc or .docx formatted files.
12. The main title of the manuscript should be written in capital bold letters. The section-headings should be written in bold letters with only the first letters of the words capitalized.
13. If quotations have more than 40 words, a block quotation should be used. The quotation should begin on a new line and it should be indent 1 cm. from the left margin. The entire quotation should be 11pt with single-spacing.
14. The source should be indicated below the cited table/figure.
15. The author is asked for a final approval prior to publication.
16. A printed copy of the journal is sent to authors.
17. Manuscripts that do not comply with these requirements can be accepted for evaluation only after necessary changes are made.

Reference Style

Ilef Journal's documentation style follows The Chicago Manual of Style, chap. 15. Manuscripts should be prepared according to Chicago Author-Date system with footnote.

For a quick guide, see

https://www.chicagomanualofstyle.org/tools_citationguide/citation-guide-2.html.

Nurcan Törenli

From the Editor...

İlgar Seyidov
Ebru Akçay

Dijital Heterotopya Olarak *Change.Org*:
Foucaultcu Bir Yaklaşım

Çağrı Kaderoğlu Bulut
Elif Hacısalihoğlu

The Perceptions and Expectations of Students of
Communication Faculty for the Media Labor Market:
The Case of Ankara

Sedat Özel
Deniz Özay

Audience Selection and Recommendation Algorithms
in New Media: The *Netflix* Case

Özge Nilay E. Gürbüz

Grapes of Wrath as Questioning the National Myths
of America

Emre Canpolat

Three Contradictions of Theories of Information
Society: Fetishism of Technology, Information,
and Intellect

Devrim Deniz Erol

The Çilem Doğan Case in the Websites of Dailies
in Turkey

Ezgi Çakır

Freedom of Expression and Freedom of Press in
Turkey: A Review of the European Commission
Progress Reports